



2.CİLT

SOSYAL, BEŞERİ VE İDARİ BİLİMLER ALANINDA GELİŞMELER

EDİTÖRLER

PROF. MEHMET ULUKAN

DOÇ. DR. FADİME DİLBER

Sosyal, Beşeri ve İdari Bilimler Alanında Gelişmeler - 2

Editörler

Prof. Mehmet Ulukan

Doç. Dr. Fadime Dilber

İmtiyaz Sahibi
Platanus Publishing®

Editör
Prof. Dr. Mehmet Ulukan & Doç. Dr. Fadime Dilber

Kapak & Mizanpaj & Sosyal Medya
Platanus Yayın Grubu

Birinci Basım
Aralık, 2024

Yayımcı Sertifika No
45813

Matbaa Sertifika No
47381

ISBN
978-625-6634-65-7

©copyright
Bu kitabın yayım hakkı Platanus Publishing'e aittir.
Kaynak gösterilmeden alıntı yapılamaz, izin
alınmadan hiçbir yolla çoğaltılamaz.

Adres:Natoyolu Cad. Fahri Korutürk Mah. 157/B,
06480, Mamak, Ankara, Türkiye.
Telefon: +90 312 390 1 118
web: www.platanuskita.com
e-mail: platanuskita@gmail.com



PLATANUS PUBLISHING®

İÇİNDEKİLER

BÖLÜM 1.....	9
Sürdürülebilir Kalkınma Zeynep Kızılkın & Resul Öztürk	
BÖLÜM 2.....	33
Hane Halklarının Ev Dışı Yemek Tüketim Alışkanlıkları: Van İli Örneği Hamza Koçak & İbrahim Yıldırım	
BÖLÜM 3.....	53
Çağlar Boyunca Azize Margaret Tasvirleri ve Ejderle Mücadelenin Anadolu Coğrafyasına Yansımaları Rahşan Turan Toptaş	
BÖLÜM 4.....	75
Parti İçi Demokrasi Perspektifinden Siyasi Partilerde Demokratik Sistemin Sorunsallaşması Samet Ünlü	
BÖLÜM 5.....	89
Coğrafi Yönüyle Dijital Basındaki Sel ve Taşkın Haberleri Öznur Yazıcı	
BÖLÜM 6.....	111
Helikopter Ebeveynlik Şafak Özlem Kenger & Zeynep Tekin Babuç	
BÖLÜM 7.....	133
Dünya’da Askeri Harcamalar, Silah Ticareti ve Savunma Sanayinin Gelişmesi Niyazi Gümüş	
BÖLÜM 8.....	151
Türkiye’de Vergi Affı Uygulamaları ve 7440 Sayılı Kanunun Değerlendirmesi Betül Taşkıran & Mehmet Cural	
BÖLÜM 9.....	181
Çocuk ve Finansal Okuryazarlık İsmail Berat Uzun & Gökhan Kayılı	

BÖLÜM 10 195

**Siyasi ve Diplomatik Yönleriyle Türkiye'nin Kardeş Şehir Uygulamaları
(1958-1991)**

Bahattin Demirtaş

BÖLÜM 11 213

**Sosyal, Kültürel ve Ekonomik Yönleriyle Türkiye'nin Kardeş Şehir
Uygulamaları (1958-1991)**

Bahattin Demirtaş

BÖLÜM 12 225

**Vısegrad Ülkelerinde Bilgi ve İletişim Teknolojileri İhracatı, Ar-Ge, Patent
ve Ekonomik Büyüme İlişkisi**

Gülçin Beken & Mehmet Akyol

BÖLÜM 13 245

**Seçilmiş Ülkelerde ve Türkiye'de Sağlık Harcamalarında Global Bütçe
Uygulaması**

Haluk Egeli & Burcu Usta

BÖLÜM 14 267

Küresel Isınmayla Mücadelede Maliye Politikaları 267

Zeynep Arslan & Güngör Özcan & Pelin Mastar Özcan

BÖLÜM 15 277

Sosyal Bilimlerde Analitik Hiyerarşi Süreci (AHP) Kullanımının İncelenmesi

Serpil Sevimli Deniz

BÖLÜM 16 287

Finansal Kaygı

Cengiz Küçükköylü & Korhan Karacaoğlu

BÖLÜM 17 305

**Çevre Göstergelerine Göre İllerin CRITIC Tabanlı TOPSIS Yöntemi ile
Değerlendirilmesi**

Pelin Şentürk

BÖLÜM 18 317

Enerji Geçişi: İngiltere Örneği

Şükrü İnan & Aylin Karacan

BÖLÜM 19.....	341
Çeviri Faaliyetlerinde Bellek Bellek Kavramının Tanımı	
Ruşen Ramizoglu	
BÖLÜM 20.....	353
Akdeniz Ülkelerinde Turizm Gelirlerinin Stokastik Yakınsaması	
Levent Kaya	
BÖLÜM 21.....	369
Dijitaleşme ve Sigorta Pazarlaması	
Arzu Şeker	
BÖLÜM 22.....	391
Milli Mücadele Yıllarında Meclis-i Mebusan'da Kabul Edilen Eğitim Kanunları ve Gündemi Kronolojisi (1918-1920)	
Mehtap Yılmaz	
BÖLÜM 23.....	412
Örgütsel Estetik ve Estetik Liderlik	
Mustafa Tuncer OKUMUŞ	
BÖLÜM 24.....	422
Türkiye'de Dolarizasyon Histerisinin Geçerliliği Üzerine Bir Araştırma	
Soner Balçıklı & Gökhan Özkul	
BÖLÜM 25.....	454
Gelir Hareketliliği Dinamikleri: Orta Gelirden Düşük Gelire Geçişin Belirleyicileri	
Banu Beyaz Sipahi	
BÖLÜM 26.....	472
Cemaleddin Afgânî'nin İstanbul Ziyaretleri ve Bıraktığı İzler	
Turgut Subaşı	
BÖLÜM 27.....	486
Rus Diplomat N. F. Petrovskiy'nin Buhara Gezisi (1872)	
Gülnar Kara	

BÖLÜM 28 502

Han Hanedanı'nın Batı Bölgeleri'nde Tuntian İskan Politikası

Gülınar Kara

BÖLÜM 29 516

Kurumsal Web Sitelerinde Kurumsal İtibarın Ugulanması: Türkiye'nin En Beğenilen Şirketleri Üzerine Bir İnceleme

Sevim Koçer & Deniz Keba Ekinci

BÖLÜM 30 547

Yayıncılığın Güncel Sorunları

Alaattin Aslan & Gamze Edanur Bulut

BÖLÜM 31 571

CO₂ Emisyonunu Etkileyen Faktörler: Fransa Örneğinden Nedensellik Kanıtları

Burak Seyhan & Nazlı Seyhan

BÖLÜM 32 591

Türkiye'nin Vergi Yüğü Karnesine İlişkin Geçmişten Günümüze Bir Değerlendirme

Bilal Göde

BÖLÜM 33 611

Pazarlama 5.0

Resul Öztürk & Fatma Kuzukerpiç

BÖLÜM 34 637

Yapay Zekâ Okuryazarlığının Tüketici Davranışları Üzerindeki Etkisi: Dijital Çağda Yeni Eğilimler

Gonca Köse

BÖLÜM 35 655

Belediye Hizmetlerinin Seçmen Davranışı Üzerindeki Etkisi: Bayrampaşa Örneği

A. Baran Dural & Bahriye Eseler

BÖLÜM 36 675

İş Sözleşmesinin İkale Yoluyla Sona Ermesi

İbrahim Görücü & Muzaffer Demirbaş

BÖLÜM 37.....691

**İnsani Gelişme, Ekonomik Küreselleşme Ve Ekonomik Büyüme İlişkisi:E-7
Ülkeleri İçin Ampirik Bir Analiz**

Hilal BudakBiçer & Emine Dilara AktekinGök

BÖLÜM 38.....703

Sürdürülebilir Kalkınma Amaçları Çerçevesinde Çocuk Edebiyatının Önemi

Zeynep Z. Sonkaya

BÖLÜM 39.....717

**Türkiye Kıyı Bölgeleri "Mavi Yolculuk" Turizm İşletmeciliği Potansiyelinin
Uluslararası Rekabet Stratejisi Ve Markalaşma Süreci (Muğla İli Örneği)**

Mehmet Ali Akkaya

BÖLÜM 40.....747

2020 ve 2024 ABD Başkanlık Seçimlerine Dair Bir Karşılaştırma

Muhammed Murat Öymez

BÖLÜM 41.....753

**Avrupa Birliği'nde Yenilenebilir Enerji Yatırımlarının Gelişimini Destekleyen
Çözüm Yolları**

Veysel Eren & Soner Akın

BÖLÜM 42.....765

**Kamusal Alan, Vatandaşlık ve Mekânsal Adalet: Hannah Arendt
Perspektifiyle Türkiye’de Kentsel Planlama**

Veysel Eren & Soner Akın

BÖLÜM 43.....781

Tekrar Edilemeyen Bir Süreç: Avrupa Bütünleşmesinin Dinamikleri

Mustafa Yıldız

BÖLÜM 44.....793

Sosyal Hizmet Görüşmelerinde Metafor Kullanımı

Onur Keskin

BÖLÜM 45.....803

Logoterapi ve Sosyal Hizmette Kullanımı

Özgür Altındağ

BÖLÜM 46 817

Sağlık Turizminde Müşteri İlişkileri Yönetimi

Fatih Altan & Ayşegül Aydın & Demet Ünalın

BÖLÜM 47 831

Sağlık Turizminde Yenilikçilik ve Dijitalleşme

Murat Bayat & Fuat Yalman

BÖLÜM 48 847

Sağlık Turizminde Etik

Ayşegül Aydın & Fatih Altan & Demet Ünalın

BÖLÜM 50 865

Heterojen Bir Göç Örneği: Denizli Hisar Köy/AttoudaAntik Kenti

Merve Çetin

BÖLÜM 51 879

Sosyal Girişimcilik

Kemalettin Eryeşil & Mehtap Öztürk



BÖLÜM 1

Sürdürülebilir Kalkınma

Zeynep Kızıllan¹ & Resul Öztürk²

¹ Doktora Öğrencisi, Selçuk Üniversitesi, ORCID: 0000-0002-9413-6253

² Doç. Dr., Selçuk Üniversitesi, ORCID: 0000-0003-1493-7315

GİRİŞ

1970’li yılların öncesinde hükümetlerin uyguladığı kalkınma politikalarının sosyal, kültürel ve çevresel faktörleri göz ardı ederek sadece ekonomik faktörlere yoğunlaştığı görülmektedir. Bu durum, ekonomik kalkınmayı gerçekleştirirken, çevresel faktörler üzerinde ciddi hasarlar meydana getirmiştir. Toplumun, zamanla çevre konusu hakkında bilinçlenmesi ve çevresel kirliliği fark etmesi ile kalkınma kavramı; sosyo-kültürel ve çevresel faktörlerde de yer almaya başlamıştır (Cinnioğlu, 2015: 4). Çevresel tahribat konusunda yoğunlaşan eleştiriler ile sürdürülebilir kalkınma kavramı, 1980’li yıllarda kalkınma literatüründe yer almaya başlamıştır. Hükümetler, sürdürülebilir kalkınma olgusunu kabul ederek, konu ile ilgili uluslararası faaliyetlere katılarak, ilgili sözleşmelere taraf olan diğer ülkeler ile bu yaklaşımın amaçları doğrultusunda politikalar geliştirmeye başlamışlardır (Yalçın, 2019: 1).

Bir politika kavramı olarak düşünülen sürdürülebilirlik, 1987 Brundtland Raporu’na dayanmaktadır (Kuhlman ve Farrington, 2010: 3436). Bu rapor ile kalkınma kavramı, gelişmeye başlayarak “nasıl olursa olsun ekonomik büyümenin” yerini almaya başlaması ile çevreci yatırımlarda artış göstermiş ve sürdürülebilir kalkınma, küresel bir yöntem olarak gerçekleştirilmesi amaçlanmıştır (Kaypak, 2011: 1). Kalkınmanın dünya çapında gerçekleşmesini öngören, sürdürülebilir kalkınma amaçları, 17 amaç ve bu amaçlara bağlı 169 hedeften oluşmakla birlikte çok sayıda gösterge ile Birleşmiş Milletlere üye olan 193 ülke tarafından 2015 yılında kabul edilmiştir. Sosyal, çevresel ve ekonomik sorunlara çözüm arayan sürdürülebilir kalkınmanın, 2030 yılına kadar amacına ulaşılması beklenmektedir (Colglazier, 2015: 1048).

Bu bölümde, sürdürülebilir kalkınma kavramı hakkında genel bir tanım yapılarak, sürdürülebilir kalkınmanın tarihsel gelişimi, alt bileşenleri ve amaçlarından detaylı olarak söz edilmiştir.

1.1. Kalkınma Kavramı

Türk Dil Kurumu Sözlüğü’nde kalkınma kavramı; iyileşme, şifa bulma anlamına gelmektedir (Türk Dil Kurumu Sözlüğü [TDK], 2022). İngilizce “development” kelimesinin karşılığı olarak dilimize uyarlanmış olan kalkınma kavramı, gelişmekte olan ülkelerin ekonomik, sosyal ve siyasal gibi alanlarda gelişmeler göstererek gelişmiş ülkelere yetişme çabaları olarak tanımlanmaktadır (Kaypak, 2011: 22). 1980’lerde çevre kirliliğinin artması sonucunda çevrenin korunmasına yönelik bir farkındalık gündeme gelmeye başlamıştır. Bu gelişmeler sonucunda, kalkınma kavramı gerekliliği doğmuştur (Karabıçak ve Özdemir, 2015: 45). Bununla birlikte kalkınma kavramı hakkında geçmişten günümüze kadar yazında

birçok tanım mevcuttur. Bu tanımlar; sanayileşme, modernleşme, ilerleme, büyüme vb. olarak tanımlanmaktadır (Jabareen, 2008: 181).

Kalkınma kavramı, bir konunun veya bir alanın gelişmesi/ilerlemesi, ulusal ekonominin arzu edilen düzeye ulaşması olarak tanımlanmaktadır. Geçmişte kalkınma kavramı, az gelişmiş ülkelerde ortaya çıkmış bir kavram olup beşerî acıların büyük ölçüde azaltılması ve maddi refahın artırılması yönünde potansiyelin geliştirilmesi olarak tanımlanmaktadır (Aksu, 2011: 5). Bir toplumun siyasi, sosyal ve ekonomik refahının sağlanması ve bölgesel kalkınma ile gelir artışına paralel olarak, bir bölgenin sosyo-ekonomik yapısındaki iyileşmeye kalkınma denilmektedir (Ekinci, 2022: 13). Mevcut durumdan veya daha önceki durumdan hareket ederek, değişim sürecine gitmeyi amaçlayan dinamik bir yapı veya bir kavram olmakla birlikte kişi başına düşen milli gelirin artması, ekonomik ve sosyo-kültürün genel yapısında değişim ve gelişmelerin yapılması, bir ülkenin yapısal olarak olumlu yönde değişim ve gelişimi olarak tanımlanmaktadır (Denek, 2019: 819). Başka bir ifade ile kalkınma, insan gereksinimlerini ve maddi arzuları tatmin etmektedir (Kushwaha, 2021: 43). Yapılan tanımlamalar karşısında kalkınma kavramının, her toplumda farklı anlamlar ifade ettiği görülmektedir. Bu nedenle kalkınma kavramı, çok unsurlu bir yapı olması sebebi ile onu net bir tanım olarak adlandırmak oldukça zordur (Jabareen, 2008: 183).

1.2. Sürdürülebilirlik Kavramı

İçerisinde bulunduğumuz dönemin, ekonomik ve sosyal gereksinimlerini, çevre faktörleri üzerinde olumsuz bir etki yaratmadan ve gelecek nesillere bu olanakları tüketmeden aktarmak veya sürdürülmesini sağlamak olarak tanımlanmaktadır (Ege İhracatçı Birlikleri [EİB], 2022). Sürdürülebilirlik kavramı gelecek kuşakların ihtiyaçlarını gözeterek bugünün ihtiyaçlarını karşılamaktır (İstanbul Maden ve Metaller İhracatçı Birlikleri [İMMİB], 2022).

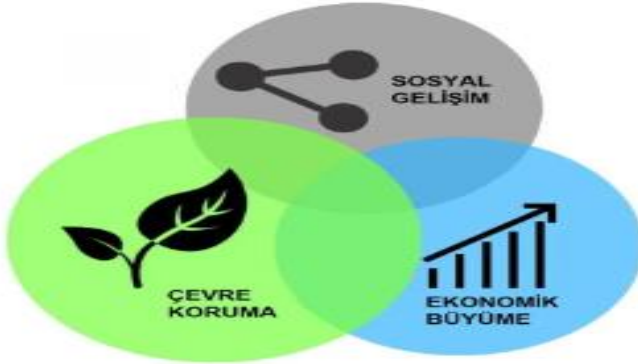
Sürdürülebilirlik kavramının ortaya çıktığı ilk alanlar; tarım, deniz ve orman mahsulleri gibi yenilenebilir kaynaklar olarak tanımlanmaktadır. Bu tanımla birlikte sürdürülebilirliğin tarımsal üretim ve topraklarla ilgili tanımlarda ortaya çıktığı düşünülmektedir (Denek, 2019: 819). İlk olarak, Almanya'nın Baden Bölgesi'nde 19. yüzyılın başlarında, ormanların yok edilmesini önlemek için çıkarılan yasalarda görüldüğü düşünülmektedir (Divrik, 2022: 9). Kuhlman ve Farrington (2010: 3437)'a göre ilk olarak ormancılıkta ortaya çıkmıştır ve ormanların asla hasat edilmemesi gerektiği anlamına gelmektedir.

Sürdürülebilirlik, birçok tanım ve yorumla ilişkilendirilmesine rağmen kalkınma anlayışının en popüler kelimesi haline gelmiştir. Başka bir ifadeyle sürdür-

rülebilir kalkınma; “süresiz veya belirli bir süre boyunca devam ettirilebilen gelişmedir” (Çakır, 2022: 85). Eğer 'sürdürülebilirlik' bir slogandan veya duygu ifadesinden başka bir şeyse, belirsiz gelecekte, üretken kapasiteyi korumak için bir emirdir (Kuhlman ve Farrington, 2010: 3439).

Sürdürülebilirlik, var olmak için yapılan mücadeledir. Sürdürülebilirlik kavramının kelime anlamı ise; ekonomik, sosyolojik ve ekolojik sistemlerin korunması ve devamlılığının sağlanabilmesi sürecidir (Şahanoğlu, 2020: 33). Geleceğe yönelik yapılan planların nasıl ve hangi stratejilerle gerçekleştirileceğini belirlemektir. Özetle sürdürülebilirlik kavramı, verimliliğin en elverişli zamanlarda uzun yıllar boyunca devamlılığını sürdürmesi olarak tanımlanabilmektedir (Denek, 2019: 819). Sürdürülebilirlik, sosyal, ekonomi ve çevre diyagramının merkezinde bulunmaktadır, dolayısıyla uluslar ve uluslararası kuruluşlarla birlikte, sosyal bilimler, fen ve doğa bilimler, politikacılar, ulusal ve uluslararası çevre kuruluşları gibi çok geniş bir alana tartışma konusu oluşturmaktadır (Silvestre ve Țîrcă, 2019: 3). Bu kavramın çok boyutlu olması sebebiyle, konu üzerinde çok fazla bilim dalları ve çok fazla yaklaşım veya tanım mevcuttur. Dolayısıyla bu çok boyutluluk, kavramın tanımlanması konusunda anlaşmazlıkları da beraberinde getirmektedir (Chichilnisky, 1999: 467). Yapılan tanımlar doğrultusunda sürdürülebilirlik kavramının üç temel bileşeni Şekil 1’de gösterilmektedir.

Şekil 1: Sürdürülebilirlik Kavramının Bileşenleri



Kaynak: Özgüncü Eşkin, P. (2019). *Sürdürülebilirlik Nedir*. Ekolojist.net. Erişim Tarihi: 27.12.2022.

Bu bileşenlere bakıldığında; çevreyi korumayı, ekonomik büyümeyi ve sosyal gelişimi temel aldığı görülmektedir. Sürdürülebilirliğin en uygun bir şekilde gerçekleştirilebilmesi için bu bileşenlerin birbiri ile dengeli bir şekilde faaliyet yürütmesi gerekmektedir. Sürdürülebilirlik, bu bileşenlerin eş zamanlı olarak sağlandığı ortamda gerçekleştirilebilmektedir (Özgüncü Eşkin, 2019):

Çevre Koruma: Bu bileşenin temel prensibi, çevrede ve doğada bulunan kaynakların tükenebilir olduğunu göz önünde bulundurarak, bu kaynakları akılcı yaklaşımlarla kullanmayı gerektirmektedir.

Ekonomik Büyüme: Ekonomik büyümenin temel prensibi, çevreye veya doğaya tahrip etmeden, insanları refaha kavuşturabilecek ekonomik gelişmeyi amaçlamaktadır.

Sosyal Gelişim: Sosyal gelişim ise; sağlık, hayat ve eğitim kalitesinin tüm toplumlarda ileri bir düzeye ulaşmasını amaçlamakta ve bu bağlamda toplumların sosyal gelişimini desteklemektedir.

Şekil 1: Sürdürülebilirliğin Tanımı



Kaynak: Özgürcü Eşkin, P. (2019). *Sürdürülebilirlik Nedir*. Ekolojist.net. Erişim Tarihi: 27.12.2022.

Tüm bu sürdürülebilirlik kavramı bileşenleri; Çevresel (ürün ve hizmetler, enerji, su, atıklar, biyolojik çeşitlilik, geri dönüşüm, emisyonlar), Sosyal (topluma katkı, insan kaynakları geliştirme, insan hakları, ürün sorumluluğu), Kurumsal Yönetim (kurumsal profil, kurumsal politika ve stratejiler, risk yönetimi, paydaş katılımı), Finansal (finansal büyüme, finansal kaynaklara erişim, finansal performans, finansal risk) ve Ekonomik bileşenler (piyasa varlığı, ekonomik performans, dolaylı ekonomik etkiler) bir arada uyum içerisinde çalıştığı durumda, insanların istek ve ihtiyaçları bugün ve gelecekte karşılanabilme potansiyelinde

artış meydana gelecektir ve bunun sonucunda sürdürülebilir kalkınma gerçekleşmiş olacaktır.

1.3. Sürdürülebilir Kalkınma Anlayışı

İnsanlığın doğası gereği, yaşam şartlarını her zaman en iyisi üzerine tasarlamaktadır. En iyi yeme, içme, barınma, gezme gibi her zaman en iyi olanı arzu etmektedir. Bu en iyilerin, ekonomik olarak bir tanımı yapıldığında ise en iyi ifade kalkınma olduğu görülmektedir. 20. yüzyıldan günümüze kadar hızlı bir şekilde gelişen ülkeler, sosyal refaha ulaşmış ve ekonomik gelişmelerini tamamlamışlardır. Fakat toplumların ihtiyaç sonsuzluğu ve taleplerde buna bağlı olarak sonsuzluğu gerektirmiştir (Elliott, 2012: 19). Bu sonsuzluğa karşı olarak, doğal kaynakların sınırlılığı göz önünde bulundurulduğunda, dünya nüfustaki hızlı artışın, kaynaklarda azalmaya ve mekânlarda daralmaya gidilmesi zorunluluğu doğurmuştur. Bunun sonucunda ise, "Dengeli ve Sürdürülebilir Kalkınma" kavramları ortaya çıkmıştır (Baykal ve Baykal, 2008: 10).

1972 yılında Stockholm Konferansı “Bir tek dünyamız var “sloganı ile toplanmıştır. Bu konferanstan sonra “Ortak Geleceğimiz” adlı raporda Sürdürülebilir Kalkınma (SK) hakkında bilgiler yayınlanmıştır. Böylece sürdürülebilir kalkınma en acil konulardan biri olarak ortaya çıkmıştır (Chichilnisky, 1999: 467). Sürdürülebilir kalkınma, doğal sermayeyi tüketmeden, gelecek nesillerin de kendi ihtiyaçlarını karşılayabilme olanaklarına imkân veren, ekonomi ve ekosistem arasında olması gereken dengeyi gözetten bir model olduğunu başka bir ifadeyle; “Kuşaklar arası kaynak kullanım etkinliğine sahip” bir model olduğu açıklanmıştır (Gürpınar, 1998: 371). Bu kavram, aslında ilk defa 1987 yılında Brundtland Raporunda kullanılmıştır (Elliott, 2012: 43). Sürdürülebilir kalkınma kavramı İngilizce ‘Sustainable Development’ kelimesine dayanmaktadır. İklim değişikliğini önlemek ve biyoçeşitliliğini korumak amacı ile Birleşmiş Milletler koordinasyonunda faaliyet gösterilen uluslararası çalışmaların bir sonucu olarak popülerlik kazanan sürdürülebilir kalkınma kavramı, ekonomik büyüme yerine gelişmeyi öne çıkararak daha dengeli bir alternatif sunmaktadır. Bununla birlikte, çevre sorunları yaratan fakirlik, doğal kaynakları olumsuz bir şekilde etkileyen endüstriyel gelişme ve çevre üçlüsü arasındaki dengeyi koruyan bu model, refahın hem toplumlar arasında hem de bugünkü ve gelecek nesiller arasında adil paylaşımını hedeflemektedir (Barlas, 2013: 237).

Sürdürülebilir kalkınma kavramı, nüfusta hızlı artış, küresel ısınma, ozon tabakasında bozulma, çevrenin zarar görmesi, biyoçeşitliliğin azalması ve bunlar gibi farklı birçok kirlilik unsurlarının doğal yaşamı olumsuz etkilediğini ve ay-

rıca, ekonomik gelişmeyi temel alarak, yoksullukla mücadeleyi, yaşam kalitesinin iyileştirilmesini ve çevre koruma faaliyetlerinin sürdürülebilmesi için ekonominin önemli rol üstlendiğini açıklamaktadır (Sarıçoban ve Yıldırımçı, 2017: 10). Dahası, kaynakların doğal dengesini bozmayacak bir şekilde tüketimi sağlayabilmek için çabalayan ve kaynakların uzun dönemde kullanılabilmesini mümkün kılan bir araç olduğunu savunmaktadır. Sürdürülebilir kalkınma, doğaya zararı en aza indirmeyi ve ekonomik kalkınmayı amaç edinen bir süreç olarak açıklanmaktadır. Dolayısıyla sürdürülebilir kalkınma, ekoloji ve ekonominin bir bütün halinde faaliyet göstermeleri gerektiği zorunluluğunu ortaya çıkarmıştır (Baykal ve Baykal, 2008: 10). Gelecek nesilleri koruyan, mevcut sermayenin ve doğal kaynakların kalkınma amaçlarına ulaşmada geleceğe yönelik aynı özenle bir planlamanın yapılması olarak ifade edilmektedir (Parlak, 2022: 4).

Sürdürülebilir kalkınma, ekolojik denge ile ekonomik büyüme beraberinde, doğal kaynakların elverişli kullanımının sağlanmasının yanı sıra çevresel kaliteye önem vermektedir. Aynı zamanda gelecek nesillerin temel ihtiyaçlarını karşılayabilmelerine olanak sağlarken, bugünün ihtiyaçlarını karşılayabilen bir model olarak tanımlanmaktadır. Bir toplumda kalkınmanın sağlanabilmesi; ekolojik, ekonomik ve sosyal sürdürülebilirliğin sağlanmasıyla gerçekleşebilmektedir (Alagöz, 2007: 7). Toplum ile çevre arasında denge kuran ve doğal kaynaklarda sürdürülebilirliğin sağlanmasına önem veren sürdürülebilir kalkınma, bugünün ve gelecek nesillerin ihtiyaç ve kalkınmasını sağlamayı temel amaç edinen bir kavramdır (Güneydoğu Anadolu Projesi [GAP], 2022). İnsan ihtiyaçlarını karşılamayı içeren sürdürülebilir kalkınma, gezegenin yaşam destek sistemlerini korurken açlığı ve yoksulluğu azaltmaktadır (Parris ve Kates, 2003: 381). Gelecek kuşakların temel ihtiyaçlarını karşılayabilme imkanından ödün vermeden, bugünün ihtiyaçlarını karşılayabilen bir model olan sürdürülebilir kalkınma, 21. yüzyıl başlarında gündeme gelmiş ve 1990'lı yılların başında kabul edilen uluslararası antlaşmalarla küresel bir boyut kazanmıştır. Sürdürülebilir kalkınma anlayışı hükümetlerin, ekonomik ve sosyal olarak gelişme ve iyileşme hedeflerinde sürdürülebilirliği ortak bir amaç olarak nitelendirmiştir. Gelecek nesilleri de sahiplenilen bu ortak amaç, toplumların temel ihtiyaçları ile daha iyi bir hayata dair beklentilerinin karşılanabilmesine imkân vermeyi amaçlamaktadır (Strateji ve Bütçe Başkanlığı [SBB], 2022).

Sürdürülebilir kalkınma politikaları ise, genellikle gelişmiş devletler tarafından tasarlanıp uluslararası belgelerle sunulmaktadır. Bunun yanı sıra ulusal kalkınma politikalarının düzenlenmesi ve yönetimi, gelişmiş devletlerin istek ve politikalarına bağlı olduğu izlenimi yaratmaktadır. Buna bağlı olarak, sürdürülebilir

kalkınma stratejilerini hazırlayan sponsor şirketlerin çoğu ve bu stratejileri inceleyip ekonomik destek sunan OECD, Dünya Bankası, Dünya Ticaret Örgütü gibi uluslararası finansman kuruluşlarının tümü, gelişmiş hükümetlerin himayesindedir (Mehraliyev, 2020: 5). Tanımlardan da anlaşıldığı üzere sürdürülebilir kalkınma kavramı, farklı anlamlara gelebilecek şekillerde tanımlanabilmektedir. Bu durum sürdürülebilir kalkınmanın çok boyutlu olduğunu göstermektedir. Bu farklı tanım ve anlamların sürdürülebilirliğin her alanda sağlanması gerektiğini öne çıkardığı açıktır.

1.4. Sürdürülebilir Kalkınmanın Ortaya Çıkışı ve Gelişim Süreci

Eski toplumlarda çevreye verilen tahribatın algılanması 1960'lı yılları almıştır. Bu tahribatların genel bir sonucu olarak tetiklenen çevresel hareket, 1970 yılında uluslararası boyutlara ulaşmıştır. 1983 yılında ise, Birleşmiş Milletler (BM) tarafından Dünya Çevre ve Kalkınma Komisyonu'nun kurulmasına zemin hazırlanmıştır (Ozmehmet, 2008: 5). Geçen yılları takiben çevre ve ekonomi arasındaki ilişkinin giderek hızla çıkmaz bir hal alması sürdürülebilir kalkınma kavramının ortaya çıkmasında etkili olmuştur. Ekonomist ve çevre bilimcilerin, doğanın bugünkü ekonomik yapıyı kaldıramayacağı hakkındaki tartışmalarının güçlenmesinden dolayı, sürdürülebilir bir ekonomi modeli hakkında arayışlar artış göstermiştir. Bu arayışlar sonucunda ekolojik sorunlara çözüm üretme kavramları, uluslararası platformların gündemine girmeye başlamıştır (Kılıç, 2012: 204).

Şekil 2: Sürdürülebilir Kalkınma için Uluslararası Platformlarda Atılan Adımlar

- 1972 Stockholm Konferansı
- 1987 Ortak Geleceğimiz Raporu
- 1992 Rio Zirvesi
- 1996 Habitat II Zirvesi
- 1997 Rio+5 Zirvesi
- 2002 Johannesburg Zirvesi

Kaynak: Ozmehmet, E. (2008). Dünyada ve Türkiye Sürdürülebilir Kalkınma Yaklaşımları. *Yaşar Üniversitesi E-Dergisi*, 3(12): 5.

Bu dönemde çevrenin kalkınma ile ilişkili olduğunu ve bunun sonucunda sürdürülebilir kalkınma kavramı, 1972'de Stockholm Konferansı'nda, tanımlanmıştır. 1987'de Brundtland Raporu'nda yayınlanan "Ortak Geleceğimiz" raporu ile sürdürülebilir olgusu geliştirilmiştir (Jabareen, 2008: 184). 1992 yılında Gündem 21 Rio de Janeiro'da Birleşmiş Milletler Çevre ve Kalkınma Konferansı, ulusların çevreci yaklaşımı benimsemelerine yönelik birtakım ilkelerin kabul edildiği önemli bir adımı oluşturmuştur. Bu kapsamda, temelde bir eylem planı olan Gündem 21'in yanı sıra, Rio Bildirisi ile Orman İlkeleri de kabul edilmiştir (Dışişleri

Bakanlığı [DB], 2022). 1992 yılındaki Rio Konferansı'nda alınmış olan kararların devamı niteliğinde, 1997 yılında Rio +5 Zirvesi ve 2002 yılında Johannesburg Zirvesi (Rio +10) ile Rio Konferansı'nda alınan kararların bir bütün olarak nasıl uygulanması gerektiği ifade edilmiştir (Ozmehmet, 2008: 5).

1.4.1. Birleşmiş Milletler Stockholm Konferansı, 1972

Doğanın korunması ve geliştirilmesine dair gündeme geldiği ve ilk defa tartışıldığı BM Konferansı, Türkiye ile birlikte 113 ülkenin katılımı ile 5-16 Haziran 1972 yılında İsveç Stockholm'da düzenlenmiştir. Bununla birlikte BM tarafından, BM Çevre Konferansı gerçekleştirilmiş ve konferansın sonucunda UNEP, “Birleşmiş Milletler Çevre Programı” kurulmuştur (Elliott, 2012: 45). Bu konferansın sonunda bir bildiri yayımlayarak çevresel faaliyetlere odaklanarak, ekonomik ve sosyal gelişmenin çevre ile ilişki kuran ve kalkınma ile çevrenin ortak noktalarını ön plana çıkaran ilkelerle sürdürülebilir kalkınma olgusunun temelini ortaya koymuştur. Dolayısıyla ekonomik gelişme ile doğa ilişkisi ilk defa uluslararası bir platform olan Stockholm Konferansında ön plana çıkmıştır (Albayrak ve Gökçe, 2015: 284). Stockholm Konferansının en önemli sonuçları, farklı siyasal rejimlere ve gelişmişlik düzeyine sahip ulusların, çevre hakkında yürütülecek faaliyetlerde ortak sorumluluk yürütecekleri bir yaklaşımı kabul etmeleri ve bunu insan sağlığının sürdürülebilirliği için bir ön koşul olarak onaylamalarıdır. Buna bağlı olarak, konferansta imzalanan sağlıklı ve insan onuruna yaraşır bir toplumda yaşama ilkesi, birçok yerel ve uluslararası platformlarda üzerinde durulan önemli bir unsur haline gelmiştir. Sonuç olarak Stockholm Konferansı, çevre hakkında uluslararası alanda ilk ve son derece önemli bir belge olma niteliğindedir (Ertürk, 1996: 213).

1.4.2. Çevre ve Kalkınma Raporu (Brundtland Raporu) 1987

Sürdürülebilir kalkınma kavramı, ilk defa resmi olarak 1987 yılında Gro Harlem Brundtland tarafından, Dünya Çevre ve Kalkınma Komisyonuna sunulmak üzere hazırlanan “Ortak Geleceğimiz” raporunda tanımlanmıştır (Elliott, 2012: 43). Bu rapora bakıldığında; insanlığın, gelecek nesillerin ihtiyaçlarına zarar vermeden, bugünün ihtiyaçlarını karşılayarak ve kalkınmayı sürdürülebilir olma özelliğine sahip olabildiğini açıklamaktadır. Raporun hükümetler için sunduğu model ise;

- Uzun vadede, sürdürülebilir bir ekonomik büyüme,
- Kalkınma ile çevre arasındaki dengeyi gözetten bir ekonomi,

- Doğal kaynakları tüketmeden kullanılabilmesine olanak sağlayan faaliyetlere yer verilmesi ve böylece uzun dönemde kalıcı bir ekonomik büyüme olarak ifade edilmektedir (Ozmehmet, 2008: 5).

1.4.3. Rio Konferansı, 1992

1992’de Brezilya’nın Rio de Jenerio kentinde, 178 ülkenin devlet başkanlarının katılımıyla gerçekleştirilmiştir. Konferansta, kalıcı bir ekonomik büyümenin sağlanabilmesi için BM İktisadi ve Sosyal Konseyi (ECOSOS) oluşturulmuş, BM Çevre Programı (UNEP) ve BM Kalkınma Programı (UNDP) gibi organizasyonların çalışmaları, BM bölgesel ekonomik konseylerinin desteğiyle desteklenmesi gerektiği savunulmuştur. Ekonomik uygulamalar yürütülürken ekolojinin göz önünde bulundurularak birtakım ilkelerin kabul edilmesi yönüyle bu konferans çevre unsuru açısından son derece önem arz etmektedir (Ozmehmet, 2008: 5; Albayrak ve Gökçe, 2015: 284).

1.4.4. Birleşmiş Milletler İnsan Yerleşimleri Konferansı (Habitat II), 1996

Sürdürülebilir kalkınma amacıyla insan yerleşmelerinin çevre ile ilişkisini hedefleyen ilk Habitat toplantısı 1976 yılında Kanada Vancouver’da toplanmıştır. İlk BM İnsan Yerleşimleri Konferansı’nı takiben, Habitat II Zirvesi 3–14 Haziran 1996 tarihleri arasında İstanbul’da gerçekleştirilmiştir (Altunbaş, 2004: 105). Habitat II İstanbul Deklarasyonu, genel anlamda insan yerleşimleri üzerine yoğunlaşmaktadır. Başka bir ifadeyle, bu konferansta, BM Sözleşmesi’nin temelinde, toplumlar için yeterli düzeyde konut ve kentleşmenin sağlandığı bir yeryüzünde, insan yerleşimlerinin devamlılığının sağlanabilmesi için gerekli düzenlemelerin sağlanması konuları üzerinde durulmuştur (Ozmehmet, 2008: 5). Habitat II’nin temel amacı; dünya da sürdürülebilir ve yaşanabilir bir yerleşim alanı oluşturmak ve tüm insanlara yeterli konut sağlamak olarak tanımlanmaktadır (Ertürk, 1996: 230).

1.4.5. Rio + 5 Zirvesi, 1997

Birinci Rio Konferansının ardından 5 yıl sonra BM önderliğinde 1997 yılında New York’da Rio+5 toplantısı gerçekleştirilmiştir. Bu toplantıda, sürdürülebilir kalkınma için daha önce kararlaştırılmış olan ilkeleri gözden geçirmek ve değerlendirmektir (Tıraş, 2012: 63). Bununla birlikte bu toplantının diğer önemli sonucu ise, bütün ulusların sürdürülebilir kalkınma için Ulusal Gündem 21’lerini oluşturmaları, sürdürülebilir kalkınma için gerekli eylem planları hazırlamaları gerektiğini ortaya koymuştur (Ozmehmet, 2008: 5).

1.4.6. Johannesburg Zirvesi, 2002

Bir ve ikinci Rio Konferansları'nı takip eden on yıllık süreçte gelinen noktanın, kaynakların kullanımı ve çevre açısından hangi ilkelerin gerçekleştirildiği veya hangilerinin göz ardı edildiğine dair değerlendirmeler, 26 Ağustos ve 4 Eylül 2002 yılında Güney Afrika Cumhuriyeti'nin Johannesburg kentinde "Birleşmiş Milletler Dünya Sürdürülebilir Kalkınma Zirvesi" gerçekleştirilmiştir. Bu toplantıya yaklaşık 65 bin devlet başkanı, teknokrat, hükümet dışı örgüt yetkilileri vd. bir araya gelmiştir. Zirvede çevreyi koruma ve yoksullukla mücadele gibi yeni konular gündeme gelmiştir. Zirveden sonra yayınlanmış olan bildiride; ekonomik ve sosyal kalkınma beraberinde çevrenin korunması olarak tanımlanan sürdürülebilir kalkınmanın üç bileşeni gündeme gelmiştir (Tıraş, 2012: 63).

Birleşmiş Milletler tarafından gerçekleştirilen sonuncu toplantı, "Birleşmiş Milletler Sürdürülebilir Kalkınma Konferansı" başka bir ifadeyle "Rio+20" 20-22 Haziran 2012'de Brezilya'nın Rio de Janeiro şehrinde gerçekleştirilmiştir. Konferansta daha önce olduğu gibi sürdürülebilir kalkınma kavramı bir ad/isim olarak anılmıştır. Konferansın sonucunda, elde edilen çıktılar; "İstedığımız Gelecek" başlıklı bildiri yayınlanmıştır. Bu bildiriye göre daha önceki konferanslarda belirlenmiş olan ilkelerin uygulanacağı, insanların sürdürülebilir kalkınmanın merkezinde olduğu ve bu ilkelerin uygulanabilmesi için sosyo-ekonomik ve ekolojik unsurların bütünlüğünün oluşturulması ve bütün toplumların sürdürülebilir kalkınmanın uygulanabilmesinde önemli bir rol alması gerektiği açıklanmıştır (Tıraş, 2012: 63).

1.5. Ekonomik, Sosyal ve Çevresel Bakımdan Sürdürülebilir Kalkınma

Kalkınma yolunda atılan adımların ekonomi, gelir ve üretim artışından ileri gelmediği görüşü, 20. Yüzyılın başlarına kadar uzanmaktadır. Dünya Çevre ve Kalkınma Komisyonu'nun 1987'de sunduğu "Bizim Ortak Geleceğimiz Raporu" sürdürülebilir kalkınmanın 3 boyuttan oluştuğunu, ekonomik gelişme, toplumsal adalet ve ekolojik sürdürülebilirliğin ortak paydada ele alınması gerektiğini açıklamaktadır. Bu rapor; yalnız bugünü değil, gelecek nesillerin de yaşam hakkını güvence altına alınmasını gerektirmektedir. Bu yaklaşıma 1990 yılında sunulan ilk insani kalkınma raporunda da yer verilmiştir (Birleşmiş Milletler Kalkınma Programı [UNDP], 2018). Birleşmiş Milletler Kalkınma Gündeminde gelişim, herkes için daha yüksek bir yaşam kalitesine sahip olmak için çok yönlü bir girişimdir. Ekonomik ve sosyal gelişme, çevrenin korunması adlı kavramlar sürdürülebilir kalkınmanın birbirine bağımlı ve karşılıklı olarak güçlendirici bileşenleridir (Kuhlman ve Farrington, 2010: 3438).

20-22 Haziran 2012 tarihlerinde Rio de Janeiro şehrinde gerçekleştirilen konferansta, “şimdi ve gelecek nesiller için sosyo-ekonomik ve ekolojik anlamda sürdürülebilir bir gelecek adına teşvik sağlanmış ve buna yönelik” taahhütler tekrar edilmiştir. “Sürdürülebilir kalkınmanın bu 3 boyutu ile başarılı olabilmesi için, her alanda ekonomik ve çevresel faktörleri ortak noktada ve daha ileri aşamada ele alınması gerektiği” onaylanmıştır (UNDP, 2018). Birleşmiş Milletler’in 2030 yılına kadar gerçekleştirmeyi amaçladığı Sürdürülebilir Kalkınma Amaçları, söz konusu anlayışın somut ifadesidir ve adil, sürdürülebilir ve istikrarlı bir dünya yaratılması için gereken adımları ifade etmektedir. İnsani kalkınma anlayışı içinde, çevre ve çevreyle ilgili konuları önceleyen yaklaşım, Sürdürülebilir Kalkınma Amaçları’nda da kendisini göstermektedir. Kalkınma amaçları piramidi içerisinde gezegen ile ilgili öncelikler, piramidin temellerini oluşturan hedefler olduğu görülmektedir (UNDP, 2018).

Şekil 4: Sürdürülebilir Kalkınma Piramidi



Kaynak: UNDP. (2018). *Birleşmiş Milletler Kalkınma Programı. Sürdürülebilir Kalkınma Hedefleri ve Politika Çerçevesi Geliştirilmesine Destek Projesi*. Ankara: Miki Matbaacılık San. ve Tic. Ltd. Şti. Sürdürülebilir Kalkınma Hedefleri ve Toplam Faktör Verimliliği için Politika Çerçevesi Geliştirilmesine Destek Projesi.

Şekil 4’ten de anlaşıldığı üzere, Sürdürülebilir kalkınma bir hedeftir ve bu hedef, tüm insanlığın ihtiyaçlarını karşılama payına sahiptir (ekonomi), doğada yeniden üretim koşullarını korurken (ekolojik kaygı), toplumsal ilişkilerde eşitliğin, barışın ve sosyal uyumun sağlanmasını mümkün kılmaktır (sosyal ve toplumsal beklentiler) (Bencheekroun ve Boumane, 2020: 7281).

Sürdürülebilir kalkınmanın, çevre ve sosyal boyutlarının, üçüncü boyut olan ekonomik refah üzerinde önemli etkileri olduğu vurgulanmaktadır. Sürdürülebilir bir çevrenin olmadığı yerde ekonomik kalkınma ve refah söz konusu olmamaktadır. Dolayısıyla, sürdürülebilir kalkınma olgusunu benimseyen işletme ve üretim aşamaları, çevrenin sürdürülebilirliğine, dünya refahına ve iyileştirilmesine önem vermesi gerekmektedir (UNDP, 2018). Sürdürülebilir kalkınmanın gerçekleşmesini sağlayan üç temel boyut; ekonomik, çevresel ve sosyal boyut aşağıda daha detaylı olarak açıklanmaktadır.

1.5.1. Ekonomik Sürdürülebilirlik

Toplumsal refah seviyesinde gerçekleştirilen artış olarak ifade edilen ekonomik gelişme, günümüz gelişmiş toplumlarının yıllar boyunca doğaya vermiş oldukları tahribat ve doğal kaynaklardaki azalışı beraberinde getirmiştir (Denek, 2019: 34). Dolayısıyla toplumlar, çevre ve doğal kaynaklardaki sınırlılığı görmezden gelmişlerdir. Ancak, çevresel kirliliğin insan sağlığı üzerindeki olumsuz etkileri ve yaşam şartlarını zorlaştırmaya başlaması ve bunun yanı sıra gelecekteki ekonomik faaliyetlerde kaynak yetersizliğinin öngörülmesi ile bir darboğaza girilebileceğinin farkına varılması, sürdürülebilir kalkınmanın önem kazanmasını sağlamıştır. Sürdürülebilir kalkınmada temel amaç, ekonomik kalkınmanın çevreyi koruyarak gerçekleştirilebilmesi ve böylelikle gelecek kuşakların haklarının korunması amaçlanmaktadır (Ergülen ve Büyükkeklik, 2008: 21). Küresel çaplı yaşanan çevresel problemler, sürdürülebilirliğin ekonomik ve sosyal alanlarda etkinliğini zorunlu kılmıştır. Ekonomik sürdürülebilirlik, ülkelerin ekonomik büyümelerinin sağlanması ile birlikte gelecek kuşakların da mevcut kaynakları kullanarak gelişimlerini sağlayabilmeleri için çevre ve toplumun planlamalara dâhil edilmesini gerektirmektedir (Oğuz, 2019: 12).

1.5.2. Çevresel Sürdürülebilirlik

21. yüzyılın başlarında ekonomik kalkınmanın, ekolojinin korunmasının yanı sıra hayatta uygulanabilmesinin önemi hakkında ilk kez Brundtland Raporunda, sürdürülebilir kalkınmanın amacı ile gündeme gelmiştir. Sürdürülebilir kalkınmanın temel amaçlarından biri ise, ekolojiyi korumak ve iyileştirmektir. Bu kapsamda çevre kirliliğinin önlenmesinde uygulanan karbon vergisi ve emisyon ticareti gibi piyasa temelli ekonomik yöntemler kritik rol oynamaktadır (Denek, 2019: 35). Çevresel sürdürülebilirlik, diğer iki boyut olan ekonomik ve sosyal boyutları hem etkilemektedir hem de etkilenmektedir (Silvestre ve Țîrcă, 2019: 2).

Sürdürülebilir kalkınmanın ayrılmaz bir parçası olan çevresel sürdürülebilirlik, çevre ve çevreye bağımlılıklarından dolayı işletmeler, ortaklar, çalışanlar,

müşteriler ve toplum için önemli bir kavramdır. İşletmeler, bireyler ve hükümet faaliyetleri çevreye ciddi oranda zarar vermektedir. Çevresel sürdürülebilirlik ile toplum ve doğanın üretken ve koordine bir şekilde var olabileceği ve gelecek nesillerin sosyal, ekonomik ve çevresel gereksinimlerinin karşılanmasına olanak sağlanabilmesi bakımından önem arz etmektedir. Çevresel sürdürülebilirlik, doğaya zarar vermeden insan ihtiyaçlarını karşılamaktır (Morelli, 2011: 2).

Çevresel boyutun temel amacı ise; yenilenemeyen doğal kaynakların korunması ve doğru yöntemlerle yönetilmesi; çevresel kirliliğin en aza indirilmesi, biyoçeşitliliği ve doğal mirasın korunmasını sağlamaktır (Cinnioğlu, 2015: 4). Çevresel açıdan sürdürülebilir kalkınmayı etkileyen birçok unsur vardır. Bu unsurlardan bazıları; hızlı nüfus artışı, sanayileşme ve kentleşmedir (Tıraş, 2012: 65). Çevresel olarak sürdürülebilir bir sistem, istikrarlı bir şekilde devam etmelidir (Harris, 2000: 6). Sürdürülebilir kalkınma anlayışı, sürdürülebilir çevre bileşeniyle beraber hareket etmesi gerekmektedir. Çünkü kaynakların sürdürülebilirliği ancak bu şarta bağlı olarak mümkün olacaktır. Doğal kaynakların kullanılma hızı, kaynakların yenilenebilme hızından düşük olmalıdır. Bu koşul gerçekleştirildiği sürece biyoçeşitlilik, insan sağlığı, hava, su, toprak kalitesi ve doğal yaşam alanlarının korunabilmesi mümkün olacaktır (Kaypak, 2011: 26).

1.5.3. Sosyal Sürdürülebilirlik

1990'lı yılların başlarında başlayan, yoksulluk gibi sosyo-ekonomik mevzuların yanı sıra toplumsal dışlanma, cinsiyet eşitsizliği, demokrasi, siyasal haklar ve güç gibi konuların gündeme gelmesi sürdürülebilirliğin bir diğer boyutu olan sosyal boyutun oluşmasına zemin hazırlamıştır (Yeni, 2014: 194). Sürdürülebilir kalkınmanın gerçekleştirilmesinde, sosyal sürdürülebilirlik boyutun ortaya çıkması ile insanların yoksullukla mücadelesi (Silvestre ve Tîrcă, 2019: 3), tüm toplumu kapsayan katılımcı kalkınma, uzlaşma ortamının sağlanabilmesi, kamu kuruluşlarının yetişemediği alanlara sivil toplum kuruluşları, ekonomik ve kültürel olarak sosyal dışlanma ve toplumun ahlaki değerlere bağlı olarak güçlendirilmesi gibi konular, sürdürülebilir kalkınmanın sosyal boyutunun son derece önemli olduğunu ortaya koymuştur (Oğuz, 2019: 14). Sosyal sürdürülebilirlik, insan haklarına saygı duymayı ve bütün toplumlara eşit fırsatların sunulması ile ilgilidir. Yoksulluğun en aza indirilmesi ve bütün gelirlerin eşit olarak dağılımını sağlamayı amaçlamaktadır. Eğitim ve sağlık gibi sosyal alanların, yeterli ve eşit bir şekilde dağılımı, siyasal hak ve sorumluluk sağlayan bir boyut olarak tanımlanmaktadır (Cinnioğlu, 2015: 4).

1.6. Sürdürülebilir Kalkınmanın Amaçları

Binyıl Kalkınma Hedeflerinin devamı niteliğinde olan Sürdürülebilir Kalkınma, New York'ta 27 Eylül 2015'te Assembly (2015: 20), 17 hedef ve 169 alt hedef olarak “Gündem 2030 Birleşmiş Milletler Sürdürülebilir Kalkınma Hedefleri” belirlenmiştir. 2030 yılı Sürdürülebilir Kalkınma Hedefleri ile yeni bir küresel kalkınma planı çizilerek Fund (2015: 4) sürdürülebilir kentler, iklim değişikliği, kuraklıkla mücadele ve biyoçeşitliliğin korunması gibi birçok çevresel konu Sürdürülebilir Kalkınmanın gündemine dahil edilmiştir. Sürdürülebilir Kalkınma Hedeflerin de bulunan 6, 11, 13, 14 ve 15 numaralı hedefler sırasıyla tanımlanmaktadır (DB, 2022);

- SKH 6: Su ve sıhhi koşulların erişilebilirliği ve sürdürülebilirliğinin sağlanmasını,
- SKH 11: Kentlerin bütüncül, güvenli ve kalkınmasının gerçekleştirilmesini,
- SKH 13: İklim değişikliği ve olumsuz etkileriyle baş edebilmek için acilen harekete geçilmesini,
- SKH 14: Okyanus, deniz ve su kaynaklarının korunması ve devamlılığının sağlanmasını,
- SKH 15: Yeryüzündeki ekosistemlerin korunmasını, iyileştirilmesini ve devamlılığına teşvik edilmesini, yenilenebilir orman yönetimini, çölleşmeyle mücadeleyi, toprak yapısındaki bozulmanın engellenmesi ve geri dönüşümü, biyoçeşitlilikteki azalışın önüne geçilmesini öngörmektedir.

2015'te Birleşmiş Milletler'e üye 193 ülkenin taraf olduğu ve 2030 yılına kadar ulaşılması amaçlanan SKH, artık “Sürdürülebilir Kalkınma Amaçları” olarak düzenlenmiştir. 2 Eylül 2015 – 2019 yılları arasında, Türkiye'de dahil Birleşmiş Milletler'e üye 193 ülke tarafından belirlenmiş olan SKH, başka bir ifadeyle Küresel Hedefler'in temmuz ayı itibari ile SKA, (Küresel Amaçlar) olarak yeniden adlandırılması kararı alınmıştır (UNDP, 2019).

Türkiye, New York'ta gerçekleştirilen Birleşmiş Milletler Yüksek Düzeyli Siyasi Forumu'nda 2. Gönüllü Ulusal Gözden Geçirme (VNR) raporunu sunmuş olduğu 15 Temmuz 2019 itibari ile, Türk Hükümeti ve Birleşmiş Milletler Kalkınma Programı tarafından “Sustainable Development Goals”un Türkçesi “Sürdürülebilir Kalkınma Hedefleri” yerine “Sürdürülebilir Kalkınma Amaçları” olarak kullanmaya başlamıştır. Öncesinde ‘hedef’ olarak tanımlanan 17 ‘amaç’ ve bu amaçların 169 “alt hedefi” ne ise şimdi “hedef” kelimesi kullanılmaya başlanmıştır (UNDP, 2019).

Şekil 5: Sürdürülebilir Kalkınma Amaçlarının Logoları



Kaynak: UNDP. (2019). *Birleşmiş Milletler Kalkınma Programı. Sürdürülebilir Kalkınma için Küresel Amaçlar*: <https://www.undp.org/tr/turkiye/press-releases/turkce-cevirileri-yenilenen-surdurulebilir-kalkinma-amaclari-icin-birlikte-calismaya-devam>.

Sürdürülebilir kalkınmanın amaç ve açıklamaları Tablo 1’de detaylı olarak ifade edilmiştir.

Tablo 1: Sürdürülebilir Kalkınma Amaç ve Açıklamaları

Amaçlar	Açıklamalar
1: Yoksulluğa Son	Yoksulluğun tüm biçimlerini her yerde sona erdirmek
2: Açlığa Son	Açlığı bitirmek, gıda güvenliğine ve iyi beslenmeye ulaşmak ve sürdürülebilir tarımı desteklemek
3: Sağlıklı ve Kaliteli Yaşam	Sağlıklı ve kaliteli yaşamı her yaşta güvence altına almak
4: Nitelikli Eğitim	Kapsayıcı ve hakkaniyete dayanan nitelikli eğitimi sağlamak ve herkes için yaşam boyu öğrenim fırsatlarını teşvik etmek
5: Toplumsal Cinsiyet Eşitliği	Cinsiyet eşitliğini sağlamak ve tüm kadınlar ile kız çocuklarını güçlendirmek
6: Temiz Su ve Sanitasyon	Herkes için erişilebilir su ve atıksu hizmetlerini ve sürdürülebilir su yönetimini güvence altına almak
7: Erişilebilir ve Temiz Enerji	Herkes için karşılanabilir, güvenilir, sürdürülebilir ve modern enerjiye erişimi sağlamak
8: İnsana Yakışır İş ve Ekonomik Büyüme	İstikrarlı, kapsayıcı ve sürdürülebilir ekonomik büyümeyi, tam ve üretken istihdamı ve herkes için insana yakışır işleri desteklemek
9: Sanayi, Yenilikçilik ve Altyapı	Dayanıklı altyapılar tesis etmek, kapsayıcı ve sürdürülebilir sanayileşmeyi desteklemek ve yenilikçiliği güçlendirmek
10: Eşitsizliklerin Azaltılması	Ülkeler içinde ve arasında eşitsizlikleri azaltmak
11: Sürdürülebilir Şehirler ve Topluluklar	Şehirleri ve insan yerleşimlerini kapsayıcı, güvenli, dayanıklı ve sürdürülebilir kılmak
12: Sorumlu Üretim ve Tüketim	Sürdürülebilir üretim ve tüketim kalıplarını sağlamak
13: İklim Eylemi	İklim değişikliği ve etkileri ile mücadele için acilen eyleme geçmek
14: Sudaki Yaşam	Sürdürülebilir kalkınma için okyanusları, denizleri ve deniz kaynaklarını korumak ve sürdürülebilir kullanmak
15: Karasal Yaşam	Karasal ekosistemleri korumak, iyileştirmek ve sürdürülebilir kullanımını desteklemek; sürdürülebilir orman yönetimini sağlamak, çölleşme ile mücadele etmek; arazi bozulumunu durdurmak ve tersine çevirmek, biyolojik çeşitlilik kaybını engellemek
16: Barış, Adalet ve Güçlü Kurumlar	Sürdürülebilir kalkınma için barışçıl ve kapsayıcı toplumlar tesisi etmek, herkes için adalete erişimi sağlamak ve her düzeyde etkili, hesap verebilir ve kapsayıcı kurumlar oluşturmak
17: Amaçlar için Ortaklıklar	Uygulama araçlarını güçlendirmek ve sürdürülebilir kalkınma için küresel ortaklığı canlandırmak

Kaynak: SBB. (2019). *Türkiye Cumhuriyeti Cumhurbaşkanlığı Strateji ve Bütçe Başkanlığı Sürdürülebilir Kalkınma Amaçları ve Göstergeleri*. (Yazarlar Tarafından Derlenmiştir).

Sürdürülebilir kalkınma; yoksulluk ve açlığı sonlandırmayı, sağlıklı ve kaliteli bir yaşam sürdürmeyi, nitelikli eğitim ve toplumsal cinsiyet eşitliğini sağlamayı, temiz su ve erişilebilir enerji sağlamayı, topluma uygun iş ve ekonomik büyümeyi, sanayi ve yenilikçiliği, eşitsizlikleri azaltmayı, sürdürülebilir şehir ve topluluklar oluşturmayı, üretim ve tüketimde sorumluluğu, iklim eylemi ve sudaki yaşamın sürdürülebilirliğini, karasal yaşamı iyileştirmeyi ve sürdürülebilirliğini sağlamayı, barış ve adaleti sağlamayı ve buna bağlı olarak güçlü kurumlar oluşturmayı ve son olarak da tüm bu amaçları sağlayabilmek, sürdürülebilir bir gelecek oluşturabilmek için küresel ortaklıklar oluşturmayı amaçlamaktadır.

Sürdürülebilir kalkınmanın amaçlarını oluşturan; ekonomik, çevresel ve sosyal boyutları, binyıl kalkınma hedeflerine kıyasla daha geniş kapsamlıdır. Bununla birlikte kalkınmaya ilişkin tüm toplumların ihtiyaçlarına değinmesi, onu binyıl kalkınma hedeflerinin ötesine geçirmektedir. 1 Ocak 2016 tarihinde, 17 amaç için resmi uygulamaya geçilmiştir. Sürdürülebilir kalkınma amaçları 2015-2030 yılları arasında “kimseyi geride bırakmamak” anlayışıyla kalkınma sürecinde bütün ulusların geride kalmamasını amaçlamaktadır. Sürdürülebilir kalkınma amaçları, gelişmemiş, gelişmekte olan ve gelişmiş ülkeler olarak sınıflandırılan tüm ülkelerle ilgili kapsamlı hedefler belirleyen amaçlardır (Tozak, 2022: 61).

SONUÇ

Çevresel sorunların giderek arttığı günümüzde her alanda çözüm arayışları sürmektedir. Bu doğrultuda sürdürülebilir kalkınma, ekonomik kalkınma için çevresel faktörleri göz önünde bulundurması ve kaynakların sürdürülebilirliğinin sağlanması gerektiğini savunmaktadır. Çevre kirliliği ve iklim değişikliğine sebep olmadan ekonomik büyüme ve kalkınmanın sağlanabilmesi için sürdürülebilir kalkınmanın gerçekleştirilmesi önemli görülmektedir. İlk olarak, 1987 yılında Birleşmiş Milletler Dünya Çevre ve Kalkınma Komisyonu tarafından yayınlanan Ortak Geleceğimiz raporunda gündeme gelen sürdürülebilir kalkınma kavramı, çevrenin korunarak ekonomik büyümenin gerçekleştirileceği bir model oluşturulması gerektiğini ifade etmektedir (Tekbaş ve Yıldırım, 2023: 510).

Ortak Geleceğimiz adlı raporun yayımlanmasının üzerinden henüz yirmi yıl geçmeden, dünyanın siyasi ve çevresel manzarasının değiştiğini Jansen (2003: 239) ve bunun yanı sıra, sürdürülebilir kalkınma kavramının uygulanması, hükümetlere, işletmelere ve çevresel örgütlere, çevresel strateji geliştirmelerinde yol gösterici olduğu ileri sürülmektedir (Sneddon, Howarth ve Norgaard, 2006: 262).

Bunun gibi çevreye zarar vermeden ekonomik büyüme ve kalkınmayı gerçekleştirebilmenin araştırma-geliştirme ve inovasyon ile mümkün olabileceği son yıllarda yapılan çalışmalarla ortaya konulmaya çalışılmaktadır. Buradan hareketle çıkarılabilecek en önemli husus, ülkelerin çevre kirliliği ile ilgili planlarının, araçlarının ve sistemlerinin oluşturulmasıdır. Ülkeler, yeşil büyüme kapsamında denetim planlarını, yeşil üretim ve çevre standartlarını oluşturmalarıdır. Bu standartların yeşil büyümenin destekleyicisi olabilmesi için devletin öncülüğünde, işletmeler, sosyal kurumlar ve halkın dahil olduğu dinamik bir yapının oluşturulması gerekmektedir (Tekbaş ve Yıldırım, 2023: 510).

Sonuç olarak, temelde 1972 yılında Stockholm Konferansı'nın “Bir tek dünyamız var” sloganı ile toplanması ve ardından “Ortak Geleceğimiz” adlı raporuna dayanan Chichilnisky (1999: 467), ve aslında ilk defa 1987 yılında Brundtland Raporunda kullanılan sürdürülebilir kalkınma anlayışı Elliott (2012: 43), ekonomik refahı arttırmayı, yoksulluk gibi sosyo-ekonomik mevzuların yanı sıra toplumsal dışlanma, cinsiyet eşitsizliği, demokrasi, siyasal haklar ve güç, sürdürülebilir kentler, iklim değişikliği, kuraklıkla mücadele ve biyoçeşitliliğin korunması gibi birçok konuyu gündemine alarak (DB, 2022), 2030 yılı Sürdürülebilir Kalkınma Hedefleri ile yeni bir küresel kalkınma planı çizmeyi amaçlamıştır (Fund, 2015: 4).

TEŞEKKÜR

Bu çalışma, Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Uluslararası Ticaret Anabilim Dalı yüksek lisans öğrencisi Zeynep KIZILKAN'ın Temmuz 2024'te savunmuş olduğu “Sürdürülebilir Kalkınma Bağlamında Yeşil Pazarlama Faaliyetlerinin Tüketici Tutumuna Etkisi: Otomotiv Sektöründe Bir Araştırma” başlıklı yüksek lisans tezinden türetilmiştir. Ayrıca, bu çalışma Selçuk Üniversitesi Bilimsel Araştırma Projeleri Koordinatörlüğü tarafından, 22203019 proje numarası ile desteklenmiştir.

KAYNAKÇA

- Aksu, C. (2011). *Sürdürülebilir Kalkınma ve Çevre*. Güney Ege Kalkınma Ajansı.
- Alagöz, M. (2007). Sürdürülebilir Kalkınmada Çevre Faktörü: Teorik Bir Bakış. *Uluslararası Hakemli Sosyal Bilimler E-Dergisi*, 11, 7.
- Albayrak, E. N., & Gökçe, A. (2015). Ekonomik Büyüme ve Çevresel Kirlilik İlişkisi: Çevresel Kuznets Eğrisi ve Türkiye Örneği. *Social Sciences Research Journal*, 4(2), 282.
- Altunbaş, D. (2004). Uluslararası Sürdürülebilir Kalkınma Ekseninde Türkiye'deki Kurumsal Değişimlere Bir Bakış. *Yönetim Bilimleri Dergisi*, 1(1-2), 105.
- Assembly, G. (2015). Sustainable development goals. *SDGs transform our world 2030*, 10, 1186.
- Barlas, N. (2013). *Küresel Krizlerden Sürdürülebilir Topluma "Çağımızın Çevre Sorunları"*. İstanbul: Boğaziçi Üniversitesi Yayınevi, 237.
- Baykal, H., & Baykal, T. (2008). Küreselleşen Dünya'da Çevre Sorunları . *Mustafa Kemal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 5(9), 2-11.
- Bencheekroun, M. A., & Boumane, A. (2020). What Sustainable Development for the Automotive Industry in Morocco? *13th Edition of the International Conference on Logistics and Supply Chain Management LOGISTIQUA 2020 June*, 03-05, 7281.
- Chichilnisky, G. (1999). What is sustainable development?. In *Man-Made Climate Change: Economic Aspects and Policy Options*. Heidelberg: Physica-Verlag HD, 42-82.
- Cinnioğlu, H. (2015). Sürdürülebilir Ekonomik Kalkınma Kapsamında Ekoturizmin Çevre Üzerindeki Etkilerinin Eleştirel Bir Bakış Açısıyla İncelenmesi. *Papers on Social Science*, Sayı (3), 4.
- Colglazier, W. (2015). Sustainable development agenda: 2030. *Science*, 349(6252), 1048-1050.
- Çakır, E. (2022). *Endüstri 4.0 Bağlamında Dijital Sosyal Girişimcilik ve Sürdürülebilir Kalkınma İlişkisi*. Yüksek Lisans Tezi, Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Eskişehir, 85.
- DB (Türkiye Cumhuriyeti Dışişleri Bakanlığı). (Aralık 2022). *Çevre, İklim Değişikliği ve Suyu Dair Sürdürülebilir Kalkınma Hedefleri*: <https://www.mfa.gov.tr/surdurulebilir-kalkinma.tr.mfa>.
- Denek, S. (2019). Sürdürülebilir Kalkınmadan Sürdürülemez Çevreye Doğru: Çevre – Kalkınma İkilemi. *Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi* 21(3).

- Divrik, B. (2022). *Sürdürülebilir Kalkınma Bağlamında Yeşil Enerjinin Rolü: Sivas İli Örneği*. Doktora Tezi, Mersin Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Mersin, 9.
- EİB (Ege İhracatçı Birlikleri). (Aralık 2022). https://www.eib.org.tr/surdurulebilirlik/Sayfa.Asp?SI_Id=BA874EA9A4.
- Ekinci, N. (2022). *Sürdürülebilir Kalkınmada Yenilenebilir Enerji: Türkiye Örneği*. Yüksek Lisans Tezi, Batman Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, Batman, 13.
- Elliott, J. (2012). *An introduction to sustainable development*. Routledge.
- Ergülen, A., & Büyükkeklik, A. (2008). Sürdürülebilir Kalkınmanın Ekonomik ve Çevre Boyutları Açısından Atık Yönetimi ve E-Atıklar. *Niğde Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 1(2), 21.
- Ertürk, H. (1996). *Çevre Bilimlerine Giriş*. Bursa: Ceylan Matbaacılık.
- Fund, S. (2015). Sustainable development goals. <https://www.un.org/sustainabledevelopment/inequality>.
- GAP (T.C. Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı Gap Bölge Kalkınma İdaresi Başkanlığı). (Aralık 2022). *Sürdürülebilir Kalkınma ve GAP Sürdürülebilir Kalkınma Programı*: <http://www.gap.gov.tr/gap-surdurulebilir-kalkinma-programi-sayfa-28.html>.
- Gürpınar, E. (1998). *Çevre Sorunları*. İstanbul: Der Yayınları.
- Harris, J. M. (2000). Basic Principles of Sustainable Development. *Global Development and Environment Institute Working Paper*, 00-04, 6.
- İMMİB (İstanbul Maden ve Metaller İhracatçı Birlikleri). (Aralık 2022). <https://immib.org.tr/tr/surdurulebilirlik-nedir>.
- Jabareen, Y. (2008). A new conceptual framework for sustainable development. *Environment, development and sustainability*, 10, 179-192.
- Jansen, L. (2003). The challenge of sustainable development. *Journal of cleaner production*, 11(3), 231-245.
- Karabıçak, M., & Özdemir, M. B. (2015). Sürdürülebilir Kalkınmanın Kavramsal Temelleri. *Süleyman Demirel Üniversitesi Vizyoner Dergisi*, 6 (13), 44-49.
- Kaypak, Ş. (2011). Küreselleşme Sürecinde Sürdürülebilir Bir Kalkınma İçin Sürdürülebilir Bir Çevre. *KMÜ Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 13 (20), 19-33.
- Kılıç, S. (2012). Sürdürülebilir Kalkınma Anlayışının Ekonomik Boyutuna Bir Yaklaşım. *İstanbul Üniversitesi Siyasal Bilgiler Fakültesi Dergisi*, 47, 204.
- Kuhlman, T., & Farrington, J. (2010). What is Sustainability? *Journal Sustainability*, 2, 3437.

- Kushwaha, S. (2021). *Sustainable Development and Sustainable Development: Closing the Loop*. Burlington, ON, Canada: Delve Publishing, 43.
- Mehraliyev, M. (2020). *Sürdürülebilir Kalkınmanın Sağlanmasında Yeşil Ekonomi Faktörü: Azerbaycan Örneği*. Yüksek Lisans Tezi, Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Eskişehir, 5.
- Morelli, J. (2011). Environmental Sustainability: A Definition for Environmental Professionals. *Journal of Environmental Sustainability*, 1(1), 2.
- Oğuz, İ. H. (2019). *Türkiye'de Sürdürülebilir Kalkınma ve Mikro Temelli Sürdürülebilir Kalkınma Uygulamaları*. Doktora Tezi, Gaziantep Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Gaziantep, 12.
- Ozmehmet, E. (2008). Dünyada ve Türkiye Sürdürülebilir Kalkınma Yaklaşımları. *Yaşar Üniversitesi E-Dergisi*, 3(12).
- Özurgancı Eşkin, P. (Kasım 2019). *Sürdürülebilirlik Nedir*. Ekolojist.net: <https://ekolojist.net/surdurulebilirlik-nedir/>.
- Parlak, E. (2022). *Sürdürülebilir Kalkınma ve Yeşil Ekonomi İlişkisini Anlamak: Çin Örneği*. Yüksek Lisans Tezi, Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul, 4.
- Parris, T. M., & Kates, R. W. (2003). Charactering and Measuring Sustainable Development. *Annual Review of Environment and Resources*, 28, 381.
- Sarıçoban, K., & Yildirimci, E. (2017). Çevre Politikaları Bağlamında Sürdürülebilir Kalkınma ve Çevresel Harcamalar: AB Üyesi Ülkeler İle Bir Karşılaştırma. *ASSAM Uluslararası Hakemli Dergi*, 2(3), 10-12.
- SBB (Türkiye Cumhuriyeti Cumhurbaşkanlığı Strateji ve Bütçe Başkanlığı). (2019). *Sürdürülebilir Kalkınma Amaçları ve Göstergeleri*.
- SBB (Türkiye Cumhuriyeti Cumhurbaşkanlığı Strateji ve Bütçe Başkanlığı). (Aralık 2022). *Sürdürülebilir Kalkınma Hakkında Temel Bilgiler*: <http://www.surdurulebilirlikkalkinma.gov.tr/temel-tanimlar/>.
- Silvestre, B. S., & Țîrcă, D. M. (2019). Innovations for sustainable development: Moving toward a sustainable future. *Journal of cleaner production*, 208, 325-332.
- Sneddon, C., Howarth, R. B., & Norgaard, R. B. (2006). Sustainable development in a post-Brundtland world. *Ecological economics*, 57(2), 253-268.
- Şahanoğlu, M. (2020). *Lojistik Köylerin Kurulması ve Sürdürülebilir Kalkınma İlişkisi: Yeşil Ekonomi Bağlamında Gaziantep İli için Bir Değerlendirme*. Yüksek Lisans Tezi, Hasan Kalyoncu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Gaziantep, 33.
- Tekbaş, M., & Yıldırım, M. (2023). Gelişmekte Olan Ülkelerde İnovasyon ve Ekonomik Büyümenin CO₂ Emisyonu Üzerine Etkisi. *JOEEP: Journal of Emerging Economies and Policy*, 8(2), 507-516.

- Tıraş, H. H. (2012). Sürdürülebilir Kalkınma ve Çevre: Teorik Bir İnceleme. *Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 2(2), 57-74.
- Tozak, E. (2022). *Birleşmiş Milletler Sürdürülebilir Kalkınma Amaçlarının Belediyelere Yansımaları: Türkiye, Almanya ve İngiltere Uygulamaları*. Doktora Tezi, Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Muğla, 60-61.
- TDK (Türk Dil Kurumu Sözlüğü). (Aralık 2022). Türk Dil Kurumu: <https://sozluk.gov.tr/>.
- UNDP (Birleşmiş Milletler Kalkınma Programı). (2018). *Sürdürülebilir Kalkınma Hedefleri ve Politika Çerçevesi Geliştirilmesine Destek Projesi*. Ankara: Miki Matbaacılık San. ve Tic. Ltd. Şti. Sürdürülebilir Kalkınma Hedefleri ve Toplam Faktör Verimliliği için Politika Çerçevesi Geliştirilmesine Destek Projesi.
- UNDP (Birleşmiş Milletler Kalkınma Programı). (Eylül 2019). *Sürdürülebilir Kalkınma için Küresel Amaçlar*: <https://www.undp.org/tr/turkiye/press-releases/turkce-cevirileri-yenilenen-surdurulebilir-kalkinma-amaclari-icin-birlikte-calismaya-devam>.
- Yalçın, C. (2019). *Sürdürülebilir Kalkınma Bağlamında Türkiye'de Çevre Politikaları*. Yüksek Lisans Tezi, Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul, 1-3.
- Yeni, O. (2014). Sürdürülebilirlik ve Sürdürülebilir Kalkınma: Bir Yazın Taraması. *Gazi Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 16(3), 183.



BÖLÜM 2

Hane Halklarının Ev Dışı Yemek Tüketim Alışkanlıkları: Van İli Örneği*

Hamza Koçak¹ & İbrahim Yıldırım²

* Bu çalışma “Van İli İpekyolu İlçesinde Hane Halklarının Ev Dışı Yemek Tüketim Alışkanlıkları” başlıklı yüksek lisans tezinden geliştirilmiştir.

¹ Öğr. Gör., Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi, ORCID:

² Prof. Dr., Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi, ORCID:

GİRİŞ

İnsanların yaşamlarını sürdürebilmesi için temel ihtiyaçlarının başında beslenme ve sağlık gelmektedir (Mutlu, 2007). Günümüz toplumları, büyük boyutlara ulaşmış olan yiyecek içecek hizmetleri endüstrisinin ürettiği ürün ve hizmetleri giderek artan oranlarda tüketmektedir. Bu tüketim, çağdaş tüketicilerin dışarıda yemek yeme davranışlarının bir sonucudur. Dışarıda yemek yeme olgusu, günümüz yiyecek içecek hizmetleri endüstrisinin varlık sebebi olarak görülebilir (Özdemir, 2010). Ekonomik ve sosyal gelişmeler, kültürel yapı ve çalışma hayatındaki değişimler özellikle kadınların işgücüne daha yoğun bir şekilde katılımı, teknolojiye meydana gelen değişimler, şehirleşme, nüfus artışı, toplu tüketim yerlerinde meydana gelen artışlar, ürün çeşitliliği, gıda güvenliği, sağlık kaygıları, globalleşme, zaman faktörü ve reklam kişilerin tüketim alışkanlıkları üzerinde etkili olmaktadır (Balcı, 2001; Gül ve ark., 2003; Akbay ve ark., 2005). Günümüz modern pazarlama anlayışı tüketicilerin memnuniyet esasına dayanmaktadır. Yoğun rekabet ortamında işletmelerin kârlılığı ve sürdürülebilirliği bu anlayışı benimsemesi ve uygulamasına bağlıdır. İşletmeler ürettikleri ve pazarladığı mal ve hizmetlere ilişkin tüketici memnuniyet düzeyleri konusunda bilgi sahibi olmaları için (Filiz ve Çemrek, 2008) belli bir emek, zaman ve finansman ayırmaktadır. Sayıları her geçen gün artan restoran işletmeleri de hem müşterilerinin beklenti, ihtiyaç ve isteklerini karşılayabilmek hem de varlıklarını devam ettirmek ve yoğun rekabetin yaşandığı endüstri içerisinde ön plana çıkabilmek için müşterilerin tercihlerini dikkate almak durumundadır (Albayrak, 2014). Restoranlar esas itibarıyla tüketicilerin yeme-içme ihtiyaçlarını karşılayan işletmeler olmakla birlikte (Koçak, 2004; Yılmaz, 2007; Bölükoğlu, 2007), tüketicilerin dinlenme, eğlenme ve sosyalleşme gibi ihtiyaçlarına da cevap verebilmektedir. Günümüzde geleneksel restoranlar yanında fast food türü restoranlar da yoğun bir şekilde tüketicilere hizmet vermeye başlamıştır (Sürücüoğlu ve Çakıroğlu, 2000; Gül ve ark., 2003). Fast food (hızlı hazır yemek sistemi) az zamanda çok sayıda tüketiciye hizmet veren, standart yöntemlerle hazırlanmış besinlerin üretildiği ve satıldığı bir yemek sistemidir (Anıl ve ark., 2011; Yazıcıoğlu ve ark., 2013). Fast food endüstrisi; evde 2 hazırlamak veya alıcıların hemen tüketmeleri amacıyla paketlenmiş olarak restoranlarda veya diğer perakende mağazalarda tüketicilere satılan hızlı yemeklerin tedarik işiyle uğraşan endüstri olarak tanımlanabilir (Korkmaz, 2005). Bu sektörün belirleyici özellikleri aşağıda bulunmaktadır (Koçak, 2004). - İşletmelerin konusu genellikle bir ürün (örneğin, hamburger), bir ürün dizisi (örneğin, pizza), ya da bir ülkenin ürünleridir (örneğin, Çin mutfağı). - İşletmeler genellikle büyük bir zincire aittir veya imtiyaz sahibidirler. - Ürün çok iyi pazar-

lanmaktadır: Örneğin, dekor, atmosfer, standart kalite, paket servis için özel kular. - Belirli bir fiyat aralığı -Kullanılan malzemeler: Genellikle kullanılması pratik ürünlerdir (örneğin, dondurulmuş patates, yoğunlaştırılmış şuruplar) -Yiyeceğin üretim yöntemi kısmen veya tamamen otomatiktir. - Yiyecek servisi yöntemi sade ve basittir. Dışarıda yemek yeme konusunda dikkate alınması gereken üç önemli faktör bulunmaktadır. Bunlar tüketicilerin dışarıda yemek yeme amaçları, yemek seçim kriterleri ve restoran seçim tercihleridir. Tüketiciler fizyolojik, psikolojik, ekonomik ve sosyal nedenlerle dışarıda yemek yemeye karar verirken; kişi ile ilgili faktörler, yemekle ilgili faktörler ve çevresel faktörler yemek seçim kararını etkileyebilmektedir (Özdemir, 2010). Tüketicilerin restoran tercihlerini (geleneksel veya fast food restoranlar) etkileyen başlıca faktörler arasında demografik özellikler (Yen, 1993; Akbay ve ark., 2007; Filiz ve Çemrek, 2008; Unur ve Kaya, 2010; Unur ve Gök, 2012; Yüksekbilgili, 2014), ortam, konum-yakınlık (Bhuiyan, 2000; Law ve ark., 2004 ;Yen, 2005; Kim ve Bergman, 2010; Albayrak, 2014), yemek lezzeti, tazeliği, besin değeri ve kalitesi (Kara ve ark., 1995; Law ve ark., 2004; Park, 2004; Schröder ve McEachern, 2005; Yen, 2005; Özçelik ve ark., 2007;Filiz ve Çemrek, 2008; Kim ve Bergman, 2010; Inkumsah, 2011; Munhurrun, 2012; Yardımcı ve ark., 2012; Akkuş ve Cengiz, 2013), servis hızı ve kalitesi (Park, 2004; Filiz ve Çemrek, 2008; Yüksekbilgili, 2014), personel özellikleri ve müşterilerle olan ilişkileri (Law ve ark., 2004; Park, 2004;Filiz ve Çemrek, 2008; Kim ve Bergman, 2010; Inkumsah, 2011; Demirci, 2012; Munhurrun, 2012;Albayrak, 2014), fiyat (Park, 2004; Yen, 2005; Akbay ve ark., 2007; Özçelik ve ark., 2007; Unur 3 ve Kaya, 2010; Yüksekbilgili, 2014) ve sağlık kaygıları ve temizlik (Kara ve ark., 1995; Bhuiyan, 2000; Park, 2004; Korkmaz, 2005; Akbay ve ark., 2007; Filiz ve Çemrek, 2008; Unur ve Kaya, 2010; Yardımcı ve ark., 2012; Albayrak, 2014) sayılabilir. Çalışmanın başlıca amacını Van İli İpek yolu İlçesinde hane halklarının ev dışı yemek tüketim alışkanlıkları belirlemektir. Bu kapsamda, özellikle ailelerin restorana gitme sıklıkları, restoran seçimini etkileyen faktörler, tercih ettikleri yemekler ve restoranlardan memnuniyet durumu üzerinde durulmuştur. Yörede hane halklarının ev dışı tüketim alışkanlıklarını inceleyen bilimsel bir çalışmaya rastlanmamış olması, bu çalışmanın gerekçesini ve önemini göstermektedir.

LİTERATÜR İNCELEMESİ

Akkuş ve Cengiz (2013), Erzurum ilinde beş yıldızlı otel restoranlarında müşteri memnuniyetini belirlemek için 212 tüketici ile yaptıkları anket çalışmasında, müşteri memnuniyetine etki eden en önemli faktörün yemek kalitesi olduğunu, bunu sırasıyla hizmet kalitesi, fiyat ve besin değerinin izlediğini belirtmişlerdir.

Demirci (2012), 400 turist ile konaklama işletmelerinin restoranlarında verilen hizmetlere ilişkin memnuniyet düzeylerinin belirlenmesi amacıyla yaptığı anket çalışmasında, yerli ve yabancı turistlerin memnun olduğu en önemli faktörün personel ilgisi olduğunu belirtmiştir. Çalışmada, yerli ve yabancı turistlerin restoranlarda sunulan hizmetlerle ilgili memnuniyet düzeyleri arasında farkın önemli olduğunu ifade edilmiştir.

Hamşioğlu (2013), 600 kişi ile yaptığı anket çalışmasında, tüketicilerin fast food tüketiminin başlıca nedenleri arasında zaman tasarrufu, kolaylık, lezzet ve fiyat faktörlerin olduğunu belirtmiştir. Inkumsah (2011), Gana'nın Greater Accra Bölgesinde 200 tüketici ile yaptığı anket çalışmasında, tüketicilerin restoran seçimlerinde en önemli faktörün hizmet kalitesi olduğunu (personelin müşteriye ilgisi, etkin personel, personelin yemekler hakkındaki bilgisi), bunu yemek kalitesi ve fiyat faktörlerinin izlediğini belirtmiştir.

Law ve ark. (2004), Bekleme zamanı, personelin müşteriye ilgisi, ortam, yer genişliği ve yemek kalitesi gibi faktörlerin tüketicilerin fast food restoranlardan memnuniyeti ve bu restoranlarda yemek yeme sıklığı üzerinde önemli düzeyde etkili olduğunu belirtmişlerdir. McCracken ve Brandt (1987), Ev dışı gıda tüketimini etkileyen başlıca faktörlerin hane halkı geliri, zaman tasarrufu, aile büyüklüğü ve yapısı, ev dışı gıda tüketiminin gerçekleştirdiği ortamlar olduğunu; bu faktörlerin tüketimi etkileme derecesinin ise ev dışı gıda tesislerinin türüne (geleneksel restoranlar ve hazır yemek restoranları) bağlı olduğunu belirtmişlerdir.

Sürücüoğlu ve Çakıroğlu (2000), Ankara Üniversitesi öğrencilerinin hızlı hazır yiyecek tercihlerini belirlemek üzere toplam 886 öğrenci ile yaptıkları anket çalışmalarında, öğrencilerin büyük ölçüde geleneksel lokantaları hızlı hazır yemek (fast food) lokantalarına tercih ettiklerini belirtmişlerdir

Sağlıker (2010), Adana ilinde 259 aile ile yaptığı anket çalışmasında, hazır gıda tüketimini etkileyen başlıca faktörlerin ailenin ortalama gelir düzeyi ile anenin statü ve eğitim düzeyi olduğunu belirtmiştir. Tüketicilerin hazır yiyecekleri satın almasının başlıca nedenleri ise zaman tasarrufu, hazırlama kolaylığı, çeşitlilik ve sosyalleşme olarak belirtmiştir. Sayılı ve Gözener (2011), Gaziosmanpaşa üniversitesinde 297 öğrenci ile yaptıkları anket çalışmasında, öğrencilerin çoğunun (%71.38) fast food tükettiğini, fast food tüketimlerini büyük bir çoğunlukla yerleşke dışındaki yerlerde yaptığını ve en fazla tercih edilen fast food türünün döner dürüm olduğunu belirtmişlerdir

Yen (2005), Oklohama State Üniversitesinin (Amerika Birleşik Devletleri) yemek tesisleri ile ilgili olarak 770 kişi ile yaptığı anket çalışmasında, tüketicile-

rin genel memnuniyet likert ölçeği ortalamasını 3.23 olarak hesaplamış ve tüketicilerin yemek tesislerinden belli ölçüde memnun olduklarını belirtmiştir. Genel memnuniyet endeksi içinde yer alan başlıca değişkenler; uygun yerleşim yeri, kısa yürüme mesafesi, tesis atmosferi, yöneticilerin ilgisi, yemek tadı (kalitesi) ve yemek tesislerindeki konfor olarak sayılmıştır. Çalışmada uygun park yerleri, makul fiyat ve fiyat-kalite paritesi gibi değişkenlerin beklentileri yeterince karşılamadığı ve bu özelliklerin likert ölçek ortalamasının 2.75 ile 2.81 arasında değiştiği ifade edilmiştir.

Yardımcı ve ark. (2012), Ankara’da farklı üniversitelerde okuyan 401 öğrenci ile yaptıkları anket çalışmalarında, öğrencilerin % 98’inin fast food restoranlara gittiklerini ve fast food restoranlara giden öğrencilerin ise % 43.8’inin hem hafta içi ve hem de hafta sonu bu restoranlara gitmeyi tercih ettiklerini belirtmişlerdir. Öğrencilerin en fazla 11 tercih ettikleri fast food yemeklerinin pizza (285 puan), tavuk döner (278 puan) ve hamburger (273 puan) olduğu belirtilen çalışmada, fast food restoranların öncelikli olarak tercih nedenleri arasında yemek tadı (% 72.1), temizlik ve hijyen (% 70.8) ve yemek kalitesi (% 63.3) faktörlerinin olduğunu belirtmişlerdir. Yüksekbilgili (2014), 1298 kişiyle yaptıkları anket çalışmasında; tüketicilerin restoran tercihlerinde servis ve sunum, garson kıyafet ve davranışları, dış görünüş, fiyat, otopark imkânları, tavsiye, müzik, sakinlik ve reklam faktörlerini dikkate aldıklarını; yaş, cinsiyet ve eğitim düzeyleri ile restoran tercih kriterleri arasındaki ilişkinin önemli olduğunu belirtmiştir.

ARAŞTIRMA YÖNTEMİ

Çalışmanın ana kitlesini Van İli İpekyolu İlçesinde yaşayan hane halkı toplamı oluşturmaktadır. 2014 yılı itibarıyla adrese dayalı nüfus kayıt sistemine göre Van İli Merkez İpekyolu İlçesi nüfusu 279.660 kişidir (TÜİK, 2015a). 2012 yılı itibarıyla Van İlinde ortalama hane büyüklüğünün 6.4 kişi olduğu dikkate alındığında (TÜİK, 2015b). Van İli İpekyolu İlçesinde toplam hane halkı sayısı 43.663 adet olmaktadır. Ana kitleyi temsil eden örnek hacmi aşağıdaki sonlu ana kitleler örnekleme yönteminden faydalanılarak 96 hane halkı olarak belirlenmiştir. Örnek hacminin bulunmasında % 90 güven, aralığı ve 0.1 hata payı kullanılmıştır (Miran, 2003). Veriler anket yöntemi ile tesadüfi olarak toplanmıştır.

Veriler SPSS paket programı (Statistical Packet for Social Science-Sosyal Bilimler için İstatistik Paket Programı) kullanılarak analiz edilmiştir. Extrem (uç) değerleri belirlemek ve gerekli maddi hataları düzeltmek için veriler analiz edilmeden önce Outlier Testi yapılmıştır.

ARAŞTIRMA BULGULARI

Sosyo-Demografik Bulgular

Anket yapılan tüketicilerin (96 kişi) % 77.08'i erkek ve % 22.92'si kadın nüfustan oluşmaktadır. Anket yapılan tüketicilerin % 71.88'i evli, % 21.88'i bekâr ve % 6.25'i ise dul ve boşananlardan oluşmaktadır. Anket yapılan tüketicilerin % 55.21'i evli, % 22.92'si bekar, % 14.58'i çocukları evlilerden oluşmaktadır. Bunu sırası ile % 4.17 ile ayrı yaşayan çiftler ve % 3.13 ile yeni evliler izlemektedir.

Akbay ve Boz (2005), Kahramanmaraş Merkez İlçede 240 aile ile yaptıkları anket çalışmalarında, ailelerin %83.5'inin anne-baba ve evlenmemiş çocukların bir arada olduğu çekirdek ailelerden oluştuğunu belirtmişlerdir. Gül ve ark. (2003), Adana ili kentsel alanda 377 hane halkı ile yaptıkları anket çalışmalarında, ailelerin % 89.4'ünün anne-baba ve evlenmemiş çocukların bir arada yaşadığı çekirdek ailelerden oluştuğunu belirtmişlerdir. Anket yapılan tüketicilerin ortalama yaşı 39.58 yıl, ailedeki birey sayısı 4.76 kişi, çocuk sayısı 2.68 kişidir. Anket yapılan tüketicilerin % 45.83'ü 35-50 yaş grubunda bulunmaktadır. Bunu sırasıyla % 19.79 ile 19-27 yaş grubu ve % 18.75 ile 51 ve üstü yaş grubu izlemektedir. 28-34 yaş grubunda anket yapılan tüketicilerin oranı ise % 15.63'dür. Anket yapılan tüketicilerin %20.83'ü memurlardan oluşmaktadır. Bunu sırası ile %19.79 ile işçi, %18.75 ile esnaf, %16.67 ile serbest meslek, %13.54 ile öğrenci, % 6.25 ile emekli ve % 4.17 ile ev hanımları izlemektedir. Anket yapılan tüketicilerin % 60.42'si ön lisans ve lisans eğitimlerine devam etmekte veya mezun durumdadır. Bunu % 29.17 ile lise eğitimine devam eden veya mezun durumda olanlara ve % 5.21 ile yüksek lisans yapan veya mezun olanlar izlemektedir. Eğitim düzeyinin yüksek çıkması anketlerin aile reisinin yanında, diğer aile bireyleri (gençler dahil) ile de yapılmış olmasından kaynaklanmaktadır.

Akbay ve Boz (2005), Kahramanmaraş Merkez İlçede 240 aile ile yaptıkları anket çalışmalarında, ailelerde babaların %29.6'sının üniversite, %31.8'inin ise lise mezunu olduğunu belirtmişlerdir. Anket yapılan tüketici eşlerinin % 29.17'si lise mezunudur. Anket yapılan tüketici eşlerinin % 26.39'u lisans, % 25'i ilköğretim ve %15.28'i ise ortaokul mezunudur. Akbay ve Boz (2005), Kahramanmaraş Merkez İlçede 240 aile ile yaptıkları anket çalışmalarında, annelerin %19.6'sının okuma yazma bilmediği veya sadece okur yazar olduğu, %37.9'unun ise sadece ilköğretim mezunu, %25.8'inin ortaokul ve lise mezunu ve % 16.7'sinin de yüksek okul mezunu olduklarını belirtmişlerdir. Gül ve ark.(2003), Adana ili kentsel alanda 377 hane halkı ile yaptıkları anket çalışmalarında, annelerin yarısına yakınının (%46,9) ilköğretim mezunu, %20,8'ini lise mezunu, ve % 13.1'inin ise yüksek okul mezunu olduğunu belirtmişlerdir.

Ev Dışı Yemek Alışkanlıklarına İlişkin Bulgular

Anket yapılan tüketicilerin $\frac{3}{4}$ 'ünden fazlası (% 84.38) restoranlara ailece gitmektedir. Anket yapılan tüketicilerin yarısından fazlasının (% 55.21) ev dışı yemek tüketim alışkanlıklarını kazanmalarında arkadaş faktörü etkili olmuştur. Bunu, % 20.83 ile çocukların, % 11.46 ile eşin, % 7.29 ile anne-babanın etkili olduğunu belirten tüketiciler izlemektedir. Anket yapılan tüketicilerin yarısı (% 50) hafta sonunda ve % 41.67'si hem hafta içinde ve hem de hafta sonunda restoranlara gitmektedir. Sadece hafta içinde restoranlara giden tüketicilerin oranı ise % 8.33'tür. Hafta sonunda restoranlara giden tüketicilerin oranı gelir gruplarına paralel olarak azalmakta iken, hem hafta içi ve hem de hafta sonu restoranlara gidenlerin oranı gelir gruplarına orantılı olarak artmaktadır. Anket yapılan tüketicilerin yarısından fazlası (% 55.21) özel istekleri nedeniyle restoranları tercih etmektedir. Bunu % 15.63 ile özel aile organizasyonu, % 11.46 ile evde yemek olmaması ve % 10.42 ile arkadaş toplantısı nedeniyle restoranları tercih edenler izlemektedir. Albayrak (2014), İstanbul'da 353 kişi ile yaptıkları anket çalışmasında, tüketicilerin %28.4'in aile, arkadaş ve tanıdıklarla birlikte olmak amacıyla restorana gittikleri, bunu % 15.4 ile iş, kutlama gibi özel nedenler, % 12.2 ile ekonomik olması, % 10.7 ile farklılık oluşturmaları, % 9.1 ile zaman tasarrufu, %9,1 ile eğlenme, % 6.9 ile sosyalleşme nedeniyle gittiklerini belirtmiştir.

Tüketicilere Göre Ailece Gidebilecekleri Restoranların Avantajları

Anket yapılan tüketiciler ailece gidebilecekleri restoranların avantajları konusunda; farklı yemek alternatifleri sunması (likert ölçeği ortalaması 3.65), misafirleri ev dışında yemeğe götürebilme (likert ölçeği ortalaması 3.42) ve ailenin bir araya gelmesine vesile olması (likert ölçeği ortalaması 3.36) faktörlerini fazlasıyla önemli görmektedir. Tüketiciler restoranların toplantı ve düğün organizasyonlarının yapılabilmesine imkân tanınmasını da belli ölçülerde avantaj olarak görmektedir.

Tüketicilerin Sıklıkla Ev Dışında Yemek Yememe Nedenleri

Anket yapılan tüketicilerin ailece sıklıkla ev dışında yemek yememe nedenleri konusundaki görüşleri konusunda sağlık ve hijyen faktörünü (likert ölçeği ortalaması 3.13) fazlasıyla önemsemektedir. Anket yapılan tüketiciler alışkanlık (likert ölçeği ortalaması 2.14), fiyat yüksekliği (likert ölçeği ortalaması 2.37), ortamı beğenmeme (likert ölçeği ortalaması 2.29), hizmeti yetersiz bulma (likert ölçeği ortalaması 2.43) faktörlerine belli ölçülerde önem vermektedir. Gül ve ark. (2003), Adana ili kentsel alanda 377 hane halkı ile yaptıkları anket çalışmalarında, ev dışı gıda tüketimi yapamamalarının başlıca nedenlerini % 30 ile alış-

kanlık, % 25.2 ile fiyatların yüksekliği, % 18.5 ile yemek yenilen mekanların fiziksel ve sosyal ortamını beğenmeme faktörleri olarak saymışlardır. Sağlıker (2010), Adana ilinde 259 hane halkı ile yaptığı anket çalışmasında, tüketicilerin % 67'ü fiyatların yüksekliği, % 60'ü alışkanlık, % 55'i her zaman aynı kaliteyi bulamama, % 55'i annenin yemek pişirmeye yeterince vakti olması, % 62'i besin değerini düşük bulmaları, % 61'i ürünlerin taze olmaması, % 69'u ürünler sağlıklı ve hijyenik bulmaması, % 49'u ürün çeşidinin sınırlı olması, % 47'si servis kalitesinin yetersiz olması, % 50'si uzun süre oturma imkanı olmaması, % 48'i farklı ortamlarda yemek yemekten hoşlanması nedeniyle ev dışında hazır gıda tüketemediklerini belirtmişlerdir.

Tüketicilerin Ev Dışında Yemek Yeme Nedenleri

Anket yapılan tüketicilerin ev dışında yemek yeme nedenleri konusundaki görüşleri bakımından, kolaylık (likert ölçeği ortalaması 3.52), değişik ortamlarda yemek yeme isteği (likert ölçeği ortalaması 3.24) ve çocuk tercihi (likert ölçeği ortalaması 3.21) faktörlerine fazlasıyla önem vermektedir. Tüketiciler zaman kısıtlaması (likert ölçeği ortalaması 3.09), özel kutlamalar (likert ölçeği ortalaması 3.02), eş isteği (likert ölçeği ortalaması 3.02) faktörlerini de belli ölçülerde önemsemektedir.

McCracken ve ark. (1987), Ev dışı gıda tüketimini etkileyen başlıca faktörlerin hane halkı geliri, zaman tasarrufu, aile büyüklüğü ve yapısı, ev dışı gıda tüketiminin gerçekleştirildiği ortamlar olduğunu; bu faktörlerin tüketimi etkileme derecesinin ise ev dışı gıda tesislerinin türüne (geleneksel restoranlar ve hazır yemek restoranları) bağlı olduğunu belirtmişlerdir. Yen (1993), Çalışan kadınların bulunduğu ve gelir düzeyi yüksek olan hane halkının göreceli olarak daha fazla ev dışı tükettiklerini; kadınların yaşının ve aile büyüklüğünün tüketim düzeyinde etkili olduğunu belirtmiştir.

Gül ve ark. (2003). Adana ili kentsel alanda 377 hane halkı ile yaptıkları anket çalışmasında, ev dışı gıda tüketimi yapan ailelerin yarısından fazlasının zaman kısıtlılığı ve hazırlamada kolaylık ve %28.7'sinin değişik mekanlarda yemek yeme isteği nedeniyle ev dışında gıda tükettiklerini belirtmişlerdir. Akbay ve ark. (2005). Kahramanmaraş Merkez İlçede 240 aile ile yaptıkları anket çalışmalarında, eğitim ve ücret düzeyi yüksek olan ve annenin ücretli olarak çalıştığı ailelerin genellikle daha sık ve fazla miktarda ev dışı tüketimde bulunduğuna dikkat çekilmiştir. Adana ilinde 259 aile ile yapılan diğer bir çalışmada ev dışı hazır gıda tüketimlerine etki eden başlıca faktörler arasında ortam koşulları ve rahatlığı, sosyal ortamda bulunma, servis kalitesi ve özel günleri kutlamak olarak sayılmıştır (Sağlıker, 2010).

Tüketicilerin Geleneksel Restoranları Tercih Nedenleri

Anket yapılan tüketiciler geleneksel restoranları tercih nedenleri konusundaki görüşleri bakımından yemeklerin damak tadına uygun ve doyurucu olması (likert ölçeği ortalaması 3.78), özel hazırlanmış mekânlar olması (likert ölçeği ortalaması 3.51), müşterilerle özel olarak ilgilenilmesi (likert ölçeği ortalaması 3.48) faktörlerine fazlasıyla önem vermektedir. Tüketiciler araç park yerlerinin olması (likert ölçeği ortalaması 3.06), masada ödeme imkânının olması (likert ölçeği ortalaması 2.95) ve çocuk oyun alanlarının olması (likert ölçeği ortalaması 2.57) faktörlerini belli ölçüde benimsemektedir.

Tüketicilerin Geleneksel Restoranlarla İlgili Karşılaştıkları Sorunlar

Anket yapılan tüketicilerin geleneksel restoranlarla ilgili karşılaştıkları sorunlar konusundaki görüşleri bakımından tüketiciler yöresel yemeklere gereken önemin verilmemesi (likert ölçeği ortalaması 3.21) ve çalışanların eğitim düzeylerinin düşük olması (likert ölçeği ortalaması 3.19) faktörlerini fazlasıyla önemli bulmaktadır. Anket yapılan tüketiciler çocuklara yönelik etkinliklerin olmaması (likert ölçeği ortalaması 2.55), geniş mekânların olmaması (likert ölçeği ortalaması 2.53), fiyatların yüksekliği (likert ölçeği ortalaması 2.41) ve yemek kalitesinde standart oluşturulamaması (likert ölçeği ortalaması 2.35) faktörlerini ise belli ölçülerde benimsemektedir.

Yen, (2005), Oklohama State Üniversitesinin (Amerika Birleşik Devletleri) yemek tesisleri ile ilgili olarak 770 kişi ile yaptığı anket çalışmasında, uygun park yerleri, makul fiyat ve fiyat-kalite paritesi gibi değişkenlerin beklentileri yeterince karşılamadığı ve bu özelliklerin likert ölçek ortalamasının 2.75 ile 2.81 arasında değiştiğini ifade etmiştir.

Tüketicilerin Geleneksel Restoranlardan Beklentileri

Anket yapılan tüketicilerin geleneksel restoranlarla ilgili beklentileri konusundaki görüşleri bakımından, nitelikli eleman çalıştırılması (likert ölçeği ortalaması 3.90), yemek kalitesine özen gösterilmesi (likert ölçeği ortalaması 3.60), geniş ve alternatifli salonların oluşturulması (likert ölçeği ortalaması 3.35), araç park yerlerinin oluşturulması (likert ölçeği ortalaması 3.32), çocuk oyun alanları oluşturulması (likert ölçeği ortalaması 3.28) ve fiyatların makul düzeyde tutulması (likert ölçeği ortalaması 3.19) faktörlerine fazlasıyla önem vermektedir. Tüketiciler müşteri servis araçları olmasını ise belli ölçülerde önemsemektedir.

Koçbek (2005), Eskişehir ilinde 110 restoran müşterisi ile yaptığı anket çalışmasında, müşterilerin yiyecekler konusundaki en yüksek beklentisinin yiyecek-

lerin tazeliği, hizmet kalitesi ve personelin davranış biçimleri olduğunu belirtmiştir. Akkuş ve Cengiz (2013), Erzurum ilinde beş yıldızlı otel restoranları müşterisi 212 kişi yaptıkları anket çalışmalarında, tüketicilerin yüksek hizmet standardı, temizlik, konfor, aktivitelerin çeşitlendirilmesi, kaliteli yemek ve personelin ilgi, bilgi ve yeterliliği konusunda bir beklenti içinde olduklarını belirtmişlerdir.

Tüketicilerin Fast Food Restoranları Tercih Nedenleri

Anket yapılan tüketicilerin fast food restoranları tercih nedenleri konusundaki görüşleri bakımından, çocuk tercihi (likert ölçeği ortalaması 3.67) ve merkezi yerlerde olması (likert ölçeği ortalaması 3.05) beklentilerini fazlasıyla önemli bulmaktadır. Anket yapılan tüketiciler yemeklerin lezzetli olması (likert ölçeği ortalaması 2.84), özel hazırlanmış mekânlar olması (likert ölçeği ortalaması 2.82), fiyatların uygun olması (likert ölçeği ortalaması 2.64) ve müşteri kitlesi (likert ölçeği ortalaması 2.40) beklentilerini belli ölçülerde önemsemektedir.

Anket yapılan tüketicilerin fast food restoranları tercih nedenleri konusundaki görüşleri bakımından, müşteri kitlesi, merkezi yerlerde olması, yemeklerin lezzetli olması ve fiyatların uygun olması faktörlerine verilen önem düzeyi gelir gruplarına paralel bir şekilde azalırken, çocukların tercihi faktörüne verilen önem ise gelir düzeyine orantılı bir şekilde artmaktadır.

Bhuian (2000), Suudi Arabistan’da 250 tüketici ile yaptığı anket çalışmasında, temizlik (likert ölçeği ortalaması 4.29), tad (likert ölçeği ortalaması 3.96), samimi ortam (likert ölçeği ortalaması 3.77), hız (likert ölçeği ortalaması 3.71), yer-konum (likert ölçeği ortalaması 3.43), besin değeri (likert ölçeği ortalaması 3.35), fiyat (likert ölçeği ortalaması 3.23) gibi faktörlerin tüketicilerin fast food tercihlerini önemli düzeyde etkilediğini belirtmiştir. Heerden ve ark. (2000), Güney Afrika’da 200 fast food tüketicisi ile yaptıkları anket çalışmalarında, müşteri hizmeti ve çalışanların ilgisinin tüketicilerin fast food tercihlerinde en önemli faktörler olduğunu belirtmiş ve bu faktörlerin aynı zamanda firma imajının oluşmasında da etkili olduğuna dikkat çekmişlerdir. Park (2004), Kore’de 279 fast food tüketicisi ile yaptığı anket çalışmasında, Fast food tercihlerinde en önemli faktörler arasında yemek tadı (likert ölçek ortalaması 4.45), temizlik (likert ölçeği ortalaması 4.34), personel ilgisi (likert ölçeği ortalaması 4.18), hızlı servis (likert ölçeği ortalaması 4.05), tesisler (likert ölçeği ortalaması 4.03) ve yemek çeşitliliği (likert ölçeği ortalaması 3.89) olarak saymıştır.

Özçelik ve ark. (2007), Ankara’nın Kızılay semtinde fast food ve büyük alışveriş merkezlerine dışarıda yemek yeme amacıyla gelen 18 yaş ve üstü yaş grubunda bulunan 400 tüketici ile yaptıkları anket çalışmasında, tüketicilerin fast

food tercihlerini öncelikli olarak belirleyen faktörler arasında, fast food yemekleri sevmesi, lezzetli olması, fiyatların uygun olması ve yemeklerin hazır olması veya hızlı bir şekilde hazırlanması olarak saymışlardır. Tayfun ve ark.(2008), öğrencilerin hazır yemek (fast food) restoranlarını tercih etmelerini etkileyen başlıca faktörler arasında restoranın menşei, işletme imajı ve fiziksel şartları saymışlardır. San (2009), 450 tüketici ile yaptığı anket çalışmasında, fast food tercihinin etkileyen en önemli faktörün heveslilik faktörü olduğunu, bunu güvenilirlik, fiziksel unsurlar, görsel çekicilik ve ulaşılabilirlik faktörlerinin izlediğini belirtmiştir. Unur ve Kaya (2010), Mersin ilinde 148 kişi ile yaptığı anket çalışmalarında, tüketicilerin fast food ürünlerini satın alırken temizlik, gıda güvenliği, hizmet kalitesi, ucuzluk, doyuruculuk, lezzet ve fiziksel şartların uygunluğu (aydınlatma, iklimlendirme vb. gibi) faktörleri dikkate aldıklarını belirtmişlerdir.

Tüketicilerin Fast Food Restoranlarda Karşılaştıkları Sorunlar

Anket yapılan tüketicilerin fast food restoranlarda karşılaştıkları sorunlar konusundaki görüşleri bakımından, yerel yemeklerin olmaması (likert ölçeği ortalaması 3.36) ve araç park yerlerinin olmaması (likert ölçeği ortalaması 3.27) faktörlerine fazlasıyla önem vermektedir. Tüketiciler geniş mekânların olmaması (likert ölçeği ortalaması 3.08) ve çok kalabalık olması (likert ölçeği ortalaması 3.06), çocuklara yönelik etkinliklerin olmaması (likert ölçeği ortalaması 2.91) ve çalışanların eğitim düzeylerinin düşük olması düşük olması (likert ölçeği ortalaması 2.84) faktörlerini belli ölçüde önemsemektedir. Tüketicilerin çocuklara yönelik etkinliklerin olmaması ve araç park yerlerinin olmaması faktörlerine verdikleri önem gelir düzeyine paralel olarak artmaktadır.

Kayısoğlu ve İöz (2012), 900 öğrenci ile fast food tercihlerini belirlemek üzere yaptıkları anket çalışmalarında, eğitim düzeyi ile fast food tercih nedenleri ve tüketim sıklığı arasında arasındaki ilişkinin önemli olduğunu; eğitim düzeyine orantılı olarak fast food yemekleri tercih etme oranının düştüğünü belirtmişlerdir.

Tüketicilerin Fast Food Restoranlardan Beklentileri

Anket yapılan tüketicilerin fast-food restoranlardan beklentileri konusundaki görüşleri bakımından, tüketiciler hızlı servisin aksamaması (likert ölçeği ortalaması 3.98), yemek kalitesine özen gösterilmesi (likert ölçeği ortalaması 3.87), araç park yerlerinin oluşturulması (likert ölçeği ortalaması 3.85), geniş mekânların oluşturulması (likert ölçeği ortalaması 3.64), çocuk oyun alanlarının oluşturulması (likert ölçeği ortalaması 3.44) ve fiyatların makul düzeyde tutulması (likert ölçeği ortalaması 3.44) beklentilerini fazlasıyla önemli bulmaktadır. Geniş mekânların oluşturulması, yemek kalitesine özen gösterilmesi, fiyatlar ve fiyatların makul düzeyde tutulması faktörlerine verilen önem gelir gruplarına paralel

olarak azalmaktadır. Araç park yerlerinin oluşturulması ve çocuk oyun alanlarının oluşturulması faktörlerine verilen önem gelir gruplarına orantılı olarak artmaktadır.

San (2009), 450 tüketici ile yaptığı anket çalışmasında, tüketicilerin fast food restoran işletmelerinin hizmet kalitesini geliştirmeleri için müşteriyle birebir ilişkide olan personelin eğitimine daha fazla önem vermeleri ve restoranların görsel çekiciliği ve ulaşılabilirliğinin artırılması konusunda bir beklenti içinde olduğunu belirtmiştir. Sayılı ve Gözener (2011), Gaziosmanpaşa üniversitesinde 297 öğrenci ile yaptığı anket çalışmasında, öğrencilerin fast food tüketim merkezlerinde sunulan menülerin daha sağlıklı hale gelebilecek şekilde (taze meyve-sebze, taze sıkılmış meyve-sebze suyu, salata gibi) düzenlenmesi konusunda bir beklenti içinde olduğunu belirtmişlerdir.

Tüketicilerin Restoranlara Gitme Sıklığı ve Amaçları

Anket yapılan tüketiciler genellikle restoranlara yemek yeme amacıyla (likert ölçeği ortalaması 4.21) gitmektedir. Tüketiciler zaman zaman toplantı (likert ölçeği ortalaması 2.52), özel günler (likert ölçeği ortalaması 3.11), servis hizmetleri (likert ölçeği ortalaması 2.97) ve yöresel yemekler (likert ölçeği ortalaması 2.67) için restoranlara gitmektedir. Tüketicilerin yemek yeme, toplantı, özel günler, servis ve yöresel yemek yeme amacıyla restoranlara gitme sıklığı gelir gruplarına paralel bir şekilde artmaktadır.

Tüketiciler yöresel yemekler olarak kahvaltıyı ifade etmektedirler. Van kahvaltısı müşterilere farklı bir “dışarıda yemek” alternatifi oluşturmaktadır.

Park (2004), Kore’de 279 fast food tüketicisi ile yaptığı anket çalışmasında, tüketicilerin ev dışında yemek tüketiminin başlıca amacının haz ve fayda olduğunu; haz amacıyla yemek tüketiminin duygular, hızlı servis, temizlik, yemek tadı, personel ilgisi ve tesislerle pozitif bir ilişkiye sahip olduğunu; fayda amacıyla yemek tüketiminin ise uygun fiyat, hızlı servis ve promosyon teşvikleri ile pozitif bir ilişki içinde olduğunu belirtmiştir.

Özdemir (2010), tüketicilerin dışarıda yemek yeme amaçlarının fizyolojik, psikolojik, ekonomik ve sosyal boyutlarla açıklanabileceğini belirtmiştir. Sağlıker (2010), Adana ilinde 259 aile ile yaptığı anket çalışmasında, tüketicilerin hazır yiyecekleri satın almasının başlıca nedenleri arasında zaman tasarrufu, hazırlama kolaylığı, çeşitlilik ve sosyalleşme faktörlerini saymıştır. Unur ve Gök (2012), Mersin ilinde 1103 tüketici ile yaptıkları anket çalışmalarında, fast food tüketim nedenlerini kişisel farklılık, yemek yapabilme becerisi, zorunluluk ve eşlik edenler etkileri olmak üzere 4 faktör olarak saymışlardır.

Tüketicilerin Restoranlarla İlgili Gelişmeleri Takip Ettiği Kaynaklar

Anket yapılan tüketiciler restoranlarla ilgili gelişmeleri daha çok arkadaş tavsiyesi (likert ölçeği ortalaması 3.84) bazen internet (likert ölçeği ortalaması 2.35), televizyon (likert ölçeği ortalaması 2.23) ve nadiren de radyo (likert ölçeği ortalaması 2.04) ve gazetelerden (likert ölçeği ortalaması 2.05) takip etmektedir. Tüketicilerin restoranlarla ilgili gelişmeleri takip ettiği kaynakların sıklığı internet ve arkadaş tavsiyesi için gelir gruplarına paralel bir şekilde artmaktadır.

Koçbek (2005), Eskişehir ilinde 110 restoran müşterisi ile yaptığı anket çalışmasında, müşterilerin restoran seçimlerinde en önemli etkenin % 47 ile arkadaş tavsiyesi olduğunu, bunu önceki deneyimlerin izlediğini belirtmiştir. Özata (2010), Restoranlarda akşam yemeği yiyen 100 müşteri ile yaptığı anket çalışmasında, tüketicilerin restoran tercihlerindeki en önemli etkenin arkadaş tavsiyesi olduğunu belirtmiştir. Demirci (2012), 400 turistle yaptığı anket çalışmasında, aile ve arkadaş tavsiyesiyle konaklama işletmelerine gelen yerli turistlerin diğer pazarlama ve tanıtım araçlarıyla gelenlere göre konaklama işletmelerinin restoranlarından daha çok memnun olduğunu belirtmiştir.

Anket yapılan tüketicilerin restoranlarla ilgili gelişmeleri takip ettiği kaynaklar bakımından, gelir düzeyi ile radyo ve gazetelerden takip etme sıklığı arasındaki ilişki istatistiksel olarak ($P<0.05$) anlamlı bulunmuştur.

Anket yapılan tüketicilerin restoranlarla ilgili gelişmeleri takip ettiği kaynaklar bakımından, eğitim düzeyi ile internet, radyo, gazete, arkadaş tavsiyesi ve televizyondan takip etme sıklığı arasındaki ilişki istatistiksel olarak ($P>0.05$) anlamlı bulunmamıştır.

Anket yapılan tüketicilerin restoranlarla ilgili gelişmeleri takip ettiği kaynaklar bakımından, meslek gazete değişkeni arasındaki ilişki istatistiksel olarak ($P<0.05$) anlamlı bulunmuştur.

SONUÇ VE ÖNERİLER

Kişi başına düşen gelir artışı, sosyal ve kültürel değişimler, kadın işgücünün yoğun bir şekilde işgücüne katılımı, ulaşım ve iletişimdeki ilerlemeler, teknolojik gelişmeler, müşteri odaklı pazarlama anlayışı ve zaman, eğlence ve dinlenme konusundaki algı değişimleri tüketicilerin ev dışı yemek yeme alışkanlıklarında önemli değişimlere neden olmaktadır. Bu değişimler daha çok tüketicinin daha sıklıkla ev dışında yemek yemesine neden olmaktadır.

Günümüzde tüketicilerin ev dışı yemek tüketim taleplerini karşılayan restoranlar faaliyetlerini yoğun bir rekabet ortamında gerçekleştirmektedir. Kârlılık ve

sürdürülebilirlik açısından, bu işletmelerin, müşteri memnuniyetini esas alan pazarlama anlayışını benimsemeleri zorunlu görülmektedir. İşletmelerin amaçlarına ulaşmasında, tüketici davranış biçimlerinin araştırılması büyük önem taşımaktadır.

Anket yapılan tüketiciler genellikle hem geleneksel ve hem de fast food restoranlardan birlikte yararlanmaktadır (% 89.58). Sadece geleneksel restoranlarda yemek yiyen tüketici oranı % 10.42'dir. Tüketicilerin $\frac{1}{3}$ 'üne yakını (% 30.59) fast food restoranları konumu nedeniyle tercih etmektedir. Yakınlık tüketiciler için zaman tasarrufu sağlamaktadır.

Anket yapılan tüketicilerin % 62.50'si restoranlara aileleriyle ve % 28.13'ü arkadaşları ile birlikte gitmektedir. Bu nedenle, restoranların ailece yemek yenecek donanım ve büyüklükte ve ailenin çeşitli yaş gruplarına hitap edecek eğlence ve dinlenme yerlerinin olması hususunu dikkate alınması gerekmektedir.

Anket yapılan tüketicilerin yarısından fazlasının (% 55.21) ev dışı yemek tüketim alışkanlıklarını kazanmalarında arkadaş faktörü etkili olurken, bunu, % 20.83 ile çocuklar izlemektedir. Tüketici memnuniyetini sağlayarak yeni müşterilerin kazanılmasının mümkün olduğunu söylemek mümkündür. Ayrıca, restoranlarda çocuklara yönelik ortamlara ve etkinliklere daha fazla yer verilmesi satış hacmini arttıracaktır.

Anket yapılan tüketicilerin % 34.38'i restoranlara haftada birkaç kez ve % 21.88'i haftada bir kez gitmektedir. Tüketicilerin yarısından fazlasının haftada en az bir kez restoranlara gittiği anlaşılmaktadır. İlde ev dışında yemek yeme kültürünün belli ölçüde yerleştiği söylenebilir.

Tüketiciler restoranların farklı yemek alternatifleri, misafirleri ev dışında ağırlama ve ailenin bir araya gelmesini sağlamasını sırasıyla 3.65, 3.42 ve 3.36 likert ölçeği ortalaması ile restoranların kendilerine sağladığı avantajlar olarak görmektedir. Öte yandan, tüketiciler ev dışında yemek yememelerinin başlıca nedeni olarak 3.13 likert ölçeği ortalaması ile sağlık ve hijyen konusundaki kaygıları görmektedir.

Tüketiciler geleneksel restoranları tercih etmelerinin başlıca nedenleri olarak sırasıyla 3.78, 3.51 ve 3.48 likert ölçeği ortalaması ile yemeklerin damak tadına uygun ve doyurucu olması, özel hazırlanmış mekânlar olması ve müşterilerle özel olarak ilgilenilmesi faktörlerini görmektedir. Birçok araştırmada yemek kalitesi, restoran ortamı ve personel özelliklerinin restoranların tercih nedeni olduğu belirtilmektedir. İlgili araştırma sonuçları metin içinde verilmiştir. Bu nedenle, bu

üç faktöre işletmelerin özel itina göstermesi müşteri memnuniyeti, dolayısıyla kârlılık ve süreklilik açısından zorunlu görülmektedir.

Fast food restoranların seçiminde etkili olan başlıca faktörler arasında sırasıyla 3.67 ve 3.95 likert ölçeği ortalaması ile çocuk tercihi ve merkezi yerde olmaları bulunmaktadır. Tüketiciler fast food restoranlardan hızlı servis ve yemek kalitesi konusunda sırasıyla 3.98 ve 3.87 likert ölçeği ortalaması ile yüksek bir beklenti içinde bulunmaktadır. Tüketicilerin fast food restoranlarda karşılaştıkları en önemli sorunlar ise sırasıyla 3.36 ve 3.27 likert ölçeği ortalaması ile yerel yemek ve yeterli araç park yerlerinin olmamasıdır.

İlde geleneksel fast food restoran işletmeciliği yaygındır. Kebap, tavuk ve et döner dürüm ile lahmacun ve kıymalı pide en fazla tüketilen ürünlerdir. Bu yemekler, özellikle damak tadı nedeniyle, gençler ile orta yaş ve üstü tüketiciler tarafından da tercih edilmektedir. Bu durum geleneksel restoranlar için önemli bir alternatif pazar oluşturmaktadır.

Çocukların ve gençlerin, genellikle hamburger ve pizza türü ürünleri pazarlayan ulusal ve uluslararası fast food zincirlerini tercih ettikleri söylenebilir. Ulusal ve uluslararası fast food zincirlerinin ilde yatırım potansiyeli bulunmaktadır. Yatırımcıların özellikle yöresel ürünlere (Van kahvaltısı ve yerel yemekler) ağırlık vermeleri gerekmektedir. Ayrıca araçlar için park yerlerinin oluşturulması önemlidir.

Tüketicilerin beklentileri ışığında, yemek, servis ve personel kalitesinin iyileştirilmesi, fiziki ortamın geliştirilmesi, araç park alanlarının genişletilmesi ve yöresel yemeklere belli ölçülerde yer verilmesi sektörün gelişmesi ve müşteri memnuniyeti açısından önemli görülmektedir. Ayrıca, kolaylık, ortam ve çocuk istekleri işletmelerin dikkate almaları zorunlu faktörler arasında sayılabilir.

KAYNAKLAR

- Akbay, C., Boz, İ., 2005. Kahramanmaraş'ta ailelerin ev ve ev dışı gıda tüketim talebi ve tüketici davranışlarının ekonomik analizi. *KSU Fen ve Mühendislik Dergisi*, 8 (1): 122-131.
- Akbay, C., 2005. Kahramanmaraş'ta hanhalklarının gıda tüketim talebi ekonometrik analizi. *KSÜ Fen ve Mühendislik Dergisi* 8(1).114-121.
- Akbay, C., Tiryaki, G.Y., Gül, A., 2007. Consumer characteristics influencing fast food consumption in Turkey. *Food Control* 18, 904–913.
- Anıl, M., Kılıç, O., Başkaya D., Dinçer, M. , Aydın G., 2011. Samsun Ondokuz Mayıs Üniversitesi öğrencilerinin fast food tipi beslenme alışkanlığı, *Samsun Sempozyumu*, Samsun.
- Akkuş, Ç., Cengiz, G., 2013. Beş yıldızlı otel restoranları müşteri memnuniyeti: Erzurum İlinde bir araştırma. *Journal of Yasar University* ,8(31). 5229-5252.
- Albayrak, A., 2014. Müşterilerin restoran seçimlerini etkileyen faktörler: İstanbul örneği. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 25 (2): 190 – 201.
- Balcı, Ü., 2001. *Adana İlinde Konserve Gıda Tüketimi ve Bu Tüketimi Etkileyen Sosyo Ekonomik Faktörler* (yüksek lisans tezi, basılmamış). Ç.Ü. Fen Bilimleri Enstitüsü, Adana.
- Bhuiyan, S. N., 2000. Saudi consumer preference of fast food outlets, *Journal of Food Products Marketing*, 6 (1): 39-52.
- Bölükoğlu, İ., 2007. Restoran işletmelerinde yönetici performansını finansal açıdan etkileyen etmenler, 1. *Ulusal Gastronomi Sempozyumu*, 109, Antalya.
- Candan, B., 1996. *Bir Pazarlama Yöntemi Olarak Franchising : Üniversiteli Öğrencilerin Fast Food Restoranları Tercih Nedenleri Üzerine Erzurum'da Bir Saha Araştırması* (yüksek lisans tezi, basılmamış). Atatürk Üniversitesi , Sosyal Bilimler Enstitüsü, Erzurum.
- Demirci, B., 2012. *Yerli Ve Yabancı Turistlerin Konaklama İşletmelerinin Restoranlarında Verilen Hizmetlere İlişkin Memnuniyet Düzeylerinin Belirlenmesi* (yüksek lisans tezi, basılmamış). Gazi Üniversitesi, Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Turizm İşletmeciliği Eğitimi Anabilim Dalı, Ankara.
- Filiz, Z., Çemrek, F., 2008. Tüketici memnuniyeti analizi ve gıda (fast food) sektöründe bir uygulama , *Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 10 (1): 59-84.
- Gül, A., Akbay, Ö. A., Dölekoğlu, Ö. C., Özel, R., Akbay, C., 2003. *Adana İli Kentsel Alanda Ailelerin Ev Dışı Gıda Tüketimlerinin Belirlenmesi*, Tarımsal Ekonomi Araştırma Enstitüsü, No. 95, Ankara.
- Gül, A., Akbay, C., Özçiçek, C., Özel, R., Akbay, A. Ö., 2007. Expenditure pattern for food away from home consumption in Turkey, *Journal of International Food and Agribusiness Marketing*, 19 (4): 31-43.

- Hamşioğlu, A. B., 2013. Fast food ürünleri satın alan tüketicilerin yaşam tarzlarını belirlemeye yönelik bir uygulama, *International Journal of Economic and Administrative Studies*, 6 (11): 1307-9832.
- Heerden, C. H., Schreuder, A. 2000. Factors that determine the corporate image of South African fast food restaurants, *SAJEMS NS*, Vol 3 (1): 125.
- Inkumsah, W.A., 2011. Measuring customer satisfaction in the local ghanaiian restaurant industry, *European Journal of Business and Management* , Vol 3 (2): 1905-2222.
- Kara, A., Kaynak, E., Küçükemiroğlu, O., 1995. Marketing strategies for fast food restaurants: a customer view, *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 16, 318-324.
- Kaya, D., 2011. *Hızlı Yiyecek Tüketicilerinin Hızlı Yiyecek Tüketme Nedenleri: Mersin Şehir Merkezinde Faaliyet Gösteren Yerel, Ulusal, Uluslar arası Zincir Hızlı Yiyecek İşletme Müşterileri Üzerinde Bir Araştırma* (yüksek lisans tezi, basılmamış). Mersin Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Ana Bilim Dalı, Mersin.
- Kayısoğlu, S., İçöz, A., 2012. Eğitim düzeyinin fast food tüketim alışkanlığına etkisi , *Tekirdağ Ziraat Fakültesi Dergisi, Journal of Tekirdag Agricultural Faculty*, 9 (2): 16-19.
- Kim, Y. S., Bergman, C., 2010. Factors that impact mature customer dining choices in Las Vegas, *Journal of Foodservice Business Research*, 13:178–192.
- Korkmaz, S., 2005. Fast food (hızlı yemek) pazarında rekabetçi stratejilerin etkinliği: üniversite gençliğinin tercihlerinin analizi , *Ticaret ve Turizm Eğitim Fakültesi Dergisi* , 2, 23-24.
- Koçak, N., 2004. *Yiyecek İçecek Hizmetleri Yönetimi*, 2. Baskı, Detay Yayıncılık, Ankara.
- Koçbek, A. D., 2005. *Yiyecek İçecek Sektöründe Hizmet Kalitesi Ve Müşteri Memnuniyeti : Etnik Restoranlara Yönelik Bir Araştırma* (yüksek lisans tezi, basılmamış). Eskişehir Anadolu Üniversitesi , Sosyal Bilimler Enstitüsü, Eskişehir.
- Law, A. Y., Hui, Y. V., Zhao, Ziande, 2004. Modeling repurchase frequency and customer satisfaction for fast food outlets, *International Journal of Quality & Reliability Management*, Vol. 21 (5): 545 – 563.
- Mc Cracken, V. A., Brandt J. A., 1987. Household consumption of food away from-home: total expenditure by type of food facility, *American Journal of Agricultural Economics*, 69 (2): 274-284.
- Miran, B., 2003. *Temel İstatistik*, Ege Üniversitesi Basımevi, İzmir, 297s.

- Munhurrin, P.R., 2012. Perceived service quality in restaurant services: evidence from mauritius, *International Journal of Management and Marketing Research*, Vol. 5 (3): 1-14.
- Mutlu, S., 2007. *Gıda Güvenirliği Açısından Tüketici Davranışları (Adana Kentsel Kesimde Kırmızı Et Tüketimi Örneği)* (doktora tezi, basılmamış). Ç.Ü. Fen Bilimleri Enstitüsü, Adana.
- Özçiçek, D. C., Akbay, Ö. A., Özel, R, Usal., G., 2002. Türkiye’de üniversite gençliğinin fast food tüketim tercihleri: Çukurova Üniversitesi örneği, *Harran Üniversitesi Ziraat Fakültesi Dergisi*, 6 (1-2): 87-93.
- Özçelik, A, Ö., Akan, L. S., Sürücüoğlu, M. S., 2007. An evaluation of fast food preferences according to gender, *Humanity & Social Sciences Journal*, 2 (1): 43-50.
- Özgüven, N., Karataş, E., 2010. Genç tüketicilerin marka kişiliği algılamalarının cinsiyete göre değerlendirilmesi: Mc Donald’s ve Burger King , *Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 11, 140.
- Özleyen, G., 2005. *Fast Food İşletmelerde Tüketici Davranışları Analizi* (yüksek lisans tezi, basılmamış). Abant İzzet Baysal Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Turizm Ve Otel İşletmeciliği Anabilim Dalı, Bolu.
- Özdemir, B., 2010. Dışarıda Yemek Yeme Olgusu: Kuramsal Bir Model Önerisi, *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 21 (2): 218-232.
- Park, C., 2004. Efficient or enjoyable? consumer values of eating out and fast food restaurant consumption in Kore, *Hospitality Management* , 23, 87–94.
- Sağlıker M., 2010. *Tüketicilerin Tüketime Hazır Gıda Ürünleri Tercihinde Etkili Faktörler: Adana İli Örneği* (yüksek lisans tezi, basılmamış). Tarım Ekonomisi Anabilim Dalı, Adana.
- San, Z., 2009. *Tüketicilerin Yaşam Tarzları İle Fast Food Restoranlarındaki Hizmet Kalitesi Algılamaları Arasındaki İlişki Üzerine Bir Araştırma* (yüksek lisans tezi, basılmamış). Sakarya Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Sakarya.
- Sayılı, M., Gözener, B., 2011. Gaziosmanpaşa Üniversitesi öğrencilerinin fast food tüketim alışkanlıklarının değerlendirilmesi, *Çankırı Karatekin Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 4 (2): 011-028.
- Schröder, M.J.A., McEachern, M.G., 2005. Fast foods and ethical consumer value: a focus on Mcdonald's and KFC, *British Food Journal*, 107 (4): 212 – 224.
- Singh, M., Mishra, S., 2014. Fast food consumption pattern and obesity among school going (9-13 year) in lucknow district, *International Journal of Science and Research (IJSR)*, 3 (6): 1672-1674.
- Sürücüoğlu, M. S., Çakıroğlu, F. P., 2000. Ankara Üniversitesi öğrencilerinin hızlı hazır yiyecek tercihleri üzerinde bir araştırma, *Ankara Üniversitesi Ziraat Fakültesi Tarım Bilimleri Dergisi*, 6 (3): 116-121.

- Tayfun, A., Meydan, U. S., 2008. Öğrencilerin fast food(hızlı servis) restoranlarını tercih etmelerinde etkili olan faktörler üzerine bir araştırma, *Üçüncü Sektör Kooperatifiçilik*, 43 (1): 120-131.
- Unur, K., Kaya, D., 2010. The characteristics of fast food consumers and factors affecting their preferences: a case of Mersin, *Çağ University Journal of Social Sciences*, 7 (2): 105-122.
- Unur, K., Gök, K. D., 2012. Tüketicilerin tez yemek tüketme nedenleri: Mersin şehir merkezinde faaliyet gösteren yerel, ulusal, uluslararası zincir tez yemek işletme müşterileri örneği , *Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 15 (27): 357-387.
- Yaman, H. B., 2007. *Tüketicilerin Hazır Yemek Tüketim Alışkanlıklarında Küreselleşmenin Etkileri ve Konuya İlişkin Bir Uygulama* (yüksek lisans tezi, basılmamış). Dokuz Eylül Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İzmir.
- Yardımcı, H., Özdoğan, Y., Özcelik, A. Ö., Sürücüoğlu, M. S., 2012. Fast food consumption habits of university students: the sample of Ankara, *Pakistan Journal of Nutrition*, 11 (3): 265-269.
- Yazıcıoğlu, İ., Işın, A., Koç, B., 2013. Üniversite öğrencilerinin fast food ürünleri tercih etme nedenleri, *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 1 (1): 36-41.
- Yen, T. S., 1993. Working wives and food away from home: the box cox double hurdle model, *American Journal of Agricultural Economics*, 75 (4): 884-895.
- Yen, N. G., 2005. *A Study of Customer Satisfaction, Return Intention, and Word-of-Mouth Endorsement In University Dining Facilities*, Faculty of The Graduate College of the Oklahoma State University, Master Of Science.
- Yılmaz, Y., 2007. *Otel ve Yiyecek-İçecek İşletmelerinde Ziyafet Organizasyonu ve Yönetimi*, (1.Baskı) , Ankara: Detay Yayıncılık.
- Yüksekbilgili, Z., 2014. Restoran seçim ölçütleri üzerine bir araştırma, *Journal of Yasar University*, 9 (36): 6261-6380.



BÖLÜM 3

Çağlar Boyunca Azize Margaret Tasvirleri ve Ejderle Mücadelenin Anadolu Coğrafyasına Yansımaları

Rahşan Turan Toptaş¹

¹ Doç. Dr., Pamukkale Üniversitesi İnsan ve Toplum Bilimleri Fakültesi Sanat Tarihi Bölümü Batı Sanatı ve
Çağdaş Sanat Anabilim Dalı, ORCID: 0000-0002-6654-1251

Giriş

Hristiyan inancında aziz ve azizeler yüzyıllar boyunca sanatın konusu olmuştur. İnançları uğruna çektikleri çileler dinin ve örnek davranışların yaygınlaştırılması amacı ile tasvir edilmiştir. Dinin kilise ve manastır duvar resimleri aracılığı ile anlatımı, ikonalar ile taşınabilir öğreti materyali olması azize ve azizlerin popülerliğini artırmıştır. Hristiyan inancında iffet, nezaket-şefkat, sadakat, haksızlığa katlanma, ilahi teselli ve zafer, tanrı tarafından altı meleklerle temsil edilmiştir. Margaret (4. yy.) bu altı erdemi yaşantısında birleştiren bakire şehit bir azizedir. 20 Temmuz 304'te idam edildiği düşünülen Antakyalı Azize Margaret efsanesine ilk olarak Theotimus adlı bir yazara atfedilen ve Orta Çağ'ın başlarında Latince'ye çevrilen bir Yunan passio'sunda rastlanır. Latince metinde azizeye, Yunanca metinde çağrıldığı gibi *Marina* yerine Margaret olarak yer verilmiştir. Bundan kasıt doğu Hristiyan dünyasında azizenin *Marina* olarak bilinmesidir. Azizeden bahseden ilk Batılı kaynak Rabanus Maurus'un dokuzuncu yüzyıl şehitlik kitabıdır. Kitapta Margaret'in hayatı ve acısının anlatısı, bedeninin bakire durumuna ve İsa'nın acısını taklit etmesine dayanır. Erken Dönem Hristiyan aziz ve azizelerini konu alan anlatılarının birçoğunda görülen Pagan ve Hristiyan inançları arasındaki çekişmeler bu efsanenin de temelinde yer almaktadır. Margaret annesini erken yaşta kaybetmiş, Hristiyan bir sütanne ile büyümüş, Hristiyan olmuş ve babası tarafından reddedilmiştir. Bu olaylar sonrasında Antakya'ya kaçan Margaret Vali *Provost Olibrius* ile karşılaşmıştır. Onunla evlenmek isteyen valiyi reddeden ve Hristiyan olduğunu açıklayan azize türlü işkenceler görmüş ve sonunda başı kesilerek öldürülmüştür. Askıya asılma, kırbaçlanma, boğulma, ateşe atılıp dağlanma, saçından asılma gibi türlü işkencelerden zarar görmeden kurtulan azize hakkında en bilinen sahne atıldığı zindanda ejderha tarafından yutulması ve ejderhayı elindeki haç ile yırtarak içinden çıkmasıdır (Dresvina, 2016: 8). Azize yer aldığı resim, heykel ve kabartmalarda yoğunlukla bu sahnesi ile karşımıza çıkmaktadır. Tasvirlerde atrübileri giysisinin bir parçasını ağzına alan ejderha, şehitliğini simgeleyen palmiye dalı, elinde tuttuğu haç, çekiç ve başının üzerinde yer alan çoğunlukla incili taçtır. Azize, Meryem sahnelerinde İskenderiyeli *Catherina* ile birlikte resmedilmiştir. 14 kutsal yardımcıdan biri olarak kabul edilen azize, kapatıldığı zindanda ejderha şeklindeki şeytanı haçı ile yararak öldürmesi nedeni ile hamile kadınların yardımcısı olarak kabul edilir. Ayrıca aynı zindanda cinlerle mücadele ettiği bilinmektedir. Bu sebeple ruhani zararlı varlıklardan korunmak için şefaatine başvurulur (Soleil, 1885: 1; Concina, 2021: 5).

Ejder Figürü

Bilindiği üzere ejderha figürü çeşitli toplum ve medeniyetlerde farklı şekillerde tasvir edilmiştir. Ejderha Antik Çağda Grek (Persus, Herakles, Apollon),

Yunan (Zeus), İskandinav (Thor), Sümer (Enki, Nitura, Madruk, Gılgamış), Mısır (Ra), Hititler (Tepuş), Hint (İndra), Çin (Ying Long), Alevi-Bektaşî (Hacım Sultan, Sarı Saltuk, Hz. Ali, Hz. Osman, Hz. Ebubekir, Hz. Ömer, Otman Baba, Hacı Bektaşî Veli, Demir Baba, Şuca'ettin Veli, Koyun Baba), Hristiyan (St. Yorki, St. Theodore ve St. George), Bizans (İskender ve Herakles) gibi örneklerle MÖ. 3000'li yıllardan günümüze değin çeşitli efsane ve alegorik anlatılarda karşımıza çıkan bir figürdür (Türk, Bahadır, 2022). Uzak Doğu, Asya, Mezopotamya, Anadolu, İslam, Hristiyan ve Batı ikonografilerinde gözlemlenen ejderha figürü ve kimi zaman onun temsil ettiğı kötölüğü yenme anlatı-tasvirleri benzerlik ve farklılıklar göstermektedir. Ejderha, Doğu inanış ve efsanelerinde insanoğlunun doğa olaylarını anlamlandırdığı ve genelde iyiyi temsil eden bir figürdür. Buna karşın Batı inanış ve mitlerinde savaşılmaması gereken ve kötüyü temsil eden anlamları vardır. Anadolu özelinde bakıldığında ejderha, İslam inancının yayılım gösterdiği ve Türk göçlerinin yaşandığı yüzyıllarda Alevi-Bektaşî dedeleri ve din adamları tarafından çeşitli efsanevi anlatılar ve olaylara konu olmuştur. Anadolu Beylikler Dönemi'nde Anadolu beylerinin ejderha figürlerini sikke, mimari süsleme, bayrak ve sembollerde kullandıkları görölmüştür (Öney, 1969: 171). Bu kullanım dönemin güç sembolleri halini almıştır. Batı pagan ve Hristiyan inancında ejderha kötölüğü temsil etmiştir. Bu temsil başlarda tanrılar arası mücadeleler şeklinde karşımıza çıkmaktadır. Burada ejder yine güç sembolü olarak kullanılmıştır. Hristiyan inancının Mezopotamya ve Anadolu'da yayılım gösterdiği yıllarda ejder figürü şeytan, pagan tanrı ve inanışları ile ilişkilendirilmiştir. Bu ilişki dönemin aziz ve azizelerini konu alan anlatılara yansımıştır. Bu yönü ile İslam inancının Anadolu'da yayılımında gözlemlenen Alevi-Bektaşî mitleri ile benzerlik göstermiştir Ancak iki durum arasında bir ayrım vardır. Bektaşî-Alevi mitlerinde ejderi yenmek kişiyi yüceltirken (Ülkü, 1995: 36) Hristiyanlık inancında ejder kişileştirilmiş şeytan formundadır. Bu yönü ile Hristiyan inancında gözlemlenen anlatılar, Bizans ikonografisinde görülen Herakles ve İskender anlatılarındaki anlamlarına yakındır. Mitolojik olarak bakıldığında Antakya şehrinde ejderha konulu mitlerin göz ardı edilemeyecek boyutta fazla olduğu görölmüştür. Bölge halkının bir arada yaşayan çok dinli yapısı, dini anlatıların farklı karakterlerle aynı konuyu işlediğı örneklerle doludur. Örneğın İslam inancında Hızır olarak bilinen ve ejderha ile mücadelesi olan kişinin, Hristiyan inancında karşılığı St. George'dur. Hristiyan aziz, İslam toplumunun benimsediğı ve geniş coğrafyalara yayılan versiyonları ile tanınmaktadır. Bu versiyonlardan bazıları; Çoban Hızır ve Ejderha, Prenses ve Ejderha, Musa, Hızır ve Ejderha, Asi Nehri ve Ejderha, İskender Hızır ve Ejderha, Kralın Kızı ve Ejderha şeklindedir (Türk, Bahadır, 2022). Günümüz anlatılarında en bilinen ve ejderhanın dişi formu olarak kabul

gören bir diğer versiyonu Şahmaran'dır. Yılanların şahı olarak kabul edilen Şahmeran, Yunan mitolojisinde Typhon'la birleşerek yeryüzünün bütün canavarlarını doğurmuş Ekidna'dır. Onun yaşadığı yer Arima Dağı'dır. Arima Dağı Kilikya bölgesindedir (Gökalp, 1993: 6-17). Azize Margaret'de Antakya bölgesinden ejderha ile mücadele konulu anlatı ve tasvirlerle Hristiyan inancı doğrultusunda verilen bir örnektir.

Gotik, Rönesans ve Barok Dönem Resim Sanatı

Batı sanatında 12. yüzyıl ile başlayıp yaklaşık olarak 15. yüzyıl ortalarına kadar devam eden dönem Gotik olarak bilinmektedir. Bu dönemin sanatı Hristiyanlığın getirdiği skolastik düşünce sisteminin temellendirilmesi bağlamında gelişim göstermiştir. Din ve sanat birlikteliğinin yoğun bir şekilde hissedildiği Gotik Dönem sanat eserlerinde, Hristiyan öğretilerinin görünür ve öğrenilebilir olması amaçlanmıştır. Bu dönemde aynı zamanda Orta Çağ resim anlayışından uzaklaşmaya başlanmıştır. Orta Çağın etkin resimleme anlayışlarından birine sahip olan Bizans Sanatından kopulduğu görülmüştür. Sanatın hamiliği yavaş yavaş aristokrat ve tüccarların eline geçmeye başlamıştır. Resim anlatılarında gündelik hayata dair bazı objelerin yer aldıkları görülmüştür. Gotik Dönem resimlerinde doğa tasvirlerine yer vermeye başlanmıştır. Bu dönem resimlerinde dini sahnelere resmin ya da eserin hamiliğini üstlenen kişiler de dâhil edilmiştir. Ayrıca sanatta gerçekçi betimleme ve sanatçının gördüğünün esas alınması anlayışı etkili olmuştur. Giotto di Bondone'nin (1267-1337) eserleri ile beraber resim sanatında derinlik, hacim ve yatay perspektif uygulamaları görülmeye başlanmıştır. Sanatçı figürlerin yüz ve bedenlerini gerçekçi bir anlayışla ele almıştır. Bu bağlamda sanatçı, Bizans resminin kalıpcı anlayışını kırmıştır. Gotik Dönem figürlerine bakıldığında dönemin kadınlarının geniş ve bol kumaşla yapılmış kıyafetler giydikleri gözlenmiştir. Bu kıyafetlerin rengi toplumsal statü göstergesi olmuştur. Giysilerin işlemeli olanları zenginlik ifadesi olarak kabul edilmiştir. Dönemin erkekleri uzun paltolar ve pileli pantolonlar tercih etmişlerdir. Dini konular işlenirken genellikle arka fonun altın varak şeklinde düzenlendiği gözlenmiştir. Bu fon aynı zamanda ince işçilik gerektiren ve zenginlik göstergesi bir uygulama olmuştur. Gotik sanat bilindiği üzere Avrupa kıtasının genelinde etkili olmasına karşın İtalya'nın sadece kuzey bölgelerinde etkili olmuştur (Anderson, 2006; Panofsky, 1944: 225-232).

Rönesans sanatı 15. yüzyıldan 17. yüzyıla kadar etkili olmuş ve ilk olarak İtalya'da ortaya çıkmıştır. Bu dönemde sanat, yeni araç-gereçleri kullanırken konu olarak antik çağlardan etkilenmiştir. Sanat eserlerinde kilisenin etkisinin azalmaya başladığı ve insanı merkeze alan bir yaklaşımın etkili olduğu görülmüş-

tür. Gotik sanatın simgesel gerçekçiliği Rönesans boyunca gerek doğa gerek figürlerin işlenişinde ideal bir geçeklik anlayışına dönüşmüştür. Figürlerin duygusuz ve tarafsız yüz ifadeleri, birincil renk kullanımı, konu anlatımının öncelenmesi, çizgisel perspektif, vurgulanan figürün diğer figürlere göre orantısız büyüklüğü vb. gibi Gotik Döneme has özelliklerin değiştiği gözlenmiştir. Rönesans Dönemi resimlerinde tüm tuale yayılan ışığın kullanımı söz konusu olmuştur. Işıkla gerçekleştirilen kontrast, hacim ve üç boyutluluğun oluşturulması ile sonuçlanmıştır. Rönesans resminde matematiksel oranlar ve figürlerin geometrik yerleşimi Antik Çağa yapılan göndermelerdendir. Gotik Dönem resminde gözlemlenen figürlerin statüsüne göre oranlanmasından vazgeçilerek geometrik oranlar kullanılmıştır. Rönesans Dönemi'nde insanlar gösterişli kıyafetler giymeyi tercih etmişlerdir. Statü genellikle giysinin ipekten yapılıp yapılmadığına ve korse giyilip giyilmediğine göre belirlenmiştir. Erkekler belleri sıkılaştırılmış dublet ve yelek altına tayt giymişlerdir. Gotik Dönem'in gösterişli büyük tüllü şapkalarının yerine küçük yuvarlak formlu şapka kullanılmıştır. Resimlerde arka fon; doğa, şehir ve gökyüzünün perspektif değerler dikkate alınarak verilmesinden oluşmuştur. Bu durum dini sahnelerde de değişmemiş Gotik Dönem'in altın varaklı plaka görünümü kırılmıştır (Himam, 2013: 95). Dini sahneler bu dönemin de önde gelen konuları arasında olmuştur. Bu dönem resmi konu bakımından aristokratlara ait aile resimleri, portreler ve Antik Dönem mitolojik konularının yoğunlukla ele alındığı bir dönem olmuştur (Anderson, 2006; Panofsky).

Barok Dönem coğrafi yayılımındaki farklılıklar göz ardı edilirse yaklaşık olarak 1600-1750 yılları arasında etkili olmuştur. Katolik Reformasyonu (1545-1648) sırasında ortaya çıkmıştır. Bu dönem sanatı genel itibarı ile Rönesans Dönemi ile benzerdir. Resmin tualı siyahtır ve belirli bir açıdan gelen ışıkla aydınlanır. Figürler hareketlidir ve sayıları önceki döneme nazaran artmıştır. Manzara resimleri kendi başına bir tür olmuştur. Dönemin kadınları gösterişli kıyafetler ve mücevherleri ile gözlenmektedir. Mücevher kullanımı statü belirtisi olarak görülmüştür. Elbiseler ipek ve kadife işlemeli ve dökümlü bir anlayışla ele alınmıştır. Büyük volanlar ve göğüs dekolterleri dönem kıyafetlerinin en belirgin özelliği olmuştur. Erkek kıyafetlerinde geniş yakalı gömlekler, uzun pelerinler ve cüppeler gösterişli ve zengin dönem giyim modasını yansıtmıştır (Alpat, Ceyhanlı, 2019, 1125-1126). Dini sahnelerde bahsi geçen moda kıyafetlerin yerini Antik Çağ kıyafetleri almıştır. Ancak bu kıyafetlerde de kıvrımlı hareketli bir tasvir tarzı benimsenmiştir.

Azize Margaret Konulu Resimler

Azize Margaret ve onun bakire şehitliğini konu alan sahneler Batı sanatında ilk olarak resimli kitaplarda yer almaya başlamıştır. Bu yazınlardan en bilineni

Saatler Kitabı'dır. Bir dua kitabı olan yazmanın çok sayıda versiyonu bulunmaktadır. Bu versiyonların çoğunda Azize Margaret ejderha görünümlü şeytanı alt ettiği sahne ile gözlemlenir. Liber Festivalis adlı Altın Efsane konulu vaaz kitabında Azize Margaret ve efsanesi ile ilgili anlatılar bulmak mümkündür (Mirk, 1403). Azize hakkında çeşitli milletler ve çeşitli dönemlerde kaleme alınan hagiografiler bulunmaktadır. Bu yazınlarda azizenin hayatı ve ejderha ile mücadelesine ilişkin sahneleri görmek mümkündür (Blacher vd., 2013; Nevhauzer, 2009), (Görsel 1). Azize bu tasvirlerde genellikle iki duruşu ile karşımıza çıkmaktadır. Bunlardan ilki iki elini birleştirmiş vaziyette ejderin içinden çıkmasıdır. Bu sahneye kimi zaman ellerinin arasına aldığı haç eşlik etmiştir. Diğer tasvir şeklinde Margaret'in tek elinde haç bulunur ve bedeni eğrisel bir hareket halindedir. Bu tasvirlerde kutsal ruhu simgeleyen ışık-güvercin ve hale ikonografik diğer sembollerdendir. Çizgisel bir anlatım anlayışının hâkim olduğu sahneler genellikle iç mekânda kurgulanmıştır.



Görsel 1. Azize Margaret'in Çeşitli Vaaz kitapları ve Hagiografilerde Bulunan Tasvirlerinden Örnekler

Resimli kitaplar dışında resim, heykel ve litürjik eşyalara işlenen bu konu dönem üslup ve sanatçı yorumları ile ele alınmıştır. Konunun ilk örneği Sina Dağı Azize Catherina Manastır'ında bulunmaktadır (Görsel 2). Azizenin burada çekici

ile şeytanın başını ezdiği görülmektedir. 12. yüzyılla tarihlenmekte olan Kurbinovo ve Aghioi Anargyroi Kilisesi'nde Azize Margaret kendisinin başına haç yerleştiren bir melek figürü ile ele alınmıştır (Görsel 4). Kapadokya bölgesinde Kırk Dam Altı Kilisesi'nde (11. Yy.) bulunan tasvir Anadolu'dan konuya verilen bir örnek olarak kabul edilmektedir (Suzek, 2008: 88; Yılmaz, 2022: 1057). Bir diğer örnek Sinop'ta Rum cemaatine ait Balatlar Kilisesi'nde bulunan Azize Marina (Margaret) tasviridir (15-20 Yy.), (Yılmaz, 2022: 1061), (Görsel 3). Bu dönem tasvirlerine bakıldığında azize portre şeklinde ve dönemin iki boyutlu resimleme anlayışı çerçevesinde ele alınmıştır. Duvar resmi olarak işlenen konuda şeytanın boynuzlu, kanatlı ve dört ayaklı bir sürüngen-ejderha (Velzaul) şeklinde ele alındığı görülmektedir. Bu tasvirlerde azize kırmızı maphorionu ile seçilmektedir.



Görsel 2. 11.Yüzyıl, 28x22 Cm. Azize Katerina Manastırı, Sina Dağı; 14-15.Yüzyıl, 115x78 Cm.; Atina (Sağda) Azize Marina İkonası, 94x55,5 Cm. 19. Yüzyıl, Ayasofya Koleksiyonu (Yılmaz, 2022)



Görsel 3. Balatlar Kilisesi'nin Güney Duvarı Azize Marina Tasviri (Yılmaz, 2022)



Görsel 4. Aghioi Anargyroi Kilisesi 12.Yy., Beyaz Kilise 14. Yy.
(Yılmaz, 2022)

Batı sanatı açısından Erken Gotik Dönem’de azizenin yer aldığı tasvirler daha çok kilise duvarlarında görülmüştür. Ashby St. Ledgers Kilisesi İngiltere'nin Northamptonshire eyaletinin Batı Northamptonshire bölgesinde bulunmaktadır. Kilisede Azize Margaret’i konu alan freskte, Margaret kendisini saçından asacak olan işkencecisini bekler vaziyette tasvir edilmiştir. Saçları üstte bir topuz olacak şekilde bağlıdır. Ortada yer alan Margaret elleri bağlı şekilde resmedilmiştir. Dönemin resim sanatının özelliklerini yansıtan bu görüntüde işkenceci kırmızı ve yeşil tunik giymiştir. Solda bulunan işkenceci dokuz kuyruklu kedi belası kullanır vaziyette resmedilmiştir (Görsel 5). Resim oldukça yıpranmış olduğundan olayın geçtiği mekan hakkında bir tespitte bulunulamamıştır. Ancak dönem resimlerinde kişilere odaklanan ve mekan kurgusunun göz ardı edildiği veya sınırlı birkaç veri ile sağlandığı bilinmektedir.



Görsel 5. Ashby St Ledgers, 1325, Fresco

14. yüzyılın ikinci çeyreğine tarihlenen Azize Margaret konulu Charlwood versiyonu dikey olarak düzenlenmiş katmanlar halindedir ve sol üstte Margaret

bir yükseltiye oturtulmuş durumdadır. Elinde bir pankart olan bir adam onun önünde diz çökmüştür. Bu adam, sahnenin ortasında hızlı dörtlü koşan atın üzerindeki Antakya Valisi Olybrius'un habercisi olmalıdır. Olybrius'un tazısının, kaçan bir tavşanı takip ettiği, en sağda bir avcının borusunu çaldığı görülmektedir. Bu katmanın altında, sol tarafta Margaret, bu duruma itirazını ima eden bir tavırla iki elini havaya kaldırmış halde durmaktadır. Daha sağda, Margaret tutuklanıp, sopalarla dövülüp ve ardından başka bir sopalı gardiyan tarafından Gotik kemerli bir kapıdan hapishaneye itilmiştir. Diğer sahnede sağda, Margaret'in devasa pullu pençelere sahip kırmızı bir ejderhanın ağzında kaybolduğu görülmektedir. Manus Dei'nin bir versiyonu olan bir el ve kol, sağ üstteki yıldızlarla dolu gökyüzünden bir kutsama hareketiyle uzanmıştır. En alttaki katmanda Margaret oldukça dik bir şekilde ve muhtemelen elleri dua edencesine birleştirilmiş halde, doğrudan ejderhanın karnından çıkarken gösterilmiştir. Katmanın sağında bir cellat kılıcını kaldırarak, sağ kenarda görülebilen, elleri dua eder gibi diz çökmüş Margaret'in başını kesmek için kılıcını kaldırmıştır. Onun üstünde, ruhu cennete uçan beyaz bir güvercin gösterilmiştir. Sahne ile Azize Margaret'in hayatını konu alan hagiografik bir anlatım tarzı ile verilmiştir. Resim farklı zamanlarda gerçekleşen olayların bir arada gösteren öğretme amacıyla yapılmıştır. Kalabalık ve hareketli figürlerle dönemin resim anlayışı vurgulanmıştır. Tavşanı kovalayan tazi, şeytanı simgeleyen ejder, göğe yükselen güvercin ve tanrının eli vurguları ile alegorik bir yaklaşım sergilenmiştir (Görsel 6).



Görsel 6. Charlwood, Surrey, 1320, Fresco

İtalyan Sanatçı Simon Martini ve Lippo Memmi'nin 1333 yılında Siena Katedrali'ndeki bir sunak için panel üzerine tempera-altın şeklinde yaptıkları Aziz Margaret ve Aziz Ansanus ile Müjde adlı çalışma Azize Margaret'in Klasik Gotik Dönem örneklerinden biridir. Triptik ve merkezi paneli iki katlı olarak tasarlanmıştır. İtalya'da yapılmış olmasına karşın çağdaşları ile benzerlik göstermeyen eser Fransa ve Almanya örneklerine benzerlik göstermektedir. Eserde yer verilen figürler; Aziz Ansanus, Azize Margaret, Meryem, Cebrail ve tontoların içerisinde bulunan Jeremiah , Ezeziel , Isaiah ve Daniel'dir. Meryemin evine gelen Cebrail'in ona İsa adında bir çocuk doğuracağını müjdelediği sahnedir. Burada doğum yapan kadınların koruyucusu olan Margaret; elindeki haç ve şehitliğini simgeleyen palmiye dalı ile gösterilmiştir.

Sanatçıların bu tasvirde ejder figürüne yer vermemeleri şeytan ile mücadele konusundan çok doğum konusunu ele almalarından kaynaklanmış olmalıdır. 1333 tarihli olan eserde yer verilen altın varaklı yapı klasik gotik tarzda kemer ve sütunlar, ince işçilikli ve detaycı anlatım eserin değerini artırmıştır. Eserde Margaret'e anakronistik bir yaklaşım ile yer verilmiştir (Görsel 6).



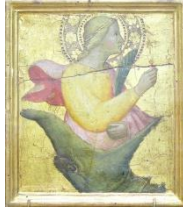
Görsel 7. Aziz Margaret ve Aziz Ansanus ile Müjde, 1333,

Ahşap Üstüne Tempera-Altın, 305 cm × 265 cm. Uffizi Galeri

Azize Margaret 15. yüzyıl boyunca sıklıkla ahşap duvar panellerinde tasvir edilmeye devam etmiştir. Ejderha ile mücadelesini konu alan sahneler ve benzer atribütleri ile gösterilmiş olan azize başındaki incili tacı, elinde tuttuğu haçı ve kitabı ile tasvir edilmiştir. 1500'lü yıllara kadar Margaret portrelerinin genellikle iç mekânda kurgulandığı gözlenmiştir. Geç Gotik ve Erken Rönesans dönemlerinden itibaren mekânın dışı kaydıgı gözlenmektedir. Azize bu dönem tasvirlerinde uzun salınlık saçları ve döneme uygun kıyafetleri ile resmedilmiştir (Görsel 7-15).



Görsel 8. 1490–1500, Ahşap Üstüne Tempıra, 72 × 43 cm., Old Hungarian Collection



Görsel 9. Agnolo Gaddi, 1390, 23.2 x 20.3 cm., Met Museum



Görsel 10. 1480–1490, Ahşap Üstüne Tempıra, 89.5 × 53.5 cm. Old Hungarian Collection



Görsel 11. 1470, Ahşap Üstüne Tempıra, 67.5 × 38 cm., Old Hungarian Collection



Görsel 12. 1494, Ahşap Üstüne Tempıra, 147x70 cm., Staatsgalerie



Görsel 13. 1480, Ahşap Üstüne Tempıra, 93.5 × 23 cm., Old Hungarian Collection



Görsel 14. 1494, Ahşap Üstüne Tempıra, 147x70,05 cm., Staatsgalerie



Görsel 15. Pedro Roviale, 1582, Ahşap Üstüne Tempıra, 36,6x15,9 cm

Geç Gotik ve Erken Rönesans dönemlerinde Azize Margaret'in ele alındığı bir diğer resimleme anlayışı anakronistik yaklaşımdır. Bu yaklaşım çerçevesinde azize, Meryem ve diğer azizlerle beraber ele alınmıştır. Özellikle Azize Catharine sıklıkla Margaret'e eşlik eden figürler arasındadır. Kimi örneklerde azizlerin yanında yer alan Margaret kimi zamanda kilise babaları ile aynı resme konu olmuştur. Tasvirlerde Catharine'yi simgeleyen dikenli çark ve Margaret'i simgeleyen ejderha resmedilmeye devam etmektedir. Ancak ejderhanın bir önceki dönem form ve boyutlarından farklı olduğunu söylemek mümkündür. Bu dönem anlatılarında ejder gerçekçi veya bir diğer deyimle hagiografik anlatımı destekleyici niteliğinden sıyrılarak sembolik ve hatırlatıcı bir tarzda ele alınmıştır. Bu tür tasvirleri 1500'lü yıllardan sonra yapılanlarında Rönesans resim anlayışının etkilerinin belirmeye başladığı söylenebilir (Görsel 16-19).



Görsel 16. Aziz Livinus ve Azize Margaret, 1440 - 1460, Yağlı Boya Panel, 10.5 x 10.5 cm., Ghent, <https://www.mskgent.be/en/collection/1958-n-2>



Görsel 17. Meryem, Azize Catharine ve Azize Margaret, 1450-1460, Panel Üzerine Yağlı Boya, 96 x 73 x 4 cm image: 85 x 61.5 cm., Hungarian National Gallery



Görsel 18. Margaret ve Liptószentandrás'lı Azize, 1512, Ahşap Üstüne Boyama, 73 x 57.5 cm., Hungarian National Gallery



Görsel 19. Azize Barbara, Azize Ursula, Azize Margaret, 1506, Ahşap Üstüne Boyama, 124.5 x 66 cm. Staatliche Kunstsammlungen Dresden

Rönesans Dönemi'nde Raphael'in (1483 - 1520) Azize Margaret konulu iki tablosu bulunmaktadır. Bunlardan ilki 1517 tarihli Paris Louvre Müzesi'nde bulunur. 178x122 cm. boyutlarındadır. Diğeri 1518 tarihli ve bugün Viyana Kunsthistorisches Müzesi'ndedir. Boyutları 191x123 cm.'dir. Her iki tabloda Raphael'in zamanına gelene kadar kapalı mekânlarda geçen sahnenin dışarda ele alınması konunun tasvirine yönelik ilk değişikliktir. Ayrıca Azize Margaret'in kırmızı maphorionu figürün elinde görünen bir kumaş parçasını andırmakla kalmıştır. Azizenin kıyafeti Rönesans Dönemi resim sanatında gözlemlenen mavi tonlardadır. Tablonun genelinde figürlere sol yönden gelen ışık ve onun yarattığı kontrastlık hâkimdir. Azizenin ejderha tarafından yutulmadan hemen önceki hali resmedilmiştir. Yüz ifadesinde elinde tuttuğu haçla korkusuzluk gözlenmektedir. 1518 tarihli ikinci versiyonda azize ejderhanın karnından çıkmış ve sol ayağı ej-

derhanın başına basar vaziyettedir. Elinde şehitliğinin simgesi palmiye dalı tutmaktadır. Her iki resim de Rönesans Dönemi özelliklerini barındırmaktadır. Figürlerin oranları, yüz ifadeleri, kullanılan renkler, mekânın detaylandırılması ve ışığın kullanımı bakımından Rönesans resminin özelliklerini görmek mümkündür (Görsel 20-21).

Rönesans Dönemi resim sanatının Flaman ressamlarından Jacob Cornelisz. Van Oostanen (1470'ten önce–1533) tarafından 1520 yılında yapılmış olan Azize Margaret tablosu azizenin atribütleri ve dönemin yerel kıyafetleri ile ele alınan örneklerinden biridir. Tasvirde kutsal ruhu simgeleyen güvercinin haçın üzerinde bulunması ve azizenin kitap okur vaziyette olması farklı bir anlatım tarzına işaret etmektedir (Görsel 23).

Pietro di Cristoforo Vannucci (1448-1523) tarafından Floransa'daki Santissima Annunziata kilisesinde bulunan sekiz panelden biride Azize Margaret'ti konu almaktadır. 1654 yılında sökülen panellerden Margaret'e ait olanı Altenburg'daki Lindenau Müzesi'nde bulunmaktadır. Bu tasvirde elinde kitabıyla tasvir edilen azize sol eli ile sağını işaret etmektedir. Zafer taklarını andıran mimari bir formun içerisine yerleştirilen figür gösteriştten uzak sade kıyafetleri ve çıplak ayakları ile dikkat çekmektedir. Başını elinin tam tersi yöne çevirdiği dönemin diğer örnekleri ile uyumludur (Görsel 23).

Tiziano Vecellio (1488/1490-1576)'nun Azize Margaret'i konu alan 1552 tarihli eserinde ejderha ile mücadelesi öncesi ve elinde haç ile tasvir edilmiştir (Görsel 24). Bu tasvirin üç versiyonu daha bulunmaktadır. 1559 tarihli olanı azizenin ejderha ile mücadelesi sonrası ve elinde haç tutar vaziyettedir (Görsel 25). 1565-1570 yılları ile tarihlenen diğer bir versiyonda ise azizenin ejderha mücadelesinden önceki durumu ve elinde şehitliğinin simgesi palmiye dalı tutar halde resmedilmiştir (Görsel 26). Titian olarak da bilinen sanatçının eserleri Geç Dönem Rönesans özellikleri göstermektedir. Figürlerde yer verilen eğrisel hareketler. Bu hareketlere bağlı olarak anatomik özelliklerin bozulması resimlerinin genelinde gözlenmektedir. Son dönem çalışmaları arasında sayılan Margaret tasvirlerinde koyu arka fon üzerine çarpıcı renkler ile kurguladığı manzara görülmektedir. Margaret'in bükülen vücudu ve arakasındaki kaya arasında oluşan tezat renk kullanımında da kendini göstermektedir. Tüm versiyonlarda ejder figürü sahnenin İtalya'da yapılan benzerlerini andırmakla beraber Altın Efsane kitabında yer alan tasvirle benzemektedir (Görsel 9). Kuzey Avrupa örneklerinde ejderha kulaklı, boynuzlu ve kimi tasvirlerde yüzü keçi ya da köpeği andıran bir formda olmuştur. İtalya versiyonu yılan gövdeli, iri pençe-kanatlı, ağzı büyük ve çatal dişlidir. Tiziano Vecellio bu eserlerinde verdiği duygusal yoğunluk sebebi

ile kimi eleştirmenlerce Yunan mitolojisinde Hades tarafından kaırılan Persephone konulu mitle benzetilmiştir. Ölümün Gelini adlı bu sahnelerde ölmek üzere olan genç ve güzel bir tanrıçanın siyah ve korkunç görünümlü Hades'le tasviri görölmüştür. Bu eserlerin siparişçisi Fransa Kraliçesi Marguerite de Valois (1553-1615), Parma ve Floransa Düşesi, Kutsal Roma İmparatoru V. Charles'in kızı Parmalı Margaret (1522-1586), Kral Philip II'nin kız kardeşi ve Macaristanlı Mary (1505-1558) gibi tarihte bilinen ve dönemin önde gelen kadınlarıdır. Bu yönüyle bahsi geçen kadınlar açısından Azize Margaret konulu resimler etraflarında dönem kötü entrikalar nedeni ile güç ve koruyuculuk için tercih edilmiş olabilir (Sharon, 2020: 120).



Görssel 20. Raffaello Sanzio da Urbino, 1517, Yağlı Boya, 192x122 cm., Kunsthistorisches Museum



Görssel 21. Raffaello Sanzio da Urbino, 1518, Yağlı Boya, 178x122 cm., Louvre Museum



Görssel 22. Jacob Cornelisz. Van Oostsanen, 1520, Ahşap Üzerine Yağlı Boya, 2,370 × 3,170 m., Poneixs Art Museum



Görssel 23. Pietro Perugino, 1505-1507, Santissima Annunziata



Görssel 24. Titian, 1552, Yağlı Boya, 210x170 cm, Royal Monastery of San Lorenzo de El Escorial



Görssel 25. Titian, 1559, Yağlı Boya, 209×183 cm, Museo del Prado



Görssel 26. Tiziano Vecellio Titian, 1565/70, Yağlı Boya, 116.5 x 98 cm. Galleria degli Uffizi Florence

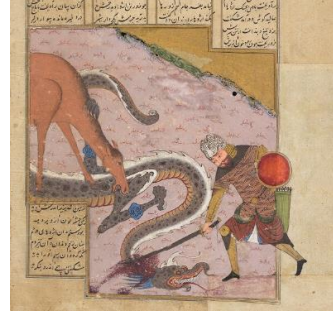
Ejderle Mücadele Konusunun Türk Resim Sanatı Açısından Anadolu'ya Yansımaları

Ejderha figürü Anadolu İlk Çağ uygarlıklarından itibaren görülen bir motif olmuştur. Mimari eserlerde kabartma teknikli bezeme unsuru olarak karşımıza çıkan figür, taş seramik, maden, halı gibi çok sayıda sanat esrinde görülmüştür (Öney, 1969; İnal, 1970; Esin, 1971; Erat, 1972; Dinçol, 1982; Mahir, 1993). Resim olarak ejder mücadelesi konusunu, 1206 yılında yazılan El-Cezari'nin Ot-toma adlı yazma eserde görmek mümkündür (Görsel 27). Osmanlı sultanlarından II. Murat Dönemi'nde (1415-1451) yazılan Şahname adlı eser Rüstemin Ejderha ile mücadelesinin kağıt üzerine guaj boya ile gerçekleştirilmiş bir örneğidir (Görsel 28). Seyyid Lokman Aşuri tarafından III. Murad Dönemi'nde yazılan Zübdet-üt Tevarih yazması (1583) Musa tasvirinde bir mucize olarak asanın ejderhaya dönüşmesi gözlenmektedir (Görsel 29), (Ülkü, 1995: 159, 170-172, 176-177, 187)

Bu tasvirlerle bakıldığında ejderha ile mücadele kişiye saygı, güç ve erk vermiştir. Anadolu yazma eserlerinde gözlemlenen tasvirlerde İran sanatının etkili olduğu görülmüştür. Kimi Farsça eserlerde Hz. Süleyman, Hz. Yunus, Hz. Musa, Hz. Muhammed, Hz. ve Hz. Ali gibi peygamber ve dini karakterlerin ejderha mücadeleleri ele alınmıştır. Ejderha bu tasvirlerde İslami inanç esasları dâhilinde kötülüğü simgeleyen bir yaratık olarak verilmiştir. Resim tekniği bakımından olayın merkeze alındığı çizgisel bir resimleme tekniğinden söz etmek mümkündür. İkononografik özelliklerin Osmanlı Dönemi resimleme tekniklerinde son dönemlerde gözlemlendiğini söylemek mümkündür.



Görsel 27. El-Cezari, Ottoma Ejderi



Görsel 28. Şahname Ejderi



Görsel 29. Zübdet-üt Tevarih Ejderi

SONUÇ

Ejderle mücadele ve onun getirdiği kaosun son buldurulması teması tarih boyunca çeşitli medeniyetler tarafından ele alınan bir konu olmuştur. Onun karşısında mücadele veren kahramanlar ve onlara saygınlık getiren ejderha, Hristiyan ikonografisinde Azize Margaret ve onun ejderha formundaki şeytanla mücadelesi ile yeniden canlanmıştır. Batı sanatında Hristiyanlığın kabulü ile Antik Dönem mitolojik anlatılarından başka bir anlama bürünen ejderha, Türk mitolojisinde de ele alınmıştır. Anadolu coğrafyası ejderle mücadele tasvirleri konusunda hemen her dönemden örneklerin görülebileceği zengin eserlere kaynaklık etmektedir. İlk Çağ Anadolu medeniyetlerinden Osmanlı Dönemi'ne kadar ulaşan eserler çok sayıda bilimsel çalışmaya konu olmuştur. Gerçekleştirdiğimiz bu çalışma ile ejderha ile mücadele konusunun bilinen tek kadın kahramanı ele alınmıştır. Anadolu örneklerinden biri olan bu efsanenin Batı sanatına yansımaları konu edilmiştir. Sanat Tarihi açısından incelendiğinde Azize

Margaret ve onun ejderha ile mücadelesinin Hristiyan ikonografisi içerisinde kendisine yer bulduğu görülmüştür. Batı literatüründe yazma eserler, litürjik eşyalar, kilise tasvirleri yağlı boya resimler, heykeller vb. yaratıların konusu olan bu anlatının 11. yüzyıldan 16. yüzyıla kadar olan süreçte seçki resimler üzerinden değerlendirilmesi amaçlanmıştır. Konunun çeşitli dönemlerde çok sayıda sanatçıya ve esere esin olması nedeni ile bütünsel bir çalışmaya gidilememiştir. Dönemsel özellikler ve bilinen örnekler üzerinden değerlendirme yapılmıştır.

Başlangıçta yazma eserler ve kiliselerde karşımıza çıkan Azize Margaret'in hayatını içeren hagiografik tasvirler giderek kilise sunaklarında ve aristokrat salonlarında görülmeye başlanmıştır. Konusu bakımından köklü bir değişime uğramayan anlatı dönemler içerisinde resim sanatının evrelerinin izlenebileceği teknik ve üslupsal bir değişime sahne olmuştur. Bu sahneler Erken Dönem Gotik sanatının konuyu merkeze alan öğreti amacı güden çizgisel anlatım tekniğinden; geometrik oranların, perspektif kullanımının, renk değişimlerinin, ışığın ve hareketin ele alındığı klasik dönem eserlerine evrildiği görülmüştür. Azize Margaret resimlerde; portre, hagiografik, anakronistik ve sembolik şekillerde yer almıştır. Bu tasvirlerde bölgesel veya dönemsel giyim tarz ve modalarını görmek mümkün olmuştur. Azizenin atribütleri ve bunlar içerisinde özellikle ejderhanın formlarının Batı sanatında bölgesel bir takım değişikliklerle tasvir edildiği gözlenmiştir. Genel olarak Anadolu formlarında da gözlemlenen yılan-sürüngen gövdeli, iri ağızlı, kimi örneklerde yılan başı şeklinde kuyruğu olan ve kanatlı bir ejderhaya yer verilmiştir. Bu ejderha betimi Antik Yunan medeniyetinden Bizans ve sonrasında Avrupa sanatını etkilemiştir. Doğu göçlerine maruz kalan Avrupa kıtasının kuzey ve orta kesimlerinde ejderha tasvirlerinin farklı olduğu daha çok sürüngen gövdeli, kısa kulaklı ve küçük kanatlı bir hal aldığı gözlenmiştir.

Kilikya Bölgesi ve özelinde Antakya'nın ejder mücadelelerini konu olan efsanevi anlatımlar bakımından zengin olması; Hristiyan ikonografisi açısından önemli bir kişilik olan Azize Margaret efsanesini etkilemiş olmalıdır. Zira Orta Çağ boyunca Ejderle mücadelenin mücadele veren kişiye güç ve saygınlık getirdiği göz ardı edilemez bir durumdur. Bu saygınlığın bir kadın azizenin hayatında vücut bulup yüzyıllar boyunca işlenmesi dikkate değer bir yaklaşımdır. Anadolu'nun Türk-İslam etkileri ile şekillendiği dönemlerde başlarda gücü ve erki simgeleyen ejder figürü giderek kaosu, korkuyu ve şeytanı simgeleyen bir ikonografik öğeye dönüşmüştür. Bu dönüşümde Yunan ve Bizans ikonografilerinin etkili olduğu düşünülmektedir. Batı ve Türk sanatında ejder motifinin 11. yüzyıla kadar benzer olmasada sıklıkla işlendiği görülmüştür. Ancak İslam inancının resim sanatını yasaklaması veya belirli bir seviyede tutması nedeni ile bu figürün resim sanatında İstam ve Türk sanatı açısından

gelişim gösteremediği tespit edilmiştir. Başta ejderle mücadele konularının işlendiği sahneler mevcutken 14. yüzyıldan itibaren tezhip sanatında özellikle saz üslubu olarak bilinen hayvan ve bitki tasvirlerinde ejder figürünün yer almaya devam ettiği görülmüştür. Batı sanatında görülen gelişim ve üslupsal çeşitlilik bu bağlamda Türk ve İslam sanatında 19-20. yüzyıllarda tekrar kaldığı yerden devam etmektedir.

KAYNAKÇA

- Albarel, P. (1924). L'Oraison de Sainte Marguerite, Pour les Femmes en Couches, *La Chronique Médicale*, 31/1, 231-233.
- Albert, J. P. (1988). La légende de sainte Marguerite: un mythe maïeutique?, *Razo*, 8, 19-33.
- Alpat, F. E., Ceyhanlı, F. (2019). Barok Sanatın ve 1990'ların Moda Trentlerinin 2010-2019 Yılları Arasındaki Giyim Modalarına Etkisi, *İdil Sanat*, 8/61, 1123-1132.
- Avril, F. (1985). Un Portrait Inédit de la Reine Charlotte de Savoie, *In Études Sur la Bibliothèque Nationale et Témoignages Réunis en Hommage à Thérèse Kleindienst*, 255-262.
- Aymar, A. (1926). Contributions à l'étude du Folklore de la Haute-Auvergne. *Le Sachet Accoucheur et Ses Mystères. Annales du Midi*, 38, 273-347.
- Blacker, J., Burgess, G. S., Ogden. (2013). Wace, the Hagiographical Works: The Conception Nostre Dame and the Lives of St Margaret and St. Nicholas, <https://ebookcentral.proquest.com/lib/reading/reader.action?docID=121427>.
- Celletti, C. M. (1967). (Margherita), Santa, Martire di Pisidia Iconografia. *In Bibliotheca Sanctorum, Roma: Istituto Giovanni XXIII Della Pontificia Università Lateranense*, 8, 1160-1165.
- Concina, C. (2021). La Vie de sainte Marguerite in versi del ms. Paris, 15, 117-156.
- Delisle, L. (1868). *Le Cabinet des Manuscrits de la Bibliothèque Impériale*, Imprimerie.
- Dinçol, A.M. (1982). "Hittitler", *Anadolu Uygarlıkları Ansiklopedisi*, 1, İstanbul.
- D. Vargün, P. (2024). Rus Halkının Korkunç Lideri: 18. Yüzyıl Rus Edebiyatında İvan Groziy Yansımaları. *İğdır Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 37, 1-9. <https://doi.org/10.54600/igdirsosbilder.1498783>
- Erhat, A. (1972). "Phyton", *Mitoloji Sözlüğü*, İstanbul.
- Esin, E. (1971). Evren, Selçuklu Sanatı Evren Tasvirinin Türk İkonografisinde Menşeleri, *Selçuklu Araştırmaları Dergisi*, 1, 163-182.
- Gökalp, A. (1993). Şahmeran ve Melusine Perisi Efsaneleri, *Sandoz Dergisi*, 2, İstanbul.
- Halkin, F. (1984). *Novum Auctarium Bibliothecae hagiographicae Graecae*, Bruxelles: Société des Bollandistes.
- Himam, D. F. (2013). 16. Yüzyıl Giysi Tarihi Yazımı Üzerine: Giysilerde Doğu-Batı Etkileşimi, Egzotizm ve Güç, *SDÜ Fen Edebiyat Fakültesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 29, 91-116.
- İnal, G. (1970). Susuz Han'daki Ejderli Kabartmanın Asya Kültür Çevresi İçindeki Yeri, *Sanat Tarihi Yıllığı*, 4, 153-181.

- Khalifa-Gueta, S. (2020). *The Dragon and Femininity in Saint Margaret Paintings by Raphael and Titian*, Yayınlanmamış Doktora Tezi, Ben-Gurion University of the Negev.
- Mahir, B. (1993). Osmanlı Saz Üslubu Resimlerinde Ejder İkonografisi, *Sanat Tarihinde İkonografik Araştırmalar*, G. Inal'a Armağan, Ankara, 271-294.
- Mirk, J. (2003). *Sermon on St Margaret, in Middle English Legends of Women Saints*, Sherry L. Reames (ed.), Kalamazoo, Michigan.
- Newhauser, R. (2009). *Religious Writing: Hagiography, Pastoralia, Devotional Works and Cntemplative Works*, in *The Cambridge Companion to Middle English Literature, 1100-1500*, Larry Scanlon (ed.), Cambridge.
- Öney, G. (1969). Anadolu Selçuk Sanatında Ejder Figürleri, *Belleten*, 33/130, 171-192.
- Panofsky, E. (1944). Rönesans ve Rönesanslar, *Kenyon Review*, 6/2, 201-236.
- Soleil, F. (1885). *La vierge Marguerite substituée à la Lucine antique*. Paris: Veuve Adolphe Labitte.
- Spencer, F. (1889). The Legend of St Margaret. *PMLA*, 7, 197-201.
- Suzek, S. (2008). *The Decoration of Cave Churches in Cappadocia Under Selçuk Rule*. Indiana: Graduate School of the University of Notre Dame.
- S. Yılmaz, S. (2022), Sinop Balatlar Kilisesi Duvar Resminde Antakyalı Azize Marina, *Süleyman Demirel Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi Sanat Dergisi*, 15/30, 1051-164.
- Ülkü, C. (1995). Ejderhanın Motif Olarak Gelişimi ve Osmanlı Sanatında Kullanımı. İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yayınlanmamış Doktora Tezi, İstanbul.

GÖRSEL KAYNAKÇASI

Görsel 1.

<https://tr.pinterest.com/pin/482377810088447705/>.

Görsel 5.

<https://reeddesign.co.uk/paintedchurch/ashby-st-ledgers-st-margaret.htm>.

Görsel 6.

<https://reeddesign.co.uk/paintedchurch/charlwood-st-margaret.htm>.

Görsel

7.

https://en.wikipedia.org/wiki/Annunciation_with_Saint_Margaret_and_Saint_Ansanus.

Görsel

8-19.

<https://jenikirbyhistory.getarchive.net/topics/paintings+of+saint+margaret+of+antioch+and+the+dragon>.

- Görsel 20. https://tr.m.wikipedia.org/wiki/Dosya:Raffael_101.jpg.
- Görsel 21. https://tr.m.wikipedia.org/wiki/Dosya:Sainte_Marguerite,_by_Raffaello_Sanzio,_from_C2RMF_retouched.jpg.
- Görsel 22. https://commons.wikimedia.org/wiki/File:St._Margaret_of_Antioch_by_Jacob_Cornelisz._Van_Oostanen,_1520.JPG.
- Görsel 23. <https://artvee.com/dl/saint-margaret-of-antioch-3/>.
- Görsel 24. https://commons.wikimedia.org/wiki/File:Tiziano_-_Santa_Margherita_d%27Antiochia_sottomette_il_drago_con_la_croce,_1552_ca.,_Monasterio_de_El_Escorial.jpg.
- Görsel 25. <https://creazilla.com/media/traditional-art/7161188/santa-margarita-del-taller-de-tiziano-museo-del-prado>.
- Görsel 26. <https://www.museodelprado.es/en/the-collection/art-work/saint-margaret/d41df4be-0e10-43a1-9ed9-44d8e675a3d8>.
- Görsel 27. <https://www.mepanews.com/ebul-iz-el-cezeri-13083h.htm>.
- Görsel 28. <https://digital.bodleian.ox.ac.uk/objects/bcbfd832-086b-4874-80f8-87500e0de704/surfaces/58fb0c0f-0f84-46cd-af6c-07a2930ba03c/>.
- Görsel 29. <file:///C:/Users/monster/Downloads/T11087.pdf>.



BÖLÜM 4

Parti İçi Demokrasi Perspektifinden Siyasi Partilerde Demokratik Sistemin Sorunsallaşması

Samet Ünlü¹

¹ Dr. Öğr. Üyesi, Sivas Cumhuriyet Üniversitesi, ORCID: 0000-0001-9493-6173

Giriş

Siyaset, bireylerin ve toplulukların ortak yaşamlarına yön veren kararların alındığı bir alan olarak, yalnızca seçim süreçleri ve yönetim mekanizmalarıyla sınırlı bir yapı değildir. Bu alan, aynı zamanda bireylerin temsil edildiği, farklı fikirlerin müzakere edildiği ve toplumun genel iradesinin şekillendiği bir toplumsal mücadele sahnesidir. Siyaset kurumlarının temel taşlarından biri olan siyasi partiler, bu mücadelelerin en görünür aktörleridir. Ancak, partilerin yalnızca toplumsal düzlemdeki işlevleri değil, kendi iç yapıları da toplumsal ilişkiler ve güç dinamikleri açısından önemli ipuçları sunar. Parti içi demokrasi, bu bağlamda, siyasi partilerin iç işleyişinin, temsil mekanizmalarının ve karar alma süreçlerinin demokratik normlara ne ölçüde uygun olduğunu inceleyen bir kavram olarak karşımıza çıkar.

Parti içi demokrasi, çoğulculuk, şeffaflık, hesap verebilirlik ve katılım gibi demokratik değerlerin siyasi partiler içinde uygulanabilirliğini sorgulayan bir çerçeve sunar. Bu çerçeve, yalnızca parti üyeleri ve lider kadroları arasındaki ilişkileri değil, aynı zamanda partilerin toplumsal yapıdaki yerini ve iktidar mekanizmalarına etkisini de analiz etmeyi gerektirir. Bu nedenle, parti içi demokrasiyi anlamak hem partilerin iç dinamiklerini hem de demokratik sistemin işleyişine ilişkin genel ilkeleri sorgulamayı içerir. Bu bağlamda, parti içi demokrasinin uygulanabilirliği, liderlik yapıları, üyeler arası eşitlik, karar alma süreçleri ve partilerin toplumla kurduğu ilişki gibi pek çok faktör tarafından şekillenir.

Günümüzde, parti içi demokrasiye dair tartışmalar, yalnızca siyaset bilimcilerin değil, aynı zamanda sosyologların ve toplumsal analiz yapan diğer disiplinlerin de ilgi odağı haline gelmiştir. Çünkü siyasi partiler, yalnızca birer siyasi organizasyon değil, aynı zamanda toplumsal yapıların birer yansımasıdır. Parti içi demokrasi tartışmaları, güç ilişkilerinin nasıl şekillendiği, bireylerin parti mekanizmaları içinde nasıl temsil edildiği ve bu süreçlerin toplumun genel demokratik kültürüne nasıl katkıda bulunduğu gibi sorulara ışık tutmaktadır. Bu tartışmalar, özellikle otoriter eğilimlerin ve lider merkezli yapılarının giderek daha görünür hale geldiği siyasi sistemlerde daha da kritik bir önem kazanmaktadır.

Türkiye, siyasal tarihindeki çeşitli evreler boyunca parti içi demokrasi tartışmalarına sıklıkla sahne olmuş bir ülkedir. Çok partili hayata geçiş sürecinden günümüze kadar, siyasi partilerin iç işleyişi, liderlik mekanizmaları ve karar alma süreçleri, demokratikleşme çabalarıyla yakından ilişkilendirilmiştir. Ancak Türkiye'deki siyasi partilerin çoğu, parti içi demokrasi açısından genellikle eleştirilere maruz kalmış ve bu durum, demokratik sistemin işleyişini de doğrudan etkilemiştir. Türkiye bağlamında, parti içi demokrasiye dair bir sosyolojik inceleme,

yalnızca siyasi partilerin iç mekanizmalarına odaklanmakla kalmaz; aynı zamanda toplumsal normlar, kültürel dinamikler ve tarihsel süreçler gibi geniş bir çerçeveyi de içerir.

Bu çalışmada, parti içi demokrasinin kavramsal çerçevesi, güç ilişkileriyle olan bağlantısı ve güncel tartışmalar ele alınacak, ardından Türkiye'deki siyasi partilerin bu bağlamdaki durumu sosyolojik bir perspektifle analiz edilecektir. Amacımız, parti içi demokrasiyi yalnızca bir normatif ideal olarak değil, aynı zamanda toplumsal yapıların ve siyasal kültürün bir ürünü olarak incelemektir. Bu çerçevede, çalışmanın dört ana başlık altında şekillenecek olması, hem teorik bir derinlik hem de Türkiye özelinde anlamlı bir analitik çerçeve sunmayı hedeflemektedir. Bu giriş, tartışmanın ana hatlarını ortaya koymak ve okuyucuyu parti içi demokrasinin yalnızca siyasi değil, aynı zamanda toplumsal bir mesele olduğu gerçeğiyle yüzleştirmek amacı taşımaktadır.

1. Parti İçi Demokrasi: Kavramsal Çerçeve

Demokrasi, tarihsel süreç içerisinde çeşitli aşamalardan geçmiş ve farklı şekillerde tanımlanmıştır. Bu süreçte temsiliyet, demokratik sistemlerin ayrılmaz bir parçası olarak ortaya çıkmıştır. Temsili demokrasinin kökeni, halkın doğrudan katılımının mümkün olmadığı durumlarda temsilciler aracılığıyla karar almanın gerekliliğinden kaynaklanır. Schumpeter (1943), demokrasiyi bir liderlik seçme yöntemi olarak tanımlarken, Dahl (2008) demokratik bir sistemin temel unsurları arasında temsiliyet, katılım ve çoğulculuğu vurgular. Bu bağlamda, modern demokrasilerde siyasi partiler, temsiliyet işlevini yerine getiren temel kurumlardan biri olarak karşımıza çıkar.

Siyasi partiler, seçmen iradesini parlamentoya taşıyan ve bu iradenin politika yapım süreçlerinde hayata geçirilmesini sağlayan mekanizmalardır (Katz ve Mair, 1995). Ancak bu temsiliyet işlevinin etkinliği, yalnızca seçimler aracılığıyla dış dünyaya değil, aynı zamanda parti içindeki süreçlere de bağlıdır. Parti içi demokrasi, bu açıdan, temsili demokrasinin içsel bir uzantısı olarak değerlendirilebilir.

Parti içi demokrasi, bir siyasi partinin üyelerinin karar alma süreçlerine katılımını sağlayan mekanizmaları ve süreçleri ifade eder. Katz ve Mair (1993), parti içi demokrasiyi, partilerin lider seçimi, aday belirleme, politika yapımı ve diğer karar alma süreçlerinde üyelerine ne kadar söz hakkı verdiği üzerinden değerlendirir. Bu mekanizmalar, parti liderliği ile taban arasında bir denge kurulmasını amaçlar. Örneğin, Michels'in (2019) "oligarşinin tunç kanunu" olarak bilinen tezi, partilerin büyüdükçe merkezileştiğini ve lider kadroların parti üyelerine kı-

yasla daha fazla güç kazandığını ileri sürer. Parti içi demokrasi, bu oligarşik eğilimleri dengeleme çabası olarak da görülebilir. Ayrıca, parti içi demokrasinin işlerliliği, sadece parti üyelerinin değil, genel olarak demokratik sistemin de sağlığı açısından önemlidir. Örneğin, Avrupa'daki yeşil ve sol partilerde üyelerin doğrudan katılımına dayanan karar alma mekanizmaları yaygınlaşırken, geleneksel merkez sağ ve sol partilerde daha merkezizetçi bir yapı gözlemlenmektedir (Scar-row, 1999). Türkiye bağlamında ise, özellikle Cumhuriyet Halk Partisi (CHP) ve Adalet ve Kalkınma Partisi (AKP) gibi partilerde parti içi demokrasi uygulamaları üzerine tartışmalar dikkat çekmektedir (Ayan, 2010).

Sosyolojik açıdan parti içi demokrasi, bireylerin siyasi katılımını ve toplumsal hareketlerle ilişkisini anlamak açısından önemli bir kavramdır. Parti içi demokrasinin bireyler üzerindeki etkisi, bireylerin politik öz-yeterlik duygularını artırması ve kolektif kimlik oluşumunu desteklemesiyle açıklanabilir (Verba, Schlozman ve Brady, 1995). Bireyler, parti içi süreçlere katıldıklarında yalnızca karar alma süreçlerine dahil olmakla kalmaz, aynı zamanda bir topluluğun parçası olma duygusunu da yaşarlar. Bu durum, özellikle gençlik ve kadın kolları gibi alt örgütlenmelerin parti içindeki önemini artırır. Bourdieu'nun (1991) toplumsal sermaye kavramı, bu bağlamda açıklayıcıdır; çünkü parti üyeliği ve aktif katılım, bireylerin toplumsal ağlarını genişletir ve politik kapasitelerini artırır. Partiler, farklı grupların taleplerini bir araya getirerek toplumsal çatışmayı yönetir. Laclau ve Mouffe (1985), bu süreci hegemonya kavramı üzerinden değerlendirirken, parti içi demokrasinin, farklı gruplar arasında bir denge mekanizması oluşturduğunu ileri sürer. Bu bağlamda, özellikle azınlık gruplarının ve marjinalleşmiş kesimlerin temsili açısından parti içi demokrasinin işlevi kritik öneme sahiptir.

Parti içi demokrasi, toplumsal hareketlerin partilere entegrasyonu açısından da önemli bir role sahiptir. Örneğin, çevre hareketleri, kadın hareketleri ve işçi hareketleri gibi toplumsal hareketler, siyasi partiler aracılığıyla kurumsal siyasete dahil olabilir. Tilly (2004), toplumsal hareketlerin partilerle etkileşimini, demokratikleşme süreçlerinin bir parçası olarak değerlendirir. Son yıllarda dijital teknolojilerin yaygınlaşması, parti içi demokrasiyi yeniden şekillendirmiştir. Özellikle online platformlar aracılığıyla üyelerin karar alma süreçlerine katılımı artırılmıştır (Chadwick, 2007). Ancak, bu süreçler aynı zamanda yeni sorunları da beraberinde getirmiştir; örneğin, bilgi asimetrisi ve manipülasyon riski gibi (Gerbaudo, 2018).

Parti içi demokrasi, modern siyasi partilerin demokratik süreçlerdeki yerini ve rolünü anlamak için kritik bir kavramdır. Teorik ve sosyolojik perspektiflerden yapılan analizler, parti içi demokrasinin yalnızca parti üyeleri için değil, genel

olarak demokratik sistemin sürdürülebilirliği açısından da önemli olduğunu ortaya koymaktadır. Ancak, parti içi demokrasinin işlerliği, partilerin yapısal özellikleri, liderlik tarzları ve toplumsal dinamiklerle yakından ilişkilidir.

2. Parti İçi Demokrasi ve Güç İlişkisi

Siyasal partiler, demokratik sistemlerin temel yapı taşları olarak, hem toplumun geniş kesimlerini temsil etme hem de etkin bir yönetim yapısı sağlama hedeflerini dengede tutmaya çalışırlar. Ancak, Robert Michels'in "oligarşinin tunç yasası" olarak bilinen teorisi, parti yapılarının bu hedefleri gerçekleştirirken kaçınılmaz olarak bir elit sınıfın kontrolüne girdiğini savunur (Michels, 2019). Michels'e göre, partiler büyüdükçe, karmaşıklıklaştıkça ve kurumsallaştıkça liderlik konumunda bulunan kişiler, zamanla partiyi kendi çıkarlarına uygun şekilde yönlendirme eğilimine girerler. Bu durum, parti içi demokrasiyi zayıflatır ve katılımı sınırlar. Özellikle modern partilerde gözlemlenen bürokratik eğilimler, karar alma süreçlerinin tabandan uzaklaşmasına ve lider kadrolarının gücünü pekiştirmesine yol açmaktadır (Crouch, 2004). Parti içi güç yoğunlaşmasının sonuçları üzerine yapılan ampirik çalışmalar, liderliğin merkeze alınmasının sadece ideolojik tutarlılığı değil, aynı zamanda örgütsel dayanıklılığı artırabileceğini göstermiştir (Katz ve Mair, 1995). Ancak bu süreç, aynı zamanda parti üyelerinin karar alma mekanizmalarına etkili bir şekilde katılmasını engelleyebilir ve toplumsal eşitlik ilkelerini zayıflatır.

Özgün bir perspektifle değerlendirildiğinde, Michels'in öne sürdüğü oligarşi eğilimleri, günümüzde dijitalleşen parti yapıları üzerinden yeniden tartışılmalıdır. Örneğin, çevrim içi platformların kullanımı, liderler ve taban arasında daha doğrudan bir etkileşim imkanı sunsa da bu süreçlerin de merkeziyetçi bir yapıya dönüşme potansiyeli taşıdığı gözlemlenmektedir (Gerbaudo, 2018). Parti içi demokrasinin, bireylerin siyasal sisteme katılımını teşvik etmesi ve toplumsal grupların adil bir şekilde temsil edilmesini sağlaması beklenir. Ancak araştırmalar, çoğu partide bu idealin tam olarak hayata geçirilemediğini göstermektedir (Scarrow, 1999). Parti içi demokrasi, üyelerin doğrudan katılımını ve karar süreçlerinde eşitlikçi bir rol oynamasını gerektirir. Ne var ki liderlerin ve yönetim organlarının hâkimiyeti, katılım mekanizmalarını sınırlayabilmektedir.

Siyasi partilerin katılımı artırma amacıyla kullandığı ön seçim ve üye anketleri gibi araçlar, zaman zaman yüzeysel bir demokratikleşme etkisi yaratmaktadır (Kenig, 2009). Ancak, bu araçların gerçek bir dönüşüm yaratabilmesi için, partilerin şeffaflık ve hesap verebilirlik ilkelerini güçlü bir şekilde benimsemesi gerekir. Özellikle kadınlar, gençler ve azınlık gruplarının parti içi temsili açısından büyük eşitsizlikler bulunduğu yapılan çalışmalarda açıkça ortaya konmuştur

(Norris ve Lovenduski, 1995). Bu durum, siyasal partilerin toplumsal farklılıkları temsil etme iddiasını zayıflatmaktadır. Bu bağlamda, katılım ve temsilde adaletin sağlanması, sadece üyelerin parti içi süreçlere dahil edilmesiyle değil, aynı zamanda üyelerin taleplerinin karar alma mekanizmalarına yansıtılmasıyla mümkündür. Örneğin, Sanders hareketi ya da Podemos gibi yeni sol hareketlerin taban odaklı yapılarına dair yapılan araştırmalar, temsilde adaletin güçlendirilmesi açısından yeni yollar sunduklarını ortaya koymaktadır (Errejón ve Mouffe, 2016).

Toplumsal sınıfların, kimliklerin ve tabakalaşma süreçlerinin parti içi dinamiklere etkisi, parti yapılarının anlaşılması açısından kritik bir boyut sunar. Weber'e (2008) göre, sınıfsal yapıların siyasal örgütlenmeler üzerindeki etkisi, sadece ekonomik temellerle sınırlı değildir; aynı zamanda kültürel ve ideolojik faktörler de belirleyici bir rol oynar. Parti içi karar alma süreçleri incelendiğinde, sınıfsal kimliklerin bu süreçlere yön verdiği ve belirli sınıfların daha fazla temsil gücü elde ettiği görülmektedir (Panebianco, 1988). Bu durum, özellikle işçi sınıfı kökenli partilerde çarpıcıdır. Örneğin, 20. yüzyılın başlarında Avrupa'daki sosyalist partiler, işçi sınıfı temsiline vurgu yaparken zamanla orta sınıf seçmenlerin desteğini almayı hedeflemiş ve böylelikle ideolojik bir değişim geçirmiştir (Przeworski ve Sprague, 1986). Bu ideolojik kaymalar, sadece toplumsal sınıflar arasındaki güç ilişkilerini değil, aynı zamanda parti içi karar alma süreçlerini de dönüştürmüştür.

Son yıllarda kimlik siyasetinin yükselişi, toplumsal tabakalaşmanın parti içindeki etkilerini daha karmaşık bir hale getirmiştir. Kimlik temelli grupların partilerde örgütlenmesi, çoğulculuğu artırırken aynı zamanda çatışmaları da beraberinde getirmektedir (Fraser, 2000). Özellikle etnik ve cinsiyet temelli kimliklerin parti içi süreçlerde temsil edilmesi, parti demokrasisini güçlendirebileceği gibi yeni bölünmelere de yol açabilmektedir.

Sonuç olarak, parti içi demokrasinin toplumsal tabakalaşma ve kimlik dinamikleriyle nasıl etkileşimde bulunduğunu anlamak, partilerin hem ideolojik hem de yapısal dönüşümlerine ışık tutmaktadır. Bu süreçlerin analizinde, sınıfsal çıkarların ve kimlik temsillerinin dengelenmesi gerekliliği ön plana çıkmaktadır.

3. Parti İçi Demokrasiye İlişkin Güncel Tartışmalar

Parti içi demokrasi, siyasal partilerin üyeleri arasında adil ve katılımcı bir yönetim biçimi kurmayı hedefleyen bir ilke olarak, günümüzde önemli tartışma konularından biri olmaya devam etmektedir. Demokratik süreçlerin parti içindeki uygulanabilirliği, liderlik mekanizmaları, teknolojik yenilikler ve toplumsal cinsiyet ile yaş gruplarının temsili gibi birçok alt başlıkta ele alınmaktadır. Bu metin,

liderlik, dijitalleşme ve temsilde eşitsizlikler çerçevesinde parti içi demokrasiye yönelik güncel tartışmaları incelemektedir.

Liderlerin siyasal partilerdeki belirleyici rolü, parti içi demokrasinin en tartışmalı noktalarından biridir. Parti liderleri genellikle, seçim süreçleri ve politika belirleme aşamalarında büyük bir etki gücüne sahiptir. Ancak bu durum, üyelerin ve yerel örgütlerin karar alma mekanizmalarına katılımını sınırlayabilir. Michels'in "oligarşinin tunç kanunu" olarak bilinen teorisi, büyük organizasyonların doğası gereği liderlik merkezileşmesine eğilim gösterdiğini öne sürer ve bu bağlamda parti içi demokrasiye yönelik eleştirilerin temelini oluşturur (Michels, 2019). Günümüzde bu gerilim, özellikle popülist liderlerin etkisiyle daha da belirginleşmiştir. Popülist liderler, doğrudan halkı temsil ettiklerini iddia ederek parti içi demokratik süreçleri zayıflatabilir. Bu durum, liderlerin karar alma süreçlerini merkezileştirmesiyle parti üyelerinin katılımını ve görüşlerini marjinalize edebilir (Katz & Mair, 2009).

Dijitalleşme, parti içi demokrasiye yeni imkanlar sunmakla birlikte, bazı sorunları da beraberinde getirmiştir. Çevrimiçi oylama, üyelerin karar alma süreçlerine daha geniş bir katılım sağlamasına olanak tanırken, bu mekanizmaların güvenliği ve şeffaflığı tartışma konusudur. Örneğin, Estonya'da uygulanan çevrimiçi seçim sistemi, dijital demokrasinin potansiyelini göstermiş ancak siber güvenlik tehditleri ve veri gizliliği konularında eleştirilmiştir (Madise & Martens, 2006). Ayrıca sosyal medya platformları, üyelerin ve liderlerin iletişimini kolaylaştırır da bilgi kirliliği ve manipülasyon risklerini artırabilir. Dijital teknolojilerin partilerin karar alma süreçlerini demokratikleştirmek yerine, belirli grupların veya liderlerin etkisini pekiştirdiği durumlar da gözlemlenmiştir (Chadwick, 2013). Bu bağlamda, dijital katılım araçlarının tasarımı ve uygulanmasında demokratik ilkelerin gözetilmesi kritik önem taşır.

Siyasetteki toplumsal cinsiyet ve yaş eşitsizlikleri, parti içi demokrasinin önemli bir boyutudur. Kadınlar ve gençler, çoğu siyasal partide karar alma mekanizmalarında yeterince temsil edilmemektedir. Dünya genelinde kadın parlamenter oranı yalnızca %26,5 düzeyindeyken, partilerin iç yapısında da benzer eşitsizlikler görülmektedir (IPU, 2022). Kadın kotaları gibi mekanizmalar, bu sorunun çözümünde etkili olsa da tek başına yeterli değildir. Benzer şekilde, gençlerin parti içindeki temsil oranı da düşüktür. Özellikle yaşlı liderlerin baskın olduğu geleneksel partilerde, genç üyeler politika yapım süreçlerine dahil edilmekte veya marjinal roller üstlenmektedir. Bu durum, gençlerin siyasetten uzaklaşmasına ve temsil krizine yol açabilir (Norris, 2002). Çözüm önerileri arasında, gençlik kotaları, kapasite geliştirme programları ve genç liderlere mentorluk sistemleri yer almaktadır.

Parti içi demokrasi, liderlik yapıları, dijitalleşme ve temsilde eşitsizlikler bağlamında dinamik bir tartışma alanıdır. Bu sorunların çözümü, hem kurumsal düzenlemeler hem de kültürel değişimlerle mümkündür. Liderlerin demokratik ilkelere bağlı kalması, dijital katılım araçlarının şeffaflığı ve kapsayıcılığı artırması, kadınlar ve gençler için daha eşitlikçi temsil mekanizmalarının oluşturulması, parti içi demokrasiyi güçlendirecek önemli adımlar olarak öne çıkmaktadır.

4. Türkiye'de Parti İçi Demokrasi: Sosyolojik Bir İnceleme

Türkiye’de siyasi partilerin gelişimi, Osmanlı İmparatorluğu’ndaki meşrutiyet deneyimlerinden Cumhuriyet’in ilanına kadar uzanan bir süreçte şekillenmiştir. İttihat ve Terakki Cemiyeti, parti temelli örgütlenmenin ilk örneklerinden biri olarak dikkat çeker. Ancak, bu dönemdeki siyasi organizasyonlar, Batı'daki parti sistemlerinden farklı olarak bireysel hak ve özgürlükleri geliştirmekten ziyade devletin modernizasyonuna odaklanmıştır (Ahmad, 2015).

Cumhuriyet dönemi, özellikle Tek Parti Dönemi (1923-1946) ile karakterizedir. Cumhuriyet Halk Partisi (CHP), hem devlet hem de parti örgütü olarak işlev görmüştür. Demokratikleşme çabalarının başlamasıyla çok partili sisteme geçilmiş, 1946’da Demokrat Parti (DP) kurulmuştur. Ancak bu süreçte, parti içi demokrasi yerine lider odaklı bir yapı benimsenmiştir (Zürcher, 2004). Türkiye’nin siyasi tarihindeki darbeler, parti sistemlerinin gelişimini ve demokratikleşme çabalarını olumsuz etkilemiş, partilerde hiyerarşik yapılar ve otoriter eğilimler pekişmiştir.

1980 sonrası dönemde, özellikle 1982 Anayasası ile siyasi partilerin örgütlenme özgürlüğü kısıtlanmış, lider odaklılık ve merkeziyetçilik güçlenmiştir. Bu süreç, hem parti içi demokratik mekanizmaların zayıflamasına hem de parti üyelerinin karar alma süreçlerine katılımının azalmasına yol açmıştır. Bu tarihsel bağlam, Türkiye’de parti içi demokrasinin sınırlı kalmasının ana nedenlerinden biri olarak değerlendirilmektedir.

Türkiye’de siyasi partilerin örgüt yapıları, genellikle merkeziyetçi ve lider odaklı bir model üzerine kuruludur. Parti içi demokrasi, liderlerin karar almadaki ağırlığı nedeniyle büyük ölçüde kısıtlanmaktadır (Çarkoğlu ve Kalaycıoğlu, 2020). Liderlerin parti üzerindeki bu hâkimiyeti, üyelerin ve alt kademe temsilcilerinin karar süreçlerine etkili katılımını engellemektedir. Bunun sonucu olarak, demokratik değerlerin parti tabanına yayılması zorlaşmaktadır.

Parti içi demokrasi sorunları arasında öne çıkan konular şunlardır:

Aday Belirleme Süreçleri: Türkiye’de aday belirleme süreci genellikle parti liderleri ve merkez organları tarafından şekillendirilir. Bu durum, yerel teşkilatların ve üyelerin sürece katılımını sınırlandırmaktadır (Sayarı, 2016).

Disiplin Mekanizmaları: Partilerde disiplin kurulları, çoğunlukla liderliğin istekleri doğrultusunda hareket eden araçlar haline gelmiştir. Bu durum, parti içindeki farklı görüşlerin susturulmasına ve eleştirel düşüncenin bastırılmasına yol açmaktadır.

Yatay ve Dikey İletişim Eksiklikleri: Parti içi iletişim mekanizmalarının yetersizliği, taban ile liderlik arasındaki kopukluğu artırmaktadır. Özellikle yerel teşkilatların ulusal karar alma süreçlerine etkisi oldukça sınırlıdır (Heper ve Landau, 1991).

Bu yapısal sorunlar, yalnızca parti içindeki demokratik mekanizmaları değil, aynı zamanda genel demokratik kültürü de zedelemektedir. Partilerin bu haliyle demokratikleşme sürecine katkı sağlamaları oldukça sınırlıdır.

Türkiye’de parti içi demokrasi pratiklerini küresel eğilimler bağlamında değerlendirmek, bu sorunları daha geniş bir perspektifte ele almayı mümkün kılmaktadır. Dünyada siyasi partiler, artan seçmen ilgisizliği ve kurumsal güven kaybı gibi sorunlarla karşı karşıyadır (Katz ve Mair, 1995). Ancak, birçok ülkede parti içi demokrasiyi güçlendirmek adına çeşitli reformlar yapılmaktadır. Örneğin:

Açık Ön Seçimler: Avrupa’nın bazı ülkelerinde partiler, aday belirleme süreçlerinde tabanın daha fazla söz sahibi olmasını sağlayan açık ön seçim modellerini benimsemiştir (Scarrow, 1999).

Dijital Katılım Mekanizmaları: Teknolojik gelişmeler, parti üyelerinin karar alma süreçlerine katılımını kolaylaştıran dijital platformların yaygınlaşmasını sağlamıştır.

Türkiye’de ise bu küresel eğilimlerden sınırlı ölçüde etkilenildiği görülmektedir. Özellikle teknolojik araçların kullanımı ve katılımcı mekanizmaların geliştirilmesi konusunda geri kalmıştır. Bunun yanında, Türkiye’deki siyasi kültür, güçlü liderliğe ve merkezîyetçiliğe olan eğilimle şekillenmiştir. Bu durum, parti içi demokrasinin gelişimi önünde önemli bir engel oluşturmaktadır. Küresel eğilimlere uyum sağlamak ve parti içi demokrasiyi güçlendirmek için önerilen reformlar şunlardır:

1. Aday Belirleme Reformları: Parti içi ön seçimlerin zorunlu hale getirilmesi.
2. Dijital Platformların Kullanımı: Parti üyelerinin ve tabanının doğrudan karar süreçlerine katılmasını sağlayacak araçların geliştirilmesi.
3. Eğitim Programları: Parti üyelerine demokratik katılım bilincini aşılayan eğitimlerin düzenlenmesi.

Sonuç olarak, Türkiye’de parti içi demokrasi, hem tarihsel gelişim sürecinden hem de mevcut kurumsal yapılardan kaynaklanan ciddi sorunlarla karşı karşıyadır. Ancak küresel eğilimlerin dikkate alınması ve reformların hayata geçirilmesi, bu sorunların aşılmasında önemli bir adım olabilir.

Sonuç ve Değerlendirme

Parti içi demokrasi, yalnızca siyasi partilerin iç işleyişlerini düzenleyen bir mekanizma değil, aynı zamanda bir toplumun demokratik olgunluğunun aynasıdır. Bu bağlamda, parti içi demokrasiyi değerlendirmek, bir yandan parti yapısındaki güç ilişkilerini anlamayı, diğer yandan da siyasal ve toplumsal yapının genel demokratik kapasitesini irdelemeyi gerektirir. Türkiye'deki siyasal partilerde parti içi demokrasi pratikleri, sosyolojik bir perspektifle incelendiğinde hem normatif demokrasi anlayışı hem de uygulama düzeyindeki çeşitli sınırlılıklar üzerinden özgün sonuçlara ulaşmak mümkündür.

Parti içi demokrasi, teorik olarak katılım, çoğulculuk, hesap verebilirlik ve şeffaflık gibi ilkeler etrafında şekillenir. Ancak bu kavramların her biri, uygulamada farklı güç dengeleri ve tarihsel bağlamlardan etkilenir. Sosyolojik açıdan bakıldığında, parti içi demokrasi, yalnızca kurallar ve yönetmelikler düzeyinde değil, aynı zamanda aktörlerin gündelik etkileşimleri, kurumsal kültür ve toplumsal normlar üzerinden de analiz edilmelidir. Bu çerçevede, Türkiye gibi hem güçlü merkeziyetçi eğilimlere hem de çeşitlilik arz eden toplumsal yapıya sahip ülkelerde daha da önem kazanmaktadır.

Türkiye'deki siyasal partilerde parti liderlerinin belirgin ağırlığı, parti içi demokrasiyi kısıtlayan en önemli faktörlerden biri olarak öne çıkmaktadır. Lider odaklı siyaset, üyelerin ve alt kademe örgütlerin karar alma süreçlerindeki etkisini sınırlayarak parti içi demokrasiyi işlevsiz hale getirebilmektedir. Ancak bu durumu yalnızca liderlerin bireysel etkisiyle açıklamak yeterli değildir. Sosyolojik bir perspektiften, bu durumun arkasında partilerin örgütsel yapılarının merkeziyetçi doğası, seçmen davranışlarının lider odaklı şekillenmesi ve siyasal kültürdeki otoriter eğilimler bulunmaktadır.

Son yıllarda, dijitalleşmenin ve sosyal medyanın etkisiyle parti içi demokrasiye ilişkin yeni fırsatlar ve tehditler ortaya çıkmıştır. Türkiye'de bazı partiler, aday belirleme süreçlerini kısmen dijital platformlara taşıırken, bu uygulamaların şeffaflık ve katılım ilkesini ne ölçüde sağladığı tartışmalıdır. Öte yandan, özellikle genç kuşakların parti içi süreçlere katılım beklentisi artmakta, bu da partilerin demokratikleşme taleplerini göz ardı etmesini zorlaştırmaktadır.

Türkiye'deki parti içi demokrasi pratiklerini değerlendirirken, partiler arası farklılıklar da göz önünde bulundurulmalıdır. Geleneksel, ideolojik partilerde katılımın sınırlı olduğu gözlemlenirken, yeni nesil siyasi hareketlerde daha yatay örgütlenme biçimleri ve katılımcı yöntemler öne çıkmaktadır. Ancak bu farkların kalıcı ve sistemik bir dönüşüm yaratıp yaratmadığı henüz belirsizdir.

Parti içi demokrasiyi güçlendirmek, yalnızca yasal düzenlemelerle değil, aynı zamanda toplumsal kültür ve siyasal bilinç düzeyindeki değişimlerle mümkündür. Türkiye özelinde, parti içi demokrasinin sınırlılıkları, yalnızca partilerin yapısal özelliklerinden değil, aynı zamanda toplumsal düzeydeki siyasal katılım kültürünün eksiklerinden kaynaklanmaktadır. Bu durum, parti içi demokrasinin yalnızca partilerin iç işleyişiyle sınırlı bir mesele olmadığını, aynı zamanda toplumsal bir sorun olduğunu göstermektedir.

Sonuç olarak, Türkiye'de parti içi demokrasiye ilişkin dönüşümün mümkün olabilmesi, çok katmanlı bir stratejiyi gerektirir. Siyasal partilerin örgütsel yapılarında reform, liderlik kültüründe değişim ve tabandan gelen katılım taleplerinin artışı, bu dönüşümün temel dinamikleridir. Ancak bu süreç, yalnızca partilerin iç dinamikleriyle değil, aynı zamanda toplumun genel demokrasi anlayışındaki gelişimle de doğrudan ilişkilidir. Parti içi demokrasi, bireysel özgürlüklerin ve kolektif sorumlulukların bulunduğu bir alan olarak, Türkiye'nin demokrasi serüveninde kritik bir rol oynamaya devam edecektir.

Kaynakça

- Ahmad, F. (2015). *Modern Türkiye'nin Oluşumu*. İstanbul: Sarmal Yayınları.
- Bourdieu, P. (1991). *Language and Symbolic Power*. Harvard University Press.
- Chadwick, A. (2007). *Digital Network Repertoires and the Trajectory of Political Participation*. Journal of Communication.
- Chadwick, A. (2013). *The Hybrid Media System: Politics and Power*. Oxford University Press.
- Crouch, C. (2004). *Post-Democracy*. Polity.
- Çarkoğlu, A., & Kalaycıoğlu, E. (2020). *Türkiye'de Siyaset: Yapılar ve Süreçler*. İstanbul: Beta Yayınları.
- Dahl, R. A. (2008). *Polyarchy: Participation and Opposition*. Yale University Press.
- Errejón, Í., & Mouffe, C. (2016). *Construir Pueblo: Hegemonía Radicalización de la Democracia*.
- Fraser, N. (2000). "Rethinking Recognition." *New Left Review*.
- Gerbaudo, P. (2018). *The Digital Party: Political Organisation and Online Democracy*.
- Heper, M., & Landau, J. M. (1991). *Political Parties and Democracy in Turkey*. London: Routledge.
- IPU (2022). *Women in Parliament: 2022*. Geneva: Inter-Parliamentary Union.
- Katz, R. S., & Mair, P. (1995). "Changing Models of Party Organization and Party Democracy: The Emergence of the Cartel Party." *Party Politics*.
- Katz, R. S., & Mair, P. (2009). *Democracy and the Cartelization of Political Parties*. Oxford University Press.
- Madise, Ü., & Martens, T. (2006). E-voting in Estonia 2005. *The First Practice of Country-wide Binding Internet Voting in the World*.
- Michels, R. (2019). *Political Parties: A Sociological Study of the Oligarchical Tendencies of Modern Democracy*. Dover.
- Norris, P. (2002). *Democratic Phoenix: Reinventing Political Activism*. Cambridge University Press.
- Norris, P., & Lovenduski, J. (1995). *Political Recruitment: Gender, Race and Class in the British Parliament*.
- Panebianco, A. (1988). *Political Parties: Organisation and Power*.
- Przeworski, A., & Sprague, J. (1986). *Paper Stones: A History of Electoral Socialism*.
- Sayarı, S. (2016). *Siyasal Partiler ve Parti Sistemleri: Türkiye Örneği*. İstanbul: İletişim Yayınları.

- Scarrow, S. (1999). "Parties and Their Members: Organizing for Victory in Britain and Germany." *European Journal of Political Research*, 35(2), 143-164.
- Tilly, C. (2004). *Social Movements, 1768–2004*. Paradigm Publishers.
- Verba, S., Schlozman, K. L., & Brady, H. (1995). *Voice and Equality: Civic Voluntarism in American Politics*. Harvard University Press.
- Weber, M. (2008). *Sosyoloji Yazıları*. İstanbul: Deniz Yayınları.
- Zürcher, E. J. (2004). *Modernleşen Türkiye'nin Tarihi*. İstanbul: İletişim Yayınları.



BÖLÜM 5

Coğrafî Yönüyle Dijital Basındaki Sel ve Taşkın Haberleri

Öznur Yazıcı¹

¹ Doç. Dr. , Karabük Üniversitesi, 0000-0001-7965-643X

Giriş

Su kaynaklarının mevcut potansiyeli, kalitesi, akım özellikleri, akarsu yatak restorasyonu, suyun arıtımı, atık bertarafı, altyapının korunması, arazi kullanımı, toprak kaybı ve sulak alanların sürdürülebilirliği gibi konular havza plânlaması ve yönetimi kapsamındaki önemli başlıklar arasındadır (Knight ve Shamseldin, 2006). Suyun varlığı da, yokluğu da, azlığı da, çokluğu da yeryüzünde yaşamın ve yerşekillenmesinin devamlılığı açısından çok büyük önem taşımakta, hidrolojik bütünlüğü tehdit eden koşullar altında afet düzeyinde sorunlar ortaya çıkabilmektedir.

Centre for Research on the Epidemiology of Disasters'a (CRED, Afet Epidemiyolojisi Araştırma Merkezi) göre (2017), yerel kapasiteyi aşarak ulusal veya uluslararası düzeyde dış yardım talebi gerektiren; büyük hasara, yıkıma ve insan acısına neden olan, öngörülemeyen ve genellikle ani gerçekleşen bir durum veya olaylara **afet** denir. Yeryüzünde yaşanan afetlerin kaydedilmesine yönelik farklı küresel ve bölgesel veri tabanları oluşturulmuş; sonrasında ortak bir hiyerarşi ve terminoloji oluşturma girişimiyle birlikte afet çeşitleri için **doğal ve beşerî afet** genel sınıflandırması güncellenerek yeni bir sınıflandırma yapılmıştır. Buna göre **doğal** ve **teknolojik** olarak iki genel afet grubu belirlenmiş ve küresel veri tabanlarına bu şekilde alınmıştır. Yeni sınıflandırmanın hiyerarşisinde, 'tetikleyici olay' referans kökü olarak kullanılır. Örneğin; 'kuru kütle hareketi' tetikleyicisi 'jeofiziksel', 'ıslak kütle hareketi' tetikleyicisi ise 'hidrolojik' afet olarak kategorize edilir. Bu yeni sistemde doğal afet kategorisi; **jeofiziksel, meteorolojik, hidrolojik, klimatolojik, biyolojik** ve **dünya dışı** olarak altı gruba ayrılmaktadır (Below, Wirtz ve Guha-Sapir, 2009). Dünya üzerinde meydana gelen afet olayları, EM-DAT (The Emergency Events Database ya da The International Disaster Database) (URL1) olarak kısaltılan Uluslararası Acil Durum Olayları (ya da Afet) Veritabanı'na ve bir reasürans şirketi olan Munich Re (Munich Reinsurance Company) tarafından sağlanan NatCatSERVICE adlı küresel bir doğal afet hasar veritabanına kaydedilmektedir. Bu sınıflandırmalar çerçevesinde **sel** ve **taşkın** olayları, öncelikle **hidrografik afetler** grubundadır. Normal su döngüsündeki sapmalar ve/veya su kütlelerinin taşması nedeniyle oluşan hidrolojik olaylar ile suya bağlı olarak ortaya çıkan ıslak kütle hareketleri hidrografik afetleri meydana getirir (Below vd., 2009). Ancak sel ve taşkını tetikleyen ya da katkı sağlayan birincil nedenleri teşkil eden aşırı yağışlar ve ani kar erimelerinin doğrudan iklimle ilişkili olmasına bağlı olarak aynı zamanda **hidrometeorolojik afetler** olarak da kabul edilmektedir. Gerçekten de yağışlar neden-sonuç zincirini, akış oluşumunu, akış yoğunluğunu, taşkın dalgası yayılımını (yönlendirme) ve hasarını kapsayan entegre bir analizde en önemli faktörü teşkil eder (Bronstert, 2003).

Türkiye’de yaşanan sel ve taşkın risklerinde yağışla akım arasındaki istatistiksel ilişkilerin oldukça belirgin olduğu çalışmalar (Namlı, 2019; İrdem, 2023) mevcuttur.

Hidrometeorolojik **sel** ve **taşkın** olayları benzer görünse de, gerçekte birbirinden belirgin farklarla ayrılmaktadır. Munich Reinsurance Company’nin (1997; Aktaran: Douben ve Ratnayake, 2005) tanımına göre **sel (flood)**, yüzey suyunun (akarsu, göl, deniz) geçici olarak normalden çok daha yüksek bir debi (akım) ile akması durumudur. Burada debi normal sınırların dışına çıksa da, sular yataktan çıkmayabilir. Sipahioğlu’nun (2012) **sel** tanımı, büyük su kütlelerinin çeşitli nedenlerle kontrol edilemez duruma gelmesi şeklindedir. Balcı ve Öztan (1987) ise, dik eğime sahip yukarı havzalarda şiddetli yağışlarla birlikte oluşan ve çok büyük hız ve kinetik enerji ile dere yataklarında akarak beraberinde taş, çakıl ve büyük kayaları sürükleyen akımları **sel** olarak tanımlamışlardır. **Taşkın (flooding)** olayı, bir akarsu (ya da gölün) üst sınırının aşılması ve normalde su altında olmayan kuru alanlarda birikmesi olarak tanımlanabilir (Douben ve Ratnayake, 2005). Şahin ve Sipahioğlu’na (2007) göre **taşkın** terimi, bir akarsuyun yatağından çıkarak çevresindeki düz ve çukur kesimleri kaplayıp örtmesi ve hasar vermesi durumudur. **Taşkın**, Institute for Catastrophic Loss Reduction (ICLR) (Felaket Kayıplarını Azaltma Enstitüsü) (2021) tarafından suyun normalde kuru olan bir yere, normal sınırlarının ötesine ya da istenmeyen bir yere taşması olarak ifade edilir.

Tablo 1. Kıta bazında sel ve taşkınların oransal dağılışı

Sıra	Kıta adı	Sel/Taşkın alt türü	f	%	
1	Asya	Akarsu taşkını	1002	2497	41.55
		Genel	1010		
		Ani sel ve taşkın	445		
		Kıyı taşkını	40		
2	Amerika	Akarsu taşkını	633	1397	23.25
		Genel	620		
		Ani sel ve taşkın	125		
		Kıyı taşkını	19		
3	Afrika	Akarsu taşkını	585	1260	20.97
		Genel	498		
		Ani sel ve taşkın	170		
		Kıyı taşkını	7		
4	Avrupa	Akarsu taşkını	363	694	11.55
		Genel	231		
		Ani sel ve taşkın	93		
		Kıyı taşkını	7		
5	Okyanusya	Akarsu taşkını	58	161	2.68
		Genel	66		
		Ani sel ve taşkın	26		
		Kıyı taşkını	11		
TOPLAM			6009	100	

Kaynak: 1900-2024 yılları arası EM-DAT verileri kullanılarak hazırlanmıştır.

EM-DAT sayfasında 1900 yılından itibaren kayıtlı veriler taranarak hem kıta bazında hem de Türkiye’deki sel ve taşkın olayları tablolştırılmıştır. Sel ve taşkın için 1900’den 22 Kasım 2024 gününe kadar dünyada toplam 6009 vaka kaydı mevcuttur (Tablo 1). Kıtasal olarak; 2497 (%41.55) ile ilk sırayı Asya, 1397 (%23.25) ile ikinci sırayı Amerika, 1260 (%20.97) ile üçüncü sırayı Afrika, 694 (%11.55) ile dördüncü sırayı Avrupa, 161 (%2.68) ile beşinci sırayı Okyanusya almıştır. Afet alt türü olarak **akarsu taşkını, genel, ani sel ve taşkın, kıyı taşkını** şeklinde 4 sınıf ayırt edilmiştir. Dünyada toplamda en fazla 2641 akarsu taşkını, 2425 genel taşkın, 859 ani sel ve taşkın, en az ise 84 kıyı taşkını (kıyı seli) meydana gelmiştir. Afet ve Acil Durum Yönetimi Başkanlığı (2014); genellikle bir hafta veya daha uzun sürede gelişen selleri **yavaş sel**, bir-iki günde oluşan selleri **hızlı sel**, saatlik sürede oluşan selleri **ani sel** olarak tanımlamaktadır.

Tablo 2. Türkiye’de gerçekleşen sel ve taşkın olayları

Sıra	Yıl	Lokasyon	Alt tür
1	1948	-	Genel
2	1948	-	Genel
3	1956	-	Genel
4	1957	-	Genel
5	1964	Eskişehir	Genel
6	1968	Mersin	Genel
7	1974	Şırnak	Genel
8	1980	Anadolu	Genel
9	1981	Batı Anadolu	Genel
10	1984	Güneydoğu Anadolu	Ani sel/taşkın
11	1988	Ankara	Ani sel/taşkın
12	1990	Giresun, Gümüşhane, Trabzon	Akarsu taşkını
13	1990	Kahramanmaraş, Bingöl, Gaziantep	Akarsu taşkını
14	1991	Diyarbakır, Malatya, Adıyaman, Elâzığ, Bingöl, Muş	Ani sel/taşkın
15	1995	Bitlis	Akarsu taşkını
16	1995	İzmir, Antalya, Isparta	Genel
17	1998	Zonguldak, Karabük, Bartın, Sakarya	Ani sel/taşkın
18	1998	Diyarbakır	Ani sel/taşkın
19	1998	Trabzon, Rize	Ani sel/taşkın
20	2000	Samsun, Tokat	Akarsu taşkını
21	2001	Şanlıurfa	Akarsu taşkını
22	2001	Hatay, Konya	Akarsu taşkını
23	2001	İzmir, Mersin, Antalya, Adana	Akarsu taşkını
24	2002	Rize, Yozgat, Kars, Muş, Çorum	Akarsu taşkını
25	2004	Erzurum, Mersin, Ardahan, Kars, Muş, Ağrı, Konya, Batman, Bitlis	Akarsu taşkını
26	2004	Zonguldak, İstanbul	Ani sel/taşkın
27	2005	İstanbul, Bolu, Sakarya	Genel
28	2005	Trabzon, Rize	Ani sel/taşkın
29	2006	Bitlis, Muş, Kırklareli, Trabzon, Rize	Akarsu taşkını
30	2006	Antalya, Mersin, Şanlıurfa, Diyarbakır, Şırnak, Batman, İstanbul, Hakkâri	Ani sel/taşkın
31	2007	Ağrı, Van, Bitlis, Gaziantep	Akarsu taşkını
32	2007	Erzurum	Akarsu taşkını
33	2007	Muğla, Tekirdağ, Edirne	Akarsu taşkını
34	2009	Artvin, Sinop, Ordu, Bartın	Akarsu taşkını
35	2009	İstanbul, Tekirdağ	Ani sel/taşkın
36	2012	Samsun	Akarsu taşkını
37	2015	Edirne	Akarsu taşkını
38	2019	Trabzon	Ani sel/taşkın
39	2019	Düzce	Ani sel/taşkın
40	2019	İstanbul	Ani sel/taşkın
41	2020	Ankara	Ani sel/taşkın
42	2020	Bursa	Ani sel/taşkın
43	2020	Samsun, Rize, Trabzon, Giresun	Genel
44	2021	Rize, Artvin	Genel
45	2021	Bartın, Kastamonu, Sinop	Genel
46	2022	Ankara, Yozgat	Genel
47	2022	Antalya	Ani sel/taşkın
48	2023	Adıyaman, Şanlıurfa	Genel
49	2023	İstanbul, Kırklareli	Genel
50	2024	Antalya, Erzincan	Genel

Kaynak: 1948-2024 yılları arası EM-DAT verileri kullanılarak hazırlanmıştır.

EM-DAT verilerine göre Türkiye’de sel ve taşkın durumuna bakıldığında; veritabanında 50 vakanın kayıtlı olduğu belirlenmiştir (Tablo 2). Bunların en eski tarihli olan ilk ikisi 1948 yılına ait genel sel ve taşkın kayıdır. Lokasyon belirlenmemiş olan ilk kayıt Şubat 1948 yılına aittir ve ölü sayısının 200 kişi olduğu verilmiştir. Haziran 1948’e ait olan ikinci kayıta 132 kişinin öldüğü bilgisi yer alır. Verilere ait bazı detaylar (başlangıç günü, bitiş günü, ölü sayısı, yaralı sayısı, etkilenen kişi sayısı vb.) tabloya sığdırılamadığı için çalışmaya alınamamıştır. Kayıtlara göre 1956, 1957, 1964, 1968, 1974, 1980, 1981, 1984, 1988, 1991, 2000, 2002, 2012, 2015 ve 2024 yıllarında 1’er (toplam 15); 1948, 1990, 1995, 2004, 2005, 2006, 2009, 2021, 2022 ve 2023 yıllarında 2’şer (toplam 20); 1998, 2001, 2007, 2019 ve 2020 yıllarında 3’er (toplam 15) sel ve taşkın gerçekleşmiştir. Lokasyonlar değerlendirildiğinde; sel ve taşkına en fazla uğrayan illerin İstanbul, Rize ve Trabzon (6’şar vaka) olduğu görülmektedir. Ardından Antalya (5 vaka); Bitlis, Mersin ve Muş (4’er vaka); Ankara, Bartın, Diyarbakır, Samsun ve Şanlıurfa (3’er vaka) üst sıraları almıştır. Tablo 2’ye göre Türkiye’de en fazla ortaya çıkan alt tür genel sel ve taşkın olmuştur.

Online gazetecilik terimi; sanal, elektronik ya da internet ortamında yapılan uygulamalı gazetecilik olarak ifade edilir (Gürçan, 1999). İnternet haberciliği okuyucular için geleneksel haberciliğe göre daha etkileşimli ve katılımcı bir deneyim sunar; yorum paylaşmaya olanak tanır ve küresel bir erişime sahiptir (Ergün ve Aksoy, 2023). Eğitim, sağlık, hukuk, güvenlik, ekonomi, siyaset, spor, magazin, çeşitli kazalar gibi beşerî başlıkların yanı sıra; deprem, sel ve taşkın, heyelan, iklim değişikliği gibi doğal başlıklar da başlıca haber temaları mevcuttur. Habercilik ve gazetecilik dünyasında da farklı alanlar ayrılmış olup, ‘afet haberciliği’ ya da ‘kriz haberciliği’ bunlar arasında bulunur. Eldem Anar (2021), ‘afet haberciliği’ kavramının, olağanüstü durumları ve bu durumlardan kaynaklanan toplumsal krizleri temsil ettiğini belirtmektedir. Bu bağlamda, afetlerin topluma gerek yazılı basınla gerekse dijital yollarla nasıl aktarıldığına, dolayısıyla afet haberciliğinin nasıl ortaya konulduğuna odaklanmak önemli bir konudur. Afet haberciliğinin her türlü meslekte olduğu gibi kritik etik noktaları vardır. Medya Okuryazarlığı Araştırmaları Dergisi Editörler Kurulu’nun (2023) hazırladığı Afet Haberciliği Rehberi’ne göre başlıca kritik etik noktalar arasında; güncel, yalın ve doğru haber hazırlama, hem kurtarılmayı bekleyen hem arama kurtarma personeli hem de kendi can güvenliğini riske atmamak için enkaza girmekten kaçınma, kamera ve fotoğraf makinelerinin ses ve ışıklarının afetzedeleri olumsuz etkilemesi için hassasiyet gösterme, afetzedelere mikrofon uzatmadan önce izin alma, manipüle edecek sorular sormaktan kaçınma, yaşlı, göçmen ya da bir hayvanın enkaz altından çıkarılışını ayrıştırıcılık yapmadan yansıtmama, insanlara mağduriyet

ve utanç hissettirmekten kaçınma, haberde panik, sansasyon, dramatizasyon, kışkırtma, şok veya ajitasyon unsurlarına yer vermemeye sayılabilir.

Dünya çapında şehirlerde ve yerleşim yerlerinde aşırı hava olaylarına bağlı olarak artan sel ve taşkın olayları, risk yönetimi çabalarında toplumsal eylemin yoğunlaştırılması ihtiyacını net bir şekilde ortaya koymaktadır (Ahadzie, Proverbs, Soetanto ve Oladokun, 2024). Bu önemine istinaden afetlerin hem Türkiye’de hem de dünyanın başka bölgelerinde sıklıkla haber yapılması, bu çalışmanın tasarlanmasına esin kaynağı olmuştur. Böylece ulusal dijital basında karşılaşılan sel ve taşkın haberleri; web sayfası, konusu, zamanı, varsa görselleri, metinde geçen ifadeler, uzman görüşü bakımlarından değerlendirilmek istenmiştir.

Literatüre bakıldığında; farklı konularda yapılan haberlerin incelenmesine yönelik çalışmaların varlığı görülmüştür. Akkaş, Polat ve Türkmen (2016) sağlık ihtiyacı belirmesinde etkili olabilecek estetik odaklı manipülatif haberleri; Venezuela, Puente ve Flores (2017) Twitter ve televizyondaki afet haberlerini; Ekinci (2020) şehir hastanelerine ilişkin ulusal haberleri; Arıkan, Büyük, Yeni ve Per (2021) yaban hayatı kaçakçılığı haberlerini; Koç, Evcı ve Şeker (2021) Covid-19 pandemi sürecinde çıkan eğitime yönelik haberleri; Budak (2023) Kahramanmaraş deprem afet haberlerini; Ergün ve Aksoy (2023) Paris İklim Anlaşması’na dair ulusal gazete haberlerini değerlendirmişlerdir. Literatür taraması sırasında Türkiye için önemli bir problem olan ve sıklıkla yaşanan sellere ve akarsu taşkınlarına yönelik haberlerin değerlendirildiği herhangi bir çalışma ile karşılaşılması ve bu eksikliğin giderilmesi hedeflenmiştir.

YÖNTEM

Sel ve taşkınlar coğrafyadan etkilenirken, risk yönetimi girişimleri ekonomik koşullar, hükümet politikaları ve sosyo-kültürel faktörler tarafından şekillendirilir (Ahadzie vd., 2024). Bütün bunların dijital basına yansımalarının araştırıldığı bu durum çalışmasında, doküman analizi tekniği ile çeşitli web sayfalarından seçilen haberler ele alınmıştır. Çalışmada nicel betimsel ve nitel betimsel yöntemler bir arada kullanılmış ve böylece karma desen oluşturulmuştur. Haberlerin web sayfalarına göre dağılışı, coğrafi alan ve zamana göre dağılışı, fotoğraf içeriğine göre dağılışı, haberde kullanılan çarpıcı ifadelerin dağılışı, bilimsel uzman/devlet yetkilisi görüşüne başvurulma durumuna göre dağılışı bakımından tespit edilen bulgular coğrafi yönden değerlendirilmiştir.

Bu doğrultuda, çalışmanın problem cümlesi aşağıdaki şekilde kurulmuştur:

‘Hidrografik/hidrometeorolojik afet alt türleri arasında bulunan sel ve taşkınların dijital basın haberlerine yansımaları nasıldır?’

Araştırma problemine dair alt araştırma soruları şunlardır:

1. Sel ve taşkın konulu haber içeren dijital basın kaynakları nasıl bir oransal dağılışı gösterir?

2. Sel ve taşkın haberleri coğrafi alanlara ve zamana göre nasıl bir oransal dağılışı gösterir?

3. Sel ve taşkın haberlerinde kullanılan fotoğrafların içeriğe göre oransal dağılışı nasıldır?

4. Sel ve taşkın haberlerinde yer alan çarpıcı sözcük ve ifadelerin oransal dağılışı nasıldır?

5. Sel ve taşkın haberlerinde eğitici yönde bilimsel uzman ya da devlet yetkilisi açıklamaları sunulmuş mudur?

BULGULAR

1. Alt araştırma sorusunun bulguları: *Sel ve taşkın konulu haber içeren dijital basın kaynakları nasıl bir oransal dağılışı gösterir?*

Tablo 3. Sel ve taşkın haberlerinin dijital basın kaynağına göre oransal dağılışı

Sıra	Haber kaynağı	Afet alanı haberleri	Bilgilendirme haberleri	f	%
1	aa.com.tr	2	-	2	4
2	bayburtmedya.com	-	1	1	2
3	bayburtpostasi.com.tr	-	1	1	2
4	birgun.net	1	-	1	2
5	cnnturk.com	-	1	1	2
6	cumhuriyet.com.tr	5	2	7	14
7	dha.com.tr	2	-	2	4
8	dsi.gov.tr	-	1	1	2
9	elazighaberkent.com	-	1	1	2
10	elazigmavihaber.com	-	1	1	2
11	fibhaber.com	1	-	1	2
12	giresungazete.com.tr	-	1	1	2
13	haber61.net	-	1	1	2
14	haberturk.com	-	1	1	2
15	hamlegazetesi.com.tr	-	1	1	2
16	iklimhaber.org	5	3	8	16
17	kelkitgazetesi.com	-	1	1	2
18	linehaber.com.tr	-	1	1	2
19	milliyet.com.tr	1	1	2	4
20	sivasekspres.com	-	1	1	2
21	sozcu.com.tr	1	-	1	2
22	tmmb.org.tr	-	1	1	2
23	trabzon.gov.tr	-	1	1	2
24	trthaber.com	5	3	8	16
25	yenisafak.com	1	-	1	2
26	yesilgiresun.com.tr	-	1	1	2
27	24saatgazetesi.com	1	-	1	2
TOPLAM		25	25	50	100

Araştırmada 50 dijital haberin bir kısmı aynı web sayfalarından seçildiği için toplam 27 farklı internet kaynağından yararlanılmıştır (Tablo 3). En fazla değerlendirilen basın kaynakları 8'er (%16'şar) haberle iklimhaber.org ve trthaber.com (Fotoğraf 1) olmuştur. Üçüncü sırayı 7 haberle (%14) cumhuriyet.com.tr almıştır. Pek çok haber için ana kaynak olarak yararlanılan Anadolu Ajansı (aa.com.tr) ve Demirören Haber Ajansı (dha.com.tr), bunların dışında milliyet.com.tr sayfalarından 2'şer (%4'er) haber çalışmaya dâhil edilmiştir. Geri kalan 21 web sayfasında sadece 1'er tane (%2'şer) haber mevcuttur. İncelenen haberlerden 25'i sel

ve taşkın afetine maruz kalan coğrafi alanlara yönelik olarak seçilirken; geri kalan 25'i sel ve taşkın nedenleri, taşkın uyarı sistemleri, taşkın kontrol tesisleri, önceden tahmin sistemi, risk azaltma plânı, kadınları ve çocukları daha fazla etkiliyor oluşu, taşkın müzesi, taşkın önlemleri, taşkın raporu ve çeşitli kurumlar tarafından sel ve taşkına yönelik basın açıklamalarını kapsamaktadır. Afet alanından seçilen haberler grubunda da ilk üç sırayı 5'er (%10'ar) haberle aynı web sayfaları (cumhuriyet.com.tr, iklimhaber.org ve trthaber.com) almıştır. Bilgilendirme haber grubunda ilk sırada 3'er haberle (%6'şar) yine iklimhaber.org ve trthaber.com, ardından 2 haberle (%4) cumhuriyet.com.tr bulunur. Haber kaynağı listesi alfabetik olarak hazırlanmıştır.



Fotoğraf 1: Dijital basından bir taşkın haberi örneği (Kaynak: URL2)

2. Alt araştırma sorusunun bulguları: Sel ve taşkın haberleri coğrafi alanlara ve zamana göre nasıl bir oransal dağılışı gösterir?

Tablo 4. Sel ve taşkın haberlerinin coğrafi alan ve zamana göre oransal dağılışı

Sıra	Yayın ay ve yılı	Haber konusu ve ilgili coğrafi alan	f		%
1	07.2019	Sel/taşkın – Düzce	1	1	2
2	06.2020	Sel/taşkın – İstanbul	1	1	2
3	06.2022	Sel/taşkın – Kastamonu, Bartın, Sinop ve Zonguldak	1	3	6
4	06.2022	Sel/taşkın – Kastamonu (Küre)	1		
5	07.2022	Sel/taşkın – Ankara ve Kastamonu	1		
6	08.2023	Sel/taşkın – Van (İpekyol) ve Hakkâri (Yüksekova)	1	1	2
7	06.2024	Sel/taşkın – Rize (Ardeşen, Çamlıhemşin, Fındıklı, Güneysu ve Pazar)	1	19	38
8	07.2024	Sel/taşkın – Gümüşhane	1		
9	08.2024	Sel/taşkın – Nevşehir (Merkez ve Ürgüp)	1		
10	09.2024	Sel/taşkın – Adana (İmamoğlu ve Kozan)	1		
11	09.2024	Sel/taşkın – Artvin (Arhavi, Borçka ve Hopa)	4		
12	09.2024	Sel/taşkın – Giresun (Tirebolu)	1		
13	09.2024	Sel/taşkın – Mersin (Mut)	1		
14	09.2024	Sel/taşkın – Trabzon (Araklı)	1		
15	09.2024	Sel/taşkın – Trabzon (Araklı ve Sürmene)	1		
16	09.2024	Sel/taşkın – Trabzon (Sürmene)	1		
17	09.2024	Sel/taşkın – Trabzon (Araklı, Arsin, Sürmene ve Yomra)	4		
18	09.2024	Sel/taşkın – Van (Edremit)	1		
19	09.2024	Sel/taşkın – Muğla (Fethiye)	1		
ARA TOPLAM			25	25	50
20	07.2021	Sel ve taşkın nedenleri – Türkiye geneli	1	2	4
21	10.2021	2011-2020 arası sel raporu – Türkiye geneli	1	3	6
22	04.2022	Sel tırmığı inşaatı – Giresun, Rize ve Trabzon	1		
23	12.2022	Taşkın uyarı sistemi – Bartın, Karabük, Kastamonu ve Zonguldak	2		
24	06.2023	Meteoroloji Mühendisleri Odası basın açıklaması – Türkiye geneli	1	2	4
25	11.2023	Sel felaketleri en çok kadın ve çocukları etkiliyor – Türkiye geneli	1	18	36
26	08.2024	Taşkın kontrol tesisi – Artvin Arhavi	1		
27	09.2024	Taşkın kontrol tesisi – Sivas (Gürün)	1		
28	09.2024	DSİ Taşkın Müzesi – Trabzon	1		
29	09.2024	Taşkın kontrol tesisi – Muğla (Ula)	1		
30	10.2024	Taşkın önlemleri – Bartın	1		
31	10.2024	Taşkın önlemleri – İzmir	1		
32	10.2024	İl Afet Risk Azaltma Planı (İRAP) – Rize	1		
33	11.2024	Taşkın kontrol tesisi – Bayburt	4		
34	11.2024	Google sel tahmin sistemi – Türkiye geneli	1		
35	11.2024	Taşkın kontrol tesisi – Artvin (Hopa)	2		
36	11.2024	Taşkın kontrol tesisi – Elazığ (Merkez)	2		
37	11.2024	Taşkın kontrol tesisi – Giresun (Çamoluk)	2		
ARA TOPLAM			25	25	50
TOPLAM			50	50	100

Çalışmaya dâhil edilen 50 sel ve taşkın haberinin ilgili olduğu coğrafi alanların yıllara göre oransal dağılışı Tablo 4’te sunulmuştur. Türkiye’de sel ve taşkın haberleri dijital basın sayfalarında aratıldığında; taşkın nedenleri, taşkın kontrol ve koruma yapılarına ve diğer taşkın önlemlerine, sel raporlarına, risk azaltma plânına, taşkın uyarı sistemine, sel tahmin sistemine ve ilgili kurumların basın açıklamalarına yönelik pek çok haberle karşılaşmış ve bu haberlere de yer vermeye karar verilmiştir. Böylece olayın sadece afet ve sonuçları boyutu değil, neden ve önlem boyutu da değerlendirilebilmiştir. Tabloda ilk 19 sırada, sel ve taşkın afetinin yaşandığı il ya da ilçe adları yer alır. Hem ara toplama kadar verilen bu kısımda (toplam 19 haber, %38) hem de bütün listede (toplam 37 haber, %74) en fazla ele alınan haber 2024 yılına aittir. İkinci sırada 2022 yılına ait toplam 6 haber (%12) yer almıştır. Üçüncü sırada 2023’ten 3 haber (%6), onun ardından 2020’den ve 2019’dan 1’er haber (%2’şer) gelmektedir. İncelenen haberler arasında en fazla rastlananlar 4’er haberle (%8’er) her ikisi de 2024 yılı Eylül’ünde yaşanmış olan Artvin (Arhavi, Borçka ve Hopa) ve Trabzon (Araklı, Arsin, Sürmene ve Yomra) sel ve taşkın afetleri ile yine 4 haberle (%8) 2024 yılı Kasım ayına ait olan Bayburt taşkın kontrol tesisi inşası ile ilgilidir. Bunun ardından 2’şer haberle (%4’er) 2022 yılı Aralık ayına ait olan Bartın, Karabük, Kastamonu ve Zonguldak’ta kurulan taşkın uyarı sistemi haberi ve üçü de 2024 yılı Kasım ayına ait olan Artvin (Hopa), Elazığ (Merkez) ve Giresun’daki (Çamoluk) taşkın kontrol tesisi inşasına ait haberler gelmiştir. Bunların dışında listelenen 30 haberin her birinin sayısı 1’er, oranı ise %2’şer olmuştur.

3. Alt araştırma sorusunun bulguları: Sel ve taşkın haberlerinde kullanılan fotoğrafların içeriğe göre oransal dağılışı nasıldır?

Bazı sel ve taşkın haberlerinde birden fazla fotoğraf kullanıldığı için, fotoğraflar değerlendirilirken haber sayısı yerine fotoğraf sayısı temel alınmıştır. Ele alınan 50 haberde kullanılan 114 toplam fotoğrafın 78’i sel ve taşkın afetine, 36’sı ise bilgilendirmeye yöneliktir. Tablo 5’e bakıldığında; hem bütün haberler arasında (toplam 39, %34.21) hem de afet alanı haberleri arasında en fazla rastlanan fotoğrafın ‘taşan dere ve hasarlı taşkın alanı’ görüntüsü içerdiği belirlenmiştir. Listedeki ikinci sırada ‘onarım, su tahliye ve afet sonrası temizlik çalışmaları’na (toplam 27, %23.69) yönelik görüntüler gelir. Bilgilendirme haberleri arasında en fazla ‘taşkın kontrol tesisi ve önlemler’ (toplam 25, %21.93) hakkında görüntülere rastlanmıştır. Fotoğraflarda ayrıca ‘devlet yetkilisi’ (toplam 10, %8.77), ‘caddede sulara gömülmüş otomobiller ve diğer unsurlar’ (toplam 7, %6.14), ‘şişme bot ile insan kurtarma’ (toplam 3, %2.63), ‘genel olay yeri (kentten manzaralar)’ (toplam 2, %1.75) ve ‘hastane görüntüsü’ (toplam 1, %0.88) mevcuttur. 50 haberde toplamda 3 de video yer almıştır.

Tablo 5. Sel ve taşkın haberlerinde kullanılan fotoğrafların içeriğe göre oransal dağılışı

Sıra	Fotoğrafın içeriği	Afet alanı haberleri	Bilgilendirme haberleri	f	%
1	Taşan dere ve hasarlı taşkın alanı	36	3	39	34.21
2	Onarım, su tahliye ve afet sonrası temizlik çalışmaları	26	1	27	23.69
3	Taşkın kontrol tesisi ve önlemler (afet öncesi dere temizliği ve erken uyarı sistemi)	-	25	25	21.93
4	Devlet yetkilisi	4	6	10	8.77
5	Caddede sulara gömülmüş otomobiller ve diğer unsurlar	6	1	7	6.14
6	Şişme bot ile insan kurtarma	3	-	3	2.63
7	Genel olay yeri (kentten manzara)	2	-	2	1.75
8	Hastane görüntüsü	1	-	1	0.88
	TOPLAM	78	36	114	100

(Çoğu dijital basın kaynağında birden fazla görsel yer aldığı için, tabloda haber sayısı yerine kullanılan fotoğraf sayısı temel alınmıştır.)

4. Alt araştırma sorusunun bulguları: Sel ve taşkın haberlerinde yer alan çarpıcı sözcük ve ifadelerin oransal dağılışı nasıldır?

İncelenen her haberde birden fazla çarpıcı söz ve ifade bulunduğundan, Tablo 6 hazırlanırken haber sayısı yerine ifade sayısı temel alınmıştır. Tabloya göre en fazla rastlanan maddeler arasında ‘sağanak yağış’ (toplam 27, %15.79), ‘risk’ (toplam 16, %9.35), ‘iklim değişikliği’ (toplam 11, %6.43) ve ‘tahliye’ (toplam 10, %5.85) olmuştur. Farklı haberlerde sadece 1’er kez (%0.59’ar) kullanılmakla beraber MGM tarafından duyurulan ‘Kırmızı Kod’, ‘Turuncu Kod’ ve ‘Sarı Kod’ ifadeleri ayrıca önemlidir. MGM’nin MeteoUYARI sistemine göre uyarı seviyeleri ve renklerde meteorolojik olayların şiddeti, sıklığı, etki alanı ve süresi dikkate alınır. Hava durumu için ‘Sarı Kod’ potansiyel tehlikeyi, ‘Turuncu Kod’ tehlikeyi, ‘Kırmızı Kod’ ise çok tehlikeyi ifade eder (URL3). Vurgulanan sözcük ve ifadelerin tamamı risk ve uyarıya yönelik olmuştur.

Tablo 6. Sel ve taşkın haberlerinde yer alan çarpıcı sözcük ve ifadelerin oransal dağılışı

Sıra	Çarpıcı sözcük ve ifadeler	Afet alanı haberleri	Bilgilendirme haberleri	f	%
1	Sağanak yağış	20	7	27	15.79
2	Risk	3	13	16	9.35
3	İklim değişikliği	5	6	11	6.43
4	Tahliye	10	-	10	5.85
5	Afet	2	7	9	5.26
6	Tedbir/önlem	6	3	9	5.26
7	Maddi kayıp	4	5	9	5.26
8	Can kaybı	4	4	8	4.68
9	Müdahale	5	3	8	4.68
10	Olumsuz	6	2	8	4.68
11	Uyarı	3	5	8	4.68
12	Heyelan	7	1	8	4.68
13	Felaket	3	3	6	3.51
14	Hasar	5	-	5	2.92
15	Zarar	2	2	4	2.34
16	Arıza	4	-	4	2.34
17	Mahsur kalan	4	-	4	2.34
18	Arama kurtarma	4	-	4	2.34
19	Çökme	3	-	3	1.75
20	İslah	3	-	3	1.75
21	Tahrip/tahribat	1	1	2	1.17
22	Yıkım	2	-	2	1.17
23	Kırmızı Kod (MGM)	1	-	1	0.59
24	Turuncu Kod (MGM)	-	1	1	0.59
25	Sarı Kod (MGM)	1	-	1	0.59
	TOPLAM	108	63	171	100

(Her bir dijital basın kaynağında birden fazla çarpıcı sözcük ya da ifade yer aldığı için, tabloda haber sayısı yerine kullanılan sözcük/ifade sayısı temel alınmıştır.)

5. Alt araştırma sorusuna ait bulgular: Sel ve taşkın haberlerinde eğitici yönde bilimsel uzman ya da devlet yetkilisi açıklamaları sunulmuş mudur?

Tablo 7. Sel ve taşkın haberleri kapsamındaki uzman ya da devlet yetkilisi görüşlerinin oransal dağılışı

Sıra	Uzman/Devlet yetkilisi görüş durumu	Afet alanı haberleri	Bilgilendirme haberleri	f	%
1	Uzman görüşüne yer verilmiş	-	1	1	2
2	Devlet yetkilisi görüşüne yer verilmiş	12	19	31	62
3	Her ikisine de yer verilmiş	1	1	2	4
4	Görüşe yer verilmemiş	12	4	16	32
	TOPLAM	25	25	50	100

Tablo 7’de, sel ve taşkın haberlerinde uzman ya da devlet yetkilisi görüşlerinin durumu ele alınmıştır. İncelenen toplam 50 haberin 31’inde (%62) devlet yetkilisi, sadece 2’sinde (%4) bilimsel uzman ve 4’ünde (%8) her ikisinin de görüşleri yer almaktadır. Toplam 16 haberde (%32) ise herhangi bir görüş sunulmamıştır.

TARTIŞMA VE SONUÇ

Çeşitli doğal (iklim ve nehir havzası morfolojisi gibi) ve insan yapımı (nehir kanalizasyonu ve kentleşme gibi) faktörler, sel ve taşkın durumunu ve sıklığını etkilemektedir (Bronstert, 2003). Bu araştırmada; sel ve taşkın afetlerinin dünya genelinde belirli bölgelerde ve belirli dönemlerde (yağış fazlalığı, ani kar erimeleri vb.) yaşanması nedeniyle taşıdığı önem dikkate alınarak, konuya ilişkin haberlerin değerlendirilmesi yapılmıştır. Böylece Türkiye’deki sel ve taşkın durumunun dijital basın haberlerinde ele alınma ve halka yansıtılma durumunun genel bir çerçevesini sunmak amaçlanmıştır.

Araştırmada nicel betimsel yöntemlerle hazırlanan tablolardaki frekans ve yüzde değerleri nitel betimsel yöntemle yorumlanmak istenmiş ve böylece karma araştırma modeli benimsenmiştir.

Araştırmaya dâhil edilen haberlerin 25’i sel ve taşkın afet sahalarına yönelik iken, geri kalan 25’i bilgilendirici konularla ilgilidir. Bu bilgilendirici başlıklar arasında sel ve taşkın nedenleri, taşkın önlemleri ve bunlara yönelik kontrol yapı inşası, risk azaltma plânları, önceden uyarı ve tahmin sistemleri, taşkın raporu, basın açıklamaları ve taşkın müzesi bulunur. Bu sayede haberlerin afet sonuçları ile birlikte önlem yönü de ele alınabilmektedir. Taşkın yönetiminin yapısal önlemleri, taşkınların fiziksel özelliklerini değiştirir (van Duivendijk, 2006). Chaudhary ve Piracha (2021), hidrolojik tehlikeleri azaltmak için biri barajlarla ve setlerle sel sularını evcilleştirmeyi, diğeri sel geçirmez inşaatlarla dayanma kapasitesini güçlendirmeyi sağlayan iki tür yapısal önlemin benimsendiğini vurgulamaktadır.

Çalışmanın birinci alt problemine ait bulgulara göre, değerlendirilen toplam 50 dijital basın haberi 27 ayrı internet kaynağından seçilmiştir. Haber sayfaları içerisinde en çok iklimhaber.org ve trthaber.com (8'er haber, %16'şar) yer almıştır. Onları izleyen cumhuriyet.com.tr 7 habere (%14) sahiptir. Haberler çoğunlukla Anadolu Ajansı ve Demirören Haber Ajansı gibi bilinen ajansları kaynak olarak almıştır. Bu araştırmaya benzer şekilde şehir hastaneleri hakkındaki internet haberlerini konu olarak seçen Ekinci (2020), 53 tane internet haberi üzerinde çalışmıştır. Akkaş vd. (2016) ise daha az sayıda habere odaklanarak, sağlık ihtiyacı belirmesinde etkili olabilecek 16 estetik odaklı manipülatif haberi değerlendirmişlerdir.

İkinci alt araştırma sorusunun bulgularına göre, haberler coğrafi alanlara ve zamana göre değerlendirmiş ve tabloda iki bölüm halinde gösterilmiştir. İlk 19 haber (%50) doğrudan afet alanlarını, ikinci bölüm ise (18 haber, %50) bilgilendirici haberlerin yer ve zamanlarını kapsamaktadır. Anahtar sözcüklerle internette arama sırasında en fazla karşılaşılan ve bu nedenle araştırmaya dâhil edilen sel ve taşkın haberleri (toplam 37 haber, %74) 2024 yılına aittir. Onun ardından 2022 (6 haber, %12) ve 2023 (3 haber, %6) yılları gelmektedir. Artvin (Arhavi, Borçka ve Hopa) ve Trabzon (Araklı, Arsin, Sürmene ve Yomra) sel ve taşkınları (Eylül 2024) ile Bayburt taşkın kontrol tesisi inşası (Kasım 2024) en fazla tekrarlanan (4'er haber, %8'er) haberler olmuştur. Çalışma kapsamında en fazla sel ve taşkın afetinin Eylül ayında gerçekleştiği, ikinci sırayı Haziran ayının aldığı belirtilmiştir. Bahsi geçen haberlerde taşkın nedeninin aşırı ve ani sağanak yağışlar olduğu bilgisi yer almaktadır.

Üçüncü alt araştırma sorusunun bulgularına bakıldığında; 50 haberde toplam 114 fotoğraf kullanıldığı görülmüştür. Bunlardan 78'i doğrudan afet olayının yaşandığı alanları yansıtırken, 36 haber bilgilendirme ve uyarı amaçlı olmuştur. En fazla karşılaşılan haber görüntüsü toplam 39 haberle (%34.21) taşkın yaşanan dere ortamını yansıtmaktadır. 'Onarım, su tahliye ve afet sonrası temizlik çalışmaları' (27 haber, %23.69) ve 'taşkın kontrol tesisi ve önlemlere yönelik' (toplam 25, %21.93) görüntüler onu izlemiştir. Bu açıklamalardan da anlaşıldığı üzere, sel ve taşkın haberlerine yönelik incelenen 50 haberin tamamında görsel yayınlanmış, görsele yer verilmeyen hiç bir habere rastlanmamıştır. Hattâ daha önce de belirtildiği gibi, bazı haberlerde birden fazla görsel sunulmuştur. Oysa örneğin Arıkan, Büyük, Yeni ve Per (2021) tarafından incelenen 517 yabancı hayatı kaçakçılığı haberinin 344'ünde görsel bulunduğu, 173'ünde ise görsel bulunmadığı belirtilmiştir.

Dördüncü alt araştırma sorusunda, haberlerde geçen çarpıcı söz ve söz grupları tespit edilmiştir. Toplam 50 haberde 27 kez (%15.79) 'sağanak yağış', 16 kez

(%9.35) ‘risk’ ve 11 kez (%6.43) ‘iklim değışikliğı’ ifadelerine yer verildiğı görülmüştür. Sadece 1’er haberde (%0.59’ar) ayrı ayrı kullanılmış olan ‘Kırmızı Kod’, ‘Turuncu Kod’ ve ‘Sarı Kod’ uyarı sözcükleri de dikkat çekicidir. Sıkça tekrarlanan ifadelerin tümü, riskleri ve uyarıları ön plâna çıkarmaktadır. Bu sonuçlar; maden kazaları ile ilişkili haberleri değerlendiren Oflamaz (2017) ve Covid-19 ile ilgili haberleri değerlendiren Sağlam’ın (2022) belirledikleri dikkat çekici ifadelerle benzerlik göstermektedir.

Beşinci alt araştırma sorusuna ait bulgular değerlendirildiğinde; devlet yetkililerinin açıklamalarına daha fazla yer verildiğı görülmüştür. 31 haberde (%62) sadece devlet yetkililerinin, 2 haberde (%4) sadece bilimsel uzmanın ve 4 haberde (%8) hem devlet yetkilisi hem de bilim uzmanının açıklamalarına rastlanmıştır. Toplam 16 haberde (%32) ise hiç kimseden görüş alınmamıştır. Her ne kadar devlet yetkililerinin açıklamaları halkın içine su serpmeye noktasında önem arz etse de, bilimsel uzmanların yorumları da son derece kıymetlidir. Bu nedenle, alanında başarılı ve bilgili uzmanlara danışılması büyük bir ihtiyaçtır ve haberin güvenilirliğini ve tarafsızlığını etkileyebilir. Yurdigöl (2014) tarafından yapılan televizyonda sunulan olumsuz olaylardan biri olan ‘Soma faciası’ haberlerinde uzman görüşüne başvurulmama oranı %95’in üzerinde olmuş; bu sonuç sel ve taşkınların haberleşmesini konu alan bu çalışmada uzman görüşüne başvurulmama oranı olan %98 ile hemen tümüyle örtüşmüştür. Budak (2023) incelediğı haberlerde, Türk medyasının Kahramanmaraş depremini politik ve duygusal bir bakış açısı ile değerlendirdiğini tespit etmiş, bilimsel ve derinlemesine anlayışın zayıf olduğunu, felaket odaklı bir yaklaşımın benimsendiğini ortaya konmuştur. Esasında ‘selin etki derecesi’ bölgeye özgü risk yönetimi yaklaşımlarına göre belirlenirken, ‘can kayıpları’ toplumların genellikle risk konusunda farkındalıklarının olmaması ve iyi hazırlanmamaları nedeniyle artmaktadır (Ahadzie vd., 2024). Bu nedenle bilimsel ve eğitici açıklamaların önemi ve sorumluluğı büyüktür.

Sel ve taşkınları önlemeye yönelik çalışmalar, erken uyarı ve tahmin sistemlerinin uygulamaya geçmesi, kontrol tesislerinin inşası, uyarı kodlarıyla erken tahliye ve benzeri içerikli haberler, okuyucunun bilinçlenmesini sağlayabilecektir. Bu bilinçlenme, farkındalık ve bilimsellik yoluyla, Yılmaz ve Algöl’ün (2019) ifade ettiğı gibi çaresizlik ve kaderci yaklaşımların azaltılabilmesi mümkün olabilecektir. Arıkan vd. (2021) de haberler yoluyla toplumda farkındalık oluşabileceğinin altını çizmişlerdir. Bu noktada afet haberciliğinin önemi bir kez daha ön plâna çıkmaktadır. Medya Okuryazarlığı Araştırmaları Dergisi Editörler Kurulu’nun (2023) rehberinde; haber üretim süreçlerinde panik yaratmak yerine dengeli, anlayışlı ve yapıcı yaklaşımlar sergilemenin insanî haberciliğın bir gereğı olduğu vurgulanmıştır.

Bu açıklamalar ışığında, araştırma sonunda şu önerilere yer verilebilir:

Afet haberciliğinde güvenilir bilgi paylaşımı, krizi yönetmeyi kolaylaştıracaktır. Olayın büyüklüğü, şiddeti, coğrafi özellikler, yerleşim yerlerine yakınlık, etkilenebilecek tahmini nüfus, tarım alanlarına ve ulaşım yollarına etki gibi hususlar göz önünde bulundurularak müdahale girişimleri çok daha sağlıklı olacaktır. Bu nedenle öncelikle doğru, yeterli ve güncel veri paylaşımının yapılması sağlanmalıdır.

Sel ve taşkınların normal dönemlerde ya da iklim değişikliklerine bağlı olarak beklenmedik şekilde artabileceği bol yağışlı dönemlerde ve ani kar erimelerinin olabileceği dönemlerde daha fazla uyarı yapılmalı ve risk altındaki bölgeler için taşkın kontrol yapıları artırılmalıdır.

Sel ve taşkına yönelik yayınlanan haberlerdeki metinlerin insanları dehşete sürükleyip psikolojiyi zedelemekten, hızlı ve donanımlı şekilde organize olunarak tedbir almaya yönlendirmesi ve görsellerin dikkatle seçilmesi sağlıklı olacaktır.

Haberlerde bilimsel uzman görüşlerine daha fazla yer verildiği takdirde; özellikle coğrafi ortam ve hidrometeorolojik koşullar hakkında halkın bilgilendirilmesi, farkındalık kazandırılması ve bir kriz anında sağ duyulu davranılması yoluyla sürecin yönetilebilmesi mümkün olabilecek ve arama-kurtarma çalışmalarına daha verimli katkı sağlanabilecektir.

KAYNAKÇA

- Afet ve Acil Durum Yönetimi Başkanlığı (2014). *Açıklamalı afet yönetimi terimleri sözlüğü*. Ankara: AFAD.
- Ahadzie, D.K., Proverbs, D., Soetanto, R., & Oladokun, V.O. (2024). Handbook of flood risk management and community action: An international perspective. (In *Handbook of flood risk management and community action*, Eds: D.K. Ahadzie, D. Proverbs, R. Soetanto & V.O. Oladokun, pp. 1-6.). London & New York: Routledge. Doi: 10.1201/9781003315247-1.
- Akkaş, E., Polat, F.N. & Türkmen, Z. (2016). Sağlık ihtiyacının oluşmasında estetik odaklı manipülatif haberlerin değerlendirilmesi. *V. Türkiye Lisansüstü Çalışmalar Kongresi Bildiriler Kitabı, 12-15 Mayıs*, Isparta, s. 105-117.
- Arıkan, K.G., Büyük, O.G., Yeni, B., & Per, E. (2021). Türk medyasında yaban hayatı kaçakçılığı. *Acta Infologica*, 5(2), 299-317. Doi:10.26650/acin.978812.
- Balcı, A.N., & Öztan, Y. (1987). *Sel kontrolü*. Karadeniz Üniversitesi Orman Fakültesi Genel Yayın No: 113, Fakülte Yayın No: 12. Trabzon: KTÜ Basımevi.
- Below, R., Wirtz, A., & Guha-Sapir, D. (2009). *Disaster category classification and peril terminology for operational purposes*. Report No. 264; Université Catholique de Louvain: Louvain-la-Neuve, Belgium; WHO Collaborating Centre for Research on the Epidemiology of Disasters and Munich Reinsurance Company: Munich, Germany.
- Bronstert, A. (2003). Floods and climate change: Interactions and impacts. *Risk Analysis*, 23(3), 545-557.
- Budak, E. (2023). Türk medyasının depremle imtihanı: Kahramanmaraş depremini afet haberciliği üzerinden değerlendirmek. *Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi (e-GİFDER)*, 11(2), 1087-1113.
- Centre for Research on the Epidemiology of Disasters (CRED) (2017). *Natural disasters 2017*. UCL-Université Catholique de Louvain & USAID.
- Chaudhary, M.T., & Piracha, A. (2021). Natural disasters-Origins, impacts, management. *Encyclopedia*, 1, 1101-1131.
- Douben, N., & Ratnayake, R.M.W. (2005). Characteristic data on river floods and flooding; facts and figures. *Proceedings of the 3rd International Symposium on Flood Defence*, 25-27 May, 2005, pp.18-35. Nijmegen, The Netherlands.
- Ekinci, N. (2020). Şehir hastanelerine ilişkin internete yansıyan ulusal haberlerin içeriklerinin değerlendirilmesi (2019 yılının ilk altı ayı). *Gümüşhane Üniversitesi Sağlık Bilimleri Dergisi*, 9(3), 285-292.
- Eldem Anar, Ü.İ. (2021). Sosyal medya ortamında yer alan afet haberlerinde etkileşim: İzmir depremi örneği. *The Turkish Online Journal of Design, Art and Communication-TOJDAC*, 11(3), 1129-1147.

- Ergün, İ., & Aksoy, S. (2023). Paris İklim Anlaşması'na ilişkin internete yansıyan ulusal haberlerin içeriklerinin değerlendirilmesi. *Eskişehir Osmangazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 1, 149-164. Doi: 10.17494/ogusbd.1248195.
- Gürcan, H.İ. (1999). *Sanal gazetecilik*. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayınları No. 1089, İletişim Bilimleri Fakültesi Yayınları No. 31.
- Institute for Catastrophic Loss Reduction (ICLR) (2021). *Focus on types of flooding*. London & Toronto, Ontario, Canada.
- İrdem, C. (2023). Yenice Çayı'nda (Karabük) günlük ortalama sıcaklık ve günlük toplam yağışların akım üzerindeki etkileri. *Uluslararası Batı Karadeniz Sosyal ve Beşerî Bilimler Dergisi*, 7(2): 207-227.
- Knight, D.W., & Shamseldin, A.Y. (2006). *River basin modelling for flood risk mitigation*. London, UK: Taylor & Francis Group.
- Koç, H., Evci, N., & Şeker, G. (2021). Covid-19 Pandemi sürecinde basında yer alan eğitim içerikli haberlerin değerlendirilmesi. *Turkish Studies-Education*, 16(1), 435-451.
- Medya Okuryazarlığı Araştırmaları Dergisi Editörler Kurulu (2023). *Afet Haberciliği Rehberi* (medyaokuryazari.org). Marmara Üniversitesi, İstanbul.
- Namlı, Y. (2019). *Fırat-Dicle ve Yeşilırmak havzalarında taşkın trend analizi* (Yayınlanmamış yüksek lisans tezi). İstanbul Teknik Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, İstanbul.
- Oflamaz, B. (2017). *Yazılı basında maden kazalarının sunumu (1949-2016)* (Yayınlanmamış yüksek lisans tezi). Yaşar Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İzmir.
- Sağlam, H. (2022). Afet haberlerinde “korku çekiciliği”nin kullanımı: Cumhuriyet, Hürriyet ve Sabah gazetelerindeki Covid-19 haberlerine yönelik bir inceleme. *Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 49, 213-228.
- Sipahioğlu, Ş. (2012). Doğal afetler sorunu (Bölüm 2). (İçinde *Günümüz dünya sorunları: Disiplinlerarası bir yaklaşım*, Ed.: N. Özgen, s. 43-70). Ankara: Eğiten Kitap.
- Şahin, C., & Sipahioğlu, Ş. (2007). *Doğal afetler ve Türkiye (3. Baskı)*. Ankara: Gündüz Eğitim ve Yayıncılık.
- Valenzuela, S., Puente, S., & Flores, P.M. (2017). Comparing disaster news on Twitter and television: An intermedia agenda setting perspective. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 61(4), 615-637.
- van Duivendijk J. (H.). (2006). The systematic approach to flooding problems. *Irrigation and Drainage*, 55, 55-74.
- Yılmaz, S., & Algül, A. (2019). Afet içerikli haberlerin sosyal öğrenme kuramı bağlamında değerlendirilmesi. *The Turkish Online Journal of Design, Art and Communication (TOJDAC)*, 9(2), 234-248.

Yurdigöl, A. (2014). Olumsuz olayların televizyon ana haber bültenlerinde sunumu: “Soma faciası” üzerine bir inceleme çalışması. *Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi*, 2(4), 71-99.

Elektronik Kaynakça

URL1: www.emdat.be

URL2: www.trthaber.com/haber/turkiye/artvinde-taskin-ve-heyelan-nedeniyle-yol-coktu-877911.html

URL3: www.mgm.gov.tr/meteouyari/meteouyari-nedir.asp

x



BÖLÜM 6

Helikopter Ebeveynlik*

Şafak Özlem Kenger¹ & Zeynep Tekin Babuç²

* Bu çalışma Şafak Özlem KENGER'in 2024 yılında Osmaniye Korkut Ata Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü Aile Danışmanlığı ve Eğitimi Anabilim Dalı'nda Doç. Dr. Zeynep TEKİN BABUÇ danışmanlığında hazırladığı Dönem Projesi'nden üretilmiştir.

¹ Osmaniye Korkut Ata Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü Aile Danışmanlığı ve Eğitimi Tezsiz Yüksek Lisans Programı, ORCID NO: 0009-0004-1475-8215

² Doç. Dr., Osmaniye Korkut Ata Üniversitesi Sağlık Bilimleri Fakültesi Sosyal Hizmet Bölümü, ORCID NO: 0000-0002-2363-3236

1. Giriş

Sosyolojik olarak incelendiğinde, bir toplumsal kurum olarak aile kurumunun, diğer tüm toplumsal kurumlarda olduğu gibi, değişime uğradığı ve geleneksel dönemdeki aile yapısından modern aileye doğru bir dönüşüm yaşandığı görülmektedir. Modern aile geleneksel aileye göre çok daha çocuk merkezli bir aile olarak anılmakta ve bu da ebeveynlik olgusunda da bir takım değişmelerin yaşandığını ortaya koymaktadır. Bu çalışmanın konusu olan helikopter ebeveynlik olgusu da bu değişim ve dönüşüme işaret eden ve çocuk merkezli yeni bir ebeveynlik anlayışı ile ilişkilendirilen bir kavramdır.

Helikopter ebeveynlik kavramı, ilk olarak Dr. Haim Ginott tarafından 1969'da "Between Parent and Teenager" adlı eserinde kullanılmıştır. Bu terim, annenin bir "helikopter" gibi sürekli olarak çocuğun etrafında dönmesi benzetmesi sonucunda ortaya çıkmıştır (Ginott, 1969). Helikopter ebeveynler, çocuklarının sorumluluk almasını engelleyip, onlar adına karar veren ve yaşamlarına aşırı müdahil olan ebeveynler olarak tanımlanır (Ganaprakasam vd., 2018). Bu ebeveynler, aynı zamanda, çocuklarının farklı özelliklerini göz ardı ederek kendi isteklerine göre hareket etmeleri ve aşırı koruyucu ve müdahaleci bir tutum içerisinde olmaları ile de tanımlanmaktadır. Helikopter ebeveynliğin gelişiminde, yüksek ebeveyn kaygısı, olumsuz durumlara karşı korku, ebeveynlerin kendi çocukluk deneyimlerinden kaynaklanan telafi çabaları ve çevreye duyulan güvensizlik önemli etkenler olarak bulgulanmıştır (Glass ve Tabatsky, 2014).

Tüm ebeveyn tutumlarında olduğu gibi, helikopter ebeveyn tutumunun da bireylerin sosyal, duygusal ve psikolojik gelişimleri üzerinde birçok etkisi bulunmaktadır. Bu etkiler, bireylerin yaşam boyu gelişim süreçlerinde her yaşta kendini göstermektedir. Helikopter ebeveynlerin aşırı ilgili olmaları, her an yanlarında olma isteği, korumacı davranışları ve yüksek düzeyde psikolojik ve davranışsal kontrolleri, bireylerin hayatında çeşitli yansımalar oluşturmuştur (Geist ve Buchanan, 2014). Literatürde, helikopter ebeveynlerin çocuklarına rehberlik etme ve duygusal destek sağlama konularında olumlu etkileri olduğu da belirtilmiştir (Padilla-Walker ve Nelson, 2012). Ancak, aşırı katılımın fizyolojik (Hancock vd., 2014) ve psikolojik (Segrin vd., 2012) sorunlara yol açabileceği de vurgulanmıştır.

Helikopter ebeveynlik, tek bir tanımla ifade edilememekle birlikte aşırı korumacı, aşırı ilgili ve yoğun ebeveynlik gibi terimlerle de tanımlanabilir (Jung vd., 2019). Helikopter ebeveynler, çocuklarının başına kötü bir şey gelme olasılığı veya eğitim hayatlarında başarısız olma ihtimalinden de oldukça etkilenmekte ve bu gibi durumlarda kaygı düzeyleri artmaktadır (Gui ve Koropecjy-Cox, 2016).

Bu kaygı, hem helikopter ebeveynliğin bir nedeni hem de sonucu olarak görülmektedir (Gui ve Koropecjy-Cox, 2016). Bu ebeveynler, çocuklarının düşüncelerini ve davranışlarını yönlendirir, çevreye karşı güvensizlik duyar ve çocuklarını her şeyden korumaya çalışırlar.

Helikopter ebeveynler, çocuklarının güvende olmasını istemekte ve hata yapmalarını engellemeye çalışmaktadır (Rousseau ve Scharf, 2017). Bu ebeveynlik tarzı, çocuklarla iletişimde dünyanın tehlikelerle dolu olduğu mesajını içerir, bu da çocukların sorunlarla başa çıkma becerilerini olumsuz etkiler (Clarke vd., 2013). Ayrıca, helikopter ebeveynlerin ekonomik faktörler gibi dış koşulları denetleyememelerinden kaynaklanan kaygıları nedeniyle çocuklarına aşırı kontrolcü davrandıkları ileri sürülmektedir (Hesse vd., 2018). Bu faktörler, ebeveynlerin çocuklarına karşı helikopter ebeveyn olarak davranmalarına zemin hazırlamaktadır.

Helikopter ebeveynlik olarak ifade edilen aşırı korumacı tutum, genellikle annelere atfedilmektedir. Türkiye'de yapılan bir araştırmada, annelerin babalara kıyasla daha fazla helikopter ebeveyn olarak algılandığı belirlenmiştir (Yılmaz, 2020). Ayrıca, başka bir çalışmada da katılımcıların sosyodemografik değişkenlerinden bağımsız olarak, annelerin babalardan daha fazla helikopter ebeveyn olarak algılandığı saptanmıştır (Pistella vd., 2020). Bu durum, annelere atfedilen toplumsal cinsiyet rollerinden kaynaklanmaktadır. Çocuk yetiştirme sürecinde daha aktif bir rol üstlenen annelerin, daha ilgili, korumacı ve müdahaleci olmaları muhtemel bir sonuçtur.

Küreselleşme, teknolojik gelişmeler ve yeni ebeveynlik stilleri nedeniyle günümüzde daha sık dile getirilen bu kavram, aile dinamiklerinde dengesiz bir dağılıma da işaret etmektedir (Rousseau ve Scharf, 2017). Araştırmalar, helikopter ebeveynliğin çocuklar ve gençler üzerinde olumsuz sonuçlar yarattığını göstermektedir (Güçlü ve Çok, 2021). Bu ebeveynler, çocuklarının özerkliklerini keşfetmelerine müdahale eder ve hayallerine aşırı ilgi göstermektedir (Hwang ve Jung, 2021). Pozitif psikoloji açısından bakıldığında, bu tür ebeveynliğin psikolojik sağlamlığı azalttığı ve temel yaşam becerilerini olumsuz etkilediği, dolayısıyla sağlıklı bir yetişkinlik sürecini engellediği öne sürülmektedir (Yılmaz ve Büyükcebeci, 2019). Helikopter ebeveynliğin çocukların bağımsızlık kazanmasını engellediği ve onların öz yeterliliklerini zayıflattığı ifade edilmektedir (Locke, 2014).

Yukarıda belirtilen tüm tanımlamaların da ortaya koyduğu üzere, helikopter ebeveynlik kavramı, her ne kadar çocuğa ilişkin korumacı bir tutumun sonucunda

ortaya çıksa da, ebeveyn-çocuk arasındaki ilişkinin kaygılı bir zemin üzerine kurulması ve çocukların psikososyal gelişimleri açısından bazı olumsuz etkilere yol açabilmektedir. Helikopter ebeveynlik, çocukların bağımsızlık kazanmasını engellemekte ve onların öz yeterliliklerini zayıflatmaktadır (Locke, 2014). Bu çalışmada da helikopter ebeveynlik kavramı ve çocukların gelişimi üzerindeki olumlu ve olumsuz etkileri ilgili alan yazın ışığında incelemektir. Ayrıca, çalışma ile helikopter ebeveynlik kavramı ile ilişkilendirilen ebeveyn tutumunun önlenmesi için yapılabilecek müdahaleleri incelemek de amaçlanmaktadır. Helikopter ebeveynlik, son yıllarda hem ulusal hem de uluslararası literatürde önemli bir araştırma konusu haline gelmiştir. Bu çalışmanın da ortaya koyduğu literatür incelemesi ve konuya ilişkin öneriler ile ebeveynlere ve alanda çalışan uzmanlara rehberlik ederek, çocukların sağlıklı gelişimlerine yönelik çabalara katkı sağlayacağı değerlendirilmektedir.

2. Helikopter Ebeveynliğin Tarihçesi

Helikopter ebeveynlik terimi, Dr. Haim Ginott tarafından 1969'da ortaya atılmıştır. 1990'da ise Foster Cline ve Jim Fay, bu terimi, çocuklarının bağımsızlığını kısıtlayan ebeveynleri tanımlamak için kullanmışlardır (Ginott, 1969; Cline ve Fay, 1990). Bu ebeveynler, çocukları adına kararlar alır ve hareket ederler.

Özellikle ABD'de yaygın olan ve genç yaşta evlenen çiftler arasında görülen bu kavram, Y kuşağı ile genç yetişkinler arasında yaygındır (Odenweller vd., 2014). X kuşağı, sorumluluk duygusu ile hareket eden bireylerden oluşurken, Y kuşağı yeniliklere açık ve üretken bireylerden oluşmaktadır (Xiong vd., 2019). Milenyum kuşağı ise diğer kuşaklara göre daha fazla korunmakta ve teknolojinin gelişimi ile daha çok denetlenmektedir (Coşkun ve Katıtaş, 2021). 1990'ların sonunda, helikopter ebeveynliğin artışı, toplumsal refah ve düşük işsizlik oranları ile ilişkilendirilmiştir (Dermott ve Pomati, 2016).

Helikopter ebeveynler, genellikle Baby Boomer dönemi çocukları olup, X ve Y kuşağı çocuklarının ebeveynleridir (Rathor, 2017). Helikopter ebeveynler genellikle yüksek eğitim seviyesine sahiptir ve sınırlı sayıda çocukları vardır. Çocuklarının yaşamlarını sürekli kontrol altında tutarlar ve özerkliklerini teşvik etmezler. Ayrılık korkusu da bu ebeveynlerde sık görülür (Lemoyne ve Buchanan, 2011). Helikopter ebeveynler, küreselleşme ve rekabet ortamının etkisiyle, çocuklarını akademik başarı ve kariyer odaklı yetiştirmektedirler (LeMoyne ve Buchanan, 2011).

ABD ve Çin gibi farklı kültürlerde yaygın olan helikopter ebeveynlik, kültürel farklılıklara rağmen evrensel nitelikler taşımaktadır (Kwon vd., 2017). Bu ebe-

veyenler, aşırı korumacı, müdahaleci ve yüksek beklentilerle hareket etmektedirler. Aşırı yönlendirmeye ve korumaya maruz kalan çocuklar, gençlikten yetişkinliğe geçişte ciddi sorunlar yaşamaktadırlar (Bradley-Geist ve Olson-Buchanan, 2014). Helikopter ebeveynlik, çocukların bağımsızlıklarını kazanma süreçlerini olumsuz etkileyerek, onların psikolojik, sosyal ve duygusal gelişimlerini engellemektedir. Bu durum, çocukların yetişkinlik dönemlerinde karşılaştıkları sorunlarla başa çıkma becerilerini zayıflatmaktadır. Helikopter ebeveynlerin aşırı koruyucu ve müdahaleci tutumları, çocukların öz yeterliliklerini azaltmakta ve yaşam memnuniyetlerini düşürmektedir (Ganaprakasam vd., 2018).

3. Helikopter Ebeveynlerin Karakteristik Özellikleri

Helikopter ebeveynler mükemmeliyetçi olup, çocuklarının hayatındaki her detayı kusursuz şekilde yönetmeyi amaçlar. Çocuklarının okul içi ve dışı aktivitelerini planlarlar ve akademik başarıya önem verirler. Başarısızlığı kabul edemedikleri için öğretmenler ve okul yönetimiyle iletişime geçerler (Schiffirin ve Liss, 2017; Gençdoğan ve Gülbahçe, 2021). Bu durum, çocuklarda meslek tercihlerinde aile beklentilerine göre hareket etme ve başarısızlık kaygısı yaratmaktadır (Demir, 2020).

Helikopter ebeveynler aşırı kontrolcü ve müdahalecidir. Çocuklarının üzerinde otorite kurarak, gerçek ve sanal dünyada sürekli denetim yaparlar. Dijital takip sistemleri bu kontrolü artırır (Dursun, 2021; Ankaralı ve Savaş, 2021). Bu sürekli denetim, çocukların öz-yeterlilik hissini azaltır ve özerklik duygusunu sınırlar (Yılmaz, 2020). Helikopter ebeveynler, aynı zamanda, aşırı korumacıdır. Olası tehlikeler ve kötü niyetli insanlarla karşılaşma kaygısıyla çocuklarına aşırı ilgi gösterirler. Bu tutum, çocukların fonksiyonel ilişkiler kurmasına ve benlik saygılarının düşmesine neden olur (Yaşın ve Demir, 2020; Yazgan, 2022).

Helikopter ebeveynler, çocuklarının başarılarını “biz” söylemiyle ifade ederler. Çocukları adına konuşurlar ve başkalarıyla iletişimde çocuklarının başarılarını öne çıkarırlar (Ağar, 2019). Örneğin, bir helikopter anne, çocuğunun yemeğini bitirmesini "Yemeğimizi yedik." şeklinde anlatabilir. Bu tarzı benimseyen ebeveynler, çocuklarına sürekli olarak aşırı koruyucu davranışlar sergileyip, önerilerde bulunarak, bu önerileri çocukları yerine uygularlar (Duygulu, 2018). Bu yaklaşımla, çocukların karar verme süreçlerine sürekli müdahil olunur, hayatları ve kişilik gelişimlerine fazlaca müdahale edilir ve çocuklar bağımlı hâle getirilebilir. Örneğin, çocuklara sorumluluk vermek yerine, onlar yerine ödevleri yapılır ve okul malzemeleri kontrol edilir (Özbey, 2022). Bu kontrolcü davranışlar, çocuklar genç yetişkin olduğunda dahi sürdürülebilir, bu da çocukların kendi karar-

larını verme becerisini zorlaştırır. Bu durum, çocukların ebeveynleriyle olan ilişkilerini ve bilişsel, psikolojik, fiziksel ve sosyal gelişimlerini olumsuz etkileyebilir. Bu bakımdan, bu çocuklar, gelişim dönemlerine uygun sorumlulukları üstlenme fırsatından mahrum kalabilirler (Ertuna, 2016).

Helikopter ebeveynlerin aşırı korumacı tutumları hamilelik döneminden itibaren kendini göstermeye başlar. Hamilelik sürecinde, bebeklerin güvenliği için çeşitli önlemler alınır ve bu davranış doğumdan sonra da devam eder. Bu ebeveynler, doğumdan itibaren çocuklarının her aktivitesini titizlikle planlar ve uygulamaya koyarlar. Yemek, uyku, oyun ve dışarı çıkma saatleri önceden belirlenmiştir ve bu programlar çocukların serbest zamanlarını kısıtlar. Ebeveynler, çocukları yürümeye başladığında dahi onları yakından takip eder ve oyunlarına müdahale ederler (Vinson, 2013). Çocukların güvenliğini sağlamak amacıyla bazen kask veya dizlik gibi aşırı tedbirler alınır (Bernstein ve Triger, 2010). Bu müdahaleler, çocuklar okul çağına geldiğinde de devam eder; en iyi öğretmeni seçmek, arkadaşlarını belirlemek, ödevlerine yardımcı olmak gibi davranışlarla sürer (Yoo vd., 2016).

Bu ebeveynler, çocuklarına maddi, duygusal ve fiziksel konularda sürekli tavsiyelerde bulunur ve bu tavsiyeleri çocukları adına karar verme seviyesine kadar götürebilirler. Çocuklarının karşılaştıkları zorlukları çözmelerine izin vermezler, bunun yerine sürekli müdahale ederler (Reed vd., 2016). Helikopter ebeveynler, çocuklarının hayatlarında başarısızlığı kabul etmekte de zorlanırlar (Kelly vd., 2017). Dikkat çeken bir diğer nokta, bu ebeveynlerin çocuklarının başarıları için etik olmayan davranışları teşvik edebilmeleridir. Bu tür davranışlar, çocukların yetişkinlik dönemlerinde de devam edebilir ve ebeveynler üniversite ve iş yaşamlarında da müdahaleci olabilirler (Vinson, 2013).

Literatüre bakıldığında, sıklıkla bu ebeveynlik tarzının özellikle çocukların psikososyal gelişime olan olumsuz etkilerine odaklanıldığı görülmektedir. Ancak, bazı araştırmalarda bu tür ebeveynlerin çocuklarında akademik başarıyı artırabileceği de gözlemlenmiştir (Locke, 2014). Ayrıca, bazı araştırmalar, helikopter ebeveynlerin çocuklarının daha mutlu olduklarını ve yaşam amaçlarını daha başarılı bir şekilde keşfettiklerini de öne sürmektedir (Ashton-James vd., 2013).

Helikopter ebeveynliğin karşıtı olarak nitelendirilebilecek aşırı müsamaha gösteren ebeveynler üzerine de çalışmalar bulunmaktadır (Sirohi, 2021). Bu iki ebeveynlik türünün, gençlerin bağımsız hissetme yetilerini benzer şekilde olumsuz etkilediği ve kendilerini beceriksiz hissetmelerine neden olduğu belirtilmiştir

(Sirohi, 2021). Ebeveynlerin çocuklarına göstereceği her türlü aşırı tutumun, beklenildiği gibi çocuklarının yararına olmadığı ve yoğun ebeveynlik biçimlerinin yetişkinliğe geçişte özerklik temelli sorunlara yol açtığı ifade edilmektedir.

4. Helikopter Ebeveynliğin Nedenleri

Helikopter ebeveynliğin oluşumuna katkı sağlayan birçok faktör bulunmaktadır. Bunların başında, ebeveynlerin kendi çocukluk dönemlerinde yaşadıkları travmatik deneyimler gelir. Duygusal ihmal veya istismara maruz kalan ebeveynlerin, çocuklarına karşı aşırı koruyucu tutumlar sergileme olasılığı yüksektir (Yılmaz vd., 2021). Benzer şekilde, çocukluklarında kısıtlanan bireylerin de kendi çocuklarına karşı helikopter ebeveyn tutumları geliştirme eğilimi olduğu görülmektedir (Rousseau ve Scharf, 2017).

Rekabet kültürü de helikopter ebeveynliği tetikleyen bir diğer faktördür. Ebeveynlerin, ideal birer ebeveyn olduklarını kanıtlama çabası, çocukları üzerinde sıkı bir kontrol kurmalarına neden olmaktadır (Battles, 2017). Bu ebeveynler, çocuklarını sistem içinde öne çıkarmak amacıyla bu tutumları sergilediklerini ifade etmektedirler (Bristow, 2014). Helikopter ebeveynliğin bir diğer sebebi, sürekli endişe ve korku duygusudur. Ebeveynlerin, dünyanın tehlikelerinden çocuklarını koruma çabası, onların aşırı müdahaleci davranmalarına yol açmaktadır (Coates, 2015). Geleceğin belirsizliği ailelerin çocuklarına iyi bir yaşam sağlama kaygısını artırmakta ve bu da aşırı müdahaleyi beraberinde getirmektedir (Higuera, 2019).

Teknolojinin gelişimi de helikopter ebeveynliğe dolaylı yoldan katkı sağlamaktadır. Takip cihazları ve mobil iletişim araçları ile ebeveynler, çocuklarının her hareketini izleyebilmekte ve kontrol altında tutabilmektedirler (Kelly vd., 2017). Teknoloji, ebeveyn-çocuk iletişimini etkilediği gibi, çevrimiçi eğitim sistemleri ve oyunlar gibi birçok alanda da müdahaleye olanak tanımaktadır (Talmont, 2019).

Kouros vd. (2017), helikopter ebeveyn tutumunu günümüz ebeveynlik sorunlarından biri olarak belirtmişlerdir. Ebeveynlerin çocuklarının hayatlarını kendi isteklerine göre düzenlemeleri, çocukların özerkliklerini olumsuz etkilemektedir (Kins vd., 2011). Bu tutumların kontrol altına alınması ve ebeveynlere eğitimler sunulması, rehberlik faaliyetlerinin desteklenmesi önemlidir.

5. Helikopter Ebeveynliğin Çocukların Psikososyal Gelişimine Etkisi

5.1. Helikopter Ebeveynliğin İyi Oluş Haline Etkileri

İyi oluş hali, bilişsel, psikolojik, bedensel, ruhsal ve sosyal açılardan zinde olma durumu olarak tanımlanır (Trudel-Fitzgerald vd., 2019). Yaşam doyumu ise, kişilerin günlük aktivitelerinden zevk alması ve genel anlamda yaşamlarından memnuniyet duymaları ile açıklanır (Ruggeri vd., 2020). Literatürde, helikopter ebeveyn tutumlarının iyi oluş hali ve yaşam doyumunu azalttığı belirtilmektedir (Yam ve Kumcağiz, 2021).

Helikopter ebeveynlere bağımlı bireylerde, yetişkinliğe geçiş süreçlerinde iyi oluş halinde azalma gözlemlenmektedir (Kaniušonytė vd., 2022). Helikopter ebeveynlerin ergenlerde ruh sağlığı ve yaşam tatmini üzerinde olumsuz etkiler yarattığı gösterilmiştir (Reed vd., 2016). Bu ebeveynlerin yüksek beklentileri, çocukların genel iyilik halini düşürmekte ve hayatlarını pozitif değerlendirmelerini engellemektedir. Ayrıca, helikopter ebeveynlerin kendi yaşam doyumlarını da azalttıkları görülmektedir. Çocuklarını sürekli denetleyen bu ebeveynler, kendi yaşam enerjilerini de tüketmektedir (Fingerman vd., 2012). Helikopter ebeveynlik, aynı zamanda ebeveynlerin psikolojik iyi oluşlarını da olumsuz etkilemektedir (Pautler, 2017).

Ebeveyn ve genç yetişkinler üzerinde yapılan araştırmalar, aşırı ebeveynliğin aile içi iletişimi de olumsuz etkilediğini ve düşük aile memnuniyeti ile ilişkili olduğunu göstermiştir (Segrin vd., 2012). Helikopter ebeveyn tutumları, bireylerin ergenlik ve yetişkinlik dönemlerindeki gelişim hedeflerine ulaşma becerisini olumsuz etkileyebilir ve sosyal problem çözme yeteneklerini zayıflatır (Arnett, 2014). Ayrıca, bu tutumlar akranlara güvensizlik, akranlara yabancılaşma ve zayıf akran iletişimi ile de ilişkilendirilmiştir (Van Ingen vd., 2015).

5.2. Helikopter Ebeveynliğin Benlik Saygısına Etkileri

Benlik saygısı, bireyin kendine verdiği değeri ve duyduğu memnuniyeti ifade eder. Yüksek benlik saygısına sahip kişiler, kendileriyle barışık ve özlerini kabul eden bireylerdir (Saygılı vd., 2015). Literatürde, helikopter ebeveynlik ile benlik saygısı arasındaki ilişkiyi değerlendiren çalışmalarda, helikopter annelere sahip öğrencilerin daha düşük benlik saygısına sahip olduğu görülmüştür (Lotfi vd., 2020).

Şişirilmiş benlik algısı ve helikopter ebeveynlik arasındaki ilişkiyi inceleyen çalışmalar, bu iki değişken arasında anlamlı bir bağ olduğunu göstermektedir. Helikopter ebeveynlerin tutumları, genç yetişkinlerde yüksek ego ve şişirilmiş

benlik algısı yaratabilmektedir (Yılmaz, 2020). Y kuşağındaki bireylerde, helikopter ebeveynlerin hissettirdiği yetersizlik duygusu benlik saygısını düşürmektedir (Durmaz ve Okumuş, 2021).

Ergenlerde helikopter ebeveynlerin, özgüven ve benlik saygısını kayda değer ölçüde düşürdüğü belirtilmektedir (Chigbu, 2021). Ayrıca, helikopter ebeveynliğin, düşük benlik algısı ve azalan öz yeterlilik hissi ile ailelerine bağımlı bireyler yarattığı ortaya konmaktadır (Okroy, 2016). Destekleyici ebeveynlik geliştiren ailelerin ise, çocuklarının benlik saygısı düzeyini olumlu etkilediği kaydedilmektedir (Elena Marie Piteo ve MacKay, 2021).

5.3. Helikopter Ebeveynlik ve Yalnızlık İlişkisi

Yalnızlık, bireylerin sosyal ilişkilerden izole hissetmesi ve yeterli sosyal destekten yoksun olmaları ile açıklanabilir. Bu durum, 'görülen' değil, daha çok 'hissedilen' bir boyutla ilişkilidir (Yanguas vd., 2018). Helikopter ebeveynlerin çocuklarında yalnızlık olgusunun değerlendirilmesi önemlidir. Özellikle yüksek helikopter ebeveynlik düzeyine sahip olan anne ve babaların çocuklarında yalnızlık hissiyatı derinleşmektedir (Su vd., 2021).

Ebeveyn kontrolünün yoğun olduğu durumlarda, helikopter ebeveynlere sahip çocukların yakın arkadaş sayısı daha azdır (LeMoyne ve Buchanan, 2011). ABD’de geniş bir örnekleme yapılan çalışmada, helikopter ebeveynlere sahip öğrencilerin %57’sinin kendisini çok yalnız hissettiği tespit edilmiştir. Bu tür ebeveynlerin, çocuklarına aşırı ilgi gösterirken sağlık problemlerine yol açtığı belirtilmiştir (Lythcott-Haims, 2016).

5.4. Helikopter Ebeveynliğin Anksiyete ve Depresyon ile İlişkisi

Anksiyete ve depresyon, depresif ruh hali, yaşamdan zevk alamama, yüksek kaygı ve endişe hali ile karakterize edilen hastalıklardır (Kafes, 2021). Depresyon ve anksiyete tanısı konmuş hastaların intihar eğilimi açısından ciddi bir risk altında oldukları bilinmektedir (Güleç, 2016). Aşırı korumacı ve kontrolcü ebeveynliğin depresyon ve anksiyete ile pozitif ilişkisi olduğu, bu tür ebeveynliğin bu rahatsızlıklara katkıda bulunduğu gösterilmiştir (Vigdal ve Brønnick, 2022). Helikopter ebeveynlerin çocuklarında intihar eğiliminin daha yüksek olduğu literatürde belirtilmektedir (Karunaharan vd., 2021).

Aşırı ebeveyn kontrolü, genç yetişkinlerde duygusal düzenleme sorunları, depresyon ve hayal kırıklığı ile ilişkilidir (Fischer vd., 2007). Küçük yaş gruplarında ise endişe, içine kapanıklık, depresif ve güvensiz eğilimler görülmektedir (Bayer vd., 2006). Bununla birlikte negatif değerlendirilme korkusu da helikopter

ebeveynlerle yetişmiş çocuklarda yaygın olabilir. Negatif değerlendirilme konusu bireylerin sosyal ortamlarda yanlış anlaşılmaktan veya değerlendirilmekten korkmasıdır (Ömür ve Aydın, 2014). Helikopter ebeveynlik, çocuklarında sosyal kaygıyı artırır ve sosyal hayattan kopmalarına neden olur (Carr vd., 2021). Bu durum, depresyon riskini artırabilmektedir (Luster, 2015).

5.5. Helikopter Ebeveynliğin Öz Düzenleme ve Öz Yeterlilik Becerilerine Etkisi

Öz düzenleme, bireyin kendi öğrenme sürecini planladığı ve içsel motivasyonunu sağladığı stratejileri içerir (Arslan ve Gelişli, 2015). Piaget'in bilişsel gelişim perspektifinde, karar alma becerileri analitik düşünme ve problem çözme yeteneğiyle açıklanır (Sood ve Singh, 2021). Kontrol becerileri ise bireyin duygularını, düşüncelerini ve arzularını denetleyebilmesi ile tanımlanır (Duckworth vd., 2019). Helikopter ebeveynlere sahip çocukların öz düzenleme, karar alma ve kontrol becerilerinde olumsuz farklılıklar görülmektedir. Bu ebeveynler, çocuklarının öz kontrol becerilerini zayıflatır ve sorumluluk almalarını engeller (Love vd., 2020). Helikopter annelere sahip öğrencilerin görev analizi konusundaki zayıflıkları, annelerinin tutumlarından kaynaklanmaktadır (Alpsoy, 2021).

Helikopter ebeveynlerin aşırı müdahaleci davranışları, çocukların zaman yönetimi ve problem çözme becerilerini geliştirememelerine neden olmaktadır (Segrin vd., 2012). Mükemmeliyetçi ebeveyn tutumları, çocukların bağımlı ve kendini ifade etme yeteneği düşük bireyler olarak yetişmelerine sebep olmaktadır (Schiffrin vd., 2019). Ebeveynlerin sürekli olarak çocukların hayatlarına müdahale etmeleri, ebeveyn bağımlılığının gelişmesine neden olabilir (Rousseau ve Scharf, 2017; Yılmaz ve Büyükcebeci, 2019). Bu durum, çocukların kendi başlarına sorun çözme becerilerini olumsuz etkilemektedir (Spokas ve Heimberg, 2009).

Öz yeterlilik ise bireylerin davranışlarını kontrol edebilmesi ve günlük yaşam stresörleriyle baş edebilmesi anlamına gelir (Kansu ve Sayar, 2018). Self determinasyon ise, bireylerin bağımsız karar alabilme yeteneğidir (Şahin, 2009). Helikopter ebeveynlik, öz yeterlilik ve self determinasyon üzerinde olumsuz etkilere sahiptir. Bu ebeveynlik tarzı, bireylerin özgüvenini ve özerklik duygusunu azaltarak bağımsız hareket etmelerini engeller (Kouros vd., 2017). Bu durum, yetişkinlik döneminde iletişim problemleri yaratmaktadır (Çok vd., 2022). Araştırmalar, helikopter ebeveynlerin çocuklarının dış kontrol odağı geliştirme eğiliminde olduklarını ve olaylar üzerinde kontrol sahibi olma inançlarının zayıf olduğunu

göstermektedir (Ballash vd., 2006). Bu durum, bireylerin sorunlar karşısında pasif kalmalarına ve çözüm üretme konusunda zorluk yaşamalarına neden olmaktadır (Milita ve Bunch, 2017).

5.6. Helikopter Ebeveynliğin Akademik ve Mesleki Yaşama Etkileri

Akademik motivasyon, öğrencilerin öğrenme isteği ve çabası ile tanımlanır (Akçakanat ve Antalya, 2016). Helikopter ebeveynlik, akademik başarı ve dayanıklılığı olumsuz etkiler. Öğrenciler üzerindeki beklenti yükü ve akademik kaygıları artırır (Polasek, 2021). Bu durum, akademik performansın düşmesine neden olur (Kheiripour ve Niknam, 2022). Helikopter ebeveynlik, çocuklarında bağımlı kişilik özelliklerinin gelişmesine neden olabilir (Loose vd., 2013). Bağımlı kişilik bozukluğu, bireylerin karar alırken başkalarına aşırı derecede bağımlı olmasıdır (APA, 2022). Bu kişiler, problem çözme becerilerinde yetersizlik gösterir ve bağımsız karar almakta zorlanırlar (Onukwufor ve Anyanwu, 2021). Bu durum onların içsel motivasyon geliştirmelerine ve akademik ve iş yaşamında karar almakta zorlanmalarına etki edebilir.

Helikopter ebeveynlik, kariyer seçimleri ve meslek hayatında da olumsuz etkilere sahiptir. Bu ebeveynlerin çocukları, meslek hayatlarında bağımsız karar almakta zorlanırlar ve depresif semptomlar gösterirler (Lee ve Kang, 2018). Bu kişiler, meslek hayatlarından tatmin olmakta da zorlanmaktadır (Okant Yaşın, 2018). Helikopter ebeveynlik, bireylerin iş hayatında düşük performans göstermelerine, bağımsız karar verme ve problem çözme becerilerinin zayıf olmasına etki edebilmektedir (Reed vd., 2016).

6. Helikopter Ebeveynliğin Kategorileri

Somers ve Sattle (2010), ABD'de 190 akademisyen ve uzmanın katılımıyla gerçekleştirdikleri çalışmada helikopter ebeveyn tutumunu beş kategoriye ayırmışlardır. Bu ebeveynler, endişeli, aşırı ilgili ve aşırı koruyucu davranışlar sergilerler (Dyck, 2015). Çeşitli sosyo-ekonomik düzeylere sahip, farklı etnik kökenlerden ve meslek gruplarından katılımcılarla yapılan görüşmeler sonucunda elde edilen kategoriler şunlardır:

6.1. Tüketici-Savunucu Tip Helikopter Ebeveynlik: Bu ebeveynler, çocuklarının eğitimi için fazla harcama yapma eğilimindedirler. Eğitim ortamlarına ödedikleri ücret ile eğitim faaliyetlerine ortak olduklarını düşünerek müdahale etme hakkı hissederler. Eşit hak görmenin öneminden bahsederler fakat talepleri gerçekleşmediğinde yöneticileri tehdit ederler. Çocuklarının sınıflarına kadar karışırlar ve beğendikleri öğrencilerin ve

öğretmenlerin olduğu sınıfta eğitim görmesi için baskı uygularlar (Dyck, 2015; Akt. Uysal, 2020).

6.2. Adalet ve Hak Savunucu Tip Helikopter Ebeveynlik: Bu ebeveynler, çocukları için talep ettikleri her şeyin onlar için en iyisi olduğuna inanır ve karşılaştıkları her zorlukta haklı olduklarını savunurlar. Çocukları için her zaman adalet ve eşitlik isterler ve haksızlıkla karşılaştıklarında kişileri ve kurumları şikayet ederler (Dyck, 2015).

6.3. Vekil Üniversite Öğrencisi Tip Helikopter Ebeveynlik: Bu tip ebeveynler, çocuklarının üniversite hayatlarının her alanında bulunmak isterler. Katıldıkları etkinliklerden haberdar olmak ve katılmak isterler. Hayatları boyunca üniversitedeymiş gibi davranırlar ve kaçırdıkları üniversite deneyimlerini çocukları üzerinden yaşamak isterler (Dyck, 2015).

6.4. Toksik/Zehirli Aile Tip Helikopter Ebeveynlik: Bu ebeveynlerin psikolojik sorunları olduğu belirtilir. Çocuklarının yanlarında olduklarında bile güvende olmadıklarını düşünürler ve çocuklarının güvenilmez olduğunu kabul ederler. Çocuklarının hayatlarını kendi istekleri doğrultusunda yönlendirmek isterler ve bu isteklerinin gerçekleşmesi için çocuklarına zarar verirler (Dyck, 2015; Uysal, 2015).

6.5. Güvenlik Devriyesi Tip Helikopter Ebeveynlik: Bu ebeveynler, çocuklarının güvenliğini her şeyin önünde tutar ve sürekli olarak olası bir karmaşa ve saldırı durumunu göz önünde bulundururlar. Aşırı koruyucu ve endişeli davranışlar sergilerler (Dyck, 2015).

7. Sonuç ve Öneriler

Helikopter ebeveynlik, literatürde görece yeni bir kavram olarak ele alınmakla birlikte ulusal ve uluslararası yazında giderek daha fazla araştırmaya konu olan bir olgu olarak karşımıza çıkmaktadır. Helikopter ebeveynlik sıklıkla çocukların psikolojik, sosyal ve duygusal gelişimlerini olumsuz etkileyen bir ebeveynlik tarzı olarak nitelendirilmektedir. Çalışma içerisinde yer alan çeşitli literatür bulgularının da ortaya koyduğu üzere, bu ebeveynlik tarzı ile yetiştirilen çocukların uzun vadede bağımsızlıklarını kazanmakta zorlandıkları, öz yeterliliklerinin zayıfladığı ve yaşam memnuniyetlerinin düştüğü, yalnızlık, anksiyete, depresyon ve düşük benlik saygısı gibi olumsuz durumlarla karşı karşıya kalabildikleri ifade edilmektedir.

Helikopter ebeveynliğin önlenebilir olup olmadığı ve bu konuda ne tür çözüm önerileri getirilebileceği de literatürde sıklıkla tartışılan konulardandır. Araştırmalar, helikopter ebeveynliğin önlenebilir olduğunu öngörmektedir. Bu bağlamda, ebeveynlerin çocuklarının başarısızlıklarına izin vermeleri, sorumluluk almalarına fırsat tanımaları, kendi deneyimlerini yaşamalarına olanak sağlanması ve temel yaşam becerilerinin öğretilmesi gibi öneriler sunulmaktadır (Benedetto ve Ingrassia, 2021).

Sağlıklı ve fonksiyonel bir aile hayatının sürdürülebilmesi için uzmanlar tarafından ebeveynlik eğitimleri önerilmektedir (Gacheru, 2020). Pozitif ebeveynlik eğitimlerinin, çocuklar üzerinde yapıcı ve destekleyici bir etkisi olduğu, helikopter ebeveynliğin olumsuz etkilerinin aksine faydalı olabileceği belirtilmektedir (Arkan, 2019). Helikopter ebeveynliğin olumsuz etkilerinin azaltılması ve çocukların sağlıklı gelişimlerinin desteklenmesi için çeşitli stratejilerin uygulanması gerekmektedir. Öncelikle, ebeveynlerin çocuklarına daha fazla özgürlük tanımaları ve onların kendi deneyimlerini yaşamalarına izin vermeleri önem arz etmektedir. Çocukların hatalar yaparak öğrenmeleri, problem çözme ve karar verme becerilerini geliştirmeleri açısından kritik bir öneme sahiptir.

Ebeveynlere yönelik eğitim programları düzenlenerek, helikopter ebeveynlik hakkında farkındalık yaratılması ve bu davranışların olumsuz sonuçlarının ebeveynlere anlatılması gerekmektedir. Pozitif ebeveynlik eğitimleri, ebeveynlerin çocuklarına daha destekleyici ve yapıcı bir şekilde yaklaşmalarını sağlayarak, helikopter ebeveynliğin olumsuz etkilerini azaltabilir. Bu eğitimler, ebeveynlerin çocuklarına rehberlik etme ve duygusal destek sağlama konularında daha bilinçli olmalarını teşvik edecektir.

Helikopter ebeveynliğin önlenmesi için, ebeveynlerin kendi kaygı düzeylerini yönetmeleri ve çocuklarına güvenli bir alan sunmaları gerekmektedir. Ebeveynlerin kendi çocukluk deneyimlerinden kaynaklanan travmaları ve endişeleriyle başa çıkmaları, çocuklarına aşırı koruyucu ve müdahaleci davranmalarını engelleyebilir. Bu bağlamda, ebeveynlerin psikolojik destek almaları ve kendi duygusal iyilik hallerini iyileştirmeleri önemlidir. Ebeveynlerin çocuklarının bağımsızlıklarını ve öz yeterliliklerini destekleyecek şekilde davranmaları, çocukların kendilerine güvenlerini artıracaktır. Çocukların kendi sorumluluklarını almaları ve kendi kararlarını vermeleri için fırsatlar yaratılması önemlidir. Bu süreçte, ebeveynlerin çocuklarına güvenmeleri ve onların yeteneklerine inanmaları gerekmektedir.

Sonuç olarak, helikopter ebeveynliğin çocuklar üzerindeki olumsuz etkilerinin azaltılması ve sağlıklı bir ebeveyn-ocuk ilişkisinin kurulması için ebeveynlerin bilinçlendirilmesi ve desteklenmesi gerekmektedir. Bu amaçla, ebeveynlere yönelik eğitim programları ve psikolojik destek hizmetleri sunulmalı, çocukların bağımsızlıklarını ve öz yeterliliklerini geliştirecek firsatlar yaratılmalıdır. Bu şekilde, çocukların sağlıklı ve mutlu bireyler olarak yetişmeleri sağlanabilir.

KAYNAKÇA

- Ağar, D., 2019. Bilinçli ebeveynlik ve helikopter ebeveynlik arasındaki ince çizgi. Klinik Psikolog Deniz Ağar. <https://www.denizagar.com/bilincli-ebeveynlik-ve-helikopter-ebeveynlik-arasindaki-ince-cizgi/> (E.T. 20.06.2024).
- Akçakanat, T., & Antalyalı, Ö. L. (2016). Do Students Need Academic Anxiety and Motivation For Success?. *Social Sciences*, 1, 27-38.
- Alpsoy, S. (2021). Helikopter ebeveyn tutumunun lise öğrencilerinin öz düzenleme becerileri üzerine etkisi.(Yüksek Lisans Tezi, Selçuk Üniversitesi)
- American Psychological Association, 2022. Dependent personality disorder, içinde: *Diagnostic and Statistical Manual of Mental Disorders*.
- Ankaralı, F.,& Savaş, G. (2021). Okul Öncesi Çocuklarda Öğretmen Açısından Helikopter Ebeveyn Tutumlarının Şiddet Bağlamında Değerlendirilmesi. *Sosyoloji Dergisi*, (41-42), 117-143.
- Arkan, B. (2019). Olumlu annebabalık eğitimi programı'nın (positive parenting program-triple p) ailenin ruh sağlığına etkisi. *Uludağ Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 32(1), 43-61.
- Arnett, J. J. (2014). Presidential address: The emergence of emerging adulthood: A personal history. *Emerging Adulthood*, 2(3), 155-162.
- Arslan, S.,& Gelişli, Y. (2015). Algılanan öz-düzenleme ölçeği: Bir ölçek geliştirme çalışması. *Sakarya University Journal of Education*, 5(3), 67-74.
- Ashton-James, C. E., Kushlev, K., & Dunn, E. W. (2013). Parents reap what they sow: Child-centrism and parental well-being. *Social Psychological and Personality Science*, 4(6), 635-642.
- Ballash, N. G., Pemble, M. K., Usui, W. M., Buckley, A. F., & Woodruff-Borden, J. (2006). Family functioning, perceived control, and anxiety: A mediational model. *Journal of Anxiety Disorders*, 20(4), 486-497.
- Battles, M., 2017. Why parents nowadays are prone to be helicopter parents. Lifehack. URL <https://www.lifehack.org/615506/why-do-parents-become-helicopter-parents> (E.T. 20.06.2024).
- Bayer, J. K., Sanson, A. V., & Hemphill, S. A. (2006). Parent influences on early childhood internalizing difficulties. *Journal of Applied Developmental Psychology*, 27(6), 542-559.
- Benedetto, L., Ingrassia, M., (2021). *Parenting: Studies by an ecocultural and transactional perspective*. BoD – Books on Demand.
- Bernstein, G.,& Triger, Z. (2010). Over-parenting. *UC Davis L. Rev.*, 44, 1221.
- Bradley-Geist, J. C.,& Olson-Buchanan, J. B. (2014). Helicopter parents: An examination of the correlates of over-parenting of college students. *Education and Training*, 56(4), 314-328.

- Bristow, J. (2023). The double bind of parenting culture: Helicopter parents and cotton wool kids. In *Parenting culture studies* (pp. 267-290). Cham: Springer International Publishing.
- Carr, V. M., Francis, A. P., & Wieth, M. B. (2021). The relationship between helicopter parenting and fear of negative evaluation in college students. *Journal of Child and Family Studies*, 30(8), 1910-1919.
- Clarke, K., Cooper, P., & Creswell, C. (2013). The Parental Overprotection Scale: Associations with child and parental anxiety. *Journal of affective disorders*, 151(2), 618-624.
- Cline, F., & Fay, J. (2020). *Parenting with love and logic*. NavPress.
- Coates, D., 2015. Why helicopter parenting? Some answers... Dr. Denny Coates. <https://drdennycoates.com/why-helicopter-parenting-some-answers/> (E.T.20.06.2024).
- Coşkun, B., & Katıtaş, S. (2021). Kantarın Topuzunu Kaçırarak: Helikopter Ebeveynlik Ve Eğitsel Değişkenlerle İlişkisi Üzerine Bir Tarama. *Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi SBE Dergisi*, 11(3), 1053-1069.
- Çok, F., Güçlü, C. H., Özdoğan, H. K., & Topuz, S. (2022). Helikopter Anababalık Ve Özerklik Destekleyici Davranışlar Ölçeği'nin Türkçeye uyarlanması: Geçerlik ve güvenirlik çalışması. *Ankara University Journal of Faculty of Educational Sciences (JFES)*, 55(2), 339-360.
- Demir, A. (2020). Aşırı Ebeveynlik, Ençoklamacı Karar Verme Eğilimleri Ve Kariyer Kararsızlığı İlişkisi: Sinop Örneği. *Avrasya Uluslararası Araştırmalar Dergisi*, 8(25), 1-14.
- Dermott, E., & Pomati, M. (2016). 'Good' parenting practices: How important are poverty, education and time pressure?. *Sociology*, 50(1), 125-142.
- Dorrance Hall, E., 2017. Why do people helicopter parent?, *Psychology Today* <https://www.psychologytoday.com/intl/blog/conscious-communication/201709/why-do-people-helicopter-parent> (E.T. 20.06.2024).
- Duckworth, A. L., Taxer, J. L., Eskreis-Winkler, L., Galla, B. M., & Gross, J. J. (2019). Self-control and academic achievement. *Annual review of psychology*, 70, 373-399.
- Durmaz, Ş., & Okumuş, B. (2021). İş Hayatında Kuşaklar Arası Farklılıklar ve Z Kuşağı. *Pearson Journal*, 6(16), 47-68.
- Dursun Çirci, C. (2021). *Helikopter ebeveynin yeni nesil çocukları*. Sanat ve Sosyal Bilimler Sempozyumu. Paradigma Akademi (369-388).
- Duygulu, S. (2018). *Yeni nesil ebeveynlik ve helikopter aileler*. İstanbul: Destek Yayınları.

- Elena Marie Piteo, S., & MacKay, L. (2021). Differentiation of self and mental health symptoms in emerging adulthood in Australia: The role of parenting behaviours. *Australian and New Zealand Journal of Family Therapy*, 42(2), 201-224.
- Ertuna, E. (2016). *The Turkish translation, and reliability, validity study of helicopter parenting instrument*. Unpublished master's thesis. Near East University.
- Fingerman, K. L., Cheng, Y. P., Wesselmann, E. D., Zarit, S., Furstenberg, F., & Birditt, K. S. (2012). Helicopter parents and landing pad kids: Intense parental support of grown children. *Journal of Marriage and Family*, 74(4), 880-896.
- Fischer, J. L., Forthun, L. F., Pidcock, B. W., & Dowd, D. A. (2007). Parent relationships, emotion regulation, psychosocial maturity and college student alcohol use problems. *Journal of Youth and Adolescence*, 36, 912-926.
- Francisca, C. (2021). Helicopter Parenting as Correlate of Self Confidence and Esteem of Adolescents in Secondary Schools in Anambra State, Nigeria. *Asian Journal of Education and Social Studies*, 21(2), 35-42.
- Gacheru, J. (2020). *The Relationship between Maternal Helicopter Parenting Style and Male Alcohol Abuse Disorder in Nairobi County* (Doctoral dissertation, United States International University-Africa).
- Ganaprakasam, C., Davaidass, K. S., & Muniandy, S. C. (2018). Helicopter parenting and psychological consequences among adolescent. *International Journal of Scientific and Research Publications*, 8(6), 378-382.
- Gençdoğan, B., & Gülbahçe, A. (2021). Psikolojik İyi Oluş Ve Yaşam Doyumunun Bir Yordayıcısı Olarak Algılanan Helikopter Ebeveyn Tutumu. *Milli Eğitim Özel Eğitim Ve Rehberlik Dergisi*, 1(1), 66-98.
- Ginott, H. G., & Wölfl, N. (1969). *Eltern und Teenager* (Between parent and teenager, dt.) Aus d. Amerikan, v. Norbert Wölfl.
- Glass, G. S., & Tabatsky, D. (2014). *The Overparenting Epidemic: Why Helicopter Parenting Is Bad for Your Kids... and Dangerous for You, Too!*. Simon and Schuster.
- Gui, T., & Koropecykj-Cox, T. (2016). "I am the only child of my parents:" perspectives on future elder care for parents among Chinese only-children living overseas. *Journal of Cross-Cultural Gerontology*, 31, 255-275.
- Güleç, G. (2016). Psikiyatrik bozukluklar ve intihar. *Türkiye Klinikleri Psychiatry-Special Topics*, 3, 21-25.
- Hesse, C., Mikkelsen, A. C., & Saracco, S. (2018). Parent-child affection and helicopter parenting: Exploring the concept of excessive affection. *Western Journal of Communication*, 82(4), 457-474.
- Higuera, V., (2019). *Helicopter parenting: What it is and pros and cons* <https://www.healthline.com/health/parenting/helicopter-parenting> (E.T.26.10.2024).

- Hwang, W., & Jung, E. (2022). Helicopter parenting versus autonomy supportive parenting? A latent class analysis of parenting among emerging adults and their psychological and relational well-being. *Emerging Adulthood*, 10(3), 731-743.
- Jung, E., Hwang, W., Kim, S., Sin, H., Zhang, Y., & Zhao, Z. (2019). Relationships among helicopter parenting, self-efficacy, and academic outcome in American and South Korean college students. *Journal of Family Issues*, 40(18), 2849-2870.
- Kafes, A. Y. (2021). Depresyon ve anksiyete bozuklukları üzerine bir bakış. *Humanistic Perspective*, 3(1), 186-194.
- Kaniūšonytė, G., Nelson, L. J., & Crocetti, E. (2022). Not letting go: self-processes as mediators in the association between child dependence on parents and well-being and adult status in emerging adulthood. *Family Process*, 61(1), 391-406.
- Kansu, A. F., & Sayar, G. H. (2018). Öz yeterlik, yaşam anlamı ve yaşam bağlılığı kavramları üzerine bir inceleme. *Etkileşim*, (1), 78-89.
- Karunaharan, S., Ganaprakasam, C., & Selvarajah, T. (2021, April). Does hovering matter? The effect of helicopter parenting on adolescents' suicidal ideation. In *International Conference on Psychological Studies (ICPSYCHE 2020)* (pp. 209-216). Atlantis Press.
- Kelly, L., Duran, R. L., & Miller-Ott, A. E. (2017). Helicopter parenting and cell-phone contact between parents and children in college. *Southern Communication Journal*, 82(2), 102-114.
- Kheiri Poor, Z., & Niknam, M. (2022). The Relationship Between Helicopter Parentings Style and Academic Performance in Students: The Mediating Role of Self-Control. *The Journal of New Thoughts on Education*, 18(2), 215-231.
- Kins, E., Soenens, B., & Beyers, W. (2012). Parental psychological control and dysfunctional separation-individuation: A tale of two different dynamics. *Journal of adolescence*, 35(5), 1099-1109.
- Kouros, C. D., Pruitt, M. M., Ekas, N. V., Kiriaki, R., & Sunderland, M. (2017). Helicopter parenting, autonomy support, and college students' mental health and well-being: The moderating role of sex and ethnicity. *Journal of child and family studies*, 26, 939-949.
- Kwon, K. A., Yoo, G., & De Gagne, J. C. (2017). Does culture matter? A qualitative inquiry of helicopter parenting in Korean American college students. *Journal of Child and Family Studies*, 26, 1979-1990.
- Lapsekili Uysal, S. (2020). Helikopter ebeveynlerin çocuklarının benlik algısı durumlarının kaygı düzeyleri üzerine etkisi. *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 71(13), 613-625.
- Lawrence, D., Zubrick, S. R., & Hancock, K. J. (2014). Higher maternal protectiveness is associated with higher odds of child overweight and obesity: a longitudinal Australian study. *PloS one*, 9(6), e100686.

- Lee, J., & Kang, S. (2018). Perceived helicopter parenting and Korean emerging adults' psychological adjustment: The mediational role of parent-child affection and pressure from parental career expectations. *Journal of Child and Family Studies*, 27(11), 3672-3686.
- LeMoyne, T., & Buchanan, T. (2011). Does "hovering" matter? Helicopter parenting and its effect on well-being. *Sociological Spectrum*, 31(4), 399-418.
- Locke, J. Y. (2014). *Too much of a good thing?: An investigation into overparenting* (Doctoral dissertation, Queensland University of Technology).
- Loose, C., Graaf, P., & Zarbock, G. (2013). *Schema Therapy for Children and Adolescents*. Shoreham-by-Sea, UK, Pavilion Publishing and Media Ltd, ISBN 9781912755820.
- Lotfi, S., Meydan, S., & Erbaş, K. (2020). Investigation of the effects of perceived helicopter mother attitude on self-esteem and negative problem orientation in university students. *Archives of health science and research (Online)*, 7(3), 231-237.
- Love, H., May, R. W., Cui, M., & Fincham, F. D. (2020). Helicopter parenting, self-control, and school burnout among emerging adults. *Journal of Child and Family Studies*, 29, 327-337.
- Luster, S. S. (2015). *Social Withdrawal and Internalizing Problems in Emerging Adulthood: Does Parenting Matter?*. Brigham Young University.
- Milita, K., & Bunch, J. (2017). Helicopter parenting and the policy attitudes of college students. *PS: Political Science & Politics*, 50(2), 359-366.
- Odenweller, K. G., Booth-Butterfield, M., & Weber, K. (2014). Investigating helicopter parenting, family environments, and relational outcomes for millennials. *Communication Studies*, 65(4), 407-425.
- Okant Yaşın, Ç. (2018). *Helikopter Ebeveyn Sahibi Y Kuşağının, İş ve Yaşam Tatmini Üzerine Sosyolojik Bir Analiz* (Yüksek Lisans Tezi, Sosyal Bilimler Enstitüsü).
- Okray, Z. (2016). Helicopter parenting and related issues: Psychological well being, basic psychological needs and depression on university students. *Current Research in Education*, 2(3), 165-173.
- Onukwufor, J. N., & Anyanwu, N. N. (2021). Factors Influencing Dependent Personality Disorder among Adolescents in Bayelsa State. *International Journal of Contemporary Applied Researches*.
- Ömür, Y. E., Aydın, R., & Argon, T. (2014). Olumsuz değerlendirilme korkusu ve akademik sahtekârlık. *Eğitim ve İnsani Bilimler Dergisi: Teori ve Uygulama*, (9), 131-149.
- Özbey, D. (2022). Ergenlerin algılanan helikopter ebeveyn tutumları ile bağlanma stillerinin incelenmesi (Master's thesis, Lisansüstü Eğitim Enstitüsü).

- Padilla-Walker, L. M., & Nelson, L. J. (2012). Black hawk down?: Establishing helicopter parenting as a distinct construct from other forms of parental control during emerging adulthood. *Journal of adolescence*, 35(5), 1177-1190.
- Pautler, L. R. (2017). Helicopter parenting of college students.
- Pistella, J., Izzo, F., Isolani, S., Ioverno, S., & Baiocco, R. (2020). Helicopter mothers and helicopter fathers: Italian adaptation and validation of the Helicopter Parenting Instrument. *Psychology Hub*, 37(1), 37-46.
- Polasek, T. (2021). Helicopter Parenting in High School. *BU Journal of Graduate Studies in Education*, 13(2), 33-37.
- Rathor, S. (2017). *Literature review: Ramification of helicopter parenting on adolescents and emerging adults*. Leeds Beckett University.
- Reed, K., Duncan, J. M., Lucier-Greer, M., Fixelle, C., & Ferraro, A. J. (2016). Helicopter parenting and emerging adult self-efficacy: Implications for mental and physical health. *Journal of Child and Family Studies*, 25, 3136-3149.
- Rousseau, S., & Scharf, M. (2018). Why people helicopter parent? An actor-partner interdependence study of maternal and paternal prevention/promotion focus and interpersonal/self-regret. *Journal of Social and Personal Relationships*, 35(7), 919-935.
- Ruggeri, K., Garcia-Garzon, E., Maguire, Á., Matz, S., & Huppert, F. A. (2020). Well-being is more than happiness and life satisfaction: a multidimensional analysis of 21 countries. *Health and quality of life outcomes*, 18, 1-16.
- Saygılı, G., Kesercioğlu, T., & Kırıktaş, H. (2015). Eğitim Düzeyinin Benlik Saygısı Üzerinde Etkisinin İncelenmesi. *Turkish International Journal of Special Education and Guidance & Counselling* ISSN: 1300-7432, 4(1), 1-8.
- Schiffrrin, H. H., & Liss, M. (2017). The effects of helicopter parenting on academic motivation. *Journal of Child and Family Studies*, 26, 1472-1480.
- Schiffrrin, H. H., Yost, J. C., Power, V., Saldanha, E. R., & Erynn, S. (2021). Correction to: Examining the Relationship between Helicopter Parenting and Emerging Adults' Mindsets Using the Consolidated Helicopter Parenting Scale. *Journal of Child and Family Studies*, 30(9), 2340-2340.
- Segrin, C., Woszidlo, A., Givertz, M., Bauer, A., & Taylor Murphy, M. (2012). The association between overparenting, parent-child communication, and entitlement and adaptive traits in adult children. *Family Relations*, 61(2), 237-252.
- Sirohi, P., 2021. Hovering is not helping: The effects of overindulgence and helicopter parenting. *The International Journal of Indian Psychology*, 9(4), 1539-1543.
- Somers, P., & Settle, J. (2010). The helicopter parent: Research toward a typology. *College and University*, 86(1), 18.

- Sood, M.,& Singh, D. C. (2021). Perceived Helicopter parenting and its relation with decision making styles and academic performance in the context of Indian adolescents. *International Journal of Scientific and Research Publications*, 11(5), 216-224.
- Spokas, M.,& Heimberg, R. G. (2009). Overprotective parenting, social anxiety, and external locus of control: Cross-sectional and longitudinal relationships. *Cognitive therapy and research*, 33, 543-551.
- Şahin, F. (2009). Sosyal hizmette kendi kaderini tayin hakkı. *Sosyal Politika Çalışmaları Dergisi*, 19(19), 87-98.
- Talmon, G. A. (2019). Generation Z: What's next?. *Medical science educator*, 29(Suppl 1), 9-11.
- Trudel-Fitzgerald, C., Millstein, R. A., Von Hippel, C., Howe, C. J., Tomasso, L. P., Wagner, G. R., & VanderWeele, T. J. (2019). Psychological well-being as part of the public health debate? Insight into dimensions, interventions, and policy. *BMC public health*, 19, 1-11.
- Van Dyck, A. (2015). *What propels helicopter parents? Parents' motivation for over involvement in their children's higher education* (Doctoral dissertation, University of Saskatchewan).
- Van Ingen, D. J., Freiheit, S. R., Steinfeldt, J. A., Moore, L. L., Wimer, D. J., Knutt, A. D., ... & Roberts, A. (2015). Helicopter parenting: The effect of an overbearing caregiving style on peer attachment and self-efficacy. *Journal of College Counseling*, 18(1), 7-20.
- Vigdal, J. S.,& Brønnick, K. K. (2022). A systematic review of “helicopter parenting” and its relationship with anxiety and depression. *Frontiers in psychology*, 13, 872981.
- Vinson, K. (2012). Hovering too close: The ramifications of helicopter parenting in higher education. *Ga. St. UL Rev.*, 29, 423.
- Xiong, R., Spaccarotella, K., Quick, V., & Byrd-Bredbenner, C. (2019). Generational differences: a comparison of weight-related cognitions and behaviors of generation X and millennial mothers of preschool children. *International journal of environmental research and public health*, 16(13), 2431.
- Yam, F. C.,& Kumcağız, H. (2021). Helikopter anne tutumları: üniversite öğrencilerinin yaşam doyumları ve psikolojik iyi oluşları üzerindeki yordayıcı rolü. *OPUS International Journal of Society Researches*, 17(35), 1946-1967.
- Yanguas, J., Pinazo-Henandis, S., & Tarazona-Santabalbina, F. J. (2018). The complexity of loneliness. *Acta Bio Medica: Atenei Parmensis*, 89(2), 302.
- Yaşın, Ç. O.,& Demir, N. (2020). Türkiye’de helikopter ebeveyn sahibi olan y neslinin, aidiyet, yaşam becerisi ve özgüven problemleri. *Dokuz Eylül Üniversitesi Edebiyat Fakültesi Dergisi*, 7(2), 450-470.

- Yazgan, A. M. (2022). Proje çocuklar ve helikopter ebeveynler üzerine bir analiz. *Sosyal Politika Çalışmaları Dergisi*, 22(55), 227-258.
- Yılmaz, H. (2020). Possible result of extreme parenting: Power of helicopter parenting attitude to predict ego inflation. *Pegem Journal of Education and Instruction*, 10(2), 523-554.
- Yılmaz, H., & Büyükcebeci, A. (2019). Bazı pozitif psikoloji kavramları açısından helikopter ebeveyn tutumlarının sonuçları. *Turkish Psychological Counseling and Guidance Journal*, 9(54), 707-744.
- Yılmaz, H., Arslan, C., & Arslan, E. (2021). Is having a helicopter mother a traumatic experience? The relationship between helicopter mother attitude and traumatic experiences and learned helplessness. *Psycho-Educational Research Reviews*, 10(3), 302-321.
- Yoo, G., Liu, X., & Cho, S. (2016). Effects of Perceived Helicopter Parenting on Subjective Well-Being among Chinese Undergraduate Students. In Conference: CASS and ISA RC06 Conference Social Change and Family Developments on May 27th at Chinese Academy of Social Sciences in Beijing, China.



BÖLÜM 7

Dünya'da Askeri Harcamalar, Silah Ticareti ve Savunma Sanayinin Gelişmesi

Niyazi Gümüş¹

¹ Milli Savunma Üniversitesi, Kara Harp Okulu, Savunma Araştırmaları Bölümü
ORCID: 0000-0002-3928-6937

GİRİŞ

Ülkeler, bulundukları coğrafi konum, günün şartları ve konjonktüre göre ülkenin ve halkının güvenliği için bazı önlemler almak durumundadırlar. Bu önlemlerin başında ise savunma ve güvenlik önlemleri gelmektedir. Savunma ve güvenliğin tesisi için ise, en önemli güvenlik kurumu olan orduların güçlendirilmesi ve ihtiyaçlarının karşılanması gerekmektedir. Orduların ihtiyacını karşılamının ise iki yolu bulunmaktadır. İthalat veya üretim. Ülkeler savunma için gerekli olan teçhizat ve mühimmatı milli imkanlarla üretebildikleri gibi ithalat yoluyla da tedarik edebilirler. Ülkeler, savunma sistemlerini ithalat yoluyla tedarik ettikleri zaman savunmada dışa bağımlı hale gelmektedirler. Ayrıca ithalat ülkelerin cari işlemler hesabını olumsuz yönde etkilemektedir. Yüksek teknoloji gerektiren askeri teçhizat ve mühimmatın üretiminin yerli ve milli imkanlarla yapılması için ise ülkelerin yeterli teknoloji ve ekonomik güce sahip olmaları gerekmektedir. Çünkü askeri harcamaların maliyeti yüksektir. Yeterli kaynak ve teknolojik güce sahip olmayan ülkelerin ise bu ürünleri üretebilmesi imkan dahilinde görülmemektedir.

Dünya geneline baktığımızda askeri harcamaların artış trendinde olduğu görülmektedir. Dünyanın çeşitli bölgelerindeki çatışmalar ve anlaşmazlıklar bu bölgelerdeki ülkeleri güvenlikleri için gerekli tedbirleri almaya sevk etmektedir. Güvenlik problemleri ve bağımsızlığını güçlendirme düşüncesi ülkelerin askeri harcamalarının artmasına neden olmaktadır. Hegemon güç olan devletler ile çatışmalar ve anlaşmazlıkların yaşandığı bölgelerdeki devletler güvenlik gerekçesiyle askeri harcamalara önemli kaynaklar ayırmaktadır. Gelişmiş ülkeler kendi imkanlarıyla gerekli güvenlik önlemlerini alabilirken, gelişmemiş ülkeler ise ihtiyaçlarını yurt dışından temin etme yoluna gitmektedir. Kendini tehdit altında hissedenden veya olası tehdit algılarına karşı riskli bölgelerde yer alan devletler savunma ve güvenliklerini artırmak için askeri harcamalarına artırmak durumunda kalmaktadır.

Dünyada savunma sanayii her geçen gün gelişmektedir. Gelişmiş ülkelerin dünya silah pazarına hakim olduğu, ayrıca bu ülkelerin Ar-Ge harcamaları ve savunma sanayiine büyük kaynaklar ayırdığı görülmektedir. Savunma sanayii ve Ar-Ge harcamalarına büyük kaynaklar ayıran gelişmiş ülkelerin dünya silah pazarına da hakim olduğu görülmektedir. Gelişmiş ülkeler ürettiği silah ve mühimmatın dış pazarlara da satışını gerçekleştirerek her geçen gün gelirlerini artırmakta, dünya askeri teçhizat ve mühimmat pazarında hakimiyetlerini sürdürmektedir. Bu ülkelerde savunma sanayii gelişmesini sürdürmekte, büyümeye devam etmektedir. Savunma sanayiindeki gelişmeler özel sektörü de olumlu yönde etki-

lemekte, savunma sanayii alanından diğer sektörlerle de teknoloji transferi gerçekleşebilmektedir. Askeri ihtiyaçlar neticesinde savunma sanayiinde gerçekleştirilen buluşlar zamanla diğer sanayi sektörlerini de etkilemektedir. Savunma sanayii zamanla bazı sanayi kuruluşlarıyla da işbirliğine gidebilmektedir. Bu çalışmada dünyada askeri harcamaların gelişimi, silah ticareti ve askeri harcamaların savunma sanayiinin gelişmesine etkileri incelenmiştir.

2. DÜNYA'DA SAVUNMA SANAYİİNİN GELİŞİMİ

İnsanlığın var oluşundan itibaren toplumlar mücadele halinde olmuşlar, zaman zaman aralarında anlaşmazlıklar ve savaşlar vuku bulmuştur. Bu mücadeleden galip gelmek ve ülkelerini savunmak için de günün şartlarına göre çeşitli savaş araçları ve teknikleri geliştirmişlerdir. Savunma sanayiinin tarihinin 19. Yüzyıla dayandığı ve I. Dünya Savaşı'nı müteakiben devletlerin savunma sanayiine önem verdikleri görülmektedir (Bekmezci, Rehman ve Nadeem, 2023:89). II. Dünya Savaşı'ndan sonra artış trendine giren savunma harcamaları 26 Aralık 1991 tarihinde Sovyetler Sosyalist Cumhuriyetler Birliği'nin (SSCB) dağılmasıyla dünya genelinde gerilemeye başlamıştır (Sezgin ve Sezgin, 2018). Uluslararası Stratejik Araştırmalar Enstitüsü'nün belirttiğine göre, dünya genelindeki savunma harcamaları 1989 yılı ile 1996 yılı arasındaki 7 yıllık süreçte 1.300 milyar dolardan 800 milyar dolara gerileyerek 1/3 oranında azalmıştır (Pricewaterhouse Coopers, 2005).

Dünya'nın bazı bölgelerinde yaşanan çatışma ve kaoslar nedeniyle ülkeler, ulusal birlik ve bütünlüğünü muhafaza etmek, iç ve dış tehditlere karşı gerekli önlemleri almak için savunmaya bütçelerinden kaynak ayırmak durumunda kalmışlardır. O nedenle savunma harcamaları iç ve dış saldırılardan mal ve hizmetlerin muhafazası amacıyla yapılmaktadır. Bu harcamalar ülkelerin gelişmişlik düzeyine göre farklılıklar arz etmektedir. Yine ülkelerin ideolojileri, bulundukları coğrafi konum, siyasi rejimleri bölgesel ve küresel silahlanma yarışı gibi durumlar savunma harcamalarını artırmakta ve ülkeleri silahlanma yarışına sürüklemektedir (Küçüköğlu, 2023).

Ülkeler kalkınmaları için sanayileşmeye önem vermişlerdir. Sanayileşmeyi ise; *“sadece hammaddelerin işlenerek mamul haline getirilmesi şeklinde algılamamız gerekmektedir. Sanayileşmeyi; yeni üretim bilgisi ve tekniklerin üretimde uygulanması, yeni ürünlerin geliştirilmesi, mevcut ürünlerin yeni modellerinin geliştirilmesi, üretimde gelişmiş üretim tekniklerinin kullanılması, verimliliğin artırılması ve daha büyük ölçekte üretime geçilerek üretim maliyetlerinin azaltılması”* şeklinde daha geniş manada yorumlayabiliriz (Şahin, 2020). Geniş

kapsamlı olan bu tanıma göre, sanayileşme sadece sanayi sektörüyle sınırlı olmayıp, ekonominin diğer sektörlerini de kapsam alanına almaktadır.

Ülkelerin bulunduğu coğrafi konum gereği bazı ülkeler için savunma harcamaları düşük düzeylerde kalırken, çevresinde savaş ve kargaşaların olduğu ülkelerde, ülkelerin bekası için savunma hayati önem taşımakta, savunma harcamalarının yüksek olduğu görülmektedir. Bu ülkelerin istikbali savunma sanayisinin sağlam temeller üzerine inşa edilmesine bağlıdır (Yakıcı Öksüz, Öztürk, 2020).

Savunma sanayisinin ülkelere olumlu ve olumsuz etkileri olmaktadır. Olumlu etkilerini iki şekilde yorumlayabiliriz. Birincisi; savunma alanında dışa bağımlı olan ülkeler savunma sanayisinin gelişmesiyle ve gerekli olan silah ve mühimmatın yurt içinde üretilmesiyle ihtiyaçları olan silah ve mühimmatı yurt dışından pahalı ithalat etmekten kurtulmaktadırlar. İkincisi de; ülkeye döviz tasarrufu sağlayarak ve cari işlemler açığının ve ödemeler dengesi açığının azaltılmasına katkı sunmaktadır (Özer, 2019).

Gelişmiş ülkelerin sanayileşmesine baktığımızda bu ülkelerdeki sanayileşme sürecine savunma sanayisinin önemli katkılar sunduğu, askeri alanda geliştirilen birçok buluşun sivil sanayinin gelişimine olumlu katkı sunduğu görülmektedir (Yakıcı Öksüz, Öztürk, 2020). II. Dünya Savaşı döneminde Amerika Birleşik Devletleri'nde (ABD) imalat sanayii alanında faaliyet gösteren özel sektöre ait birçok firmanın ordunun ihtiyaçları için üretim yaptığı, savaşın sona ermesiyle bu firmaların eski üretim faaliyetlerine dönmeleri özel sektörün savunma sanayii alanında önemli rol oynadığını göstermektedir. ABD savunma bütçesinin her yıl artış göstermesi birçok firmayı bu alanda yatırım yapmaya teşvik etmiştir. Devletin bu alandaki projeleri teşvik sistemi sektörün gelişmesine katkı sağlamıştır. Sovyetlerin uzay aracı Sputnik'i uzaya göndermeleri sonrasında 1958 yılında DARPA'nın faaliyetlerine başlaması, 21. Yüzyılda kullanılmakta olan birçok teknolojinin gelişmesine katkı sunmuştur (İstikbal, 2022).

Dünya'da savunma alanında faaliyetlerini sürdüren firmalar hem askeri, hem de sivil piyasaya yönelik olarak çift yönlü üretim yapmaktadır. Askeri alana yönelik olarak yapılan üretim, firmaların yeni ürünler ve teknolojiler geliştirmesine katkı sunmakta, böylelikle savunma amaçlı geliştirilen teknolojilerden sivil alanlarda da yararlanılmaktadır. Bu durum ise, savunma sanayisinin özel sektör kuruluşlarının gelişmesine katkı sunmasına yardımcı olmaktadır (DPT, 2007).

2. DÜNYA'DA ASKERİ HARCAMALAR

Dünya'da askeri harcamaların artış trendinde olduğu görülmektedir. 1980 yılında 366 milyar dolar olan dünya geneli savunma harcamaları, 1990 yılında 712,7 milyar dolara, 2000 yılında ise 741,9 milyar dolara yükselmiştir. 2000 yılından sonra askeri harcamalardaki artış daha fazla yükselme eğilimindedir. 2005 yılında 1.160 milyar dolara, 2010 yılında ise 1.650 milyar dolara yükselerek 10 yıllık periyotta %122 oranında artış kaydedilmiştir. 2015 yılında 1.650 milyar dolar, 2018'de 1.800 milyar dolar, 2020'de 1.940 milyar dolar, 2021'de 2.070 milyar dolar ve 2022'de ise 2.210 milyar dolara yükselerek 2 trilyon doları geçmiştir. 22 yıllık süreçte dünyadaki savunma harcamaları ikiye katlanmış durumdadır. 2022 yılı dünyadaki savunma harcamaları Türkiye'nin 2022 yılı Gayri Safi Yurt İçi Hasılasının (GSYİH) iki katıdır. Bu bize dünyadaki savunma harcamalarının ne denli yüksek olduğunu göstermektedir. 2022 yılında bu harcamaların yaklaşık olarak %40'ı olan 877 milyar dolarını ABD yapmıştır (World Bank, 2024). 2023 yılında ise Rusya-Ukrayna Savaşı'nın da etkisiyle savunma harcamaları 2.443 Milyar dolara ulaşmış durumdadır. Askeri harcamalar 2023 yılında bir önceki yıla göre %6,8 oranında artmıştır. Bu artış oranı 2009 yılından bu yana en yüksek artış oranı olarak görülmektedir (Tian vd., 2024). 2023 yılı askeri harcamalar 105.440 milyar dolar olan küresel GSYİH'nin %2,3'ü oranındadır (World Bank, 2024). Devletler, bütçelerinin ortalama %6,9'unu askeri harcamalarına ayırmakta olup, kişi başı askeri harcamalar ortalama 306 dolara ulaşmış durumdadır. 2023 yılında askeri harcamalar sadece dünyanın belirli bölgelerinde değil, bütün bölgelerinde artış göstermiştir (Wezeman vd., 2024). Bu bize dünyadaki savunma harcamalarının çok yüksek rakamlara ulaştığını ve artış trendini sürdürdüğünü göstermektedir.

Tablo 1: Bazı Ülkelerin 2023 Yılı Savunma Harcamaları (Milyar Dolar)

Sıra No	Ülke	Savunma Harcaması	Savunma Harcamaları/GSYİH (%)	Dünya Savunma Harcamalarına Oranı (%)
1	ABD	916	3,4	37
2	Çin	296	1,7	12
3	Rusya	109	5,9	4,5
4	Hindistan	83,6	2,4	3,4
5	Suudi Arabistan	75,8	7,1	3,1
6	İngiltere	74,9	2,3	3,1
7	Almanya	66,8	1,5	2,7
8	Ukrayna	64,8	37	2,7

9	Fransa	61,3	6,5	2,5
10	Japonya	50,2	1,2	2,1
11	Güney Kore	47,9	2,8	2,0
12	İtalya	35,51,6	1,5	1,5
13	Avustralya	32,3	1,9	1,3
14	Polonya	31,6	3,8	1,3
15	İsrail	27,5	5,3	1,1
22	Türkiye	15,8	1,5	0,6
-	Dünya	2.443	2,3	100

Kaynak: Savunma SanayiST.com, 2024.

Tablo 1’de 2023 yılında dünyadaki bazı ülkelerin savunma harcamaları yer almaktadır. Tabloya baktığımızda ABD’nin savunma harcamaları 916 milyar dolar olup dünya savunma harcamalarının %37’sini oluşturmaktadır. Çin ise 296 milyar dolarlık harcama ile ikinci sırada yer almaktadır. İki ülkenin savunma harcamaları yaklaşık olarak dünya savunma harcamalarının yarısını oluşturmaktadır. İlk 5 sırada yer alan ülkelerin savunma harcamaları toplamı 1.481 milyar dolar olup dünya savunma harcamalarının %61’ini oluşturmaktadır. İlk 10 ülkenin savunma harcamaları toplamı 1.799 milyar dolar olup dünya savunma harcamalarının %74’ünü oluşturmaktadır. ABD’nin savunma harcamaları yaklaşık olarak kendisinden sonra sıralamada yer alan 9 ülkenin savunma harcamalarına eşittir. Bunda da ABD’nin süper güç olması ve NATO’nun en büyük ortağı olmasından dolayı dünyanın birçok bölgelerinde askeri üssü olması ve hegemonyasını sürdürmek için yüksek askeri harcamalar yapmak durumunda olduğu anlaşılmaktadır. İlk 10 ülkeye baktığımızda Suudi Arabistan’ın beşinci sırada yer aldığını, bu ülkenin silahlanmaya ciddi kaynak ayırdığını görmekteyiz. Bir diğer dikkat çekici durum ise Ukrayna’nın savunma harcamalarıdır. Rusya ile savaş durumunda olan bu ülke 2014 yılında GSYİH’sının %3’ünü savunma harcamalarına tahsis ederken 2023 yılında bu oran %37’ye yükselmiş durumdadır. İsrail’in 2023 yılında GSYİH’sının %5,3’ünü savunma harcamalarına ayırması, yine Ukrayna ile savaş durumunda olan Rusya’nın GSYİH’sının %5,9’unu savunma harcamalarına ayırması ülkelerin savunma harcamalarında bulundukları konum ve tehdit algılarının önemli olduğunu göstermektedir.

Tablo 2: Dünya'nın En Çok Silah İhracatı Yapan Ülkeleri ve Silah Ticaretindeki Küresel Payı (%)

Sıra-lama	Ülkeler	2019-2023 Dönemi	2014-2018 Dönemi	Değişim (%)
1	ABD	42	34	17
2	Fransa	11	7,2	47
3	Rusya	11	21	-53
4	Çin	5,8	5,9	-5,3
5	Almanya	5,6	6,3	-14
6	İtalya	4,3	2,2	86
7	İngiltere	3,7	4,1	-14
8	İspanya	2,7	2,7	-3,3
9	İsrail	2,4	3,1	-25
10	Güney Kore	2	1,7	12
11	Türkiye	1,6	0,7	106
12	Hollanda	1,2	2,2	-46
13	İsveç	0,8	0,7	15
14	Polonya	0,7	0,1	1138
15	Kanada	0,6	0,5	20

Kaynak: Wezeman vd. , 2024.

Tablo 2’de 2019-2023 döneminde dünyanın en büyük silah ihracatı yapan ülkeleri yer almaktadır. ABD dünya silah pazarında %42’lik oran ile en büyük paya sahip durumdadır. ABD’yi Fransa, Rusya, Çin ve Almanya izlemektedir. İlk beş sıradaki ülkelerin dünya silah ihracatından aldıkları pay %75,4 olarak görülmektedir. 2014-2018 dönemine göre ABD’nin dünya silah ihracatından aldığı pay %34 iken bu oran 2019-2023 döneminde %42’ye yükselerek 8 puanlık bir artış göstermiştir (Tablo 1). Bunda ABD’nin Rusya-Ukrayna savaşında Ukrayna’ya desteği ve dünyanın çeşitli bölgelerinde görülen kargaşa veya tehdit algılarına bağlı olarak bazı ülkelerin silahlanma yarışına girmelerinin etkili olduğu düşünülmektedir. ABD silah ihracatının %31’i Suudi Arabistan, %38’ini Katar, Kuveyt ve İsrail olmak üzere Orta Doğu ülkelerine yapmaktadır. %28’ini ise Avrupa ülkelerine yapmaktadır. Avrupa ülkelerine yapılan silah ihracatı 2014-2018 döneminde %11 iken, 2019-2023 döneminde bu oran %28’e yükselmiştir. Bunda Rusya-Ukrayna savaşının da etkisi vardır. ABD’nin Ukrayna’ya yaptığı silah ihracatı ABD’nin ihracatının %4,7’si, Avrupa’ya yaptığı silah ihracatının ise %17’sini oluşturmaktadır. İkinci büyük silah ihracatı yapan ülke olan Fransa ise ihracatının %76’sını Asya, Okyanusya ve Orta Doğu’ya yapmaktadır. (Wezeman vd., 2024). Aynı dönemde Rusya’nın silah ihracatı ise %21’den %11’e düşerek 10 puanlık bir azalma söz konusudur. Bunda da yine Rusya-Ukrayna arasında

devam eden savaşa bağlı olarak Rusya'nın ürettiği silahların ülke içinde kullanımına bağlı olarak dış pazarlara satışının azaldığı düşünülebilir. Ayrıca savaş nedeniyle ABD blokunda yer alan bazı ülkelerin Rusya'ya uyguladıkları ticaret ambargosunun da etkisi olabilir. ABD'nin dışında en büyük artış %3,8 ile Fransa'nın ihracatında görülmektedir. Diğer ülkelerin ihracatında ise bazıları sabit kalırken bazı ülkelerin ihracatında 1-2 puan azalma veya artış görülmektedir. Türkiye'nin ise adı geçen dönemde dünya silah ihracatındaki payı %0,7'den %1,6'ya yükselerek yaklaşık 1 puanlık bir artış görülmüştür (Tablo 2).

Tablo 3: Dünya'nın En Çok Silah İthalatı Yapan Ülkeleri ve Silah Ticaretinde Küresel Payı

Sıralama	Ülkeler	2019-2023 Dönemi	2014-2018 Dönemi	Değişim (%)
1	Hindistan	9,8	9,1	4,7
2	Suudi Arabistan	8,4	11	-28
3	Katar	7,6	1,5	396
4	Ukrayna	4,9	0,1	6633
5	Pakistan	4,3	2,9	43
6	Japonya	4,1	1,5	155
7	Mısır	4	5,3	-26
8	Avustralya	3,7	4,6	-21
9	Güney Kore	3,1	2,8	6,5
10	Çin	2,9	4,9	-44
11	ABD	2,8	1,6	67
12	Kuveyt	2,7	1	169
13	İngiltere	2,4	1,6	41
14	Birleşik Arap Emirlikleri	2,4	3,3	-31
15	İsrail	2,1	2	5,1
16	Hollanda	1,9	0,2	751
17	Türkiye	1,6	2,2	-29

Kaynak: Wezeman vd. ,2024.

Tablo 3’de dünya silah ithalatı yer almaktadır. Listenin başında en büyük silah ithalatçısı olarak %9,8 ile Hindistan yer alırken, onu %8,4 ile Suudi Arabistan, %7,6 ile Katar, %4,9 ile Ukrayna ve %4,3 ile Pakistan izlemektedir. İlk beş sırada yer alan ülkelerin silah ithalatına ödedikleri miktar dünya silah ithalatının %35’ini oluşturmaktadır. Hindistan’ın en büyük silah ithalatçısı olmasında Pakistan ve Çin ile yaşadığı bazı sorunların da etkisi vardır. Dünyanın ikinci büyük silah ithalatçısı olan Suudi Arabistan’ın ithalatının 2/3’ünü savaş uçağı ve füzeler

oluşturmaktadır. Üçüncü büyük ithalatçı ülkenin Katar olmasında ise, Suudi Arabistan'ın öncülüğünde bazı Körfez ülkelerinin Katar'a karşı ortak tavır takınmaları, Katar'ın teröre destek verdiği gerekçesiyle bu ülke ile diplomatik ilişkilerine son verdiklerini duyurmaları ve Katar'a bazı yaptırımlar uygulamak istemelerinin (Yıldırım, 2021) etkisi bulunmaktadır. Suudi Arabistan liderliğindeki Körfez ülkelerinin Katar'a karşı uyguladıkları yaptırımların ABD başkanı Donalt Trump'ın Suudi Arabistan'ı ziyaretinin ve bu ziyaret esnasında Suudi Arabistan ile ABD arasında 460 milyar dolarlık bir silah anlaşması imzalanmasının ardından gerçekleşmesinin ardından Katar da ABD ile 12 milyar dolarlık silah anlaşması yapmak durumunda kalmasının (Arslan, 2018) da etkisi olduğu göz ardı edilmemelidir. Bir diğer önemli silah ithalatçısı ülke olarak Ukrayna'yı görmekteyiz. Rusya'nın Ukrayna'ya saldırması Ukrayna'nın savunma sistemleri ithalatını büyük ölçüde artırmıştır. Beşinci sırada yer alan Pakistan'ın da Hindistan ile olan bazı anlaşmazlıklarının bu ülkenin önemli miktarda silah ithalatçısı olmasında etkisi vardır. İlk beş ülkeye genel olarak baktığımızda bu ülkelerin güvenlik tehdidi veya komşuları ile olan anlaşmazlıklarına bağlı olarak silahlanma yarışına girdikleri görülmektedir.

Tablo 4: Dünya'da Savunma Sanayii Alanında Üretim Yapan Büyük Firmalar

Sıra-lama	Firma Adı	Ülke	2022	2016	2016 Sıra
1	Lockheed Martin Corp.	ABD	59.390	40.630	1
2	Raytheon Technologies	ABD	39.570	22.910	4
3	Northrop Grumman Corp.	ABD	32.300	21.400	5
4	Boeing	ABD	29.300	29.510	2
5	General Dynamics Corp.	ABD	28.320	19.200	6
6	BAE Systems	ABD	26.900	24.140	3
7	NORINCO	Çin	22.060	17.320	7
8	AVIC	Çin	20.620	14.290	8
9	CASC	Çin	19.560	12.810	10
10	Rostec	Rusya	16.810	13.210	9
11	CETC	Çin	15.080	12.000	12
12	L3Harris Technologies	ABD	12.630	8.770	16
13	Leonardo	İtalya	12.470	8.500	14
14	Airbus	Trans-Avrupa	12.090	12.520	11
15	CASIC	Çin	11.770	9.490	13
60	ASELSAN	Türkiye	2.020	1.200	74
82	Baykar	Türkiye	1.260	1.120	87
100	Roketsan	Türkiye	790	-	-

Kaynak: SIPRI, 2022.

Tablo 4’de dünyada savunma sanayii alanında üretim yapan büyük firmalar yer almaktadır. İlk sırada 59.390 milyon dolarlık üretimiyle ABD menşeli Lockheed Martin Corporation firması yer almaktadır. Dünya savunma sanayii üretiminde ilk altı sırada ABD şirketleri yer almaktadır. İlk 10’da ise 6 ABD, 3 Çin ve 1 Rusya firması bulunmaktadır. Bu firmaların 2022 yılı toplam üretimleri 294.830 milyon dolar olup bunun 215.780 milyon dolarlık kısmını 6 ABD firması üretirken, 3 adet Çin menşeli firmaların toplam üretimi 62.240 milyon dolar ve 1 adet Rusya firmasının üretimi ise 16.810 milyon dolar olarak görülmektedir. İlk 10 firma üretimi içinde ABD firmalarının payı %73, Çin menşeli firmaların payı %21 ve Rusya menşeli firmaların payı ise %6 olarak görülmektedir. Tablo bize silah üretiminde ABD firmalarının açık ara önde olduğunu göstermektedir. İlk 100 firma arasında ise 3 adet Türk firması olup bu firmalardan ASELSAN 60, Baykar 82 ve Roketsan 100’üncü sırada yer almakta olup üç Türk firmasının toplam üretimi 4.070 milyon dolar olarak görülmektedir.

3. ASKERİ HARCAMALARI ETKİLEYEN FAKTÖRLER

Askeri harcamaların artmasını etkileyen birçok neden bulunmaktadır. Bu harcamalar ülkelere göre farklılık gösterebilmekte, askeri harcama nedenleri ülkeden ülkeye değişiklik gösterebilmektedir. Ancak genel anlamda baktığımızda ülkeleri savunma harcamalarına sevk eden nedenleri bazı başlıklar altında toplayabiliriz.

3.1. Ülkelerin Jeopolitik Konumu

Ülkelerin yerel stratejiye göre konumlanmasına jeopolitik konum denilmektedir (Semiz ve Turan, 2023). Ülkelerin jeopolitik konumlarının savunma harcamaları üzerinde önemli olduğu vurgulanmaktadır. Ülkelerin jeopolitik konumlarının yanında uluslararası ilişkilerin normal seyrini etkileyen savaşlar, terör olayları ve devletlerarası gerilimler jeopolitik risk olarak tanımlanmaktadır (Caldara ve Iacoviello, 2018). Uluslararası gerilimler, çatışmalar, savaşlar ve tehditlerin savunma harcamaları üzerinde etkileri olduğu belirtilmektedir (Barış ve Barış, 2024). Bulunduğu coğrafyada çatışmaların veya savaşların olduğu ülkeler güvenlik endişesiyle savunma harcamalarına daha fazla kaynak aktarmak durumunda kalmaktadırlar. Buzdağlı ve Özdemir (2021) aralarında Türkiye’nin de bulunduğu gelişmekte olan 17 ülke için jeopolitik riskin askeri harcamalar üzerine etkilerini araştırmışlardır. Analizlerinde jeopolitik riskte meydana gelebilecek %1’lik bir artışın askeri harcamalarda %0.9 oranında artışa neden olacağı sonucuna ulaşmışlardır. (Buzdağlı ve Özdemir, 2021). Yoğun çatışmaların yaşandığı Orta Doğu ülkelerinde savunma harcamaları her zaman yükselme trendini sürdürmüştür. Bunda İran’ın nükleer faaliyetlerinin ifşasına bağlı olarak Suudi Ara-

bistan başta olmak üzere diğer körfez ülkeleri açısından İran'ın tehdit olarak algılanması, Filistin sorunu, İsrail'in yayılcı politikaları bölgenin silahlanmasında etkili olmaktadır (Pirinççi, 2018). İsrail, kendisini Arap ülkeleri tarafından kuşatılmış hissetmekte ve bu algıyı ortadan kaldırmak için nükleer ve yüksek teknoloji ürünü silahlar üretmektedir. Arap ülkeleri ise Batı destekli İsrail üstünlüğünü azaltmak için silahlanma yarışına girmektedir (Tuncer ve Cihangir, 2019).

Çatışmaların ve terör olaylarının yoğun olarak görüldüğü bölgelerden birisi de Orta Doğu'dur. Bölge ülkeleri güvenliklerini tesis etmek için silahlanma yarışına girmişlerdir. Bölgedeki belirsizlikler ve çatışmalar ülkeleri güvenliklerini tesis etmek veya saldırgan ülkelerin saldırılarından korumak için ordularını güçlendirmeye ve modern silah sistemleriyle donatmaya sevk etmiştir (Özkan, 2019). Ayrıca bölgede bazı terör örgütlerinin varlığı ve eylemleri terörün hedefi olan ülkelerin askeri harcamalarının artmasına neden olmaktadır.

Bir diğer sıcak bölge ise Avrupa bölgesidir. Bölgede, Rusya- Ukrayna Savaşı Avrupa ülkelerini de tedirgin etmiştir. Avrupa Birliği (AB) Rusya'nın Ukrayna'yı işgaline karşı Ukrayna'ya 950 milyon Euro yardım kararı almıştır. Bu yardımların nedeni ise, Rusya'nın yayılcı politikasının Avrupa ülkelerine sıçrama endişesidir. Bu nedenle Almanya savunma bütçesini artırma kararı almıştır. Almanya, sadece kendi savunma harcamalarını artırma kararı almakla kalmayıp, Rusya tehlikesinin Almanya'ya da sıçrama ihtimalinden hareketle Ukrayna'ya askeri teçhizat yardımında da bulunmuştur (Boyras, 2022). Polonya ve Baltık Ülkeleri, Rusya'nın kendilerine de saldırma endişesi taşıyarak korkuya kapılmışlar ve askeri harcamalarını artırmışlardır. Bu bağlamda, Finlandiya ve İsveç NATO üyesi başvurusunda bulunmuşlardır (Çelikaşan, 2022).

Demirci ve Ayyıldız (2023) yaptığı çalışmalarında Türkiye, Güney Kore, Meksika ve Endonezya'da jeopolitik risklerin savunma harcamalarına etkilerini araştırmışlardır. Bulgularında Türkiye ve Güney Kore'de savunma harcamalarının Meksika ve Endonezya'ya göre daha yüksek olmasında bölgesel sorunların da etkili olduğu sonucuna varmışlardır. Türkiye'nin Yunanistan ve Ermenistan ile sorunlar yaşamasının Türkiye'nin savunma harcamalarında artışa neden olduğu belirtilmektedir. Aynı şekilde Kuzey Kore'nin nükleer denemeleri Güney Kore'yi de savunma sistemleri tedarik etme sürecine sürüklemiş, ülke savunmaya daha fazla kaynak aktarmak durumunda kalmıştır. (Demirci ve Ayyıldız, 2023). Endonezya ve Meksika'nın riskli bölgede yer almamasının bu ülkelerdeki savunma harcamalarının riskli bölgede bulunan Türkiye'ye oranla düşük olmasında etkisi bulunduğu düşünülmektedir.

3.2. Terör Eylemleri

Dünyadaki savunma harcamalarının artış nedenlerinden birisi de terör eylemleridir. Terör, korku salmak, yıldırım ve dehşete düşürmek gibi anlamlara gelmektedir. Terör olayları siyasi veya etnik sebeplerle olabilmektedir. Terör olayları dünyanın çeşitli bölgelerinde farklı şekillerde görülebilmektedir. Can kayıplarına neden olup, sosyal, siyasi ve ekonomik yapıyı olumsuz yönde etkilemektedir. Devletler, terörle mücadele etmek için çaba sarf etmekte, terör olayları ekonomik yapıya da zarar vermektedir (Altay, Ekinci ve Peçe ,2023).

Yapılan araştırmalarda terör riskinin savunma harcamalarında artışa neden olduğu belirtilmektedir. Siyasi otoritenin terörle mücadele ve ülke güvenliğini sağlamak için savunma harcamalarını artırdığı görülmektedir. ABD'nin 11 Eylül saldırılarından sonra 500 milyar dolardan fazla bir kaynağı savunma harcamaları için tahsis ettiği belirtilmektedir (Özçelik ve Önder, 2016). 2001-2003 döneminde ABD'nin savunma, iç güvenlik ve terörle mücadele için ayırdığı kaynağın 145-160 milyar dolar civarında artış gösterdiği belirtilmektedir (Kosiak, 2003). 2002-2017 yılları arasında ABD'nin terörle mücadele harcamalarının 2,8 trilyon dolar oldu tahmin edilmektedir. Bunun 979 milyar dolarını (%35) iç güvenlik harcamaları oluşturmaktadır. 1,7 trilyon dolarını ise (%60) savunma bakanlığı acil durum ve deniz aşırı operasyon maliyetleri oluşturmaktadır. 11 Eylül saldırıları öncesi ABD'nin iç güvenlik harcamaları 15,9 milyar dolar iken saldırı sonrası bu rakam 2002 yılında 33 milyar dolara yükselmiştir. (Stimson Study Group, 2018).

Terör tehdidiyle karşı karşıya olan devletler, terörle etkin bir şekilde mücadele edebilmek için savunma harcamalarını artırmak durumundadırlar. Terörle mücadele, devlet bütçesinde savunma harcamalarının artmasına neden olmaktadır (Tuna, 2024).

Türkiye yaklaşık olarak yarım asırdan beri terör örgütleriyle mücadele etmektedir. Gerek yurt içi, gerekse yurt dışında Partiya Karkeren Kurdistan / Kürdistan İşçi Partisi (PKK) ile 1984 yılından beri mücadele etmektedir. Örgüt, asker, sivil, kadın ve çocuk ayırımı yapmadan toplumun her kesimine eylem gerçekleştirmekte, Türkiye'ye büyük zararlar vermektedir. Türkiye'nin Terörle mücadeleye 300-400 milyar dolar harcadığı, bazı uzmanlara göre ise terörün Türkiye'ye maliyetinin 1,2 trilyon dolar olduğu belirtilmektedir (Şimşek ve Özkaya, 2018). Türkiye bunun yanında DEAŞ, PKK/YPG, FETÖ gibi bazı terör örgütleriyle de yurt içi ve yurt dışında mücadele etmektedir.

Türkiye’de savunma harcamalarının Gayri Safi Yurtiçi Hasıla’ya (GSYİH) oranı 1996 yılından itibaren azalma eğiliminde olsa da 2015 yılından itibaren tekrar yükselmeye başlamıştır. Terör saldırılarını önlemek amacıyla Fırat Kalkanı, Barış Pınarı ve Zeytin Dalı operasyonu gibi yurt dışına çeşitli operasyonlar düzenlenmiştir. Türkiye bu süreçte terörle etkin mücadele edebilmek için kendi savunma sanayiini geliştirmiştir. Teröre karşı kale kolların inşası, insansız hava araçlarının geliştirilmesi, elektronik harp araçlarının geliştirilmesi, akıllı mühimmatların üretimi gibi savunma sanayiindeki gelişmeler terörle etkin mücadele etmemize olanak tanımış, (Topal, 2020) terörün Türkiye’ye ekonomik maliyetleri de olmuştur.

3.3. Ülkeler Arası Gerginlik ve Savaşlar

Son dönemlerde bazı ülkeler arasında yaşanan gerginliklerin o ülkelerin savunma harcamalarının artmasına neden olduğu belirtilmektedir (Barış ve Barış, 2024). Ukrayna ile savaş durumunda olan Rusya’nın 2023 yılı askeri harcamaları bir önceki yıla göre %24 oranında artarak 109 milyar dolara ulaşmış bulunmaktadır. Rusya’nın Kırım’ı kendi topraklarına ilhak ettiği 2014 yılına göre ise artış oranı %57 olarak görülmektedir. 2023 yılı Rusya’nın askeri harcamalarının GSYİH’ya oranı %5,9’a yükselmiş olup bu oran Sovyetler Birliği’nin dağılmasından sonra görülen en yüksek rakamdır. İşletmeler, bireyler ve bütçe dışı kaynaklardan sağlanan fonlar bu rakamlara dahil değildir (Tian vd., 2023).

Rusya ile savaş durumunda olan Ukrayna ise GSYİH’sının %37’sini askeri harcamalara ayırmak durumunda kalmıştır. Ukrayna’nın askeri harcamaları 2021 yılında 6,9 milyar dolar iken, savaşın başlamasıyla 2022 yılında 44 milyar dolar, 2023 yılında 64,8 milyar dolara yükselmiş bulunmaktadır. İki yılda askeri harcamalar yaklaşık olarak 10 kat artmış bulunmaktadır (Satista, 2024).

Türkiye ile Yunanistan arasındaki ikili ilişkiler bazen olumlu seyir izlese de bazen de olumsuzluklar yaşanmaktadır. Genellikle sorunlar Kıbrıs meselesi, Ege Deniz’inde kara suları ve kıta sahanlığı meselesi şeklinde görülmektedir. Her iki ülke de kendi güvenliklerine tehdit algısı ve çıkarlarını korumak adına silahlanma yarışına girmişlerdir. Kardak kriziyle iki ülkenin de savunma harcamaları artarak devam etmektedir. Yunanistan’ın Güney Kıbrıs’a S-300 Füze sistemi kurma girişimleri Türkiye’yi karşı atak yapmaya sevk etmiştir. Türkiye, savunma sanayi sistemlerini geliştirmiş, Rusya’dan S-400 füzeleri satın alarak Akdeniz’de elini güçlendirmiştir. Ayrıca Türkiye’nin MİLGEM (Milli Gemi) ve MİLDDEM (Milli Denizaltı) projeleri, İHA ve SİHA’ları Kıbrıs’ın Geçitkale Havaalanı’nda konuşlandırılması caydırıcı güç olma amacı taşımaktadır (Gök ve Mavruk, 2022).

SONUÇ

Dünya’da savunma harcamaları her geçen gün artış trendini sürdürmektedir. Ülkeler bulunduğu coğrafi konuma ve rakip ülkelerin pozisyonlarına göre kendi pozisyonlarını belirlemektedir. Eğer herhangi bir ülke silahlanmaya önem veriyorsa bu durum rakip ülkeyi de silahlanma yarışına çekmektedir. Böylelikle dünyada ülkeler arasında silahlanma yarışı başlamakta, bazı ülkeler istemese de bu yarışa dahil olmak durumunda kalmaktadır. Ayrıca dünyanın bazı bölgelerinde görülen savaş ve çatışmalar bölgede bulunan diğer ülkeleri tedirgin etmektedir. Bu ülkeler de kendi güvenliklerini korumak için ordularını güçlendirmek ve ülke güvenliği için gerekli önlemleri almak durumunda kalmaktadır. Sanayisi gelişmiş ülkeler ordularının ihtiyacı olan askeri teçhizat ve mühimmatı üretebilirken, bu teknolojiye sahip olmayan ülkeler ise ithalat yoluyla ihtiyacı olan silah ve teçhizatı temin etme yoluna gitmektedir.

II. Dünya Savaşı’ndan sonra artış trendine giren dünya savunma harcamaları SSCB’nin dağılmasıyla azalma gösterse de günümüzde tekrar yükselerek 2023 yılında 2.443 milyar dolara ulaşmış bulunmaktadır. Bu harcamaların %37’sini ise ABD tek başına yapmaktadır. Ayrıca dünyada silah ticareti her geçen gün artmakta, dünya silah ihracatının %42’si ABD menşeli firmalar tarafından karşılanmaktadır. Bu firmaların ise en büyük ithalatçıları savaş ve anlaşmazlıkların olduğu bölgelerdeki ülkeler olmaktadır. Savaş ve çatışmalar ülke kaynaklarının toplumun refahını artıracak alanlardan ülke güvenliğinin tesisi için askeri alanlara kaydırılmasına neden olmakta ve ülke kalkınmasını olumsuz yönde etkileyebilmektedir. Bunun günümüzde en güzel örneğini Rusya ve Ukrayna’da görmekteyiz. Rusya’nın savaş nedeniyle askeri ürün ithalatı 10 puan azalırken, Ukrayna GSYİH’sının %37’sini güvenlik harcamalarına ayırmak durumunda kalmıştır. Bu savaş her iki ülkenin de askeri harcamalarının artmasına neden olmuştur.

Askeri harcamaların artmasına neden olan bir diğer sebep ise terör olaylarıdır. 11 Eylül saldırısı sonrası ABD’de savunma harcamaları artmıştır. ABD ülke güvenliği için ayırdığı kaynaklarda artışa gitmiştir. Terörden en büyük zarar gören ülkelerden birisi de Türkiye’dir. Terörden büyük maddi ve manevi zararlar gören Türkiye, her zaman askeri harcamalarını yüksek tutmak durumunda kalmış, terörle etkin mücadele edebilmek için ise savunma sanayiini geliştirmiştir. İHA ve SİHA’lar terörle etkin bir şekilde mücadele edebilmemize olanak tanımıştır. Her geçen gün gelişen Türk savunma sanayii ülke kalınması, istihdam ve cari açığın azaltılmasına da olumlu katkılar sunmaktadır. Coğrafi konum gereği Türkiye ve kargaşaların olduğu bölgelerdeki ülkelerin askeri harcamaları artış trendini sürdürmek durumundadır. Bunun için gelişmiş ülkelerde savunma sanayii de gelişirken, gelişmemiş ülkeler ise ihtiyacı olan mühimmatı ithalat yoluyla tedarik etmek durumunda kalmaktadır.

KAYNAKÇA

- Altay, H., Ekinci, A., Peçe, M. A. (2013). Ortadoğu’da Terörün Ekonomik Etkileri: Türkiye, Mısır ve Suudi Arabistan Üzerine Bir İnceleme, *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, Sayı 37, ss. 267-288.
- Arslan, A. (2018). Basra’da Katar Açmazı, *Uluslararası İlişkiler ve Diplomasi Dergisi*, 1(1), ss. 75-91.
- Barış, S., Barış, A. (2024). Jeopolitik Riskler Savunma Harcamalarını Etkiliyor mu? Panel ARDL Yaklaşımı İle Bir Analiz, *International Journal of Social Inquiry*, 17(1), ss. 69-85.
- Bekmezci, M., Rehman, W., Nadeem, M. (2023). Dünya Savunma Sanayisi, *Savunma ve Güvenlik Ekonomisi*, Editörler: kemal Eroğlu ve Mustafa Bekmezci, Ankara: Nobel Akademik Yayıncılık, ss.87-113.
- Boyraz, H. M. (2022). Rusya-Ukrayna Savaşının Avrupa’ya Yansımaları, *SETA Analiz*, Sayı 369, Nisan 2022, İstanbul: SETA Yayınları.
- Buzdağlı, Ö., Özdemir, D. (2021). Jeopolitik Risk Endeksinin Askeri Harcamalar Üzerindeki Etkisi, *Süleyman Demirel Üniversitesi Vizyoner Dergisi*, 12(29), ss. 188-203.
- Caldara, D., Iacoviello, M. (2018). Measuring Geopolitical Risk, *International Finance Discussion Papers*, No. 1222, February 2018.
- Çelिकासlan, M. N. (2022). Ukrayna-Rusya Savaşı: Avrupalı Bir Milletin Yıkımı, *Türk Yönetim ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi*, 3(1), ss. 53-65.
- Demirci, O., Ayyıldız, F. V. (2023). Jeopolitik Risklerin ve Savunma Harcamalarının İktisadi Büyümeyle İlişkisi: MIST Ülkeleri Örneği, *Fiscaeconomia*, 7(3), ss. 1929-1947.
- DPT, (2007). T.C. Başbakanlık, Devlet Planlama Teşkilatı (DPT) Dokuzuncu Kalkınma Planı 2007-2013, *Savunma Sanayii Özel İhtisas Komisyonu Raporu*, Ankara.
- Gök, A., Mavruk, Ç. (2022). Türkiye-Yunanistan Arasında Güvenlik İkilemi ve Silahlanma Yarışı: Kardak ve Doğu Akdeniz Krizleri, *Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 9(2), ss. 973-993.
- İstikbal, D. (2022). *Türk Savunma Sanayii Modeli ve Teknolojik Dönüşüm*, İstanbul: SETA Yayınları, Haziran 2022.
- Kosiak, S. M. (2003). Funding for Defense, Homeland Security and Combating Terrorism Since 9/11, *Security After 9/11 Strategy Choices and Budget Tradeoffs a Briefing Book*, January 2003, <https://www.files.ethz.ch/isn/28261/security-after-911.pdf>, (14.11.2024).
- Küçüköğlü, M. (2023). Türk Savunma Sanayisindeki Gelişmelerin Ekonomiye Etkileri (2000-2023), *Sakarya İktisat Dergisi*, 12(1), ss. 15-41.

- Özçelik, Ö. , Önder, H. (2016). Savunma Harcamalarına Terör Riskinin Etkisi: Ampirik Bir Uygulama, *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, Sayı 47, ss. 36-46.
- Özer, A. İ. A. (2019). *The Rise of the Turkish Defense Industry*, İstanbul: SETA Yayınları.
- Özkan, C. (2019). Orta Doğu’da Silahlanma Yarışı ve Güç Dengesi Oluşumu, T.C. Ufuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Ankara.
- Pirinççi, F. (2018). Ortadoğu’da Silahlanmayı Etkileyen Dinamikler: Arap Baharında Alıcılar ve Tedarikçiler, *International Journal of Social Inquiry*, 11(2), ss. 287-309.
- Pricewaterhouse Coopers (2005). Post Cold War Consolidation, *The Defence Industry in the 21st Century*, https://www.pwc.pl/en/publikacje/defence_industry_ads.pdf, (18.11.2024).
- Satista (2024). <https://www.statista.com/statistics/1293277/ukraine-military-spending/>, (14.11.2024).
- Savunma SanayiST.com, (2024). <https://www.savunmasanayist.com/ulkelerin-2023-yili-savunma-butceleri-belli-oldu/>, (10.10.2024).
- Semiz, Ö., Turan, İ. (2023). Türkiye’nin Jeopolitik Konumunun Sosyal Bilgiler Dersi Bağlamında Değerlendirilmesi, *Recep Tayyip Erdoğan Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 10(1), ss. 188-215.
- SIPRI (2022). The SIPRI Top 100 Arms-Producing and Military Services Companies in the World, 2022, <https://www.sipri.org/visualizations/2023/sipri-top-100-arms-producing-and-military-services-companies-world-2022>, (17.10.2024).
- SIPRI (2024). *Sipri Yearbook 2024 Armaments, Disarmament and International Security Summary*, https://www.sipri.org/sites/default/files/2024-06/yb24_summary_en_2_1.pdf, (10.10.2024).
- Stimson Study Group (2018). *Counterterrorism Spending: Protecting America While Promoting Efficiencies and Accountability*, May 2018, https://www.stimson.org/wp-content/files/file-attachments/CT_Spending_Report_0.pdf (14.11.2024).
- Şahin, H. (2020). *Türkiye Ekonomisi*, Bursa: Ezgi Kitabevi Yayınları.
- Şimşek, T., Özkaya, Y. (2018). Türkiye’de Terörizm Ve Temel Makroekonomik Göstergeler Arasındaki İlişki, *Gaziantep University Journal Of Social Sciences*, 17.
- Tian, N., Da Silva, D. L., Liang, X, Scarazzato, L. (2024). Trends in World Military Expenditure, 2023, *SIPRI Fact Sheet April 2024*.
- Topal, B. G. (2020). Türkiye’de Terör Eylemleri ve Savunma Sanayii İlişkisi, *Fırat Üniversitesi İİBF Uluslararası İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 4(1), ss. 51-86.

- Tuna, Z. (2024). Türk Savunma Sanayii ve Terörle Mücadele: Gelişim ve Katkı Analizi, TASAM, Türk Asya Stratejik Araştırmalar Merkezi, https://ipv4.tasam.org/Files/Icerik/File/Zeynep_TUNA_-_C%CC%A7al%C4%B1s%CC%A7ma_pdf_084aa692-932c-4d20-bf87-2d3c7841ad2a.pdf (12.11.2024).
- Tuncer, C. O., Cihangir, M. (2019). Ortadoğu’da Silahlanma Sorunu: Ekonomi-Politik Bir Çözümleme, Türk İdare Dergisi, sayı 489, ss. 269-285.
- Wezwmman, P. D., Djokiç, K. George, M., Hussain, Z. Wezeman, S. T. (2024). Trends in International Arms Transfers, 2023, *SIPRI Fact Sheet*, March 2024, https://www.sipri.org/sites/default/files/2024-03/fs_2403_at_2023.pdf , (10.10.2024).
- World Bank, (2024). <https://data.worldbank.org/indicator/NY.GDP.MKTP.CD>, (10.10.2024).
- Yakıcı Öksüz, D., Öztürk, Z. (2020). Türkiye’de Savunma Sanayinin Sanayi Sektörünün Gelişim Sürecindeki Rolü, *Dünden Bugüne Ekonomi Yazıları II*, Editörler: Ayhan Orhan, M. Rıdvan İnce ve Sedanur Demir, Kocaeli: Umuttepe Yayınları, ss. 62-81.
- Yıldırım, F. (2021). Osmanlı’dan Günümüze Katar-Türkiye İlişkileri, *Journal of Islamic Civilization*, 7(47), ss. 1-21.



BÖLÜM 8

Türkiye'de Vergi Affı Uygulamaları ve 7440 Sayılı Kanunun Değerlendirmesi*

Betül Taşkiran¹ & Mehmet Cural²

* Bu çalışma, Zonguldak Bülent Ecevit Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalında yürütülmekte olan “Vergi Aflarının Vergi Uyumuna Etkisi: Zonguldak İli Örneği” başlıklı tamamlanmamış yüksek lisans tez çalışmasından türetilmiştir.

¹ Zonguldak Bülent Ecevit Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı
ORCID: 0000-0002-7511-1392

² Prof. Dr., Zonguldak Bülent Ecevit Üniversitesi, İİBF, Maliye Bölümü, ORCID: 0000-0001-8759-1904

1. TÜRKİYE’DE VERGİ AFFI UYGULAMALARI

Çalışmada öncelikle, Cumhuriyet tarihinde 1980 yılına kadar uygulanan vergi afları, sonrasında 2000 yılı sonrasındaki vergi afları ve son olarak da en son vergi affı olan 7440 sayılı vergi affı ele alınacaktır.

1.1. 1980 Öncesi Vergi Affı Uygulamaları

17 Mayıs 1924 tarihli 486 Sayılı Umuru Belediye Müteallik Ahkamı Cezaiye Hakkında Kanun: Türkiye Cumhuriyeti vergi sistemindeki ilk vergi affı kanunudur. 10 maddeden oluşan kanun yalnızca İstanbul ve Ankara illerinde uygulanmak amacıyla çıkarılmıştır.

05.08.1928 tarihli 145 Sayılı Kanun: Ağustos 1928 tarihinde "Elviyei Selsede Vergilerin Sureti Cibayetine Dair Kanun" adıyla çıkarılmış ve 27 Ekim 1988’de yürürlükten kaldırılmıştır. Bu kanun, emlak, arazi ve aşar vergilerini kapsayan, şartsız ve tam bir af niteliği taşıyan düzenlemeleri içerir. Kanunla birlikte bu vergiler baştan itibaren geçersiz sayılarak tüm sonuçlarıyla birlikte ortadan kaldırılmıştır. Bu nedenle genel af olarak değerlendirilir (Dönmez, 1992:8).

25.03.1934 tarihli 2395 Sayılı Kanun: 25 Mart 1934’te çıkarılan 2395 sayılı Kanun (Kazanç Vergisi Kanunu) ile daha önce çıkarılan 755 sayılı Kanun ile tahakkuk ettirilen ancak henüz tahsil edilmemiş vergi borçları silinmiştir. Aynı zamanda, 1926, 1927 ve 1928 yıllarında af kararından yararlanarak 1924 yılı gelir vergilerini üç kat ödeyen mükellefler de bu aftan faydalanmıştır (Başa, 2015:29).

12.07.1934 tarihli 2566 Sayılı Kanun: 2566 Sayılı Vergi Bakayasının Tasfiyesine Dair Kanun 12 Temmuz 1934 tarihinde yürürlüğe girerek Resmi Gazete’de yayımlanmıştır. Bu kanuna göre, Cumhuriyet’in kuruluşundan 1923 yılının sonuna kadar gerçekleşen tüm harç, resim ve vergilerle ilgili borçların silineceği belirtilmiştir. Ayrıca, bazı cezalar ve vergiler belirlenen süre içinde ödendiğinde affedileceği ifade edilmiştir. Her vergi için ödeme takvimi farklı şekilde düzenlenmiştir (Demirkıran, 2012:38).

07.02.1939 tarihli 3586 Sayılı Kanun. 29 Haziran 1938’de çıkarılan 3586 sayılı Kanun, "Arazi Vergisinin 1935 Mali Yılı Sonuna Kadar Olan Bakiyesinin Terkinine Dair Kanun" olarak yürürlüğe girmiştir. Şartsız bir af niteliğinde olan bu düzenleme ile 1935 yılına kadar tahakkuk eden fakat tahsil edilemeyen arazi vergileri, eklenen kesirler ve cezalarla birlikte silinmiştir.

17.03.1944 tarihli 4530 Sayılı Kanun: 4530 Sayılı Varlık Vergisinin Bakayasının Terkinine Dair Kanun, Varlık Vergisi’nin tahsil edilmesindeki zorluklar nedeniyle çıkarılmış olup, 15 Mart 1944 tarihinde bu vergiden kaynaklanan tahsil

edilmemiş borçların affını sağlamıştır. Varlık Vergisi, özellikle azınlıklara yüksek oranlarla uygulanmış ve keyfi bir şekilde yürütülmüştür (Demirkıran, 2012:38). Bu vergi, İkinci Dünya Savaşı'nın getirdiği zor koşullar nedeniyle çıkarılmış olup, uygulaması sırasında birçok antidemokratik karar içermesi sebebiyle tartışmalı bir hale gelmiştir (Dönmez, 1992:114).

13.06.1946 tarihli 4920 Sayılı Orman İşletmelerinin Bazı Vergilerden Muaf Tutulması Hakkında Kanun: 4920 sayılı kanun ile orman işletmeleri bünyesinde bulunan ait arazi ve binalar ile iktisadi buhran ve müdafaa vergilerinden muaf tutulmuştur. Ayrıca kanun ile orman işletmeleri, bünyesinde çalıştırdığı işçilerin gündeliklerine ait her çeşit vergi ve resimden de muaf tutulmuştur.

27.05.1947 tarihli 5050 Sayılı Kanun: "Toprak Mahsulleri Vergisi Artıklarının Silinmesi Hakkında Kanun" adıyla çıkarılmıştır. Bu kanun ile daha önce tahsil edilmemiş toprak mahsulleri vergileri ve bunlara eklenen cezalar affedilmiştir (Narinoğlu, 1991:28).

26.10.1960 tarihli 113 Sayılı Kanun: 113 Sayılı Genel Af Kanunu, 1960 sonrası dönemde çıkarılan ilk af kanunu niteliğindedir. Henüz tahsil edilmemiş para cezalarını affetmiş, ancak vergi cezaları ve asıl alacağa eklenen zamları af kapsamı dışında bırakmıştır (Dönmez, 1992:147).

28.02.1961 tarihli 281 Sayılı Kanun: 281 Vergi Cezaları Gecikme Zamlarını Tecil ve Tasfiyesine Dair Kanun, Bir kısım vergi cezaları ve gecikme zamlarının tecil ve tasfiyesini amaçlamış, siyasi sebeplerle çıkarılmıştır. Bu kanun, vergilere ait bazı cezaları belirli koşullar altında affetmiş ve ödeme imkânları sağlamıştır (Doğan ve Besen, 2008:78).

13.06.1963 tarihli 252 Sayılı Spor Kulüplerinin Vergi Borçlarının Bir Defaya Mahsus Olmak Üzere Affı Hakkındaki Kanun: 1950 yılında uygulanmaya başlayan Gelir Vergisi nedeniyle spor kulüplerinin üzerinde oluşan vergi yükünü hafifletmek üzere çıkarılmıştır (Narinoğlu, 1991:30).

23.02.1963 tarihli 218 Sayılı Kanun: 218 Sayılı Bazı Suç ve Cezaların Affı Hakkında Kanun, mükelleflere koşulsuz af getiren ve 27 Mayıs harekâtı sonrasında çıkarılan bir düzenlemedir. Vergi cezalarının yanı sıra kamusal cezaları da affetmiştir.

05.09.1963 tarihli 325 Sayılı Yasa İle Kamu İktisadi Teşebbüslerinin 1960 ve Daha Önceki Yıllarına Ait Bir Kısım Vergi Borçlarının Tasfiyesi Hakkındaki Kanun: Bu kanun kamu iktisadi teşebbüslerinin birikmiş vergi borçlarını ödeyememesinden dolayı çıkarılmış ve bu borçların tasfiyesi sağlanmıştır.

16.07.1965 tarihli 691 Sayılı Belediyelerin ve Belediyelere Bağlı Müessese ve İşletmelerin Bir Kısım Borçlarının Hazinece Terkin ve Tahkimi Hakkındaki Kanun: Bu kanun kapsamına yalnızca belediyeler ve belediyelere bağlı olan işletmeler alınmıştır. 691 sayılı kanun ile belediyelerin ve belediyelere bağlı işletmelerin genel bütçeli, özel bütçeli ve katma bütçeli idarelere olan borçları silinmiş, kamu iktisadi teşebbüslerine olan borçları tahkim edilmiştir yani uzun vadeye yayılarak ödenmesi sağlanmıştır.

03.08.1966 tarihli 780 Sayılı Kanun: 780 Sayılı Bazı Suç ve Cezaların Affı Hakkında Kanun, toplumsal ve politik gelişmeler ışığında çıkarılmış olup, vergi cezalarına af uygulanmasını vergi asıllarının ödenmesine bağlamıştır (Başa, 2015:35).

28.02.1970 tarihli 1319 Sayılı Kanun: 1319 Sayılı Emlak Vergisi Kanunu ile mükelleflerin sahip oldukları gayrimenkullerle ilgili vergilendirme değişiklikleri yapılmış, vergi cezalarının büyük kısmı belirli şartlarda affedilmiştir (Sayar, 1987: 65).

15.05.1974 tarihli 1803 Sayılı Kanun: 803 Sayılı Cumhuriyet'in 50. Yılı Nedeniyle Bazı Suç ve Cezaların Affı Hakkında Kanun, Cumhuriyet'in 50. yılı nedeniyle çıkarılan genel af niteliğinde bir düzenlemedir. Vergi cezaları ile ilgili birkaç madde içerir. Harç, resim ve vergi cezaları ile sosyal güvenlik primlerine ilişkin cezaları da kapsamaktadır (Sayar, 1987:65).

1.2.1980-2000 Yılları Arası Vergi Affı Uygulamaları

1970'li yıllarda yaşanan yoğun enflasyon ve döviz dar boğazı siyasi ve ekonomik anlamda istikrarsız bir ortam oluşturmuş ve kayıt dışı ekonomi büyümüşür. Böylece 1980'li yıllarda ekonomik gerekçelerle vergi afları uygulanmıştır. Özellikle vergi dışında kalan fonların ekonomiye kazandırılması çıkarılan vergi aflarının en önemli gerekçesi olmuştur (Sayar, 1987). 1980-2000 yılları arasına bakıldığında en fazla vergi uygulanan dönemin 1980-1990 yılları arasında olduğu görülmektedir. Bunun en önemli nedenlerinden biri 12 Eylül hareketinin ardından vergi sisteminde ve idaresindeki yeniden yapılandırma.

20.03.1981 tarihli 2431 sayılı Tahsilatın Hızlandırılması Hakkında Kanun: 12 Eylül 1980 darbe hareketinden sonra çıkarılan kanunlardan biridir. Bu kanunun çıkarılmasının en önemli nedenlerinin başında siyasi nedenler gelmektedir. Hükümet bu kanun ile hareketin neden olduğu toplumsal sorunları hafifletmeyi ve sosyal ve ekonomik alanlarda reformlar yapmayı hedeflemiştir (Dönmez, 1992). Bunun yanında mai yargı sisteminde yapılmak istenen değişikliklere paralel olarak sistemin üzerindeki yüklerin hafifletilmesi amaçlanmıştır (Sayar,

1987:67). Kanun ile ayrıca, beyan dışında kalmış servet unsurlarının ve kayıt dışındaki emtianın belli oranlarda vergilendirilerek kayıt altına alınması ve ekonomiye kazandırılması amaçlanmıştır (Keleş, 2002:77).

Daha önce servet ve stok bildiriminde bulunan yükümlülerin 2431 sayılı Kanunda belirtilen tarih itibariyle vermiş oldukları beyannamelerde gösterdikleri veya gerçek değerinden düşük bildirdikleri servetlerini, ek bir bildirim sunarak ceza ödemeksizin bir defaya mahsus olmak üzere düzeltme imkanı sunulmuştur. Kanun ayrıca daha önce hiç servet bildiriminde bulunmamış yükümlülerin de bu imkandan yararlanmasına olanak sağlamıştır (Dönmez, 1992). 2431 sayılı Kanun, Vergi Usul Kanunu (V.U.K) kapsamına giren vergi, resim ve harçları kapsama almış ancak V.U.K. dışında kalan gümrük vergilerini ve diğer kamu alacaklarını kapsamına almamıştır. Kanunda sadece belirli tarihler arasındaki vergi, resim, harç ve bunlara ilişkin cezaların aftan yararlanması hükmü getirilmiştir (Dönmez, 1992).

22.02.1983 tarihli 2801 Sayılı Bazı Kamu Alacaklarının Özel Uzlaşma Yolu ile Tahsili Hakkında Kanun: Türkiye'de uygulanan en kapsamlı vergi affi olarak kabul edilir. Bu kanun, vergi borçlarının yapılandırılması ve mükelleflerin vergi yükünü hafifletmeyi amaçlamıştır. Önceki af kanunu olan 2431 sayılı Kanun'da belirlenen beyan ve ödeme sürelerinin kısa olması nedeniyle istenen sonuç alınamaması yeni bir af kanununun çıkarılmasında önemli bir gerekçe olmuştur. Bunun yanında ekonomik istikrar politikaları nedeniyle zor durumda kalan mükelleflerin vergi borçlarını ödemelerinde güçlük çekmeleri kanunun çıkarılma nedenleri arasında gösterilebilir (Keleş, 2002). Kanunun kapsamında, gelir vergisi, kurumlar vergisi, katma değer vergisi gibi birçok vergi türü ve bunlara bağlı cezalar, gecikme zamları bulunmaktadır. Ayrıca, servet beyanları, vesikasız emtia, sabit kıymet ve demirbaş beyanları gibi diğer beyanlar da kanun kapsamındadır. Kanunda kaçakçılık suçu gibi belirli vergi suçları için de af imkanı sunulmuştur (Dönmez, 1992). Kanun, vergi borçlarının faizsiz olarak ve uzun vadede ödenebilmesi, tamamen ödenen vergi borçları için cezaların tamamı veya bir kısmından vazgeçilmesi, ihtilaflı vergi alacaklarında borcun bir kısmından ve cezaların tamamından vazgeçilmesi, veraset ve intikal vergisinin kaldırılması ve diğer vergilerle ilgili işlemlerin kolaylaştırılması ve mükelleflerin beyanlarını düzeltmeleri halinde vergi incelemelerinin durdurulması gibi imkanlar sunmuştur (Doğan ve Besen, 2008).

04.02.1985 tarihli 3239 213 Sayılı Vergi Usul Kanunu ile İlgili Değişiklikler Kanunu: bu kanun, vergi yönetiminin hukuki altyapısını güçlendirmeyi amaçlamıştır. Bu düzenlemelerle özellikle V.U.K'nda yapılan değişiklikler, belge düzeninin iyileştirilmesi ve mükelleflerin vergi yükümlülüklerine uyum

sağlamaları hedeflenmiştir. Bu kapsamda, vergi sorumluluğu "müteselsil sorumluluk" olarak genişletilmiş ve vergi cezaları artırılmıştır (Dönmez, 1990). Bu kanunla birlikte belge düzenine uymayanlar ve kaçakçılık suçu işleyenler için teşhir ve işyeri kapatma gibi yeni cezalar getirilmiş, kaçakçılığa teşebbüs suçu da genişletilmiştir. Ayrıca, Vergi Usul Kanunu'nun 112. maddesi değiştirilerek, re'sen, ikmalen ve idari olarak vergi tarh edilen yükümlüler için gecikme faizi uygulaması getirilmiştir (Doğan ve Besen, 2008). Af dönemi, 21 günle sınırlı tutulmuş olup, 11.12.1985 itibarıyla tarh edilen vergiler ve kesilen cezalar af kapsamına alınmıştır. Af kapsamındaki vergi asılları, 31.12.1985 tarihine kadar ödendiği takdirde aftan faydalanabilecektir. Bununla birlikte, vergi aslına bağlı olmayan cezalar ve ödeme emirleri ile ilgili itirazlar sonucu oluşan %10 zam, 6183 sayılı Kanun'un 58. maddesi gereğince af dışında bırakılmıştır. Kamusal nitelikteki cezalar da affın kapsamına dahil edilmemiştir (Dönmez, 1992).

03.12.1988 tarihli 3505 213 Sayılı Vergi Usul Kanunu ile Getirilen Af Kanunu: amacı, vergi idaresi ve yargının iş yükünü azaltmak, ihtilaflı dosyaları çözüme kavuşturmak ve tahsil edilmemiş kamu alacaklarını toplamak olarak belirlenmiştir. Kanun, genel olarak her türlü vergiye yönelik bir af sunmaktadır. Belediyeler, il özel idareleri ve gümrük idareleri tarafından tahsil edilen vergi, resim ve harçlar ile Eğitim, Gençlik, Spor ve Sağlık Hizmetleri Vergisi borcu olan yükümlülerin bu aftan yararlanabileceği ifade edilmiştir. Bu düzenleme ile 500.000 lirayı aşmayan vergi asıllarına bağlı idari vergi cezaları affedilmiş ve bu cezalara bağlı gecikme faizleri kaldırılmıştır. Ancak, kamusal nitelikteki vergi cezaları af kapsamının dışında bırakılmıştır. Af süresi ise 21 günle sınırlandırılmıştır.

28.12.1988 tarihli 3512 sayılı Vergi Affı Kanunu: vergiler açısından değil, aftan yararlanabilecek mükellefler açısından bir sınırlama getirmiştir. Bu kanunla yalnızca belediyeler ile belediyelere bağlı müessese ve işletmelerin aftan faydalanabileceği hükme bağlanmıştır (Doğan ve Besen, 2008). Kanuna göre, vergi asıllarının belirtilen tarihe kadar ödenmesi durumunda, idari vergi cezaları, gecikme zamları ve faizlerin affedileceği ifade edilmiştir. Ayrıca, devlet herhangi bir vergi aslına bağlı olmaksızın kesilen cezaların tahsilinden de vazgeçmiştir.

15.12.1990 tarihli 3689 Sayılı Vergi Usul Kanunu ile 3505 sayılı Vergi Usul Kanunu: 6183 sayılı Amme Alacaklarının Tahsil Usulü Hakkında Kanun'un 51. maddesinde yapılan değişiklik doğrultusunda, tahsili zorlaşan vergi borçlarının toplanmasını kolaylaştırmak ve kamu alacaklarının hazineye aktarılmasını hızlandırmak amaçlanmıştır. Vergi cezaları, gecikme zamları ve faizlerinin kısmi affını öngören bu kanun, aynı zamanda vergi idaresi ve yargıda biriken dosyaların azaltılmasına yönelik çıkarılmıştır. Ancak, kanunun uygulama süresinin sadece

on gün olması, beklenen sonuçların tam anlamıyla elde edilmesini zorlaştırmıştır (Doğan ve Besen, 2008).

21.03.1992 tarihli 3787 Sayılı Bazı Kamu Alacaklarının Tahsilatının Hızlandırılması ve Matrah Artırımı Hakkında Kanun: dönemin koalisyon hükümetinin önceki dönemin tartışmalı uygulamalarını telafi etme, kendi dönemlerindeki sorunları çözme ve tahsil edilemeyen kamu alacaklarını toplama amacıyla çıkarılmıştır. Kanunun gerekçesinde, vergi dairelerinde biriken ve yargıda olan ihtilaflı dosyaların azaltılması, ödenemeyen vergi borçlarının bir kısmının tahsil edilmesi ve kamu alacaklarının hazineye aktarılması gibi hedefler yer almıştır (Taşkın, 2006). Bu kanun, mükelleflere belirtilen vergilendirme dönemlerine ilişkin matrahlarını artırma imkanı sunmuş, bu artırımla hesaplarına ilişkin incelemelerin yapılmayacağını belirtmiştir. Ayrıca, Vergi Usul Kanunu kapsamındaki vergi, resim, harçlar ve bunların gecikme faizleri, zamları ve vergi cezalarının ödenmesi halinde, gecikme faizi ve cezaların %70'inden vazgeçileceği hükme bağlanmıştır (Yumuşak, 1997).

05.09. 1997 tarihli 400 Sayılı Tahsilat Genel Tebliği: Bu tebliğ, 6183 sayılı kanunun 48. maddesindeki tecil ve taksitlendirme şartlarının sağlanmasında ve uygulanmasında sorunların ortaya çıkması nedeniyle çıkarılmıştır. Tebliğ ile mükelleflerin içinde bulundukları zor durumdan kurtararak birikmiş borçlarını tahsil etmek amaçlanmıştır. Tebliğ kapsamına, Vergi Usul Kanunu'nda yer alan vergi, resim, harçlar, gecikme zammı ve faizi ile Amme Alacakları Tahsil Usulü Hakkında Kanun'da yer alan gecikme zamları girmektedir.

02.07.1998 tarihli 4369 Sayılı Vergi Usul Kanunu: temel amacı, vergi tabanını genişletmek, kayıt dışı ekonomiyi kayıt altına almak ve vergi sistemini daha basit ve şeffaf hale getirmektir. Aynı zamanda, mevcut mükelleflerin vergi yükünü artırmadan vergi gelirlerini artırmayı hedeflemiştir (Çelik, 2002). Bu kanunla birlikte gelir tanımında önemli bir değişiklik yapılmış ve tüm gelirler, kaynağı ne olursa olsun, 01.01.1999 itibariyle Gelir Vergisi kapsamına alınmıştır. Bu düzenlemenin hayata geçmesi için getirilen geçici 47. madde ile geçmiş dönemlere ait yükümlülüklerin sona erdirilmesi amaçlanmış ve böylece "Mali Milat" kavramı geliştirilmiştir (Doğan ve Besen, 2008). Mükelleflerin yeni vergi sistemine uyum sağlamaları adına, işletmelerinde olup da kayıtlarında bulunmayan iktisadi değerlerin envanter bildirimi yapılmasına imkan tanınmış, işletmelerinde bulunmayan ancak kayıtlarda yer alan mallar için muhasebe düzeltmelerinin ceza ve faiz uygulanmaksızın yapılmasına olanak sağlanmıştır (Doğan ve Besen, 2008). Kanunla, Katma Değer Vergisi Kanunu'na eklenen bir maddeyle, belgesiz malların kayıt altına alınması ve kayıt dışı ekonominin daraltılması hedeflenmiş-

tir. Bu süreçte, belgesiz kıymetlerin kayıt altına alınması sırasında KDV hesaplanarak bu verginin ödenmesi gerektiği belirtilmiştir (Çetin, 2005). 4369 sayılı Kanun, 1999 yılında çıkarılan 4444 sayılı Kanunla 01.01.2003'e kadar askıya alınmış ve uygulanmadan yürürlükten kaldırılarak eski düzenlemelere geri dönmüştür.

1.3. 2000 Yılı Sonrası Vergi Affı Uygulamaları

06. 02.2001 tarihli 414 Sayılı Tahsilat Genel Tebliği: 1997 yılında yayımlanan 400 sayılı tebliğ ile aynı amaçla çıkarılmış olan 414 Sayılı Tahsilat Genel Tebliği, 6183 sayılı kanunun 48. Maddesi kapsamında zor durumda olan mükelleflere borçlarını ödeme imkanı sağlamak amacıyla uygulanmıştır. Bu tebliğden yararlanan mükelleflerde belirli şartlar aranmamış ve birçok kolaylık getirilmiştir. Bu kolaylıklardan dolayı 414 sayılı tebliğ, vergi affı olarak değerlendirilmektedir (Keleş, 2002:78-80).

07.03.2002 tarihli 4751 Sayılı Vergi Usul Kanunu, Emlâk Vergisi Kanunu ve Harçlar Kanununda Değişiklik Yapılmasına İlişkin Kanun: emlak vergisinde yaşanan sorunları çözmek amacıyla çıkarılmış ve af düzenlemesi getirerek, mükelleflerin bildirimde bulunmaları ve belirtilen yıllara ilişkin olarak idarenin tarh ve tahakkuk ettireceği vergileri ödemeleri şartını getirmiştir. Bu süreler içinde bildirim yapmayan ve ödemelerini tam olarak gerçekleştirmeyen mükellefler ise affın dışında tutulmuştur (Taşkın, 2006). Ancak bu kanun adaletsizliklere yol açtığı gerekçesiyle eleştirilmiştir. Çünkü bu kanun, hiç vergi mükellefiyeti kaydı yaptırmamış kişileri hiç ödemedikleri vergiler için ödüllendirirken, yıllardır vergisini eksiksiz ve zamanında ödeyen mükelleflerin gecikme zamlarını affetmemiştir (Taşkın, 2006).

27.02.2003 tarihli 4811 sayılı “Vergi Barışı Kanunu: 1. maddesi, devletin mükelleflerden hangi alacaklarının kanun kapsamında değerlendirileceğine yerilmiş 2. ve 3. maddelerinde ise 31.08.2002 tarihinden önceki dönemlere ait olan ve 27.02.2003 itibarıyla kesinleşmiş ya da kesinleşmemiş, dava aşamasında olan kamu borçlarının taksitli olarak nasıl ödeneceğini, vergi asıl borcuna ve vergi cezalarına uygulanan gecikme zamlarından ve faizinden hangi şartlar altında vazgeçileceğine dair hükümler yer almaktadır (Baykara, 2011:298). Bu kanunun 7,8,9, ve 10. maddelerinde matrah/vergi artırımıyla ilgili hükümler bulunmaktadır. Kanuna göre 1998, 1999, 2000 ve 2001 yıllarına ilişkin olarak, Gelir Vergisi ve Kurumlar Vergisi yönünden matrah artırımında; Katma Değer Vergisi, Ücret Stopajı ve Kurum Stopajında artırımda bulunan mükellefler hakkında, artırımda bulunulan yıllar için yıllık gelir vergisi, katma değer vergisi, kurumlar vergisi ve

ücret yönünden stopaj gelir vergisi incelemesi ve tarhiyat yapılmayacaktır. Bu kanun kapsamında yapılmış olan tahsilatlar aşağıdaki Tablo 1.1’de yerilmiştir.

Tablo 1: 4811 Sayılı Kanun Kapsamında Yapılan Tahsilatlar, 31.12.2003 ve 30.09.2004 Tarihleri İtibariyle,

4811 Sayılı Kanunun İlgili Maddesi	31.12.2003	30.09.2004
Kesinleşmiş Alacaklar (md.2)	1.140,273	2.063,200
Kesinleşmiş Alacaklar (md.2/c)	6.929,079	8.663,368
Kesinleşmemiş veya Dava Safhasındaki Alacaklar (md.3)	365.181,525	524.112,691
İnceleme ve Tarhiyat Safhasındaki Alacaklar (md.5)	75.911,720	156.747,139
Pişmanlıkla veya Kendiliğinden Beyan (md.6)	115.830,646	126.172,524
Gelir Vergisi Matrah Artırımı (md.7)	150.736,133	225.173.427
Kurumlar Vergisi Matrah Artırımı (md.7)	508.739,206	780.053,809
G.V.K 94/6 Vergi Artırımı (md.7)	56.120,302	88.316,495
K.D.V. Matrah Artırımı (md.8)	297.313,051	472.110,013
Gelir (Stp) Vergisi Matrah Artırımı (md.9)	13.699,398	22.176,479
Kıymetli Maden Ziynet Eşyası Değerleme Farkı (md.13)	13.069,600	15.041,004
Ecrimisil Alacakları (md.15/2)	16.489,901	18.148,276
TOPLAM	2.760.294,37 2	4.499.915,89 9
KİT, İDT VE MAHALLİ İDARELER TOPLAMI	93.461,444	214.844,712
GENEL TOPLAM	2.853.755,81 7	4.714.760,61 1

Kaynak : <http://www.gib.gov.tr>

Tablo 1’de 4811 Sayılı Kanun öncesi ve sonrasındaki dönemde hedeflenen ve gerçekleşen vergi tahsilatları görülmektedir. Aftan bir önceki yılı inceleyecek olursak; 2002 yılı Bütçe Kanunu ile yaklaşık 58 milyar TL’lik bir vergi geliri elde edilmesi öngörülmüş ve 2002 yılı tahsilatı yaklaşık 60 milyar TL olarak gerçekleşmiştir. Bu gerçekleşen tahsilata göre bütçe hedefi %3 oranında aşılmıştır. Bütçe hedefinin tutturulması ve 2003 yılı için ise hedefin açık olması bu Kanunun ilk yılda başarılı olamadığını bir başka açıdan göstermektedir. 2004 yılına baktığımızda ise 99.173 milyon TL’lik hedefe ulaşılmış ve tahsil edilen vergi geliri 101.038 milyon TL olarak gerçekleşmiştir. Bu sefer yaklaşık olarak 1,9 milyar

TL’lik pozitif yönde bir fark bulunmaktadır. Affin bir sonraki yıl vergi gelirlerinde daha başarılı olduğu bu verilerle de gözlemlenmektedir. Gelir İdaresi Başkanlığı’nın yayınladığı tahakkuk ve tahsilat oranları incelendiğinde de yıllara oranla bir artış söz konusudur. Vergi uyumu açısından düşünülecek olursa tahakkuk tahsilat oranlarında olumsuz bir etki gözlemlenmemektedir.

Tablo 2: 4811 Sayılı Kanun Öncesi ve Sonrası Hedeflenen ve Gerçekleşen Gelir Verileri, Bin TL

Yıllar	Tahmini Bütçe	Tahsilat	Fark	T/T Oranı
2002	57.911	59.631,8	1.720,8	91,4
2003	85.955	84.316,1	-1.638,8	92,5
2004	99.173	101.038,9	1.865,9	93,0

Kaynak: http://www.gib.gov.tr/fileadmin/user_upload/VI/GBG1.htm

22.11.2008 tarihli 5811 sayılı Bazı Varlıkların Milli Ekonomiye Kazandırılması Hakkında Kanun: gerçek ve tüzel kişilere ait olan yurt dışındaki para, altın, döviz, gayri menkul kıymet ve diğer sermaye piyasası araçlarının yurtiçine getirilerek ekonomiye kazandırılması ve taşınmaz malların kayıt altına alınması ile yurt içinde olan ancak işletmelerin öz kaynakları içinde yer almayan bu türden varlıkların sermaye kapsamına alınarak işletmelerin yapılarının güçlendirilmesi amaçlanmıştır. Bu Kanun’a göre, gerçek veya tüzel kişilerin kapsamına giren unsurlar şunlardır:

- Yurt dışında bulunan para, döviz, altın, menkul kıymetler ve diğer sermaye piyasası araçları ile varlıkları, belirli bir belge ile doğrulanmış taşınmazlar,
- Yurt içinde bulunan ancak işletmelerin öz kaynakları arasında yer almayan bu tür varlıklar ile birlikte, yurt içindeki para, döviz, altın, menkul kıymetler ve diğer sermaye piyasası araçları ile varlıkları, belirli bir belge ile doğrulanmış taşınmazlar,
- Yurt dışındaki iştiraklerden ve şubelerden elde edilen kazançlar ile yurt dışındaki kurumların tasfiyesinden doğan kazançlar.

Gerçek veya tüzel kişiler, 01.10.2008 tarihinden itibaren sahip oldukları ve yurt dışında bulunan; para, altın, döviz, menkul kıymetler ve diğer sermaye piyasası araçları ile varlıklarını, bu Kanun’un yayımlandığı 22.11.2008 tarihinden itibaren üç ay içinde (02.03.2009 Pazartesi akşamına kadar) YTL cinsinden rayiç

bedelle bir bankaya veya aracı kuruma bildirmek veya vergi dairelerine beyanda bulunmak zorundadırlar. Gelir veya kurumlar vergisi mükellefleri tarafından sahip olunan ve Türkiye’de bulunan ancak işletmelerin öz kaynakları arasında yer almayan para, altın, döviz, menkul kıymetler ve diğer sermaye piyasası araçları ve taşınmazlardır.

Maliye Bakanlığı’nın verilerine göre 5811 Sayılı Kanun kapsamında 64.000 civarında mükellef beyanda bulunmuştur. Başvuru sonrası beyan edilen tutar yaklaşık olarak 48 milyar TL’ye ulaşırken, tahakkuk edilen vergi tutarı 1 milyar 600 milyon TL, tahsil edilen tutar ise 1 milyar 60 milyon TL olmuştur. Yaklaşık olarak 600 milyon TL vergi tahsil edilememiştir. Bununla birlikte beyan edilen 48 milyar TL civarında varlığın 15 milyar TL’lik kısmının da kanun hükümleri gereğince yurda getirilmediği ve işletme aktiflerine dahil edilmediği görülmüştür.

Tablo 3’de 5811 Sayılı Kanun’un uygulanmasından önce ve sonraki dönemde hedeflenen ve gerçekleşen vergi ödemeleri yer almaktadır. Buna göre tahsilat ve tahakkuk oranlarının düştüğü görülmektedir. Vergi affından sonraki yıl olan 2009 yılında bütçe tahmininin 30,6 milyar TL altında tahsilat gerçekleştiği görülmektedir. Bu durum mükelleflerin vergi uyumu yönünde davranış sergilemediklerinin göstergesidir.

Tablo 3: 5811 Hedeflenen ve Gerçekleşen Gelir Vergileri, Bin TL

Yıllar	Tahmini Bütçe	Tahsilat	Fark	T/T Oranı
2007	173.861,6	171.098,4	-2.763,1	91,1
2008	187.504,3	184.800,3	-2.703,9	89,7
2009	220.602,8	189.963,5	-30.639,3	87,4

Kaynak: http://www.gib.gov.tr/fileadmin/user_upload/VI/GBG1.htm

25.02.2011 tarihli 6111 sayılı Bazı Alacakların Yeniden Yapılandırılması İle Sosyal Sigortalar ve Genel Sağlık Sigortası Kanunu ve Diğer Bazı Kanun ve Kanun Hükmünde Kararnamelerde Değişiklik Yapılması Hakkında Kanun: Kanunun gerekçesi, genel olarak ekonomik kriz nedeniyle düşen talebin ve ekonomik daralmanın yarattığı sorunları iyileştirmek olarak gösterilmiştir. Kanun kapsamında; mal ve hizmet satışlarından doğan gelirlerin azalması, kredi teminlerinde yaşanan sıkıntılar, işletmelerde yaşanan kapasite düşüklüğü nedeniyle nakit akışındaki yavaşlamayı gidermek ve böylece devlete karşı olan vergi yükümlülüklerinin yerine getirilmesi için teşvikte bulunmak amaçlanmıştır (mevzuat.gov.tr; RG:25.02.2011). Bu Kanuna göre vergi borcu aslına güncelleme

oranı (TEFE/ÜFE) uygulanarak hesaplanmış olan borçlarını ödeyen mükellefler, gecikme faizi, gecikme zammı ve vergi aslına bağlı cezaların tamamının tahsilinden vazgeçilmiştir.

Ayrıca, matrah ve vergi artırımı uygulamasıyla ilgili yıllar için vergi incelemesine ve tarhiyat sürecine tabi olunmazken, stok beyanı aracılığıyla kayıtlar düzeltilmiştir. Kanun kapsamında birikmiş borçlara taksitlendirme ve kredi kartıyla ödeme kolaylıkları getirilmiştir. Ayrıca kanun kapsamında birçok kamu kurumu ve meslek kuruluşlarının da vergi ve sigorta alacakları yapılandırılmıştır. Kanun, 31 Aralık 2010 tarihine kadar beyan edilmesi gereken yıllık gelir ve kurumlar vergisi, özel tüketim vergisi, katma değer vergisi, gelir ve kurumlar vergisi stopajı, damga vergisi gibi beyana dayalı tüm vergileri ve 31 Aralık 2010 tarihinden önce tahakkuk eden yıllık harçlar, motorlu taşıtlar vergisi gibi alacakları kapsamaktadır. Kanun içinde en geniş alan ödeme süresi geçtiği halde ödenmemiş ve kesinleşmiş alacaklar hakkında olmuştur.

Kamuoyunda “Torba Yasa” ya da “Torba Kanun” olarak da anılan bu kanunun öncesinde ve sonrasında hedeflenen ve gerçekleşen vergi gelirleri aşağıdaki tabloda verilmiştir. Tablo 4’de görüldüğü gibi 6111 Sayılı Kanun ile tahsilat açısından başarılı olup, hedeflenen vergi gelirlerinin üzerine çıkmıştır.

Tablo 4: 6111 Sayılı Kanun Kapsamında Gerçekleşen Tahsilat Tutarları

Yıllar	Tahsilat (Milyon TL)
31.12.2011	13.301.491
31.12.2012	20.894.445
31.12.2013	24.928.265
31.12.2014	26.366.265

Kaynak: <https://www.muhasibat.gov.tr>

Tablo 5’deki verilere göre 2011 yılında 13.3 Milyar TL, 2012 yılında yaklaşık 20.8 Milyar TL, 2013 yılında yaklaşık 25 Milyar TL tahsilat yapılırken 2014 yılında ise bu tutar yaklaşık 26.3 Milyar TL’ye çıkmıştır.

Tablo 5. 6111 Sayılı Kanun Öncesi ve Sonrası Hedeflenen ve Gerçekleşen Gelir Vergileri, Milyon TL

Yıllar	Tahmini Bütçe	Tahsilat	Fark	T/T Oranı
2010	212.555.871	228.298.799	15.742.928	86,2
2011	250.769.413	275.697.952	24.928.539	85,6
2012	300.995.224	306.344.726	5.349.502	86,4

Kaynak: http://www.gib.gov.tr/fileadmin/user_upload/VI/GBG1.htm

6111 Sayılı Kanunla ilgili olarak kamuoyuna verilen bilgilere göre bu kanundan yararlanmak üzere 5 milyon 112 bin 334 başvuru yapılmış ve başvuruların 1.6 milyonunun motorlu taşıtlar vergisi ve trafik cezaları gibi alacaklar için, 302 bin civarının kredi ve yurtlar kurumu gibi kurumların alacakları için yapılmıştır. Maliye Bakanlığı, Gelir İdaresi Başkanlığı’nın internet sitesinden 986 bin 852 elektronik başvuru yapıldığını ve yapılandırılacak olan tutarın yaklaşık 37 milyar TL olduğunu belirtmiştir. Bunun yanında en fazla başvurunun kesinleşmiş alacaklar için yapıldığı ve bu alacaklar için 4 milyon 441 bin 265 mükellef olduğu bildirilmiştir (<https://www.cnnturk.com>).

21 Mayıs 2013 tarihli 6486 sayılı Kanun: “2. Varlık Barışı” olarak da adlandırılan bir torba yasadır. 13. maddesinde yer alan vergi düzenlemesinin amacı, yurt dışında bulunan varlıkların ülke ekonomisine kazandırılması, gerekçesi ise gerçek ve tüzel kişilerin sahip olduğu varlıkların Türkiye’ye getirilerek kayda alınması yoluyla milli ekonomiye kazandırılması şeklinde açıklanmıştır. 5811 sayılı “Bazı Varlıkların Milli Ekonomiye Kazandırılması Hakkında Kanun” ile benzerlik göstermesinin yanında 6486 Sayılı Kanuna eklenen yeni düzenleme ile sadece yurt dışında bulunan varlıklar kapsama alınmıştır. Başka bir ifade ile 6486 sayılı Kanun 22.04.2013 tarihi itibarıyla yalnızca yurtdışında bulunan; altın, döviz, para, menkul kıymet ve diğer sermaye piyasası araçları ile varlığı kanaat verici bir belge ile ispat edilebilen taşınmaz varlıklarla ilgili olarak düzenlemiştir (Gökmen, 2013).

Aşağıdaki Tablo 6’da 6486 sayılı Kanun’da düzenlenen vergi affından önce ve sonra hedeflenen ve gerçekleşen vergi gelirleri yer almaktadır. Elde edilen vergi gelirlerini bütçe gelirleri içerisinde incelediğimizde, 2012 yılında 306 Milyar TL civarında olan vergi tahsilatı, 2013 yılında yaklaşık 355 Milyar TL’ye çıkmış ve bu rakam 2014 yılında ise yaklaşık 387 Milyar TL’ye ulaşmıştır.

Tablo 6. 6486 Sayılı Kanun Öncesi ve Sonrası Hedeflenen ve Gerçekleşen Gelir Vergileri, Milyon TL

Yıllar	Bütçe Hedefi	Tahsilat	Fark	T/T Oranı
2012	300.995.224	306.344.726	5.349.502	86.4
2013	347.890.019	354.706.446	6.816.427	86.8
2014	378.016.251	387.072.426	9.056.175	85,2

Kaynak: http://www.gib.gov.tr/fileadmin/user_upload/VI/GBG1.htm

Tabloda 6’da görüldüğü gibi bütçe hedefleri her üç yılda da tahmin edilenin üstünde bir rakama ulaşmıştır. Bunun yanında en yüksek vergi gelirinin 2014 yılında 387 milyar TL olarak yapıldığı ve tahmin edilen tutardan yaklaşık 9 Milyar TL fazla tahsilat yapıldığı görülmektedir. Uygulama sonucunda toplam 69 milyar TL’den fazla varlık beyan edilmiş ancak tahakkuk eden vergi miktarı beklentilerin altında kalmıştır. Tahakkuk eden verginin sadece %15’i tahsil edilebilmiştir. Bu durum, vergi affının başarısı konusunda soru işaretleri yaratmıştır. Dönemin Maliye Bakanı uygulamanın önemli olduğunu belirtirken, beyan edilen varlıkların tamamının vergiye tabi tutulacağını ve kaçakların peşinde olacaklarını ifade etmiştir. Önceki yıllarda vergi tahsilatında büyük başarılar elde edilmiş ancak afa birlikte beklenen vergi gelirine ulaşılamamış ve tahakkuk eden verginin büyük bir kısmı tahsil edilememiştir.

10 Eylül 2014 tarihli 6552 sayılı İş Kanunu İle Bazı Kanun ve Kanun Hükmünde Kararnamelerde Değişiklik Yapılması İle Bazı Alacakların Yeniden Yapılandırılmasına Dair Kanun: Yine kamuoyunda torba yasa olarak adlandırılmış, işletmelerin zor zor durumda kalarak devlete olan borçlarını ödeyemez hale gelmelerinden sonra düzenlemiştir. Kanun’un amacı; asıl işveren ile alt işveren ilişkilerinin değişmesine ihtiyaç duyulması, yer altında çalışan işçilerin haftalık çalışma süreleri ve yıllık ücretli izin sürelerinin yeniden düzenlenmesinin gerektiği, sosyal güvenlik sisteminin iyileştirilmesi ve uygulamada ortaya çıkan ihtiyaçların giderilmesi olarak belirtilmiştir.

Kanun’un 73. ve 74. maddelerinde ise Maliye Bakanlığı’na bağlı tahsil daireleri tarafından takip edilen bazı amme alacakları ile büyükşehir belediyelerinin su ve kanalizasyon idarelerinin ve belediyelerinin bazı alacaklarının yeniden yapılandırılması ve kasa mevcutları ile işletmenin esas faaliyet konusu dışındaki işlemleri dolayısıyla ortaklarından alacaklı oldukları tutarlar ile ortaklara borçlu oldukları tutarlar arasındaki net alacak tutarlarının düzeltilmesi amaçlanmıştır

(<https://www.verginet.net>), Kanunun yürürlüğe girmesinin nedeni kısaca; kamuya borcu olan işletmelerin borçlarını enflasyon oranında endeksleyerek ödemesini kolaylaştırmak ve kamuyla olan mali ilişkilerinin belirli bir plan kapsamında çözümlenmesiyle faaliyetlerine devam edebilmelerini sağlamaktır. Kanunun yürürlüğe konmasının bir diğer nedeni ise yaşanan ihtilafların sulh yoluyla sonlandırılması ve yatırım ortamının iyileştirilmesi için ekonomik kalkınmanın sürdürülebilir devamlılığını sağlamaktır.

Tablo 7’de 6552 sayılı Kanun’un yayımlandığı yıl ile birlikte önceki ve sonraki yılda hedeflenen ve yapılan vergi tahsilatları incelenmiştir. Buna göre 2013 yılından 2015 yılına tahsilat tutarlarında bir artış olduğu görülmektedir.

Tablo7: 6552 Sayılı Kanun Öncesi ve Sonrası Hedeflenen ve Gerçekleşen Gelir Vergileri, Milyon TL

Yıllar	Bütçe Hedefi	Tahsilat	Fark	T/T Oranı
2013	347.890.019	354.706.446	6.816.427	85,4
2014	378.016.251	387.072.426	9.056.175	83,5
2015	427.048.060	447.972.948	20.924.888	82,9

Kaynak: http://www.gib.gov.tr/fileadmin/user_upload/VI/GBG1.htm

Gelir İdaresi Başkanlığı’nın 2014 yılı Aralık ayı verileri incelendiğinde; 2013 yılı tahakkuk tahsilat oranı %84,4 iken 2014 yılında ise bu oran %83,5’tir. 2014 yılı 422 milyar TL olarak gerçekleşen tahakkuk tutarına karşılık 387 milyar TL tahsilat tutarı elde edilmiştir. Bu da tahsilat tahakkuk oranının % 83,5 olarak gerçekleştiğini göstermektedir. 2015 yılında ise 491 milyon TL’lik vergi tahakkuk etmişken, 447 milyon TL’lik bir vergi geliri elde edilmiştir. Bu durum tahsilat tutarlarının, tahakkuk tutarına göre düşüşte olduğunu göstermektedir. Vergi affı sonrası tahakkuk eden tutarın fazla olması tahakkuk tahsilat oranının düşük seviyelerde kalmasına neden olmuştur.

2015 yılı genel bütçe gelirlerinin tahakkuku, tahsilatının ekonomik sınıflandırılması tablosu verilerine göre 6552 sayılı Kanun kapsamında toplamda 8.284.milyon TL tahsil edilmiştir. 2016 yılı verilerine göre ise yaklaşık 10.2 milyar TL tahsilat gerçekleştirilmiş olup, 43,7 milyar TL alacak yapılandırılmıştır. Gelir idaresinin yayınladığı tablolarda 6552 sayılı kanunun tahsilat durumu ile ilgili bu veri dışında başka hiçbir veriye rastlanmamaktadır.

3 Ağustos 2016 tarihli 6736 sayılı Bazı Alacakların Yeniden Yapılandırılmasına İlişkin Kanun: 15 Temmuz tarihinde yaşanan darbe girişimi sonrasında

yarattığı ekonomik ve siyasi sıkıntıları ortadan kaldırmak amacıyla çıkarılmış bir kanundur. Kanun'un genel gerekçesinde de bu şekilde ifade edilerek, darbe girişiminin yarattığı olumsuz etkileri azaltmanın amaçlandığı vurgulanmıştır. Bunun yanında 6736 sayılı Kanun ile gelen affın 31 Haziran öncesini kapsamaması ve sonraki dönemleri kapsamaması nedeniyle tam olarak darbe girişimi affı olarak nitelenmediği de söylenebilir. Kanun'un amacı; özel sektörün kamuya olan borçları azaltılarak, borçlulara taksit imkanı sunulması, ihtilafların sulh yoluyla çözülmesi, vergi incelemesi altında olan konuların davaya gerek kalmadan çözülerek sonlandırılması, vergilemede öngörülebilirliğin artırılarak geçmiş dönemlerle ilgili risklerin ortadan kaldırılması, işletmemelerin kayıtlı ekonomiye geçişinin teşviki olarak gösterilmiştir.

6736 sayılı Kanun ile yapılandırılan borçların 6, 9, 12 veya 18 taksit imkanıyla ödenmesi sağlanmıştır. Taksitlerin iki ay arayla ödenmesi planlanmıştır. Yapılandırmanın sürekliliğinin sağlanması için ilk iki taksitin süre ve miktar kuralına uyarak ödenmesi şartı getirilmiş ve bir takvim yılı içinde ikiden fazla taksiti aksatanlar için yapılandırmanın son bulmasına karar verilmiştir. Yapılandırma, motorlu taşıtlar vergisi, trafik para cezası, KDV, gelir vergisi gibi birçok farklı vergi türünü kapsamaktadır. Kanun kapsamında, farklı vergi türlerinden toplam 77,6 milyar TL'lik bir yapılandırma yapılmıştır. Bu rakam, Kanun çıkmadan önceki 90 milyar TL'lik kamu alacağının yaklaşık %76'sına tekabül etmektedir.

Kanuna toplam 8,5 milyondan fazla başvuru yapılmış, bu da vatandaşların yapılandırmadan yoğun şekilde yararlandığını göstermektedir. Yapılandırma sayesinde devlet, motorlu taşıtlar vergisinden 1,7 milyar TL, KDV'den 15,5 milyar TL gibi önemli gelirler elde etmiştir. Kanun kapsamında 6,3 milyon borçlu bulunmakta ve bu borçluların 4,8 milyonu başvuru yapmıştır. Başvuruda bulunan kişilerin yaklaşık %25'i borcunu peşin ödemiştir. Yapılandırma kapsamına belediyelere ait alacaklar, köprü ve otoyollardan usulsüz geçiş cezaları gibi farklı alacak türleri de dahil edilmiştir (Yıldırım vd., 2016).

Tablo 8: 6736 Sayılı Kanun ile Gerçekleşen Tahsilat Tutarları

Yıllar	Tahsilat (Milyon TL)
31.12.2016	12.363
31.12.2017	24.649
31.12.2018	35.630

Kaynak: <https://www.muhasabat.gov.tr/>

2016 yılında 12 Milyar TL'nin zerinde bir tahsilat gerçekleşirken 2017 yılında bu tutar 24,6 Milyar TL'nin üzerine çıkmış ve 2018 yılına gelindiğinde ise 35,6 Milyar TL civarında bir tahsilat gerçekleşmiştir (Tablo 8).

Aşağıdaki Tablo 1.9'da 6736 sayılı Kanun'un yayımlandığı yıl ile birlikte önceki ve sonraki yılda hedeflenen ve yapılan vergi tahsilatları incelenmiştir.

Tablo 1.9. 6736 Sayılı Kanun Öncesi ve Sonrası Hedeflenen ve Gerçekleşen Gelir Vergileri, Milyon TL

Yıllar	Tahmini Bütçe	Tahsilat	Fark	T/T Oranı
2015	427.048	447.972	20.924	82,9
2016	504.450	505.743	1.293	81,2
2017	564.746	598.162	33.415	82,3

Kaynak: http://www.gib.gov.tr/fileadmin/user_upload/VI/GBG1.htm

2017 yılı Bütçe Gerçekleşmeleri ve Beklentileri Raporuna göre 2016 yılı gerçekleşen vergi geliri 505.7 milyar TL olarak açıklanırken 2017 hedefi ise 564.7 milyar TL olarak belirlenmiştir. Bunun sonucunda 2017 yılı genel vergi geliri 598.1 milyar TL olarak gerçekleşmiş olup, bütçe hedefine göre 33 milyar TL fazla vermiştir. Bu da 2017 yılı tahsilatının beklenenden daha başarılı olduğunu göstermektedir.

31 Mart 2017 tarihli 7020 sayılı Bazı Alacakların Yeniden Yapılandırılması İle Bazı Kanunlarda ve Bir Kanun Hükmünde Kararnamede Değişiklik Yapılmasına Dair Kanun: Bu Kanun, 6736 sayılı Kanun'a başvuruda bulunamayan aftan yararlanamayan mükellefler ile bu yapılandırma sonrasında oluşmuş borçlar için çıkarılmıştır. Her ne kadar 6736 sayılı Kanun için darbe girişimi sonrası oluşan olumsuzlar için çıkarılmış olduğu söylene de 30 Haziran 2016 döneminden önceki borçları kapsadığı için darbe girişimi sonrasındaki sorunları gidermek için çıkarılan asıl kanun 7020 sayılı Kanun olmuştur. Kanun'un gerekçesine göre; 6736 sayılı Kanun kapsamına giren alacak türleri ve alacaklı idareler esas alınarak bu idarelerin 31.03.2017 tarihine kadar olan kesinleşmiş alacakları yine 6736 sayılı Kanun'da düzenlenen şartlara uyumlu olarak yapılandırılmaktadır. Ayrıca kanunla RTÜK alacaklarının da yapılandırılması sağlanmıştır. Son bir yıllık süre içinde borcunu ödeyememiş olan mükellefler için de ödeme kolaylığı sağlanması amaçlanmıştır. Borçlulara tutarlar üzerinden 6, 9, 12 veya 18 taksit seçeneği sunan kanun ile gerçekleşen tahsilat tutarı aşağıdaki Tablo 10'da verilmiştir.

Tablo 10. 7020 Sayılı Kanun ile Gerçekleşen Tahsilat Tutarı

Yıllar	Tahsilat (Milyon TL)
31.12.2017	2.008.213
31.12.2018	3.952.908

Kaynak: <https://www.muhasabat.gov.tr>

Tablo 10’a bakıldığında, 2017 yılında yaklaşık 2 Milyar TL olan tahsilat tutarı 2018 yılında yaklaşık 4 Milyar TL’ye çıkmıştır.

Tablo 11. 7020 Sayılı Kanun Öncesi ve Sonrası Hedeflenen ve Gerçekleşen Gelir Vergileri

Yıllar	Tahmini Bütçe	Tahsilat	Fark
2016	504.450.400	505.743.851	1.293.451
2017	564.746.658	598.162.619	33.415.961
2018	667.319.541	705.500.916.	38.181.375

Kaynak: http://www.gib.gov.tr/fileadmin/user_upload/VI/GBG1.htm

Tablo 11’de de görüleceği gibi 2016-2018 yılları arasında yapılan vergi yapılandırmaları sayesinde vergi gelirlerinde önemli artışlar yaşanmıştır. Hedeflerin üzerinde tahsilat: 2016, 2017 ve 2018 yıllarında belirlenen vergi gelir hedeflerinin tamamı aşılmış, hatta bazı yıllarda bu fark oldukça yüksek seviyelere ulaşmıştır. Yapılandırma kanunlarına rağmen, genel bütçe vergi geliri tahsilat oranı 2015 yılına göre 2016 yılında hafif düşüş gösterse de, 2017 yılında tekrar yükselmiştir.

11 Mayıs 2018 tarihli 7143 Sayılı Vergi ve Diğer Bazı Alacakların Yeniden Yapılandırılması İle Bazı Kanunlarda Değişiklik Yapılmasına İlişkin Kanun: Kapsam bakımından son yıllarda çıkarılmış tüm vergi affı kanunlarından daha fazla avantajlar getirmiştir. Kanunun gerekçesine bakıldığında özetle; ekonomik büyüme hızına güç katmak, risk ortamının ve bölgesel bazda yaşanan olaylar nedeniyle ortaya çıkan olumsuzlukları ortadan kaldırmak, kalkınmanın sürekliliğini sağlamak, girişimcileri teşvik etmek olarak söylenebilir. Bunun içinde 7143 sayılı Kanun ile kamu alacaklarının yapılandırılması, ihtilaflı durumda olan işlemlerin sulh yolu ile çözümlenmesi, matrah/vergi artırımı ile geçmiş dönemlere yönelik risklerin ortadan kaldırılması, kayıt dışı ekonominin önlenmesi amaçlanmıştır (Plan ve Bütçe Komisyonu Raporu, 2018).

Kanun kapsamında, daha önce yürürlüğe girmiş olan vergi aflarından farklı olarak, kanunun 5'inci maddesinde matrah ve vergi artırımında bulunan vergi mükelleflerinin vergi incelemesi ve vergi tarhiyatından kurtulma imkânları bu mükelleflerin aynı zamanda 213 sayılı VUK'un 359'uncu ve 367'nci maddeleri kapsamında bulunmamalarına bağlanmıştır. 30 Nisan 2019 tarihi itibarı ile 7143 sayılı Kanun kapsamında toplam olarak 18.206 milyon TL tutarında tahsilat yapıldığı görülmektedir (Yılmaz, 2021).

17 Temmuz 2019 tarihli 7186 Sayılı Gelir Vergisi Kanunu ile Bazı Kanunlarda Değişiklik Yapılması Hakkında Kanun: Torba yasa olarak çıkarılan kanunun 2. Maddesinde “Varlık Barışı ile ilgili hükümler yer almaktadır. Kanunun kapsamında, yurtiçinde ve yurtdışında bulunan para, altın, döviz, menkul kıymet ve diğer sermaye piyasası araçları bulunmaktadır. Bildirilen bu varlıkların yurtdışında olanlarının 3 ay içinde Türkiye'ye getirilmesi, yurtiçinde bulunanların ise kayıt altına alınması şartı getirilmiştir. Beyan edilen bu varlıklar üzerinden %1 oranında vergi tarhiyatı yapılmakta ve tarhiyatın izleyen ay sonuna kadar verginin ödenmesi gerekmektedir. Beyan edilen varlıklar üzerinde daha sonradan bir vergi incelemesi ya da tarhiyatı yapılmayacaktır.

11 Kasım 2020 tarihli 7256 Sayılı Bazı Alacakların Yeniden Yapılandırılması ile Bazı Kanunlarda Değişiklik Yapılması Hakkında Kanun: 2020 yılında tüm dünyayı etkisi altına alan koronavirüs (COVID-19) salgını tüm hayatın akışını olumsuz yönde etkilemiştir. Virüsün yayılmasını önlemek amacıyla tedbiren kapanmalar uygulanmış ve bu kapanmaların sonucunda başta üretim ve tüketim olmak üzere ekonomi ve istihdam hayatı durma noktasına gelmiştir. Bunun üzerine salgının yarattığı olumsuz etkileri azaltmak amacıyla Kanun kapsamına; Vergi Usul Kanunu kapsamındaki vergiler, gümrük vergileri, SGK primleri, İl Özel İdareleri'ne olan borçlar, belediyelere olan borçlar, idari para cezaları ile bunların gecikme faizleri, gecikme zammı gibi fer'i alacaklar ve cezalar alınmıştır.

3 Haziran 2021 tarihli 7326 sayılı Bazı Alacakların Yeniden Yapılandırılması ile Bazı Kanunlarda Değişiklik Yapılmasına İlişkin Kanun: Bu Kanunla vergi mükelleflerine ve kamu borçlularına birçok kolaylık getirilmiştir. Kanunun getirdiği bu kolaylıklar büyük ilgi görmüş ve 5 milyon 804 bin 861 mükellef başvuruda bulunmuş ve kanun kapsamında yapılandırılan alacak tutarı 152,6 Milyar TL'yi geçmiştir.

1.4. 7440 Sayılı Bazı Alacakların Yeniden Yapılandırılması İle Bazı Kanunlarda Değişiklik Yapılmasına Dair Kanun

7440 sayılı Kanun, 12 Mart 2023 tarihinde Resmi Gazete’de yayınlanarak yürürlüğe girmiştir. Bu Kanun’un gerekçesi, kapsamı kanuna başvurma süresi ve ödenmesi aşağıda incelenmiştir.

1.4.1. Gerekçesi

Kanunu’nun gerekçesi, ekonomik büyüme ve vatandaşların kamu yükümlülüklerinin hafifletilmesi gibi bir dizi önemli amaca dayanıyor. Kanunun genel gerekçesine göre, Türkiye’nin son dönemde yakaladığı yüksek büyüme hızını desteklemek ve ekonomik faaliyetlerin sürdürülebilirliğini sağlamak amacıyla, vergi ve diğer kamu borçlarının yapılandırılması ihtiyacı ortaya çıkmıştır. Bu kapsamda, vatandaşlardan gelen talepler dikkate alınarak kamuya olan yükümlülükleri hafifletecek bir düzenleme öngörülmüş; bu sayede vatandaşların yatırım, üretim ve ihracat gibi ekonomik faaliyetlere odaklanmaları hedeflenmiştir. Ödeme kolaylığı getirilerek mükelleflerin üzerindeki yükün azaltılması, böylece ekonomik büyümeye katkıda bulunmaları amaçlanmıştır (Türkay, 2023:1). Kanun aynı zamanda, geçmiş dönemlere ait vergi ihtilaflarının sulh yoluyla çözümünü teşvik etmeyi, matrah ve vergi artırımı yoluyla geçmişe dönük vergi risklerini ortadan kaldırmayı ve işletme kayıtlarının fiili duruma uyumlu hale getirilmesini sağlamayı hedeflemektedir. Bu düzenlemelerle, kayıt dışı ekonominin kayıt altına alınması teşvik edilerek ekonomi üzerindeki uzun vadeli etkilerin hafifletilmesi ve vergilendirme süreçlerinin şeffaflaştırılması amaçlanmıştır (Türkay, 2023:1).

Kanun teklifi ilk sunulduğunda 2022 yılına ait matrah artırımını içermemesine rağmen, TBMM Genel Kurulu’nda yapılan bir öneri ile 2022 yılı da kapsam dahilinde değerlendirilmiştir. Böylece 2018-2022 dönemini kapsayan beş yıllık bir süreç için mükelleflere matrah ve vergi artırımı imkanı tanınarak, olası vergi riskleri azaltılmaya çalışılmıştır. Ekonomik, sosyal ve psikolojik nedenler de bu Kanun’un çıkarılmasında önemli rol oynamıştır. 6 Şubat 2023 tarihinde meydana gelen deprem sonrası özellikle afet bölgesinde bulunan mükelleflerin yaşadığı ekonomik zorluklar, bu mükelleflere yönelik özel düzenlemeler yapılmasını gerektirmiştir. Depremden etkilenen bölgelerdeki mükellefler için mücbir sebep ilan edilerek, borçlarının yapılandırılmasında özel düzenlemeler getirilmiştir. Böylece, deprem bölgesinde yaşayan vatandaşların borç yükünün hafifletilmesi ve yeniden ekonomik hayata entegre olmaları sağlanmaya çalışılmıştır (Taşdan, 2023:118).

Kanun, ekonomik canlılığı desteklemek, vergi ödevlerini yerine getirmekte güçlük çeken vatandaşlara destek sağlamak, geçmişe dönük ihtilafları sona erdirmek ve kayıtlı ekonomiyi teşvik etmek gibi çeşitli amaçları bir araya getirerek, ülkenin ekonomik istikrarını ve büyüme hızını sürdürmeyi hedeflemektedir.

1.4.2. Kapsamı

Kanun ile vergi mükelleflerinin borçlarının yapılandırılması sağlanarak ödeme kolaylıkları sunulmuştur. Ayrıca, matrah ve vergi artırımı yapan mükelleflere belirli ayrıcalıklar tanınmış; eksik veya hiç beyan edilmemiş gelir ve kazançların pişmanlık, izaha davet veya kendiliğinden beyan etme yollarıyla gecikme zammı veya faizi uygulanmadan beyan edilmesine imkan tanınmıştır. 7440 sayılı Kanun kapsamında yer alan unsurlar şunlardır (mevzuat.gov.tr):

- Vergi Usul Kanunu çerçevesinde 31 Aralık 2022 tarihinden önceki dönemlere ait olup bu tarihe kadar beyan edilmesi gereken vergiler ve bunlara ilişkin ceza, gecikme faizi ve zamları.
- 31 Aralık 2022'den önce tahakkuk etmiş olan vergiler ve bu vergilere ilişkin cezalar, gecikme zamları ve gecikme faizleri.
- 31 Aralık 2022'den önce tespit edilen ve vergi aslına bağlı olmayan vergi cezaları.
- 31 Aralık 2022 tarihinden önce verilmiş idari para cezaları.
- 6183 sayılı Amme Alacakları Tahsil Usulü Hakkında Kanun kapsamındaki tahsil dairelerine intikal etmiş asli ve fer'i kamu alacakları.
- Kayıtlarda yer almayan ancak işletmelerde mevcut olan makine, teçhizat ve demirbaşlar.
- Ticaret Bakanlığı'na bağlı tahsil dairelerinin 6183 sayılı Kanun gereğince takip ettiği gümrük vergileri, idari para cezaları, faizler ve gecikme zamları.
- Sosyal Güvenlik Kurumu tahsil dairelerinin 6183 sayılı Kanun uyarınca belirtilen tarihe kadar tahakkuk etmiş ancak ödenmemiş olan bazı alacakları.
- İl Özel İdareleri tahsil dairelerinin 6183 sayılı Kanun kapsamında takip ettiği ve 31 Aralık 2022'den önce vadesi gelmiş ancak ödenmemiş olan asli ve fer'i kamu alacakları.

- Belediyelerin Vergi Usul Kanunu kapsamında, 31 Aralık 2022 tarihine kadar beyan edilmesi gereken vergi, vergi cezası, vergi zammı ve faizleri.
- Vadesi 31 Aralık 2022'den önce olan ve Belediye Gelirleri Kanunu'na göre tahsil edilmesi gereken ücretler, paylar ve bunlara bağlı fer'i alacaklar.
- Büyükşehir Belediyelerinin Çevre Kanunu kapsamında tahsil etmesi gereken ancak süresinde alınamamış olan su, atık su ve katı atık ücretleri ve bunlara bağlı fer'i alacaklar.

Vergi borçlarının yapılandırılmasına yönelik düzenleme, yalnızca borçların yeniden yapılandırılmasını değil, aynı zamanda bazı vergi kanunlarında yapılan değişiklikleri de kapsamaktadır. Örneğin, 7440 sayılı Kanun, ek vergi uygulamasını getirmiştir. Daha önceki vergi affı kanunlarında ek vergiye yer verilmezken, 7440 sayılı Kanun ile bazı istisna ve indirimlerden yararlanan Kurumlar Vergisi mükelleflerine ek vergi yükümlülüğü getirilmiştir. 7440 sayılı Kanun'da yer alan vergi borçlarının yapılandırılmasına ilişkin düzenlemeler aşağıdaki gibidir (mevzuat.gov.tr):

- Kesinleşmiş alacakların yapılandırılması,
- Henüz kesinleşmemiş veya dava sürecinde olan alacakların yapılandırılması,
- İnceleme ve tarhiyat aşamasındaki işlemlerin yapılandırılması,
- Matrah artırımı yapılması,
- İşletme kayıtlarının düzeltilmesi,
- Kurumlar Vergisi mükelleflerinin istisna ve indirimlerden yararlandığı tutarlar üzerinden ek vergi düzenlemesi,
- Genç girişimcilere uygulanan istisna tutarının artırılması,
- Damga Vergisi Kanunu'na geçici bir madde eklenmesi,
- Harçlar Kanunu'nun 4 sayılı tarifesine eklemeler yapılması,
- Katma Değer Vergisi Kanunu'nun 29. maddesine ilaveler yapılması,
- Teknoloji Geliştirme Bölgeleri Kanunu'nun geçici 2. maddesinde değişiklik yapılması,

- 5520 sayılı Kurumlar Vergisi Kanunu’nun 5. maddesinin güncellenmesi,
- Araştırma, Geliştirme ve Tasarım Faaliyetlerinin Desteklenmesi Hakkında Kanun’un 3. maddesinde düzenlemeler yapılması,
- Kurumlar Vergisi Kanunu’nun 19. maddesi kapsamındaki devir işlemlerine yönelik finansman giderleri düzenlemeleri,
- Deprem hasarının telafisi için belirli kazançlar üzerinden ek vergi alınması,
- Deprem nedeniyle zor durumda kalan mükellefler için getirilen düzenlemeler.

Yapılandırma kapsamına dahil edilen borçlar ise vergi ve vergi cezaları, bazı idari para cezaları, ecrimisil borçları, taşınmaz kültür varlıklarının korunmasına yönelik katkı payları, gümrük vergileri ve bu vergilere ilişkin idari para cezaları, sosyal güvenlik primleri, topluluk sigortası primleri, emeklilik kesintileri, işsizlik sigortası primleri, sosyal güvenlik destek primi, belediyelerin idari para cezaları, su, atık su ve katı atık ücreti alacakları ile büyükşehir belediyelerinin su ve kanalizasyon idarelerinin su ve atık su alacakları ve bu kamu borçlarına ilişkin faiz, zam, gecikme faizi ve benzeri fer’i alacakları kapsamaktadır.

2022 yılına ait geçici vergiler Kanun kapsamı dışında bırakılmakla birlikte, 31 Aralık 2022 tarihinden önceki dönemlere ilişkin beyana dayalı vergiler ile vergi cezaları, gecikme zam ve faizleri, 2022 yılına ait olup 31 Aralık 2022’den önce tahakkuk eden vergiler ve bu vergilere ilişkin cezalar, gecikme zamları, gecikme faizleri ve Hazine ve Maliye Bakanlığı’na bağlı tahsil dairelerince tahsil edilen diğer vergiler yapılandırma kapsamında yer almaktadır.

1.4.3. Başvurma Süresi ve Ödenmesi

7440 sayılı Kanun’dan yararlanmak isteyen mükelleflerin en geç 30 Haziran 2023 tarihine kadar ilgili daireye başvuruda bulunmaları gerekmektedir. İlk ödeme tarihi 31 Temmuz 2023 olarak belirlenmiş olup, geri kalan taksitler ise takip eden aylarda, 48 aya kadar eşit taksitler halinde ödenecektir. Mükellefler, borçlarının tamamını ilk taksit tarihine kadar peşin olarak öderlerse, borçlarına herhangi bir katsayı uygulanmayacaktır. Ayrıca, fer’i alacaklar yerine hesaplanacak Yİ-ÜFE tutarının %90’ının tahsil edilmesinden feragat edilmesi öngörülmüştür. 31 Aralık 2022 de dahil olmak üzere, bu tarihten önce ödenmiş olan idari para cezalarında %25 indirim uygulanması planlanmaktadır. Eğer yapılandırma yalnızca fer’i alaklardan oluşuyorsa, fer’i alacaklar yerine hesaplanacak Yİ-ÜFE

tutarının %50'sinin tahsil edilmesinden vazgeçilecektir. Taksitle ödeme tercih edilecekse, mükellefler 12, 18, 24, 36 veya 48 eşit taksit seçeneklerinden birini seçmeli ve bu süre içinde ödemelerini tamamlamalıdır. Bu süreyi aşan taksit ödemesi yapılamayacaktır.

Taksitli ödemeler için belirlenen katsayı oranları aşağıdaki tabloda verilmiştir (mevzuat.gov.tr).

Tablo 12: Taksit Sayısı, Süresi ve Katsayılar

Taksit Sayısı	Taksit Süresi	Yapılacak Ödemelerde Uygulanacak Katsayı
12	12	1,09
18	18	1,18
24	24	1,27
36	36	1,36

Belirlenen tutar, seçilen taksit süresine göre uygun katsayı ile çarpılarak hesaplanacak ve bu tutarın belirtilen taksit süresi boyunca eşit olarak ödenmesi gerekecektir. Mükelleflerin, seçtikleri taksit süresinden daha erken bir dönemde borçlarını kapatmaları halinde ise katsayı uygulamasında güncelleme yapılacaktır.

2. Diğer Af Kanunları ile Farkları

7440 sayılı Kanun, ekonomik, sosyal ve psikolojik nedenlerle yürürlüğe girmiştir. Özellikle Kahramanmaraş merkezli depremler sonrası, vergisel yükümlülüklerini yerine getirmekte zorlanan mükelleflere ödeme kolaylıkları ve borç yapılandırma imkanları tanınmıştır. Ancak bu Kanun, önceki yapılandırma kanunlarından bazı yönleriyle farklılıklar içermektedir. Bu farklar şunlardır (Taşdan, 2023:117-118).

Kar Payı Ödemeleri: İlk defa bu kanun kapsamında, Gelir Vergisi Kanunu'ndaki kar payı ödemeleri ve tam mükellef kurumların dar mükellef kurumlara yaptığı kar payı ödemeleri yapılandırma kapsamına alınmıştır.

Vergi Artırımı Kapsamı: Önceki kanunlarda serbest meslek kazançları, GSMİ gelirleri, yıllara yaygın inşaat işleri, çiftçi ödemeleri ve esnaf muafiyeti kapsamında yapılan stopajlar yer alıyordu. 7440 sayılı Kanun ile kar dağıtımına yönelik stopajlar da yapılandırma kapsamına dahil edilmiştir.

Vergi İnceleme Süresi: Önceki kanunlara göre vergi incelemeleri ve takdir işlemleri kanun yayınlandıktan sonraki 2 ay içinde sonuçlandırılmazsa işlem yapılamazdı. Ancak 7440 sayılı Kanun’da bu süre 7 güne indirilmiştir.

Tevkifatla Ödenen Vergiler: Daha önceki yapılandırma kanunlarında gelir ve kurumlar vergisi mükelleflerinin artırdıkları matrahlardan tevkifat yoluyla ödenen vergiler mahsup edilemiyordu. 7440 sayılı Kanun’da ise bu vergiler mahsup edilebilmektedir.

KDV Düzenlemesi: İşletmede mevcut olup kayıtlarda yer almayan mallar üzerinden ödenen katma değer vergisi, genel esaslara göre indirilebilecek fakat iadesi mümkün olmayacaktır.

Damga Vergisi: Matrah ve vergi artırımı beyannameleri için 1000 TL damga vergisi ödenecektir.

İdari Para Cezaları: Alkollü araç kullanmak veya tehlikeli araç hareketleri nedeniyle ölümle sonuçlanmadığı sürece ceza puanlarının silinmesi ve sürücü belgesi geri alınmış kişilerin ehliyetlerinin iade edilmesi bu kanun kapsamına alınmıştır.

Taksit Süresi: Daha önceki yapılandırma kanunlarında en uzun taksit süresi 36 ay iken, 7440 sayılı Kanun ile bu süre 48 aya çıkarılmıştır.

Taksit Ödeme Limiti: Önceki kanunlarda iki taksiti ödemeyen mükellefler kanundan faydalanma hakkını kaybederken, bu sınır 7440 sayılı Kanun’da üç taksite çıkarılmıştır.

Deprem Bölgesi Düzenlemeleri: Deprem bölgesindeki mükellefler için başvuru ve ödeme süreleri bir ay uzatılmıştır.

Emlak Vergisi: Meclis genel kurulunda alınan kararla, emlak vergileri de yapılandırma kapsamına dahil edilmiştir.

Tablo 13:Türkiye Cumhuriyeti Tarihinde Çıkarılan Vergi Afları

Sıra	Tarih	Sayı	Af Adı
1	17 Mayıs 1924	486	Umuru Belediyeye Müteallik Ahkamı Cezaiye Hakkında Kanun
2	5 Ağustos 1928	145	Elviyei Selasede Vergilerin Sureti Cibayetine Dair Kanun
3	25 Mart 1934	2395	Kazanç Vergisi Kanunu
4	12 Temmuz 1934	2566	Vergi Bakayasının Tasfiyesine Dair Kanun
5	7 Şubat 1939	3587	Arazi Vergisinin 1935 Mali Yılı Sonuna Kadar Olan Bakiyesinin Terkinine Dair Kanun

6	17 Mart 1944	4530	4530 sayılı Varlık Vergisinin Bakayasının Terkinine Dair Kanun
7	13 Haziran 1946	4920	Orman İşletmelerinin Bazı Vergilerden Muaf Tutulması Hakkında Kanun
8	27 Mayıs 1947	5050	Toprak Mahsulleri Vergisi Artıklarının Silinmesi Hakkında Kanun
9	26 Ekim 1960	113	Genel Af Kanunu
10	28 Şubat 1961	281	Vergi Cezaları Gecikme Zamlarını Tecil ve Tasfiyesine Dair Kanun
11	23 Şubat 1963	218	Bazı Suç ve Cezaların Affı Hakkında Kanun
12	13 Haziran 1963	252	Sayıli Spor Kulüplerinin Vergi Borçlarının Bir Defaya Mahsus Olmak Üzere Affı Hakkında Kanun
13	5 Eylül 1963	325	Sayıli Kamu İktisadi Teşebbüslerinin 1960 ve Daha Önceki Yıllarına Ait Bir Kısım Vergi Borçlarının Tasfiyesi Hakkında Kanun
14	16 Temmuz 1965	691	Belediyelerin ve Belediyelere Bağlı Müessese ve İşletmelerin Bir Kısım Borçlarının Hazinece Terkin ve Tahkimi Hakkında Kanun
15	3 Ağustos 1966	780	Bazı Suç ve Cezaların Affı Hakkında Kanun
16	28 Şubat 1970	1970	Emlak Vergisi Kanunu
17	15 Mayıs 1974	1803	Cumhuriyet'in 50. Yılı Nedeniyle Bazı Suç ve Cezaların Affı Hakkında Kanun
18	20 Mart 1981	2431	2431 sayılı Tahsilatın Hızlandırılması Hakkında Kanun
19	22 Şubat 1983	2801	Bazı Kamu Alacaklarının Özel Uzlaşma Yolu ile Tahsili Hakkında Kanun
20	4 Şubat 1985	3239	Vergi Usul Kanunu ile İlgili Değişiklikler Kanunu
21	3 Aralık 1988	3505	Vergi Usul Kanunu ile Getirilen Af Kanunu
22	28 Aralık 1988	3512	Vergi Affı Kanunu
23	15 Aralık 1990	3689	3505 sayılı Vergi Usul Kanunu ile İlgili Değişiklik Kanunu
24	21 Mart 1996	3787	Bazı Kamu Alacaklarının Tahsilatının Hızlandırılması ve Matrah Artırımı Hakkında Kanun
25	5 Eylül 1997	400	Tahsilat Genel Tebliği
26	2 Temmuz 1998	4369	Vergi Usul Kanunu
27	5 Eylül 2001	414	Tahsilat Genel Tebliği
28	7 Mart 2002	4751	Vergi Usul Kanunu, Emlak Vergisi Kanunu ve Harçlar Kanununda Değişiklik Yapılmasına İlişkin Kanun
29	27 Şubat 2003	4811	Vergi Barışı Kanunu
30	22 Kasım 2008	5811	Bazı Varlıkların Milli Ekonomiye Kazandırılması Hakkında Kanun
31	25 Şubat 2011	6111	Bazı Alacakların Yeniden Yapılandırılması İle Sosyal Sigortalar ve Genel Sağlık Sigortası Kanunu ve Diğer Bazı Kanun ve Kanun Hükmünde Kararnamelerde Değişiklik Yapılması Hakkında Kanun
32	21 Mayıs 2013	6486	2. Vergi Barışı Kanunu

33	10 Eylül 2014	6552	İş Kanunu İle Bazı Kanun ve Kanun Hükmünde Kararnamelerde Değişiklik Yapılması İle Bazı Alacakların Yeniden Yapılandırılmasına Dair Kanun
34	3 Ağustos 20016	6736	Bazı Alacakların Yeniden Yapılandırılmasına İlişkin Kanun
35	31 Mart 2017	7020	Bazı Alacakların Yeniden Yapılandırılması İle Bazı Kanunlarda ve Bir Kanun Hükmünde Kararnamede Değişiklik Yapılmasına Dair Kanun
36	11 Mayıs 2018	7143	Vergi ve Diğer Bazı Alacakların Yeniden Yapılandırılması İle Bazı Kanunlarda Değişiklik Yapılmasına İlişkin Kanun
37	17 Temmuz 2019	7186	Gelir Vergisi Kanunu ile Bazı Kanunlarda Değişiklik Yapılması Hakkında Kanun
38	11Kasım 2020	7256	Bazı Alacakların Yeniden yapılandırılması ile Bazı Kanunlarda Değişiklik Yapılması Hakkında Kanun
39	3 Haziran 2021	7326	Bazı Alacakların Yeniden Yapılandırılması İle Bazı Kanunlarda Değişiklik Yapılmasına İlişkin Kanun
40	12 Mart 2023	7440	Bazı Alacakların Yeniden Yapılandırılması İle Bazı Kanunlarda Değişiklik Yapılmasına Dair Kanun

KAYNAKLAR

- Başı, M. (2015). “5811 Sayılı Bazı Varlıkların Milli Ekonomiye Kazandırılması Hakkında Kanunun Vergi Affı Kapsamında Mali Açıdan Değerlendirilmesi”, (Yüksek Lisans Tezi), Gaziantep: Hasan Kalyoncu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Baykara, B. (2011). 6111 Sayılı Kanun’un Vergi Kaçakçılığı Suçları İçin Ceza Mahkemesinde Görülen Davalara Etkisi, Yaklaşım Dergisi, Sayı: 220, Nisan.
- CNN Türk (2011). 2 Dakika Kala Tarihi Aftan Yararlandı <https://www.cnn-turk.com/2011/ekonomi/genel/06/02/2.dakika.kala.tarihi.aftan.yararlandi/618747.0/index.html> (E.T: 11.08.2014).
- Çelik, C. (2002). “Mali Milat Kalkmamalı Ancak Uygulamada Değişikliğe Gidilmelidir”, Vergi Dünyası Dergisi, Aralık, Sayı:256.
- Çetin, G. (2005). Türkiye’de Vergi Aflarının Vergilemede Etkinlik ve Adalet Üzerindeki Etkileri, (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Celal Bayar Üniversitesi, Manisa.
- Demirkıran E. (2012). “Türkiye’de Uygulanan Vergi Afları ve Mükellefler Üzerindeki Etkisine İlişkin Bir Analiz”, (Yüksek Lisans Tezi), Isparta: Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Doğan, Z. ve Besen, R. (2008). Vergi Aflarının Mükellefler Üzerindeki Etkisinin Tespitine İlişkin Bir Araştırma, Maliye ve Hukuk Yayınları, Ankara.
- Dönmez, R. (1992). Teoride ve Uygulamada Vergi Afları. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayınları.
- Genel Gerekçe. (2021, 05 21). www2.tbmm.gov.tr: <https://www2.tbmm.gov.tr/d27/2/2-3622.pdf> (E.T:22.08.2024)
- Gökmen, S. (2013). “Varlık Barışı, Yeniden...” <http://vergisorunlari.com.tr/yazi/selahattingokmen/varlikbarisiyeniden%E2%80%A6/64> (E.T: 11.08.2024).
- Keleş, Y. (2002). “Yine mi Af Mükellefler ne Zaman Vergi Öderler?”, Vergi Dünyası Dergisi, Sayı: 249, Mayıs, 76-83
- Narinoğlu R. (1991). “1923 Yılından Sonra Çıkarılan Vergi Af Yasalar Kapsamları ve Değerlendirilmesi”, Vergi Sorunları Dergisi, S: 56, Eylül-Ekim.
- Plan ve Bütçe Komisyonu Raporu. (2018, 04 30). [www5.tbmm.gov.tr: https://www5.tbmm.gov.tr/sirasayi/donem26/yil01/ss557.pdf](http://www5.tbmm.gov.tr/sirasayi/donem26/yil01/ss557.pdf) (E.T:11.09.2024).
- Sayar, F. (1987). “1960 Yılından Sonra Çıkarılan Vergi Af Yasaları ve Sonuçları”, Vergi Dünyası Dergisi, Sayı: 73, 60-87.
- Taşdan, H. N. (2023). Türkiye’de Vergi Afları Ve 7440 Sayılı Kanun Değerlendirmesi, Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, Eskişehir.

- Taşkın, Y. (2006). Vergi Aflarının Etkinliği Teori ve Türkiye Uygulaması, (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi), İstanbul Üniversitesi, İstanbul.
- Türkay, İ. (2013). 6486 Sayılı Kanunla Getirilen Yeni Yurtdışı Varlık Barışı Uygulaması. Çimento İşveren Dergisi, 27 (5), 14-31.
- Yıldırım, G., İ. Yılmaz ve Z. Akyıl. (2016). Yeniden Yapılandırma Sonuçları Açıklandı. <https://aa.com.tr/tr/ekonomi/yeniden-yapilandirma-sonuclari-aciklandi/694476> (E.T: 10.08 2024).
- Yılmaz, M. (2021). Vergi Algı. <https://vergialgi.net/vergi-aflarindan-60-milyarliranin-uzerinde-tahsilat-gerceklestirildi> (E.T:10.09.2024).
- Yumuşak, İ. (1997). “Vergi Aflarının Vergi Gelirlerine Etkisi”, Vergi Dünyası Dergisi, Sayı:188, Nisan, 39- 43.



BÖLÜM 9

Çocuk ve Finansal Okuryazarlık

İsmail Berat Uzun¹ & Gökhan Kayılı²

¹ Arş. Gör., Bartın Üniversitesi Sağlık Bilimleri Fakültesi Çocuk Gelişimi Bölümü
ORCID:0000-0003-0095-0738

² Prof. Dr., Selçuk Üniversitesi Sağlık Bilimleri Fakültesi Çocuk Gelişimi Bölümü
ORCID: 0000-0001-7959-4128

Giriş

Okuryazarlık, bireylerin bilgiye erişim sağlayabilmesi, anlamlandırabilmesi ve bu bilgiyi etkili bir biçimde kullanabilmesi için gerekli temel becerilerden bir tanesidir. Bu beceri, yalnızca okuma yazma ile sınırlı olmayıp; insanların yaşamlarını sürdürebilmeleri için gereken diğer bilgi ve becerileri de içermektedir. Geleneksel açıdan okuryazarlık, okuma ve yazma yetisiyle ilişkilendirilen bir kavram olsa da, zamanla okuryazarlık kavramına bakış açısı gelişmiş ve birçok farklı alanda yetkinliği içeren bir duruma gelmiştir. Özellikle dijital okuryazarlık, sağlık okuryazarlığı ve finansal okuryazarlık gibi alanlar, bireylerin daha bilinçli kararlar almasını sağlamaktadır. Bu doğrultuda, okuryazarlık sadece bireylerin eğitimsel ve kültürel gelişimlerini değil, bunun yanı sıra ekonomik ve sosyal hayatta başarılı olmalarına yol açan bir beceri setidir. Okuryazarlık becerisi, bireylerin çevrelerinde olup bitenleri anlamlandırmalarını kolaylaştırmakla birlikte yaşanan gelişmeleri mental çerçevede anlamlı düzeyde kavramalarını sağlar. Örneğin, bireylerin okuryazarlık düzeyleri, onların iş gücü piyasasında rekabet edebilmelerini ve toplumsal hayatta daha bilinçli kararlar almalarını kolaylaştırmaktadır. Bununla birlikte, okuryazarlık, kişisel gelişim ve yaşam kalitesinin artırılması bakımından da kritik öneme sahiptir (UNESCO, 2005; OECD, 2018).

Finansal okuryazarlık becerisi ise, bireylerin finansal kararlar alırken gereksinim duydukları bilgileri anlamaları, bu bilgileri doğru bir biçimde kullanabilmeleri ve finansal kaynaklarını etkili düzeyde yönetebilmeleri için gereken beceri ve yetkinliklerin toplamıdır. Finansal okuryazarlık, bireyin parasal kaynaklarını nasıl yöneteceği, tasarruf yapma davranışları, yatırım yapma, borçlanma, kredi kullanımı ve emeklilik gibi konularda bilinçli kararlar alabilmesini sağlar. Finansal okuryazarlık kavramı, yalnızca bireyin finansal sağlığını değil, aynı zamanda toplumun genel ekonomik gelişimini de etkilemektedir. Bu kavram, sadece yetişkin bireylere yönelik olmamakla birlikte, çocuklar için de oldukça fazla önem taşımaktadır. Çocuklar, erken yaşlarda finansal okuryazarlık becerileri edindiklerinde, gelecekte daha bilinçli ve sağlıklı finansal kararlar alma eğilimi göstermektedir. Erken yaşlarda kazanılan finansal okuryazarlık becerisi, yalnızca para yönetimini değil, bunun yanı sıra harcama, birikim, tasarruf ve yatırım yapma gibi temel ekonomik becerileri de kapsamaktadır (Lusardi ve Mitchell, 2014).

1) Finansal Okuryazarlığın Önemi

Finansal okuryazarlık, kişinin sadece günlük harcamalarını yönetmelerine yardımcı olmakla kalmaz, aynı zamanda uzun vadeli finansal güvenliklerini sağlamak için kritik bir öneme sahiptir. Lusardi (2019), finansal okuryazarlığın bi-

reylerin tasarruf, yatırım ve borçlanma gibi konularda daha sağlıklı kararlar almalarını sağladığını belirtmiştir. Bunun yanı sıra, finansal okuryazarlık, kişilerin finansal krizlere karşı daha dayanıklı olmalarını sağlamaktadır. Örneğin, finansal okuryazarlık becerisi yüksek bireyler, ekonomik dalgalanmalara karşı daha iyi seviyede hazırlıklı olmakta ve borçlarını yönetme konusunda daha istikrarlı hareket edebilmektedir (Behrman vd., 2012).

Finansal okuryazarlık yalnızca bireysel açıdan değil, toplumsal bakımdan da kritik öneme sahiptir. Finansal okuryazarlığı yüksek toplumlar, genel ekonomik refah seviyesini arttırırken, borçlanma oranlarını azaltmakta ve tasarruflarını arttırmaktadır (OECD, 2017). Bununla beraber, finansal okuryazarlık, toplumda daha dengeli ve adil bir ekonomik yapı oluşmasına katkı sunmaktadır, çünkü bireyler finansal fırsatları daha iyi değerlendirebilmekte ve ekonomik kararlarını daha şuurlu bir şekilde alabilmektedir.

Finansal okuryazarlık becerisi yeterince kazanılamadığı durumda, bireyler ve toplumlar ciddi ekonomik sorunlarla karşılaşabilmektedir. Finansal okuryazarlık düzeyinin düşük olması, borçların kötü yönetilmesine, aşırı harcamaya, yetersiz tasarrufa ve kötü yatırım kararlarına yol açabilir. Bunun yanı sıra, finansal okuryazarlığı düşük olan kişiler, kredi kartı borçlarını yönetme konusunda zorluk çekebilir ve acil durumlar için yeterince birikim yapamama durumu ile karşılaşabilmektedir. Finansal okuryazarlık eksikliği, kişinin gelecekteki finansal güvenliğini de tehdit edebilmektedir. Yetersiz tasarruf, emeklilik hayatında finansal sıkıntılara neden olabilmekte ve bunun neticesinde devlet desteklerine başvurulması gerekebilmektedir (Lusardi ve Mitchell, 2011). Bu durum, yalnızca bireyleri değil, aynı zamanda kamu kaynaklarını ve sosyal güvenlik sistemini de olumsuz etkileyebilmektedir.

2) Çocuklara Finansal Okuryazarlık Becerileri Kazandırılmasının Faydaları

Finansal okuryazarlık, çocukların yaşamlarında çeşitli alanlarda önemli katkılar sunmaktadır. Bu beceriler, çocukların finansal güvenliklerini sağlamalarına ve ekonomik açıdan sağlıklı alışkanlıklar kazanmalarına yardımcı olur. Çocukların finansal okuryazarlık becerisi artırıldığında elde edilecek başlıca faydalar şunlardır:

a. Sağlıklı Finansal Alışkanlıklar Geliştirme

Finansal okuryazarlık, çocukların tasarruf yapma, harcama yaparken dikkatli olma ve geleceğe yönelik mali planlar oluşturma alışkanlıkları edinmesine katkı sağlamaktadır. Çocuklar, harçlıklarını yönetebilme, para biriktirebilme ve bütçe

yönetimi gibi uygulamalarla erken yaşlarda finansal becerileri desteklendiğinde, bu alışkanlıklar hayatlarının geri kalanında da devam edebilmektedir. Çocukların erken yaşta tasarruf alışkanlıkları kazanmaları, onların gelecekteki mali güvencelerini sağlamada önemli bir zemin oluşturmaktadır (Lusardi & Mitchell, 2014).

b. Kişisel Mali Sorunlardan Kaçınma

Finansal okuryazarlık eksikliği görüldüğü durumlarda, ilerleyen yaşlarda borçlanma, kredi kullanımı ve diğer mali sorunlar ile karşı karşıya kalınabilmektedir. Çocuklara finansal okuryazarlık becerisi edindirmek, onların borçlanma ve diğer finansal konularda farkındalık kazanmalarını sağlar. Bu durum, gelecekte daha az borcun oluşmasına ve finansal zorluklarla karşılaşılmasını önlemektedir (Behrman et al., 2012). Bir başka ifadeyle, çocukların erken yaşlarda kazanacağı finansal okuryazarlık becerileri, yanlış borç yönetimi veya aşırı harcama gibi olumsuz durumlarla karşılaşma ihtimalini azaltacağı düşünülmektedir.

c. Güçlü Bir Finansal Gelecek

Yaşamın erken yıllarından itibaren finansal okuryazarlık becerileri edinmek, çocukların gelecekteki ekonomik bağımsızlıklarını kazanmalarına imkan tanımaktadır. Bu durum, emeklilik için tasarruf yapabilme, yatırım yapabilme ve diğer finansal planlamalar gibi uzun vadeli finansal kararları doğru şekilde alabilmelerine yardımcı olmaktadır. Bununla birlikte, finansal okuryazarlık, çocukların iş gücü piyasasında ve bireysel finansal yaşamlarında daha iyi bir finansal gelecek dizayn etmelerine katkı sunmaktadır (OECD, 2017).

3) Finansal Okuryazarlıkta Temel Kavramlar

a. Para Kavramı

Para, ekonomik hayatın temelini oluşturur ve çocukların bunu erken yaşlarda kavrayabilmesi önem arz etmektedir. Paranın ne olduğunu, nasıl kazanıldığını ve nasıl harcandığını öğrenmek, çocukların mali bilinç oluşturmalarını sağlar. Paranın değeri, gelecekteki mali kararları etkileyen bir unsurdur (Cude vd., 2016).

b. Bütçeleme

Bütçeleme, bireylerin gelirlerini ve giderlerini yönetme süreci olarak ifade edilebilir. Çocuklara bütçeleme öğretmek, onları sorumlu harcama yapma konusunda bilinç kazandırmaktadır. Ebeveynler, çocuklarına harçlıklarını nasıl yöneteceklerini öğretmek suretiyle bu beceriyi kazandırabilmeleri mümkündür (OECD, 2017).

c. Tasarruf

Tasarruf yapma, gelecekteki ihtiyaçlar için birikim yapmayı ifade eder. Çocuklara, kısa vadeli harcamalar yerine uzun vadeli hedeflere ulaşabilmek için tasarruf yapabilme yöntemlerini öğretmek, finansal sorumluluk kazanmaları için bir zemin oluşturmaktadır (Kelley & Souter, 2018). Sürdürülebilir tasarruf alışkanlıkları, finansal güvenliği sağlamada kritik derecede önem taşımaktadır.

d. Yatırım ve Risk

Yatırım yapma, birikimlerin değer kazanmasını sağlamak adına yapılan bir faaliyet olup, çocuklara ödül ve risk ilişkisini öğretme imkanı tanımaktadır. Bu kavram, çocukların finansal kararlar alırken ihtiyatlı davranmalarını sağlamaktadır (Lusardi & Mitchell, 2014).

4) Yaşa Göre Finansal Eğitim Stratejileri

Çocukların yaşları, finansal okuryazarlık eğitimini ve gelişimini etkileyen önemli bir faktördür. Farklı yaş gruplarına uygun olarak hazırlanan eğitim yöntemleri, çocukların finansal anlayışları ve gelişimi desteklenirken göz önünde bulunduurulması gerektiği düşünülmektedir.

a. 5-8 Yaş Grubu

Bu yaş grubunda bulunan çocuklar, para ve değer kavramlarını anlamaya başlamaktadır. Onları, harçlıklarını nasıl yöneteceklerini öğretmek ve basit btleme yöntemleri ile tanıştırmak uygun olacaktır. Bununla birlikte, eğlenceli oyunlar ve hikayeler vasıtasıyla sunulan finansal kavramlar çocukların öğrenmesini kolaylaştırıp süreci keyifli hale getirerek aktarılabilir (OECD, 2017).

b. 9-12 Yaş Grubu

9-12 yaş grubunda yer alan çocuklar, daha karmaşık finansal kavramları idrak etmeye başlarlar. Bu dönemde, btleme, tasarruf etme ve hedef belirleme gibi konularda içerik açısından daha yoğun bilgiler ve eğitimler verilebilir. Ayrıca bu dönemde, çocuklara birikim yapabilmeye teşvik etmek ve harçlıklarını daha verimli düzeyde nasıl kullanılacağının anlatılması önemlidir (Cude vd., 2016).

c. 13-18 Yaş Grubu

Ergenlik yılları, finansal okuryazarlığın daha sofistike hale ulaştığı bir dnemdır. Bu dönemde, çocuklar tasarruf, yatırım, kredi ve borç gibi daha kapsamlı finansal kavramlarla tanışabilirler. Ayrıca, bu yaş grubunda bulunan çocuklar, kendi finansal kararlarını alabilecek olgunluk düzeyine erişirler ve sorumlu finansal seçimler yapabilmeyi öğrenmektedirler (Lusardi & Mitchell, 2014).

5) Finansal Okuryazarlık Eğitimi ve Stratejileri

Finansal okuryazarlık düzeyini arttırmanın en etkili yollarından birisi, eğitimidir. Çocuklar, gençler ve yetişkin bireyler için tasarlanan finansal okuryazarlık programları, kişilerin bu becerileri öğrenmelerini destekler. Literatürde yapılan birçok araştırma, finansal okuryazarlık eğitimlerinin bireylerin finansal becerilerini iyileştirdiğini göstermektedir (Lusardi, 2019). Bu eğitimler, bireylere finansal bilgiler sunmanın yanı sıra kazanılan bilgilerin yaşamlarında nasıl uygulanabileceğini de öğretmektedir.

Finansal okuryazarlık eğitiminde kullanılan başlıca yöntemler:

- **Okulda Finansal Eğitim:** Genç yaşlarda finansal eğitim ile tanışan bireyler gelecekteki finansal kararlarını daha bilinçli almaktadır (OECD, 2017). Finansal okuryazarlık eğitimi çocukların yaşına ve gelişim düzeyine uygun şekilde tasarlandığında onların bilişsel gelişimini desteklemeye katkı sunmaktadır. Okulların önemli bir amacı da öğrencileri hayata hazırlamaktır. Bu doğrultuda, günlük yaşam içerisinde önemli bir payı olan finansal kavramların okul müfredatlarında yer alması gerekmektedir.
- **Ebeveynlerin Rolü:** Aileler, çocuklarına finansal okuryazarlık becerilerini erken yaşlardan itibaren öncü rol oynayabilmektedir. Ebeveynler, harçlık yönetimi, tasarruf yapabilme ve borçlanma durumları gibi finansal konularda çocuklarına zemin oluşturabilmektedir. (Lusardi ve Mitchell, 2014).
- **Toplum Destekli Programlar:** Kamu kurumları ve sivil toplum kuruluşları, finansal okuryazarlık eğitim programları, seminerler vb. toplumsal katkı faaliyetleri düzenleyerek bireylerin finansal okuryazarlık alanında bilinçlenmesinde önemli görev üstlenmektedir. Birçok özel ve kamu kurumu, sivil toplum kuruluşları çocuklara finansal okuryazarlık becerileri kazandırmak amacıyla çeşitli eğitim faaliyetleri ve programlar tasarlamaktadır. Bu tür programlar vasıtasıyla çocuklar, finansa yönelik kavramları uygulamalı etkinlikler, çeşitli oyunlar ve hikayeler ile öğrenme imkanı bulmaktadır.

6) Çocuklara Finansal Okuryazarlık Kazandırma Yöntemleri

Finansal okuryazarlık, sadece yetişkin bireylere yönelik değil, çocuklar için de kritik düzeyde önemli bir beceridir. Erken yaşlarda alınan finansal okuryazarlık eğitimleri ile çocuklar gelecek yaşamlarında mali kararlarını daha sağlıklı ala-

bilmekte ve aldıkları kararların sorumluluğunu taşıyabilmeye yardımcı olmaktadır. Çocuklar, hayatlarının erken dönemlerinde finansal beceriler edindiklerinde, bu becerileri yaşamlarının geri kalanında kullanabilmekte ve sağlıklı finansal alışkanlıklar geliştirebilmektedir (Lusardi ve Mitchell, 2014). Fakat, çocukların finansal okuryazarlık becerilerini destekleyebilmek için etkili eğitim stratejilerinin uygulanmalıdır. Metnin bu kısmında, çocukların finansal okuryazarlık becerilerini desteklemek için kullanılabilecek etkili yöntemler detaylı bir şekilde yer verilecektir.

A)Finansal Okuryazarlık Eğitiminde Ailenin Rolü

Aile, çocuklara finansal okuryazarlık becerileri edindirmede en önemli rolü oynayan yapı taşlarından biridir. Çocuklar, küçük yaşlardan itibaren ailelerinin para yönetimi ve harcama davranışlarını gözlemleyerek onları model alır ve kendi finansal tutumlarını geliştirirler. Aileler, finansal okuryazarlık noktasında çocuklarına rehberlik ederek, onların bilinçli finansal alışkanlıklar edinmesine yardımcı olabilmektedir (Cude vd., 2016). Aile içindeki gündelik yaşama bağlı gelişen finansal konuşmalar, çocukların para ile ilgili tutum ve davranışlarını şekillendirir, bu durum çocukların gelecek yaşamlarında finansal sorumluluk almalarını kolaylaştırmaktadır. Çocuklar, finansal okuryazarlık becerilerini yalnızca kitaplardan ve okuldan değil, gerçek yaşam deneyimlerinden de geliştirebilmektedir. Ebeveynler, çocuklarına verdikleri harçlıklarını yönetmelerine destek sunabilmenin yanı sıra alışveriş yaparken onlara bütçe yönetme ve tasarruf etme konularında rehber olabilirler. Bu tür gerçek yaşam deneyimleri, çocukların finansal bilgi ve becerilerini pekiştirmeye katkı sunmaktadır (Lusardi & Mitchell, 2014).

Çocuklar, çevrelerini örnek alarak model alma yoluyla öğrenirler. Ailelerin ve öğretmenlerin finansal tutumları, çocukların finansal alışkanlıklarını şekillendirmekte önemli rol oynamaktadır. Örneğin, aileler rutin bir şekilde ev içi bütçe yaparak ve yapacakları harcamalarda dikkatli davranarak çocuklarına finansal sorumluluk kazandırmada model olabilmektedir. Bununla birlikte, aileler yaptıkları tasarruf ve yatırımlarda bilinçli seçimler sergileyerek çocukların finansal okuryazarlık becerilerinin gelişimi destekleyebilmektedir (Cude vd., 2016). Ailelerin, çocuklarına finansal okuryazarlık becerilerinin gelişimini desteklemek adına uygulayabileceği en iyi metotlardan biri onlara iyi birer rol model olabilmektir. Çocuklar, ailelerinin bütçe yönetimi ve tasarruf alışkanlıklarını gözlemledikleri için ailenin harcama yaparken bütçe oluşturabilmesi, tasarruf hedefleri belirleyebilmesi veya ihtiyaç dışı harcamalardan kaçınabilmesi, çocuğun finansal kararları nasıl alması gerektiği noktasında önemli bir örnek teşkil etmektedir (Lusardi ve Mitchell, 2014).

B) Finansal Okuryazarlık Eğitici Oyunlar ve Etkinlikler

Çocuklara finansal okuryazarlık becerileri kazandırmanın en keyifli ve etkili metotlardan biri, oyunlar ve etkileşimli etkinliklerden yararlanmaktır. Oyunlar, çocukların finansal kavramları keyifli bir şekilde öğrenmelerini kolaylaştırırken, bu kavramları günlük hayatlarına entegre etmelerine imkan tanımaktadır. Bu tür oyunlar, para harcama ve biriktirme becerisinin yanı sıra finansal karar vermeyi de desteklemektedir.

Eğitici oyunlar, çocukların finansal okuryazarlık becerilerini desteklemek adına sıklıkla kullanılan bir araçtır. Çocuklara para biriktirme, bütçeleme, harcama ve yatırım yapabilme gibi kavramları kazandırmak için finansal içerikli oyunlar oldukça etkili olabilmektedir. Örneğin, "Monopoly" gibi oyunlar, çocukların parayı yönetme becerisini desteklemeye katkı sunar. Bu oyunlar, finansal kararlar verebilmeyi ve bu kararları alırken stratejik düşünme kabiliyetini geliştirmektedir (OECD, 2017). Çocuklara finansal okuryazarlık kazandırma adına oluşturulan etkinlikler de oldukça faydalıdır. Bu etkinlikler, çocukların paraya yönelik farkındalıklarını arttırmakta ve finansal kavramları somut hale getirmektedir. Örneğin, çocuklara verilen harçlıkları kendi yönetme veya aile bütçesi içerisinde çeşitli katkı sunma gibi sorumluluklar verilebilir. Yapılan bu tür uygulamalar, çocukların finansal karar alma kabiliyetini destekler ve onların finansal sorumluluk kazanmasına yardımcı olmaktadır (Cude vd., 2016).

C) Hikaye ve Kitaplarla Finansal Okuryazarlık

Çocukların finansal okuryazarlık becerilerini desteklemenin bir başka yolu, finansal kavramları içeren hikayeler ve kitaplardır. Çocuklara yönelik hazırlanan bu kitaplar, onların finansal okuryazarlık yolculuğunu keyifli ve anlaşılır biçimde geliştirmelerine yardımcı olmaktadır. Kitaplar, çocuklara tasarruf edebilmenin, bütçe oluşturabilmenin ve finansal hedefler dizayn etmenin önemini aktarmakla birlikte, onlara doğru karar alma konusunda rehberlik etmektedir. Çocukların seviyesine uygun olarak hazırlanmış finansal okuryazarlık kitapları çoğunlukla hikaye formatında oluşturulur. Bu hikayeler, çocukların temel finans kavramlarını günlük yaşamdan örneklerle anlamalarına imkan tanımaktadır. Örneğin, bir çocuğun aldığı harçlıklardan yaptığı tasarruf ve birikimlerle arzuladığı bir hedefe ulaştığını aktaran bir hikaye, çocukların soyut kavramları daha kolay içselleştirmesine olanak tanımaktadır (OECD, 2017; Kelley ve Souter, 2018). Bir başka ifadeyle, çocuklara yönelik hazırlanmış finansal okuryazarlık kitapları, sofistike gibi görünen finansal kavramları basit seviyeye indirerek, çocukların anlayabileceği düzeyde sunar. Bu kitaplar, çocuklara dünyanın finansal boyutunu tanıttırma anlamında önemli rol oynamaktadır.

D) Dijital Araçlar ve Uygulamalar

Dijitalleşme, finansal okuryazarlığın gelişiminde önemli bir yere sahiptir. İnternetin ve mobil uygulama platformlarının yaygın hale gelmesiyle beraber, bireylerin finansal ürünlere ve hizmetlere erişimi daha kolay olmaktadır. Bu durum, finansal okuryazarlık bakımından hem fırsatları hem de çeşitli zorlukları barındırmaktadır. Dijital araçlar, çocukların finansal okuryazarlık becerilerini etkileşimli ve eğlenceli şekilde kavramalarını desteklemektedir. Değişen ve gelişen global dünyada dijital ortamlarda finansal okuryazarlığın artırılması, kullanıcıların dijital platformlardan bilinçli bir şekilde istifade etmelerini sağlar ve dijital finansal okuryazarlık kavramı ön plana çıkmaktadır. Bu bağlamda, dijital mecralar ve uygulamalar finansal bilgiye erişimi daha kolay kılmakta, bireylerin alacakları kararları farkındalıkla ve bilinçli bir biçimde almalarına imkan sunmaktadır. Dijital çağda, çocuklar için finansal okuryazarlığı destekleyici eğitimler, mobil oyunlar ve uygulamalar ile de desteklenebilmektedir. Bu araçlar vasıtasıyla çocuklara tasarruf harcama ve yatırım becerilerine yönelik bilgiler verilirken onların dijital mecrada daha bilinçli ve güvenli finansal kararlar oluşturmalarını desteklemektedir (Lusardi ve Mitchell, 2014; Lusardi, 2019).

7) Dünyada ve Türkiye’de Çocuk ve Finansal Okuryazarlık ile İlgili Gelişmeler

Global dünyada çocukların finansal okuryazarlık becerileri, 21. Yüzyılda önemi gittikçe artan bir konu haline gelmiştir. Pek çok ülke, genç nüfuslarının finansal becerilerini desteklemek ve geliştirmek amacıyla okullarda finansal okuryazarlık derslerini ve içeriklerini müfredatta yer vermeye başlamıştır. Bu alanda yapılan çalışmalar, çocukların erken yaşlarda finansal eğitim almalarının onların finansal kararlarını daha bilinçli almalarını desteklediğini ortaya koymaktadır. 2020 yılında yapılan bir çalışma, 15 yaş ve altındaki çocukların finansal okuryazarlık düzeylerinin, ekonomik kaynaklara erişebilme ve eğitim imkanları ile güçlü bir ilişkinin bulunduğunu göstermiştir (OECD, 2020; Lusardi ve Mitchell, 2014).

a. ABD’de Çocuklar ve Finansal Okuryazarlık

Amerika’da çocuklara yönelik finansal okuryazarlık eğitimleri ve çeşitli devlet destekli programlar okul müfredatlarında yer almaktadır. Bu programlarda, genellikle simülasyonlar, oyunlar ve etkileşimli etkinliklerden oluşmakta ve çocuklara finansal kavramlar öğretilmektedir (Hastings vd., 2013). Ek olarak, pek çok eyalette finansal okuryazarlık dersi zorunlu hale getirilmiş, böylece çocukların finansal okuryazarlık becerilerinin desteklenmesi sağlanmıştır. Örneğin, 2018’de

yapılan bir araştırmaya göre, 21 Amerikan eyaletinde finansal okuryazarlığa yönelik derslerin okullarda zorunlu hale getirildiği rapor edilmiştir (Mandell & Klein, 2019). Amerika Birleşik Devletleri'nde yapılan çeşitli araştırmalar, çocukların finansal okuryazarlık düzeylerinin, ebeveynlerinin finansal durumları ve eğitim düzeyleri ile yakından ilintili olduğuna işaret etmekle birlikte Mandell (2008) yaptığı bir araştırmada, ABD'deki lise öğrencilerinin önemli bir kısmının finansal okuryazarlık konusunda yeterince bilgiye sahip olmadığını ortaya çıkarmıştır. Bununla beraber, ülkede finansal okuryazarlık eğitime yönelik yapılan çalışmalar, çocukların finansal okuryazarlık becerilerini destekleyebilmek için interaktif araçlar ve eğitici oyunlar kullanmayı vurgulamaktadır. Ayrıca, çocukların finansal bilgiye olan istek ve ilgilerini arttırmak amacıyla, okul dışı eğitim uygulamaları ve dijital platformlardan yararlanılmaktadır (Lusardi ve Mitchell, 2014).

b. Avrupa'da Çocuklar ve Finansal Okuryazarlık

Avrupa ülkelerinde finansal okuryazarlık konusu özellikle 2000'li yılların başından itibaren gittikçe önem kazanmıştır. Avrupa'da çocuklara finansal okuryazarlık becerilerini desteklemeye yönelik çeşitli girişimler mevcuttur. Avrupa Komisyonu tarafından 2012 yılında finansal okuryazarlığın gençler arasında yaygınlaşması adına bir eylem planı başlatılmıştır. Bu plan, okullarda finansal okuryazarlığa yönelik programlarının yaygınlaştırılmasını, öğretmenlerin eğitimini ve öğrencilere finansal beceriler kazandırmayı amaçlamaktadır (European Commission, 2012).

Avrupa Komisyonu tarafından 2014 yılında yayımlanan "Financial Education in Europe" raporuna göre, Avrupa'daki pek çok ülkenin çocuklara yönelik finansal eğitim programları geliştirdiği belirtilmiştir. Örneğin, Almanya, İngiltere ve Hollanda gibi ülkelerde, çocukların erken yaşlarda finansal okuryazarlık becerilerini desteklemeye yönelik özel müfredatlar hazırlanmıştır. Hazırlanan eğitim içeriklerinde, paranın nasıl kazanılıp harcandığı, birikim ve yatırım gibi finansla ilgili temel kavramlar öğretilmektedir. (Atkinson & Messy, 2012). Örneğin, Almanya'da "Money Fit" adlı program, gençlerin finansal okuryazarlığını desteklemeyi amaçlayan bir eğitim programı olarak ön plana çıkmaktadır. Bu programda, öğrenciler finansal kavramları öğrenmekle birlikte kendi bütçelerini yönetebilme konusunda pratik yapma imkanı bulmaktadır (Bucher ve Müller, 2018). Fransa'da ise, finansal okuryazarlık eğitimleri, genellikle simülasyonlar ve oyunlar vasıtasıyla verilmektedir. Bu metotların, öğrencilerin finansal terimleri daha iyi anlamlandırabilmelerine olanak tanıdığı vurgulanmaktadır (Giraud, 2019).

c. Avustralya ve Yeni Zelanda'daki Finansal Okuryazarlık Eğitim Programları

Avustralya ve Yeni Zelanda, finansal okuryazarlığa yönelik eğitimleri erken yıllardan itibaren önemseyen ülkeler arasındadır. Avustralya'daki "Financial Literacy Foundation", çocukların finansal okuryazarlığa yönelik becerilerini desteklemek adına bazı eğitim araçları ve dijital materyaller geliştirmiştir. Bu uygulamalar, çocuklara parayı yönetebilme ve tasarruf edebilme gibi finansal becerilere temel oluşturmaktadır (Brown vd., 2013). Her iki ülkede de finansal okuryazarlık eğitimleri, oyun tabanlı ve etkileşimli öğrenme metodlarıyla desteklenmektedir. Avustralya'daki "MoneySmart" ve Yeni Zelanda'daki "Sorted" programları, çocukların finansal becerilerini destekleyecek materyaller sunmaktadır. Bu programlarda çocuklara, katılımı teşvik edici interaktif etkinlikler ve simülasyonlar sunulmakta, edinilen bilgiler günlük yaşama entegre edici pratik beceriler ile desteklenmektedir. Avustralya'daki "MoneySmart" programına yönelik 2018'de yapılan bir değerlendirmede, çocukların finansal bilgilerini arttırmakta etkili bir program olduğu fakat bu bilgilerin kalıcılığının sağlanabilmesi için sürekli tekrarlar ve uygulama gerektirdiği vurgulanmıştır (ASIC, 2018). Yeni Zelanda'daki "Sorted" programı da benzer biçimde, öğrencilerin finansal becerilerini pekiştirmenin yanı sıra öğretmenlerin ve ailelerin de sürece katılımının önemine işaret etmektedir (Sorted, 2021).

d. Türkiye'de Finansal Okuryazarlık Eğitim Programları

Türkiye finansal okuryazarlık konusunda, özellikle Türkiye Cumhuriyet Merkez Bankası (TCMB) ve Borsa İstanbul (BIST) gibi kurum ve kuruluşların öncülüğünde yaygınlaştırma girişimlerinde bulunulmuştur. 2008 yılında finansal okuryazarlık ve finansal davranışları iyileştirmek amacıyla "Finansal Okuryazarlık Strateji ve Eylem Planı" tasarlanmıştır. Bu eylem planı, 2023 yılına kadar sürdürülecek çeşitli projelerden oluşmakta ve bu süreçte eğitimlerin yaygınlaştırılması amaçlanmıştır (Türkiye Cumhuriyet Merkez Bankası, 2022). Bu stratejinin en güçlü bileşenlerini okulları ve toplumu kapsayan finansal okuryazarlık eğitimleri oluşturmaktadır. Örneğin, Borsa İstanbul (BIST), finansal okuryazarlık düzeyini artırma düşüncesiyle okullarda finansal içerikli eğitimler gerçekleştirmekte ve gençlerin finansal kararlarının daha bilinçli bir şekilde alınmasını desteklemektedir. BIST'in düzenlediği "Borsa İstanbul Finansal Okuryazarlık Eğitim Programı", öğrencilere yatırım araçları, bütçe yönetimi ve finansal planlama gibi konularda bilgiler sunmaktadır (Borsa İstanbul, 2023).

Ülkemizde çeşitli bakanlıklar da çocukların ve öğrencilerin finansal okuryazarlık becerilerini destekleyici faaliyetler de bulunmaktadır. Milli Eğitim Bakanlığı (MEB) Türkiye Yüzyılı Maarif Modeli'nde (TYMM) okuryazarlık becerileri çatısı altında finansal okuryazarlık becerileri destekleyici programlara yer vermiştir. Bu program, para yönetimini sağlama, geliri anlama, bilinçli harcama yapma ve borçlanma, Finansal teknolojileri anlamlandırma, düzenli tasarruf yapma ve yatırımları yönetme gibi içeriklerden oluşmaktadır (TYMM, 2023). Ayrıca Hazine ve Maliye Bakanlığı Sermaye Piyasası Kurulu tarafından Türkiye'nin Finansal Okuryazarlık Platformu oluşturulmuş ve e-devlet üzerinden erişime açılmıştır (Hazine ve Maliye Bakanlığı, 2024).

Sonuç

Dünyada ve Türkiye'de çocuklara finansal okuryazarlık becerileri kazandırmanın önemi giderek artmaktadır. Finansal okuryazarlık becerilerini, yalnızca bireysel kararları ve sonuçları değil, toplumsal kalkınma için de oldukça önemli bir faktör olarak nitelendirmek mümkündür. Çocuk ve genç bireylerin finansal okuryazarlık seviyesinin ve farkındalığının desteklenmesi yalnızca gelecekteki bireysel finansal güvenlikleri için değil aynı zamanda toplumun daha sorumlu ve bilinçli finansal davranışların oluşması adına kritik bir öneme haizdir. Bu doğrultuda finansal okuryazarlık eğitimlerinin yaygınlaştırılması, niteliğinin artırılması ve çeşitlendirilmesi yarınlarımızın finansal güvenliği adına elzem bir konudur. Bu noktada kamu kurumları, özel kurumlar ve sivil toplum kuruluşlarının eğitici eğitimleri, ailelere ve çocuklara yönelik eğitimlerin düzenlenmesi önerilmektedir.

Kaynaklar

- Atkinson, A., & Messy, F. (2012). Financial Literacy and Financial Education in Europe. OECD Working Papers on Finance, Insurance and Private Pensions, 15.
- Australian Securities and Investments Commission (ASIC). (2018). MoneySmart: Financial Literacy in Schools. ASIC.
- Behrman, J. R., Mitchell, O. S., Soo, C., & Bravo, D. (2012). The Effects of Financial Literacy on Financial Behaviors: A Study of Mexican Adults. *The Journal of Economic Psychology*, 33(3), 6-19.
- Borsa İstanbul. (2023). Borsa İstanbul Finansal Okuryazarlık Eğitim Programı. Erişim adresi: <https://www.borsaistanbul.com/tr/sayfa/4517/borsa-istanbul-finansal-okuryazarlik-egitim-etkinligi-kayit-formu>
- Brown, P., et al. (2013). Financial Literacy and Education in Australia. Financial Literacy Foundation.
- Bucher, C., & Müller, H. (2018). Money Fit: A financial literacy program for young people. *Journal of Economic Education*, 49(4), 315-328.
- Cude, B. J., Lawrence, F. C., & Ruble, A. M. (2016). Financial Literacy and Financial Education: A Review of the Literature. *Journal of Financial Counseling and Planning*, 27(2), 148-160.
- European Commission. (2012). Financial literacy in the European Union: A study on the financial literacy of young people. European Commission.
- Giraud, D. (2019). Financial education in schools: A case study from France. *International Journal of Consumer Studies*, 43(6), 563-572.
- Hastings, J. S., Madrian, B. C., & Skimmyhorn, W. L. (2013). Financial literacy, financial education, and economic outcomes. *Annual Review of Economics*, 5, 347-373.
- HMB (2024). Türkiye'nin Finansal Okuryazarlık Platformu. Erişim adresi: <https://finansalokuryazarlik.gov.tr/>
- Kelley, M., & Souter, M. (2018). Teaching Kids About Money: A Guide for Parents and Educators. Educational Psychology Press.
- Lusardi, A. (2019). Financial literacy and the need for financial education: Evidence and implications. *Swiss Journal of Economics and Statistics*, 155(1), <https://doi.org/10.1186/s41937-019-0027-5>
- Lusardi, A., & Mitchell, O. S. (2011). Financial literacy and planning: Implications for retirement wellbeing (No. w17078). National Bureau of Economic Research. <https://doi.org/10.3386/w17078>
- Lusardi, A., & Mitchell, O. S. (2014). The economic importance of financial literacy: Theory and evidence. *American Economic Journal: Journal of Economic Literature*, 52(1), 5-44. <https://doi.org/10.1257/jel.52.1.5>

- Mandell, L. (2008). Financial Literacy of High School Students. *Journal of Consumer Affairs*, 42(2), 346-359.
- Mandell, L., & Klein, L. (2019). The effects of financial literacy education on subsequent financial behaviors. *Journal of Financial Counseling and Planning*, 30(2), 250-263.
- MEB(2023). Türkiye Yüzyılı Maarif Modeli. Okuryazarlık Becerileri. Erişim adresi: <https://tymm.meb.gov.tr/beceriler/okuryazarlik-becerileri>
- OECD (2017). G20/OECD INFE Report on Adult Financial Literacy in G20 Countries. OECD. <https://doi.org/10.1787/04fb6571-en>
- OECD (2018). OECD/INFE Toolkit for Measuring Financial Literacy and Financial Inclusion. Organisation for Economic Co-operation and Development. <https://doi.org/10.1787/dcr-2017-en>
- OECD (2020). OECD/INFE 2020 International Survey of Adult Financial Literacy. OECD Publishing. <https://doi.org/10.1787/145f5607-en>
- Sorted. (2021). Sorted: Financial Literacy Program for New Zealand. Sorted.
- TCMB. (2022). Finansal Okuryazarlık Stratejisi ve Eylem Planı. Türkiye Cumhuriyet Merkez Bankası. Erişim adresi: <https://www.tcmb.gov.tr/wps/wcm/connect/TR/TCMB+TR/Main+Menu/Banka+Hakkinda/Egitim-Akademik/Finansal+Okuryazarlik/Genelge+ve+Eylem+Plani/>



BÖLÜM 10

Siyasi ve Diplomatik Yönleriyle Türkiye'nin Kardeş Şehir Uygulamaları (1958-1991)

Bahattin Demirtaş¹

¹ Prof. Dr., Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi, PFEF, Tarih Bölümü
ORCID: 000-0001-8452-0019

Giriş

Kardeş şehir, yerel birimlerin (yönetimlerin), uluslararası faaliyetlere katılması, uluslararası iş birliklerinden faydalanması ve kendi menfaatlerini uluslararası alanda görünür kılması adına uygulanan uluslararası yerel politika örneğidir. Kardeş şehir ilişkisinin muhatabı (tarafı) olan iki farklı ülke şehrinin birlikte hareket etmesi ve uzun vadeli olarak ortak hizmetlerde bulunulması ve yardımlaşmayı ifade etmektedir.² Bu bağlamda, iki kardeş şehir; ticari, ekonomik, kültürel, idari ve bilimsel (teknolojik) alanlarda birlikte hareket etme ve karşılıklı menfaat elde etme imkânına kardeş şehir uygulaması (iş birliği) vasıtasıyla sahip olur (Özmen 2018: 18-20: Aslantatar 2022: 6-7: Avşar vd. 2022: 213).

Kardeş şehir uygulamasına dair ilk örnek, Paderborn (Alman) ile Le Mains (Fransa) arasında 836 yılında kurulan ortak kültürel işbirliğidir. 1710'da, New Bern, Kuzey Carolina ve Bern arasında buna benzer bir uygulama söz konusudur. Kayıtlara geçen ilk çağdaş kardeş şehir antlaşması ise İngiltere'nin Keighley şehri ile Fransa'nın Poix-du Nord şehirleri arasında 1920 yılında imzalanmıştır (Aktulun 2015: 67-68).³

Avrupa'da hız kazanmaya başlayan ve “Sister City” olarak ifade edilen kardeş şehir hareketi kısa süre içerisinde ABD şehirlerini de daha fazla etkisi altına almaya başlamıştır. Bunda Soğuk Savaş Dönemi'nin en önemli aktörlerinden biri olan ABD'nin ulusal ve uluslararası güvenlik stratejileri de etkili olmuştur. ABD'nin savaş sonrası değişen siyasî ve askerî stratejisinin ilk önemli somut örneklerinden biri 14 Nisan 1950 tarihinde Millî Güvenlik Kurulu'nda kabul edilen NSC 68 belgesi olmuştur. NSC 68'e göre muhtemel bir Sovyet atom taarruzu ABD'nin topyekûn seferberlik ve silahlanmasına olumsuz etki edecektir. Bu nedenle gereken ulusal önlemler alınmalıdır (Ataç ve Çam: 599, 628). Başkan Eisenhower döneminde bu defa “Yeni Bakış Stratejisi” (New Look Strategy) adındaki bir Ulusal Güvenlik Konseyi kararı alınmıştır. ABD'nin milli güvenlik politikasını oluşturan NSC-162/2 sayılı rapora göre şekillenen bu stratejik plana göre psikolojik savaş faaliyetleriyle bağlantılı olarak, komünist tehdit altındaki

² “Ülkeler kardeş şehir ilişkilerini kendi siyasi, sosyal, ekonomik çıkarlarına göre kurgulamaktadırlar. Kardeş şehir ağlarında birlikteliklerin oluşmasında kilit rol oynayan etkili faktörler arasında, ülkelerin tarihi ve kültürel mirasları, soy bağları, coğrafi yakınlıkları, çok farklı köklerden oluşan nüfus yapıları, ticari, teknik altyapıları, eğitim ve sağlık imkânları, turizm olanakları konuları yer almaktadır. Bu kapsamda kurulan bağlar hem ulusal hem de uluslararası ölçekteki etkileşimler ile sağlanabilecektir.” (Avşar vd. 2022: 223).

³ “İlgili literatür incelendiğinde Avrupa Devletleri ve sömürgeleri haricindeki ülkeler arasında mevcut sivil ve yerel toplumlar arasındaki ilişkilerin hiç değerlendirilmeye alınmadığı görülmektedir. Bu noktadan hareketle, Osmanlı Devleti henüz topraklarına katmadığı Mekke ve Medine'ye ilki 1389'da olmak üzere “surre” ismiyle anılan hediyeler ve yardımlar göndermiş, bu hediyeler aracılığıyla Türk ve Arap toplumları arasında bir muhabbet ve hürmet bağı oluşturularak birbirlerine yakınlaşması sağlanmıştır. Bu gelenek Osmanlı Devleti yıkılana dek sürdürülmüştür.” (Gezici ve Kocaoğlu 2018: 117).

lkelerde CIA tarafından gizli operasyonlar yürütülmesi üzerinde durulmuştur (Sporrer 2019: 34-35).

11-12 Eylül 1956 tarihleri arasında Washington’da düzenlenen “Yurttaş Diplomasisi Konferansı”ndan sonra yerel yönetimler kardeş şehir ilişkileri konusunda daha fazla teşvik ve organize edilmeye başlanmıştır. “Uluslararası Kardeş şehirler (Sister Cities International) Komisyonu” başkanlığına Başkan Eisenhower tarafından Mark Bortman atanmıştır Uluslararası Kardeş şehirler Komitesi ABD topluluklarını dünyanın her yerindeki diğer topluluklarla bağlantılandırmak için çalışmaya başlamıştır. Bu sivil komitenin kurulmasından kısa bir süre sonra yaklaşık kırk üyeden oluşan birbiriyle bağlantılı ülkeler arasında kardeş şehir uygulaması başlamıştır. Uluslararası Kardeş şehirler Komitesi, gönüllülerin ve üyelerin programlarını organize etmelerine, oluşturmalarına ve yönetmelerine yardımcı olmak için Amerika Birleşik Devletleri’ndeki yüzlerce toplulukla birlikte çalışmaya başlamıştır.

Türkiye’nin ilk kardeş şehir uygulaması ise 1958 yılında başlamış, yıllar içinde Dünya’nın birçok bölgesinde yer alan ülke şehirleri ile yüzlerce kardeş şehir ilişkisi kurulmuştur. Bu rakamlar Sovyet Sosyalist Cumhuriyetler Birliğinin dağılması ve iki kutuplu dünyanın sona ermesinden günümüze kadar üç binleri bulmuştur.

1.Siyasi ve Diplomatik İşlevler ve rnekleri

Merkezi düzeyde kabul edilen dış politikanın desteklenmesi, uygulamaya konulması ve sürdürülebilir olması hükümetlerin dışındaki daha alt düzeydeki bu örgütlenmelerin yabancı ülkelerdeki etkinliğe bağlıdır. Belediyelerin kendi aralarında kurduğu kardeş şehir işbirlikleri de bu çerçevede stratejik bir öneme sahiptir. Kardeş şehir ilişkilerinin geliştirdiği çok yönlü ilişkiler ağı, etkin yararlanıldığında ülkelerin dış politikalarına da destekleyici ve yön verici bir kaynak olabilmektedir. Bu çerçevede uluslararası örgütlerde birbirlerine destek sağlanması, ülkelerdeki dış politika, ticaret, yatırım vb. konularla ilgili kararlarda lobicilik yapılabilmesi, ülke parlamentolarında şehirleri temsil eden parlamenterlere lobicilik çerçevesinde ulaşılabilmesi ve lobicilik desteği sağlanabilmesi gibi konularda kardeş şehir işbirlikleri önemli fırsat ve imkânlar sunmaktadır (Oktay 2014: 17).

Türkiye’nin ilk kardeş eşleşmesi 1958 yılında Torrance Belediyesi (ABD) ile Konya Belediyesi arasında yapılmıştır. Ancak bu kardeş şehir ilişkisi kısa sürmüş ve uygulamaları günümüze kadar devam edememiştir (alışkan ve Bay, 2020, s. 75, 78). Ancak bu ilk örnekten yerel yönetimlerin merkezî hükümet istikametinde

dış ilişkilerini şekillendirdiği ve buna göre Meclis kararı alabildiği de görülmüştür. Nitekim Kıbrıs Barış Harekâtından sonra ABD'nin Türkiye'ye yönelik uygulanan ambargo kararı üzerine dönemin Konya Belediyesi Başkanı Sıtkı Bilgin, bu şehirden fahri hemşehrilik berati ve şehrin anahtarını almış ve bu şehir ile olan kardeş şehir ilişkisini 10 Şubat 1975 tarihinde meclis kararı ile sonlandırılmıştır (Güleç 2021: 251).

1963 yılında bir başka Amerika şehri olan Alexandria ile Bolu birbirini “dost şehir” ilan etmiştir. Bu gelişme nedeni ile Alexandria şehrinde Türkiye'nin Amerika Büyükelçisi Turgut Menemencioğlu'nun da katıldığı bir tören yapılmış, okul öğrencilerinin Bolulu öğrencilere hediye ettikleri 2.000 kitap Büyükelçiye verilmiş ve bir Türkiye sergisi açılmıştır. Ayrıca her iki şehir halkı birbirlerine mektup yazmaya başlamışlardır. Alexandria Belediye Başkanı Marin, bu hareketin iki lisesi kız üzerinde çok büyük tesir yaptığını ve tatillerinde Bolu'ya “barış gönüllüsü” olarak gideceklerini açıklamıştır (Cumhuriyet 18 Şubat 1963).

Türkiye'de kardeş şehir bağlantılarının istikameti 1964 yılından itibaren ağırlıklı olarak Avrupa ülkelerine doğru yoğunlaşmıştır. Bunda Türkiye'nin coğrafi bakımdan Avrupa kıtasına yakınlığının yanı sıra Avrupalı ülkelerle yapılan iş-gücü alımı antlaşmaları ve dış politikada yaşanan sorunlarda etkili olmuştur. Nitekim Kıbrıs konusunda ABD'nin ve bizzat Başkan Johnson'un takındığı Türkiye aleyhtarı olan tavır Türk halkının tepkisini çekmiştir. Aynı yıllarda Avrupa ülkelerinin iş gücü talebi nedeni ile Türkiye ile olan faaliyetlerini artırması ise Türk halkını Avrupalılar ile daha fazla kaynaştırmaya başlamıştır. Avrupalı ülkeler ile Türkiye arasında güçlü siyasi, iktisadi ve kültürel bağların kurulması mümkün olmuştur. Böylece Türkiye'nin Avrupa'daki ilk kardeş şehir ilişkisi 1964 yılında Bergama Belediyesi (İzmir) ile Böblingen Belediyesi (Batı Almanya) arasında başlamıştır (Çalışkan ve Bay 2020: 75, 78).⁴

Bergama Belediyesinden sonra Türk şehirlerinin kardeşlik bağlantısı yine bir Avrupa ülkesi olan Batı Almanya şehirleri ile devam etmiştir. O yıllarda çok sayıda Türk işçiyi ülkesine kabul eden Batı Almanya'nın Kolonya (Köln) şehri Belediye Başkanı 1964 yılında Konya Belediye Başkanına bir mektup göndererek, Konya ile kardeş şehir olmak istediklerini bildirmiştir. Konya Belediye Başkanı, bu mektuba verdiği cevapta Kolonya ile Konya arasında yakın benzerlik bulunduğunu ve Türklerin, Alman milletini daima sevdiğini belirterek şunları kaydetmiştir: “İki şehir halkı arasındaki yakınlaşmayı sağlayacak münasebetlerin en

⁴ Bergama ile Yunanistan'ın Midilli şehri arasında 1988 yılında kardeş şehir antlaşması yapılmıştır. (<https://bergama.bel.tr/bergama/kardes-sehirlerimiz/>)

kısa zamanda kurulması, bizler için bir zevk ve şeref meselesi olacaktır.” (Cumhuriyet 11 Nisan 1965).⁵

Kolonya ve Konya şehirlerinden sonra Türkiye’nin turizm şehri Antalya ile Cote d’Azor diye bilinen Fransız Rıvıerası 1965 yılında kardeş şehir anlaşması imzalamıştır. Fransa’nın Akdeniz kıyısında bulunan bu bölge Antalya gibi turizme açık bir yerleşim yeri olması ile dikkat çekmiştir. Aynı yıl içinde bir diğer kardeş şehir anlaşmaları ise İstanbul ile Rio de Janeiro ve Leningrad arasında gerçekleşmiştir. Bunlardan İstanbul ve Leningrad arasındaki işbirliği özellikle Soğuk Savaş yıllarının sone ermeye yaklaşması ile çok daha fazla ivme kazandı. Nitekim 1960’lı yılların sonunda Dünya’da artan ABD ve emperyalizm karşıtlığının etkileri Türkiye’de de yaşanmaya başlamıştır. 68 Kuşağı olarak kendini gösteren ideolojik ve sosyal olaylar arasında Türkiye Cumhuriyeti Cumhurbaşkanı Cevdet Sunay’ın 1969 yılında gerçekleşen SSCB gezisi ilginç bir ayrıntı olmuştur. Bir Türk cumhurbaşkanının gerçekleştirdiği bu ilk Rusya gezisi sırasında İstanbul ve Leningrad’ın kardeş şehir konumları gündeme taşınmış ve iki ülke arasında dostane ilişkiler temenni edilmiştir. Cevdet Sunay, Leningrad şehri İcra Komitesi tarafından şerefine verilen akşam yemeğinde yaptığı konuşmada, “Türkiye’nin genel ve devamlı barışın kurulması için yalnız komşularıyla değil bütün dünya memleketleriyle dostane ilişkiler kurmak ve geliştirmeyi kendisine ödev saydığını” söylemiştir. Cumhurbaşkanı Sunay, kardeş şehir olan İstanbul ve Leningrad’ın güzelliklerinden de söz etmiştir. Daha sonra şehir içerisinde bir gezinti yapan Sunay beraberindeki 1917’de Lenin’in Sovyet İhtilalini idare etmiş olduğu Simolny Müzesine giderek burasını ve daha sonra Hermitage sanat galerisini gezmiştir. Geceyi Leningrad’da geçiren Sunay ve Türk Heyeti, 15 Kasım günü uçakla Leningrad’dan Kiev’e hareket etmiştir (Cumhuriyet 15 Kasım 1969).

1970’li yıllarda kardeş şehir anlaşmaları daha da artmaya başlamıştır. O yıllarda ilk olarak Konya Belediyesi, Güney Vietnam’ın Tay-Ninh şehri ile kardeş şehir anlaşması yapmıştır. Konya Belediyesi 1973 yılında bu kardeş şehre dostluk ve iyi niyet paketi göndermeye karar vermiştir. Konya Belediye Meclisi, yeni açılan bir caddeye, “Tay-Ninh Caddesi” adını vermiştir (Cumhuriyet 5 Ocak 1973). Konya’dan sonra başkent Ankara ile Güney Kore’nin başkenti Seul 1971 yılında kardeş şehir ilan edilmiştir. Bu konudaki protokol Seul Belediye Başkanı ile Ankara Belediye Başkanı Ekrem Barlas adına Türkiye Büyükelçisi Bülent Kestelli tarafından imzalanmıştır (Milliyet 24 Ağustos 1971). Zaman zaman yeni protokoller ile devam eden Ankara-Seul kardeşliği 1973 yılında Kore’de yaşanan

⁵ Konya Belediyesi 1966 yılında Mısır’ın Damanhur, 1970 yılında Tunus’un Kairouan ve 1990 yılında Çin’in Urumçi şehri ile de kardeş şehir anlaşmaları imzalamıştır (Güleç 2021: 244).

Türk askerleri anasına Ankara Büyükşehir Belediyesi'ne Kore Anıtı'nın hediye edilmesi ile perçinleşmiştir.

1972 yılına gelindiğinde bu defa Hollanda'nın Zaandam şehri Belediyesi, Ordu ilini kardeş şehir ilan etmiştir. Bu karara, Ordu Belediyesinden Zaandam Başkanlığına gönderilen Karadeniz fındığı ve Türk sigaralarından meydana gelmiş bir armağan yol açmıştır. Ordu Belediyesi, Zaandam şehrinde çalışan ve ikamet eden hemşerilerine Zaandam Belediyesinin gösterdiği yakın ilgi ve yardımlara teşekkür etmiş ve Ordu mahsulü olan Karadeniz fındığı ve Türk sigaralarından oluşan bir armağan göndermiştir. Bu jest karşısında Zaandam Belediyesi, Ordu ilini kardeş şehir olarak kabul ettiğini bildirmiştir. Zaandam Belediyesi şehirde oturan Türk vatandaşlarına her türlü yardımı yapmış ve bu arada yabancı işçilerin en büyük dertlerinden biri olan mesken problemini hallederek hiçbir Türk vatandaşı açıkta bırakmamıştır (Cumhuriyet 12 Haziran 1972).

Cumhurbaşkanı Cevdet Sunay'ın gezisinden sonra olumlu bir yön alan Türkiye ve SSCB arasındaki dostane münasebetler ilerleyen yıllarda da devam etmiştir. 1975 yılında bu defa İstanbul Belediye Başkanı Ahmet İsvan'ın Leningrad'a davet edilmesi bunun bir başka örneği olmuştur. İstanbul Belediye Başkanı Ahmet İsvan beraberinde eşi, başkan yardımcısı Sezai Pakdinçer ve Meclis üyesi Reşat Uzun olduğu halde 29 Ağustos 1975 tarihinde Leningrad'a gitmek üzere uçakla Moskova'ya hareket etmiştir. İsvan, İstanbul'dan ayrılırken ziyareti ile ilgili olarak özetle şu açıklamayı yapmıştır: "İstanbul ve Leningrad Belediyeleri arasında 10 yıldan fazla bir süreden beri yürütülmekte olan kardeş kent ilişkileri içinde karşılıklı ziyaretler yapılmaktadır. Leningrad Belediye Başkanı Kazakov'un İstanbul ziyaretlerini iade etmek üzere Leningrad'a yapacağım bu ziyarette, Belediye ile ilgili çeşitli konular ve özellikle metro işletmeciliği ile ilgili incelemeler yapma olanağını bulacağımı sanıyorum. Bu ziyaretimin, Leningrad ve İstanbul halklarının birbirlerini tanımalarında katkısı olmasını dilerim." (Cumhuriyet 30 Ağustos 1975). Leningrad Belediye Başkanı Kazakov tarafından karşılanan İsvan SSCB'de bulunduğu süre zarfında hem İstanbul ve Moskova arasındaki siyasi mesafeyi daha da kısaltmıştır.

1970'li yılların sonunda bir Uzakdoğu şehri olan Japonya kardeş şehir işbirliğine bir başka örnek olmuştur.⁶ Antalya Belediye Başkanı Selahattin Tonguç, Japon Radyo TV'sinde kendisi için hazırlanan bir programa katılmıştır. Antalya'ya

⁶ "1970'li yıllarda kardeş şehir anlaşmaları artmaya başlamış; bu dönemde daha demokratik ve özerk belediyeçilik anlayışı içinde yeni belediyeçilik arayışlarının etkisi yerel yönetim unsurlarında kendini göstermiştir. Bu dönemde İstanbul Belediyesinde (Japonya/Şimonoseki-1972, Pakistan/Lahor-1975), İzmir'e bağlı Selçuk Belediyesinde (Avusturya/Lienz-1973), Bursa Belediyesinde (Almanya/Darmstadt-1971, Bosna Hersek/Saraybosna-1972) ve Kütahya Belediyesinde (Macaristan/Pecs-1975) kardeş şehir anlaşmalarının

kardeş kent ilan eden Japonya'nın Maizuru kentine konuk olarak giden Tonguç, Japon TV'si ile ilgili şunları söylemiştir: "Japonlar, ileri teknolojinin tüm olanaklarından yararlanıyorlar. Bunun sonucu olarak cadde ve sokakların yanı sıra, hemen hemen her evde bir ya da iki TV cihazı görmek mümkün. 12 kanaldan yayın yapan Japon TV'sinin bir kanalı tümüyle devletin tekelinde. Bu kanal tüm eyalet ve kentlerden rahatlıkla izlenebiliyor. Öteki 11 kanal ise özel TV şirketleri tarafından işletiliyor." Japon TV'sinin 24 saat durmaksızın yayın yaptığını söyleyen Antalya Belediye Başkanı Selahattin Tonguç, TV vergisinin de oldukça ucuz olduğunu belirtmiştir: "Japonlar, TV vergisi olarak ayda 200 lira veriyorlar. Japonya'da bir tek muzun 150, bir dilim karpuzun 200 lira olduğunu düşünürseniz bu verginin ne derece az olduğu daha iyi anlaşılır. Bu arada Japon TV'si reklamcılıkta da Amerikan sistemini kullanıyor. İlgi duyulan bir program en heyecanlı yerinde kesiliyor ve araya reklam spotu giriyor." (Milliyet 14 Aralık 1978).

Kardeş şehir işbirliğinde 1980'li yıllardan sonra da Japonya'nın ayrı bir yeri olmuştur. Japonların Osmanlı Devleti Döneminde başlayan dostluk ilişkileri 1981 yılında da devam etmiştir. Nitekim Kuşimoto Belediye Başkanı Shiozu, Samsun Yakaköy'ü kardeş şehir olarak seçmiştir. Ancak Yakaköy ile Kuşimoto'nun iletişimi yeterli olmamış ve Belediye Başkanı Shiozu, "Biz buradan Türkiye'ye Kuşimoto'daki çocukların çizdiği resimleri gönderdik, Türkiye'den de burada bir sergi açmak amacı ile böyle resimler istedik. Ama şimdiye kadar cevap alamadık." serzenişinde bulunmuştur (Milliyet 23 Mayıs 1981). 1983 yılında ise görüşmelerde bulunmak üzere Türkiye'ye gelen ancak İstanbul'a uğramadan Irak'a geçmek zorunda kalan Japon Dışişleri Bakanı Shintaro Abe ve eşi, Türkiye'ye geri dönerek methini çok duydukları İstanbul'u gezmiştir. Belediye Başkanı Abdullah Tırtıl ve eşi tarafından Dolmabahçe Sarayı'nda karşılanan Abe ve eşi, Tırtıl'dan İstanbul'un yatırımları hakkında bilgi almıştır. Belediye Başkanı Abdullah Tırtıl, Shintaro Abe'ye kentin amblemi ile bir şilt verirken, Abe'de Tırtıl'a İstanbul'un kardeş kenti Simanoski'nin amblemi ile bir şilt vermiş ve kendisini Japonya'ya davet etmiştir. Japon Dışişleri Bakanı ve eşi daha sonra Boğaziçi, Topkapı Sarayı ile öteki tarihi yerleri gezmiştir. İstanbul'da yapılması tasarlanan yatırımlar hakkında bilgi alan Abe Haliç konusunda şöyle konuşmuştur: "Dün akşam Haliç'in üzerinden geçtim. 1968 yılında da İstanbul'a gelmiştim. Haliç yine aynı durumdaydı. Bu güzel yöre eski canlılığına Türk-Japon işbirliği ile kavuşabilir. Ayrıca öteki yatırımlar hakkında da Türk hükümeti ile bir anlaşma sağlanacağını ummaktayım." (Milliyet 13 Ağustos 1983).

imzalandığı belirlenmiştir. Türkiye'de özellikle büyük nüfuslu şehirlerin belediyelerinde izlenen bu anlaşmalar ilk kardeş şehir ilişkileri olmaları sebebiyle önemlidir." (Çalışkan ve Bay, 2020: 78).

Soğuk Savaş Dönemi içinde ABD ve Çin arasında ki yumuşamanın yeni siyasi argümanları karşısında “Dünya Kardeş Kentler Federasyonu”, Avrupa ve Üçüncü Dünya ülkeleri arasında daha yakın işbirliği kurulmasını istemiştir. Federasyonun Nancy kentindeki 1982 kongresine Avrupa ve gelişmekte olan ülkeler arasında daha fazla kardeş şehir bağı oluşturulması önerisi kabul edilmiştir (Cumhuriyet 27 Kasım 1982). Ancak söz konusu bu öneri Türkiye’de yaşanmakta olan iç gelişmeler nedeni ile ilk etapta yeterince takip edilememiştir. 12 Eylül 1980 askeri darbesinden sonra demokrasinin askıya alındığı bu dönemde kardeş şehir anlaşmaları sadece bazı İslam ülkeleri ve ABD ile yapılmıştır (Çalışkan ve Bay 2020: 78).

Uluslararası kardeş şehir tavsiyeleri ve işbirlikleri askeri darbe rejiminden sivil yönetime geçilmeye çalışıldığı yıllarda daha fazla gündeme gelmeye başlamıştır. Türk Tanıtma Vakfı (TÜTAV) Yönetim Kurulu Başkanı Meral Öztekin, 1983 yılı Temmuzunda tüm belediye başkanlarını Türkiye’yi tanıtmak için seferberliğe çağırmış ve dış ülkelerle olan kardeş şehir ilişkisinin artırılmasını istemiştir. Öztekin, Belediye Başkanlarının diğer ülkelerdeki şehirlerle kardeş şehir ilişkisi kurarak halktan halka mesaj iletebileceğini belirtmiş ve bunun en etkin kamuoyu oluşturma aracı olduğunu ileri sürmüştür (Cumhuriyet 21 Temmuz 1983).⁷

İlk kardeş şehir anlaşmasının imzalandığı 1958 yılından 1984’e kadar Türkiye’de belediyelerin çok az bir kısmı kardeş şehir anlaşmasını imzalarken, 1984 yılında çıkarılan “Büyükşehir Belediye Yasası” sonrası süreçte bu sayı hızla artmıştır. Bunda büyükşehir statüsü kazanan belediyelerin ekonomik ve sosyal yönden güç kazanması etkili olmuştur. Yine o yıllarda Turgut Özal’ın başbakanlık ve cumhurbaşkanlığı görevlerinde bulunması ve Onun dış politikada da liberal politikalar takip etmesi de bir başka olumlu faktördür.

⁷ Meral Öztekin yayınladığı mesajda dünyada gerçek bir Türkiye imajı oluşturma her Türk’ün görevi olduğunu belirterek özetle şöyle demiştir: “Günümüzde genelde sıcak ve soğuk savaşlar yerlerini modern savaş olan tanıtma mücadelesine terk etmişlerdir. Türk milletinin bu modern savaşı aktif olarak sürdürmeye ve başarılı olmaya diğer milletlerden daha çok ihtiyacı vardır. Adam sendeciliği bir tarafa bırakıp, takım halinde, milli mücadele ruhuyla, yılmadan, inançla ve sabırla çalışmak üzere günümüzün savaşı olan tanıtma için TÜTAV olarak herkesi göreve çağırıyor ve milli seferberlik ilan ediyoruz. Bu anlayıştan hareketle tüm belediye başkanlarını diğer ülkelerdeki şehirlerle kardeş şehir ilişkileri kurmaya davet ediyoruz. Kardeş şehir ilişkileriyle tesis edilen halktan halka mesaj iletişimi en etkili kamuoyu yaratma aracı olup, tanıtma savaşının temel silahıdır. Bu silah iyi ve bilinçli bir şekilde kullanılırsa kardeş şehir halkları arasında karşılıklı iyi niyet ziyaretleriyle kültürel, turistik ve ticari ilişkilerin gelişmesi yanında asıl hedefimiz olan Türk ve Türkiye sevgisi doğrudan doğruya halkların arasında yaratılabilecektir. TÜTAV bu konuda üzerine düşen görevi yerine getirmek üzere sayın belediye başkanlarının taleplerini beklemektedir.” (Milliyet 21 Temmuz 1983).

Yurtdışı gezilere ve kardeş şehir anlaşmalarına sıcak bakan Turgut Özal 1984 yılında Pakistan’da bir dizi ziyaret gerçekleştirmiştir. Bu süreçte Pakistan Hava Yolları’na ait bir özel uçakla Rawalpindi’den Lahor’a giden Özal’a, belediye binasında yapılan bir törenle kentin altın anahtarı ve onursal hemşirelik beratı verilmiştir. Başbakan’a, altın işlemeli bir top arabası da armağan edilmiştir. Özal, burada yaptığı konuşmada, Pakistan’ın bağımsızlık savaşının Lahor’dan başladığını belirterek, “Altı kıta Müslümanlarının mücadelesinde bu kent örnek olmuştur” dedikten sonra, İstanbul ile Lahor’un kardeş kent olduklarını anımsatmıştır (Milliyet 15 Mayıs 1984).

1984 yılında ilginç bir kardeş şehir anlaşması daha Türkiye gündeminde olmuştur. Öyle ki Macarların ulusal kahramanı Lajos Kossuth, 1850’de ülkesini terk ettiğinde Kütahya’ya yerleşmişti. Bu olay 131 yıl sonra Kütahya ve Macaristan’ın güneybatısındaki Pecs kentinin kardeş şehir yapılmasına neden olmuştur. Ayrıca Macarların gönlüne, “ulusal kahramanlarını kendi ülkelerine yerleştiren ve onları hiçbir maddi çıkar gözetmeksizin koruyan, ağırlayan Türklere” yönelik minnet ve hayranlık tohumları ekmiştir. Kossuth’un Kütahya’da oturduğu Hamdi Bey’in evi müze haline getirilmiştir. Pecs şehrinde ünlü bir fabrikada yapılan bir çeşme de bu müzeye armağan edilmiştir (Cumhuriyet 2 Ağustos 1984).

Türk devlet adamlarının ve belediyelerinin kardeş şehir teklifi hamleleri kadar kardeş şehir teklifi de aldıkları olmuştur. Örneğin Hindistan’ın Ankara Büyükelçisi Winod Kumar Grower, 2 Ekim 1984’te İstanbul Büyükşehir Belediye Başkanlığına bir ziyaret gerçekleştirmiştir. Büyükelçi Grower bu ziyaret sırasında İstanbul’un Bombay’la kardeş kent olmasını önermiştir. Belediye Başkanı Bedrettin Dalan’da İstanbul’la Bombay arasında Piri Reis’e kadar uzanan tarihi bir yakınlık olduğunu belirterek, öneriyi olumlu karşılamış ve “İlgili kuruluşların da onayını alarak iki şehri kardeş ilan edebiliriz.” demiştir (Cumhuriyet 3 Ekim 1984).

Türkiye’nin kardeş şehir anlaşmalarında etkili olan bir diğer faktör karşılıklı siyasi ziyaretler olmuştur. Örneğin Cumhurbaşkanı Kenan Evren’in 1986 yılındaki Tunus ziyareti sırasında Manisa ve Manastır’ın kardeş şehir olarak ilan edilmesi gündeme gelmiştir. Bunda Kenan Evren’in Manisa, Tunus Cumhurbaşkanı Burgiba’nın ise Manastır kenti doğumlu olması temel neden olmuştur. Böylece Cumhurbaşkanı Evren’in yurda dönmesinden sonra gerekli çalışmalar başlatılmıştır. Bu amaçla Manisa Valisi Rafet Üçelli, Anadolu Ajansı’na yaptığı açıklamada, konuyu İçişleri Başkanlığı’na ilettiklerini ve daha sonra Tunus’un Ankara Büyükelçiliği’nin çalışmalara katılacağını bildirmiştir (Cumhuriyet 1 Şubat 1986). Manisa’nın bir başka kardeş şehri ise 14 Nisan 1986 tarihinde Yugoslavya’nın Üsküp kenti ile imzalanan anlaşma ile sağlanmıştır. Manisa Belediye

Başkanı Ertuğrul Dayıoğlu ile Üsküp Belediye Başkanı, Üsküp Belediye Meclisi'nde gerçekleşen resmi törende kardeşlik anlaşmasını imzalamıştır (Cumhuriyet 15 Nisan 1986).

Başbakan Turgut Özal'ın sağlık nedenleri ile ABD'de bulunduğu sırada Houston kentinde yapılan ameliyat sonrası gerçekleşen kardeş şehir işbirliği bir başka ilginç bir örnek olmuştur. Başbakan Özal'ın ameliyatından sonra Prof. De-bakey Türkiye'den çok sayıda mektup aldığını anlatarak, "Bu derece sevilen bir kişinin sağlığına katkıda bulunmaktan büyük mutluluk duyuyorum" demiştir. Houston kent meclisi üyelerinden biri de daha sonra İstanbul, Ankara ve Houston'un kardeş şehir olmaları için şehir meclisine bir teklif götürdüğünü belirtmiştir (Cumhuriyet 3 Mart 1987). Bu haberden kısa süre sonra Ankara Büyükşehir Belediye Başkanı Mehmet Altınsoy geçmiş olsun temennisi ile Houston'a gitmiş ve Başbakan Turgut Özal ile bir görüşme yapmıştır. Bu görüşme sonrasında Ankara ile Houston'ın, kardeş şehir ilan edilmesi gündeme gelmiştir (Cumhuriyet 9 Mart 1987).

Turgut Özal'ın başbakanlığı ve Anavatan Partisi'nin iktidarda olduğu o yıllarda İstanbul Büyükşehir Belediye Başkanı olan Bedrettin Dalan'ın yurt dışı gezileri çok sayıda kardeş şehir anlaşmasına da sahne olmuştur. Bunlardan biri Dalan'ın 2 Aralık 1987 tarihli SSCB seyahati olmuştur. Leningrad Sovyet İcra Komitesi Başkanı Vladimir Hoderef'in konuğu olarak, Moskova ve Leningrad'ı gezen Dalan, Atatürk Havaalanı'nda yaptığı açıklamada, Leningrad ve İstanbul'un uzun süre önce kardeş kent olduklarını, ziyaretinin de bu kardeşlik çerçevesinde yapılan davet üzerine gerçekleştiğini belirtmiştir (Cumhuriyet 3 Aralık 1987). Bedrettin Dalan'ın bir başka gezisi Atina Belediye Başkanı Miltiades Evert'in konuğu olarak 2 Mayıs 1988 tarihinde Atina'ya gitmesi ile gerçekleşmiştir. Atina Havaalanında karşılanışı sırasında Evert tarafından "Arkadaşım" diye takdim edilen Dalan, gazetecilerin sorularını yanıtlarken Atina ile İstanbul'un kardeş şehir ilan edilebileceğini söylemiştir (Milliyet 3 Mayıs 1988). Bu açıklama sonrasında Semih Günver, Dalan'ın sözlerine atıf yapan "İyi niyetin Sınırı" başlıklı eleştirel bir yazı kaleme almıştır. Günver Türkiye'nin başta Yunanistan olmak üzere bazı ülkelere yönelik iyi niyetli politikalarını eleştirmiş ve konuyu kardeş şehir ilanına getirmiştir: "Haber doğru ise, İstanbul, Atina ile kardeş kent olmak üzere seçilmiş. Atina ile kardeş kent olsa olsa, Ankara olabilirdi. Ancak İstanbul Konstantinopolis'tir. Yunanlıların kalplerinde yatan, unutamayacakları kardeş şehirdi. Kendisini, Atina vatandaşı ilan eden Belediye Başkanı Bedrettin Dalan bu oyuna geldi. Kolay sanıp dış politika oyununa ne kadar çabuk ve iştiha ile soyunuyoruz. Yazık, iyi niyetin sınırlarını sık sık aşmaya başladık" (Milliyet 3 Mayıs 1988: Cumhuriyet 3 Mayıs 1988).

Gerek Bedrettin Dalan gerekse Nurettin Sözen dönemlerinde İstanbul şehircilik ve kardeş şehirler uygulamasına yönelik sıcak yaklaşımını artarak devam ettirmiştir. Dünyanın dört bir yanından gelen 17 belediye başkanı ve valinin katılımıyla gerçekleştirilen “Dünya Büyük Şehirleri İkinci Zirve Konferansı” 27 Mayıs 1988 tarihinde Hilton Otelinde açıklanan “İstanbul Bildirgesi” ile sonuçlanmıştır. İstanbul Bildirgesi’nde “Büyükşehir yapısının potasında, dünya barışı ve insanlığın refahını şekillendirme sonucunda görüş birliğine varan 5 kıtadan 17 belediye başkanı ve valiler, insanlığın geleceği açısından son derece önemli olan deneyim paylaşımının, sürekli hale getirilmesi ve kurumlaştırılması konusunda da söz verip İstanbul Bildirgesini imzalamıştır. Zirvenin ev sahipliğini yapan İstanbul Büyükşehir Belediye Başkanı Bedrettin Dalan, insanların mutluluğu için rejimi ne olursa olsun bütün merkezi idarelerin, kent yönetimine yetkilerinin bir kısmını devretmek zorunda olduklarını söylemiştir (Milliyet 28 Mayıs 1988).

Başbakan Turgut Özal’ın sağlık nedeni ile ABD’de bulunduğu günlerde İstanbul ve Teksas eyaletinin başkenti Houston belediye meclisleri, iki şehrin kardeş ilan edilmesine ilişkin kararlar almışlardı. Bu durum 21 Ekim 1988 tarihinde İstanbul Belediye Başkanı Bedrettin Dalan ile Houston Belediye Başkanı Kathy Whitmire’in karşılıklı olarak attıkları imzalarla resmileştirilmiştir (Cumhuriyet 14, 22 Ekim 1988). İstanbul ile Houston’un kardeş kent ilanı töreninden sonra Washington’a geçen İstanbul Büyükşehir Belediye Başkanı Bedrettin Dalan, burada Dünya Bankası yetkilileriyle görüşmüş, ardından da New York’a giderek Türk Evi’nde onuruna verilen toplantıya katılmıştır. Dünya Bankası’ndan kredi isteminde bulunmadığını söyleyen Dalan, New York’ta Milliyet’e verdiği özel demeçte, Amerikalı Musevilerin İstanbul’da bir insanlık anıtı kurma girişimlerine ilişkin olarak, insan hakları beyannamesinin aslında 1453’te İstanbul’da yazıldığını ileri sürerek, böyle bir anıtın İstanbul’da kurulmasından daha tabii bir şey olamayacağını söylemiştir (Milliyet 27 Ekim 1988).

Soğuk Savaş Döneminin son yıllarında Türkiye’nin SSCB ve Türk Dünyası ile ilişkilerinde belirgin iyileşme dikkat çekmeye başlamıştır. Nitekim İstanbul’un Rus şehirlerle olan siyasi ve kültürel bağı devam ederken kardeş coğrafya olan Orta Asya’dan da bazı talepler gelmeye başlamıştır. Örneğin gazeteci Cenk Başlamış Kırgızistan ziyareti sırasında Kırgızistan Dış Ticaret Derneği Genel Başkanı Slavat Iskakov’u ziyaret etmiştir. Görüşmeye Frunze Belediyesi ve Frunze Dostluk Derneği yetkilileri de katılmıştır. Iskakov bu görüşmede, “Dışarıya, yani yabancı ülkelere mal satmaya çalışıyoruz. Geçen yıl yedi milyon rublelik satış yaptık. Bu yıl hedefimiz iki katı. Türk firmalarla da iş yapıyoruz. Hammadde (deri) karşılığında sizin firmalarınızdan makine alıyoruz. Türk firmalarıyla ortak yatırımlar da söz konusu. Bunlar, her iki ülkede de gerçekleştirilebilir.

Burada elde edilen gelirin nasıl çıkarılacağı, biliyorsunuz, sorun oluyor. Ancak bunun da çözüleceğine inanıyoruz. İki ülke arasında coğrafi yakınlık da var. Üstelik biz Türkiye'nin de kullanabileceği deneyime sahibiz. İlgi gösterirseniz, yardımcı olmaya hazırız. Örneğin, suyun aranıp bulunması ve kullanımı alanlarında çok deneyimliyiz. Geliştirdiğimiz yöntemle Frunze'de 700 bin kişi bizim çıkardığımız suyu kullanıyor. Aynı yöntemle tarlalar sulanıyor.” açıklamasında bunduktan sonra Frunze Belediyesi yetkililerinden Mediev, “İzin verirseniz, sizden bir ricamız olacak” diye söze girmiş, “Diğer ülkelerle ilişkilerimizi geliştirmek istiyoruz. Gorbaçov'un deyimiyle “Halk diplomasisi” yoluyla ilişkiler kurmak istiyoruz. Bu bakımdan Türkiye ilgimizi çekiyor. Türkiye'den bir kardeş şehrimizi olsun istiyoruz. Ama bir sınırlama olmasın diye özellikle bir kent adı vermek istemiyorum. Bu ricamızı Milliyet kanalıyla iletirseniz çok seviniriz. Türkiye'nin herhangi bir kentiyle kardeş şehir olmaya hazırız.” cümlelerini sarf etmiştir (Milliyet 28 Temmuz 1989).

Sovyetler Birliği'nde Türklerin yaşadığı cumhuriyetleri konu alan gazeteci Cenk Başlamış'ın röportaj dizisi Altay Öymen tarafından da konu alınmıştır: “Cenk Başlamış'ın röportajından izliyoruz: Bizden kitap bekliyorlar, gazete bekliyorlar, kaset bekliyorlar, Türkiye'den kardeş şehirler istiyorlar. Bunları da artık göz önüne almak zorundayız. Fransa'dan İngiltere'ye, ABD'den Almanya'ya, İtalya'ya kadar birçok devlet, kendi dillerini yaymak için koca koca enstitüler kurup, müsait buldukları her yerde şube açarlar. Bin türlü yayın yaparlar. Onları dünyanın her yanına iletmek için bir sürü çaba gösterirler. Kendi dilleri ve kültürleriyle şimdiye kadar hiç ilgisi olmamış toplumlara da! Biz de -o kadarından geçtik- en azından, kendi dilimizi zaten konuşup, kendi kültürümüz içinde yaşayan ve bizden o ilgiyi bekleyen insanların isteklerini karşılamak durumundayız...Artık, ciddi bir şekilde bunun üzerinde de kafa yormanın zamanıdır” (Cumhuriyet 30 Temmuz 1989). Milliyet gazetesinde ele alınan bir başka Orta Asya Türk Devleti ise Özbekistan olmuştur. Özbek Dostluk Derneği Başkan Yardımcısı Mirkassymov, “Doğrusu Türkler bizi ziyaret etmiyor. Türk-Özbek Dostluk Derneği de yok, bu nedenle üzgünüz. Derneğimiz 40 yıl önce kuruldu. Diğer ülkelerin insanlarıyla ilişkilerimizi geliştirmek için halk günleri düzenliyoruz. Şimdiye kadar 115 ülke ile ilişki kurduk, Asya'dan Afrika'ya, Latin Amerika'ya kadar. Avrupa ülkelerinde düzenlediğimiz kültür günleri için Özbek hükümetinden yardım aldık. Her yıl binlerce mektup geliyor. Biz de yanıt veriyoruz. Kültürel, ekonomik ilişkileri geliştirmek için Taşkent'le kardeş şehir olmak istiyorlar. Amerika'dan bugün bir grup geldi. Özbek ailelerin yanında kalacaklar. Türkiye'ye ve Türklere büyük ilgi gösteriyoruz. Çalıkıuşu biliyorsunuz geçenlerde Sovyet TV'sinde oynadı. Ama aslında kitabı bizde 30 yıl önce bestseller olmuştu.

Doğrusu, galiba kitap daha güzeldi. Nazım Hikmet burada çok sevilir. Türkan Şoray buraya geldiğinde tüm Özbek erkeleri kendisine âşık oldu. Türk kültürünün temsilcisi olarak tabii, Başbakanınızın gelişi de ilginçti. Çeşitli anlaşmalar imzalandı. Daha iyi ilişkiler kurmak istiyoruz. Birçok şeyimiz ortak, dil, kültür. Halk diplomasisini geliştirmek istiyoruz. Almanya’da kültür günleri düzenlediğimizde Türk işçilerinin büyük ilgisiyle karşılaştık. Hatta onlar için özel konser düzenledik. Çok sayıda Özbek, turist olarak Türkiye’ye gidiyor. Ama buraya gelenler az ve ne yazık ki burada okuyan hiçbir Türk öğrenci yok. Beş bin yabancı öğrenci arasında tek bir Türk bile yok.” demiştir (Cumhuriyet 2 Ağustos 1989).

1989 yılına gelindiğinde ABD’nin kuzeybatısında yer alan, kişi başına okunan kitap sayısı, nüfusunun eğitim düzeyiyle ABD’nin en okumuş kentlerinden biri olan Seattle ile İzmir’in kardeş şehir yapılmasına yönelik adımlar atılmıştır. Özbekistan’ın Taşkent’iyle kardeş olan ve üniversitede yoğun bir Doğu dilleri programı, başında da Türkçe bilen Amerikalı bayan profesörlerin olduğu bu kentin İzmir’e benzerlikleri üzerinde durulmuştur (Milliyet 27 Ağustos 1989).

1989 Eylül ayında İstanbul Kültür ve Sanat Vakfı tarafından “2. Uluslararası İstanbul Bienali” düzenlenmiştir. Berlin Senatosu’nun katkılarıyla gerçekleştirilen “90’lı Yıllara Doğru-Berlin’de Dokuz Sanatçı” adlı sergiyle açılışı yapılan bienalde Kültür Bakanı Namık Kemal Zeybek’in ardından Berlin Senatosu Kültür Dairesi Başkanı Ingo Fessman da bir konuşma yapmıştır. Ingo Fessman, Türk kültürünü Berlin’de tanıtmanın, senatonun “resmi politikası” olduğunu ve kasım ayında İstanbul ile Berlin arasında iki kenti kardeş kent ilan eden bir anlaşma imzalanacağını belirtmiştir (Cumhuriyet 26 Eylül 1989).

Kenan Evren’in cumhurbaşkanlığı görev süresi dolmadan önce Ekim 1989 tarihinde Ankara ile Lefkoşa belediye meclislerinin karşılıklı olarak aldıkları kararlarla iki kent kardeş şehir ilan edilmiştir. Ankara ve Lefkoşa’nın kardeş şehir olma töreni, 16 Ekim pazartesi günü Lefkoşa’daki Atatürk Kültür Merkezi’nde yapılmıştır. Törende kardeşlik beratı ve plaket tertip edilmiştir (Cumhuriyet 14 Kasım 1989).

İstanbul Büyükşehir Belediye Başkanı Nurettin Sözen’in Kasım 1989 tarihinde gerçekleşen Çin gezisi sırasında bu defa Shanghai ve İstanbul kardeş şehir ilan edilmiştir. Bu konu ile ilgili resmi bir protokol imzalanmıştır (Cumhuriyet 5 Kasım 1989). Söz konusu ziyaretten kısa süre sonra Nurettin Sözen, Batı Berlin Belediyesi’nin davetlisi olarak 16 Kasım 1989 günü Almanya’ya gitmiştir. Sözen, Batı Berlin Havaalanında yaptığı açıklamada, “Berlin’e kardeş kent olmak üzere geldik. İlk kardeşliği demokrasi ve dünya barışı sloganıyla gerçekleştireceğiz...Gelişimizin dünya barışının sağlandığı bu tarihi günlere rastlaması büyük

bir mutluluk” demiştir. İstanbul ve Batı Berlin belediyelerinin sosyal demokrat iktidar elinde olmasının ayrı bir önem taşıdığına değinen Sözen, “Aslında bu kardeşliğin seçilmesindeki ana nedenlerden biri de budur” şeklinde konuşmuştur (Cumhuriyet 16-17 Kasım 1989). Nurettin Sözen’in bu ziyareti Türkiye Cumhuriyetinin sekizinci Cumhurbaşkanı Turgut Özal Döneminin ilk kardeş şehir antlaşmasına sahne olmuştur. Söz konusu anlaşma İstanbul Büyükşehir Belediyesi ile Batı Berlin Belediyesi arasında 17 Kasım 1989 tarihinde imzalanmıştır. Aynı gün iki şehir “Dostluk ve İşbirliği Sözleşmesi” de kabul edilmiştir. Dünyada yeni bir düzenin kurulduğu blokların yıkılmakta olduğu bir dönemde Batı Almanya’da incelemelerde bulunan SHP’li İstanbul Büyükşehir Belediye Başkanı Nurettin Sözen, Türkiye’nin kendisini Avrupa’nın doğal bir uzantısı olarak kabul ettiğini, bu nedenle yapay Doğu-Batı ayrımının ortadan kaldırılması için çaba gösterilmesi gerektiğini belirtmiştir. Beraberindeki Zeytinburnu Belediye Başkanı Hasan Yılmaz, İSKİ Genel Müdürü Ergun Göknel ve meclis üyeleri ile birlikte törene katılan Sözen, şunları söylemiştir. “Her iki kentin de birbirinden öğreneceği, birbirine öğreteceği şeyler vardır. Son günlerde kentinizde büyük boyutlar kazanmış olan, insanlık olayının özellikle parçalanmış ailelerin birleşme olayının aynı durumda olan Bulgaristan’daki etnik Türkler için de bir gün düş olmaktan çıkmasını diliyorum. Batı Almanya ve Berlin’de çalışan Türklerin ikinci sınıf insanlar olarak değerlendirilmesini ve toplumdan soyutlanmalarını savunan yaklaşımları yanlış buluyoruz. Berlin sosyal demokrat yönetiminin yurttaşlarımıza yaşamın tüm olanaklarını tanıyarak uygar ve çağdaş bir ortamın sağlanmasında öncülük yapacağına inanıyorum.” Prof. Sözen yabancılar yasasının Almanya’ya katkıda bulunmuş tüm yabancılara seçme ve seçilme hakkı tanınması gerektiğini de belirtmiştir. Batı Berlin Belediye Başkanı Momter ise ziyaretin Utanç Duvarı’nın yıkıldığı günlere rastlamasının önemine dikkat çekerek “Duvar delinmekle kalmadı. Aynı zamanda işlevini de kaybetti.” demiştir. Momter konuşmasını şöyle sürdürmüştür: “Sizin birçok vatandaşınızın burada yaşaması ve çeşitli kültürler toplumumuza şekil vermektedir. Bu yüzden Türkiye’deki gelişmeleri benim vatandaşlarım yakından ve ilgiyle izlemektedirler. Memleketinizdeki etnik gruplar ve azınlıklar için bazı insan haklarının her yerde gerektiği gibi gerçekleşmemesi bizi çok endişelendirmektedir.” Daha sonra Doğu ve Batı Berlin’i ayıran duvarda incelemelerde bulunan Prof. Sözen burada Doğu Alman vatandaşlarla konuşmuştur. Duvardan koparılan taşları da toplayan Sözen, “8 yıllık duvarın yıkılması dünya barışı için çok önemlidir.” demiştir. Sözen, senato ve meclis başkanları ile de görüşmüş, Berlin’de bulunan Türk derneklerinin toplantılarına katılmış, doğal ve tarihi çevrenin korunması, demokrasi-yerel yönetim ilişkileri ile ilgili toplantılarda konuşma yapmıştır. Ortak çalışma programlarıyla ilgili olarak İstanbul

Büyükşehir Belediyesi'nin görüşlerini, Batı Berlin Belediyesi yöneticilerine ileten Nurettin Sözen 20 Kasım'da İstanbul'a dönmüştür (Cumhuriyet 17-20 Kasım 1989: Milliyet 18 Kasım 1989).

Nurettin Sözen İstanbul dönüşü basın mensupları ile yaptığı toplantıda kardeş şehir Batı Berlin'e dair izlenimlerini ve İstanbul'a yönelik projelerini aktarmıştır. Büyükşehir Belediye Başkanı Sözen, İstanbul'daki kanalizasyonların biyolojik arıtmaya tabi tutulacağını, buradan elde edilecek suyun park ve bahçe sulamasında kullanılacağını söylemiştir. Sözen, Batı Berlin'de belediye başkanı ve öteki yetkililerle yaptığı temasları anlatmış ve “utanç duvarı”ndan getirdiği parçayı basın mensuplarına göstermiştir. Berlin'deki biyolojik arıtma tesislerini gezdiklerini de kaydeden Sözen, “Kesin kararımızı verdik. Bundan böyle İstanbul'da tüm kanalizasyonlar biyolojik arıtmaya tabi tutulacak. Biyolojik arıtmadan elde edeceğimiz suyu kentin temizliğinde, park ve bahçe sulamada kullanacağız.” demiştir (Cumhuriyet 22 Kasım 1989).

İstanbul Büyükşehir Belediye Başkanı Nurettin Sözen'in görev süresinde gerçekleştirdiği diğer iki ayrı dış ziyaret İsveç ve SSCB'ye olmuştur. İlk olarak Haziran 1990'da Stockholm'de bulunan Büyükşehir Belediye Başkanı Nurettin Sözen, İstanbul ile bu şehrin kardeş şehir ilan eden anlaşmayı imzalamıştır. Sözen, düzenlediği basın toplantısında iki kent arasındaki işbirliğinin kalıcılığını garanti etmiştir (Milliyet 29 Haziran 1990).⁸ İsveç'ten sonra 1990 yılı Kasım ayında beraberindeki heyetle Moskova'ya giden Sözen ilk olarak Kremlin'i ziyaret etmiş ve Başbakan Birinci Yardımcısı Yuri Voronin ile bir görüşme yapmıştır. Sözen ve beraberindeki heyet daha sonra Ulaştırma Bakanlığı yetkilileriyle görüşmüş ve İstanbul'a örnek almak amacıyla Moskova metrosunu gezerek ilgililerden bilgi almıştır. Sözen 13 Kasım akşamı Moskova'dan Kiev'e hareket etmiştir. Heyet buradan Özbekistan Cumhuriyeti'nin başkenti Taşkent'e ve Semerkand'a ardından da Sovyetler Birliği'nin ikinci büyük kenti Leningrad'a geçmiştir Leningrad'la İstanbul'un kardeş şehir ilan edilmesi konusunda görüşmeler yapılmıştır. Görüşmeler neticesinde İstanbul Büyükşehir Belediye Başkanı Nurettin Sözen ile Leningrad Belediye Meclisi Başkanı Aleksandr Shelkanow, 19 Kasım 1990 tarihinde yaptıkları görüşmede, 1965 yılında imzalanmış olmasına karşın bugüne dek gerçekleştirilmesi için hiçbir çaba gösterilmemiş bulunan aynı konudaki anlaşmayı canlandırmaya karar vermiştir (Milliyet 13, 20 Kasım 1990).

⁸ İstanbul Büyükşehir Belediye Başkanı Nurettin Sözen'in İsveç ve SSCB ziyaretleri arasındaki dönemde Büyükkçekmece'ye bağlı Esenyurt beldesi ile Batı Almanya'nın Aukrug Belediyesi'nin kardeş şehir olduğu görülmüştür. Esenyurt Belediye Başkanı Gürbüz Çapan, düzenlediği basın toplantısında konuk belediye başkanlarının kendilerine bazı konularda yardım edeceklerini belirtmiştir (Cumhuriyet 3 Eylül 1990).

Nurettin Sözen'in SSCB gezisinden sonraki durağı Paris olmuştur. Paris'te incelemelerde ve ziyaretlerde bulunan Sözen yerel hizmetlerde bilgi ve tecrübe paylaşımı üzerinde durmuştur. Nurettin Sözen, RPR partisinin lideri ve Paris Belediye Başkanı Jacques Chirac'a, iki kent arasında teknik işbirliği önermiştir. Sözen, teknik işbirliği taslağını sunduğu Paris Belediye Başkanı'nı İstanbul'a davet etmiştir. Sözen, bu daveti, çeşitli Avrupa kentleri belediye başkanlarının işbirliğine yönelik olarak başlatacağı "Avrupa diyalogu" çerçevesinde yaptığını belirtmiştir. Nurettin Sözen, çağrısını Chirac'ın yaptığı, organizasyonu ise Fransız İşverenler Ulusal Konseyi CNPF'nin üstlendiği bir haftalık gezi sırasında, incelemelerinin ağırlık noktasını, Boğaz'da gerçekleştirilmesi tasarlanmış raylı tüp geçidin oluşturduğunu söylemiştir. Fransız Sanayi Bakanı Roger Fauroux ile de görüşen Sözen, temaları sırasında İstanbul doğalgaz dağıtım uygulamasıyla ilgili bazı sorunları ele aldığını bildirmiştir. İstanbul Büyükşehir Belediye Başkanı, su şebekesi borularının bundan böyle Fransa'dan satın alınacağını ifade etmiştir. Aralarında su arıtma ve çöp imha merkezi dâhil, Paris'in çeşitli tesislerini gezdiğini belirten Sözen, "haftayı en dolu şekilde geçirmek istediğini" sözlerine eklemiştir. Metro yapımıyla ilgili olarak Paris'te temaslarda bulunmasına rağmen, bu konuda Sovyetler Birliği'yle bir iyi niyet protokolü imzalandığına dikkat çeken Nurettin Sözen, "İstanbul'a bir prestij olarak bakan Sovyetlerin metroyu inşa etmesinin büyük bir olasılık" olduğunu söylemiştir. Sosyalist Parti Birinci Sekreteri Pierre Mauroy ile kardeş kent organizasyonu başkanı olduğu için görüşüğünü ifade eden Sözen, akşam saatlerinde de, UNESCO Genel Müdürü Federico Mayor ile İstanbul'un bazı tarihi yerlerinin onarımı konusunu ele almıştır (Milliyet 7 Aralık 1990). 1991 yılı içinde yeniden Fransa'ya giden İstanbul Büyükşehir Belediye Başkanı Nurettin Sözen, Strasbourg'la İstanbul'un kardeş kent olması ve Türk Haftası nedeniyle düzenlenen törene katılmıştır (Milliyet 11 Kasım 1991).

Doğu Avrupa'da etkili olan demokrasi rüzgârından payını alan Bulgaristan'da komünist yönetimin devrilmesinden sonra Türkiye ile olan ikili ilişkileri düzeltmeye yönelik bazı adımlar atmıştır. 1991 yılında Bulgaristan'da bulunan Türk gazetecilerin gezi yazıları yeni Bulgar yönetiminin Türkiye'ye olan bakış açısını sergilemiştir. Kendisi ile görüşülen Varna Vali Yardımcısı İvan Kostadinov ile Belediye Başkanı Vovno Voynov, Türkiye ile işbirliğine önem verdiklerini açıklamıştır. Kostadinov çalışma anlayışını "İnsanın önce iyi komşuları olmalı" şeklinde izah etmiştir. Bu arada Türkiye'nin Varna konsolosu Fevzi Uslubaş Tekirdağ ile Varna'nın kardeş şehir ilan edileceklerini söylemiştir (Cumhuriyet 8 Nisan 1991).

1991 yılı Mayıs ayı içinde Azerbaycan Cumhuriyeti'nin dördüncü büyük kenti Mingecevir, Gaziantep'le kardeş şehir olabilmek için Azerbaycan Dışişleri Bakanlığı'na başvurmuştur. O güne kadar, Bakü ile İzmir, Genci ile Bursa ve Seki ile de Kars, kardeş şehir ilan edilmiştir (Milliyet 6 Mayıs 1991).

2. Sonuç

1950'lerden önce var olan kardeş şehir işbirliği örnekleri daha çok mevcut tarihsel bağların geliştirilmesine odaklanmıştır. İkinci Dünya Savaşı sonrasındaki ilk kardeş şehir işbirlikleri uluslararası barış ortamının kurulmasına katkı sağlamak amacıyla kurulmuştur. 1970'lerdeki işbirlikleri küresel ekonomik krizlerin etkisini azaltmaya yönelik hedefler taşımıştır. SSCB'nin dağılması ve Soğuk Savaş yıllarının sona ermesinden sonra ki kardeş şehir işbirlikleri bazı ülkelerin dünyaya açılma vasıtası olarak değerlendirilmiştir. Günümüzde ise kardeş şehir işbirlikleri ile yerel yönetimlerin dış dünyaya açılması, şehirlerin potansiyellerinin artırılması, bölgesel kalkınma projelerinin güçlenmesi, dezavantajlı gruplara yeni imkânlar sunulabilmesi gibi amaçlar güdülmektedir.

Türkiye'de kardeş şehir uygulaması ilk olarak 1958 yılında ABD'nin Torrance Belediyesi ile Konya Belediyesi arasında gerçekleşmiştir. 1970 ve 1980'li yıllarda kardeş şehir eşleştirilmelerinde yoğun bir artış gözlemlenmiştir. Bu durum, o yıllarda yoğun bir şekilde yerel yönetimleri etkileyen yeni kamu yönetimi anlayışı kapsamında gerçekleştirilen bir takım yeni düzenlemeler ile birlikte sağlanmıştır. Bu yıllarda kardeş şehir üyeliğinin en yoğun yaşandığı iller İstanbul, İzmir, Ankara, Bursa, Antalya olmuştur. 2000'li yıllarda ise Avrupa Birliği uyum ve üyelik sürecine olumlu yönde etki etmesi ve şehir eşleştirme projelerinde olduğu gibi çeşitli fonlardan yararlanabilme adına kardeş şehir ilişkilerinin arttığı görülmüştür. Kardeş şehir işbirliği yapılan ülkelerin dağılımında ise özellikle Avrupa, Balkanlar ve Orta Asya ülkeleri ön planda olmuştur.

Kaynaklar

Kitap-Makaleler

- Aktulun, E. (2015). “Yönetişim Çerçevesinde Ortaklıklar ve Belediyelerin Kardeş Şehir İlişkileri: Ankara Büyükşehir Belediyesi Örneği”. Yüksek Lisans Tezi, Adnan Menderes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Edirne.
- Aslantatar, E. (2022). “Kentler Diplomasisi İçinde Kardeş Şehir Uygulamaları: Edirne-Dedeoğlu Üzerine Yönetimsel Bir İnceleme”. Yüksek Lisans Tezi, Trakya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Edirne.
- Avşar, Z. (2022). *Kültürel Diplomasi ve İletişim*. İstanbul: Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığı Yayınları.
- Çalışkan, V., Bay, A. (2020). “Türkiye’nin Uluslararası Kardeş Şehir Anlaşmalarında Tercih Faktörleri ve Mekânsal Dağılım Özellikleri”. *Doğu Coğrafya Dergisi* 25 (43): 73-92.
- Gezici, H. S., Kocaoğlu, M. (2018). “Dünyada ve Türkiye’de Kardeş Şehir Uygulamaları”. *ÇYYD*, 27(2): 113-139.
- Oktay, T. (2014). “Türkiye’deki Belediyelerin Türk Cumhuriyetleri ile Kardeş Şehir İlişkileri”. *Türk Dünyasında Yerel Yönetimlerin Sorunları*, Ankara: Nobel Yayın Dağıtım.
- Güleç, S. Y. (2021). “Kamu Diplomasisi ve Yerel Yönetimler Konya Büyükşehir Belediyesi Örneği”. Doktora Tezi. Necmettin Erbakan Üniversitesi Sosyal Bilimleri Enstitüsü Doktora Tezi, Konya.
- Özmen, M. (2018). “Yerel Yönetimlerin Uluslararası İlişkileri ve Bir İşbirliği Modeli Olarak Kardeş Şehirler: İstanbul Büyükşehir Belediyesi Örneği”. Yüksek Lisans Tezi. Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Türkiye’nin Yumuşak Güç Enstrümanı Olarak Kültürel Diplomasi ve İletişim*. (2022). Editörler: Zakir Avşar vd. Ankara: Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığı Yayınları.

Gazeteler

Cumhuriyet

Milliyet



BÖLÜM 11

Sosyal, Kültürel ve Ekonomik Yönleriyle Türkiye'nin Kardeş Şehir Uygulamaları (1958-1991)

Bahattin Demirtaş¹

¹ Prof. Dr., Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi, PFEF, Tarih Bölümü
ORCID: 000-0001-8452-0019

Giriş

Kardeş şehir kavramı farklı ülkelerdeki iki şehir arasında çeşitli amaçlarla kurulan, resmi ve uzun süreli bir işbirliği sürecini ifade etmektedir (Özyurt 2020, 4(3): 2382). Ancak iki şehir arasındaki bu işbirliği, ilgili yerel yönetimlerin kardeş şehir konusundaki ulusal prosedürlerinin tamamlanması ve imzalanan işbirliği protokolü ile resmiyet kazanmaktadır (Oktay 2014: 13).

Kardeş şehir uygulamaları her iki dünya savaşı arasında ABD'ye ve dünyanın diğer gelişmiş ülkelerine yayılmıştır. ABD bağlamında ilk kardeş şehir anlaşması 1931 yılında İspanya'nın tarihi şehri Toledo ile ABD'nin Ohio şehri arasında imzalanmıştır. 1946'da Dunkirk (New York) ile Fransa'daki Dunkerque, 1947'de İngiltere'deki Bristol ile Almanya'daki Hannover arasında bu kardeş şehir anlaşmaları imzalanmıştır. Bunun ardından Oxford ve Bonn arasındaki ilişkiler de kardeş şehir ilişkilerine örnek teşkil etmektedir. Reading ve Düsseldorf arasındaki bağ da buna örnek gösterilebilir (Güleç 2021: 222). Avrupa literatüründe "Town Twinning"² olarak adlandırılan kardeş şehir olgusu, 1950 yılında Almanya'nın Ludwigsburg ve Fransa'nın Montbeliard şehirleri arasında kardeş şehir anlaşması ile devam etmiştir. 1951 yılında kurulan "Avrupa Belediyeler Konseyi"nin (The Council of European Municipalities and Regions-CEMR) çabaları sonrasında ve "United Towns Organization (UTO)" desteği ile kardeş şehir uygulaması diğer Batı Avrupa ülkelerine de yayılmıştır (Çalışkan ve Bay 2020: 77).

Soğuk Savaş sürecinde "Hür Dünya" idealine yönelik çok sayıda sivil politika da üretilmiştir. Bu politikalar içinde kardeş şehir uygulamasının uluslararası boyuta taşınması da bu yıllara rastlar. Zira 1956'da yerel yönetimleri kardeş şehir ilişkileri konusunda teşvik ve organize etme amacıyla kurulan "Sister Cities International" örgütü ABD kentlerinin kardeş şehir ilişkilerine hız kazandırmıştır. Bu örgüt, kardeş şehir ilişkisini "insandan insana diplomasi" olarak tanımlamaktadır (Ekşi 2018: 39-40).

1970'li yıllardan itibaren kardeş şehir uygulamalarının sosyal, kültürel ve idari yönlerden ziyade ekonomi ve ticari alanlarda gerçekleştirildiği görülmektedir (Aslantatar 2022: 12).

² "Yaygın kullanımıyla kardeş şehir ya da "kentsel eşleşmenin" İngilizce karşılığı olan town twining'in tam tercümesi ikiz kentler olarak yapılabilir. Yani eşit ve benzerler arasında dengeli bir ilişki kurulmasından söz edilmektedir ki, bu durumda, ülkemizdeki genel kabul ve beklentilerin aksine, böylesi, bir ilişki sonucunda eşleşilen kentin, eşlenen belediyeye hamilik yapması gerekmediği gibi, beklenmemelidir de." (Özcan 2006: 7).

1980 sonrasında kardeş şehir ilişkileri Üçüncü Dünya ülkelerine yönelmiştir. Nitekim 1980'lerden sonra ABD ve Avrupa ülkelerinin Asya, Doğu Asya ve Güney Amerika ülkeleri ile kardeş şehir ilişkilerinde belirgin artışlar yaşanmıştır (Çalışkan ve Bay 2020: 77).

Kardeş şehir işbirliklerinin en temel işlevi, iki şehir arasında dostane bir yakınlaşmanın ve iletişimin kurulmasıdır. Kardeş şehir işbirlikleri taraflarca etkin olarak değerlendirildiğinde birçok alanda önemli fırsatlar ve yararlar sunmaktadır (Oktay 2014: 16).

Bu çalışma ile Türkiye'deki yerel yönetimlerin kardeş şehir antlaşmalarının başlangıçta ABD ve Avrupalı ülkeler dâhilinde yapıldığı, siyasi ve coğrafi tercihlerin ön planda tutulduğu görülmüştür. Balkanlar, Ortadoğu, Asya şehirleri ile yapılan işbirliklerinde sosyal ve kültürel benzerlik ve bağlarının etkili olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Türk iç ve dış politikasındaki gelişmelerle de ilintili olan kardeş şehir uygulamalarında özellikle İstanbul, Ankara, İzmir, Antalya ve Bursa gibi büyükşehirlerin önemli bir tecrübeye kavuştuğu tespit edilmiştir.

1.Sosyal, Kültürel ve Ekonomik İşlevler ve Örnekleri

1960'lı yılların sonundan itibaren bazı kardeşlik ilişkilerinin siyasi ve diplomatik yönü dışında sosyal, kültürel ve ekonomik işlevleri de ortaya çıkmıştır. Sosyal ve kültürel boyutlar diğer ilişki alanlarına göre daha kolay organize edilebilmiştir. Burada önemli olan nokta, şehirlerin sahip olduğu kültürel zenginliğin, belediyeler tarafından düzenlenecek etkinlikler ile çok yönlü biçimde etkileşime geçmesinin sağlanmasıdır. Bu faaliyetlerden bazıları; festival, kültür günleri, tiyatro turnesi, konser, çeşitli dallardaki sanatçıların etkinlikleri, sergiler ile tekstil, folklor, yem ek ve edebiyat alanındaki etkinlikler olarak sayılabilir. Ayrıca, sosyal alanda engelli, yaşlı, çocuk, genç ve kadınlara yönelik hizmetler konusundaki iyi uygulamaların paylaşılması da bu kapsam da değerlendirilebilir. Kültürel ve sosyal işbirlikleri kardeş şehir işbirliklerinin halk nezdinde daha görünür olması ve farkındalık oluşturmaları bakımından da birçok yarara sahiptir (Oktay 2014: 16).

Kardeş şehir işbirlikleri çerçevesinde ekonomik işbirlikleri de kurulmuştur. Ekonomik işbirliği çerçevesinde öncelikli olarak iki şehir arasındaki ticari ortaklıkların kurulması ve ticaret hacminin karşılıklı olarak arttırılması gelmektedir. Şehirlerdeki ticari organizasyonlarının bu noktadaki rolü önemlidir. Ekonomik ilişkilerin geliştirilmesi çerçevesinde ticaret odaları ve ticari heyetlerin karşılıklı ziyaretleri, fuarların düzenlenmesi, şehirlerin ticari potansiyelleri hakkındaki il-

gilere yönelik bilgilendirme ve danışmanlık destekleri sağlanması, alışveriş günleri organizasyonu, şehirler üzerinden ülkenin tüm üne yönelik ticaret amacıyla stratejik ortaklıklar kurulması gibi faaliyetler sayılabilir (Oktay 2014: 16).

Türkiye’de özellikle 1970’li yılların sonlarından itibaren kardeş şehir uygulamasının sosyal, kültürel ve ekonomik işbirliği belirgin artış kaydetmiştir. Örneğin 1978 yılı Haziran ayında yapılan Uluslararası 42. Bergama Kermesine, Bergama’nın kardeş kent ilan ettiği Almanya’nın Böblingen şehrinden kalabalık bir davetli grubu katılmıştır. Bergama Belediye Başkanı ve Kermes Komitesi Başkanı Rıfat Serdaroğlu’nun çalışmaları sonucu Türkiye’nin ve Avrupa’nın çeşitli ülkelerinden gelen ekiplerin yaptıkları gösterilerin yanı sıra Bergama okullarında okuyanlar arasında şiir ve yazı yarışması gibi etkinlikler düzenlenmiştir (Cumhuriyet 11 Mayıs 1978).

1979 yılında gerçekleşen 48. Uluslararası İzmir Fuarında ise Bulgaristan Makine Yapımı Bakanı Tanco Çakırov, Romanya temsilcisi, kardeş kent Valencia Belediye Başkanı Fernando Martinez Castellono ve Valencia kenti temsilcileri ve kimi parlamenterler katılmıştır. Ticaret Bakanı Teoman Köprülüler açılış töreninde yaptığı konuşmada, dış ticaret açığının 1978 yılına oranla çok düşük olacağını bildirmiş; “1977 yılında 4 milyarı aşan dış ticaret açığı 1978’de 2,3 milyar, 1978’in ilk altı ayında ise 1225 milyar dolar olmuştur.” demiştir. Dünya ekonomisinin içinde bulunduğu durumu anlatan Ticaret Bakanı, Türk ekonomisindeki gelişmeler üzerinde de durmuştur (Cumhuriyet 21 Ağustos 1979).

1984 Mayıs’ında Samsun ile Romanya’nın Köstence şehrinin daha önce birbirlerini kardeş şehir olarak ilan etmelerinden sonra “Samsun-Köstence Spor Şenliği” yapılmıştır (Cumhuriyet 24 Mayıs 1984). 1985 yılında bu defa İstanbul ve Floransa, Floransa’da yapılan bir törenle kardeş kent olmuştur.³ “Kardeşlik Protokolü” İstanbul Belediye Başkanı Bedrettin Dalan ile Cumhuriyetçi Parti’den Floransa Belediye Başkanı olan Lando Conti arasında imzalamıştır (Cumhuriyet 23 Ocak 1985). İstanbul Belediye Başkanı Bedrettin Dalan’ın başkanlığında Floransa’ya giden Türk heyetinde, fotoğraf, folklor, müzik ve aşçı ekipleri ile Zühal Yorgancıoğlu’nun mankenleri yer almıştır. 21-22 Ocak 1985 günleri düzenlenen törenlerde de, Türk müziğinden örnekler sunulurken, davetlilere Türk mutfağı da tanıtılmıştır. Modacı Zühal Yorgancıoğlu ise, modernize

³ İstanbul Büyükşehir Belediye Başkanı Bedrettin Dalan İtalya’ya hareket etmeden önce görüşlerini şu cümlelerle ifade etmiştir: “Daha önce bize gelen iki İtalyan firma, İstanbul’da otel yapmak için ön teklif vermişlerdi. Şimdi bu teklifleri, ciddi şekilde Floransa’da da görüşme fırsatını bulacağım. Bu oteller, önümüzdeki aylarda başlatılabilir. Otelleri, İtalyanlarla ortak da çalıştırabiliriz, kiralayabilir ya da yerini satabiliriz. Bütün bu gelişmeler, yakında tespit edilecek. Bu gezinin başka amacı da, İstanbul’u, Türkiye’yi orada tanıtop, birbirimize turist akımını sağlamaktır. Turizmin yanı sıra diğer ticari ilişkilerin de üzerinde duracağız. Sanıyorum, Floransa’nın bir de anahtarını alacağız.” (Milliyet, 18 Ocak 1985).

edilmiş Türk çizgilerini, 1985 koleksiyonu ile sunmuştur.⁴ Bu törenden kısa süre sonra İstanbul ve Floransa'nın kardeş şehir ilan edilmesi nedeniyle İstanbul'da İtalyan ressam Cesare Bieso'nun "1878 Yılı İstanbul" adlı resim sergisi açılmıştır. Serginin açılışını yapan Belediye Başkanı Bedrettin Dalan, "bu tür sanatsal faaliyetlerin sık sık tekrarlanacağını" söylemiştir. Beşiktaş Güzel Sanatlar Galerisi'nde açılan sergide, 100'ü aşkın resim sergilenmiş ve açılıшта İtalya'nın İstanbul Başkonsolosu Lucu Brofferio da hazır bulunmuştur (Cumhuriyet 4 Nisan 1985). Türkiye ve İtalya arasındaki dostluğu pekiştiren kültürel faaliyetler zinciri İstanbul'da Floransa, Floransa'da ise İstanbul haftaları düzenlenmeye başlanması ile de ilerleyen yıllarda devam etmiştir.

1987 yılına gelindiğinde Japonya'nın Sagae kenti, Giresun'u kardeş kent seçmiştir. Sagae Belediye Başkanı Seiroku Şato tarafından Kültür ve Turizm Bakanlığı aracılığıyla Giresun Belediyesine gönderilen yazıda, Japonya'nın kiraz üretiminin yüzde 85'ini Sagae kentinin karşıladığı, kirazın anavatanı olması nedeniyle Giresun'u kardeş kent ilan ettikleri kaydetmiştir (Cumhuriyet 7 Şubat 1987).

Türkiye'nin çok sayıda kardeş şehire sahip olan illerinden biri de Bursa olmuştur. Zira 1987 yılına gelindiğinde dört ayrı kıtadan yedisi yabancı dokuz kentle kardeş şehir olan Bursa Belediyesi bu alanda önemli bir konuma sahip olmuştur. Avrupa, Asya, Afrika ve Amerika'daki kardeş şehirleri ile her türlü kültürel alışveriş ve dayanışmaya büyük önem veren Bursa Belediyesi, bu sayıyı daha da artırmak adına adımlar atmıştır. Almanya'nın Darmstad, Yugoslavya'nın Sarajevo⁵, Finlandiya'nın Oulu, Avusturya'nın Klagenfurt, ABD'nin Tiffin, Pakistan'ın Mutan ve Tunus'un Kariquan kentlerine ek olarak Kütahya ve Denizli ile de kardeş olan Bursa'nın yöneticileri, her yıl buralardan davet ettikleri resmi

⁴ Nezihe Araz'ın Floransa'ya giden heyet ile ilgili eleştirel yazısının bir bölümü şöyledir: "Floransa'nın belli özellikleri vardır dünya şehirleri arasında. Bilmem gidenler bu konuda bir şeyler biliyor muydu?...Şimdi buraya bazı sanat elçileri göndereceksek, bu şehrin özellikleriyle, geçmişiyile, bugünüyle uyum sağlayacak nitelikte olmalıdır gönderdiklerimiz. Floransa'yı günümüzün sıradan şarkılarıyla, göbek danslarıyla, iyi düşünülmemiş gösterilerle geçiştiremezdik, geçiştiremeyiz. Böyle bir sanat şehrine Suna Kan'lar gitmelidir, İdil Biretler gitmelidir, Meriç Sümenler gitmelidir. Leyla Gencer'ler gitmelidir. Çinilerimiz, resimlerimiz, minyatürlerimiz gitmelidir. Her gönderdiğimiz elçinin neden gittiğini, neyi temsil ettiğini iyice bilerek, bilinçli ve idraki biçimde. Şimdi daha sık ziyaret edilen, daha ticari amaçlarla ilişkiler kurulan Ortadoğu şehirlerinden biri değildi bu gidilen. Birçokları benim bu kuşku mu yanlış değerlendirebilirler. Zıyanı yok. Doğru olarak ne demek istediğimi anlatıncaya kadar çırpınırım ben de. Floransa bir fırsattı. Kendimizi, nerede bulunduğumuzu, nerelerden geldiğimizi anlatmak için. Yabancıları kendimizi tanıtmak konusunda en kolay ve en ucuz yolları seçeceğimize daha bir düşünerek programlasaydık bu işi.... Bizi yanlış değerlendirmelerine sebep olmazdık. Kabare ve gazino tanıtımlarıyla Türkiye programı yapılmaz, yapılmamalıdır. Bu kadar ince eleyip sık dokuma, demeyin bana? Ya ne yapayım? Ben o kadar geniş yürekli değilim ki." (Milliyet 27 Ocak 1985).

⁵ Bursa ve Sarajevo kardeş şehir olduktan sonra bir açıklama yapan Cumhurbaşkanı Kenan Evren şu cümleleri kullanmıştır: "Bu kardeşliğin gereği olan karşılıklı ziyaretlerin, kültür alışverişinin ve sanayi çevreleri arasında sıkı temasların bir an önce gelişmesini temenni ediyorum." (Cumhuriyet 22 Ekim 1986).

heyetleri ağırlamış ve o ülkelere gezi düzenlemiştir. Yaz aylarında gerçekleştirilen Uluslararası Kültür ve Sanat Festivali'ne tüm kardeş şehirler çağrılmıştır (Milliyet 22 Haziran 1987).

Kardeş şehirler arasında düzenlenen kültür-sanat etkinlikleri ve karşılıklı bilgi alışverişi 1987 ve 1988 yıllarında da devam etmiştir. İstanbul, kardeş şehir ilan edilen Japonya'nın Kyoto şehrinde 8-29 Kasım 1987 tarihleri arasında düzenlenen "Tarihi Şehirler Fuarı"na katılmıştır. Bu fuarda, proje yarışmasında 36 ülke arasında ilk beşe giren eski Türk kahvehanesi canlandırılmıştır (Milliyet 18 Eylül 1987).

1988 yılı Haziranı'nda İstanbul Büyükşehir Belediye Başkanı Bedrettin Dalan ile Kahire Valisi Yusuf Sabri Abu Taleb arasında "kardeş şehir" sözleşmesi imzalanmıştır. Böylece her iki şehir arasında, çevresel, sosyal, kültürel, ticari ve teknolojik alanlarda bilgi-imkân alışverişi gerçekleştirilmesinin yolu açılmıştır. Taleb ve Dalan, Kardeş Şehir Anlaşmasını imzaladıktan sonra birbirlerine armağan vermiştir (Cumhuriyet 5 Haziran 1988).

1988 Ağustos ayında Denizli Tiyatrosu, Hollanda turnesinden dönmüştür. 9-13 yaş grubuna dâhil 15 çocuktan oluşan De-Ti Çocuk Bölümü, Sadık Aslankaya'nın yönettiği, özgün müziğini Oğuz Öz'ün hazırladığı "Sevgiyi Büyütün Ellerinizde" adlı müzikli, danslı çocuk oyunu Hollanda'nın Deventer, Utrecht, Hilversum, Zwolle, Zaandam, Almelo ve Arnhem kentlerinde Türk çocukları için sahnelemiştir. Denizli'nin kardeş kenti Almelo'da Belediye Başkanı Haary von Roekel, oyun öncesinde De-Ti'nin sanat yönetmeni Aslankaya'ya bir anı plaketi sunmuştur (Cumhuriyet 9 Ağustos 1988).

İstanbul ile Fransa'nın Strasbourg kenti kültürel alanlarda kardeş şehir olmak için Temmuz 1989'da harekete geçmiştir. Bu konuyu görüşmek üzere Strasbourg Belediyesi'nden on kişilik bir heyetin sonbaharda İstanbul'a gelmesi planlanmıştır. Gerek İstanbul, gerekse Strasbourg belediyelerinin son seçimlerden sonra Sosyal Demokratların eline geçmesinin, bu yakınlaşmada rol oynadığı bildirilmiştir. Avrupa Parlamentosu Asamblesi ile Avrupa Konseyi Parlamenter Meclisi'nin toplantı merkezi olan ve Fransızların "Avrupa Kavşağı" olarak adlandırdıkları Strasbourg ile İstanbul arasında gerçekleştirilecek kültürel işbirliği çerçevesinde Türk kültür ve sanatının Avrupalılara tanıtılması hedeflenmiştir (Milliyet 29 Temmuz 1989).

Daha önceki yıllarda Uluslararası İstanbul Festivali kapsamında konserler veren Berlin Gençlik Senfoni Orkestrası 1989 yılında Gülhane Gösteri Merkezi'nde bir konser vermiştir. Berlin Spandau ilçesinin kardeş şehri İznik'te iki konser,

ayrıca Bursa’da bir konser verecek olan Berlin Gençlik Senfoni Orkestrası Türkiye’de son konserini 8 Eylül 1989 günü Gülhane Gösteri Merkezi’nde vermiştir. 46 kişilik orkestra şef, Otto Ruthenberg yönetiminde Fransız besteci Bizet’nin Arleslenne sütünlerini seslendirerek İstanbullu müzikseverlere doyumsuz bir klasik müzik konseri vermiştir (Milliyet 8 Eylül 1989).

İstanbul ile Çin Halk Cumhuriyeti’nin Şanghay kenti 1989 yılındaki bir diğer kardeş şehir anlaşmasına sahne olmuştur. İlk olarak Ekim 1989’da “Çin Halk Cumhuriyeti Karma Sanat Topluluğu” resim sergisi 16 Ekim’e kadar İstanbul Büyükşehir Belediyesi Başkanlık Binası’nda (Saraçhane) sergilenmeye başlamıştır. Sergi, Çin Halk Cumhuriyeti Şanghay kenti ile İstanbul Büyükşehir Belediyesi arasında imzalanacak olan kardeş şehir anlaşması kapsamında, bu işbirliğinin bir ön çalışması niteliğinde düzenlenmiştir (Cumhuriyet 15 Ekim 1989). İki kent arasındaki nihai kardeşlik protokolü ise İstanbul Büyükşehir Belediye Başkanı Nurettin Sözen ile Şanghay Belediye Başkanı Zhu Rongji arasında Ekim 1989’da Şanghay’da imzalanmıştır. Şanghay’daki imza töreninde konuşan İstanbul Büyükşehir Belediye Başkanı Sözen, İstanbul’un çok sayıda ülkenin, değişik kentleriyle kardeş şehir olduğunu da vurgulayarak bu ilişkiler çerçevesinde kentler ve ülkelerarası kültür ve sanat iletişimlerinin de gelişeceğini bildirmiştir (Cumhuriyet 28 Ekim 1989).

1990’lı yılların ilk yarısında bu defa Azerbaycan ile Türkiye arasındaki ilişkileri geliştirmek ve güçlendirmek amacıyla Bakü’de “Azerbaycan-Türkiye Dostluk Derneği” kurulmuştur. Derneğin başkanlığına, SSCB milletvekili, SSCB ve Azerbaycan İlimler Akademileri üyesi Prof. Midhat Abbasov, yardımcılıklarına da Bakü Üniversitesi Rektörü Prof. Kamil Veliyev, Azerbaycan Sağlık Bakanı Yardımcısı Zemfira Hüseyinova ve yine Azerbaycan İlimler Akademisi üyelerinden Abbas Kasimov getirilmiştir. Öte yandan kardeş şehirler olan Ege ve Bakü’deki üniversiteler arasında, 1991 yılında yürürlüğe girmek üzere üç yıllık bir işbirliği protokolü imzalanmıştır (Milliyet 15 Mayıs 1990).

Kardeş şehirlerin kültürel etkinlikleri çerçevesinde gerçekleştirilen sanatsal faaliyetlerden biri olarak kabul edilebilecek olan “İznik ve Seramikleri” fotoğraf sergisi Haziran 1990’da Bursa’da açılmıştır. Daha önce İznik Müzesi’nde, Ankara ve Adana Devlet Güzel Sanatlar Galerileri’nde, Çanakkale Seramik’in İzmir Galerisi’nde, Çanakkale Zeynep Bodur Çocuk Kütüphanesi’nde sergilenen “İznik ve Seramikleri” fotoğrafları Bursa’dan sonra da Antalya Film Festivali süresince Antalya’da sergilenmiştir (Cumhuriyet 11 Haziran 1990).

İstanbul Büyükşehir Belediye Başkanı Nurettin Sözen 1990 yılı Haziran ayında bu defa İsveç’in başkenti Stockholm’e davetli olarak gitmiştir. İstanbul ve

Stockholm belediye başkanları, düzenledikleri ortak basın toplantısında, işbirliğinin amacının insanlara iyi hizmet vermek ve kent sorunlarını, dayanışma içinde çözmek olduğunu vurgulayarak, “Hedefimiz bu işbirliği ile vatandaş katılımını geliştirerek, demokrasi ve dünya barışına katkıda bulunmaktır.” demiştir. İstanbul Büyükşehir Belediye Başkanı Sözen, basın toplantısında, “İşbirliğinin kalıcılığını nasıl garanti ediyorsunuz?” şeklindeki soruyu yanıtlarken, “Benden sonra sağ yönetimin geleceğine inanmadığını belirterek size teminat verebilirim.” diye cevap vermiştir. Göreve geldiğinden bu yana uluslararası ilişkilere özel önem verdiğini kaydeden Sözen, İstanbul’un o ana kadar Kahire, Şanghay, Toronto ve Stockholm kentleri ile kardeşlik anlaşmasını imzaladığını ve yılsonuna kadar Bonn, Amsterdam, Barselona, Selanik, Roma, Budapeşte, Rabat gibi kentlerle de kardeşlik anlaşmaları imzalayacağını kaydetmiştir (Milliyet 29 Haziran 1990).

1990 yılı Temmuz ayında resmi bir ziyaret için Böblingen’de bulunan Bergama Belediye Başkanı Sefa Taşkın ve beraberindeki meclis üyeleri Zeus Sunağı’na geri verilmesiyle ilgili yaklaşımlarına olumlu yanıt alamamıştır. Bergama ile kardeş şehir olan Böblingen Belediye Başkanı Aleksander Vogelgsang “Doğu Almanya’daki Sömmer Belediyesi’nin konuya ağırlığını koyması lazımdır. Kendimizi bu olayın dışında tutmak istiyoruz. Doğu Almanya’da 40 yıldır düşünceleri söylemek yasaktı. Şimdi oranın halkı da serbest. Sorununuzu bizzat onlara iletebilirsiniz.” yanıtını vermiştir. Bu örnekte olduğu gibi kardeş şehirlerin şu ana kadarki ortaklıkları kadar kültürel ve siyasi konularda zaman zaman destek vermedikleri de olmuştur (Cumhuriyet 1 Temmuz 1990).

Atina’daki Abdi İpekçi Dostluk ve Barış Ödülü Sekreterliği, Ağustos 1990’da Midilli ve Dikili belediyelerine özel ödül verilmesini kararlaştırmıştır. Ödül Sekreterliğinden yapılan açıklamaya göre, iki ülke insanların dostluk ve barış içinde yaşamaları için Dikili ve Midilli belediye yetkililerinin gösterdikleri çabadan dolayı bu ödülün verilmesi düşünülmüştür. Ödüller Dikili Belediye Başkanı Osman Özgüven, Midilli Belediye Başkanı Stratis Pallis ile her iki belediyenin meclis üyelerine verilmiştir. Sekreterlik, ayrıca iki belediye meclisinin Midilli ve Dikilinin kardeş şehir ilanı yolundaki kararının da yaşama geçirilmesi dileğinde bulunmuştur. Sekreterliğin açıklamasında, “Ege iki komşu ülkeyi birleştirecek barış ve dostluk denizi olmalıdır” denilmiştir (Milliyet 15 Ağustos 1990).

Birinci Uluslararası Azerbaycan Türk Dernekleri Kurultayı 3 Kasım 1990 tarihinde İstanbul Atatürk Kültür Merkezi’nde başlamıştır. Kültür Bakanı Namık Kemal Zeybek’in açılışını yaptığı kurultay dört gün sürmüştür. Türk kültürünün önemli hazinelerinden biri olan Azerbaycan’ın kültür unsurlarını araştırmak, tanıtmak ve bu konuda faaliyet gösteren kuruluşlar arasındaki ilişkilerin geliştirilmesi amacıyla düzenlenen kurultayın açılış konuşmasını Azerbaycan şivesiyle

yapan Kültür Bakanı Namık Kemal Zeybek, Azerbaycan’la dostluğun devamı için ne yapılması gerekiyorsa yapılacağını belirterek “Bizim dilimizi dünyada 160 milyon insan konuşuyor. Neden Birleşmiş Milletlerin konuştuğu diller arasına girmesin? Türkiye’de bugün kullanılan ABC’yi biz Azerbaycan’dan aldık. Sonra onlar başka bir alfabe aldılar. Bizden tekrar alacaklarını umuyorum. Hayal zannettiğimiz neler olmadı ki” demiştir. Kurultay sırasında Türk gazeteciler ile g r   en Azerbaycan Dı i leri Bakanı Hüseyinağa Sadıkov’dan ilginç öneride bulunmuştur. Dı i leri Bakanı Sadıkov, “Neden Türk ve Azeri basın kuruluşları daha yakın işbirliği yapmıyor? Azerbaycan TV’sinin, gazetelerinin Türkiye’de temsilcilik açmasını isterdik.” Azerbaycan Dı i leri Bakanı Sadıkov’un daha da ilginç bir  nerisi olmuştur: “Türkiye burada konsolosluk açıyor, biz de İzmir’de açalım” Sadıkov’un bu önerisinin kaynağı, Bak  ile İzmir’in yıllar önce kardeş  ehir olmasında kaynaklanmıştır. Sadıkov, “Bizim  nerimiz  u: Türkiye’nin burada görevlendireceği diplomatların masraflarını biz kar ılayalım, siz de İzmir’de bizimkilerin masraflarını...” Peki, Azerbaycan, Ankara’da temsilcilik açmayı d    nm yor mu? Sadıkov, bu soruyu şöyle yanıtlıyor: “Ankara’da da, İstanbul’da da açabiliriz. Ama kardeş  ehir ilişkileri kurulsa daha da güzel olur. D   nd ğ n z gibi bu Moskova ile aramızda bir sorun olu urmaz.     n k artık perestroika var.” Sadıkov, kısa süre sonra Konya ile Bursa’nın da kardeş şehirler arasına katılacağını belirtirken karşılıklı kültür merkezleri açılmasını da önermiştir. SSCB henüz resmen dağılmamı ken Türkiye ile Azerbaycan arasındaki işbirliğinin göstergesi olan bu kurultay sırsındaki görüş alı veri i kardeş  ehir uygulamasının artarak devam edeceğinin ip uçlarını vermiştir (Milliyet 4 Kasım 1990).

1990 yılının son aylarında İstanbul B y k  hir Belediyesi ile Berlin Belediyesi arasında daha önce imzalanan Kardeş  ehir Antlaşması  er evesinde İstanbul’un su sorununa çözüm amacıyla Berlin Sular İdaresi tarafından hazırlanan ön fizibilite raporunda, Ömerli-Elmalı su toplama havzalarının çevresel kirlenme etkilerinden korunması ve mevcut yerleşim alanlarına su teminini amaçlandığı belirtilmiştir. Berlin  alı ma, Ulaştırma ve İşletmeler Senatörü Horst Wagner tarafından B y k  hir Belediye Başkanı Nurettin Sözen’e rapora göre İstanbul’un içme ve atık su sorununun çözümü için 1.1 milyar doların gerekli olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Raporun sunu u nedeniyle 27 Kasım 1990 tarihinde B y k  hir Belediyesi’nde düzenlenen basın toplantısında konuşan Nurettin Sözen, Ömerli ve Elmalı su toplama havzalarının büyük bir tehlikeyle karşı karşıya olduğunu kaydederek İstanbul halkına temiz ve sağlıklı su sağlayacak projenin kapsadığı yatırımları açıklamıştır. Berlin Sular İdaresi Müdürü Dr. Tessendorf da ön fizibilite raporu hakkında bilgi vererek, Berlin’de bu konuda çok iyi çalışmaları

ve tecrübeleri olduğunu söyledi. Çalışmanın 1.1 milyar dolara mal olacağını belirten Dr. Tessendorf raporun uygulanması halinde 1995-2006 yılları arasında sağlıklı içme suyu ve atık sular konusunda olumlu gelişmeler olacağını kaydetmiştir (Milliyet 28 Kasım 1990).

Santral Holding tarafından 1990 yılı Aralık ayında ikincisi düzenlenen “Büyük Sergi”, MSÜ Resim ve Heykel Müzesi ve Hareket Köşkü’nden sonra, Ankara Atatürk Kültür Merkezi’nde açılmıştır. Türk sanatçıların yapıtlarından oluşan en geniş kapsamlı çağdaş sanat sergisi olma özelliğini koruyan Büyük Sergi’de heykel ve kavramsal sanat alanlarında ürün veren sanatçıların yapıtlarına da yer verilmiştir. 5 Aralık günü 10.30’da AKM’de yapılan basın toplantısında Santral Holding Genel Müdürü Halil Bezmen, Berlin kültür senatörlerinden, İstanbul ve Berlin’in kardeş şehir olma projesinin önde gelen isimlerinden Peter Sauerbaum ve aynı çerçevede faaliyetlerinin sürdüren Irena Nalepa da hazır bulunmuştur (Milliyet 8 Aralık 1990).

İstanbul Büyükşehir Belediyesi Kültür İşleri Dairesi’nin düzenlediği etkinlikler 1991 yılında devam etmiştir. Çin Halk Cumhuriyeti İstanbul Başkonsolosluğu’nun katkılarıyla, İstanbul Büyükşehir Belediyesi Atatürk Kültür Kitaplığı’nda Çin Fotoğraf Sergisi bunlardan biri olmuştur. İstanbul-Şanghay Kardeş Kent Anlaşması çerçevesinde 13-27 Eylül’de açılan bu sergide 48 adet fotoğraf sergilenmiştir. Çin Halk Cumhuriyeti’nin sosyal ve kültürel yaşamı yanında sanayiini de tanıtan fotoğrafların yer aldığı sergi, 27 Eylül 1991 tarihine kadar devam etmiştir (Milliyet 9 Eylül 1991; Cumhuriyet 9 Eylül 1991; Cumhuriyet 15 Eylül 1991).

Çin Fotoğraf Sergisi’nden yaklaşık bir ay sonra İstanbul’un kardeş şehir kültür ilişkileri çerçevesinde yeni gelişmeler yaşanmaya devam etmiştir. İstanbul’la kardeş kent ilan edilen Strasburg’daki temaslarını tamamlayıp Varşova’ya geçen Nurettin Sözen, belediye sarayını ziyaret etmiştir. Burada Kültür İşbirliği Protokolünü imzalayan Sözen, Varşova Belediye Başkanı’nın onuruna düzenlediği yemeğe katılmıştır. Öte yandan Polonezköy’ün 150. kuruluş yıldönümü nedeniyle İstanbul’da düzenlenecek Türk-Polonya Haftası’nın hazırlıklarına Büyükşehir Belediyesi tarafından başlanmıştır (Cumhuriyet 15 Kasım 1991).

SSCB’nin dağılmasından sonra Türkiye’nin Türk Dünyası ülkeleri ile ilişkileri çok daha fazla artmıştır. Özbekistan Cumhurbaşkanı İslam Kerimov, Türkiye gezisinin üçüncü durağı olan İstanbul’da turistik bir gezi yapmıştır. Kerimov, 18 Aralık 1991 tarihinde geldiği İstanbul’da ilk olarak Vali Hayri Kozakçıoğlu’nu ziyaret etmiştir. Kozakçıoğlu ile görüşmesi sırasında İstanbul’a olan hayranlığını

dile getiren Kerimov, Özbekistan'ın başkenti olan Taşkent'in, İstanbul ile kardeş kent olmasını istediklerini söylemiştir (Cumhuriyet 19 Aralık 1991).

2.Sonuç

İkinci Dünya Savaşı sona erdikten sonra Amerika ve Avrupa başta olmak üzere tüm Dünya'da etki alanı olan kardeş şehir ilişkilerin tarihsel gelişim süreci içerisinde ilk olarak ideolojik kaynaklı nedenler ile kurulduğu görülmektedir. Blok ülkeleri arasında ilişkilerin geliştirilmesi, savaşların önlenmesi, ortak hedefler etrafında buluşulması, yoksullara yardım edilmesi işbirlikleri buna örnektir. İkinci olarak sosyal ve politik kaynaklı nedenler söz konusudur. Üçüncü olarak ise ekonomik temelli nedenler etkilidir. Bunlara ek olarak; kardeş şehirler arasında isimsel benzerlikler, işlevsel benzerlikler (endüstriyel şehirler, tarım şehirleri, liman şehirleri vb.), durumsal benzerlikler (başkentler, en büyük şehirler) ve coğrafi benzerlikler gibi nedenler de bunda etkili olmuştur.

Türkiye'nin kardeş şehir işbirliklerinde siyasi ve politik hedefler gözetilirken, bu ilişkilerin dış politikada bir etki aracı olarak değerlendirilmesi de söz konusu olmuştur. Yine sanayi, ticaret, turizm ve tarım gibi özellikleri ile dikkat çeken şehirlerin ve büyük şehir vasfında olan yerel yönetimlerin kardeş şehir işbirliklerinin geliştirilmesinde aktif olarak rol oynadığı dikkat çekmiştir. Böylece sporsal ve müzikal etkinlikler, kültürel organizasyonlar, ticaret ve sanayi fuarları ve turist sayısında d artış olmuştur. Bu durumun sürdürülebilirliği adına ise çeşitli kamusal kurumlar, sivil toplum kuruluşları, özel vakıf ve dernekler ile uluslararası teşkilatların doğru biçimde harekete geçirilmesi ve kardeş şehir ortaklığında bulunan şehirlerin bilgi, tecrübe, yetenek ve olanakları artırılması gerekmektedir.

Kaynaklar

Kitap-Makaleler

- Aslantatar, E. (2022). “Kentler Diplomasisi İçinde Kardeş Şehir Uygulamaları: Edirne-Dedeoğlu Üzerine Yönetimsel Bir İnceleme”. Yüksek Lisans Tezi, Trakya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Edirne.
- Çalışkan, V., Bay, A. (2020). “Türkiye’nin Uluslararası Kardeş Şehir Anlaşmalarında Tercih Faktörleri ve Mekânsal Dağılım Özellikleri”. *Doğu Coğrafya Dergisi* 25 (43): 73-92.
- Ekşi, S. T. (2018). *Dünyada ve Türkiye’de Kardeş Şehircilik*. İstanbul: Türk Dünyası Belediyeler Birliği (TDBB) Yayınları.
- Oktay, T. (2014). “Türkiye’deki Belediyelerin Türk Cumhuriyetleri ile Kardeş Şehir İlişkileri”. *Türk Dünyasında Yerel Yönetimlerin Sorunları*, Ankara: Nobel Yayın Dağıtım.
- Güleç, S. Y. (2021). “Kamu Diplomasisi ve Yerel Yönetimler Konya Büyükşehir Belediyesi Örneği”. Doktora Tezi. Necmettin Erbakan Üniversitesi Sosyal Bilimleri Enstitüsü Doktora Tezi, Konya.
- Özcan, Ü. (2006). *Yerel Yönetimler Arasında Ortaklıklar ve Kardeş Şehir İlişkileri El Kitabı*. Ankara.
- Özyurt, P. M. (2020). “Değer Odaklı Turizm Talebi Yaratmada Alternatif Bir Araç: Kardeş Şehir İşbirlikleri”. *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi* 4(3): 2378-2390.
- Türkiye’nin Yumuşak Güç Enstrümanı Olarak Kültürel Diplomasi ve İletişim*. (2022). Editörler: Zakir Avşar vd. Ankara: Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığı Yayınları.

Gazeteler

Cumhuriyet

Milliyet



BÖLÜM 12

Vısegrad Ülkelerinde Bilgi ve İletişim Teknolojileri İhracatı, Ar-Ge, Patent ve Ekonomik Büyüme İlişkisi

Gülçin Beken¹ & Mehmet Akyol²

¹ Doç.Dr., Gümüşhane Üniversitesi İİBF İktisat Bölümü, ORCID:0000-0002-1664-456X

² Doç. Dr., Gümüşhane Üniversitesi İİBF İktisat Bölümü, ORCID: 0000-0002-1173-200X

Giriş

Küresel rekabet ortamında ülkelere ve firmalara başarı kazandıracak en temel unsurların başında teknoloji gelmektedir. Yeni teknolojilerin kullanımı yeni piyasaların oluşmasına ve rekabetin yoğunlaşmasına yol açacaktır. Bu noktada rekabet gücünü elde eden firmalar ülkelerinin uluslararası rekabet edebilirliği ve büyüme performansları üzerinde olumlu etki yaratacaktır (Dereli, 2017). Özellikle yüksek teknoloji ihracatı dış pazarlara yüksek fiyatlı ürün satarak ülke için gelir yaratmanın, yabancı rezervleri arttırmanın bir yolu olarak ülkenin iktisadi büyümesini destekleyici etkiye sahiptir (Shabeer ve Rasul, 2024).

İnovasyon kapasitesi ve becerisi, teknoloji adaptasyonunu teşvik ederek üretimin artmasına ve ihracata dayalı ekonomik büyümenin artmasına yol açar (Zuhal, 2020a:404). Yeni teknolojilerin kullanımıyla birlikte yüksek teknoloji üretilen ve yaşanan gelişmeler verimli bir döngü yaratarak daha fazla inovasyon, refah ve sürdürülebilir büyüme artışını destekleyici etkide bulunacaktır (Drapkin vd, 2024). Sonuçta, bilgi ve iletişim teknolojileri ekonomik büyümenin hızlanması, sürdürülebilir kalkınmanın sağlanması ve yoksulluğun azaltılmasında önemli bir rol oynayacaktır (Mamaghani, 2010).

Teknolojik gelişme artışı ürün yaşam döngüsünü, yüksek teknoloji sanayilerin yapısını ve bu sanayiler arasındaki rekabeti, bir ülkenin bilgi ve iletişim teknolojileri gibi alanlardaki stratejik yatırımları aracılığıyla küresel çaptaki rekabet edebilirliğini de kapsayacak şekilde etkilemektedir (Balaam ve Veseth, 2008:199). Bilgi yoğun ürün ve üretim yapısında da (Tablo 1 ile ifade edilen) bu bağlamda yüksek teknoloji ürünlerin öne çıktığını, ekonomilerin daha yenilikçi altyapılar oluşturmaya çalıştığını ve devletlerin bunu destekleyecek yatırımlar, Ar-Ge harcamaları gerçekleştirdiği görülmektedir.

Tablo 1: Bilgi yoğun ürün pazarındaki küresel eğilimler

Eğilim	Sonuçlar
Yüksek teknoloji ürünlerinin artan önemi	Bölgeler arası ve uluslararası bilimsel ve yenilikçi işbirliğinin artışı
Sistem oluşturma süreçlerine ve yeniliklerin sistematik kullanımına doğru kayan odak	Yenilikçi gelişmeye ilişkin devlet düzenlemelerinin ayarlanması
Bilim, eğitim, üretim ve iş yapma biçimleri arasındaki etkileşimin genişlemesi	Ekonomilerde yenilikçi altyapıların ve yenilikçi girişimciliğin artan önemi
Ulusal ekonomilerde yenilikçi gelişme modeli	Bilimsel, teknolojik ve yenilikçi iktisadi gelişmenin öncelikli alanlarında kaynakların etkin kullanımı

Kaynak: Eskindarov vd, 2020:201

Doğrudan yabancı yatırımlar, Ar-Ge ve inovasyon faaliyetlerinin artmasında ve yatırımlara ev sahipliği yapan ülkenin katma değeri yüksek ürünler üretmesinde ve özellikle yüksek teknoloji ürün ihracatından elde edilen gelirle milli gelir artışı yaşanmasında etkili olacaktır (Zuhal, 2020b:269). Bu nedenle daha fazla doğrudan yabancı yatırım çekebilmek için ev sahibi ülkelerin mülkiyet hakları, vergi teşvikleri gibi konularda çok uluslu şirketlere birtakım ayrıcalıklar sağlamaları gerekmektedir (Erdal ve Göçer, 2015).

Bu çalışmada ele alınan Visegrad ülkeleri-V4 (Çekya, Macaristan, Polonya, Slovakya) arasında sosyo-ekonomik ve siyasi açıdan farklılıklar olduğu ve bu farklılıkların da onların küresel rekabet edebilirlikleri üzerinde etkili olduğu unutulmamalıdır (Ivanová ve Čepel, 2018). Merkezi planlı bir ekonomik yapıdan piyasa ekonomisine ve demokrasiye geçiş süreci yaşayan bu ülkelerde yapısal dönüşümün gerçekleştirilmesinde ve modern ekonominin yaratılmasında teknolojinin rolü de önemlidir (Piotrowicz, 2015). Visegrad ülkelerinin 2004 yılında Avrupa Birliğine katılmaları bu ülkeler içerisinde Avrupa Ortak Pazarının kurallarının benimsenmesi ve yayılması anlamını taşımaktadır. Özellikle yeni katılan bu üye ülkelerle birlikte bilgi ve iletişim teknolojilerinde ve hizmetlerinde elde edecek rekabet avantajı uzun dönemde Birliğin başarılı ekonomik performans göstermesi açısından önemlidir (Krasnikova vd, 2020).

Bilgi ve iletişim teknolojileri toplumların ekonomik ve sosyal sürdürülebilirlikleri üzerinde önemli bir pozitif etkiye sahiptir. Sosyal faydaya ve sürdürülebi-

lirliğe katkısı eğitim, sağlık ve diğer kamusal hizmetlerin sunulma biçimini iyileştirmesinden kaynaklanmaktadır. Ekonomik ve sosyal anlamda faydasının ortaya çıkabilmesi için bu alanda yatırımlar yapılması, farklı paydaşların katılımının sağlanması kadar ülkelerin mevcut düzenleyici yasalarının yapısı, kamu ve sanayi kesimi arasında bir uzlaşının varlığı, kamu desteği de gerekli olmaktadır (Beardsley vd. 2010; Zuhal, 2020c:196). Literatürde hem bilgi ve iletişim teknolojilerinin ekonomik anlamda büyüme ve GSYH artışına katkısını geliştirmiş ve geliştirmekte olan ülkeler için ele alan (Aleksandrova ve Khabib, 2021; Niebel, 2018; Yousefi, 2011; Papaioannou ve Dimelis, 2007) çalışmalar hem de sosyo-ekonomik gelişmişliğe (Wang v.d.,2021; Roztecki v.d., 2019; Palvia v.d., 2018) etkisine odaklanan çalışmalarla karşılaşılmaktadır. Bu çalışmada bilgi ve iletişim teknolojileri ihracatını Visegrad ülkeleri için etkileyen faktörlere odaklanılmaktadır.

Literatür

Zapata v.d. (2024), 35 OECD ülkesi için 2004-2018 döneminde teknoloji yoğun ihracatın (yüksek teknoloji imalat ürünleri ihracatı ve toplam istihdamın payı olarak yüksek teknoloji imalat ürünleri ihracatı şeklinde) belirleyicilerini genelleştirilmiş en küçük kareler ve genelleştirilmiş momentler yöntemi kullanılarak analiz etmiştir. Ampirik analizin ana sonuçları arasında fiziksel sermaye değişkeni, beşerî sermaye değişkeni, yenilik, doğrudan yabancı yatırım, yüksek teknoloji imalat ürünleri ithalatı, nüfus açısından ülke büyüklüğü ve AB üyeliğinin önemli bir etkiye sahip olduğu görülmektedir. Bağımsız değişkenler arasında toplam istihdama göre brüt sabit sermaye yatırımları, kişi başına düşen toplam nüfusa göre üniversite mezunlarının oranı, GSYH'ye göre Ar-Ge harcamaları, GSYH'ye göre ülkeye doğrudan yabancı yatırım stoku, GSYH'nin oranı olarak yüksek teknoloji imalat ithalatı, ulusal yönetim ve düzenlemelerin kalitesi, ülke nüfusu, AB üyeliği yer almaktadır.

Fonkam (2023) çalışması 33 Afrika ülkesi için 1995-2017 dönemi boyunca ihracat odaklı teknolojik değişimi belirleyen temel faktörleri farklı teknoloji düzeyleri (düşük teknoloji, orta teknoloji ve yüksek teknoloji ihracat) üzerinden araç değişkenli regresyon yöntemiyle panel veri analizi ile incelemektedir. Düşük teknolojiyle üretilen ihracatın ana belirleyicileri ürün bileşenlerinin ithalatı, hukukun üstünlüğü, nüfus, doğrudan yabancı yatırım girişi, kişi başına düşen GSYH ve imalat sektörüdür. Yüksek teknoloji ürün ihracatının belirleyicileri ise ürün bileşenlerinin ithalatı, hukukun üstünlüğü, beşerî sermaye, doğrudan yabancı yatırım girişi, kişi başına düşen GSYH ve imalat sektörüdür. Her üç teknoloji düzeyi için ortak olan faktörler ürün bileşenlerinin ithalatı, hukukun üstünlüğü, doğrudan

yabancı yatırım girişi ve kişi başına düşen GSYH olmaktadır. Orta ve yüksek teknoloji ürün ihracatını etkileyen ortak faktör ise beşerî sermaye olmaktadır.

Arvin v.d. (2021) çalışması, 1961-2019 dönemi için G-20 ülkelerinde bilgi ve iletişim teknolojileri, ekonomik büyüme, ticari açıklık ve doğrudan yabancı yatırım arasındaki nedensel bağlantının hem kısa hem de uzun vadeli etkilerini panel veri analizi ile incelemektedir. Ekonomik büyüme, ticari açıklık derecesi, doğrudan yabancı yatırımlar ve bilgi ve iletişim teknolojilerinin G-20 ülkelerinde uzun dönemli büyümenin, bilgi ve iletişim teknolojilerinin yayılımı, doğrudan yabancı yatırımlar ve ticaret açıklığı ile ilgili politikaların ortak şekilde geliştirilmesi ve uyumlu kılınmasına bağlı olduğu bulunmaktadır.

Yaşar (2020) dinamik panel veri analizi ile 52 ülkede 2007-2018 döneminde yüksek teknoloji ihracatı üzerinde Ar-Ge harcamalarının ve yerli ve yabancı yerleşiklerin patent başvuru sayısının etkisini ölçmektedir. Modele ayrıca kontrol değişkeni olarak yurt içi tasarruflar, dışa açıklık oranı ve GSYH içindeki doğrudan yabancı yatırımların payı da eklenmiştir. Tüm bu değişkenlerin hepsinin yüksek teknoloji ürün ihracatı üzerinde pozitif etkiye sahip olduğu bulunmuştur.

Akhvlediani ve Sledziowska (2015), Visegrad ülkelerinin yüksek teknoloji ihracatı, Ar-Ge harcamaları ve endüstri içi ticaretinin, 2004-2013 döneminde AB-15 ülkeleri ile karşılaştırmasını istatistiki bir analiz üzerinden yürütmüştür. Elde edilen sonuç, Visegrad ülkelerinin yüksek teknoloji ihracatı ve Ar-Ge alanlarında AB-15 ülkelerinin gerisinde kaldığını göstermektedir. Bununla birlikte, AB'ye katılımın uzmanlaşma üzerinde pozitif yönde katkı yaptığı da vurgulanmaktadır. Çalışma ayrıca, Visegrad ülkelerinin yoğun bir şekilde beşerî sermaye içermeyen ve yüksek Ar-Ge harcaması gerektirmeyen ürünler bağlamında ihracatta karşılaştırmalı bir üstünlük elde ettiğini de ortaya çıkarmaktadır.

Bayraktutan ve Bıdırdı (2018) seçili gelişmiş 16 ve gelişmekte olan 26 ülkede panel veri analizi ile 1996-2012 dönemini kapsayarak yüksek ve orta teknoloji ihracatını (milyon emek başına düşen) bağımlı değişken olarak almıştır. Patent sayısı, sabit sermaye yatırımı, doğrudan yabancı yatırım bağımsız değişkenler (milyon emek başına) olarak kullanılmıştır. Ampirik analiz sonucuna göre her iki ülke grubu için orta ve yüksek teknoloji ihracatının temel belirleyicisi patent sayısı olarak bulunmuştur. Ancak, patent sayısından orta ve yüksek teknoloji ihracatına doğru kısa dönem bir nedensellik bulunmamıştır. Sabit sermaye yatırımı ve doğrudan yabancı yatırımlardan orta ve yüksek teknoloji ihracatına doğru kısa dönem nedensellik bulunmuştur

Yüksek teknoloji ürünü ihracatının bağımlı değişken olduğu Kabaklarlı vd. (2017) çalışmasında doğrudan yabancı yatırımların GSYH'ye oranı, patent başvurularının doğal logaritması, GSYH'nin yüzdesi olarak brüt sermaye oluşumu göstergeleri kullanılmış ve 1989-2015 dönemi boyunca 14 OECD ülkesi (Kanada, Danimarka, Finlandiya, Fransa, Almanya, İsrail, Kore, Hollanda, Norveç, İsviçre, İsveç, Türkiye, İngiltere, ABD) için panel veri analizi ile yüksek teknoloji ihracatının temel belirleyicileri gösterilmeye çalışılmıştır. Sonuçlar, patent başvurularının ve doğrudan yabancı yatırımların yüksek teknoloji ihracatını olumlu ve anlamlı bir şekilde etkilediğini gösterirken yüksek teknoloji ürün ihracatı ile iktisadi büyüme (GSYH) arasında bir ilişki bulunmamıştır.

Sandu ve Ciocanel (2014) AB-27 düzeyinde, 2007-2012 dönemi için orta ve yüksek teknoloji ürün ihracatını ve inovasyonu etkileyen faktörleri incelemektedir. Kamu kesimine ve özel sektöre ait Ar-Ge harcamaları (GSYH%), bilgi yoğun üretim ve hizmetlerde istihdam düzeyi (toplam istihdamın %) bağımsız değişken olarak ele alınmıştır. Ampirik analiz, AB'nin yüksek teknoloji ihracatı ile bağımsız değişkenler arasındaki nedensel ilişkiyi ispatlamaktadır. Ülkelere göre farklılaşmakla birlikte yüksek teknoloji ihracatı ile toplam Ar-Ge harcaması arasında ve Ar-Ge harcaması ile teknolojik inovasyon arasında pozitif korelasyon görülmektedir. Ayrıca, özel kesim Ar-Ge harcamalarının yüksek teknoloji ihracatı üzerindeki etkisi, kamu kesimi Ar-Ge harcamalarından daha güçlü bulunmuştur.

Tebaldi (2011) çalışmasında 1980-2008 yılları arasında 99 ülkenin yüksek teknoloji ihracatını etkileyen faktörleri panel veri analizi ile incelemektedir. Yüksek teknoloji ihracatı üzerinde açıklayıcı değişkenlerden beşerî sermayeyi temsil eden ortalama eğitim süresindeki artışın, doğrudan yabancı yatırımlardaki artışın, ekonomik entegrasyon ve ticari açıklık düzeyinin pozitif etkisi olduğu bulunmaktadır. Bunun yanında tasarruf ve sermaye birikimi, döviz kuru ve makroekonomik dalgalanmalar ve siyasi kurumların doğrudan yüksek teknoloji ihracatı üzerinde anlamlı bir etkisi görülmemiştir. Net göç ile yüksek teknoloji ihracatı arasında ise zayıf bir ilişki olduğu görülmektedir.

Vogiatzoglou (2009) çalışması 28 ülkede bilgi ve iletişim teknolojileri ihracatının temel belirleyicilerini üç ürün grubu temelinde panel veri analizi ile incelemektedir. Karşılaştırmalı üstünlüğü ifade eden (Ar-Ge, beşerî sermaye, rekabet edebilirlik), Yeni Ekonomik Coğrafyayı temsil eden (uluslararası piyasalara erişim, yığılma ekonomileri, bilgi ve iletişim teknolojileri piyasa büyüklüğü) ve genel faktörler (çok uluslu firma faaliyetleri, bilgi ve iletişim teknolojileri ile ilişkili kamusal altyapı) göstergeleri üzerinden Ar-Ge harcamaları ve beşerî sermayenin ülkelerin bilgi ve iletişim teknolojileri ihracatı üzerinde istatistiksel olarak anlamlı etkisi olduğu bulunmuştur.

19 OECD ülkesi için 1981-1999 döneminin kapsandığı Braunerhjelm ve Thu-
lin (2008) çalışmasında yapılan panel veri analizinde ülkenin yüksek teknoloji-
li ürün ihracatı bağımlı değişken iken Ar-Ge harcamalarının yüksek teknoloji-
li ürünlerin ihracat payını arttırıcı bir etki yarattığı bulunmaktadır. Diğer değişken-
lerden GSYH'nin yüzdesi olarak eğitime yapılan kamu harcamaları yüksek tek-
noloji ürün ihracatı üzerinde zayıf olsa da negatif bir etki yaratmıştır. Ayrıca orta
teknolojili endüstrilere ait üretimin de yüksek teknoloji-
li ürün ihracatı üzerinde negatif etkisi bulunduğu görülmektedir.

Veri Seti ve Yöntem

Çalışmada bilgi ve iletişim teknolojileri ihracatının toplam ihracat içerisindeki
payı (ICTE) bağımlı değişken, Ar-Ge harcamalarının toplam gayri safi yurtiçi
hasıla içerisindeki payı (RDEXP), milyon kişi başına düşen Ar-Ge sektöründe
istihdam edilen araştırmacı sayısı (RDRESA), yerleşiklerin patent başvuruları
(PATAPP) ve gayri safi yurtiçi hasıla (GSYH) bağımsız değişkenleri oluşturmak-
tadır. GSYH değişkeninin doğal logaritması alınmıştır. Çalışma 2000-2021 yıl-
ları arası dönemi kapsamaktadır. Çalışmanın ülke grubunu Visegrad ülkeleri ola-
rak adlandırılan Çekya, Macaristan, Polonya ve Slovakya oluşturmaktadır. Panel
ekonometri analizinden yararlanılan çalışmanın denklemi aşağıdaki şekilde ku-
rulmaktadır.

$$ICTE_{it} = \alpha_{it} + \beta_1 RDEXP_{it} + \beta_2 RDRESA_{it} + \beta_3 PATAPP_{it} + \beta_4 LGSYH_{it} u_{it}$$

Yukarıdaki denklemde α ; sabit değeri, β ; eğim parametresini, i ; panelin birim
boyutunu, t ; panelin zaman boyutunu ve u ise hata terimini ifade etmektedir. Ç-
alışmada kullanılan verilere Dünya Bankası web sayfası istatistikler bölümünden
ulaşılmıştır. İktisadi analizler ortaya koyarken özellikle ampirik çalışmalarda
ekonometrik yöntemlerden yararlanılmaktadır. Analizler gerçekleştirirken dikkat
edilmesi gereken temel nokta serilerin durağan olmasıdır. Eğer seriler durağan
değilse ve durağan olmayan bu serilerle analiz yapılırsa elde edilen sonuçlar sap-
malı çıkmaktadır. Diğer bir ifade ile durağan olmayan serilerden elde edilen so-
nuçlar güvenilir olmamaktadır. Sağlıklı ve güvenilir sonuçlar elde edilmesi için
serilerin durağanlığının test edilmesi gerekmektedir. Birim kök testleri serilerin
durağanlığının tespitinde kullanılmaktadır. Birim kök testleri çeşitli farklılıkları
bünyesinde barındırmakta ve iki gruba ayrılmaktadır. Birinci grup birim kök test-
leri serilerde yatay kesit bağımlılığını dikkate almamaktadır. Bir başka ifade ile
seriler yatay kesit bağımlı değilse birinci grup birim kök testleri kullanılmaktadır.
Eğer seriler yatay kesit bağımlılığı sergiliyorsa ikinci grup birim kök testlerinin
uygulanması gerekmektedir. Birinci ve ikinci grup birim kök testlerinden hangi-

sinin kullanılacağıının belirlenmesi aşamasında ise yatay kesit bağımlılığı testlerinden yararlanılması gerekmektedir (Tatoğlu, 2017). Literatürde yatay kesit bağımlılığını sınavan çeşitli testler yer almaktadır. Birimler arası korelasyon testleri hem birim hem de panel boyutunda uygulanmaktadır. Her bir birime ait birimler arası korelasyon testi olarak Pesaran (2004) tarafından geliştirilen CD testinden yararlanılmıştır. Panelin geneline ait sonuçlar elde etmek için ise Breusch Pagan (1980) LM testi kullanılmıştır. Serilerin durağanlığını sınavacak olan birim kök testi öncesinde uygulanan birime ve panelin geneline ait birimler arası korelasyon testi sonuçlarına Ek-1 de yer verilmektedir. Çalışmanın bağımlı değişkeni olan ICTE ve PATAPP değişkenlerinde birimler arası korelasyona rastlanmamıştır. Bu anlamda ICTE ve PATAPP değişkenleri için birinci grup birim kök testlerinden Im, Pesaran, Shin (IPS, 2003) tarafından geliştirilen IPS testi uygulanmış, birimler arası korelasyonun var olduğu diğer değişkenlere ise Taylor ve Sarno (1998) tarafından geliştirilen çok değişkenli genişletilmiş Dickey Fuller (MADF) testi uygulanmıştır.

IPS testinde birimlerin tamamına ait zaman serilerine ayrı ayrı birim kök testi uygulanmaktadır. Her bir birimin kendi otoregresif parametrelere sahip olmasına müsaade edilmektedir. IPS testinde birinci mertebeden otoregresif süreç işletilmektedir.

$$Y_{it} = (1 - \phi_i)\mu_i + \phi_i Y_{it-1} + \varepsilon_{it} \quad (i = 1, \dots, N)(t = 1 \dots \dots T) \quad (1)$$

Temel hipotez tüm i'ler için $H_0: \phi_i=1$ şeklindedir. 1 numaralı eşitlik yeniden dizayn edildiğinde

$$\Delta Y_{it} = \alpha_i + \beta_i Y_{it-1} + \varepsilon_{it} \quad (2)$$

şeklini almakta sıfır ve alternatif hipotez ise sırasıyla $H_0: \beta_i=0$ (tüm i'ler için) ve $H_1: \beta_i<0$ ve $(i=N_{1+1}, N_{1+2}, \dots, N)$ olmaktadır. IPS test istatistiği birimlere özgü DF istatistiğinin ortalaması üzerinden elde edilmektedir. Alternatif standartlaştırılmış t bar istatistiği ise;

$$W_{t-bar}(p, \rho) = \frac{\sqrt{N} \left\{ t - bar_{NT} - \frac{1}{N} \sum_{i=1}^N E[t_{iT}(p_i, 0) | \beta_i = 0] \right\}}{\sqrt{\frac{1}{N} \sum_{i=1}^N \text{Var}[t_{iT}(p_i, 0) | \beta_i = 0]}} \xrightarrow{t, n} N(0, 1) \quad (3)$$

3 numaralı denklemde

$$t - bar_{NT} = \frac{1}{N} \sum_{i=1}^N t_{iT_i} \quad (4)$$

olarak hesaplanmaktadır. İkinci kuşak birim kök testlerinden MADF testi panel verinin zaman boyutu (T) yatay kesit boyutundan (N) büyük olduğunda kullanılabilen bir testtir (Brooks, 2014), Taylor ve Sarno, Nx1 boyutlu stokastik vektörü dikkate alarak geliştirdikleri test yönteminde (Taylor ve Sarno, 1998):

$$q_{it} = \mu_i + \sum_{j=1}^k p_{ij}q_{it-j} + u_{it} \quad (5)$$

şeklindeki eşitlikten hareket etmektedir. Eşitlikte hata teriminin normal dağılıma sahip olduğu ve bağımsız olduğu varsayılmaktadır. Sıfır hipotezi N denklem için aşağıdaki gibidir (Taylor ve Sarno, 1998):

$$H_0: \sum_{j=1}^k \rho_{ij} - 1 = 0, \quad \forall i = 1, \dots, N \quad (6)$$

MADF testinden elde edilen Wald test istatistiği aynı zamanda MADF istatistiği olarak adlandırılmaktadır. MADF birim kök testi ve HT birim kök testi sonuçları Tablo 2’de yer almaktadır.

Tablo 2 MADF ve IPS Birim Kök testleri

MADF birim kök testi			
Değişkenler			
Düzey Değeri	MADF istatis- tiği	Kritik de- ğer	
RDEXP	11.520	36.616	
RDRESA	9.759	36.616	
LGDP	13.199	36.616	
Fark Değeri			
DRDEXP	88.298	38.897	
DRDRESA	52.281	38.897	
DLGDP	60.435	38.897	
IPS birim kök testi			
Değişkenler			
	Sabitli model	Sabit ve trendli model	

Düzyey Değeri	Test istatistiği	p değeri	Test ista- tistiği	p değeri
ICTE	-0.8881	0.1872	-0.3259	0.3722
PATAPP	-0.6526	0.2570	0-6843	0.7531
Fark Değeri				
DICTE	-3.4378*	0.0003	-2.8355*	0.0023
DPATAPP	-5.5252*	0.0000	-4.9923*	0.0000

Not: *,%1 düzeyinde istatistiksel olarak anlamlılığı ifade etmektedir.

T>N durumunda daha anlamlı sonuçlar veren ve gecikme uzunluğunun 1 olarak kabul edildiği MADF birim kök testi sonuçlarına göre RDEXP, RDRESA ve LGDP değişkenleri için MADF test istatistikleri düzey değerlerinde kritik değerden küçük olduğundan değişkenler düzeyde durağan değildir. Fark değerlerine göre ise RDEXP, RDRESA ve LGDP değişkenlerinin MADF test istatistikleri kritik değerden büyük olduğundan değişkenler farkında durağandır. IPS birim kök testi sonuçları ise hem sabitli hem de sabitli ve trendli modelde yukarıdaki tabloda gösterilmektedir. Gecikme uzunluğunun 1 olarak alındığı testte T>N olduğu durumda elde edilen sonuçlara göre ICTE ve PATAPP değişkenleri düzeyde durağan değildir. H_0 hipotezi reddedilememektedir. Birinci farkının alındığı durumda ise seriler durağanlaşmaktadır.

Serilerinin durağanlığının tespiti sonrasında homojenlik testinin yapılması uygun olacaktır. Literatürde birkaç homojenlik testi yer almakta ve bu çalışmada Pesaran ve Yamagata (2008) tarafından geliştirilen Delta testten yararlanılmıştır. Büyük ve küçük örneklem gruplarını simgeleyen, Pesaran ve Yamagata (2008)'nın geliştirdiği test istatistiklerine denklem 7' de yer verilmektedir.

$$\hat{\Delta} = \sqrt{N} \left\{ \frac{N^{-1}S-k}{\sqrt{2k}} \right\} \sim x_k^2 \quad \text{ve} \quad \hat{\Delta}_{adj} = \sqrt{N} \left\{ \frac{N^{-1}S-E(\tilde{z}_{iT})}{\sqrt{\text{Var}(\tilde{z}_{iT})}} \right\} \sim N(0,1) \quad (7)$$

Eşitlikte;

$$E(\tilde{z}_{iT}) = k \quad \text{ve} \quad \sqrt{\text{Var}(\tilde{z}_{iT})} = 2k(T-k-1)/(T+1)$$

söz konusudur. Test istatistiklerinin yer aldığı denklem 7'de N; birim sayısı, S; Swamy test istatistiği, $E(\tilde{z}_{iT})$; sonlu ortalama ve varyanslarla tüm i'ler için bağımsız dağıtılmış rassal değişkenleri simgelemektedir. Delta testinde boş hipotez $H_0: \beta_1 = \beta$ eğim katsayılarının homojenliğini, alternatif hipotez ise $H_1: \beta_i \neq \beta$ ise eğim katsayılarının heterojenliğini ifade eder (Pesaran ve Yamagata, 2008). 7

numaralı denklemde $\hat{\Delta}$ testi örneklem grubunun büyük olduğu durumlarda kullanılırken $\hat{\Delta}_{adj}$ ise küçük örneklem gruplarında güvenilir sonuçlar vermektedir (Isık vd, 2019: 30775). Delta homojenlik test sonuçları Tablo 3’de yer almaktadır.

Tablo 3 Homojenlik Testi Sonuçları

	Delta	Olasılık
Δ	4.182*	0.000
Δ_{adj}	4.904*	0.000

Not: *, %1 düzeyinde istatistiksel olarak anlamlılığı ifade etmektedir.

Tablo 3’de yer alan olasılık değerlerine göre hem Δ hem de Δ_{adj} test sonuçları panelin heterojen olduğunu kanıtlar niteliktedir. Her iki test sonu da %1 düzeyinde istatistiksel olarak anlamlıdır. Panel veri analizinde düzeyde durağan olmayan fakat birinci farkı alındığında durağan olan seriler arasındaki uzun dönemli ilişki eşbütünleşme testleri ile sınanmaktadır. Birimler arası korelasyon testi sonuçları eşbütünleşme ilişkisinin tespitinde birinci ve ikinci nesil eşbütünleşme testlerinden hangisinin kullanılacağına belirlenmesinde önemli bir rol oynamaktadır. Ek 1’de sunulan ve panel için birimlerarası korelasyonun varlığını sınavan LM, LMadj ve LMCD test sonuçları panelin geneli için uygulanan test sonuçlarına göre ikinci nesil eşbütünleşme analizinin yapılması uygun olmaktadır. Yine literatürde çeşitli eşbütünleşme testleri yer almakta olup bu çalışmada Westerlund (2007) tarafından geliştirilen ve birimlerarası korelasyonun varlığında dirençli kritik değerlerin bootstrap süreci ile elde edildiği Wseterlund eşbütünleşme testi kullanılmıştır. Bu testte değişkenler arasındaki uzun dönemli ilişkinin varlığının tespitinde 4 test kullanılmaktadır. Söz konusu testlerden ikisi her bir birim için OLS ile tahmin edilmekte ve G_a ve G_t istatistikleri grup ortalama olarak isimlendirilmektedir. Heterojen panellerde bu istatistikler daha güvenilir sonuçlar vermektedir. Panelin geneli için ise P_a ve P_t istatistikleri kullanılmaktadır. P_a ve P_t istatistiklerinden elde edilen sonuçlar homojen paneller için daha güvenilirdir. Bu testte, modelin genelinde eğer birimler arası korelasyon varsa dirençli kritik değerlere bootstrap süreci sonunda ulaşılabilir (Tatoğlu, 2007: 201-203). Aşağıdaki hata düzeltme modelinden hareketle

$$\Delta Y_{it} = \delta'_i d_t + \alpha_i (Y_{it-1} - \beta'_i X_{it-1}) + \sum_{j=1}^{p_i} \alpha_{ij} \Delta Y_{it-j} + \sum_{j=-q_i}^{p_i} \gamma_{ij} \Delta X_{it-j} + e_{it} \quad (8)$$

Burada $t=1, \dots, T$ zaman boyutunu ve $i=1, \dots, N$ ise birim boyutunu, d_t ise deterministik bileşenleri göstermek üzere üç durumdan bahsedilmektedir. Birincisi $d_t=0$ deterministik terimin olmadığı durumu (sabitli ve trendsiz), $d_t=1$, sabitli durumu ve son olarak $d_t = (1, t)$ sabitli ve trendli durumu ifade etmektedir.

Grup ortalaması testi, α_i 'nin eşitliğine gerek duymaksızın H_0 hipotezini en az bir i değeri için $H_i^g: \alpha_i < 0$ 'a karşı test etmektedir. Panel testinde ise α_i değerlerinin bütün i 'lere eşit olduğunu varsaymakta ve yine H_0 hipotezini bütün i değerleri için $H_i^g: \alpha_i = \alpha < 0$ 'a karşı sınamaktadır (Persyn ve Westerlund, 2008:233). Westerlund eşbütünleşme testi iki grup istatistikten oluşmaktadır. Bunlar Grup ortalaması varyans ve panel varyans istatistikleridir. Grup ortalama varyans istatistikleri (G_t ve G_a) aşağıdaki şekilde hesaplanmaktadır.

$$G_t = \frac{1}{N} \sum_{i=1}^N \frac{\hat{\alpha}_i}{SE(\hat{\alpha}_i)} \text{ ve } G_a = \frac{1}{N} \sum_{i=1}^N \frac{T\hat{\alpha}_i}{\hat{\alpha}_i(1)} \quad (9)$$

Yukarıdaki eşitlikte $SE(\hat{\alpha}_i)$, $\hat{\alpha}_i$ 'nin standart hatasını oluşturmaktadır. Panel istatistiklerinde, grup ortalama varyans istatistiklerinde olduğu gibi gecikme uzunluğu p_i belirlenir. Gecikme uzunluğunun belirlenmesinden sonra Δy_{it} ve y_{it-1} 'in d_t , Δy_{it} 'nin gecikmeli değerleri ve Δx_{it} 'in gecikmeli ve şimdiki değerleri regresyonu aşağıdaki şekilde oluşturulmaktadır.

$$\Delta \tilde{y}_{it} = \Delta y_{it} - \hat{\delta}'_i d_t - \hat{\lambda}'_i x_{it-1} - \sum_{j=1}^{p_i} \hat{\alpha}_{ij} \Delta y_{it-j} - \sum_{j=0}^{p_i} \hat{\gamma}_{ij} \Delta x_{it-j} \quad (10)$$

ve

$$\tilde{y}_{it-1} = y_{it-1} - \tilde{\delta}'_i d_t - \tilde{\lambda}'_i x_{it-1} - \sum_{j=1}^{p_i} \tilde{\alpha}_{ij} \Delta y_{it-j} - \sum_{j=0}^{p_i} \tilde{\gamma}_{ij} \Delta x_{it-j} \quad (11)$$

İkinci aşamada $\Delta \tilde{y}_{it}$ ve $\tilde{y}_{it-1}$ kullanılarak ortak hata düzeltme parametresi (α) ve onun standart hatası tahmin edilmektedir. Son aşamada ise panel P_a ve P_t istatistikleri aşağıdaki şekilde hesaplanmaktadır.

$$P_t = \frac{\hat{\alpha}}{SE(\hat{\alpha})} \text{ ve } P_a = T\hat{\alpha} \quad (12)$$

Her iki grup test için sıfır hipotezinin reddedilmesi panelin tümünün eşbütünleşme ilişkisinin olmadığı anlamına gelmektedir. Panelin homojen olması durumunda söz konusu istatistikler kullanılabilir (Tatoğlu, 2017:202). Westerlund panel eşbütünleşme testi sonuçları Tablo 4'de verilmektedir.

Tablo 4. Westerlund Panel Eşbütünleşme Test Sonuçları

İstatistik	Olasılık	Asym Olasılık	Bootstrap Olasılık
Gt	4.753	1.000*	0.000
Ga	3.321	1.000	0.471
Pt	102.161	0.000*	0.000
Pa	2.397	0.992*	0.000

Not: *, %1 düzeyinde istatistiksel olarak anlamlılığı ifade etmektedir.

Tablo 3’de yer alan eşbütünleşme testinin sıfır hipotezi eşbütünleşmenin olmadığı şeklinde kurulmuştur. Her 4 istatistiğin değerleri tabloda yer almakta, tablonun sağ tarafında ise bootstrap olasılık değerleri yer almaktadır. Söz konusu değerler birimler arası korelasyonun olduğu durumlarda bootstrap kritik değerlerinin hesaplanması ile elde edilmekte ve bu değerler çerçevesinde uzun dönemli eşbütünleşme ilişkisinin varlığı sınanmaktadır. Elde edilen sonuçlara göre G_t , P_t ve P_a istatistiğine göre H_0 hipotezi reddedilmektedir. Bu sonuçlara göre değişkenler arasında uzun dönemli eşbütünleşme ilişkisinin varlığı kabul edilmektedir. Eşbütünleşme testi sonrasında Bond ve Eberhardt (2009) ve Eberhardt ve Teal (2010) tarafından geliştirilen genişletilmiş ortalama grup (AMG) tahmincisi ile heterojen panel için hata düzeltme modelinden yararlanılmaktadır. Öncelikle T-1 adet zaman gölge değişkeni ilave edilerek birinci farklar alınarak hata düzeltme modeli tahmin edilmekte elde edilen tahminler birimler bazında kurulan hata düzeltme modeline eklenmektedir. Panel ve birim bazlı AMG sonuçları Tablo 5’de yer almaktadır.

Tablo 5 Genişletilmiş Ortalama Grup (AMG) Tahmin Sonuçları

ICTE	Katsayı	Standart hata	Z	Olasılık ($P > z $)
RDEXP	5.7772***	3.0752	1.88	0.060
RDRESA	-0.0014	0.0037	-0.38	0.701
PATAPP	-0.0034	0.0057	-0.60	0.548
LGDP	47.8955***	28.2344	1.70	0.090
_0000R_c	1.3411	0.3524	3.81	0.000
_sabit	-510.9835	315.0461	-1.62	0.105
Çekya				
RDEXP	10.1966*	3.2753	3.11	0.002
RDRESA	-0.0043**	0.0020	-2.13	0.033
PATAPP	-0.0125*	0.0037	-3.32	0.001
LGDP	87.3973*	21.5249	4.06	0.000
_0000R_c	1.1595	0.2347	4.94	0.000
_sabit	-961.2123	237.8055	-4.04	0.000
Macaristan				
RDEXP	-29.0673*	5.2958	-5.49	0.000
RDRESA	0.0069*	0.0017	3.87	0.000
PATAPP	0.0085	0.0103	0.83	0.409
LGDP	-3.5817	21.7803	-0.16	0.869
_0000R_c	1.7095	0.2656	6.44	0.000
_sabit	72.5932	245.7671	0.30	0.768
Polonya				
RDEXP	0.8332	2.6070	0.32	0.749
RDRESA	-0.0001	0.0013	-0.12	0.908
PATAPP	0.0005	0.0004	1.04	0.296
LGDP	16.2125*	5.5044	2.95	0.003
_0000R_c	0.5929	0.1440	4.11	0.000
_sabit	-183.2778	61.4409	-2.98	0.003

Slovakya				
RDEXP	6.2398***	3.3905	1.84	0.066
RDRESA	-0.0065**	0.0026	-2.46	0.014
PATAPP	-0.0095	0.0137	-0.69	0.490
LGDP	90.7670*	12.8367	7.07	0.000
_0000R_c	1.7968	0.2374	7.57	0.000
_sabit	-958.2911	134.1953	-7.14	0.000

Not: *,**,*** sırasıyla %1,%5,%10 düzeyinde istatistiksel olarak anlamlılığı ifade etmektedir.

AMG tahmincisinin yer aldığı Tablo 5'in üst kısmında panel, alt kısımlarda ise ülke bazlı sonuçlar gözlenmektedir. Panelin genelinin ele alındığı homojen sonuçlara göre Ar-Ge harcamalarında meydana gelen artış (RDEXP) bilgi ve iletişim teknolojileri ihracatını (ICTE) arttırmaktadır. Diğer yandan gayri safi yurtiçi hasılda (LGDP) meydana gelen artış aynı şekilde ICTE üzerinde pozitif bir etki doğurmaktadır. Panelin geneli için kurulan modelde diğer iki bağımsız değişken ICTE üzerinde istatistiksel olarak anlamlı değildir. Ülke bazlı analizler ise farklı sonuçlar doğurmaktadır. Örneğin Çekya'da RDEXP ve LGDP değişkenlerinde meydana gelen artış ICTE üzerinde pozitif etki oluşturmakta Ar-Ge personeli sayısında (RDRESA) ve yerleşiklerin patent başvurularında (PATAPP) meydana gelen artış ise ICTE üzerinde negatif bir etki oluşturmaktadır. Macaristan'da RDEXP'de meydana gelen artış ICTE üzerinde negatif etki oluştururken RDRESA'da meydana gelen artış ise ICTE üzerinde pozitif bir etki oluşturmaktadır. Polonya'da LGDP üzerindeki artış ICTE'yi arttırmaktadır. Son olarak Slovakya'da ise RDEXP ve LGDP'de meydana gelen artış ICTE 'yi pozitif yönde, RDRESA'da meydana gelen artış ise ICTE'yi negatif yönde etkilemektedir.

Ülke bazlı sonuçlar değerlendirildiğinde Ar-Ge harcamalarındaki ve personel sayısındaki artış üretim süreçlerinde inovasyon temelli ürün elde edilmesine yardımcı olmakta ve zaman içerisinde teknoloji yoğun ihracatın toplam ihracat içerisindeki payını arttırmaktadır. Diğer bir ifade ile Ar-Ge yoğunluğunun artması teknolojik ürün üretim süreçlerinin geliştirilmesine ve katma değeri yüksek ürünler elde edilip dış pazarlara sunulmasına imkân sağlamaktadır. Kimi zaman ise her ne kadar Ar-Ge harcamaları ve personel sayısı arttırılsa da bilgi yoğun ürün ve üretim süreçleri geliştirilememekte veya geliştirilen ürünlerin ticarileştirilmesinde başarılı olunamamaktadır. Örneğin Macaristan için yapılan analizde elde edilen sonuçlar bu savı destekler niteliktedir. Benzer şekilde patent başvuruları ve patentli ürün sayısında meydana gelen artış da her zaman teknoloji yoğun ürün geliştirilmesine ve söz konusu ürünlerin uluslararası piyasalarda ticarileştirilmesine yardımcı olamamaktadır. Çekya'ya ait sonuçlar patent başvurularının bilgi ve iletişim teknolojileri ürünlerinin ihracatı üzerindeki negatif etkisine örnek teşkil etmektedir. Analizden elde edilen bir diğer sonuç ise ekonomik büyüme ve

iyileşmelerin bilgi ve iletişim teknolojilerinde, esasen bir başka ifade ile teknoloji yoğun ve katma değerli ürün elde etme arayışında olumlu etkiler oluşturduğunu ortaya koymaktadır. Ekonomik büyümede meydana gelen iyileşmeler özellikle gelişmekte olan ülkelerde Ar-Ge harcamalarına daha fazla pay ayrılmasına imkân sağlamakta ve üretimde emek yoğun sektörlerden ziyade sermaye ve teknoloji yoğun sektörlerle geçişi hızlandırmaktadır.

Sonuç ve Değerlendirme

Küreselleşmenin yeni bir boyut kazandığı günümüzde uluslararası rekabet gücünün arttırılması ve sürdürülebilir büyümenin gerçekleştirilmesi gibi hedeflere ulaşılmasında teknolojik ilerleme ve inovasyon önemli bir rol oynamaktadır. Üretimde yüksek teknoloji ürün ve üretim süreçlerinden yararlanılması ve teknoloji yoğun ihracatın gerçekleştirilmesi bir yandan yeni pazarların bulunması yolu ile rekabet gücü elde edilmesine imkân sağlarken diğer yandan ödemeler bilançosunun iyileştirilmesine ve varsa açıkların azaltılmasına katkı sağlamaktadır. Diğer yandan yüksek teknoloji ürün ihracatı ekonomik kalkınmayı hızlandırmaktadır. Benzer şekilde teknoloji, üretimi arttırarak milli gelire pozitif etki etmekte ve ekonomik büyümenin hızlandırılmasına katkı sağlamaktadır. Diğer yandan inovasyon kapasitesinin geliştirilmesi ekonomik model oluşturulmasında daha verimli zemin hazırlanmasına fırsat sunmaktadır. Bu bağlamda yüksek teknolojinin bir unsuru olan bilgi ve iletişim teknolojilerinin toplumsal ve ekonomik faydaları bu alandaki Ar-Ge yatırımlarını ve yenilikçi altyapı inşasını zorunlu kılmaktadır.

Bu çalışmada Visegrad ülkelerinde bilgi ve iletişim teknolojileri ile GSYH içerisindeki Ar-Ge harcamaları payı ve Ar-Ge çalışan sayısı, patent başvuruları ve ekonomik büyüme ilişkisi analiz edilmiştir. Bir geçiş ekonomileri örneği olan Visegrad ülkelerinde bilgi ve iletişim teknolojilerindeki ilerlemeler söz konusu ülke grubunda ekonomik ilerlemelerin ve rekabet gücünün arttırılmasında önemli rol oynamaktadır. Geçiş ekonomileri olarak adlandırılan ülkeler grubuna dahil olan Visegrad ülkelerinin bilgi ve iletişim teknolojileri alanındaki hatırı sayılır ilerlemeler aynı zamanda ekonomik performansın ilerlemesinde de aktif rol oynamaktadır. Benzer şekilde bilgi ve iletişim teknolojileri alanındaki iyileşmeler eğitim ve sağlık gibi toplumsal alanlarda da fayda sağlamaktadır. Visegrad ülkelerinin teknolojik atılımları ve özellikle bilgi ve iletişim teknolojilerine olan ilgileri diğer gelişmekte olan ülkelere örnek teşkil etmektedir. Bu bağlamda gelişmekte olan ülkelerin teknoloji ve inovasyona bağlı olarak geliştirecekleri stratejiler ekonomik ve sosyal kalkınmanın önemli bir unsuru olacaktır. Yine söz konusu ülkelerde bilgi ve iletişim teknolojilerinin geliştirilmesine yönelik atılacak

politik adımlar hem ekonomik anlamda ilerlemeyi sağlayacak hem de eğitim sağlık kültür gibi sosyal alanlarda gelişmenin önünü açarak toplumsal refah seviyesinin yükseltilmesine yardımcı olacaktır.

Kaynakça

- Akhvlediani, T. ve Śledziewska, K. (2016), Visegrad Countries: Evidence from the High Tech Industry Data. Book of Proceedings of the international conference “Digital Ecosystems”, Warsaw, Poland, 2016. https://www.researchgate.net/publication/289672948_Visegrad_Countries_Evidence_from_the_High-Tech_Industry_Data, (Eriřim tarihi 11.10.2024).
- Aleksandrova, A. ve Khabib, M. D. (2021). The role of information and communication technologies in a country’s GDP: A comparative analysis between developed and developing economies. *Economic and Political Studies*, 10(1), 44–59. <https://doi.org/10.1080/20954816.2021.2000559>
- Arvin, M.B., Pradhan, R.P. ve Nair, M. (2021). Uncovering interlinks among ICT connectivity and penetration, trade openness, foreign direct investment, and economic growth: The case of the G-20 countries, *Telematics and Informatics*, 60, <https://doi.org/10.1016/j.tele.2021.101567>.
- Balaam, D.N. ve Veseth, M. (2008). Introduction to International Political Economy. Pearson Education International. Fourth Edition.
- Bayraktutan, Y. ve Bıdırdı, H. (2018). Innovation and High-Tech Exports in Developed and Developing Countries. *Journal of International Commerce, Economics and Policy*. 9(3):1850011. doi:10.1142/S1793993318500114.
- Beardsley, S.C., Enriquez, L., Bonini, S., Sandoval, S. ve Brun, N. (2010). Fostering the Economic and Social Benefits of ICT. Dutta, S. ve Berger, R. (Ed). Global Information Technology Report 2009–2010 ICT for Sustainability içinde (61-70). World Economic Forum&INSEAD, Geneva. https://www.itu.int/net/wsis/implementation/2010/forum/geneva/docs/publications/GITR%202009-2010_Full_Report_final.pdf, (Erişim tarihi 17.11.2024).
- Braunerhjelm, P. ve Thulin, P. (2008). "Can countries create comparative advantages? R&D expenditures, high-tech exports and country size in 19 OECD countries, 1981-1999," *International Economic Journal*, 22(1): 95-111.
- Brooks, C. 2014. *Introductory Econometrics for Finance*, 3rd edition, Cambridge University Press, United Kingdom.
- Dereli, D.D. (2017).Technology Management in Global Competition and Competitive Advantage. *PressAcademia-Procedia*.41, 313-318.
- Drapkin, I., Vasilyeva, R. ve Kandalintseva, A. (2024). Determinants of high-tech export: evidence from a cross-country analysis. *R-Economy*, 10(1): 41–54. 10.15826/recon.2024.10.1.003
- Erdal, L. ve Ger, İ. (2015). The Effects of Foreign Direct Investment on R&D and Innovations: Panel Data Analysis for Developing Asian Countries. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*.195, 749-758.

- Eskindarov, M.A., Gruzina, Y.M., Firsova, I.A. ve Melnichuk, M.V. (2020). Human Capital Competencies in High-Tech and Knowledge-Intensive Sectors of the Economy. *Economic and Social Changes: Facts, Trends, Forecast*, 13(6):199–214. DOI: 10.15838/esc.2020.6.72.12
- Fonkam, A. (2023). Determinants of technology-intensive exports: The case of African countries, 1995–2017, *African Journal of Science, Technology, Innovation and Development*, 15(5): 568-579.
- Im, K.S., Pesaran, M.H. ve Shin, Y. (2003). Testing for unit roots in heterogeneous panels, *Journal of Econometrics*, 115(1), 53-74, [https://doi.org/10.1016/S0304-4076\(03\)00092-7](https://doi.org/10.1016/S0304-4076(03)00092-7).
- Isik, C., Ongan, S. ve Özdemir, D. (2019). The economic growth/development and environmental degradation: evidence from the US state-level EKC hypothesis, *Environmental Science and Pollution Research*, 26:30772–30781.
- Ivanová, E. ve Čepel, M. (2018). The impact of innovation performance on the competitiveness of the Visegrad 4 countries. *Journal of Compettiveness*, 10(1): 54-72. DOI: 10.7441/joc.2018.01.04.
- Kabaklarlı, E., Duran M.S. ve Üçler, Y. T. (2017). The Determinants of High-Technology Exports: A Panel Data Approach for Selected OECD Countries. *DIEM: Dubrovnik International Economic Meeting*, 3(1): 888-900.
- Krasnikova, N., Dzyad, O., Mihaylenko, O. Ve Hrechyn, K. (2020). Management of the process of formation and realization of competitive advantages of the Visegrad Four countries in the European market of ICT services. *European Journal of Management Issues*, 28(1-2), 25-33. doi:10.15421/192003.
- Mamaghani, F. (2010). The social and economic impact of information and communication technology on developing countries: an analysis. *International Journal of Management*, 27(3):607-615.
- Niebel, T. (2018). ICT and economic growth – Comparing developing, emerging and developed countries. *World Development*, 104, 197-211.
- Palvia, P., Naveed, B. ve Nemati, H. (2018). ICT for socio-economic development: A citizens' perspective, *Information and Management* 55(2):160-176. <https://doi.org/10.1016/j.im.2017.05.003>
- Papaioannou, S. K. Ve Dimelis, S. P. (2007). Information Technology as a Factor of Economic Development: Evidence from Developed and Developing Countries. *Economics of Innovation and New Technology*, 16(3), 179–194. <https://doi.org/10.1080/10438590600661889>
- Persyn, D. ve Westerlund, J. (2008) “Error-Correction–Based Cointegration Tests For Panel Data”, *The Stata Journal*, 8(2): 232–241.
- Pesaran, M. H. and Yamagata, T. (2008). “Testing Slope Homogeneity in Large Panels”, *Journal of Econometrics*, Sayı:142, ss. 50–93.

- Piotrowicz, W. (2015). Information Technology and Systems in the Visegrád Group of Countries (Czech Republic, Hungary, Poland, and Slovakia): A Literature Review. *Journal of Global Information Technology Management*, 18(2), 77–93. <https://doi.org/10.1080/1097198X.2015.1052684>
- Roztock, N., Soja, P. ve Weistroffer, H. R. (2019). The role of information and communication technologies in socioeconomic development: towards a multi-dimensional framework*. *Information Technology for Development*, 25(2), 171–183. <https://doi.org/10.1080/02681102.2019.1596654>
- Shabeer, M.G. ve Rasul, F. (2024). Aligning innovation and information with development: a comparative analysis of developed and developing nations. *Environment, Development and Sustainability*. <https://doi.org/10.1007/s10668-024-04478-9>
- Sandua, S. ve Ciocanel (2014). Emerging Markets Queries in Finance and Business Impact of R&D and Innovation on High-Tech Export. *Procedia Economics and Finance*, 15, 80 – 90.
- Tatoğlu Yerdelen, F. (2017). Panel zaman serileri analizi: stata uygulamalı, Beta, İstanbul.
- Taylor, M.P. ve Sarno, L. 1998. The behavior of real exchange rates during the post-bretton woods period, *Journal of International Economics*, 46, 281-312
- Tebaldi, E. (2011). The Determinants of High-Technology Exports: A Panel Data Analysis. *Atlantic Economic Journal*, 39(4):343-353.
- Vogiatzoglou, K. (2009). Determinants of Export Specialization in ICT Products: A Cross-Country Analysis. International Network for Economic Research Working Paper 2009.3. <https://infer-research.eu/wp-content/uploads/2020/09/yltv2bsdihkrb3rou3cyi00opy24m0fy1467292017.pdf>, (Erişim 21.10.2024).
- Yaşar, M. (2020). The Relationship between High-Tech Product Exports, R&D Expenditures and Patent Applications: Dynamic Panel Data Analysis for Selected Countries. *Bil-Türk Ekonomi ve İlişkili Çalışmalar Dergisi*, 2(4):557-571.
- Yousefi, A. (2011). The impact of information and communication technology on economic growth: evidence from developed and developing countries. *Economics of Innovation and New Technology*, 20(6), 581–596. <https://doi.org/10.1080/10438599.2010.544470>
- Wang, D., Zhou, T., Lan, F. ve Wang, M. (2021). ICT and socio-economic development: Evidence from a spatial panel data analysis in China, *Telecommunications Policy*, 45(7), 102173. <https://doi.org/10.1016/j.telpol.2021.102173>.
- Zapata, A.N., Arrazola, M. ve de Hevia, J. (2024). Determinants of High-tech Exports: New Evidence from OECD Countries. *Journal of the Knowledge Economy*, 15, 1103–1117. <https://doi.org/10.1007/s13132-023-01116-z>

- Zuhal, M., (2020a). Güney Kore, Brezilya ve Türkiye'nin Ulusal İnovasyon Sistemlerinin ve Kalkınma Deneyimlerinin Karşılaştırmalı Analizi. *The Journal of International Scientific Researches*, 5(3), 402-426. <https://doi.org/10.23834/isrjournal.796291>
- Zuhal, M. (2020b). BRICS Ülkelerinde ve Türkiye’de Ar-Ge Harcamaları, Yüksek Teknolojili Ürün İhracatı ve Ekonomik Büyüme İlişkisi: Konya Nedensellik Analizi. M. Mete içinde, İktisadi ve İdari Bilimlerde Teori ve Araştırmalar Cilt II (s. 265-284). Ankara: Gece Kitaplığı.
- Zuhal, M. (2020c). Gelişmekte Olan Ülkelerde Ulusal İnovasyon Kapasitesinin Belirleyicileri: Panel Veri Analizi Yöntemi. *Gümüşhane Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 11 (Ek), 194-217. <https://dergipark.org.tr/tr/download/article-file/1437390>

Ek-1

Tablo 1: Pesaran CD ve Breusch Pagan Birimlerarası Korelasyon Testi

Serilere Özel		CD	Panelere Özel	LM	LMadj	LMCD
ICTE	İstatistik	1.57	İstatistik	14.48*	4.682*	2.531**
	Olasılık Değeri	0.116	Olasılık	0.0247	0.0000	0.0114
RDEXP	İstatistik	10.11*				
	Olasılık Değeri	0.000				
RDRESA	İstatistik	10.20*				
	Olasılık Değeri	0.000				
PATAPP	İstatistik	-0.33				
	Olasılık Değeri	0.743				
LGDP	İstatistik	11.01				
	Olasılık Değeri	0.000*				

Not: * ve **, sırasıyla %1 ve %5 düzeyinde istatistiksel olarak anlamlılığı ifade etmektedir.



BÖLÜM 13

Seçilmiş Ülkelerde ve Türkiye'de Sağlık Harcamalarında Global Bütçe Uygulaması

Haluk Egeli¹ & Burcu Usta²

¹ Prof. Dr., Dokuz Eylül Üniversitesi, İ.İ.B.F., Maliye Bölümü, Bütçe ve Mali Planlama Anabilim Dalı,
ORC-ID: 0000-0002-4572-7911

² Dr. Bağımsız Araştırmacı, ORCID Bilgisi: 0000-0003-4021-5682

GİRİŞ

Sınırlı kamu kaynaklarının en etkin, verimli, sürdürülebilir bir şekilde kullanılması ve kaliteli, eşit şekilde dağıtılması için sağlık hizmetlerinin özellikle vergi gelirleriyle (kamusal finansman) finansmanının öne çıktığı birçok ülkede temel geri ödeme modeli olarak global bütçenin uygulandığı görülmektedir. Global bütçe modeli ile sağlık hizmetlerine yapılan toplam harcamalara belirlenen harcama tavanı kadar bir sınırlama getirilerek bütçe kısıtları altında sağlık hizmetlerinin finansman yetersizliğini önlemek ve finansmanının sürdürülebilirliğinin sağlanması amaçlanmaktadır.

Bir geri ödeme sistemi olarak global bütçe, dünyada birçok ülkede daha önce ve Türkiye’de ise 2006 yılından itibaren Sağlıkta Dönüşüm Projesi kapsamında önce Sağlık Bakanlığının hastanelerinde, aşamalı olarak üniversite hastanelerinde ve ilaç sektöründe uygulanmaya başlanmıştır. Bu ödeme yönteminin en önemli avantajları; sağlık hizmetlerindeki harcamaların artış hızını yavaşlatması, kontrol altına alması ve bütçe sınırları içerisinde kalmak koşulu ile hizmet sunucularına verdikleri hizmetlerde özellikle bütçe yönetiminde esneklik sağlamasıdır. Bir takım dezavantajlarına rağmen bu geri ödeme sistemi, halen birçok ülkede ve Türkiye’de sağlık harcamalarının artış hızını yavaşlatma güdüsüyle uygulanmaktadır. Bu çalışmada seçilmiş ülkelerde ve Türkiye’de global bütçe uygulamaları değerlendirilecektir.

I. GLOBAL BÜTÇENİN TEMEL ESASLARI

Global bütçe, ileriye dönük olarak genellikle bir mali yıl için bir sağlık hizmeti ya da bir sağlık kurumu için harcama sınırı ve hedefidir. Böylece sağlık hizmetleri için harcanan toplam para miktarına bir sınır konulmaktadır. Toplam para miktarı önceden finansman kurumu tarafından belirlenmiştir ve sistemin geneli üzerinde bir harcama tavanı fonksiyonunu yerine getirmektedir. Finansman kurumu aynı zamanda belirlenen bütçe çerçevesinde, verilen hizmetlerin hacmini, kalitesini ve standardını da belirlemektedir (Canbay; 2015:164). Global bütçe terimi, ulusal ve bölgesel düzeyde biraz farklı anlamlarla kullanılmaktadır. Ulusal veya bölgesel düzeyde global bütçe, genel halk sağlığı hizmetleri üzerinde idari olarak belirlenen bir sınırı ifade etmektedir ve özellikleri de bunlara göre şekillenmektedir (Barnum ve diğerleri, 1995:3).

Global bütçe, pek çok farklı şekilde karşımıza çıkabilmektedir ve tüm harcama programlarına veya bu programların belirli kısımlarına uygulanması mümkündür. Global bütçeleme en kapsamlı versiyonu, ödeme sisteminin tüm toplam sağlık hizmetlerini karşılayabilmesidir. Daha az kapsamlı bir versiyonu ise

bir cerrahi pakettir ve global cerrahi paket operasyonu, yerel olarak bölgesel anestezi, ameliyat öncesi klinik ziyareti, ameliyat sonrası acil bakım ve ameliyat sonrası olağan takibi kapsamaktadır. Aynı şekilde ödeyici tarafından kapsanan nüfusun, bir sağlık kuruluşunca sunulan hizmetlerin ya da bu hizmetleri sunan kuruluşların tamamına ya da belirli kısımlarına da uygulanabilmektedir.

Bir global bütçe sisteminin en temel esasları şunlardır (Akyürek, 2012, 138,143; Çelik, 2019:227):

- Sağlık hizmetlerinin sunumunda harcanabilecek önceden belirlenmiş sabit bir toplam tutarın bulunması, bu tutarın yerel ya da ulusal düzeyde bir ödeyiciye tahsis edilmesi,

- Ödeyicilerden hizmet sunucularına dağıtılacak toplamın ileriye dönük olarak belirlenmesi,

- Sağlık hizmetlerinin fiyatları (maliyetleri) ve kalitesi arasında bir tercih yapılmasını gerektirmesi.

Global bütçede hizmet sunucusuna yapılacak ödeme belirli bir süreyi kapsamaktadır. Sistemsel olarak çoğunlukla bir mali yıl için önceden belirlenmiş götürü bir bedeli içermektedir. Bu götürü bedel tercih olarak bir ödeyiciye tahsis edilmektedir. Yapılan ödemeler masraf gruplarına ayrılmamış ve tek bir kalemdedir. Bu durumda hizmet sunucusu kendisine yapılan ödemeyi ihtiyaç duyduğu alanda harcama yetkisine sahiptir. İleriye dönük bir ödeme sistemidir ve maliyet-kalite arasında bir seçimi gerektirmektedir.

Bir global bütçe için en temel hareket noktası; kapsayacağı nüfusun, sunulacak hizmetlerin ve bütçenin başlangıç yılındaki finansal dağılımının belirlenmesidir. Temel dağılım bir kere belirlendikten sonra aşağıdaki faktörlere göre yıllık inceleme ve düzeltmelerle uygulamayı sürdürmek mümkündür (Arslan, 2014:63):

- Nüfus değişimleri,
- Girdi fiyatları enflasyonu,
- Teknolojik gelişmeler,
- Nüfusun göreceli ihtiyaçları,
- Sistem verimliliği.

Harcama kalemleriyle bağlantılı olarak bütçe yöneticilerine harcamalar arasında ödenekleri yeniden tahsis etme özgürlüğü tanıyarak etkin bir yönetim sağ-

laması ve bütçe harcama döneminin başında sabitlendiği için bütçenin değiştirilmesinin zor olması global bütçenin başlıca özellikleridir (Barnum ve diğerleri, 1995:3). Maliyetleri azaltmadaki etkisi, global bütçelemeenin en belirgin olumlu özelliğidir. Maliyetlerin azaltılabilmesi için bütçe oluşturulurken belirli kanıtlara ve parametrelere dayalı hesaplamaları içeriyor olması gerekmektedir. Hizmet satın alan, yani geri ödeme kurumu açısından mali bir dönem için hangi sağlık hizmetleri için hangi fiyattan satın alınacağını önceden biliniyor olması bütçenin uygulanmasını cazip kılmaktadır. Ayrıca hizmet sunucusu için disiplin edici bir yönü olması bakımından, gereksiz reçete yazma, gereksiz test ve tahlil gibi davranışları azaltması, kanıta dayalı rehberler doğrultusunda karar vermeye yönlendirmesi açısından global bütçe cazip bir uygulamadır (KDTD, 2012: 21).

Global bütçenin en önemli amacı ve avantajı, sağlık hizmetleri için harcanan toplam para miktarına bir sınır koymak ve harcama miktarını kontrol edebilmektir. Bu mali hedefin yanı sıra sağlık mal ve hizmetlerinin miktarının ve kalitesinin güvence altına alınması da hedeflenmektedir (Dredge, 2004:1-3). Bütçenin yönetimindekileri performansın veriminden sorumlu tutarken esnekliğin de artırılması ve kurumsal düzeyde, hastanelere tahsis edilen bütçedeki fonların kullanımı konusunda takdir yetkisi verilmesi global bütçeleri kullanan sağlık sisteminin merkezileşmesini içeren sağlık sektörü reformlarının eş zamanlı olarak amaçlarıdır (Barnum ve diğerleri,1995:3).

Geniş anlamda global bütçelerin aşağıdaki olumlu getirileri sağlaması hedeflenmektedir (Dredge, 2004:3):

- Maliyetlerin kontrolü,
- Finansmanda belirlilik,
- Daha kolay (daha ucuz) yönetim,
- Hizmetlerin daha iyi koordinasyonu ve planlaması,
- Gereksiz hizmetlerin ortadan kaldırılması.

Bu potansiyel kazanımlarla ilişkili bazı dengeleyici riskler de mevcuttur. En yaygın olarak maliyet kontrolünün sağlık hizmetlerinin kalitesi üzerinde yaratabileceği olası olumsuz etki kabul edilmektedir. Bu davranışsal tepkilerin, programın tasarımı ve uygulanmasında dikkate alınması gerekecektir. Global bütçenin potansiyeli gerçekleştirirken aşağı yönlü riskleri en aza indirmeye özen gösterilmelidir. Sağlık sisteminin mali sürecinde riskler ve ödülleri her zaman finansal faktörler tarafından belirlenecektir. Sistemin global bütçeden sağlanacak hizmetler konusunda da açık olması gerekmektedir. Aynı şekilde, global bütçenin sorumluluğunda olmayan hizmetler konusunda da kesinlik olmalıdır.

Bir global bütçenin en temel amacı, sağlık hizmetlerine harcanan toplam para miktarına bir sınırlama getirmektir. Bu hedefe ulaşmak ve bütçe tarafından sunulan hizmetlerin önceden belirlenmiş hacim ve standartları karşılamak için (Arslan, 2014:63-64):

- Bütçenin finansal limiti belirlenmeli,
- Bütçe hedeflerine ulaşılmasından sorumlu olan yönetici kurum ve kuruluşlar saptanmalı,
- Bütçe performansının, kurum ve kuruluşlara fon akışı ile bağlantısını sağlayacak süreçler tayin edilmelidir.

Bir global bütçenin sahip olduğu gelir kaynakları başarısı üzerinde önemli bir belirleyicidir. Bütçeye ne kadar yüksek oranda gelir ayrılırsa, politika amaçlarına ulaşma olasılığı da o kadar fazla olacaktır. Bunun yanı sıra ödeyici rolünü üstlenen tek bir kuruluşun olması global bütçeyi daha etkili kılacaktır (Akyürek, 2012:140).

II. SEÇİLMİŞ ÜLKELERDE GLOBAL BÜTÇE UYGULAMASI

A. Ülkeler İçin Global Bütçe Uygulama İhtiyacı

1990'lı yıllarda refah ve refahın sürekli gelişmesiyle birlikte özellikle Batı ülkelerinde sağlık reformu, sağlık sigortasının sorumluluğu ve işlevi durmadan güçlendirilmeye çalışılmıştır ve sağlık hizmetlerinin geri ödeme sistemi, kademe olarak geriye dönük ödemeden ileriye dönük ödemeye dönüşmüştür (Li ve Zhang, 2022:1).

Global bütçe uygulamasının özellikle 2000'li yılların ardından popüler bir maliyet sınırlama tekniği olduğu kanıtlanmıştır. Birçok ülke bu uygulamayı, sağlık harcamalarının tamamını ya da bir kısmını kontrol edebilmek amacıyla kullanmaktadır (Wolfe ve Moran, 1993:55-66).

Global bütçeler genellikle fon sahibi tarafından önceki dönemin bütçesi esas alınarak belirlenmektedir ve hizmet talebinde gösterilen veya tahmin edilen değişikliklere göre düzeltilmektedir. Avustralya, Norveç ve Portekiz'de hastanelere yönelik global bütçeler, beklenen vaka karışımına dayalı maliyet tahminlerinden oluşturulmakta ve İrlanda'da kamu hastanelerinin bütçeleri öncelikle devlet tarafından enflasyona göre düzeltilmiş önceki yılın harcamaları, kullanımda beklenen değişikliklere göre belirlenmektedir. Ulusal veya bölgesel global bütçeler örneğin Almanya, Fransa, Hollanda ve İngiltere gibi Avrupa ve Kanada'nın bazı bölgelerinde uygulanmaktadır. Kanada'da hastaneler harcama maliyetlerini kısıtlayan global bütçelerle finanse edilmektedir. Almanya'da hastane ve hastaneler için

global bütçe hedefleri belirlenmektedir ve ayaktan sağlık hizmetleri ve fiili ödemeler hizmet başına ücret esasına göre yapılmaktadır. Almanya'daki yaklaşımlar, hizmet başına ücret ödemelerinin maliyet artırıcı etkilerini en aza indirmenin bir yoludur. Alman ve Hollanda sistemleri son on yılda maliyetleri kontrol etmede nispeten iyi performans göstermiştir. Almanya'da hastaneler global bütçelerle faaliyet göstermektedir ve hastane doktorları genellikle maaş esasına göre istihdam edilmektedir (Barnum ve diğerleri, 1995:3-15).

ABD'de Clinton yönetiminin sağlık reformu planı taslağı 1996'dan itibaren tüm Medicaid ve Medicare hizmetleri için bir tür global bütçe önermiştir (Ashby ve Greene, 1993:363). Medicare'in evde sağlık hizmetlerindeki ödeme sistemi ve Gaziler İdaresi bütçesi global ödeme sisteminin önemli örnekleridir (Casto ve Layman, 2006:8; Zhang ve diğerleri, 2014:62). Hong Kong, global bütçe uygulamasını maliyeti kontrol etme programının bir parçası olarak başarıyla kullanan ülkelerdendir (Barnum ve diğerleri, 1995:5). Kanada, Almanya ve neredeyse tüm Avrupa ülkelerinde uygulanan global bütçe geri ödeme yaklaşımının, mevcut sağlık harcamalarının neredeyse %30'unu azaltabileceği ileri sürülmektedir (Weil, 2014:2).

B. Tayvan'da Global Bütçe Uygulaması

Tayvan global bütçesi, ödeme ve iş akışına çok fazla müdahale etmeden bir maliyet kontrol stratejisi olarak düşünülmüştür. Mart 1995'te Tayvan, neredeyse tüm nüfusu kapsayan zorunlu bir Ulusal Sağlık Sigortası (NHI) planını yürürlüğe koymuştur. NHI, tüm vatandaşların sağlık hizmetlerine erişiminin eşit olarak sağlanması ve toplam sağlık harcamalarının makul düzeylerde sınırlandırılması olmak üzere iki hedefi gerçekleştirmek için tasarlanmıştır. Akut bakım, reçeteli ilaçlar, diş bakımı ve geleneksel sağlık hizmetleri de dahil olmak üzere çoğu tıbbi hizmetin sunucuları geri ödeme sistemine dahil edilmiştir.

Yeni programın ilk birkaç yılında Ulusal Sağlık Sigortası Bürosu (BNHI) sağlık hizmeti sunucularına hizmet başına ücret esasına göre geri ödeme yapmıştır. Bunun bir sonucu olarak artı düşük maliyet ve tüketicilerin neredeyse sınırsız erişime sahip olması nedeniyle, hükümetin sağlık hizmetlerine yaptığı harcamalar hızla artmıştır. BNHI, hızla artan harcamalara hızla tepki vermiş, sağlık sisteminin ana sektörlerinin her biri için global bütçeler benimseyerek, öncelikle 1998'de diş hekimliği hizmetleri, ardından 2000'de geleneksel ayakta tedavi Çin tıbbi hizmetleri, Temmuz 2001'de tıbbi klinikler ve son olarak Temmuz 2002'de hastanelerde hem yatarak hem de ayakta tedavi hizmetleri için global bütçe uygulanmıştır. 2002 yılında Tayvan'da uygulanan global hastane bütçesinde, ilaç

harcamaları nominal değerleri üzerinden geri ödenmekte, diğer harcamalar ise indirim tabi tutulmaktadır.

Tayvan'ın global bütçeleme sistemi, harcama tavanı yaklaşımını kullanmaktadır. Mali yılın başından önce NHI Harcama Komitesi, BNHI ve sağlık hizmeti sunucularının temsilcileriyle birlikte her büyük sağlık hizmeti için ulusal bütçeyi tartışmakta, bütçe altı sağlık bölgesi arasında paylaştırılmakta ve her bölgenin payı geçmiş harcama seviyelerinin ve risk ayarlamalarının bir kombinasyonu ile belirlenmektedir (Chou ve diğerleri, 2010:6-7; Chen ve Fan, 2015: 12; Zhang ve diğerleri, 2014: 62). Tayvan'da sağlık hizmetleri ücretini tamamlamak üzere vaka başına ödeme ve global bütçeleme uygulamaya konulmuştur. Ödeme yapısı ve sağlık hizmeti sunucularına maliyetleri kontrol etmeleri için ek teşvikler vermek, vaka başına bir teşvik sağlamak amacıyla ileriye yönelik ödeme sistemi aşamalı olarak devreye alınmıştır (Waters ve Hussey, 2004:7).

Global bütçe ödemesinin, hizmet-ücreti geri ödeme yönteminin üzerine uygulanması, yıllık sağlık hizmeti harcamalarını büyümesini 2003'ten bu yana %12'den %5'e etkili bir biçimde düşürmüştür. Tayvan'da sağlık maliyetleri, Avrupa ve Kuzey Amerika'daki en gelişmiş ülkelerden çok daha düşük seviyelerdedir (https://www.taiwanembassy.org/tr_tr/post/1324.html. Erişim:21.12. 2023).

C. Kanada'da Global Bütçe Uygulaması

Kanada'nın sağlık sistemi, hastaneler ve ücretli doktorlar için global bütçe ödeme modelinin söz konusu olduğu, sağlık kullanıcılarına hizmetlerin ücretsiz verildiği ve sigorta sistemi ile finanse edildiği; bunun yanında sağlık sigortasının ve hizmet sunumunun aynı anda uygulandığı modeldir (Acar, 2019: 26). Kanada'daki hastaneler genellikle, eyalet düzeyindeki Sağlık Bakanlığı veya yetkili sağlık otoritesi tarafından belirlenen yıllık global bütçeye göre faaliyet göstermektedir ve ödemeler bu yöntem temelinde hastanelere yapılmaktadır. Ancak, Ontario, Alberta ve British Columbia dahil olmak üzere bazı eyaletler, hastalara sunulan bazı hizmetler için sabit bir miktar ödeme yaparak hastanelere hizmet başına ödeme sağlamaya karar vermiştir. Hastane bazlı doktorlar (Hospital-based physicians) genellikle hastane çalışanı değildir ve hizmet bedeli doğrudan eyalet düzeyindeki Sağlık Bakanlıkları veya yetkili sağlık otoriteleri tarafından ödenmektedir (<https://www.winally.com/kanada-saglik-sistemi/> Erişim:28.12.2023).

Kanada, hastanelerin işletme maliyetlerini ve hastaların ayaktan bakım harcamalarını kontrol etmek için global bütçelemeyi kullanmaktadır. Tüm bütçeler eyaletler bazında tanımlanmış ve güncellenmiştir. Gerçekte Kanada, on ayrı ulusal sağlık sisteminden oluşan bir koleksiyondur. Kanada Federal Hükümeti sağlık

hizmetlerinin finansmanına gelir vergisi ve il düzeyinde toplanan genel vergi gelirleriyle destek olmaktadır (Wolfe ve Moran, 1993:68). OECD ülkeleri arasında Kanada, sağlığa ayrılan GSYH (Gayri Safi Hasıla)’ı yüksek ülkelerdendir ve bu bakımdan dünya sıralamasında yedinci sırada yer almaktadır. Kişi başına düşen kamu ve özel harcamalar benzer oranlarda 2010’dan bu yana artmıştır (Marchildon ve diğerleri, 2020: 57).

D. Malta Geri Ödeme Sistemi ve Global Bütçe Uygulaması

Malta’da sağlık sistemi, kaynağı çoğunlukla vergilerden oluşan Genel Konsolide Edilmiş Fon (devlet bütçesi) tarafından finanse edilmektedir. Ülkede aktif ekonomik hayat içinde olan ve minimum eşik üzerinde gelir elde edenler gelir vergisi ödemektedirler. Gelir vergisine ek olarak, işgücüne aktif olarak katılan herkes sosyal sigorta katkı primi ödemektedir. Prim oranı parlamento tarafından belirlenmektedir. Emekliler ve işsizler prim ödememektedirler. Toplanan vergiler ve primler doğrudan sağlık harcamalarına finansmanına aktarılmamaktadır. Genel Konsolide Edilmiş Fonun gelir kaynakları, belirtildiği gibi esas olarak vergiler olmak üzere ayrıca hükümet tarafından alınan diğer gelir kalemlerinden oluşmaktadır. Yıllık bütçe tahsisleri Maliye Bakanlığının istişareleri sonrasında Parlamento tarafından onaylanarak bu fon kaynağından yapılmaktadır. Bütçeleme süreci ülke genelinde standardize edilmiştir ve sistem global bütçe esasına göre düzenlenmiştir. Kamu sağlık hizmet sunucuları sabit bir bütçe almaktadırlar ve bu bütçe geçmiş emsaller ve siyasi müzakerelere göre hesaplanmaktadır. Her hastanenin kendine ait kendi bütçesi vardır ve birinci basamak hizmetleri için tek bir bütçe bulunmaktadır. Kaynak tahsisi yapılırken risk uyarlaması yapılmamaktadır. Yeni kamu-özel ortaklığı da özel sağlayıcıya global bir bütçenin sübvansiyonu temeline dayanmaktadır (SGK, 2022b: 157; Azzopardi-Muscat ve diğerleri, 2017:50).

Özel hastanelere geri ödemeler günlük ve hizmet başına olmak üzere iki yöneme göre yapılmaktadır. Kamu hastanelerinde çalışan doktorlar memur olup maaş karşılığı çalışmaktadır. Özel sektör doktorları ise hizmet başına ödeme yöntemine göre ödeme almaktadırlar. Malta’daki sağlık reformlarının amaçları; entegre bir yaklaşım, müşteri odaklı politika, kanıt temelli bir sağlık politikası ve finansal sürdürülebilir bir sistem oluşturmaktır (Yıldırım ve Yıldırım, 2015:332). Son on yılda Malta, sağlık harcamaları en yüksek artış gösteren ülkelerden biri olmuştur. Sağlık harcamalarındaki son yıllardaki artış hızı GSYH artışlarını geride bırakmıştır (Azzopardi-Muscat ve diğerleri, 2017: 32).

E. Türkiye’de Global Bütçe Uygulaması

Türkiye’de, sağlık harcamalarının kontrol altına alınması ve finansal açıdan daha rahat bir planlama yapılmasını sağlamak amacıyla, sağlık hizmetlerinin finansmanında kullanılmak üzere ilk kez 2006 yılında Sağlık Bakanlığı tarafından “Global Bütçe Modeli” uygulaması getirilmiştir. 08.03.2007 tarih ve 5597 sayılı Kanunun 4. Maddesi ve 5502 sayılı Kanuna eklenen Ek Madde 2 ile global bütçenin ilk adımı atılmıştır. Böylece birinci basamak sağlık kuruluşlarınca verilen sağlık hizmetlerinde global bütçe resmi olarak başlatılmış ve ödeyici kurumlarla doğrudan hizmet alımı sözleşmeleri imzalanmıştır (Canbay, 2015: 169).

Türkiye’de global bütçenin uygulanması aşamalı bir seyir izlemiştir. İlk olarak birinci basamak sağlık hizmetleri ve kamu hastanelerinde uygulanırken daha sonra ilaç sektöründe uygulanmaya konulmuştur. Şu an birçok üniversite hastanesi de dahil olmak üzere geniş bir uygulama alanı bulunmaktadır (Yıldırım, 2020:44). Global bütçenin kanuni dayanağı incelendiğinde bu uygulamaya özel bir kanun metninin olmadığı görülmektedir. 5510 sayılı Sosyal Sigortalar ve Sağlık Sigortası Kanunu ile SGK’nın sigortalılar için finanse edeceği sağlık hizmetlerinin elde edilmesi yöntemleri, fiyatlandırılması ve satın alınması ile ilgili yetkiler tanınmıştır. Bu süreçte Sağlık Bakanlığı, Hazine ve Maliye Bakanlığı ve SGK birlikte hareket etmektedir (Canbay, 2015: 170).

Global bütçede temel amaç, sağlık riskinin süreci finanse eden kurumdan alınarak hizmeti veren kuruma devredilmesidir. SGK tarafından uygulamaya konulan global bütçe, mali yılbaşlarında sağlık kurumlarına ve ilaç firmalarına ödenecek toplam tutarın belirlenmesi ve yıl içinde bu rakamın aşılabacağını anlaşılmaması durumunda giderek artan oranlarda iskonto uygulanması temeline dayanan, amacına ulaşamaması halinde oluşabilecek sıkıntıları ortadan kaldırmak için daha riskli yeni önlemlerin alındığı bir uygulamadır (Aytekin ve Aytekin, 2010:164).

Türkiye’de SDP ile sağlık hizmetleri için ödenecek toplam bedele bir sınır koyarak sağlık harcamalarının kontrol altında tutulması amacıyla 2006 yılında global bütçeye dayalı geri ödeme geliştirilmiştir. Global bütçe uygulaması kapsamında Sağlık Bakanlığı bünyesinde hizmet veren sağlık kurumlarının geri ödemeleri SGK, Sağlık Bakanlığı ve Hazine ve Maliye Bakanlığı arasında yapılan “Götürü Bedel Hizmet Alım Sözleşmesi” doğrultusunda yapılmaktadır (Işıkçelik ve diğerleri, 2019:434-437; Tükel, 2010:235).

Sağlık Bakanlığına bağlı sağlık kuruluşları için geri ödeme yöntemi olarak 2006 yılından itibaren global bütçe yöntemi kullanılırken, çoğu üniversite hastaneleri için SGK’nın Sağlık Uygulama Tebliği (SUT) ile belirlediği kurallar çerçevesinde hizmet başına ödeme, tanıya dayalı paket ödeme ve vaka başına ödeme

yöntemi kullanılmaktaydı (Bulut, 2020:3411). SGK tarafından geri ödeme kapsamına alınan tüm hizmet ve işlemlerin fiyatları SUT’da yer almaktadır. Bununla birlikte herhangi bir sağlık hizmet sunucusundan alınan hizmetin hangi yöntemle geri ödeneceği, sağlık hizmetinin acil olması durumu, hizmetin türü ve sağlık hizmet sunucusunun özelliğine göre farklılık gösterebilmektedir (Arık ve İleri, 2016: 86).

Sağlık Bakanlığı hastanelerinde 2006 yılında global bütçe uygulamasına geçilmesinin ardından, ilaçta da 2010 yılında global bütçe sistemine geçilmiştir. Devlet hastanelerine yapılacak geri ödemelerde kullanılan global bütçe yıllık, ilaçta geri ödemedeki kullanılan global bütçenin ise üç yıllık zaman dilimleri için belirlenmektedir. 2017 yılından itibaren ise üniversite hastanelerine de global bütçe ile ödeme yapılmaya başlanmış ve her üniversite hastanesi ile ayrı ayrı anlaşma yapılmıştır. Bundan sonra baştan bir rakamda anlaşılıp, bu rakam üzerinden her ay ödeme yapılmaya başlanmıştır. Sağlık Bakanlığı ve üniversite hastanelerinin fatura incelemelerini ise Elektronik Risk Değerlendirme Sistemi (ERDS) üzerinden yapılmaktadır (Bulut, 2020:3411).

Mevcut durumda, Sağlık Bakanlığı tarafından basamaklara ayrılan sağlık hizmeti sunucularının ayakta ve yatan hasta tedavi hizmetleri bedeli, sağlık hizmetinin kapsamı ve niteliğine göre belirlenmiş olan SUT eki listelerdeki işlemler ve fiyatlar dikkate alınarak SGK tarafından karşılanmaktadır. Sınıflarına göre ikinci ve üçüncü basamak olabilen sağlık hizmet sunucularında yatan hasta tedavisine ilişkin işlem bedelleri, “tanıya dayalı işlem üzerinden ödeme” veya “hizmet başına ödeme” yöntemi ile SGK’ya fatura edilmektedir (Arık ve İleri, 2016: 87).

Sonuç olarak sağlık hizmetlerinde kaynak tahsisi Türkiye’de genellikle genel bütçe kuralları çerçevesinde gerçekleştirilmiş ve karma geri ödeme şekilleri kullanılmıştır. SGK hizmet sunucularına geri ödemelerde ağırlıklı olarak; global bütçe, paket fiyat, vaka başına ve hizmet başına ödeme yöntemlerini tercih etmiştir. TİG’e dayalı ödemeler için çalışmalar sürmektedir (Canbay, 2015: 169).

Türkiye’de kullanılan geri ödeme sistemleri, geçmişten günümüze önemli değişiklikler göstermiştir. Aşağıdaki tabloda günümüzde var olan geri ödeme sistemlerinin özeti yer almaktadır.

Tablo 1: Türkiye’de Kullanılan Geri Ödeme Sistemleri

Tedavi Türlerine Göre Yapılan			
Sağlık Hizmet Sunucusu	Ödemeler		Geri Ödeme yöntemi
	Ayaktan Yapılan	Yatarak	
	Tedavi	Yapılan Tedavi	
Sağlık Bakanlığına bağlı hastaneler	Vaka başına, faturalandırılabilir İşlem Listesi, hizmet başına ödeme, paket ödeme	Hizmet başına ödeme, paket ödeme	Global bütçe
Üniversite hastaneleri	Vaka başına, faturalandırılabilir İşlem Listesi, hizmet başına ödeme,	Hizmet başına ödeme, paket ödeme	Global bütçe/Fatura Karşılığı
Özel hastaneler	Vaka başına, faturalandırılabilir İşlem Listesi,	Hizmet başına ödeme, paket ödeme	Fatura Karşılığı

Kaynak: Acar, 2019: 34.

Tablo 1’e göre Sağlık Bakanlığına bağlı hastaneler ve üniversite hastanelerinde geri ödeme sistemi olarak, global bütçe geri ödeme sistemi uygulanmaktadır. Ayrıca üniversite hastanelerinde, fatura karşılığı ödeme yöntemi de kullanılmaktadır. Özel hastanelerde ödemi yöntemi, fatura karşılığı olarak yapılan ödeme-dir.

Global bütçe uygulaması doğrultusunda, Sağlık Bakanlığına bağlı sağlık kuruluşlarına, bir yıl boyunca her türlü sağlık hizmeti ve sarf malzemesi bedeli olarak, belirlenen bir miktarda götürü bedel ödemesi yapılmaktadır (Tükel, 2010:234). Türkiye’de uygulanan global bütçe, Türkiye’ye özgü olarak uygulanan bir uygulama olup, dünyadaki diğer uygulamalarla birebir örtüşen bir yapıya sahip değildir (Canbay, 2015:170).

Türkiye’de 2006 yılında hayata geçirilen global bütçe uygulaması günümüze kadar üç aşamalı bir gelişim göstermiştir. Birinci aşama, global bütçeye geçişin yapılması ve ödenecek yıllık tutarın tespit edilmesidir. Bu aşamada, geri ödemeler belirlenen global bütçe tutarı kadar yapılırken Sağlık Bakanlığına bağlı sağlık kurumları tarafından SGK’ya fatura gönderme işlemi devam etmiştir. Uygulama süreci Sağlık Bakanlığı, Hazine ve Maliye Bakanlığı, SGK arasında Global Bütçe Protokolü’nün imzalanması ile başlamaktadır. Söz konusu protokolde; sosyal güvence kapsamında bulunan kişilere sunulan sağlık hizmetleri karşılığında Sağlık Bakanlığına ödenecek toplam tutar, belirlenen tutarın hangi geri ödeme kurumu

tarafından, hangi tarihte, ne miktarda ödeneceği gibi hususlar düzenlenmektedir. Global bütçe şartlarına ilişkin taraflar arasında mutabakat sağlandıktan sonra; SGK ile Sağlık Bakanlığı arasında “Götürü Bedel Hizmet Alım Sözleşmesi” imzalanmaktadır. Sağlanan mutabakat gereğince tespit edilen global bütçeyi aşan alacak miktarları her yıl çıkarılan Genel Bütçe Kanununa göre terkin edilmektedir (Arık ve İleri, 2016:88).

İkinci aşama, 08.03.2007 tarih ve 5597 sayılı Kanunun 4. maddesi ve 5502 sayılı Kanuna eklenen ek madde-2 ile yapılan düzenleme ile birinci basamak sağlık kurumlarının fatura düzenleme mecburiyetinin kaldırılması ile başlamıştır. Buna göre SGK (SSK, Bağ-kur, Emekli Sandığı) mensupları için SGK ile Yeşil Kartlı vatandaşlar ve diğer memurlar için Hazine ve Maliye Bakanlığı ile hizmet alımı sözleşmeleri imzalanmıştır. Ayrıca, bu uygulama ile birlikte sosyal güvenlik kapsamında olup olmadığına bakılmaksızın birinci basamak sağlık kuruluşlarında verilen tüm hizmetlerin, vatandaş için ücretsiz olması sağlanmıştır. Bu uygulama ile öncelikle vatandaşın birinci basamak sağlık hizmetine erişimi kolaylaştırılmıştır. Ayrıca birinci basamak başvurularında belge (sağlık karnesi, vizite kâğıdı vb.) isteme zorunluluğu kaldırılmıştır. Bu uygulamanın vatandaşlara yansıyan olumlu sonuçları yanında, kamu kurum ve kuruluşları arasında işleyen bürokrasiyi ve kırtasiyeciliği azaltmada önemli faydası olmuştur. Uygulama ile geri ödeme kurumlarına fatura ve dayanağı belge gönderme işlemine son verilerek sağlık ocaklarında başlayıp geri ödeme kurumlarında son bulan fotokopi, belge, sevk kâğıdı, sağlık karnesi ve faturadan oluşan kırtasiyeciliğin son bulması sağlanmıştır (Atasever, 2014: 114).

Üçüncü aşama ile hastanelerin hizmet bedelleri geliştirilen “medula” sistemi üzerinden elektronik ortamda hesaplanmış, böylece Sağlık Bakanlığına bağlı sağlık kurumlarında daha önce birinci basamakta uygulandığı gibi SGK’na fatura veya herhangi bir ödeme belgesi gönderme işlemi son bulmuştur (Arık ve İleri, 2016: 88).

Global bütçe uygulaması ile sağlık hizmetleri alanında pek çok yönden önemli sonuçlar elde edilmiştir (Yüksel, 2019:41):

- Birinci basamak sağlık kuruluşlarında yapılan muayeneler ve verilen sağlık raporları, kan gurubu tespitleri, kan şekeri ölçümleri gibi her türlü hizmet ücretsiz hâle getirilmiştir.
- Global bütçe uygulaması ile öncelikle vatandaşın birinci basamak sağlık hizmetlerine ulaşımı kolaylaştırılmış, herhangi bir başvuru belgesi isteme zorunluluğu kalmamıştır.

- Kamu kurum ve kuruluşları arasında işleyen bürokrasi ve kırtasiyecilik azaltılarak geri ödeme kurumlarına fatura ve dayanağı ek belgeleri gönderme işlemi bitmiştir. Böylece gereksiz zaman kaybı önlenerek iş gücünde tasarruf sağlanmış, önemli bir gider kalemi olan posta işlemleri, fotokopi, belge ve fatura basım maliyetleri büyük ölçüde ortadan kalkmıştır.

- Global bütçe uygulaması ile maliyetlerde azalma yaşanırken, bütçe ve ödeme işlemleri hızlanmıştır.

Uzun ve kapsamlı çalışmalar sonucunda, sağlıkla ilgili Ekonomik Koordinasyon Kurulu tarafından belirlenen global bütçe Türkiye’de; ileriye dönük olarak genellikle bir mali yıl içinde sunulacak hizmetler karşılığı elde edilecek tutarı, diğer bir bakış açısı ile de harcama sınırını ve hedefini ifade etmektedir (Atasever, 2014:124). Tedavi giderleri SGK’ca karşılanan kişiler ile Yeşil Kart sahibi vatandaşlara sunulan sağlık hizmetlerinin karşılığında global bütçe sistemine dahil olan hastanelere ödenecek toplam bedelin belirlenmesi için her yıl Sağlık Bakanlığı, SGK ve Hazine ve Maliye Bakanlığı arasında global bütçe yapılmaktadır. Global bütçe, sağlık işletmelerine SGK ve Yeşil Kart ödeneklerinden nakdi olarak ödenecek miktardır (Canbay, 2015: 170-171).

Hizmetler, global bütçeye göre kamu ve özel sağlık hizmeti sunucularından hizmet sözleşmeleriyle satın alınmaktadır. Yeşil Kart ve Aktif Devlet Memurları Programları için global bir bütçe genel harcamalara göre belirlenmektedir. Tahsis süreci yıllık olarak devletin genel bütçeleme prosedürlerine göre yapılmaktadır. Bütçenin büyüklüğü ise geçmiş yılın bütçesine ve diğer beklenenlere dayalı olarak önümüzdeki yıl için artırılmaktadır. Aşırı harcama durumunda, herhangi bir cezai yaptırım bulunmamaktadır. Harcamaların bütçelenen tutardan fazla olması durumunda, ek tahsis yapılmaktadır. Aşırı harcama her zaman bir sorun olmuştur (Tatar ve diğerleri, 2011:64).

Kamu hastanelerinin sahipliği ve yöneticiliği durumunda olan Sağlık Bakanlığı, kendine tahsis edilen global bütçeyi, hizmetin hacmi, kalitesi, hastanelerin rolleri, performansı, hastanelerin vaka dağılımı gibi kriterleri dikkate alarak bir dağıtım modelini uygulamaktadır. Global bütçenin etkinliği açısından gerekli olan hususlardan birisinin hizmet sunan açısından davranış değişikliklerinin olmasıdır. Son yıllarda Sağlık Bakanlığı Strateji Geliştirme Başkanlığı’na yayınlanan genelgelere göz atıldığında; Bakanlığın tespit edilen global bütçeye sığmak adına bir takım tedbirler aldığı görülmektedir. Global bütçeleme de dahil bütün ödeme modellerindeki temel amaç sağlık harcamalarını kıstak olmamalıdır. Bu tekniklerin hepsinde kaynakların daha doğru kullanılması için hizmet sunanların,

tedarikçilerin ve hastaların davranışları doğru şekilde değiştirilmeye çalışılmalıdır (Arslan, 2014: 63).

III. TÜRKİYE’DE VE DÜNYA’DA GLOBAL BÜTÇE UYGULAMALARININ DEĞERLENDİRİLMESİ

Global bütçe uygulamasına yönelik girişimlerin temel nedeni, sağlık hizmetlerinin miktarları ile fiyatlarının çarpımı neticesinde ortaya çıkan toplam sağlık hizmeti harcamalarını kontrol altına alabilmektir. Maliyetlerin önlenmesine yönelik olarak pek çok farklı ülkede, pek çok farklı uygulamaya rastlansa da genel itibariyle bu girişimler, toplam harcamaların yerine fiyatların kısıtlanmasına, hizmet kullanımının sınırlandırılmasına ya da sistem kapasitesi üzerindeki kontroller aracılığıyla hizmet hacmini detaylı biçimde etkilemeye yöneliktir. Söz konusu çabalar genellikle bir bütünlükten yoksun, parça parça yürütülmüş, çoğunlukla tek bir ödeyiciyi ya da tek bir harcama kategorisini etkileyebilmiştir. Daha da önemlisi bu girişimler, hedeflerine gerçek anlamda işlerlik kazandıracak politik isteklilik ve iradeden yoksun bırakılarak sekteye uğratılmışlardır. Almanya, Fransa ve Kanada gibi ülkelerin global bütçe ile ilgili deneyimleri, bu ülkelerde harcama düzeylerini GSYH içinde %9’un altında tutarak, harcama limitlerinin gerçek anlamda kısıtlayıcı etkileri olabileceğini ortaya koymuştur (Akyürek, 2012: 139-140).

Uygulamada bazı ülkeler global bütçelerini hastane işletme bütçelerine yoğunlaştırıyorken, bazıları ise hem hastane hem de doktor masraflarını karşılamak için global bütçeyi kullanabilmektedir (Berenson ve diğerleri, 2012: 106). Global bütçe uygulamasının uygulandığı ülkelerde en önemli yönü ve amacı sağlık harcamalarındaki maliyetleri ve israfı azaltmak, harcamaları kısıtlamak ve fon oluşturmada belirliliği sağlamaktır. Nitekim global bütçe yönteminde, yapılan ödemeler harcama gruplarına ayrılmayıp tek bir kalemden yapılmaktadır. Piyasalaştırmanın bir bileşeni olarak kamu hastanelerinde “özerkleştirme” adıyla yürürlüğe konulan uygulamalar başlangıçta genellikle global bütçeleme ve performans dayalı ödeme yöntemleri ile birliktedir ve Türkiye’de de 2003’ten başlayarak SDP ile yapılan düzenlemeler bu yaklaşımla büyük ölçüde örtüşmektedir (Bulut, 2020:3411).

Global bütçe sisteminin uygulandığı ülkeler açısından genel bir değerlendirme yapıldığında, ülkelerin gelişmişlik düzeylerine göre değişik ödeme yöntemlerinin kullanıldığı, sağlık hizmetlerinin kalitesi, etkililiği, verimliliği, ulaşılabilirliği, maliyeti ve yönetimi konusunda gerekli dengeyi sağlayabilecek ve olumsuz etkileri en az olan yöntemlerin tercih edildiği görülmektedir. Dünyada olduğu gibi Türkiye’de de kurumlar ve sağlık hizmeti sunucuları seviyesinde farklı ve karma

ödeme sistemleri kullanılmaktadır. Ancak temelde amaçlanan sağlık sisteminin mali sürdürülebilirliği ilkesi ile istenen düzeyde kaliteli, ulaşılabilir ve hakkaniyete uygun sağlık hizmetlerinin denge içinde olması, nitelik ve nicelik bakımından farklı yapıdaki hastaneler veya sağlık hizmet sunucuları için katlanılan rasyonel maliyetleri en iyi düzeyde karşılayan geri ödeme yöntemlerini gerektirmektedir. Türkiye’de Sağlık Bakanlığı ve üniversite hastanelerinde hayata geçmiş olan global bütçe uygulaması, bu hastanelere finansal açıdan rahatlık sağlamakta, buna rağmen son yıllarda mali sıkıntı içerisinde olan üniversite hastanelerinde tam olarak uygulanamamaktadır. Global bütçenin bütününde sağlık hizmetleri finansmanı açısından getirdiği rahatlatma ve kaydedilen olumlu etkileri bir geri ödeme yöntemi olarak ülke genelinde yaygınlaştırılması fikrini destekler niteliktedir (Arık ve İleri, 2016: 89-90).

AB (Avrupa Birliği) ülkelerinde global bütçe uygulamasıyla birlikte sağlık hizmeti sunucularının genel olarak daha rasyonel tedavi yöntemleri seçtikleri ve maliyet odaklı yaklaşımlar sergiledikleri görülmektedir. Ancak uygulamanın her ülkede ortaya çıkardığı etkiler birbirinden farklıdır. Örneğin, Fransa’da yeni teknolojilerin ülkeye girişinde yavaşlama görülmüştür. Global bütçe uygulayan ülkelerde, hizmet sunucuları için daha karlı, pahalı olan hastalıkların tedavisine doğru bir yönelme olduğu gözlenmiş, Almanya’da bekleme listeleri oluşmaya başlamış ve tedaviye erişimin geciktiği görülmüştür (Canbay, 2015:165). Türkiye’de sağlık hizmetlerinin finansmanı açısından global bütçe uygulaması önemli bir yere sahiptir. Ancak söz konusu uygulama bireylerin hastane seçim hakkını dolaylı olarak sınırlandırmaktadır (Bulut, 2020:3405). Türkiye’de hastaneler bazında maliyet muhasebesi yöntemiyle maliyet hesapları yapılmamaktadır, dolayısıyla SUT ile belirlenmiş fiyatlar gerçekçi değildir. Global bütçe anlaşmasında yaşanan bütçe açıkları kamu tarafından sübvansede edilmektedir. Bekleme listelerinin oluşumu, yenilikçi tedavilere erişimin engellenmesi gibi global bütçe uygulamalarının olumsuz yönleri dikkate alındığında, karar vericilerin risk iştahına bağlı olarak global bütçe uygulamaları önümüzdeki yıllarda da devam edebilecektir. Ancak Türkiye’de talep kontrol edilmediği müddetçe global bütçe ile finansmanın sürdürülebilirliği çok mümkün değildir. Türkiye’de uygulanan global bütçeler Türkiye’ye özgü uygulamalardır. Hem hastane bütçelemesi hem global ilaç bütçesi, dünyadaki uygulamalarıyla birebir örtüşen uygulamalar değildir. Mevcut finansman ve geri ödeme mekanizması içerisine uluslararası örnekler de dikkate alınarak geri ödeme sisteminin geliştirilmesi gerekmektedir. Türkiye’de global ilaç bütçesinde ise birçok çıkar çatışması içerisinde olan çok fazla paydaş ve sürece müdahil olan eczane ve depolar bulunmaktadır. SGK ise ilaç bütçesiyle

ilgili sınırlarını sürekli izlemek ve aksiyon almak zorunda kalmaktadır (KDTD, 2012: 24-25).

Global bütçe ödeme sistemi, yönetimi kolay bir sistem olduğundan başta Türkiye olmak üzere birçok ülkede tercih edilen bir ödeme sistemidir. Ancak yönetim kolaylığı sağlık hizmetleri finansmanında aranılan tek önemli etken değildir. Üretilen sağlık hizmet maliyetlerinden bağımsız olan sistem, yetersiz sağlık hizmet sunulmasına neden olabilmektedir. Bu nedenle global bütçe ödeme sistemini kullanan pek çok yüksek gelirli ülke daha karmaşık ödeme sistemine geçmektedir (Waters ve Hussey, 2004:16).

Tayvan ve bazı Kanada eyaletleri global bütçe sisteminde gider rakamları sabittir ve hizmetlerin fiyatı buna göre hizmetlerin hacmine göre ayarlanmaktadır. ABD’de bir tıbbi programa sabit bir miktar ödenmekte veya hizmet sağlayıcısı ve bütçe ile gerçekleşen arasındaki fark harcama kar veya zararı olmaktadır (Li ve Zhang, 2022:2).

Global bütçe ödeme sistemleriyle ilgili birikmiş deneyimlere rağmen Kanada’da ve Avrupa’nın gelişmiş ekonomilerinde 30 yıldır bu tür ödeme sistemlerinin hizmet sağlayıcılar üzerindeki etkisine ilişkin teorik ve ampirik bilgi gibi sağlık sistemi performansının maliyet kontrolü dışındaki boyutları hakkında yalnızca sınırlı sayıda bilgiye sahip olunduğu söylenebilmektedir. Gerçekten de bir Massachusetts Eyaleti tarafından yaptırılan Mathematica araştırması şu sonuca varmıştır: “Çünkü global bütçe tavanlarının sağlık harcamaları ve sonuçları üzerindeki etkisi henüz incelenmemiştir”. Teorik literatürde global bütçe analizlerini sunan sadece birkaç çalışma bulunmaktadır. Literatürde maliyet kontrolüne etkisi dışında fazla çalışmaya ulaşılamamıştır (Chen ve Fan, 2015:2).

A. Global Bütçe Uygulamalarının Olumlu Yönleri

Hükümetler için global bütçenin sağladığı yararları bakıldığında; öncelikle böyle bir bütçe, hükümetlerin bir dönemde sağlık hizmetlerine harcanacak tutarı önceden belirlemesine olanak tanıyarak, sağlık harcamaları üzerinde kontrol sahibi olmalarını sağlamaktadır. İkinci olarak, eşzamanlı olarak hastalara ücretsiz erişim vererek sağlık hizmeti sunucularını bütçelerini nasıl kullanacakları konusunda kendi kararlarını almaya zorlamaktadır. Hastalarının sağlık bakım ihtiyaçlarını karşılamak için bütçeleri sınırlıdır. İdeal olarak bu tür bütçelerde sağlanan sağlık hizmetlerinde sunuculara gereksiz hizmet sunmalarını engelleyerek ve verimliliği artırarak maliyetleri düşürme teşviki sağlanmaktadır (Chou ve diğerleri, 2010:4).

Global bütçenin olumlu yönleri aşağıdaki gibi özetlenebilir (Barnum ve diğerleri, 1995:4 Berenson ve diğerleri, 2016: 33; Canbay, 2015:166):

- Kişi başına ödemeye benzer şekilde, global bütçeleme hastanelerin karşılaştığı sorunları temelden değiştirerek, sağlık kurumlarının verimliliğini artırarak ve vaka sayısını, sunulan ayakta tedavi hizmetlerini azaltarak doğrudan bir teşvik sağlamaktadır. Aslında verimlilikteki artış, global bütçelerin nasıl belirlendiğine ve yöneticilerin bunlardan ne ölçüde sorumlu olduğuna bağlı olmaktadır. Global bütçelerin doğrudan etkisi maliyetleri kontrol etmektir.

- Sert tavanlı global bütçe, harcamalara sıkı bir şekilde sınırlama getirmekte ve ödeme yapanlar ve sağlık politikasını belirleyenler için öngörülebilirlik sağlamaktadır.

- Global bütçe, harcama kalemleri bütçe sisteminden farklı olarak, hastane yönetimine sağlık hizmetlerinin verimli üretimini geliştirmek için özerklik ve esneklik vermektedir.

- Global bir bütçenin hastane tarafından yönetilmesi nispeten basittir ve yönetsel bakımdan kolaylıkla performansın geliştirilmesine yönelik bir takım teşvikleri bir araya getirebilmektedir. Global bütçe ile talep edilen sağlık hizmetlerinin analizi iyi yapılır ve bu doğrultuda uygun bir bütçe ayrılırsa gerek hizmeti alan gerekse hizmeti sunan açısından fon sağlamada belirlilik ve öngörülebilirlik sağlamaktadır.

B. Global Bütçe Uygulamalarının Olumsuz Yönleri

Global bütçe uygulamaları hakkında ortaya atılan karşıt görüşler, global bütçelerin hastaları, rasyonel olandan uzaklaştırdığı ve kaynakların verimli kullanımına engel olduğu noktası üzerinde yoğunlaşmaktadır. Global bütçenin yapay olarak dayatılan bir harcama limiti olduğu ve dolayısıyla bu bütçelemenin tam verimliliği engelleyen gerçek bir pazar olduğu ileri sürülmektedir. Ayrıca bu görüşlere göre bireyler, faaliyetlerinin tüm finansal sonuçlarından korunma ve maliyet etkili davranmaları yönünde yeterli biçimde yönlendirilmemektedirler (Ak-
yürek, 2012: 141; Dredge, 2004:5).

Hastanelerin yönetsel açıdan yeterli bilgi ve beceriye sahip olmamaları ve kalite güvencesi uygulamalarında yaşadığı sıkıntılar global bütçelerin başarı ile uygulanmasındaki önemli engellerdir. Çünkü global bütçeler sağlık hizmeti sunucularına hizmet kalitelerini yükseltme noktasında zayıf özendiriciler sunmaktadır (Barnum ve diğerleri, 1995:6).

Global bütçenin olumsuz yönleri aşağıdaki gibi özetlenebilir (Berenson ve diğerleri, 2016: 33):

- Global bütçeler, hastaneler arasında gerçekleşen yarışını yani rekabeti teşvik etmemektedirler.

- Spesifik performans teşvikleri ve değerlendirmeleri olmadan sağlık kurumlarının maliyetlerini düşürmeye yönelik sergiledikleri yaklaşım, hem erişimi hem de kaliteyi olumsuz etkileyebilmektedir.

- Global bütçeleme, tüm ödeyicilerin veya tek ödeyicinin bulunduğu sistemlerin dışında kolayca uygulanamamaktadır.

İlaçta global bütçe uygulamasının da olumsuz yönleri bulunmaktadır. İlaç global bütçesi kurgulanırken bir harcama tavanı belirlenmektedir. Bu tavanın aşılması halinde bir sonraki bütçe döneminde olmak üzere devlet sektörden iskonto yoluyla oluşan fazlayı geri almaktadır. Bu sürecin en zayıf noktası ise sektör içerisinde yer alan tüm firmalardan aynı oranda iskonto talep edilmesidir. Doğal olarak bir pazar içerisinde her firmanın kar-zarar durumu ve payı farklı olmaktadır. Bu farklılık altında tüm firmalardan aynı oranda bir geri dönüş beklenmesi eleştirilere neden olmaktadır. Bu aşamada global bütçenin yüzeysel kaldığı söylenmektedir (Akyürek, 2012:150).

SONUÇ

Global bütçe uygulamalarının her ülkede ortaya çıkardığı sonuçlar birbirinden farklıdır. Örneğin, Fransa’da global bütçe uygulamasıyla yeni teknolojilerin ülkeye girişinde yavaşlama olmuştur. Almanya’da hastane hizmetlerinde bekleme listeleri oluşmaya başlamış ve tedaviye erişimin zorlaştığı görülmüştür. Türkiye’de ise özellikle cildiye, kardiyojoloji gibi branşlarda randevu sistemindeki aksaklıklar nedeniyle hastaların randevu alamadıkları son zamanlarda birçok tartışmaya neden olmuştur. AB ülkeleri dışında örneğin Tayvan’da global bütçe uygulamasının genel olarak başarılı olduğu, yıllık sağlık hizmeti harcamalarının azaldığı söylenebilmektedir.

Global bütçe sisteminin uygulandığı ülkeler açısından genel bir değerlendirme yapıldığında, ülkelerin gelişmişlik düzeylerine göre değişik ödeme yöntemlerinin kullanıldığı, sağlık bilincinin ve okuryazarlığının daha çok olduğu ülkelerde sağlık hizmetlerinin kalitesi, etkililiği, verimliliği, ulaşılabilirliği, maliyeti ve yönetimi konusunda gerekli dengeyi sağlayabilecek ve olumsuz etkileri en az olan yöntemlerin tercih edildiği ve bireylerin sistemi sorgulayarak gelişimine katkı sağladığı görülmektedir.

Türkiye’de bir geri ödeme sistemi olarak uygulanmakta olan global bütçe, sağlık harcamalarının artış hızının kontrolünde önemli bir etkililiğe sahip olduğu

görülmüştür. Global bütçe uygulaması, çalışmada ortaya konulduğu üzere Türkiye’ye özgü özellikler ve uygulama sonuçları içermektedir. Kamu ve üniversite hastanelerinde ve ilaç sektöründe uygulanan bu sistem, genel olarak değerlendirildiğinde sisteme gerek toplumsal kesimden, gerek başta doktorlar ve diğer sağlık çalışanlarından çok ciddi eleştiriler gelmekte ve sistemin amaçladığı gibi sağlık harcamalarının hızlı artışını azaltsa da, sağlık harcamalarının artış yükünü kamu sektöründen alıp, sağlık hizmetleri sunucularına yüklediği ve sunulan sağlık hizmetlerinin kalite ve verimliliğini olumsuz şekilde etkilediği izlenmektedir. Tüm bu eleştirilerden dolayı Türkiye’de bir geri ödeme sistemi olarak global bütçe uygulamasının, diğer ülke uygulamalarının aksine, birçok açıdan geliştirilmeye ve değiştirilmeye ihtiyacı bulunmaktadır.

Türkiye’de; kendi sağlık sisteminin geçirdiği gelişime, sağlık sisteminin yapısına ve sorunlarına uygun bir şekilde uyum sağlayabilecek, hastaların, hastane yönetimlerinin, sağlık çalışanlarının, ilaç ve tıbbi araç-gereç sağlayıcılarının mali ve tıbbi işlem yönünden talep ve ihtiyaçlarına cevap verebilecek, sağlık sektörünün tüm bu aksaklıklarının giderildiği, bütçenin denetiminin sağlandığı bir global bütçe uygulamasının olması gerektiği öne çıkmaktadır.

Sonuç olarak Türkiye’deki mevcut global bütçe geri ödeme sisteminin geliştirilmesi, diğer başarılı ülke uygulamalarına yakınlaştırılması, olumlu yönlerinin artırılarak, olumsuz yönlerinin azaltılması, sistemin işleyişine engel olan aksaklıklarının ortadan kaldırılması, sağlık reformlarının aksaklıkların giderilmesi için yapılması, hastaların ve sağlık çalışanlarının da global bütçeleme sistemiyle ilgili kararlarda rol alabilmesi düşünülmektedir.

KAYNAKÇA

- Acar, E. (2019). *Sağlıkta Geri Ödeme Sistemlerinin İncelenmesi ve Türkiye’de Kullanılan Geri Ödeme Sisteminin Değerlendirilmesi*. (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Ankara: Yıldırım Beyazıt Üniversitesi. Sağlık Bilimleri Enstitüsü.
- Akyürek, Ç. , E. (2012). Sağlıkta Bir Geri Ödeme Yöntemi Olarak Global Bütçe. *Sosyal Güvenlik Dergisi*. 2(2): 124-153.
- Ashby, J., L., ve Greene, T., F. (1993). *Implications of a Global Budget for Facility-Based Health Spending*. Source: Inquiry,30(4): 362-371. Published by: Sage Publications, Inc.
- Arık, Ö. ve İleri, Y.Y. (2016). Sağlıkta Geri Ödeme Sistemleri ve Global Bütçe. *Gümüşhane Üniversitesi Sağlık Bilimleri Dergisi*. 5(4): 78-92.
- Arslan, N. (2014). *Türkiye’de Devlet Hastanelerinde Bütçe Uygulamaları, Sorunlar ve Çözüm Öneriler (İzmir Dr. Suat Seren Göğüs Hastalıkları ve Cerrahisi Eğitim ve Araştırma Hastanesi Örneği)*. (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). İstanbul: Beykent Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Atasever, Mehmet (2014). *Türkiye’de Sağlık Hizmetlerinin Finansmanı ve Sağlık Harcamalarının Analizi 2002-2013 Dönemi*. Ankara: Bakanlık Yayın No: 983.
- Aytekin, S. ve Aytekin Çiftçi G. (2010). Türkiye’de Sağlık Hizmetleri ve Kamu Sağlık Harcamalarının Finansmanı. *Gümüşhane Üniversitesi Sosyal Bilimler Elektronik Dergisi*. Sayı:2.
- Azzopardi-Muscat, N., Buttigieg, S., Calleja, N., ve Merkur, S. (2017). Malta Health System Review. Copenhagen: European Observatory On Health Systems And Policies. Vol. 19. No. 1.
- Barnum H., Kutzin J., and Saxenlan H. (1995) Incentives and Providers Payment Methods. *International Journal of Health Planning and Management*. 10(1): 23-45.
- Berenson, R.A., Upadhyay, D. K., Delbanco, S.F. ve Murray, R. (2016). *Payment Methods and Benefit Designs: How They Work and How They Work Together to Improve Health Care*. Washington DC: Urban Institute.
- Bulut, M. (2020). Türkiye’de Global Bütçe Uygulamasının Hastane Seçme Hakkına Etkisi. *Social Sciences*. <https://www.researchgate.net/publication/348582451> (Erişim:11.12.2023).
- Canbay, T. (2015). *Sağlık Ekonomisi Mikro ve Makro Boyutları*. Derleyen B. Güvenek. Konya: Çizgi Kitabevi.
- Casto, A. B. ve Layman, E. (2006). *Principles of Healthcare Reimbursement*. Michigan: American HealthInformation Management Association.
- Chen, B. ve Victoria Y. Fan V., Y. (2015). Strategic Provider Behavior Under Global Budget Payment With Price Adjustment In Taiwan. *Health Econ*. 2015 November ; 24(11): 1422–

1436. doi:10.1002/hec.3095. <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC5685661/pdf/nihms914203.pdf> (Erişim: 10.04.2024)
- Chou, S., Deily, M., E., Lien, H., ve Zhang, J., H. (2010). Global Budgets And Provider Incentives: Hospitals' Drug Expenditures In Taiwan. *Advances in Health Economics and Health Services Research*. <https://www.researchgate.net/publication/44797351>. (Erişim: 12.06.2023)
- Çelik, Y. (2019). *Sağlık Ekonomisi*. Ankara: Siyasal Kitabevi.
- Dredge, R.(2004). *Hospital Global Budgeting*. Washington: The World Bank.
- Işıkçelik, F., Öztürk, N. ve Ağırbaş, İ. (2019). Sağlık Hizmetlerinde Geri Ödeme Yöntemlerinden Teşhis İlişkili Gruplar. *Sosyal Güvenlik Dergisi*. 9(2): 431-448.
- KDTD (2012). 3. *Ulusal Sağlık Teknolojileri Değerlendirme (STD) Forumu Global Bütçe ve Kanıta Dayalı Tıp Raporu*. Editörler: Rabia Kahveci ve Elife Dilmaç. Ankara: Toplantı Raporu. <https://www.kanitadayalitip.org.tr/wp-content/uploads/2023/11/3.STD-forumu-toplanti-raporu.pdf> (Erişim:12.06.2023).
- Marchildon, G.P., Sara Allin, S., ve Merkur, S.(2020). *Canada Health system review*. Copenhagen: European Observatory On Health Systems And Policies. 22(3).
- Li, L. ve Zhang, S. (2022). *Understanding the Public Policy of Global Budget Payment Reform Improves the Quality of Public Healthcare From the Perspective of Patients in China*. <https://www.frontiersin.org> (Erişim:10.04.2024).
- SGK (2022b). *OECD ve AB Ülkelerinde Sağlık ve Geri Ödeme Sistemleri-II*. Ankara: T.C. Çalışma ve Sosyal Güvenlik Bakanlığı.
- Tatar. M., Mollahaliloęlu, S., A., Şahin, B., Aydın, S., Maresso, A., ve Hernández-Quavedo, C. (2011). Turkey Health Systems Review. Copenhagen: European Observatory On Health Systems And Policies. 13(6).
- Taiwanem Bassy, (2023). *Tayvan'ın Ulusal Sağlık Sigortası: Evrensel Sağlık Kapsamı için Bir Model* https://www.taiwanembassy.org/tr_tr/post/1324-.html. (Erişim:21.12.2023).
- Tükel, R. (2010). Sağlıkta Dönüşümde Son Aşamaya Doğru: Hastanelerin Yeniden Yapılandırılması ve Yeni Finansman Modeli. *Toplum ve Hekim*. 25(3): 14-25
- Waters, H. ve Hussey P. (2004). *Pricing Health Services For Purchasers: A Review of Methods and Experiences*. Washington DC: The World Bank.
- Winally, (2023). Kanada Sağlık Sistemi. <https://www.winally.com/kanada-saglik-sistemi/> (Erişim:28.12.2023).
- Weil, T.,P. (2014). Global Budgets: An Effective Approach To Control U.S. Health Expenditures?. *Journal of Health Care Finance*. www.HealthFinanceJournal.com (Erişim: 12.04.2024).
- Wolfe, P.R. ve Moran, D.W. (1993). Global budgeting in OECD Countries. *Health Care Financing Review*. 14: 55-76.

- Yıldırım, H. H. ve Yıldırım, T. (2015). *Avrupa Birliği Sağlık Politikaları ve Türkiye*. Ankara: Sağlık-Sen Yayınları. Yayın No: 10.
- Yıldırım, M. (2020). *Sağlık Bakanlığına Bağlı Döner Sermaye İşletmelerinde Sayıştay Denetim Bulgularının Analizi Ve Çözüm Önerileri*. (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Bursa: Uludağ Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Yüksel, İ. (2019). *Kamu Hastanelerinde Hekimlerin Kalite, Verimlilik, Katkı Bileşenleri ve Döner Sermaye Ek Ödemesi İle İlişkilendirilmesi: Bir Üniversite Hastanesi Ek Ödeme Modeli Önerisi*. Yayınlanmamış Doktora Tezi. İzmir: Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Zhang, J., H., Chou, S., Deily, M., E., ve Lien, H. (2014). Hospital ownership and drug utilization under ..a global budget: a quantile regression analysis. *Int Health*. 2014; 6: 62–69 (Erişim: 18.04.2024).



BÖLÜM 14

Küresel Isınmayla Mücadelede Maliye Politikaları*

***Zeynep Arslan¹ & Güngör Özcan² &
Pelin Mastar Özcan³***

Giriş

* Çalışma; “Küresel Isınmayla Mücadelede Yeşil Vergiler: Seçilmiş Ülkeler ve Türkiye Değerlendirmesi” isimli Manisa Celal Bayar Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsünde hazırlanan yüksek lisans tezinden üretilmiştir.

¹ Dokuz Eylül Üniversitesi, İ.İ.B.F., Maliye Bölümü, Bütçe ve Mali Planlama Anabilim Dalı, ORCID: 0000-0002-4572-7911

² Doç. Dr., Manisa Celal Bayar Üniversitesi, ORCID: 0000-0001-5966-5582

³ Doç. Dr., Manisa Celal Bayar Üniversitesi, ORCID: 0000-0001-9103-4131

Sürdürülebilir kalkınma hedefi kapsamında çevreye verilen önem giderek artmaktadır. Küresel ısınma, çevre kirliliği ve son dönemde yaşanan çevresel felaketler çevre faktörünü dikkate almadan sadece büyüme odaklı politikaların başarıya ulaşamayacağını gözler önüne sermiştir.

Çevrenin korunması özelinde küresel ısınmayla mücadele bireylerin tek başlarına davranışlarını değiştirmesiyle çözümlenebilecek bir olgu değildir. Bu kapsamda iş birliğinin sağlanması, düzenleyici ve yaptırımlara dayanan politikaların uygulanması, çevre dostu uygulamaların teşvik edilmesi için devletlerin aktif rol oynaması gerekmektedir.

Küresel ısınma ile mücadelede karbon salınımının azaltılması konusunda devlete önemli görevler düşmektedir. Bu görevi yerine getirirken devletin kullanılabileceği maliye politikası araçları bulunmaktadır. Bu kapsamda çalışmanın amacı; küresel ısınma ile mücadelede kullanılabilecek maliye politikası araçlarını teorik temelde incelemektir.

A. Küresel Isınmayla Mücadelede Devlet

Küresel boyutta bir krize sebep olan iklim değişikliği ile mücadele aşamasında sürdürülebilir kalkınmaya yönelik olarak devletlerin rolünün ne şekilde ve ne ölçüde olacağı tartışma konusu olmuştur. Küresel ısınmanın son zamanlarda insanların yaşamını kötü anlamda etkilemesi sonucu tüm dünyada sera gazı salınımlarını azaltmak için devletlerin iş birliği yapması gerekmiştir. (Aktan, 2017: 91) Küresel kamusal bir mal olan çevre ve doğal kaynakların korunması devletlerin kontrolü altındadır. Küresel ısınmanın gündeme gelmesiyle birlikte bu durum önemli bir sorun haline gelmiştir. Genel olarak bakıldığında küresel ısınmayla mücadelede devletlerin üzerine düşen görev üretim ve tüketim sırasında ortaya çıkan sera gazı salınımlarını en aza çekmektir. Bu amaca yönelik olarak kullanılacak en etkin araç ise kamusal çözümlerdir. Bu çözümler içerisinde amaca yönelik en etkin araç vergilerdir. Birçok ülke olumsuz dışsalılıkların içselleştirilmesi, üretici ve tüketici tercihlerini çevrenin lehine olacak şekilde değiştirecek karbon, enerji gibi vergi türleri uygulamaktadır. Ülkeler bu vergilerden elde ettikleri gelirleri küresel ısınmayla mücadele ve istihdamın üzerindeki vergisel yükün azaltılmasında kullanmaktadır. (Bağdigen & Demir, 2010: 155) Küresel bir sorunla mücadele etmek için devletlerin uluslararası çapta da iş birliğine ihtiyacı vardır. Bu iş birliğine yönelik gelişmiş ülkeler tarafından verilecek finansal ve teknik destek önemli bir adımdır. Gelişmekte olan ülkeler de Paris Anlaşması neticesinde karbon emisyonlarını azalma yolunda ciddi adımlar atmaya başlamıştır ve küresel ısınma konusunda daha detaylı kapsayıcı önlemler alınması gerektiği bir gerçektir. (Al-Zu'bi, 2016: 300)

B. Küresel Isınmayla Mücadelede Maliye Politikası

Küresel ısınmayla mücadele edebilme konusunda, devletlere düşen en önemli görev, egemenliği altında yaşayan üreticilerin, tüketicilerin ve tüm bireylerin karbon salınımlarını en aza indirmektir. Karbon salınımları sınırlandırmada kullanılabilecek en iyi araç ise maliye politikası araçlarıdır. En genel tanımıyla maliye politikası, devletin, kamu ekonomisinin çeşitli amaçlarına ulaşmak için vergi almak, harcama yapmak, borçlanmak ve bütçe yapmak gibi haklardan faydalanmasıdır. (Aktan, 2017, s. 46) Sürdürülebilir temiz bir yeryüzü hedefine ulaşabilmek için cezalandırıcı ve yasaklayıcı hukuki yaptırımlar yeterli gelmemektedir. Birçok ülkede küresel ısınmayla mücadele edebilmek için üretici ve tüketici tercihlerinin bu amaca uygun olarak dönüştürülmesi için kamusal çözümlerden faydalanmak şart olmuştur. (Bağdigen & Demir, 2010: 154)

Küresel ısınmanın artması, doğal kaynakların hızlı bir şekilde yok olması gibi çevresel olumsuzlukları en aza indirmek için ve sürdürülebilir kalkınma hedefi gereğince devletler tarafından “kirleten öder ilkesi” benimsenmiştir. (Tanrıvermiş, 1997: 305). Maliye politikası araçları kullanılarak, küresel ısınmaya yol açan olumsuz dışsallıklar fiyata yansıtılıp yeşil politikalar hayata geçirilir. Yatırımlar öncelikli olarak temiz, çevre dostu teknolojilerin kullanıldığı alanlara ve eğitim gibi sosyal alanlara kaydırılabilmektedir. (UNEP, Green Fiscal Policy: 2022)

Devletler maliye politikası oluştururken, çevre dostu uygulamaları teşvik etmek, çevreye zarar veren, sera gazı emisyonuna neden olan, küresel ısınmayı hızlandıran etkileri minimuma indirecek gelir ve harcama politikalarını tercih etmektedir. Bu kapsamda uygulanan politikalar, harçlar, vergiler ve vergi teşvik - istisnaları, kamu harcamaları, karbon kredileri, transfer edilebilir emisyon lisansları şeklinde incelenecektir.

1. Harçlar

Kamu kesimi tarafından sunulan kamu hizmetlerinden yararlananlar tarafından yapılan ödemeler harç olarak tanımlanmaktadır. Söz konusu hizmetler çoğunlukla pazarlanabilen yarı kamusal mal ve hizmet niteliğindedir. Bu nedenle hizmet sonucu özel fayda sağlayanlardan karşılığında bir bedel talep edilmektedir. (Muter, Çelebi, & Sakınç, 2012: 110). Harçlar aracılığıyla çevreyi, doğayı kullananlara doğrudan fiyat belirlenmiş olur. Böylece devletler, çevre kirliliğine neden olan faaliyetlerin birey-toplum arasındaki maliyet farklarını en aza indirerek ortadan kaldıracaktır. (Acar, 2006, s. 226). Çevreye negatif dışsallık yayan üretici ve tüketicilerin fiyatlandırılması problemi sonucu ortaya çıkan kirleten öder ilkesi kirliliğin maliyetine katlanmak zorunda bırakılır. Bunu beraberinde kirlilik

maliyeti içselleştirilerek doğaya zarar veren taraf kirlettiği kadarlık maliyete katlanır (Sezer & Dökmen, 2018: 166).

Çevre kirliliğine yönelik olarak devlet tarafından alınan harçlar, kirlilik harçları, kullanıcı harçları, üretici harçlarıdır. Kirlilik harçları, doğaya zararı olan kirliliğe sebebiyet veren maddelerden alınan harçlardır. Hava emisyon izni harcı, atık izin harcı, katı atık imha harcı buna örnektir. Kullanıcı harçları, Kaynak kullanımına yönelik alınan ödemelerdir. Örneğin, su kullanım harcı, otlatma harcı, trafik sıkışıklığı harcı. Üretici harçları ise üretim faaliyeti esnasında ortaya çıkan zararlı maddelere yönelik alınan harçlardır. Bunlara örnek olarak atmosfere zarar veren maddeler, motor yağı, lastik gibi ürünlerdir (İraz, 2018: 70).

2. Vergiler ve Vergi Teşvik – İstisnaları

Vergilerin temel özelliği caydırıcı bir etkiye sahip olmasıdır. Bazı durumlarda da teşvik edici özelliği devreye sokularak politika aracı haline dönüşebilir. Vergi teşviki, devletin vergi kanunlarında değişikliğe giderek belli ekonomik faaliyet veya unsurlara ayrıcalık, kolaylık yaratarak daha önceden belirli olan makroekonomik amaçlarına ulaşması şeklinde tanımlanabilir. Vergi istisnası vergisel teşvik araçları arasında sayılmaktadır. İstisna, vergi kanunlarına göre vergilendirilmesi gereken belirli bir vergi konusunun, vergi kanunlarına göre vergi dışı bırakılmasıdır. Diğer bir deyişle herhangi bir gelir unsurunun kısmen ya da tamamen vergi dışı bırakılmasıdır (Öz, 2002: 12).

Genel vergi politikalarının amaçlarına baktığımızda iklim politikasının amaçlarıyla aynı yönde olacak şekilde uyumlaştırılmaya çalışıldığı ve bu amaçlara daha çabuk ve kolay olarak ulaşılmasına yardımcı olduğu görülmektedir (Çelikkaya, 2020: 14). Ülkeler ihtiyaçlarına göre birçok amaç için vergi teşviklerinden ve istisnalarından yararlanabilir. Bölge ve sektör bazında yatırımları arttırmak, yurtiçi katma değeri arttırmak, teknoloji transferi sağlamak gibi amaçlara hizmet edebilir (Benk, 2005: 184). Vergi teşviklerinin diğer bir adı da devlet yardımlarıdır. Sosyal devlet anlayışı içerisinde etkinliği artmıştır ve çeşitli sosyal amaçları da hedef edinmiştir (Acinöroğlu, 2009: 150). Piyasa mekanizması kendi haline bırakıldığında çevre kirliliği, istihdam problemleri, bölgesel eşitsizlikler gibi birçok negatif dışsallığa sebebiyet vermektedir. Bunlar gibi sorunların çözümü aşamasında vergi teşviki kamusal destek kullanımı gereklidir (Tatar Candan & Yurdadoğ, 201: 159). Çevreyi kirlüten bu sebeple de küresel ısınmaya olumsuz katkı sağlayan ürünlerden daha fazla vergi alınmasıdır. Vergi teşvikleri uygulamaları, devletlerin hem elde ettiği vergi gelirlerinin etkinliğini arttırmaktadır hem de işletmelerin sürdürülebilir, temiz enerji tercihlerini olumlu yönde etkilemektedir.

Firmalara yapılan vergi teşvikleri çoğunlukla karşılıksız yardım ya da düşük faizli kredi şeklinde yapılmaktadır. Böylece firmalar çevreci ve sürdürülebilir teknolojiler kullanmaya sevk edilmektedir. Örnek olarak, devlet tarafından yeşil binaların inşasında işletmelere yapılan sübvansiyon ve vergi indirimleri bu kapsamda değerlendirilebilir (Şentürk, 2014: 96).

Temiz enerji kullanımını yaygınlaştırıp iklim kriziyle mücadele amacıyla bazı devletler, güneş enerjisi sistemlerinde büyük vergi teşvikleri uygulamaktadır. Buna ek olarak sürdürülebilir enerji kaynaklarının üretim ve yatırımı için çeşitli hibelerle desteklemektedir (Çelikkaya, 2018, s. 363). Hemen hemen bütün dünya genelinde devletler fosil yakıtlar, elektrik gibi tüm enerji kaynakları üzerinden enerji vergisi almaktadır. Sadece temiz sürdürülebilir enerji üretimini desteklemek sebebiyle bu kaynakları vergi dışı bırakmaktadır. Örneğin Almanya’ da temiz enerji kaynakları üretimi ile sağlanan elektrik, enerji vergisinden istisna tutulmuştur. (Jamali, 2005: 244) Hollanda’ da ise hem içecek üretiminde hem de endüstriyel kullanıma yönelik yer altından su çıkarılmasına engel olmak için Ulusal Yeraltı Suyu Çıkarma Vergisi getirilmiştir. Yılda 40.000 m³’ü aşmayan sulama amaçlı su çıkarımları vergiden istisna edilmiştir (Zom, 1999: 110).

Örneklerden anlaşıldığı üzere dünya geneli küresel ısınmayla mücadele kapsamında vergi teşvik ve istisnalarından yararlanmaktadır. Bu mücadelenin bir gereği olarak sera gazı emisyonunu azaltma maliyetlerinin indirilmesi ve inisiyatif alınması sağlanmalıdır. Bu gerekçeye yönelik olarak da çevre kirliliğine sebep olan eskide kalmış uygulama ve teknolojilerden vazgeçerek çevreci ekonomik faaliyetlere teşvik etmiş olacaktır. Vergi teşvikleri sayesinde işletmeler çevreci politikalara uygun davranışlar sergilemek durumunda kalacaktır. Fakat vergi teşviklerinin uzun süreli tercih edilmesi ticarete rekabeti bozabilir (Kayaer, 2013: 134).

3. Kamu Harcamaları

Modern maliye ekolüne göre “Kamu harcamalarının niteliği, devletin ekonomik ve sosyal amaçlara ulaşmasında bir mali araç olmasıdır.” (Muter, Çelebi, & Sakıncı, 2012, s. 49). Bu bağlamda küresel çapta olumsuz etkilere sahip olan iklim değişikliği ile mücadelede devletler kamu harcamalarını bir araç olarak kullanmayı tercih edebilir. Doğa kalitesi ve doğanın korunması mühim bir kamusal maldir. Tüketiminde herhangi bir rekabetin olmaması, dışlanamaması sebebiyle çevre, ulusal kamusal mal olarak değerlendirilebilir. Bu nedenle devlet çevresel olumsuzlukların ortadan kaldırılmasında sorumluluğa sahiptir. Doğanın kalitesini sürdürülebilir şekilde arttırmak için çeşitli politikalar üretmekte ve çevresel negatif dışsallıkları yok etmek için düzenleyici bir rol üstlenmenin yanı sıra piyasa

başarısızlıklarını da azaltıcı bir fonksiyona sahiptir. (Aysu, İlgün, & Çobanoğulları, 2020: 120)

Kamu harcamaları çeşitleri itibariyle ekonomi üzerinde farklı etkilere sahiptir. Devlet tarafından yapılan eğitim, sağlık, Ar& Ge faaliyetleri gibi harcamalar çevre kirliliğini azaltmada katkı sağlamaktadır. Beşerî sermaye kalitesindeki artış, Ar&Ge yatırımları aracılığıyla doğaya duyarlı üretim teknolojilerinin geliştirilmesi, yaygın kullanılması sağlanarak kişi başına düşen kirlilik seviyesinde azalma gerçekleştirebilir. Kamu harcamalarının bir de gelir etkisi vardır. Kamu harcamalarındaki artış ile bireylerin de gelirlerinin artış göstermesi sonucu bireyler daha temiz bir doğa ile buna yönelik olumlu düzenlemelere gidilmesi yönündeki taleplerinde de artış ortaya çıkmaktadır. (Lopez, Galinato, & İslam, 2011: 181).

Gelişmiş ülkeler açısından baktığımızda kamu harcamalarının çevre kirliliğine etkisi oldukça fazla olduğu görülmektedir. Kamu harcamalarının gelir etkisindeki artış ölçek etkisinden daha fazla olacaktır. Bu sayede üretim yönlü kirlilikte daha da büyük düşüş meydana gelecektir. Hizmet sektörünün nispeten daha gelişmiş olduğu ülkelerde üretim aşamasında doğaya duyarlı teknolojiler kullanılmaktadır. Böyle ülkelerde kamu harcamaları çevreyi daha az kirleten sektörler yönelme olasılığı fazladır. (Halkos & Paizanos, 2017: 136) Her ülkenin kendine has politik ve kurumsal yapılanması, kamu harcamalarının çevre kirliliği üzerinde doğrudan etkilidir. (Olson, 1993: 572) Literatürde yapılan çalışmalar neticesinde kişilere yapılan toplam kamu harcamalarının arttıkça karbondioksit emisyonunu azalttığı gözlemlenmiştir. Ekonomi, eğitim, güvenlik hizmetlerine yönelik olarak yapılan kamu harcamalarındaki bir artış da çevre kirliliğini azaltmaktadır. Dolayısıyla kamu harcamaları politikalarının küresel ısınmayla mücadelede olumlu katkısı olduğu göz ardı edilmez bir gerçektir. (Aysu, İlgün, & Çobanoğulları, 2020: 135)

4. Transfer Edilebilir Emisyon Lisansları

Transfer edilebilir emisyon lisansları, küresel ısınmayla mücadeleye yönelik olarak tasarlanan çevre politikaları arasında maliyetleri aşağı çekebilen en önemli araç olarak görülmektedir. Çevre kirliliğini kontrol altına almak ve çevresel kaynakların yönetimi bağlamında “transfer edilebilir emisyon lisansları”na ilgi gittikçe artmaktadır. Gelir dağılımını bozmayacak şekilde tasarlanabilecek bir araçtır. Bu lisansları tasarlarırken, emisyon oranları, teminatlar ve kapasiteler dikkate alınabilmektedir (Özdemir, 2009: 16). Emisyon izinleri, devlet tarafından belir-

lenen bir çevre kalitesine yönelik olarak izin verilen kirlilik eşiğini belirlemektedir. Bu sınıra eşit ölçüde ve belli paylara ayrılmış izin belgelerini kirletme hakkı tanıyan söz konusu lisanslar aracılığıyla piyasaya sürmektedir. (Jamali, 2005: 99)

Transfer edilebilir emisyon lisanslarının ticarete konu olması sonucu işletmelerin kirlilik oranları minimuma inerken maliyetleri de azalmaktadır. Böylece azalan kotalarını görece daha fazla maliyete sahip kirlilik kontrolüyle ilgili farklı firmalara satabilme şansı yakalamaktadırlar. Bu emisyon lisansları, kirlilik kotasının aşağısında kirleten işletmelerin kotasını aşan işletmelere kendi haklarını satması şeklinde tanımlanabilir (Kara, 2020: 21). İşletmelerin kirliliği azaltma maliyeti, ticari izin fiyatından daha az ise kirliliği azaltma maliyetine katlanmayı seçebilir. Tam tersi ise emisyon sertifikalarını satın almak isteyebilir (Bernstein, 1993: 14).

5. Piyasa Temelli Krediler (Karbon Kredileri)

Kyoto Protokolü neticesinde oluşturulan sera gazı salınımını azaltmaya yönelik olarak oluşturulmuş mekanizmalar yardımıyla, ülkeler ve işletmeler sera gazı emisyonunu azaltma taahhütleri doğrultusunda hareket etmeye başlamışlardır. Bu sayede azaltma yoluna gittikleri her bir tona eşdeğer karbon için, ticarete konu olabilen ve “Karbon Kredisi” şeklinde isimlendirilen karbon birimleri elde edilmektedir (Tunahan, 2010: 201). Başka bir deyişle, bu protokole katılan ve üye olan her ülke için tespit edilmiş olan belli bir karbon emisyon kotası bulunmaktadır. Ülkelerin bu kotaları kendi üreticileri arasında bölüştürmesi esas alınmaktadır. Piyasa mekanizmasına göre herhangi bir ekonomik birim veya ülke kendi kotasının üzerine çıkarsa nispeten daha düşük karbon emisyonu üreten ekonomik birim veya ülkeden karbon kotası satın alabilecektir. Piyasa mekanizması dahilinde gerçekleşen alım-satım işlemine karbon ticareti, bu ticaret yapılırken alım-satıma söz konusu olan mala da “Karbon Kredisi” denilmektedir. Piyasadaki karbon kredisi türleri ise Karbon Denge Kredisi (COCs) ve Karbon Azaltım Kredisi (CRCs)’dir. (Oral, 2020: 201). Bu mekanizma sonucunda sera gazı salınımının azaltılması hedeflenmektedir. Sera gazı salınımının azaltılması sonucunda elde edilen karbon kredilerinin işlem gördüğü piyasaya ise “Karbon Piyasası” ismi verilmektedir. Karbon piyasaları küresel ısınmayla mücadeleye piyasa temelli çözüm sunan ve karbon kredilerinin kullanımına izin veren bir piyasa olması sebebiyle giderek daha da büyümüştür. Karbon piyasaları iki gruba ayrılır. Zorunlu Karbon Piyasaları ve herhangi bir yükümlülük altına girilmediği halde tamamen tercihe bağlı olan Gönüllü Karbon Piyasalarıdır. Bu piyasalar da proje ve piyasa temelli olarak sınıflandırılmaktadır (Binboğa, 2014: 5743.)

Karbon azaltımını sağlayan mekanizmalardan bir tanesi olan Karbon Kredileri ülkeler açısından daha temiz ve yenilenebilir enerji kaynaklarına geçiş süreçlerini teşvik etmesi açısından önemlidir. Ayrıca firmalara için enerji ve hammadde tasarrufu yaptırarak verimlilik ve rekabet edebilirliklerini arttıracaktır. (Karakaya & Arikan, 2008: 41).

Sonuç

Küresel ısınmanın önlenmesi ve bu kapsamda karbon salınımının azaltılmasına yönelik olarak Kyoto Sözleşmesi ile karbon salınımının azaltılmasına yönelik taahhütlerde bulunmuşlar sonrasında ise Paris Anlaşması karbon emisyonunun azaltılmasına yönelik adımlar atılmıştır.

Niteliği itibariyle çevre küresel bir kamusal mal niteliğindedir. Dolayısı ile çevrenin korunması/çevre kirliliğinin önlenmesi konusunda sürdürülebilir kalkınma hedefleri kapsamında devletlere önemli görevler düşmektedir. Bu görevleri yerine getirirken devletler maliye politikası araçlarından yararlanmaktadır.

Karbon emisyonunun azaltılması kapsamında devletler; harçlardan, vergilerden/vergi teşviklerinden, kamu harcamalarından, transfer edilebilir emisyon lisansları ve piyasa temelli kredilerden yararlanılabilir. Tabi ki her bir aracın etkilerinin ayrı değerlendirilmesi gerekir.

Bahsi geçen araçlar içinde küresel ısınma ile mücadelede vergilerden sıklıkla yararlanılmaktadır. Devletler bir tarafsız sürdürülebilir enerji kaynaklarına yapılan yatırımları vergi politikaları ile teşvik ederken diğer taraftan konulacak ek vergilerle sera gazı emisyonunu sınırlamaya çalışmaktadır Teşvik politikaları dizayn edilirken rekabet üzerindeki etkilerin unutulmaması gerekmektedir. Aynı zamanda kamu harcamaları yoluyla da çevre politikaları iyileştirilebilir. Bu kapsamda bireylerin eğitim gibi bilinçlendirilmesine yönelik yapılan harcamalar yolu ile çevrenin korunmasında iyileşmeler sağlanabilir. Bu noktada gelişmiş ülkelerin gelişmekte olan ülkelere kıyasla bütçe kısıtı dahilinde kamu harcamalarının çevre önceliğince dizaynında daha avantajlı konumdadır.

Gelir dağılımını bozmayacak şekilde tasarlanabilen transfer edilebilir emisyon lisansları, küresel ısınmayla mücadeleye yönelik olarak tasarlanan çevre politikaları arasında maliyetleri aşağı çekebilecek en önemli araç olarak görülmektedir. Dolayısıyla bu aracın kullanılabilirliği gün geçtikçe artmaktadır.

Kaynakça

- Acar, İ. A. (2006). Vergilendirmede Tahsis İlkesinin Çevre Vergileri Açısından Değerlendirilmesi. *S.D.Ü. İ.İ.B.F. Dergisi*, 11(1), 215-232.
- Acinöroğlu, S. (2009). Genel Olarak Vergi Teşviklerinin Ekonomi Üzerine Etkinliği. *Uluslararası İktisadi ve İdari İncelemeler Dergisi*, 1(2), 147-169.
- Aktan, C. C. (2017). Değişim Trendleri ve Devletin Yeniden Tanımlanması. *Ekonomi Bilimleri Dergisi*, 7(2), 75-98.
- Aktan, C. C. (2017). *Kamu Tercihi İktisadi ve Anayasal Politik İktisat*. Ankara: Seçkin Yayıncılık.
- Al-Zu'bi, M. (2016). Jordan's Climate Change Governance Framework: From Silos To An Intersectoral Approach. *Environ Syst Decis*(36), 277-301.
- Aysu, A., İlgün, M. F., & Çobanoğulları, G. (2020, Temmuz-Aralık). Hizmet Türleri İtibarıyla Kamu Harcamalarının Hava Kalitesi Üzerindeki Etkisi: AB Ülkelere Yönelik Panel Veri Analizi. *Maliye Dergisi*, 179, 118-139.
- Bağdigen, M., & Demir, E. (2010). Küresel Isımanıyla Mücadelede Türk Vergi Mevzuatı. *ZKÜ Sosyal Bilimler Dergisi*, 6(12), 153- 177.
- Benk, S. (2005, Kasım). Vergisel Teşvikler Ve Doğrudan Yabancı Sermaye Yatırımları. *Vergi Sorunları Dergisi*(206), 183-191.
- Bernstein, J. D. (1993). *Alternative Approaches to Pollution Control and Waste Management Regulatory and Economic Instruments*. Washington: Published for the Urban Management Programme by The World Bank.
- Binboğa, G. (2014). Uluslararası Karbon Ticareti ve Türkiye. *Journal of Yaşar University*, 9(34), 5732-5759.
- Çelikkaya, A. (2020, Mart). En son Çevre Vergileri Üzerine Bir İnceleme. *Mali Çözüm Dergisi*, 30(158), 13-27.
- Çelikkaya, A. (2018). Dünyada Yenilenebilir Enerji Yatırımlarına Sağlanan Vergi Teşviklerinin Değerlendirilmesi. *Afyon Kocatepe Üniversitesi Sosyal Bilimler*, 10(1), 357-384.
- Halkos, G., & Paizanos, E. (2017). The Channels of the Effect of Government Expenditure on The Environment: Evidence Using Dynamic Panel Data. *Journal of Environmental Planning and Management*, 60(1), 135-157.
- İraz, N. (2018). Çevre Kirliliği ve Motorlu Taşıtlar Vergisi'nin Çevre Kirliliği Üzerindeki Etkisi. *Yüksek Lisans Tezi*. Tekirdağ: Namık Kemal Üniversitesi.
- İraz, N. (2018). Çevre Kirliliği ve Motorlu Taşıtlar Vergisi'nin Çevre Kirliliği Üzerine Etkisi. *Namık Kemal Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Maliye Anabilim Dalı (Yüksek Lisans Tezi)*. Tekirdağ.
- Jamali, A. T. (2005). Ekolojik Vergiler. *Yüksek Lisans Tezi*. İstanbul: İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

- Kara, D. (2020, Eylül). Karbon Emisyon Sertifikalarının Muhasebeleştirilmesi. *Doktora Tezi*. Sakarya Üniversitesi İşletme Enstitüsü.
- Karakaya, E., & Arikan, Y. (2008). *Kyoto Protokolü Esneklik Mekanizmaları ve Diğer Uluslararası Emisyon Ticareti Sistemleri*. T.C. Çevre ve Orman Bakanlığı Çevre Yönetimi Genel Müdürlüğü.
- Kayaer, M. (2013). Bir Çevre Koruma Aracı Olarak Çevresel Vergilerin, Sübvansiyon ve Teşviklerin ve Dış Yardımların Kullanılması. *Vergi Siyaseti Dergisi*(1), 129-142.
- Lopez, R., Galinato, G., & İslam, A. (2011). Fiscal spending and the environment: Theory and empirics. *Journal of Environmental Economics and Management*, 62(2), 180-198.
- Muter, N. M., Çelebi, K., & Sakınç, S. (2012). *Kamu Maliyesi*. Manisa: Emek Matbaası.
- Olson, M. (1993). Dictatorship, Democracy and Development. *American Political Science Review*, 87(3), 567-576.
- Oral, H. V. (2020, Nisan 15). Kent Ormanları Karbon Potansiyelinin Türkiye Gönüllü Karbon Kredi Piyasasına Entegre Edilmesinin Önemi. *Bartın Orman Fakültesi Dergisi*, 22(1), 199-207.
- Öz, E. (2002). Türk Gelir Vergisindeki Bazı Vergi Harcamalarının Optimal Vergileme İlkeleri Açısından Analiz. *D.E.Ü.İ.İ.B.F. Dergisi*, 17(1), 11-33.
- Özdemir, B. (2009, Ocak-Haziran). Küresel Kirlenme Sürdürülebilir Ekonomik Büyüme ve Çevre Vergileri. *Maliye Dergisi*(156), 1-36.
- Sezer, Ö., & Dökmen, G. (2018). Kirleten Öder İlkesi Çerçevesinde Türkiye’de Çevre Vergileri ve Negatif Dışsallıklar Sorunu. *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*(57), 163-181.
- Şentürk, S. H. (2014). Yeşil Bina Vergi Teşvikleri: Amerika Örneği ve Türkiye için Çıkarılabilecek Sonuçlar. *Ekonomik ve Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 10(2), 89-102.
- Tanrıvermiş, H. (1997). Çevre Kirliliğinin Vergilendirilmesi: İlkeler, Uygulamaları ve Türkiye Açısından Genel Değerlendirme. *Ekonomik Yaklaşım*, 8(27), 303- 328.
- Tatar Candan, G., & Yurdadoğ, V. (2017). Türkiye' de Maliye Politikası Aracı Olarak Teşvik Politiaları. *Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*(27), 155-177.
- Tunahan , H. (2010). Küresel İklim Değişikliğini Azaltmanın Bir Yolu Olarak Karbon Finansmanı. *Muhasebe ve Finansman Dergisi*(46), 199-215.
- UNEP. (2022). *Green Fiscal Policy*. 09 20, 2022, https://www.unep.org/explore-topics/green-economy/what-we-do/economic220and-fiscal-policy/green-fiscal-policy?_ga=2.262504524.1780676359.1663661091-559695836.1646904514
- Zom, A. (1999). *Green Budget Reform in Europe*, 110-111.



BÖLÜM 15

Sosyal Bilimlerde Analitik Hiyerarşi Süreci (AHP) Kullanımının İncelenmesi

Serpil Sevimli Deniz¹

¹ Dr. Öğr. Üyesi, Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi, 0000-0002-8559-1107

Giriş

1.1. Analitik Hiyerarşi Süreci (AHP): Tanım ve Temel Kavramlar

Analitik Hiyerarşi Süreci (AHP), Thomas Saaty tarafından 1970'li yıllarda geliştirilen bir karar verme yöntemidir. Bu yöntem, karar verme sürecini yapılandırılmış bir hiyerarşi halinde ele alır ve hem nitel hem de nicel faktörleri bir arada değerlendirmeye olanak tanır (Saaty, 1980; Saaty & Vargas, 2012). AHP'nin temel prensibi, karmaşık karar problemlerini daha küçük ve yönetilebilir parçalara ayırarak karar vericilere kapsamlı bir değerlendirme imkânı sunmaktır.

AHP'nin uygulandığı alanlar arasında:

- Alternatiflerin önceliklendirilmesi,
- Kaynak tahsisi,
- Performans ölçümü,
- Stratejik planlama gibi çok yönlü karar verme süreçleri bulunmaktadır.

Bu yöntemin temel bileşenleri şu şekildedir:

1. **Hiyerarşik Modelleme:** Karar problemi, hedef, kriterler ve alternatiflerden oluşan bir hiyerarşi olarak yapılandırılır.
2. **Çift Karşılaştırmalar:** Karar vericiler, kriterler ve alternatifler arasında ikili karşılaştırmalar yaparak her bir faktörün göreceli önemini belirler.
3. **Önceliklerin Hesaplanması:** Çift karşılaştırma matrislerinden, kriter ve alternatiflerin ağırlıkları türetilir.
4. **Tutarlılık Analizi:** Karar vericilerin karşılaştırmalarındaki tutarlılık kontrol edilir (Triantaphyllou, 2000; Hwang & Yoon, 1981).

1.2. AHP'nin Sosyal Bilimlerdeki Rolü

Sosyal bilimler, insan davranışlarını, toplumsal süreçleri ve karmaşık sistemleri inceleyen bir disiplinler grubudur. Bu alanlarda karar verme genellikle:

- Çok sayıda etkileşimli faktör içerir,
- Subjektif değerlendirmelere dayanır,
- Niteliksel ve niceliksel verilerin birleşimini gerektirir.

AHP, bu bağlamda etkili bir araç olarak öne çıkmaktadır. Sosyal bilimlerde AHP'nin katkıları şunlardır:

1. **Karmaşık Sorunların Yönetimi:** AHP, toplumsal sorunların çözümünde bir çerçeve sunarak karar vericilere, politikacılara ve araştırmacılara rehberlik eder (Vaidya & Kumar, 2006; Vargas, 1990).
2. **Katılımcı Karar Verme:** Grupların fikirlerini bir araya getirmek ve ortak bir çözüm bulmak için kullanılır (Zadeh, 1965; Ho, 2008).
3. **Şeffaflık ve Hesap Verebilirlik:** AHP'nin hiyerarşik yapısı, kararların gerekçelendirilmesini ve paydaşlar arasında daha kolay iletişim kurulmasını sağlar.

1.3. Çalışmanın Amaçları

1. **Genel Eğilimleri Belirlemek:** Hangi alanlarda AHP'nin daha fazla kullanıldığını ve bu yöntemle ilgili araştırmaların yıllar içindeki artışını analiz etmek.
2. **Metodolojik Yaklaşımları İncelemek:** AHP'nin sosyal bilimlerde hangi yöntemlerle (örn. bulanık mantık, hibrit modeller) birleştirildiğini belirlemek.
3. **Etki Değerlendirmesi:** En çok alıntı alan çalışmalar üzerinden AHP'nin sosyal bilimlerdeki etkisini değerlendirmek.

1.4. Çalışmanın Önemi

Bu çalışma, sosyal bilimlerde AHP'nin yaygınlığını, güçlü yönlerini ve zorluklarını daha iyi anlamamıza olanak tanıyacaktır. Araştırmacılara, karar vericilere ve uygulayıcılara AHP'nin potansiyelini keşfetmeleri ve metodolojik yönlerini geliştirmeleri için önemli bir kaynak sunacaktır. Ayrıca, yapılan analizler ile genel eğilimler ve uygulama alanlarındaki boşluklar ortaya konulacaktır.

2. Yöntem

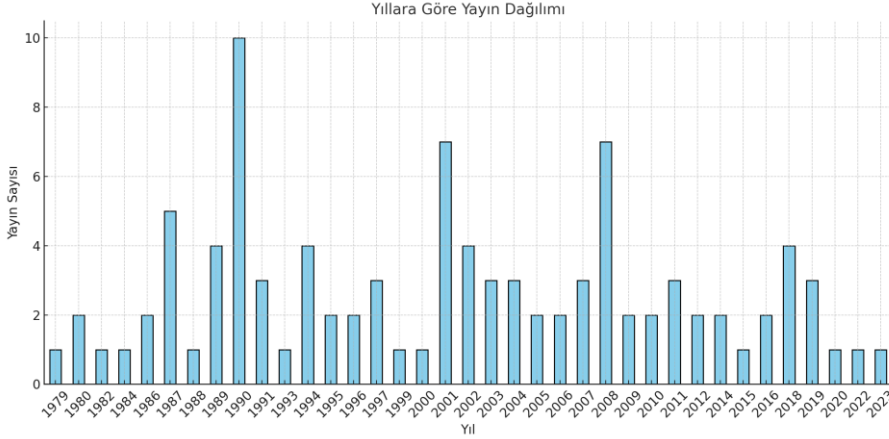
Bu çalışma, 100 akademik çalışmadan oluşan bir veri setinin incelenmesine dayanmaktadır. Veriler, yayınların başlıkları, yayınlandıkları yıllar, dergiler, alıntı sayıları ve anahtar kelimeler gibi kriterlere göre sınıflandırılmıştır.

Analizlerde, Veri Sınıflandırması: Yayınların yıllara, dergilere ve alıntı sayılarına göre gruplandırılması. Metin Madenciliği: Çalışmalarda kullanılan metodolojilerin ve anahtar kelimelerin analiz edilmesi. Görselleştirme: Bulguların grafiklerle sunulması yapılmıştır. Analizlerin yapılmasında Python programlama dili kullanılmıştır.

3. Bulgular

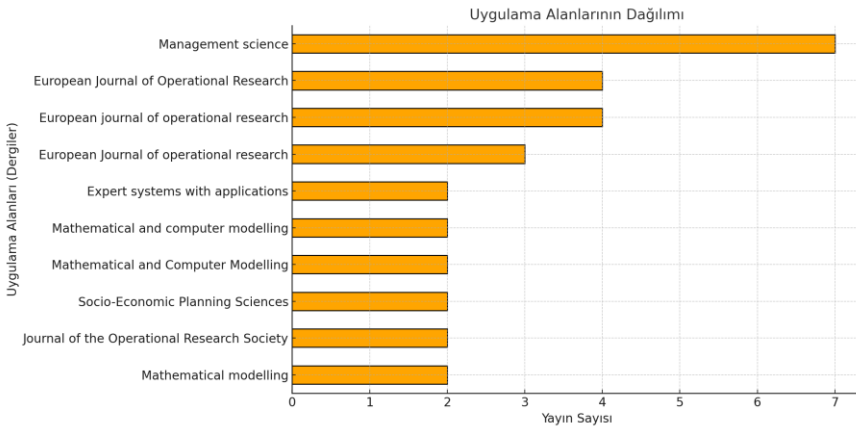
3.1. Yıllara Göre Yayın Dağılımı

AHP üzerine yapılan çalışmalar, 2000'li yıllardan itibaren belirgin bir artış göstermiştir. Özellikle son 10 yıl içinde bu yönetime olan ilgi hızla artmıştır.



3.2. Uygulama Alanlarının Dağılımı

AHP'nin en sık kullanıldığı dergi ve uygulama alanları aşağıdaki grafikte sunulmuştur. Öne çıkan alanlar arasında operasyonel araştırma, yönetim ve eğitim bulunmaktadır.



3.3. En Çok Alıntı Alan Çalışmalar

AHP'nin etkili olduğu alanlar, en çok alıntı alan çalışmalar üzerinden değerlendirilmiştir. Bu çalışmalar, yöntemle ilgili temel katkılar sağlamış ve geniş bir akademik etki yaratmıştır.

lerde uygulamaları incelendiğinde, yöntem çeşitli tekniklerle birleştirilerek zenginleştirilmiştir. Bu entegrasyonlar, yöntemin gücünü artırmış ve daha kapsamlı analizler yapılmasına olanak tanımıştır.

3.5.2. AHP ve Bulanık Mantık (Fuzzy Logic)

Bulanık mantık, belirsiz veya eksik bilgiyle çalışmaya olanak sağlayan bir matematiksel yöntemdir. Sosyal bilimlerde, karar verme süreçleri genellikle belirsiz veriler veya öznel değerlendirmeler içerir. Bu bağlamda, bulanık mantık ile AHP'nin birleştirilmesi, şu avantajları sağlamıştır: (Zadeh, 1965; Ho, 2008).

- **Belirsizliklerin Yönetimi:** Bulanık AHP, subjektif değerlendirmeleri daha hassas bir şekilde modellemeye olanak tanır.
- **Karmaşık Problemler:** Sosyal politikaların değerlendirilmesi veya toplumsal projelerin önceliklendirilmesi gibi karmaşık sorunlarda etkili sonuçlar üretir.

Örneğin, toplumsal hizmetlerin iyileştirilmesi için kriterlerin önceliklendirilmesinde bulanık AHP, hem nicel hem de nitel verileri bir araya getirerek daha dengeli kararlar alınmasını sağlamıştır.

3.5.3. Hibrit Modeller

Hibrit modeller, AHP'nin diğer yöntemlerle birleştirilmesiyle oluşturulan yaklaşımlardır. Bu modeller, AHP'nin güçlü yönlerini diğer karar verme yöntemlerinin avantajlarıyla birleştirerek karar süreçlerini iyileştirir. Örnek hibrit modeller:

- **AHP ve TOPSIS (Technique for Order of Preference by Similarity to Ideal Solution):** AHP, kriter ağırlıklarını belirlerken TOPSIS, alternatifleri sıralamak için kullanılır.
- **AHP ve Çok Kriterli Karar Verme (MCDM) Modelleri:** Farklı kriterler arasında daha kesin bir analiz yapılmasını sağlar.

Hibrit modellerin sosyal bilimlerdeki uygulamaları şunlardır:

- **Eğitim Politikalarının Geliştirilmesi:** Farklı eğitim reformlarının etkilerinin değerlendirilmesi.
- **Kentsel Planlama:** Şehir altyapısı projelerinin önceliklendirilmesi.

3.5.4. Karar Destek Sistemleri (Decision Support Systems - DSS)

AHP'nin dijital platformlara entegrasyonu, karar destek sistemlerinin bir parçası olarak kullanılmasını sağlamıştır. Bu sistemler, karar vericilerin büyük miktarda veriyi anlamalarına ve analiz etmelerine yardımcı olur. Öne çıkan özellikler:

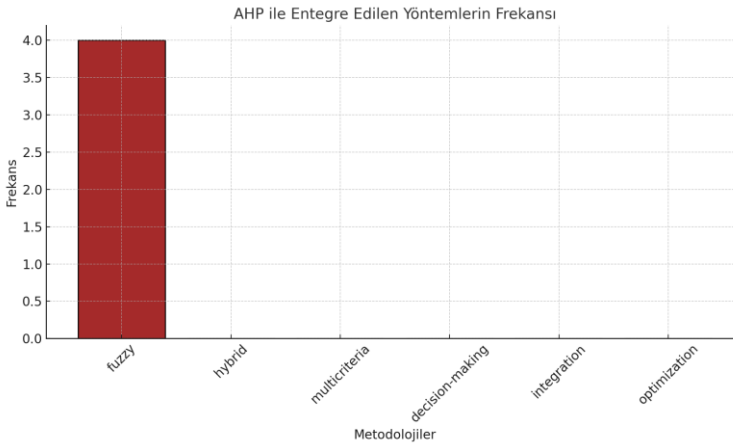
- **Dinamik ve İnteraktif Modeller:** AHP tabanlı sistemler, kullanıcıların farklı senaryoları test etmesine olanak tanır.
- **Grup Karar Verme:** Karar destek sistemleri, farklı paydaşların görüşlerini bir araya getirerek kolektif kararlar alınmasını kolaylaştırır.

3.5.5. Metodolojik Çeşitliliğin Avantajları

AHP'nin farklı yöntemlerle entegrasyonu, yöntemin esnekliğini artırmış ve aşağıdaki avantajları sağlamıştır:

1. **Öznel ve Nicel Verilerin Dengesi:** AHP, bulanık mantık ve hibrit modellerle birlikte kullanıldığında hem öznel değerlendirmeleri hem de nicel ölçütleri dengeler.
2. **Uyarlanabilirlik:** Farklı disiplinlere kolayca uygulanabilir.
3. **Kapsamlı Analiz:** AHP'nin metodolojik çeşitliliği, sosyal bilimlerdeki karmaşık problemleri çok boyutlu bir perspektiften ele almayı mümkün kılar.

AHP'nin diğer yöntemlerle entegrasyonu incelendiğinde, özellikle 'fuzzy logic' gibi metodolojilerin öne çıktığı görülmektedir.



4. Tartışma

Bu çalışmanın bulguları, Analitik Hiyerarşi Süreci'nin (AHP) sosyal bilimlerde karar verme süreçlerinde yaygın bir araç olarak kullanıldığını ve etkili bir metodolojik çerçeve sunduğunu ortaya koymaktadır. AHP'nin esnek yapısı, hem nitel hem de nicel verileri bir araya getirme yeteneği, sosyal bilimlerdeki karmaşık sorunların ele alınmasında değerli bir araç olduğunu göstermektedir.

Temel Tartışma Noktaları

1. **Eğitim ve Yönetim Alanlarında Yoğun Kullanım:** Bulgular, AHP'nin özellikle eğitim ve yönetim gibi alanlarda sıklıkla kullanıldığını göstermektedir. Eğitim politikalarının belirlenmesi, öğretim yöntemlerinin seçimi ve liderlik stratejilerinin değerlendirilmesi gibi süreçlerde AHP'nin, karar vericilere yapılandırılmış ve şeffaf bir analiz çerçevesi sunduğu görülmektedir.
2. **Metodolojik Entegrasyonlar ve Gelişim:** AHP'nin bulanık mantık (fuzzy logic) ve hibrit modellerle birleştirilmesi, yöntemin sınırlarını genişleterek karmaşık problemlerde daha hassas ve kapsamlı analizler yapılmasına olanak tanımaktadır (Ho, 2008; Saaty & Vargas, 2012). Bu metodolojik çeşitlilik, AHP'nin esnekliğini artırırken uygulama alanlarını da genişletmiştir.
3. **Karar Destek Sistemleriyle Uyumluluk:** AHP'nin dijital platformlara entegrasyonu, özellikle grup karar verme süreçlerinde güçlü bir araç olduğunu ortaya koymuştur. Dinamik ve interaktif karar destek sistemleri, AHP'nin pratik uygulama potansiyelini artırmaktadır.

Zorluklar ve Geliştirilmesi Gereken Alanlar

- **Subjektiflik:** Karar vericilerin bireysel yargıları, AHP'de kullanılan çift karşılaştırma matrislerinde subjektiviteye yol açabilir. Bu durum, daha objektif sonuçlar elde etmek için ek metodolojik iyileştirmelerin gerekliliğini ortaya koymaktadır.
- **Yöntemsel Karmaşıklık:** AHP'nin uygulama süreci, özellikle büyük çaplı problemlerde karar vericiler için karmaşık hale gelebilir.

5. Sonuç ve Öneriler

Bu çalışma, AHP'nin sosyal bilimlerdeki güçlü yönlerini ve yaygın uygulama alanlarını ortaya koymuştur. Özellikle eğitime, yönetime ve karar destek sistemlerine olan katkıları ile AHP, sosyal bilimler için vazgeçilmez bir araç haline gelmiştir.

1. **Evrensel Uygulama Potansiyeli:** AHP, farklı disiplinlerde ve sorun alanlarında uygulanabilirliği ile dikkat çekmektedir. Bu özellik, yöntemin geniş bir kullanıcı kitlesi tarafından benimsenmesini sağlamıştır.
2. **Metodolojik Çeşitlilik ve Güç:** AHP'nin bulanık mantık ve hibrit modellerle entegrasyonu, yöntemin daha etkili ve hassas analizler sunmasını sağlamıştır.
3. **Güvenilir ve Şeffaf Analiz:** AHP'nin yapılandırılmış çerçevesi, karar verme süreçlerinin güvenilirliğini ve şeffaflığını artırmıştır.

Öneriler

1. **Hibrit Modellerin Geliştirilmesi:** AHP'nin diğer karar verme yöntemleriyle entegrasyonu artırılmalıdır. Özellikle yapay zeka ve makine öğrenmesi tabanlı yaklaşımlar, AHP'yi daha güçlü hale getirebilir.
2. **Yeni Uygulama Alanlarının Keşfi:** AHP'nin sağlık, sürdürülebilirlik ve toplumsal politika gibi yeni alanlarda daha fazla kullanımı teşvik edilmelidir.
3. **Eğitim ve Rehberlik Programları:** AHP'yi kullanan karar vericilere yönelik eğitim programları düzenlenerek, yöntemin daha etkili ve doğru şekilde uygulanması sağlanabilir.
4. **Dijitalleşme ve Otomasyon:** Karar destek sistemlerinin geliştirilmesi, AHP'nin daha pratik ve kullanıcı dostu bir araç haline gelmesine katkı sağlayabilir.

Kaynakça

- Belton, V., & Stewart, T. J. (2002). *Multiple Criteria Decision Analysis: An Integrated Approach*. Springer.
- Ho, W. (2008). Integrated analytic hierarchy process and its applications – A literature review. *European Journal of Operational Research*, 186(1), 211-228.
- Hwang, C. L., & Yoon, K. (1981). *Multiple Attribute Decision Making: Methods and Applications*. Springer.
- Saaty, R. W. (1987). The analytic hierarchy process—what it is and how it is used. *Mathematical Modelling*, 9(3-5), 161-176.
- Saaty, T. L. (1980). *The Analytic Hierarchy Process*. McGraw-Hill.
- Saaty, T. L., & Vargas, L. G. (2012). *Models, Methods, Concepts & Applications of the Analytic Hierarchy Process*. Springer.
- Triantaphyllou, E. (2000). *Multi-Criteria Decision Making Methods: A Comparative Study*. Kluwer Academic Publishers.
- Vaidya, O. S., & Kumar, S. (2006). Analytic hierarchy process: An overview of applications. *European Journal of Operational Research*, 169(1), 1-29.
- Vargas, L. G. (1990). An overview of the analytic hierarchy process and its applications. *European Journal of Operational Research*, 48(1), 2-8.
- Zadeh, L. A. (1965). Fuzzy sets. *Information and Control*, 8(3), 338-353.



BÖLÜM 16

Finansal Kaygı

Cengiz Küçükköylü¹ & Korhan Karacaoğlu²

¹ Doktora Öğrencisi, Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi SBE, ORCID: 0000-0002-6279-5422

² Prof. Dr., Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi İİBF, ORCID: 0000-0003-0577-231X

Giriş

Olumsuz ekonomik ya da mali durumlardan kaynaklı olarak ortaya çıkan finansal kaygı; bireyler ve çalışanlar açısından önem arz eden ve kişileri oldukça etkileyen bir konu olması sebebiyle üzerinde durulması gereken bir kavramdır. Bireylerin ve çalışanların durumlarının değerlendirilmesi, özellikle kişilerin finansal kaygı düzeylerinin ortaya konulması bağlamında konunun tahlil edilmesi gerekliliği bu çalışmanın ortaya konulmasına neden olmuştur. Bu bağlamda çalışma, finansal kaygı düzeyindeki artışın çalışanları fiziksel ve ruhsal sağlığın bozulmasından işyerinde ortaya çıkabilecek mesleki ve işe yönelik bağlılıkta düşüş ile bireysel ve nihayetinde örgütsel performansta düşüş yaşanmasına kadar değişik şekillerde etkilemektedir. Ayrıca çalışanların finansal durumlarının ve beklentilerinin ortaya çıkardığı sonuçların araştırılması hem çalışanlar hem de örgütler açısından önem arz etmektedir. Bu çalışmada finansal kaygı kavramsal çerçevede değerlendirilerek, finansal kaygının tanımı, nedenleri ve sonuçlarından bahsedildikten sonra finansal iyilik ve finansal kaygı endeksi üzerinde durulmuştur.

1. Finansal Kaygının Tanımı

Literatür incelendiğinde finansal kaygı tanımlarına yeterince yer verilmediği görülmektedir. Kısıtlı tanımlardan birisi olan Osberg (2009)'a göre finansal kaygı, ekonomik güvensizliklerin olması durumunda yaşanan kaygıdır. Yani finansal kaygı, olumsuz finansal şartların bireylere yaşattığı kaygı halidir. Buradan finans piyasalarında beklenilenden daha uzun yaşanan durgunluğun, finansal kaygı düzeyinin artmasına neden olabileceği sonucu çıkarılabilir.

Bireylerin benzer durumlarda hissettikleri kaygı düzeyleri farklı olabilmektedir. Böyle bir durumda aile ortamı, yaşanan çevre, sosyoekonomik durum ve kişilik yapısı etkili olmaktadır. Mesela, duygusal bireyler kaygı duyduklarında bu tepkilerini belirgin bir şekilde yaşamakta, soğukkanlı bireyler ise kaygı duyduklarında daha az tepki göstermektedirler.

Günümüzde insanların birçoğunda görülmekte olan kaygının en önemli sebepleri arasında sayılan maddi ve parasal imkanlar, gelir düzeyleri ile ilgili durumlar, ekonomik durumlar ve iş imkanları gibi durumları ifade eden finansal kaygı, kişilerin sağlıklarıyla ilgili olumsuz durumlarla sonuçlanan psikososyal bir sendrom ve kişilerin finansal durumlarının düşünülmesi ve bu durumların yönetilmesini ifade eden etkili tutumlar olarak tanımlanmaktadır (Shapiro ve Burchell, 2012).

Buradan hareketle finansal kaygı; finans alanında yaşanan durgunluklar, krizler, tehditler ve tehlikeler gibi makro sebeplerle, mesleki ve bireysel özellikler

gibi mikro sebepler nedeniyle kişilerin yaşam standartlarının düşmesi, kendilerinin ve ailelerinin geçimlerini sağlama konusunda zorlanmaları ve gelecek ile ilgili umutsuzluk içerisinde olmaları gibi hallerde kişilerin duygusal tepkiler vermeleri şeklinde tanımlanabilir.

Bireyin yaşam ihtiyaçlarını ve ekonomik taleplerini karşılayamama kaygısına bağlı olarak yaşadığı olumsuz duygu durumunu ifade eden finansal kaygı, psiko-sosyal stresin en önemli kaynaklarından biri olarak tanımlanmaktadır. Finansal kaygı, genel olarak algılanan finansal yeterlilik, finansal stres düzeyleri, finansal durumdaki değişiklikler ve beklenen finansal durum gibi kişinin mevcut parasal durumuna yönelik değerlendirmelerle şekillenmektedir (Voydanoff, 1990).

Günümüzde mali çevrenin durumu göz önüne alındığında, paranın yönetimi, mali yeterliliğin gerekliliği ile ilgili bilinçli ve etkili kararlar verme yeteneği bireylerin mali durumlarının yönetimi ve başarılı sonuçlar alınması açısından oldukça önem arz etmektedir. Ancak, bireylerin şaşırtıcı derecede zayıf finansal okuryazarlık durumu ve temel ekonomik kavramlar hakkında büyük bir bilgi eksikliği, aşırı harcama kalıpları ve mali davranışlarının dikkatsizce yapılması gibi durumlar, finansal kaygıya neden olabilmektedir. Söz konusu bu durumlar birbiriyle bağlantılı olup, finansal bilgisizlik, hem finansal yönetim hem de borç yönetimiyle ilişkili olarak kötü sonuçlar doğurmaktadır. Bu kötü sonuçlar neticesinde bireylerin kendilerini bir "borç döngüsü" içerisinde görmeleri ve yıllarca sürecek ciddi şekilde borçlu bırakabilecek önemli bir borcun içerisinde bulmaları söz konusu olmaktadır. Borç döngüsü sorunu, aynı zamanda kişinin parasını yönetme becerisinde azalma, düşük benlik saygısı, azalan mali refah duygusu, düşük üretkenlik ve daha yüksek genel stres seviyeleri gibi olumsuz psikolojik yanımlarla da ilişkilidir (Shapiro ve Burchell, 2012).

İnsanların gelir düzeyleri arttıkça refahları ve yaşam standartları da artmakta ve buna bağlı olarak sosyal statüleri de gelişmektedir (Akar, 2014). Aksi durumda insanlar mutsuzluk ve finansal kaygı yaşamaktadırlar. Bireylerin mali kaynaklarında yaşanan olumsuz değişimler, ruhsal ve fiziksel sağlıklarını etkilemektedir. Bu durum ise finansal kaygılara neden olmaktadır. İşgörenlerin mesleklerine karşı tutumlarını; kazançları, bu gelirleri yeterli veya yetersiz bulmaları ve ihtiyaçlarını karşılayıp karşılayamamaları etkilemektedir. Bu gelirlerin düzensizliği ve bireylerin gelirlerini yetersiz bulmaları gibi durumlar finansal kaygıya neden olmaktadır.

2. Finansal Kaygının Nedenleri

Finansal kaygı yaratan faktörler arasında; işsizlik (Minsky ve Whalen, 1996; Lozza vd., 2012), ekonomik krizler (Osberg, 2015), iş güvencesi bulunmaması

(Laszlo vd. 2010; Osberg ve Sharpe, 2014), bakmakla yükümlü oldukları kişilerin çokluğu, borçlu olup olmama durumları, aile ortamları (Larson vd., 1994), yeni bir meslek alternatifinin olmaması (Minsky ve Whalen, 1996), sağlığının iyi olmaması (Rook vd., 1991) gibi durumlar sayılabilir.

Finansal kaygı, çalışanların gelirlerindeki aşağı yönlü değişimler nedeniyle ruhsal ve fiziksel sağlıklarını etkilemektedir. Çalışanların meslekleriyle ilgili olarak kazandıkları gelirleri, bu gelirlerinin yeterli olduğunu düşünüp düşünmemeleri, ihtiyaçlarını karşılayıp karşılayamamaları durumlarının belirleyicisi olmaktadır. Gelirlerinin düzensiz olması ve gelirlerini yeterli düzeyde görmemeleri gibi sebepler çalışanlarda finansal kaygının yaşanması için bir zemin oluşturmaktadır (Yetgin, 2017).

Bireyler iyi ya da kötü yeni durumlarla karşılaştıklarında, bu durumlar aniden ortaya çıktığından dolayı kaygı belirtileri gösterebilmektedirler. Bunun ana sebebi, kişinin belirli bir düzen içerisinde yaşarken hayatına aniden yeni bir değişimin dahil olmasıdır. Kişi bu sürece alışkın değilse ve bu yeni olgu korku ya da panik yaratıyorsa kaygı meydana gelebilmektedir (Kütük, 2019).

Finansal anlamda bireyin aniden işten çıkarılması ekonomik kaygı içerisine girmesinin en önemli nedenleri arasındadır. Çünkü çalıştığı iş aracılığı ile ekonomik kazanç elde eden ve bu kazanç bağlamında hayatını idame ettiren bireyin ani bir biçimde bu kazancını kaybetmesi ve bu kayıp sonrasında düzeninde meydana gelecek değişimler kaygı oluşturmaktadır (Coşkun ve Akkaş, 2009).

Kaygı, ani değişimlerin yanı sıra gelecek değişimin ne olduğunun bilinmediği durumlarda da ortaya çıkmaktadır. Birey ekonomik anlamda sürekli korku ve güçsüzlük halinde bulunduğu bu duygular onun genel yaşantısına da yansımakta ve kaygı sebebiyle sürekli kendini pasifleştirme eğiliminde bulunmaktadır. Belirsiz durumlar bireyi sürekli olarak baskılamakta ve bu baskı kaygıyı ortaya çıkarmaktadır (Arslan, 2021).

İstekler ve kazanç arasında bir dengenin bulunmaması durumunda birey bu dengesiz yapı sebebiyle kendini yetersiz görmekte ve kaygı düzeyinde artış meydana gelmektedir. Kaygı düzeyi ne derece artarsa birey üzerindeki baskı o derece yükselmekte ve bu baskı daha fazla olumsuz sonuç yaratmaktadır. Kişi aradığı yaşamsal doyuma ulaşamadığından dolayı sürekli olarak baskı ve kaygı içerisinde bulunmakta ve bu durum kişinin kalitesiz bir yaşam sürmesine neden olmaktadır (Kütük, 2019).

Finansal kaygı kavramı bağlamında sosyal medyanın büyük oranda etkisi bulunduğu ortaya çıkmıştır. Kişiler zamanlarının büyük çoğunluğunu sosyal medya

uygulamalarında geçirdiklerinden bu durum onlarda yalnızlık, depresyon, kaygı ve mutsuzluk gibi olumsuz hisleri ortaya çıkarmaktadır. Bunun ana sebebi ise bireylerin bu uygulamalar aracılığı ile diğer insanlarla etkileşim kurmaları ve farklı hayatlar üzerinde gözlem yapma imkanlarının bulunmasıdır. Sürekli olarak diğer kişilerin hayatlarını izleyen bireylerin zaman içerisinde kendi yaşantılarından memnun olmama düzeylerinde artış meydana gelmekte ve takip ettiği diğer kişilerin hayatlarına sahip olmak istemeleri sebebiyle mutsuz olmaktadır. Kendini diğerlerinden yetersiz hisseden kişi, takip ettiği insanların düzeylerine ulaşmak için kendi üzerinde baskı meydana getirmekte ve ekonomik anlamda iyi durumda değil ise bu durum finansal kaygıyı da tetiklemektedir. Günümüz toplumları içerisinde özellikle gündemi takip edebilmek için sosyal medya uygulamalarını kullanmak neredeyse pasif bir zorunluluk haline gelmişken bu uygulamaları belirli ölçülerde ve fayda sağlayacak biçimde kullanmak bireyin kaygıdan uzak kalması noktasında önem arz etmektedir (Kütük, 2019).

Finansal kaygının temel sebepleri arasında işsizlik ön plana çıkmaktadır. İşsizlik başlı başına bir kaygı yaratmakla birlikte finansal kaygıyı da tetiklemektedir. İşsizlik, bireylerin çalışma hayatları içerisinde faaliyet gösterememesi, kazanç elde edememesi ve temel ihtiyaçlarını dahi karşılamada zorluk yaşamaları olarak ifade edilmekle birlikte, bu durum kişinin yüksek kaygı düzeyine sahip olması sonucunu da ortaya çıkarmaktadır. Bu durum bireysel etkilerle birlikte toplumsal anlamlı sonuçlarda yaratmaktadır. Konu bağlamında yüksek işsizlik toplumsal düzeni sekteye uğratarak toplum genelinde bir kaygı meydana getirerek ülke açısından olumsuz sonuçlar ortaya çıkarabilmektedir. Özellikle genç işsizlik oranının yüksek olması toplumda genel bir kaygı meydana getirerek kişilerin gelecekleri için kaygı duyması, finansal anlamda kaygı duyması ve kendilerine olan güvenlerinde azalma meydana getirmektedir (Aytaç ve Keser, 2002).

İş sahibi olmayan bir kişinin genel anlamda finansal kaygı düzeyi yüksek seyretmektedir. Kazanç elde edemeyen birey genel bir çaresizlik ve güçsüzlük duygusu içerisinde bulunmaktadır (Eş ve Durak, 2018).

Finansal kaygının en çok meydana geldiği dönemler özellikle ülkenin ekonomik bir kriz ile karşı karşıya geldiği dönemler olarak görülmektedir. Kriz ortamları, bireylerin kendilerini güçsüz, çaresiz, yalnız ve savunmasız hissettiği ortamlardır ve bu duygular başarısızlıkla sonuçlanacak durumlar meydana getirmektedir. Kriz ortamlarında birey hem kendi için hem de ailesi için kaygı duymakta, bu durum tüm toplumu etkilediği için ülkede genel bir kaygı hali meydana gelmektedir. Bireyler ihtiyaçlarını karşılayamaz hale geldiklerinde kendilerini güçsüz hissettiklerinden dolayı finansal ve gelecekle ilgili kaygı duymaktadırlar (Barutçu ve Serinkan, 2008).

Düşük gelire sahip kişilerin ekonomik kriz dönemlerinde kaygı duygusunun yanı sıra tükenmişlik hissine sahip oldukları da görülmektedir. Çalışmasının karşılığında yeterli ücret almadığını düşünen bireyin iş motivasyonunda düşme meydana gelirken kaygı düzeyinde de artış yaşanmaktadır. Krizin etkisi ile aldığı maaşın daha da değersiz hale gelmesi kişinin kendini yetersiz hissetme duygusunda artış meydana getirerek tükenmişlik durumunu artırmaktadır. Yüksek gelir sahibi kişilerin çoğunlukla normal dönemlerde ve kriz dönemlerinde fazla tükenmişlik ve yetersizlik hissine kapılmadıkları ifade edilmektedir. Bireyin kendini yetersiz görmesinde ve kaygılı hissetmesindeki ana etkenler arasında ekonomik kazanç başta gelmektedir. Birey elde ettiği kazanç bağlamında kaygı düzeyini kontrol edebilmektedir (Girgin, 2010).

Ekonomik eşitsizliğin sosyo-ekonomik statülerinden bağımsız olarak, eşit olmayan ülkelerde yaşayan insanlar, hiyerarşiye ve statüye karşı daha duyarlı olmaktadır. Bu nedenle, daha yüksek algılanan ekonomik eşitsizliğin, insanları sosyo-ekonomik statülerine daha fazla önem atfetmeye ve sosyal statüde işgal ettikleri konum hakkında daha fazla kaygıya yönlendirmesi mümkün olabilmektedir (De Botton, 2004). Statü kaygısının, ekonomik mesafelerin daha yüksek olduğunda kişinin ekonomik boyuta dayalı statüsünün diğer parametrelere göre özdeğer ve refah algısında daha önemli bir rol oynadığı varsayılmaktadır (Walasek ve Brown, 2019). Bu nedenle, ekonomik eşitsizlik daha yüksek olduğunda, insanlar sosyo-ekonomik statüleri hakkında daha fazla kaygı duymaktadır. Statü kaygısı açısından finansal bağlamda gelir eşitsizlikleri olan bir toplumda yaşayan bir kişi, benzerlerinden eşit veya daha iyi bir maaş elde etmek için önemli bir baskı hissedecektir. Bunun yanı sıra, sosyo-ekonomik statü kişilerin belirli bir toplumdaki veya referans gruplarındaki sıralamasını ifade eden göreceli bir nitelik olduğundan, eşitsizlik arttığında sosyal karşılaştırma eğilimi de artmaktadır. Mutlak ekonomik kaynakların oluşturduğu konumun ötesinde, göreceli ekonomik konum, yaşam doyumunu belirlemektedir (Cheung ve Lucas, 2016). Yapılan bazı araştırmalardaki sonuçlar bu kavramları desteklemektedir. Örneğin, eşit olmayan ülkelerde, statü işaret eden mallara daha fazla ilgi olmakta ve insanlar piyangoya daha fazla para harcamaktadır. Tüm bunlar, sosyal konum ve ekonomik başarının daha büyük bir önemine işaret ediyor olabilir. DeneySEL ortamlarda, katılımcıların bir kumar oyununda daha yüksek eşitsizlik algıladıklarında daha fazla para yatırdıkları ve daha fazla risk aldıkları bulunmuştur. Bu etkiler ayrıca suç, borç alma ve sağlıksız davranışlar (uyuşturucu tüketimi gibi) diğer risk alma davranışlarında da ortaya çıkabilmektedir. Çünkü insanlar sosyo-ekonomik başarının algılanan sosyal standartlarına ulaşması için daha fazla ödül elde etmeye çalışmaktadır (Payne, 2017).

3. Finansal Kaygının Sonuçları

Finansal kaygının muhtemel sonuçlarının ilk sıralarında; aşırı stres, depresyon, panik atak gibi ruh sağlığının olumsuz yönde etkilenmesi (Osberg, 2009; Meltzer vd., 2009) ve fiziksel sağlığın bozulması gelmektedir (Rook vd., 1991). Bunun yanında özgüvende eksiklik, yaşam standartlarında düşüş endişesi, ailede yaşanan huzursuzluk (Larson vd., 1994), sosyal çevreyle yaşanan iletişimsizlik, işi bırakma niyeti (Lozza vd., 2012), iş tatminsizliği ve motivasyon düşüklüğü (Minsky ve Whalen, 1996), performans düşüklüğü, iş, örgüt ve mesleğe bağlılık, işten ayrılma niyeti finansal kaygının sebep olacağı sonuçlar arasında sayılabilir.

Finansal kaygı yaygın bir fenomen olsa da araştırmalar, finansla ilgili stres ve kaygının düşük ve orta gelirli insanlar arasında özellikle yaygın ve daha şiddetli olduğunu ortaya koymaktadır. Amerikalılar 2013 yılında, 20.000 ABD Doları ile 34.999 ABD Doları arasında kazanan işçilerin, 200.000 ABD Doları veya daha fazla geliri olan işçilere göre 10 kat daha fazla finansal kaygı yaşadıklarını belirtmişlerdir. Düşük gelirli haneler için finansal stres ve kaygının potansiyel sonuçlarını ortaya koyan araştırmada, birçok düşük gelirli hane halkının karşı karşıya kaldığı finansal kaygının diğer ruh sağlığı semptomlarını yaşama riskini artırabileceğini, ebeveyn kalitesini olumsuz yönde etkileyebileceğini ve çocuklar için olumsuz gelişimsel ve akademik sonuçlara yol açabileceğini göstermektedir (Roll vd., 2016).

Finansal kaygı kişilerin yalnızca günlük yaşantılarında etkili olmamaktadır. Aynı zamanda gelecek planları yaparlarken de etkisini göstermektedir. Kişiler finansal güvensizliğin söz konusu olduğu ortamlarda kaygı hissederler ve muhtemel finansal kayıplardan kaçınabilmek için kendilerini korumaya çalışırlar. Finansal kaygı duygusu taşıyan kişiler geleceklerini garanti altına alamadıkları için endişeli olurlar. Bu durum ise finansal kaygı yaşayan kişilerin mutsuzluğuna sebep olurken, iş hayatlarında ve sosyal yaşamlarında bir takım olumsuzluklar yaşamalarına neden olmaktadır (Osberg ve Sharpe, 2005).

Finansal kaygının, kişilerin hayatlarını büyük ölçüde etkilediği, harcamalarını kontrol altında tutarak sınırladıkları, strese girmelerine sebebiyet verdiği, kariyerlerini veya eğitim seçimlerini etkilediği belirtilmektedir (Hasler vd., 2021).

Son zamanlarda gittikçe önem kazanan finansal kaygı, çalışanların iş ortamlarında yaşamış oldukları stresin artmasına (Waldenström vd., 2008); iş stresi de dolaylı olarak çalışanların sosyal hayattan kendilerini soyutlama davranışında bulunmasına, iş hayatı ile sosyal yaşam dengesinde bozulmalara ve depresyona gir-

mesine neden olmaktadır (Özden ve Sertel-Berk, 2017). Mamun vd. (2020) tarafından işi olmayan gençlerle gerçekleştirdikleri araştırmada finansal kaygıların stres ve depresyonla ilişkisinin olduğu tespit edilmiştir.

Finansal kaygı, kişilerin zihinlerini ve bedenlerini etkileyerek sağlık durumları üzerinde danışmanlık, psikolojik destek ve tıbbi tedavi almasına yol açmakta ve stresin etkisiyle baş ağrısı, kas ağrısı, gerginlik, yorgunluk, uyku bozuklukları, göğüs ağrısı, mide rahatsızlıkları, iştahsızlık, cinsel dürtü değişiklikleri, davranışsal değişiklikler, ruh hali değişiklikleri, huzursuzluk, motivasyon eksiklikleri, odaklanma sorunları, öfke, depresyon, korku, panik, uyuşturucu veya alkol kullanımı, sosyal izolasyon ve kendisini çevresinden soyutlayarak uzaklaşma, hatta intihara sebep olma gibi derin olumsuz etkilere neden olmaktadır (Larbi vd., 2022; Khan vd., 2020).

Finansal kaygının yıkıcı etkilerinden korunulması açısından kişilerin finansal olarak kendi kendilerine yeterli olabilecek durumda olmaları için hükümetlerin ortam hazırlaması, finansal kaygıları ciddiye alarak kişilerin bireysel sorunlarının çözülmesinde yardımcı olması, erişilebilir ve kişilerin yararına olabilecek şekilde finansal bilgi ve imkanlar sunmasının finansal kaygıyı azaltacağı belirtilmektedir (Shapiro ve Burchell, 2012).

Çalışanların finansal kaygı ve tükenmişlik algısından uzak olmaları; performanslarını, iş tatminlerini ve sunulan hizmetleri olumlu yönde etkileyerek örgütlerine bağlılıklarını artıracak, örgüt çalışanlarının finansal kaygı ve tükenmişlik düzeylerinin, çalışanların örgütsel bağlılıklarını doğrudan etkilediği bilinerek örgütün, çalışanların finansal kaygı ve tükenmişlik düzeylerini azaltacak tedbirler alması gerektiği ifade edilmektedir (Arpacı ve Özek, 2019).

Kaygı duygusu temelde belirli bir ölçüde bulunursa ve iyi yönetilebilirse bireyler açısından faydalı olabilmektedir. Ancak kaygının ölçüsünün iyi belirlenmesi ve kaygı düzeyinin bireyler üzerinde baskı etkisi yaratmaması gerekmektedir. Belirli düzeyde hissedilen kaygı bireyleri işlerine ve hayatlarına karşı motive ederek destek sağlamaktadır. Kendini koruma, çalışma ve düzenli bir hayat kurma açısından belirli miktarda kaygı duyma ve bu kaygı bağlamında hayatını şekillendirme bireyler açısından önemlidir. Ancak artan kaygı düzeyi tüm bu süreçlerde aksamalara neden olabilmektedir (Kurt, 2016).

Finansal kaygının meydana geldiği durumlarda birey temelde fizyolojik ihtiyaçlarını karşılayamamaya başladığında bu tüm hayatını etkilemekte ve kişi hem fiziksel hem de psikolojik anlamda kaygının etkisini yaşamaktadır. Kişi yalnızca yaşamsal faaliyetlerini yerine getirebilecek derecede kazanç elde ediyorsa bu du-

rum onun kendini geliştirebilecek aktivitelere katılamayacağını ortaya çıkarmakta ve bu durum sonucunda birey finansal anlamda kaygı içerisinde olmasa da tek düze bir yaşam sürdürmektedir. İlerleyen süreç içerisinde kişinin bu durumu fark etmesi ve değişim meydana getirme isteğinin bulunması finansal kaygının da meydana gelmesini tetikleyebilmekte ve bu durum birey üzerinde olumsuz anlamda etkide bulunabilmektedir (Coşkun ve Akkaş, 2009).

Kaygı duygusunun tükenmişlik, umutsuzluk, depresyon, mutsuzluk, isteksizlik ve depresif ruh hali ile doğrudan ilişkisi bulunmaktadır. Bireyin kaygı düzeyinde meydana gelen artış diğer olumsuz duyguları da ortaya çıkarmakta ve bireyin özellikle özgüveninin düşmesine sebep olmaktadır (Arslan, 2021).

Finansal anlamda kaygıdan kurtulabilmek için bireyin belirli yollar izlemesi gerekmektedir. Bu yolların başında çevresinden destek alması gelmektedir. Kişinin arkadaş grubu ve ailesinden alacağı destek kaygı duygusunu azaltmada ve kaygıdan kurtulmada en önemli etken olarak görülmektedir. Yakın çevre ile vakit geçirmek kaygı düzeyini azaltırken mutluluk düzeyini artıracığı için kişi açısından önemli bir durumdur (Coşkun ve Akkaş, 2009).

Birey sürekli olarak kaygılı olmak yerine ekonomik kazancı bağlamında bir düzen kurarak kaygı düzeyini azaltabilmektedir. Sürekli yeni şeyler isteme ve onlara ulaşma çabası bireyin daha fazla yorulmasına ve kaygı düzeyinin artmasına neden olacağından dolayı bu isteklerin belirli ve ulaşılabilir düzeyde olması önemlidir. Gelir ve gider dengesinin iyi kurulması bireyin finansal kaygıdan kurtulmasında etkili bir çözüm olarak öne çıkmaktadır. Bu denge kurulurken eski alışkanlıkları tamamen bırakmak yerine daha ölçülü biçimde ilerlenmesi gerekmektedir. Sevilen bir yemeğin haftada dört kere tüketilmesi yerine bir kere tüketilmesi, ücreti yüksek olan bir spor salonuna gitmek yerine daha uygun bir salona gitmek suretiyle spor yapmaya devam edilmesi gibi çözümler bireyi ekonomik kaygıdan kurtarıcı etkiye sahiptir (Kurt, 2016).

Finansal kaygı çalışanların örgütsel veya mesleki bağlılıklarını kaybetmelerine neden olabilir. Ancak duygusal mesleki bağlılık düzeyi yüksek olan çalışanların finansal kaygı düzeylerinin daha düşük olması beklenmektedir. Bu nedenle finansal kaygının mesleki bağlılıkları önemli ölçüde etkilemesi beklenmemektedir. Başka bir deyişle, finansal kaygının çalışanların mesleki bağlılığı üzerinde çok az etkisi olacak veya hiç etkisi olmayacaktır. Araştırmacılar tarafından mesleki bağlılık ile yaş, cinsiyet, eğitim durumu, medeni durum, kıdem gibi demografik özellikleri arasındaki ilişkiye ilişkin farklı sonuçlar bulunduğu ortaya konulmuştur. Bu nedenle, belirli bir demografiden bir kişinin diğerlerinden daha fazla mesleki bağlılık geliştireceğini iddia etmek kolay değildir. Ancak mesleki

bağlılığın bireyin meslek seçmesiyle başladığı ve mesleki deneyimleriyle şekillendiği söylenebilir. Bireylerin kariyerlerinin başlangıcında daha düşük mesleki bağlılık düzeylerine sahip oldukları ve daha fazla mesleki deneyim kazanmaya devam ettikleri tespit edilmiştir. Bireyler bilgi, beceri ve yetkinliklerini işlerinde kullandıkça çeşitli (somut ve soyut) ödüller olarak kariyer hedeflerine ulaşırlar ve mesleki bağlılık düzeyleri artar. Olumlu deneyimleri, fırsatları ve tatminleri ile yeterli mesleki bağlılık düzeyleri artmaktadır (Benligiray ve Yetgin, 2021).

Mesleklerine duygusal bağlılığı yüksek olan çalışanlar, mesleklerine karşı daha olumlu duygular geliştirirler; meslekleriyle ilgili çeşitli inanç ve değerlerle daha güçlü bir şekilde özdeşleşirler, kendilerini mesleğin bir parçası olarak görürler ve bu nedenle mesleklerini değiştirmeyi düşünmezler. Duygusal mesleki bağlılığı yüksek olan çalışanlar, mesleki standartlara ve etik ilkelere daha dikkatli uyma, zımni bilgiyi paylaşma, diğerlerinden daha fazla kişisel sorumluluk alma eğilimindedirler, daha fazla örgütsel vatandaşlık ve gönüllü davranış sergilerler, performanslarını geliştirirler, daha katılımcı olurlar ve daha az devamsızlık yaparlar (Özer ve Uyar, 2010).

4. Finansal İyilik

Günümüzün ağır ekonomik koşullarına yönelik hayatını devam ettirebilmek isteyen bireylerin sahip olduğu kısıtlı kaynakları gereksinimleri bağlamında doğru kullanması, gider ve gelirleri arasında dengeyi sağlaması önem teşkil etmektedir (Onur ve Nazik, 2014). Söz konusu bu dengeyi sağlamakta zorluk çeken bireylerin yaşadığı finansal problemler mutsuzluk durumunun yanı sıra bazı negatif sonuçlar da doğurmaktadır. Finansal iyiliğin kökeninde bireyin hayatındaki finansal şartlar ve tutumlarıyla gelecek zamandaki davranışlarının ne şekilde olacağı gibi durumlar bulunmaktadır (Mayer vd., 2011).

Gelişim ve değişim gibi hususların hızlıca yaşandığı günümüzdeki çalışma dünyası, birçok negatif etkiyi de beraberinde yansıtmaya devam etmektedir (Şanlı, 2006). Büyük kentler içerisindeki hayat zorlukları, ekonomik problemler ve yoğun trafik gibi çevreye bağlı faktörler de bunlara ilave edilince bireyler zaman içerisinde kendisini tükenmiş ve kaygılı hissedebilmektedir. Kuvvet ve enerjinin azalması, yıpranmalar, başarısızlıklar ya da tatmin edilemeyen talepler neticesinde kişinin iç kaynakları içerisinde oluşan değişim tükenmişliği belirtmektedir (Freudenberger, 1974).

Finansal iyilik, bireyin kendisini finansal yönden güvende ve iyi hissetmesidir. Bunun yanı sıra maddi açıdan kaygının yaşanmaması finansal iyilik kavramına karşılık gelmektedir. Teknoloji ile beraber alışveriş faaliyetlerinin daha kolay hale gelmesi ve dijitalleşmesi bireylerin daha çok harcamalarda bulunmasına

sebebiyet vermektedir (Sunal vd., 2013). Borçlu olma durumunun artış göstermesiyle beraber bireylerin ödemeler ile alakalı kaygı düzeyleri de artmaktadır. Bunun yanı sıra hem çevresi hem de kendisiyle alakalı problemler yaşanmasına ve bütün bunların neticesinde mutlu olunamayacağına yönelik literatürde bazı araştırmalar da (Stradling, 2001; Ross ve Macleod, 2006; Adams ve Moore, 2007) bulunmaktadır.

Finansal açıdan bireyin mutluluk durumunu değerlendirmek amacıyla ilk aşamada bireyin bütün hayat şartlarının göz önünde bulundurulması gerekmektedir. Bireyler gibi ülkeler açısından da benzer durumlar geçerli olmaktadır. Maddi olanakların yüksek ve gayri safi milli hasılasının fazla olduğu bir ülke içerisinde yaşamını sürdüren bireyler daha az finansal sorun yaşamakla beraber, kendini daha çok mutlu hissetmektedir (Stutzer, 2004).

Finansal olarak bireyin güvende ve iyi hissetmesine katkıda bulunan gelir düzeyi ile mutluluk düzeyi arasındaki ilişki hususunda literatürdeki araştırmalar açısından ortak karara varılamadığı gözlemlenmektedir. Araştırmacılarından bazıları artış gösteren gelir ile beraber bireylerin manevi ve maddi olanaklarının artış, sorunları ve kaygılarının azalış göstereceği için daha mutlu olmalarını savunmaktadır. Araştırmacılarından bazıları ise gelir düzeyinin mutluluk durumuna etkide bulunmadığını belirtmektedir (Akduman, 2015). Türkiye açısından son senelerde gerçekleştirilen çalışmalarda (Şaşmaz, 2016; Çirkin, 2015) mutluluk durumu ve gelir düzeyinin ilişkili olmadığı ifade edilmektedir. Bu yaklaşımlardan farklı şekilde Sevindik (2015) çalışmasında gelir düzeyi düşük olan bireylerin daha fazla mutlu olduğu neticesine ulaşmaktadır.

Bireyin sahip olduğu gelir düzeyinin kendisini mutlu etmediği düşüncesi Easterlin (1974)'in yapmış olduğu çalışmaya dayandığı görülmektedir. Gelir artış durumunun mutluluk düzeyindeki artışa neden olmadığı hususundaki Easterlin'in araştırma raporu 36 ülkede yayımlanarak literatüre "Easterlin Paradoksu" şeklinde geçmiştir. Bu yaklaşım mutluluk düzeyindeki olası bir sebeple meydana gelen artışa bireylerin zaman içerisinde uyum sağladığını ve zamanla mutluluk düzeyine geri döndüğünü savunan "Hedonik Adaptasyon Teorisi" ile uyusmaktadır (Sgroi vd., 2017). Mutluluk ile gelir arasındaki ilişki net olmasa da bireyin sahip olduğu gelir düzeyinden mutluluk duyması yani finansal açıdan iyi hissetmesine yönelik kriterler şu şekildedir (Yetim, 2001; Diener, 1984);

- Kişi sahip olduğu gelir düzeyini etrafındaki kişilerin gelirleri ile karşılaştırdığında daha iyi pozisyonda olduğunu düşünmekteyse kişi mutlu olmaktadır,

- Artış gösteren gelir düzeyi kişiye itibar ve saygınlık getiriyorsa kişi mutlu olmaktadır,
- Fakirlik durumunda yer almamak şartıyla kişi sahip olduğu gelir miktarını ilk kazandığı zaman kişi mutlu olmaktadır. Sonrasında gelir miktarını standart düzey olarak değerlendirdiği için artık kişiyi mutlu etmemektedir.

Finansal iyilik cinsiyet bağlamında değişkenlik gösterebilen bir kavram olarak değerlendirilmektedir. Erkekler, aileyi geçindirme yükümlülüğünü üstlenerek ekonomik problemlere daha fazla duyarlı olmakla birlikte finansal açıdan sorunları mutluluk düzeylerine daha çok yansıtmaktadır (Hefferon ve Boniwell, 2014). Buna yönelik olarak “Maltepe Üniversitesi İnsan ve Toplum Bilimleri Uygulama ve Araştırma Merkezi”nin “2016 Küresel Para Haftası” doğrultusunda sunmuş olduğu çalışma neticesi açısından aileyi geçindirme yükümlülüğüne sahip olmayan üniversite öğrencilerinin de finansal kaygı taşıdığı gözlemlenmektedir. Çalışmaya katılım sağlayan 306 öğrenciden %85’i alışveriş faaliyetlerini yapmaktayken maddi olanaklarıyla alakalı kaygılar taşıdığı, harcamalar yapmaktayken de parasının hemen tükeneceğine yönelik kaygılar taşıdığı görülmektedir. Araştırmaya katılan öğrencilerin %72’si bu neticeyi destekleyerek borçlu olmaları durumunu fazla problem ettiklerini ifade etmektedirler (Bedirhanoğlu, 2019).

5. Finansal Kaygı Endeksi

Finansal kaygı endeksi, insanların kişisel finansal durumları ve ekonomi hakkında ne düşündüklerinin bir ölçüsüdür. Endeks, 18 yaş ve üzeri yaklaşık 1.000 Amerikalı yetişkinle, canlı görüşmeciler kullanılarak veya çevrimiçi olarak telefonla yürütülen anketlere dayanmaktadır. Katılımcılara genel kaygı, tasarruf-harcama ve iş güvenliği olmak üzere üç kategoriden oluşan 12 soru sorulmaktadır. Endeks, iş ve ekonomi haberlerini kapsayan halka açık bir radyo programı olan Marketplace ile medya ve kamuoyu yoklamalarında uzmanlaşmış bir araştırma şirketi olan Edison Research tarafından desteklenmektedir. Endeksin minimum puanı 0 ve maksimum puanı 100’dür. Puan ne kadar yüksekse finansal kaygı o kadar fazladır (Dizon-Ross vd., 2019).

Finansal kaygı endeksinin tarihçesine yönelik olarak söz konusu endeks, Amerikalıların finansal kaygılarını izlemek için Marketplace ve Edison Research tarafından oluşturulmuştur. Endeks ilk olarak 2015 sonbaharında yaklaşık 1.000 kişinin katıldığı bir ankete dayalı olarak oluşturulmuştur. Yapılan bu ankette aşağıdaki sonuçlar ortaya çıkmıştır (Tinghög vd., 2021);

- Ankete katılanların %25'inden fazlasının mevcut finansal durumları nedeniyle uykusu düzensizdir,
- Katılımcıların %40'ından fazlası finansal durumlarında sıkışmışlık hissetmektedir.
- Katılımcıların yaklaşık %67'si mali durumları hakkında bazı zamanlarda endişeler taşımaktadır,
- Öğrenim kredisi alan katılımcılardan %40'ı bu kredilerin kullanılmasının değersizliğine inanmaktadır.

Amerikalılar arasında önemli düzeyde finansal kaygı olduğunu söz konusu bulgular göstermektedir. Bununla birlikte endeksin, insanların zamanın belirli bir anında nasıl hissettiklerinin anlık bir görüntüsü olduğunu unutmamak gerekmektedir.

Endeksin etkileri kapsamında finansal kaygı endeksi; işletmeler, politika yapıcılar ve bireyler için bir dizi etkiye sahip olabilir. Bu durumlar aşağıdaki şekilde özetlenebilir (Tinghög vd., 2021);

- İşletmeler için endeks, finansal kaygının tüketici davranışını nasıl etkilediğini anlamak için kullanılabilir. Kaygı seviyeleri yüksek olduğunda, insanların temel olmayan öğelere para harcama olasılığı daha düşüktür. Bu, özellikle gelirlerini artırmak için tüketici harcamalarına güvenen işletmeler üzerinde olumsuz bir etkiye sahip olabilir,
- Politika yapıcılar için endeks, halkın ekonomiye ilişkin duygularını ölçmek ve ekonomi politikalarının etkinliğini değerlendirmek için kullanılabilir. Kaygı düzeylerinin yüksek olması, politika değişikliklerine ihtiyaç olduğunun göstergesi olabilir,
- Bireyler için endeks, finansal kaygının davranışı nasıl etkilediğini anlamak için kullanılabilir. Kaygı seviyeleri yüksek olduğunda, insanlar kendilerini stresli ve bunalmış hissedebilirler. Bu, anksiyete ve depresif bozukluklar da dahil olmak üzere bir dizi olumsuz sağlık sorunlarına yol açabilir.

Finansal kaygı endeksinin nasıl kullanılması gerektiği hususunda endeksin, insanların kişisel finansal durumları hakkında ne düşündüklerini anlamak açısından değerli bir araç olduğu düşünülebilir. Endeks; politika yapıcılar, işletmeler ve medya tarafından halkın ekonomi hakkındaki ruh halini ölçmek için kullanılmaktadır. Ayrıca ekonomistler ve diğer araştırmacılar tarafından finansal kaygıyı ve bunun tüketici eğilimleri üzerindeki etkisini incelemek için kullanılmaktadır.

Ne şekilde kullanılırsa kullanılsın, finansal kaygı endeksinin ekonomiye ve insanları nasıl etkilediğine dair değerli bilgiler sağladığı düşünülmektedir (Dizon-Ross vd., 2019).

Sonuç

Finansal kaygı kişilerin mutsuz olmasına sebep olmakta, çalışma ve sosyal hayatlarında birçok olumsuz durumlarla karşılaşmalarına neden olmaktadır. Finansal kaygı kişiler ve çalışanlarda stresin artmasına, depresyona, çevreleriyle iletişim kurmalarında zorluk yaşanmasına, sosyal yaşamdan kendilerini soyutlama davranışına yönelmesine ve sosyal hayat ile çalışma hayatı dengesinin aksamasına sebep olmaktadır. Finansal kaygı kişilerin fiziksel ve psikolojik durumlarını etkileyerek sağlık problemleri yaşamalarına, tedavi ihtiyacı ve psikolojik destek alma durumlarına yol açmaktadır. Bu bağlamda finansal kaygıdan korunabilmek ve kurtulabilmek açısından kişilerin çevrelerinden alacağı destek ve yardımlar önem arz etmektedir. Bu destek ve yardımların özellikle kişilerin aile çevresi, arkadaş çevresi ve iş çevresi tarafından yapılması kaygı durumundan korunmaları ve kurtulmaları açısından çok önemli bir etken olarak öne çıkmaktadır. Ayrıca kişilerin sürekli kaygılı olma duygularından arınmaları, bitmek bilmeyen isteklerinden ve onları elde etme hırından uzaklaşarak bu istekleri gerçekleştirebilir düzeyde tutmaları, gelir gider dengesi bağlamında taleplerini şekillendirmeleri ve finansal durumlarına göre bir hayat düzeni kurmaları, finansal kaygıdan korunmak ve kurtulmak için etkili bir çözüm önerisi olarak görülmektedir.

Kaynaklar

- Adams, T., & Moore, M. (2007). High-risk health and credit behavior among 18 to 25 year old college students. *Journal Of American College Health*, 56(2), 101-108.
- Akar, S. (2014). Türkiye’de daha iyi yaşam endeksi: OECD ülkeleri ile karşılaştırma. *Journal Of Life Economics*, 1, 1-12.
- Akduman, G. (2015). Çalışan mutluluğunun işe ilişkin duyuşsal iyilik algısı ile ilişkisi ve kuşaklar arasındaki farklılıkların incelenmesi. (Doktora Tezi, İstanbul Arel Üniversitesi), İstanbul.
- Arpacı, S., & Özek, Y. (2019). Finans sektöründe ekonomik kaygı ve tükenmişlik düzeylerinin örgütsel bağlılığa etkisi. *Kastamonu Üniversitesi İktisadi Ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 21(2), 99-125.
- Arslan, B. (2021). Üniversite öğrencilerinde sosyal görünüş kaygısı ve bağlanma stillerinin çeşitli değişkenler açısından incelenmesi. (Yüksek Lisans Tezi, Erzincan Binali Yıldırım Üniversitesi), Erzincan.
- Aytaç, S., & Keser, A. (2002). İşsizliğin çalışan birey üzerindeki etkisi: İşsizlik kaygısı. “İş, Güç” Endüstri İlişkileri Ve İnsan Kaynakları Dergisi, 4(2), 52-63.
- Barutçu, E., & Serinkan C. (2008). Günümüzün önemli sorunlarından biri olarak tükenmişlik sendromu ve Denizli’de yapılan bir araştırma. *Ege Akademik Bakış*, 8(2), 541-561.
- Bedirhanoglu, P. (2019). Finansallaşma, yeni sınıfsal çelişkiler ve devletin dönüşümü. *Çalışma Ve Toplum*, 1(60), 371-388.
- Benligiray, S., & Yetgin, D. (2021). The effects of economic anxiety on affective occupational commitment: The mediating role of emotional exhaustion. *BMIJ*, 9(3), 869-889.
- Cheung, F., & Lucas, R. E. (2016). Income inequality is associated with stronger social comparison effects: The effect of relative income on life satisfaction. *Journal Of Personality And Social Psychology*, 110(2), 332-341.
- Coşkun, Y., & Akkaş, G. (2009). Engelli çocuğu olan annelerin sürekli kaygı düzeyleri ile sosyal destek algıları arasındaki ilişki. *Ahi Evran Üniversitesi Kırşehir Eğitim Fakültesi Dergisi*, 10(1), 213-227.
- Çirkin, Z. (2015). Gelir ve mutluluk arasındaki ilişkinin incelenmesi. (Yüksek Lisans Tezi, Ankara Üniversitesi), Ankara.
- De Botton, A. (2004). *Status anxiety*. Penguin.
- Diener, E. (1984). Subjective well-being. *Psychological Bulletin*, 95(3), 542-575.
- Dizon-Ross, E., Loeb, S., Penner, E., & Rochmes, J. (2019). Stress in boom times: Understanding teachers’ economic anxiety in a high-cost urban district. *AERA Open*, 5(4), 1-20.

- Eş, A., & Durak, H. S. (2018). Meslek yüksekokulu öğrencilerinin iş bulma kaygılarına yönelik ölçek geliştirme: Abant İzzet Baysal Üniversitesi örneği. *Ekonomik Ve Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 14(Özel Sayı), 115-127.
- Freudenberger, H. J. (1974). Staff burn-out. *Journal Of Social Issues*, 30(1), 159-165.
- Girgin, G. (2010). Öğretmenlerde tükenmişliğe etki eden faktörlerin araştırılması. *Elekttronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 9(32), 31-48.
- Hasler, A., Lusardi, A., & Valdes, O. (2021). Financial anxiety and stress among U. S. households: New evidence from the national financial capability study and focus groups. The George Washington University.
- Hefferon, K., & Boniwell, I. (2014). Pozitif psikoloji, kuram, araştırma ve uygulamalar (T. Doğan, Çev.). Nobel Yayınları.
- Khan, K. A., Mohammad, A. A., Sandeep, K. D., & Ibrahim, R. (2020). Financial anxiety, financial advice, and e-payment use: Relationship and perceived differences between males & females of generation z. *Journal Of Critical Reviews*, 7(18), 1812-1820.
- Kurt, K. (2016). ÖSS'ye girecek lise son sınıf öğrencilerinin kaygı düzeylerinin bazı değişkenler açısından incelenmesi (Avcılar Okyanus Koleji örneği). (Yüksek Lisans Tezi, Nişantaşı Üniversitesi), İstanbul.
- Kütük, T. S. (2019). 8. Sınıf öğrencilerinin bilişsel ve üstbilişsel stratejileri ile sınav kaygı düzeylerinin incelenmesi. (Yüksek Lisans Tezi, Gaziantep Üniversitesi), Gaziantep.
- Larbi, F. O., Ma, Z., Fang, Z., Virlanuta, F. O., Barbuta-Misu, N., & Deniz, G. (2022). Financial anxiety among international students in higher education: A comparative analysis between international students in The United States Of America and China. *Sustainability*, 14, 3743.
- Larson, J. H., Wilson, S. M., & Beley, R. (1994). The impact of job insecurity on marital and family relationships. *Family Relations*, 43(2), 138-143.
- Laszlo, K. D., Pikhart, H., Kopp, M. S., Bobak, M., Pajak, A., Malyutina, S., & Marmot, M. (2010). Job insecurity and health: A study of 16 European countries. *Social Science & Medicine*, 70(6), 867-874.
- Lozza, E., Libreri, C., & Bosio A. C. (2012). Temporary employment, job insecurity and their extraorganizational outcomes. *Economic And Industrial Democracy*, 34(1), 89-105.
- Mamun, M. A., Akter, S., Hossain, I., Faisal, M. T. H., Rahman, M. A., Arefin, A., & Griffiths, M. D. (2020). Financial threat, hardship and distress predict depression, anxiety and stress among the unemployed youths: A Bangladeshi multicity study. *Journal Of Affective Disorders*, 276(1), 1149-1158.
- Mayer, R. N., Zick, C. D., & Marsden, M. (2011). Does calculating retirement needs boost retirement savings?. *The Journal Of Consumer Affairs*, 45(2), 175-200.

- Meltzer, H., Bebbington, P., Brugha, T., Jenkins, R., McManus, S., & Stansfeld, S. (2009). Job insecurity, socio-economic circumstances and depression. *Psychological Medicine*, 40(8), 1401-1407.
- Minsky, H. P., & Whalen C. J. (1996). Economic insecurity and the institutional prerequisites for successful capitalism. *Journal Of Post Keynesian Economics*, 19(2), 155-170.
- Onur, N., & Nazik, M. H. (2014). Öğretmenler için bireysel finans alanında tutum ölçeğinin geliştirilmesi (FTÖ): Geçerlik ve güvenilirlik çalışması. *E-Journal Of New World Sciences Academy (NWSA)-Vocational Education*, 9(4), 90-99.
- Osberg, L. (2009). Measuring economic security in insecure times: New perspectives, new events, and the index of economic well-being. *CSLS Research Report*.
- Osberg, L. (2015). How should one measure economic insecurity. *OECD Statistics Working Papers*, 1, OECD Publishing.
- Osberg, L., & Sharpe A. (2005). How should we measure the economic aspects of well-being. *Review Of Income And Wealth*, 51(2), 311-336.
- Osberg, L., & Sharpe, A. (2014). Measuring economic insecurity in rich and poor nations. *Review Of Income And Wealth*, 60(1), 53-76.
- Özden, K., & Sertel-Berk, Ö. (2017). Kariyer stresi ölçeğinin Türkçe'ye uyarlanması ve psikometrik özelliklerinin sınanması. *Psikoloji Çalışmaları*, 37(1), 35-51.
- Özer, G., & Uyar, M. (2010). Muhasebecilerin etik oryantasyonlarının mesleki bağlılığa etkisi üzerine bir inceleme. *Muhasebe Ve Finansman Dergisi*, 48, 89-100.
- Payne, K. (2017). *The broken ladder: How inequality affects the way we think, live, and die*. Penguin.
- Roll, S. P., Taylor, S. H., & Grinstein-Weiss, M. (2016). Financial anxiety in low- and moderate-income households: Findings from the household financial survey. *Center For Social Development, CSD Research Brief*, 16-42.
- Rook, K., Dooley, D., & Catalano, R. (1991). Stress transmission: The effects of husbands' job stressors on emotional health of wives. *Journal Of Marriage And The Family*, 53(1), 165-177.
- Ross, S., Cleland, J., & Macleod, M. J. (2006). Stress, debt and undergraduate medical student performance. *Medical Education*, 40(6), 584-589.
- Sevindik, D. (2015). Orta yaş dönemi bireylerde dindarlık-mutluluk ilişkisi: Denizli örneği. (Yüksek Lisans Tezi, Süleyman Demirel Üniversitesi), Isparta.
- Sgroi, M., Roccaro, P., Korshin, G. V., Greco, V., Sciuto, S., Anumol, T., Snyder, S. A., & Vagliasindi, F. G. A. (2017). Use of fluorescence EEM to monitor the removal of emerging contaminants in full scale wastewater treatment plants. *Journal Of Hazardous Materials*, 323, 367-376.

- Shapiro, G. K., & Burchell, B. J. (2012). Measuring financial anxiety. *Journal Of Neuroscience, Psychology And Economics*, 5(2), 92-103.
- Stradling, S. (2001). The psychological effects of student debt. A. Scout, A. Lewis, S. Lea (Ed.), *Student debt: The causes and consequences of undergraduate borrowing in the UK*, The Policy Press.
- Stutzer, A. (2004). The role of income aspirations in individual happiness. *Journal Of Economic Behavior And Organization*, 54(2004), 89-109.
- Sunal, O., Sunal, B. A., & Mutlu, H. (2013). Financial well being and financial behaviour: A cross cultural study (Turkish and French students). *Economic And Social Development: 2. International Scientific Conference, Book Of Proceedings*, 837-842.
- Şanlı, S. (2006). Adana İlinde çalışan polislerin iş doyumu ve tükenmişlik düzeylerinin bazı değişkenler açısından incelenmesi. (Yüksek Lisans Tezi, Çukurova Üniversitesi), Adana.
- Şaşmaz, Ş. C. (2016). Çocuğu olan evli ve evli olmayan bireylerin psikolojik sağlamlık ve mutluluk düzeylerinin incelenmesi. (Yüksek Lisans Tezi, Beykent Üniversitesi), İstanbul.
- Tinghög, G., Ahmed, A., Barrafreem, K., Lind, T., Skagerlund, K., & Vastfjall, D. (2021). Gender differences in financial literacy: The role of stereotype threat. *Journal Of Economic Behavior And Organization*, 192(5), 405-416.
- Voydanoff, P. (1990). Economic distress and family relations: A review of the eighties. *Journal Of Marriage Family*, 52(4), 1099-1115.
- Walasek, L., & Brown, G. D. (2019). Income inequality and social status: The social rank and material rank hypotheses. J. Jetten, K. Peters (Ed.), *The social psychology of inequality*. Springer Nature.
- Waldenström, K., Ahlberg, G., Bergman, P. U., Forsell, Y., Stoetzer, U., Waldenström, M., & Lundberg, I. (2008). Externally assessed psychosocial work characteristics and diagnoses of anxiety and depression. *Occupational And Environmental Medicine*, 65(2), 90-96.
- Yetgin, D. (2017). Turist rehberlerinin tükenmişlik ve ekonomik kaygı düzeylerinin mesleki bağlılık düzeyleri üzerindeki etkisi. (Doktora Tezi, Anadolu Üniversitesi), Eskişehir.
- Yetim, Ü. (2001). Toplumdan bireye mutluluk resimleri. Bağlam Yayınları.



BÖLÜM 17

Çevre Göstergelerine Göre İllerin CRITIC Tabanlı TOPSIS Yöntemi ile Değerlendirilmesi

Pelin Şentürk¹

¹ Doç. Dr., Karadeniz Teknik Üniversitesi/ İİBF/ İşletme Bölümü, ORCID: 0000-0002-2234-2656

1.GİRİŞ

20. yüzyılın ikinci yarısından itibaren, üretim ve tüketim faaliyetlerinde yaşanan hızlı artış, çevre kirliliği, küresel ısınma ve iklim değişikliği gibi konuların sosyal bilimler literatüründe giderek daha merkezi bir yer edinmesine neden olmuştur. Çevre kirliliğinin insan sağlığını ve yaşam kalitesini tehdit edici boyutlara ulaşması, çevre koruma bilincinin gelişimini teşvik etmiştir. Bununla birlikte, çevresel sorunların yalnızca bölgesel veya ulusal ölçekte kalmayıp küresel bir kriz haline dönüşmesi, bu problemlere uluslararası düzeyde çözüm arayışlarını zorunlu kılmıştır. Günümüzde çevre sorunlarının çözümü, uluslararası aktörlerin öncelikli politika gündemlerinden biri haline gelmiştir.

Serbest piyasa mekanizmasının çevre kirliliğinin temel nedenlerinden biri olması, çevre koruma çabalarına yönelik devlet müdahalesini hem gerekli hem de kaçınılmaz kılmaktadır. Modern ekonomilerde üretim ve tüketim faaliyetlerindeki hızlı büyüme, serbest piyasa dinamiklerinin çevre kirliliğini önlemeye yönelik etkili bir ekonomik çözüm geliştirmesini kısa vadede mümkün kılmamaktadır.

Hem gelişmiş hem de gelişmekte olan ülkelerde çevre kirliliğiyle mücadelede çeşitli ekonomik araçlar kullanılmakta olup, bu araçların temelinde kamu sektörünün uyguladığı vergi, sübvansiyon ve teşvik mekanizmaları bulunmaktadır. Bunun yanı sıra, piyasanın kendi dinamiklerine bırakıldığında çevre kirliliğiyle etkili bir mücadele gerçekleştiremediği göz önüne alındığında, devletin çevre koruma süreçlerinde aktif bir rol üstlenmesi büyük önem taşımaktadır. Vergilendirme ve kamu harcamaları yoluyla çevresel sorunlara müdahale edilmesi, sürdürülebilir kalkınma hedeflerinin sağlanmasında kritik bir unsurdur.

Her ne kadar kamu kesiminin çevre koruma amaçlı harcamalarının ülkelerin GSYİH'si içindeki payı sınırlı olsa da, bu harcamalar çevre kirliliğiyle mücadele, doğal alanların korunması ve sürdürülebilir kalkınmanın sağlanması açısından hayati bir öneme sahiptir. Bu bağlamda, devletlerin çevre koruma stratejilerinin belirlenmesinde kamu harcamalarının düzenli bir şekilde izlenmesi ve analiz edilmesi kritik bir rol oynamaktadır.

Bu bağlamda Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK), ülkemizdeki illeri çevre konusundaki beş başlık açısından değerlendirmiştir. Bu başlıklar;

- Atık hizmeti verilen belediye nüfusunun toplam belediye nüfusuna oranı (%)
- Atıksu arıtma tesisi ile hizmet verilen belediye nüfusunun toplam belediye nüfusuna oranı (%)

- İçme ve kullanma suyu arıtma tesisi ile hizmet verilen belediye nüfusun toplam belediye nüfusuna oranı (%)
- İçme ve kullanma suyu şebekesi ile hizmet verilen belediye nüfusun toplam belediye nüfusuna oranı (%)
- Kanalizasyon şebekesi ile hizmet verilen belediye nüfusunun toplam belediye nüfusuna oranı (%)

şeklinde belirlenmiştir.

Bu çalışmanın amacı TÜİK tarafından belirlenen çevre kriterleri açısından Türkiye’deki illerin çok kriterli karar verme yöntemlerinden CRITIC ve TOPSIS kullanılarak sıralanmalarını sağlamaktır. Çalışmada öncelikle çevresel performansların değerlendirilmesiyle ilgili yapılmış çalışmalara ilişkin özet bir literatür incelemesi gerçekleştirilmiştir. Daha sonra araştırmada kullanılan yöntemler tanıtılmıştır. Uygulama kısmında TÜİK tarafından belirlenen kriterler CRITIC yöntemi ile ağırlıklandırılıp illerin sıralaması TOPSIS yöntemi ile belirlenmiştir. Son bölümde ise sonuçlar irdelenmiştir.

2.LİTERATÜR ÖZETİ

Bilbao-Terol ve diğerleri (2014), çalışmalarında Fransa, İtalya ve Hollanda’ya ait Düzeltilmiş Net Tasarruf (ANS), Ekolojik Ayak İzi (ECF), Çevresel Performans Endeksi (EPI) ve İnsani Gelişme Endeksi (İGE) verilerini TOPSIS yöntemiyle analiz ederek devlet tahvillerine yapılan yatırımların sürdürülebilirliğini değerlendirmiştir.

Önder ve diğerleri (2015), Brezilya, Türkiye, Hindistan, Endonezya ve Güney Afrika ülkelerinin 2001-2013 dönemi ekonomik performansını Analitik Ağ Süreci (ANP) ve TOPSIS yöntemleri ile incelemiştir.

Masca (2017), Avrupa Birliği’ne üye 28 ülkenin ekonomik performansını TOPSIS yöntemiyle analiz etmiştir.

Guo (2017), Çin’deki bazı şehirlerin ekonomik, sosyal ve çevresel performansını Entropi-TOPSIS yöntemlerini kullanarak değerlendirmiştir.

Ayçin ve Çakın (2019), çalışmalarında CRITIC, Gri İlişkisel Analiz (GİA) ve MOORA gibi Çok Kriterli Karar Verme (ÇKKV) yöntemlerini birleştirmiştir. Altı farklı ÇKKV modelinden elde edilen ülkelerin çevresel performans verileri, bulanık mantık tabanlı bir yaklaşımla birleştirilerek tek bir sonuç elde edilmiştir.

Akandere (2021), Kuşak ve Yol Girişimi kapsamındaki ülkelerin çevresel ve lojistik performansını, Lojistik Performans Endeksi (LPI) ve Çevresel Performans Endeksi (EPI) alt kriterlerine dayalı verilerle entegre ENTROPİ-TOPSIS yöntemi kullanarak analiz etmiştir.

Altıntaş (2021), G7 ülkelerinin 2018 yılı çevresel performanslarını, Çevresel Performans Endeksi (EPI) bileşenlerinden elde edilen veriler ışığında CODAS ve TOPSIS yöntemlerini kullanarak değerlendirmiştir.

Akandere ve Zerenler (2022), Doğu Avrupa grubunda yer alan ülkelerin çevresel performanslarını, CRITIC ve TOPSIS yöntemlerini kullanarak incelemiştir.

3.METODOLOJİ

3.1.CRITIC Yöntemi

CRITIC yöntemi, ÇKKV problemlerinde kriterlerin önem ağırlıklarının objektif olarak belirlenmesi amacıyla geliştirilmiştir. CRITIC yöntemi 1995 yılında Diakoulaki ve arkadaşları tarafından literatüre kazandırılmıştır. CRITIC yöntemi, kriterlerin standart sapmaları ve kriterler arasındaki korelasyon kullanılarak yapılan bir ağırlıklandırma yöntemidir.

CRITIC yönteminin adımları şu şekildedir;

Adım 1. Karar Matrisinin Oluşturulması

Denklem (1) ile ifade edilen karar matrisinde; i endeksi alternatifleri, j endeksi ise kriterleri temsil eder. x_{ij} , i'inci alternatifin j'inci kritere göre performans değerini temsil eder.

$$X = [X_{ij}]_{m \times n} = \begin{bmatrix} x_{11} & \cdots & x_{1n} \\ \vdots & \ddots & \vdots \\ x_{m1} & \cdots & x_{mn} \end{bmatrix} (i= 1,2,\dots,m \text{ and } j = 1,2,\dots,n) \quad (1)$$

Adım 2. Karar matrisi Denklem (2) ile normalleştirilir.

$$x_{ij}^* = \frac{x_{ij} - \min x_{ij}}{\max(x_{ij}) - \min(x_{ij})} \quad (i= 1,2,\dots,m \text{ and } j = 1,2,\dots,n) \quad (2)$$

Adım 3. Bu adımda kriterin standart sapması ve diğer kriterler arasındaki korelasyonuna yer verilir. Daha sonra ağırlık Denklem (3) ile hesaplanır.

$$w_j = \frac{c_j}{\sum_{j=1}^n c_j} \quad (3)$$

C_j , j'inci kriterin içerdiği bilgi miktarını göstermektedir;

$$C_j = \sigma_j \sum_{j=1}^n (1 - r_{ij}) \quad (4)$$

Bu yöntem, standart sapması daha yüksek ve diğer kriterlerle korelasyon katsayıları daha düşük olan kriterlere daha fazla ağırlık vermektedir. Başka bir deyişle, C_j 'nin daha yüksek bir değeri, kriterin daha fazla miktarda benzersiz bilgi sağladığını ve dolayısıyla karar problemi için göreceli olarak daha yüksek bir öneme sahip olduğunu göstermektedir.

3.2.TOPSIS Yöntemi

TOPSIS (Technique for Order Preference by Similarity to Ideal Solution), Yoon ve Hwang'ın (1981) (Opricovic ve Tzeng, 2004) çalışmalarına dayanarak Cheng ve Hwang (1992) tarafından geliştirilen bir karar verme yöntemidir. Yöntemin adımları şu şekilde tanımlanmıştır (Hwang ve Yoon, 1981; Opricovic ve Tzeng, 2004; Önüt ve Soner, 2007; Perçin, 2009; Lin ve Tsai, 2010);

Adım 1: Normalleştirilmiş karar matrisinin (R) hesaplanması: j kriterine göre i alternatifinin normalleştirilmiş değeri r_{ij} aşağıdaki formülle hesaplanır.

$$r_{ij} = \frac{f_{ij}}{\sqrt{\sum_{j=1}^n f_{ij}^2}} \quad j=1,2,3,\dots,J; \quad i=1,2,3,\dots,n \quad (5)$$

Adım 2: Ağırlıklı normalleştirilmiş karar matrisinin hesaplanması:

$$v_{ij} = w_i * r_{ij} \quad j=1,2,3,\dots,J; \quad i=1,2,3,\dots,n. \quad (6)$$

Burada w_i değeri i .kriterin ağırlığını ifade eder ve $\sum_{i=1}^n w_i = 1$.

Adım 3: İdeal A^* ve negatif-ideal A^- çözümlerinin belirlenmesi:

$$A^* = \{v_1^*, \dots, v_n^*\} = \left\{ (\max_j |i \in I'), (\min_j |i \in I'') \right\} \quad (7)$$

$$A^- = \{v_1^-, \dots, v_n^-\} = \left\{ (\min_j |i \in I'), (\max_j |i \in I'') \right\}$$

Burada I' faydanın değerini, I'' ise maliyetin değerini ifade eder.

Adım 4: Öklid uzaklığı yaklaşımıyla ayırma ölçümlerinin belirlenmesi:

$$S_i^* = \sqrt{\sum_{j=1}^n (v_{ij} - v_j^*)^2} \quad (8)$$

Benzer şekilde negatif ideal çözümden ayrılma ölçüsü şu şekilde elde edilir:

$$S_i^- = \sqrt{\sum_{j=1}^n (v_{ij} - v_j^-)^2} \quad (9)$$

Adım 5: İdeal çözüme göreceli yakınlığın hesaplanması:

$$C_i^* = \frac{S_i^-}{S_i^- + S_i^+} \quad (10)$$

Adım 6: Alternatiflerin öncelik sırasına göre sıralanması.

4.UYGULAMA

Çalışmanın amacı, Türkiye’deki illerin çevre göstergeleri açısından CRITIC tabanlı TOPSIS yöntemi yardımıyla sıralanmasını sağlamaktır. Çalışmada TÜİK tarafından yayınlanan İl Göstergelerinden “Çevre” konusu altındaki başlıklar dikkate alınmıştır. Tablo 1’de kriterler yer almaktadır.

Tablo 1: Kriterler

Kriter	Kod
Atık hizmeti verilen belediye nüfusunun toplam belediye nüfusuna oranı (%)	C1
Atıksu arıtma tesisi ile hizmet verilen belediye nüfusunun toplam belediye nüfusuna oranı (%)	C2
İçme ve kullanma suyu arıtma tesisi ile hizmet verilen belediye nüfusun toplam belediye nüfusuna oranı (%)	C3
İçme ve kullanma suyu şebekesi ile hizmet verilen belediye nüfusun toplam belediye nüfusuna oranı (%)	C4
Kanalizasyon şebekesi ile hizmet verilen belediye nüfusunun toplam belediye nüfusuna oranı (%)	C5

Kriterlerin ağırlıklarını belirlemek için CRITIC yöntemi kullanılmıştır. Bu bağlamda öncelikle 81 il ve 5 kriterden oluşan Karar Matrisi belirlenmiştir.

Tablo 2: Karar Matrisi

İller	C1	C2	C3	C4	C5	İller	C1	C2	C3	C4	C5
Adana	99	75	84	100	98	Konya	100	78	59	100	91
Adıyaman	99	53	18	98	97	Kütahya	100	87	1	100	97
Afyonkarahisar	100	79	26	98	97	Malatya	99	85	0	100	92
Ağrı	100	0	61	96	92	Manisa	100	73	36	97	91
Amasya	100	66	4	100	99	Kahramanmaraş	99	69	23	97	85
Ankara	100	50	99	99	98	Mardin	94	43	5	99	82
Antalya	99	85	4	100	85	Muğla	100	77	26	98	77
Artvin	100	20	72	99	94	Muş	99	1	0	97	92
Aydın	99	93	42	100	93	Nevşehir	100	73	11	98	94
Balıkesir	100	75	40	100	89	Niğde	98	71	13	99	89
Bilecik	100	15	0	99	98	Ordu	94	65	72	94	75
Bingöl	99	77	0	97	98	Rize	99	63	76	94	82
Bitlis	100	42	0	98	94	Sakarya	99	80	76	100	80

Bolu	100	67	74	99	98	Samsun	96	77	76	99	83
Burdur	100	83		100	93	Siirt	100	67	78	99	99
Bursa	100	89	55	100	98	Sinop	99	26	36	91	92
Çanakkale	98	90	61	98	97	Sivas	100	85	54	100	98
Çankırı	98	9	79	99	96	Tekirdağ	100	95	11	100	95
Çorum	99	83	50	100	99	Tokat	99	64	1	98	96
Denizli	99	92	3	100	92	Trabzon	99	77	80	89	90
Diyarbakır	98	32	87	95	88	Tunceli	97	61	0	99	93
Edirne	100	38	66	99	99	Şanlıurfa	98	36	68	95	65
Elazığ	99	67	27	100	96	Uşak	100	87	15	96	96
Erzincan	100	65	1	100	82	Van	100	85	16	99	85
Erzurum	94	82	85	100	85	Yozgat	100	43	35	99	98
Eskişehir	100	96	85	100	96	Zonguldak	100	67	72	99	91
Gaziantep	100	86	74	98	95	Aksaray	99	12	69	98	91
Giresun	97	57	5	95	86	Bayburt	100	78	5	100	92
Gümüşhane	100	64	29	98	96	Karaman	99	91	80	99	96
Hakkari	100	0	33	92	76	Kırıkkale	100	90	94	99	98
Hatay	100	43	28	97	70	Batman	99	80	0	98	97
Isparta	100	88	70	100	100	Şırnak	100	0	48	96	92
Mersin	100	80	69	99	80	Bartın	99	90	75	98	96
İstanbul	100	100	100	100	100	Ardahan	100	57	2	88	88
İzmir	100	100	74	100	100	İğdır	100	44	52	92	91
Kars	100	10	48	98	94	Yalova	99	95	100	100	97
Kastamonu	99	74	44	98	94	Karabük	100	89	83	100	99
Kayseri	100	83	0	99	98	Kilis	100	80	87	90	100
Kırklareli	100	96	31	99	98	Osmaniye	100	54	0	96	87
Kırşehir	100	93	32	100	99	Düzce	100	76	79	94	92
Kocaeli	100	99	90	100	99						

CRITIC yönteminin formülleri kullanıldıktan sonra kriter ağırlıkları Tablo 3'teki gibi hesaplanmıştır.

Tablo 3: Kriter Ağırlıkları

C1	C2	C3	C4	C5
0,182	0,202	0,299	0,174	0,144

Ağırlıklar hesaplandıktan sonra TOPSIS yöntemi adımları uygulanarak illerin çevre kriterleri bakımından sıralanması aşamasına geçilmiştir. Karar matrisi Tablo 2'deki gibi alınmıştır. Normalize karar matrisi Tablo 4'te verilmiştir.

Tablo 4: Normalize Karar Matrisi

	C1	C2	C3	C4	C5		C1	C2	C3	C4	C5
Adana	0,111	0,117	0,170	0,113	0,118	Konya	0,112	0,121	0,119	0,113	0,109
Adıyaman	0,111	0,082	0,036	0,111	0,117	Kütahya	0,112	0,135	0,002	0,113	0,117
Afyonkarahisar	0,112	0,123	0,053	0,111	0,117	Malatya	0,111	0,132	0,000	0,113	0,111
Ağrı	0,112	0,000	0,123	0,109	0,111	Manisa	0,112	0,113	0,073	0,110	0,109
Amasya	0,112	0,103	0,008	0,113	0,119	Kahramanmaraş	0,111	0,107	0,047	0,110	0,102
Ankara	0,112	0,078	0,200	0,112	0,118	Mardin	0,105	0,067	0,010	0,112	0,099
Antalya	0,111	0,132	0,008	0,113	0,102	Muğla	0,112	0,120	0,053	0,111	0,093
Artvin	0,112	0,031	0,146	0,112	0,113	Muş	0,111	0,002	0,000	0,110	0,111
Aydın	0,111	0,145	0,085	0,113	0,112	Nevşehir	0,112	0,113	0,022	0,111	0,113
Balıkesir	0,112	0,117	0,081	0,113	0,107	Niğde	0,110	0,110	0,026	0,112	0,107
Bilecik	0,112	0,023	0,000	0,112	0,118	Ordu	0,105	0,101	0,146	0,107	0,090
Bingöl	0,111	0,120	0,000	0,110	0,118	Rize	0,111	0,098	0,154	0,107	0,099
Bitlis	0,112	0,065	0,000	0,111	0,113	Sakarya	0,111	0,124	0,154	0,113	0,096
Bolu	0,112	0,104	0,150	0,112	0,118	Samsun	0,107	0,120	0,154	0,112	0,100
Burdur	0,112	0,129	0,000	0,113	0,112	Siirt	0,112	0,104	0,158	0,112	0,119
Bursa	0,112	0,138	0,111	0,113	0,118	Sinop	0,111	0,040	0,073	0,103	0,111
Çanakkale	0,110	0,140	0,123	0,111	0,117	Sivas	0,112	0,132	0,109	0,113	0,118
Çankırı	0,110	0,014	0,160	0,112	0,115	Tekirdağ	0,112	0,148	0,022	0,113	0,114
Çorum	0,111	0,129	0,101	0,113	0,119	Tokat	0,111	0,099	0,002	0,111	0,115
Denizli	0,111	0,143	0,006	0,113	0,111	Trabzon	0,111	0,120	0,162	0,101	0,108
Diyarbakır	0,110	0,050	0,176	0,108	0,106	Tunceli	0,109	0,095	0,000	0,112	0,112
Edirne	0,112	0,059	0,134	0,112	0,119	Şanlıurfa	0,110	0,056	0,138	0,108	0,078
Elazığ	0,111	0,104	0,055	0,113	0,115	Uşak	0,112	0,135	0,030	0,109	0,115
Erzincan	0,112	0,101	0,002	0,113	0,099	Van	0,112	0,132	0,032	0,112	0,102
Erzurum	0,105	0,127	0,172	0,113	0,102	Yozgat	0,112	0,067	0,071	0,112	0,118
Eskişehir	0,112	0,149	0,172	0,113	0,115	Zonguldak	0,112	0,104	0,146	0,112	0,109
Gaziantep	0,112	0,134	0,150	0,111	0,114	Aksaray	0,111	0,019	0,140	0,111	0,109
Giresun	0,109	0,089	0,010	0,108	0,103	Bayburt	0,112	0,121	0,010	0,113	0,111
Gümüşhane	0,112	0,099	0,059	0,111	0,115	Karaman	0,111	0,141	0,162	0,112	0,115
Hakkari	0,112	0,000	0,067	0,104	0,091	Kırıkkale	0,112	0,140	0,190	0,112	0,118
Hatay	0,112	0,067	0,057	0,110	0,084	Batman	0,111	0,124	0,000	0,111	0,117
Isparta	0,112	0,137	0,142	0,113	0,120	Şırnak	0,112	0,000	0,097	0,109	0,111
Mersin	0,112	0,124	0,140	0,112	0,096	Bartın	0,111	0,140	0,152	0,111	0,115
İstanbul	0,112	0,155	0,202	0,113	0,120	Ardahan	0,112	0,089	0,004	0,100	0,106
İzmir	0,112	0,155	0,150	0,113	0,120	İğdır	0,112	0,068	0,105	0,104	0,109
Kars	0,112	0,016	0,097	0,111	0,113	Yalova	0,111	0,148	0,202	0,113	0,117
Kastamonu	0,111	0,115	0,089	0,111	0,113	Karabük	0,112	0,138	0,168	0,113	0,119
Kayseri	0,112	0,129	0,000	0,112	0,118	Kilis	0,112	0,124	0,176	0,102	0,120
Kırklareli	0,112	0,149	0,063	0,112	0,118	Osmaniye	0,112	0,084	0,000	0,109	0,105
Kırşehir	0,112	0,145	0,065	0,113	0,119	Düzce	0,112	0,118	0,160	0,107	0,111
Kocaeli	0,112	0,154	0,182	0,113	0,119						

İkinci adımda CRITIC yöntemi ile hesaplanan ağırlıklar kullanılarak Ağırlıklı Normalize Matris elde edilmiştir.

Tablo 5: Ağırlıklı Normalize Matris

	C1	C2	C3	C4	C5		C1	C2	C3	C4	C5
Adana	0,020	0,024	0,051	0,020	0,017	Konya	0,020	0,024	0,036	0,020	0,016
Adıyaman	0,020	0,017	0,011	0,019	0,017	Kütahya	0,020	0,027	0,001	0,020	0,017
Afyonkarahisar	0,020	0,025	0,016	0,019	0,017	Malatya	0,020	0,027	0,000	0,020	0,016
Ağrı	0,020	0,000	0,037	0,019	0,016	Manisa	0,020	0,023	0,022	0,019	0,016
Amasya	0,020	0,021	0,002	0,020	0,017	Kahramanmaraş	0,020	0,022	0,014	0,019	0,015
Ankara	0,020	0,016	0,060	0,019	0,017	Mardin	0,019	0,013	0,003	0,019	0,014
Antalya	0,020	0,027	0,002	0,020	0,015	Muğla	0,020	0,024	0,016	0,019	0,013
Artvin	0,020	0,006	0,044	0,019	0,016	Muş	0,020	0,000	0,000	0,019	0,016
Aydın	0,020	0,029	0,025	0,020	0,016	Nevşehir	0,020	0,023	0,007	0,019	0,016
Balıkesir	0,020	0,024	0,024	0,020	0,015	Niğde	0,020	0,022	0,008	0,019	0,015
Bilecik	0,020	0,005	0,000	0,019	0,017	Ordu	0,019	0,020	0,044	0,019	0,013
Bingöl	0,020	0,024	0,000	0,019	0,017	Rize	0,020	0,020	0,046	0,019	0,014
Bitlis	0,020	0,013	0,000	0,019	0,016	Sakarya	0,020	0,025	0,046	0,020	0,014
Bolu	0,020	0,021	0,045	0,019	0,017	Samsun	0,020	0,024	0,046	0,019	0,014
Burdur	0,020	0,026	0,000	0,020	0,016	Siirt	0,020	0,021	0,047	0,019	0,017
Bursa	0,020	0,028	0,033	0,020	0,017	Sinop	0,020	0,008	0,022	0,018	0,016
Çanakkale	0,020	0,028	0,037	0,019	0,017	Sivas	0,020	0,027	0,033	0,020	0,017
Çankırı	0,020	0,003	0,048	0,019	0,017	Tekirdağ	0,020	0,030	0,007	0,020	0,016
Çorum	0,020	0,026	0,030	0,020	0,017	Tokat	0,020	0,020	0,001	0,019	0,017
Denizli	0,020	0,029	0,002	0,020	0,016	Trabzon	0,020	0,024	0,048	0,018	0,016
Diyarbakır	0,020	0,010	0,053	0,019	0,015	Tunceli	0,020	0,019	0,000	0,019	0,016
Edirne	0,020	0,012	0,040	0,019	0,017	Şanlıurfa	0,020	0,011	0,041	0,019	0,011
Elazığ	0,020	0,021	0,016	0,020	0,017	Uşak	0,020	0,027	0,009	0,019	0,017
Erzincan	0,020	0,020	0,001	0,020	0,014	Van	0,020	0,027	0,010	0,019	0,015
Erzurum	0,019	0,026	0,051	0,020	0,015	Yozgat	0,020	0,013	0,021	0,019	0,017
Eskişehir	0,020	0,030	0,051	0,020	0,017	Zonguldak	0,020	0,021	0,044	0,019	0,016
Gaziantep	0,020	0,027	0,045	0,019	0,016	Aksaray	0,020	0,004	0,042	0,019	0,016
Giresun	0,020	0,018	0,003	0,019	0,015	Bayburt	0,020	0,024	0,003	0,020	0,016
Gümüşhane	0,020	0,020	0,018	0,019	0,017	Karaman	0,020	0,029	0,048	0,019	0,017
Hakkari	0,020	0,000	0,020	0,018	0,013	Kırıkkale	0,020	0,028	0,057	0,019	0,017
Hatay	0,020	0,013	0,017	0,019	0,012	Batman	0,020	0,025	0,000	0,019	0,017
Isparta	0,020	0,028	0,042	0,020	0,017	Şırnak	0,020	0,000	0,029	0,019	0,016
Mersin	0,020	0,025	0,042	0,019	0,014	Bartın	0,020	0,028	0,045	0,019	0,017
İstanbul	0,020	0,031	0,060	0,020	0,017	Ardahan	0,020	0,018	0,001	0,017	0,015
İzmir	0,020	0,031	0,045	0,020	0,017	İğdır	0,020	0,014	0,031	0,018	0,016
Kars	0,020	0,003	0,029	0,019	0,016	Yalova	0,020	0,030	0,060	0,020	0,017
Kastamonu	0,020	0,023	0,027	0,019	0,016	Karabük	0,020	0,028	0,050	0,020	0,017
Kayseri	0,020	0,026	0,000	0,019	0,017	Kilis	0,020	0,025	0,053	0,018	0,017
Kırklareli	0,020	0,030	0,019	0,019	0,017	Osmaniye	0,020	0,017	0,000	0,019	0,015
Kırşehir	0,020	0,029	0,019	0,020	0,017	Düzce	0,020	0,024	0,048	0,019	0,016
Kocaeli	0,020	0,031	0,054	0,020	0,017						

Eşitlik (7) kullanılarak Pozitif ve Negatif İdeal Çözümler Tablo 6'daki gibi belirlenmiştir.

Tablo 6. Pozitif ve Negatif İdeal Çözümler

	C1	C2	C3	C4	C5
A*	0.065	0.022	0.540	0.149	0.050
A-	0.017	0.007	0.001	0.003	0.012

Eşitlik (8-10) uygulandığında Öklid uzaklığı yaklaşımıyla ayırma ölçümleri ve İdeal çözüme göreceli yakınlığın hesaplanması sonucunda iller Çevre kriterlerine göre sıralanarak Tablo 7 elde edilmiştir.

Tablo 7: TOPSIS Yöntemine Göre İllerin Sıralanması

	S*	S ⁻	C _j	Sıralama		S*	S ⁻	C _j	Sıralama
İstanbul	0,000	0,068	1,000	1	Kırşehir	0,041	0,036	0,464	42
Yalova	0,002	0,068	0,976	2	Kırklareli	0,042	0,036	0,463	43
Kırıkkale	0,005	0,064	0,930	3	Manisa	0,040	0,032	0,447	44
Kocaeli	0,006	0,063	0,912	4	Kars	0,042	0,030	0,413	45
Eskişehir	0,009	0,060	0,867	5	Afyonkarahisar	0,045	0,030	0,399	46
Kilis	0,010	0,059	0,851	6	Şırnak	0,044	0,029	0,399	47
Karabük	0,011	0,058	0,842	7	Muğla	0,045	0,029	0,389	48
Erzurum	0,011	0,058	0,839	8	Gümüşhane	0,044	0,027	0,381	49
Karaman	0,012	0,056	0,820	9	Elazığ	0,045	0,027	0,376	50
Adana	0,012	0,056	0,819	10	Yozgat	0,043	0,026	0,375	51
Ankara	0,016	0,062	0,798	11	Tekirdağ	0,054	0,031	0,366	52
Trabzon	0,014	0,054	0,791	12	Uşak	0,052	0,029	0,363	53
Düzce	0,015	0,054	0,783	13	Van	0,051	0,029	0,360	54
İzmir	0,016	0,055	0,778	14	Kahramanmaraş	0,048	0,026	0,354	55
Bartın	0,015	0,054	0,777	15	Sinop	0,045	0,024	0,344	56
Sakarya	0,016	0,052	0,764	16	Denizli	0,059	0,029	0,334	57
Gaziantep	0,016	0,053	0,763	17	Kütahya	0,060	0,028	0,318	58
Samsun	0,016	0,052	0,759	18	Antalya	0,058	0,027	0,318	59
Siirt	0,017	0,052	0,755	19	Hatay	0,047	0,022	0,315	60
İsparta	0,019	0,051	0,733	20	Niğde	0,053	0,024	0,311	61
Rize	0,019	0,050	0,726	21	Nevşehir	0,054	0,024	0,310	62
Bolu	0,019	0,050	0,726	22	Malatya	0,061	0,027	0,310	63
Zonguldak	0,020	0,049	0,709	23	Kayseri	0,061	0,027	0,306	64
Mersin	0,020	0,049	0,709	24	Burdur	0,061	0,027	0,305	65
Diyarbakır	0,023	0,054	0,701	25	Bayburt	0,058	0,025	0,304	66
Ordu	0,021	0,048	0,699	26	Batman	0,061	0,026	0,298	67
Çanakkale	0,024	0,047	0,663	27	Bingöl	0,061	0,025	0,290	68
Konya	0,026	0,044	0,628	28	Adıyaman	0,052	0,021	0,286	69
Bursa	0,027	0,044	0,615	29	Hakkari	0,051	0,020	0,281	70
Çankırı	0,031	0,048	0,606	30	Amasya	0,059	0,022	0,270	71
Sivas	0,028	0,043	0,602	31	Tokat	0,061	0,021	0,256	72
Şanlıurfa	0,029	0,043	0,599	32	Erzincan	0,061	0,021	0,254	73
Edirne	0,028	0,042	0,598	33	Tunceli	0,062	0,020	0,244	74
Artvin	0,030	0,044	0,594	34	Giresun	0,059	0,019	0,239	75
Çorum	0,031	0,040	0,568	35	Ardahan	0,061	0,018	0,232	76
Aksaray	0,033	0,042	0,558	36	Osmaniye	0,062	0,017	0,219	77
Aydın	0,035	0,039	0,526	37	Mardin	0,060	0,014	0,192	78
Kastamonu	0,035	0,036	0,506	38	Bitlis	0,063	0,014	0,185	79
İğdır	0,034	0,035	0,505	39	Bilecik	0,066	0,008	0,106	80

Ağrı	0,039	0,037	0,486	40	Muş	0,068	0,005	0,070	81
Balıkesir	0,037	0,034	0,479	41					

Tablo incelendiğinde TÜİK tarafından belirlenen Çevre kriterlerine göre en iyi durumdaki ilimizin İstanbul, en kötü durumdaki ilin ise Muş olduğu görülmektedir.

5.SONUÇ

Bu çalışmada TÜİK tarafından belirlenen çevre kriterleri açısından Türkiye’deki illerin çok kriterli karar verme yöntemlerinden CRITIC ve TOPSIS kullanılarak sıralanmıştır.

Çalışmada öncelikle 5 çevre kriteri CRITIC yöntemi adımları izlenerek ağırlıklandırılmıştır. Çıkan sonuca göre en önemli çevre kriteri “İçme ve kullanma suyu arıtma tesisi ile hizmet verilen belediye nüfusun toplam belediye nüfusuna oranı (0,299)”, en az önemli kriter ise “Kanalizasyon şebekesi ile hizmet verilen belediye nüfusunun toplam belediye nüfusuna oranı (0,144)” olarak belirlenmiştir.

Sonrasında aynı kriterler bakımından Türkiye’deki illerin sıralanması için TOPSIS yöntemi kullanılmıştır. Değerlendirme sonucuna bakıldığında en iyi performans gösteren ilin İstanbul olduğu, en az performans gösteren ilin ise Muş olduğu görülmüştür.

Çalışmanın belirli kısıtları bulunmaktadır. TÜİK, çevre göstergeleri bakımından 5 kriter belirlemiştir. Kriterlerin artması sonucunda il sıralaması değişiklik gösterebilecektir. Aynı şekilde objektif bir ağırlıklandırma yöntemi olarak CRITIC yöntemi kullanılmıştır. Subjektif ağırlıklandırma yapılmak istendiğinde, karar vericilerin düşüncelerine göre ağırlıklarda değişiklikler olabilecektir. İllerin sıralanması için en çok kullanılan ÇKKV yöntemlerinden biri olan TOPSIS kullanılmıştır. Gelecek çalışmalarda AHP, SWARA, EDAS, WASPAS gibi farklı ÇKKV yöntemleri kullanılarak literatüre katkı sağlanabilecektir.

KAYNAKÇA

- Akandere, G. (2021). Kuşak Yol Ülkelerinin Lojistik ve Çevresel Performansının Analizi. *Gaziantep University Journal of Social Sciences*, 20(4), 1893-1915.
- Akandere, G. ve Zerenler, M. (2022). Doğu Avrupa Ülkelerinin Çevresel ve Ekonomik Performansının Bütünleşik CRITIC-TOPSIS Yöntemiyle Değerlendirilmesi. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu Dergisi*, 25 (25. Yıl Özel Sayısı), 524-535.
- Altıntaş, F. F. (2021). Ülkelerin Çevre Performanslarının CODAS ve TOPSIS Yöntemleri ile Ölçülmesi: G7 Grubu Ülkeleri Örneği. *Ulakbilge Sosyal Bilimler Dergisi*, 9(59), 544-559.
- Ayçin, E., ve Çakın, E. (2019). Ülkelerin Çevresel Performanslarının Çok Kriterli Karar Verme Yöntemleri ve Bulanık Mantık Tabanlı Bir Yaklaşım ile Bütünleşik Olarak Değerlendirilmesi. *Eskişehir Osmangazi Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 14(3), 631-656.
- Bilbao-Terol, A., Arenas-Parra, M., Cañal-Fernández, V., & Antomil-Ibias, J. (2014). Using TOPSIS for assessing the sustainability of government bond funds. *Omega*, 49, 1-17.
- Diakoulaki, D., Mavrotas, G., & Papayannakis, L. (1995). Determining Objective Weights In Multiple Criteria Problems: The Critic Method. *Computers & Operations Research*, 22(7), 763-770.
- Guo, J. H. (2017). The efficiency evaluation of low carbon economic performance based on dynamic TOPSIS method. *Journal of Interdisciplinary Mathematics*, 20(1), 231-241.
- Hwang, C.L. and Yoon, K. (1981), *Multiple Attribute Decision Making Methods and Applications*, Springer, New York.
- Lin, C.T. and Tsai, M.C. (2010), "Location choice for Direct foreign investment in new hospitals in China by using ANP and TOPSIS", *Qualitative Quantitative*, Vol. 44, pp. 375-390.
- Masca, M. (2017). Economic performance evaluation of European Union countries by TOPSIS method. *North Economic Review*, 1(1), 83-94.
- Percin, S. (2009), "Evaluation of third-party logistics (3PL) providers by using a two phase AHP and TOPSIS methodology", *Benchmarking: An International Journal*, Vol. 16 No. 5, pp. 588-604.
- Opricovic, S. and Tzeng, G.H. (2004), "Compromise solution by MCDM methods: a comparative analysis of VIKOR and TOPSIS", *European Journal of Operational Research*, Vol. 156, pp. 445-455.
- Önder, E., Taş, N., & Hepsen, A. (2015). Economic performance evaluation of Fragile 5 Countries after the Great Recession of 2008-2009 using analytic network process and TOPSIS methods. *Journal of Applied Finance & Banking*, 5(1), 1-17.
- Onut, S. and Soner, E. (2007), "Transshipment site selection using the AHP and TOPSIS approaches under fuzzy environment", *Waste Management*, Vol. 28, pp. 1552-1559.



BÖLÜM 18

Enerji Geçişı: İngiltere Örneği

Şükrü İnan¹ & Aylin Karacan²

¹ Dr.Öğretim Üyesi, İnönü Üniversitesi İİBF İktisat Bölümü, ORCID: 0000-0002-0648-4718

² ORCID: 0000-0003-0952-6722

1.Giriş

Enerji kaynaklarının kullanımının değişimi ve dönüşümü “enerji geçişi-energy transition” olarak ifade edilmektedir. Enerji geçişi en basit tanımlama ile baskın enerji kaynağından başka bir enerji kaynağına kayışı (Pearson, 2018: 3674) ifade etmektedir. Bu geçişte temel enerji kaynakları insan gücü ve odun ateşinden hayvan gücünün tarım ve taşımacılıkta kullanılmasına, rüzgar ve su kaynaklarının enerji kaynağı olarak kullanılmasına ve sanayi devrimi sonrasında ise daha çok yeraltı kaynaklarından (kömür, petrol ve doğalgaz) enerji elde edilmesine yönelik bir seyir izlemiştir. Günümüzde ise yenilenebilir kaynaklardan elde edilen enerji türlerine kayış söz konusu olmakla birlikte bütün enerji kaynakları ülkelerin sahip olduğu kaynağa ve teknolojik düzeye bağlı olarak bir arada kullanılmaktadır.

Enerji kaynaklarının kullanımındaki değişime etki eden bir çok faktör bulunmaktadır. Günümüzde iklim değişiminin ortaya çıkarabileceği küresel toplumsal ve ekonomik tehditler ve riskler yenilenebilir enerjiye geçişteki en önemli unsur olarak görülmekte (Fouquet ve Pearson, 2012: 1) ve fosil yakıt kullanımından düşük karbonlu ekonomilere geçişin iklim değişimi sürecini yavaşlatacağı öngörülmektedir. İklim değişimi yanında günümüz üretim sisteminin değişimi ve ulaşılan teknolojik düzeyde yenilenebilir enerji üretme maliyetlerinin düşmesi de enerji kaynağının çeşitlendirilmesini ve farklılaştırılmasını sağlamakta ve yüksek enerji kullanan ağır sanayi yerine bilişim teknolojilerine dayanan ve mekandan bağımsızlaşan hizmet üretiminin yaygınlaşması altyapı maliyetlerini minimize eden lokal ve bireysel enerji üretimine yönlendirebilmektedir.

Yine enerji geçişinin en önemli unsuru teknolojik yeniliklerle birlikte enerji maliyetlerindeki düşüştür. Enerji fiyatı gerek üretici kesim için gerekse de nihai tüketiciler açısından kaynak tercihinin temelini oluşturmaktadır. Üretim maliyetini düşüren ve verimliliği arttıran yeni kaynakların tercih edilmesi enerji arzını gerçekleştirenler açısından da yeni kaynaklara yönelmeyi motive etmektedir.

Piyasa koşulları yanında politik tercihler de enerji geçişinde etkili olabilmektedir. Ülkelerin kendi kaynaklarına yönelmeleri, arz sorunları, arz kaynaklarını garanti altına almak, ikili siyasi ilişkiler gibi faktörler enerji kaynağı kullanımını etkilemektedir.

Enerji geçişleri hızlı ekonomik büyüme dönemleri ile ve ekonomik yapı ve aktivitelerdeki önemli dönüşümlerle ilişkilidir (Cipolla, 1962; Wrigley, 1988, 2010; Allen, 2009; Ayres ve Warr, 2009; Mokyr, 2009’dan aktaran Fouquet ve Pearson, 2012: 2).

Bu çalışmada enerji geçişi İngiltere deneyimi üzerinden değerlendirilmektedir. İngiltere'nin ilk sanayileşen ülke olarak geçirdiği ekonomik dönüşüm süreci enerji kaynaklarının kullanımında da gözlenmektedir. Bu geçiş süreci geleneksel biyokütle enerjisinden sırasıyla kömür, petrol, doğalgaz, nükleer ve yenilenebilir enerji kaynaklarına geçiş olarak gerçekleşmiştir.

2. Kömüre Geçiş Süreci

Gelişen toplumsal yapıyla birlikte artan nüfus ve teknik gelişmeler hâlihazırda kullanılan odun enerjisinin yeterli gelmemesine neden olmuştur. Nitekim, 18. yüzyıl sonu itibarıyla hem teknik hem de beşerî özellikler açısından gelişen toplumların elektriği evlerinde ve sanayilerinde kullanmak istemeleri elektriğe olan talebin artmasına neden olmuştur (Özdemir, 2016:19). Elektriğe olan talebin artması ve basit yapıli buharlı makinelerin icadı modern sanayinin temeli kabul edilen demir-çelik sanayisini geliştirmiş ve sanayinin enerji temel girdisi olarak kullanılan kömürün zamanla ön plana çıkmasını sağlamıştır (Doğanay, 1991:9). Bu bağlamda, kömürün enerji gücünden daha fazla faydalanmak istenilmesi kömürde yaşanan talebin artmasına neden olmuştur (Yücel, 1994:70-71). James Watt'ın buharlı makineyi geliştirerek kömürün daha verimli kullanıldığı bir icat hâline getirmesi ile 19. yüzyılda İngiltere'de başlayan Sanayi Devrimi'nin temelleri atılmış ve kömürün sanayide temel enerji girdisi olarak kullanılma süreci başlamıştır (Yücel, 1994:71).

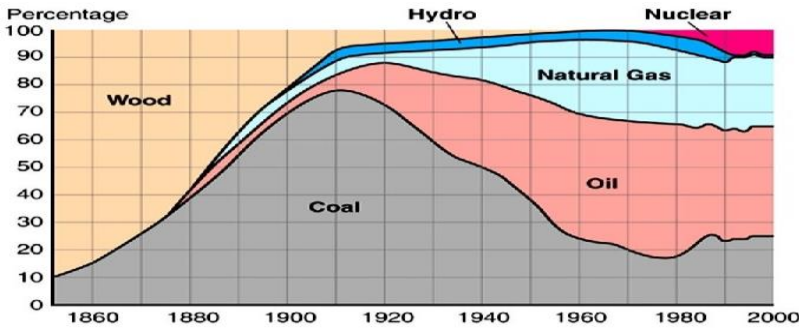
Buharlı makinenin icadıyla başlayan Sanayi Devrimi; insanın kol gücünden elde ettiği enerji ve üretim şekliinden uzaklaşıp, makineye dayalı üretime geçmeyi ifade etmektedir (Yılmaz ve Koyuncu, 2020:1029). Ancak sanayileşme sürecinde yaşanan teknik gelişmeler her ülke için eşit bir şekilde gerçekleşmemiştir (Çetinkaya ve Muratoğlu, 2020:1370-1371). Bu nedenle, Sanayi Devrimi'nin getirdiği teknolojik yenilikler her ülke için benzer özellikler taşımamaktadır. Bu olumsuz koşullara rağmen Sanayi Devrimi'nin başlangıcından itibaren birçok ülkede yaşanan teknolojik gelişmeler kömürün sektör kullanım alanını genişletmiştir. Kömürün kullanılmaya başlamasıyla birlikte demir-çelik sanayisindeki gelişmeler demiryolu ulaşımının gelişmesini sağlamış ve doğal rekabet alanlarının avantajlarını ortadan kalkmasına neden olmuştur (Yücel, 1994:78). Bu dönemde yaşanan bir başka gelişme ise üretimi hızlandırmak ve taşıtların gücünü arttırmak için motor mekanizmasıyla ilgili teknik yapıların geliştirilmesidir.

Mekanik yapıların ve teknolojinin gelişmesi 19. yüzyılın sonlarına doğru petrol ve doğalgaz gibi enerji kaynaklarının sanayide kullanılmaya başlanılmasına neden olmuştur. Ancak da teknik araçların temelinin buhar makinesinin eski me-

kaniğine dayanması (Doğanay, 1991:11) bu enerji kaynaklarını verimsiz hâle getirmiştir. Bu durum; içten yanmalı motorların icat edilmesine kadar devam etmiş ve bu dönemden sonra motorlarda kullanılan enerjinin petrole dayanması petrolün kullanımını arttırırken (Doğanay, 1991:59) kömürün kullanımını azaltmıştır (Grafik 1). Petrolle birlikte kullanımı artan bir diğer enerji kaynağı ise doğalgazdır. Doğalgazın uzak yerlere götürülmeye başlanması ve aynı zamanda düşük fiyatlı bir ısı kaynağı olması kömürün enerji olarak en çok kullanıldığı sanayilerden olan demir-çelik sanayisinde de (Yücel, 1994:107) tercih edilmesine neden olmuş ve bu durum kömür kullanımını olumsuz etkilemiştir (Grafik 1).

1914-43 yılları arasında yaşanan olumsuzlukları engellemek için kömürde yapılan yoluna gidilmiştir. Yapılanmanın nedeni ise Birinci ve İkinci Dünya Savaşı, Dünya Ekonomik Krizi ve kömürün diğer enerji kaynakları karşısında önemini kaybetmeye başlamasıdır (Yücel, 1994:79-81). Özellikle Birinci Dünya Savaşı'ndan sonra teknik ve mali sıkıntılar yaşanmasının yanında nüfusta ciddi azalmalar da olmuştur. Bu nedenle enerjinin, özellikle de kömür üretiminin artmasına karşın alınan randımanın düşmesi ekonomiyi olumsuz etkilemiştir (Yücel, 1994:79). Nitekim Sanayi Devrimi'nden beri ilk kez bütün sanayi ülkelerinin üretimi neredeyse durma noktasına gelmiş, yapılan üretimler %20 oranında azaltmıştır (1913-1921) (Hobsbawn, 2008:194). Sanayileşmiş ülkelerde yaşanan ekonomik daralma dünya toplam enerji üretiminde kömürün payının azalmasına ve kömürün yerine yeni kaynak arayışlarının başlamasına neden olmuştur. Ayrıca bu dönemde geleneksel kaynaklara kısa süreli de olsa, savaş, ekonomik buhran ve siyasal istikrarsızlıklar nedeni ile yeniden dönüş söz konusudur.

Grafik 1: 1860-2000 Dünya'daki Enerji Kaynaklarının Kullanımı (%)



Kaynak: <https://slidetodoc.com/geology-of-fossil-fuels-natural-resources-n-global/> Erişim Tarihi: 11.01.2022

Birinci Dünya Savaşı'nın başında %80'lere varan kömür payı 1900'lü yılların başında %70'lere kadar gerilemiştir ve toplam enerji kullanımındaki payı Çin

Halk Cumhuriyeti'nin dünya ekonomisine katılımına kadar sürekli bir düşüş göstermiştir (Grafik 1). 1929 Dünya Ekonomik Krizi öncesine kadar ekonomide kısmi olarak üretim artışı yaşansa da krizle birlikte üretimler üçte bir oranında azalmıştır (Hobsbawn, 2008:194). Dünya ticaretinde de yaşanan korumacı ve "komşuyu zarara sokma" politikaları ile bu durum perçinlenmiştir ve bu durumun en önemli sebebi ise sermaye, işgücü ve mal akımlarının azalmasıdır (Hobsbawn, 2008:194). Üretimde görülen azalmanın kömürün kullanımını da azaltmış olmasının yanında 1930'lu yıllarda diğer enerji kaynaklarının da kullanılmaya başlanması, kömür üretimini ve kullanımını zaman itibarıyla olumsuz etkilemiş (Yücel, 1994:80) ve kömürün kullanım payını %60'lara kadar düşürmüştür. 1939-45 yılları arasında yaşanan İkinci Dünya Savaşı ise ABD hariç neredeyse tüm üretim bölgelerinde ağır tahribata neden olurken (Yücel, 1994: 80) yaşanan savaş durumu 1940'lı yıllarda kömürün payını etkileyerek kömür kullanım oranını %50'ye kadar indirmiştir. Gelişmekte olan ülkelerin ve büyük kömür rezervine sahip ülkelerin kömür üretimine yönelmeleri ile kömürün toplam enerji üretimindeki payı 1990'lı yıllarla birlikte kısmen artış gösterse de karbon salımını azaltmaya yönelik küresel politikalarla kömürün payının yeniden azalma eğilimine gireceği öngörülmektedir.

2.1. İngiltere'de Kömüre Geçiş Süreci

İngiltere, dünyanın ilk sanayi gücüne sahip olan ülkesi olmakla beraber kol emeğine dayanan işçi sınıfının da çoğunlukta olduğu ülkeler arasındadır (Hobsbawn, 2008:16). Bu yüzden hem kol gücünü hem de makineleri kullanarak tonlarca kömürü madenlerden çıkarabilmiştir (Hobsbawn, 2008:24).

İngiltere genellikle dükkân sahiplerinin ülkesi olarak adlandırılıyor ve ülkenin vatandaşlık tipinin sanayi değil tüccarlık olduğu, bu nedenle İngiltere'nin hem müşteri çeken hem de piyasa da üretim yapan üreticilerin olduğu bir ülke özelliği gösterdiği düşünülüyordu (Hobsbawn, 2008:24,26). Bu çerçevede; İngiliz sanayisi, başkalarının pazar alanına girecek serbest ticaret gücünü elde edene kadar genel olarak diğer ülkelere karşı koruyacağı bir iç pazar yaratmıştır (Hobsbawn, 2008:29-30). Nitekim, iç pazar sürekliliği ve büyüklüğü ile Sanayi Devrimi öncesinde bir avantaj sağlayarak ekonomik büyümeyi arttırmış ve dinamik ihracat sanayilerini de karşılaşılabilecek dalgalanmalara karşı hazırlıklı hale getirerek sanayi ekonomisi için de geniş bir temel oluşturmuştur (Hobsbawn, 2008:44).

Zamanla iç pazarın yatırım malları için de bir pazar oluşturması özellikle kentlerdeki şömine sayısının artmasıyla kömür üretimini daha da arttırmasına neden olmuştur (Hobsbawn, 2008:43-44). Bu durum ise İngiltere'nin kömür sanayisini,

sanayileşme öncesinde sağlam bir temel oluşturabilmiş ve üretim miktarını Sanayi Devrimi öncesi bile milyonlarca tona ulaşabilmesini sağlamıştır (Hobsbawn, 2008:43-44). Bu bağlamda, 1551-60 yılları arasındaki kömür üretimi 210.000 ton iken, 1681-90 yılları arasında 3 milyon tona ulaştığı tahmin edilmektedir (Yücel, 1994:69). 17. yüzyılın sonlarına doğru evlerde artan kömür talebi kömürün odunun önüne geçmesine neden olmuş ve odun toplam enerji tüketiminin sadece %20'sini oluşturmuştur (Yücel, 1994:69). Bununla birlikte demir ocaklarının işletmeye açılması, sabun ve cam yapımı, boyama ile kimyasal ve endüstriyel alanlarda yaşanan teknolojik gelişmeler kömürün odun yerine tercih edilmesine neden olmuştur (Yılmaz ve Koyuncu, 2020:1023).

İngiltere de başlayan ve daha sonra tüm dünyaya yayılan Sanayi Devrimi, o güne kadar yapılan geleneksel el işi üretimi yerine kitle halinde mal üreten makine sistemine geçiş başlamıştır (Yılmaz ve Koyuncu, 2020:1029). Bu geçişte kullanılan Newcomen makineleri kömür kullanımında tasarruf yaratmaması nedeniyle kömür üretiminin artmasına ve kömür yataklarının yanına üretim tesislerinin kurulmasına neden olmuş (Yılmaz ve Koyuncu, 2020:1024) ve bu durum İngiltere'yi Avrupa'nın kömür merkezi yapmıştır (Appleby, 2012:147).

Tablo 1: İngiltere’de Sektörlere Göre Kömür Tüketimi (%)

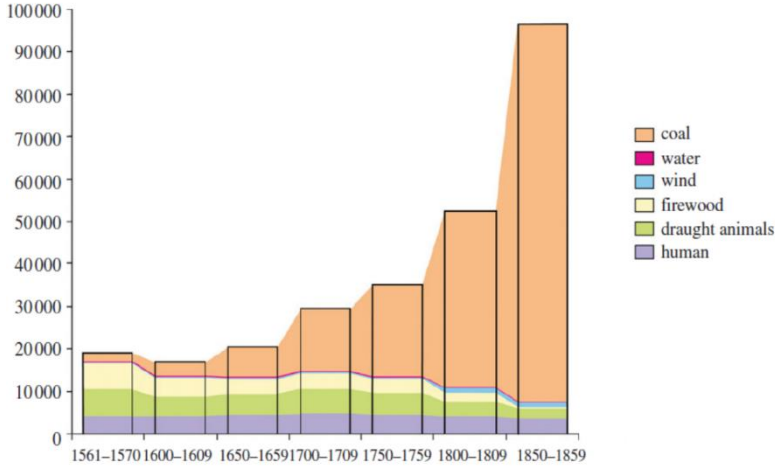
Sektörler/Yıllar	1840	1869	1887
Çelik Endüstrisi	25	30	17
Maden	3	7	7
Taşıma	1,5	5	12
Gaz ve elektrik	1,5	6	6
Diğer endüstriler	32	26	26
Konutlar	32	17	17

Kaynak: Energy Economics, Cambridge University Press’in 1981:99’dan aktaran Yücel, 1994:70’te belirtilen verileri kullanılarak hazırlanmıştır.

İngiltere’nin kömür sanayisinde yaşadığı bu hızlı değişimin temelinde Tudor döneminde yaşanan odun kriz de etkili olmuştur. Odunun bu dönemde kıtlaşması ve pahalılaşmaya başlaması kömürün İngiltere için önemini arttırmıştır. Yaşanan bu gelişmeler Sanayi Devrimi’nin etkilerini 18. yüzyılın sonuyla birlikte göstermiştir. İngiltere, Sanayi Devrimi’nin ilk çeyreğinde en büyük gelişmeyi tekstil sektöründe yaşamış, 1840 yılından sonra da demiryollarına yapılan yatırımlar taşıma sektörünün gelişmesini sağlamıştır (Yılmaz ve Koyuncu, 2020:1025). 1850 yılından sonra ise çelik sanayisinin doğuşu başlamıştır (Hobsbawn, 2008:65-66). Tüm bu gelişmeler sonucunda İngiltere’nin temel enerji kaynağı haline gelen kömür üretimindeki artış kentleşmeyi de arttırmış ve bu durum şömüne sayısını da

etkileyerek konutlarda yakınılan kömür miktarını arttırmış (Yılmaz ve Koyuncu, 2020:1037).Sektörlerde yaşanan kömür tüketim artışı İngiltere'nin enerji dönüşümünü de etkilemiştir. Nitekim İngiltere ilk yıllarda enerji elde etmek için insan, odun ve yük hayvanlarından yararlanmıştır. Bu kaynakların yanında ayrıca 1800 yılların sonunda deniz taşımacılığı için rüzgâr enerjisinden de (Doğanay, 1991:9) kısmen yararlanılmıştır.

Grafik 2: İngiltere'nin Kişi Başı Yıllık Enerji Tüketimi (Ton)(1561-1859)



Kaynak: Wrigley, 2013:94.

İngiltere'nin modern ekonominin gelişmeye başlamasında 1500-1750'li yıllar arasındaki ücret ve fiyatlarda görülen farklılıklar etkili olmuştur (Yılmaz ve Koyuncu, 2020:1034). Bu duruma özellikle o yıllar arasında İngiltere'de kömürün oldukça ucuz olması neden olmuştur (Yılmaz ve Koyuncu, 2020:1034). Bu bağlamda, buhar makinesinin icadıyla kömürün kullanımının artması sermaye çekiciliğinin de artmasına neden olmuş ve bu durum teknolojik gelişmelerin artmasını sağlayarak İngiltere'nin 1500'den sonra küresel bir ekonomi oluşturmasını sağlamıştır (Yılmaz ve Koyuncu, 2020:1035). Bu nedenle, yaşanan ilk Sanayi Devrimi'nin birinci dalgası küreselleşmenin bir sonucu olarak düşünülebilir (Allen, 2012:2).

Kömür, 1700'li yılların ilk yarısından itibaren yüklü sanayi üretimini arttırsa da İngiltere bu imalat sanayisinin ithalatını tamamen yasaklayarak imalatçıların iç pazarda rahat hareket etmesini sağlamıştır (Hobsbawn, 2008:53). Bu durum tekstil için önemli bir gelişme sağlasa da Sanayi Devrimi'nin getirdiği yenilikler iktisadi gelişmelerin yatırım mallarına, kömüre ve demire yönelmesine neden olmuştur (Hobsbawn, 2008:100). Demiryolu inşaatlarının başlamasıyla uluslararası

pazarlara açılmaya başlanması (Doğanay, 1991:9) ihracat konusu ürün sayısını ve miktarını arttırmıştır (Tablo 2).

Tablo 2: İngiltere'nin Ürün Gruplarına Göre İhracatı (%)

Ürün/Yıllar	1830	1850	1870
Pamuk ipliği ve ürünleri	50,8	39,6	35,8
Diğer dokuma ürünleri	19,5	22,4	18,9
Demir, çelik, makine, taşıt	10,7	13,1	16,8
Kömür, kok kömürü	0,5	1,8	2,8

Kaynak: Hobsbawn, 2008'den Aktaran Doğanay, 1991:9.

İngiltere'nin yaptığı demir-çelik ve kömür ihracatı genişleyen bir piyasanın oluşmasını sağlamıştır (Hobsbawn, 2008:101). Bu durum İngiltere'nin yeni pazarlara açılmasına ve var olan pazarlarında genişletilmesi için itici bir güç olmuştur (Hobsbawn, 2008:101). Demiryollarının gelişmesi sadece kömüre olan talebi arttırmamış, aynı zamanda diğer sanayi merkezlerine kömürün ucuz bir şekilde taşınmasını sağlamıştır (Yücel, 1994:69). Nitekim İngiltere'nin Sanayi Devrimi sayesinde döneminin en güçlü ülkelerinden biri olmasını sağlayan kömür, ülkenin kalkınması ve gelişmesini sağlayarak uluslararası ticaretini de etkilemiştir.

3. Petrole Geçiş Süreci

ABD, İngiltere, Fransa ve Almanya gibi sanayisinin temelini kömürle kurmuş olan devletlerin 17. yüzyıl sonlarından itibaren, otomobil ve otomobil mekaniği ile ilgili çalışmalar yapmaya başlaması (Doğanay, 1991:59) petrole değer kazandırmıştır. Rusya'nın 1846'da ilk petrol kuyusunu açması ve yine aynı yıl Kanada'da Abraham Gesner'in petrolü damıtarak gazyağı elde etmesi petrolün endüstri alanında kullanımını başlatmıştır (Acar vd., 2007:29). Bu bağlamda, petrolün piyasası canlanmış ve hem talep hem de petrol sektörü genişlemiştir. 19. yüzyılda yaşanan bir başka gelişme ise elektriğin keşfedilmesidir. Bu keşif, petrolün aydınlatmada kullanımı azaltmış olsa da içten yanmalı motorların otomobillerde kullanılmaya başlanması petrol endüstrisini canlandırarak petrolün kullanımını artırmıştır (Acar vd., 2007:29). Bu süreçten sonra petrolün kârlı bir kullanım aracı olması yönüyle kömür kullanan birçok fabrika, gemi ve trenlerde petrol ve türevlerini kullanmaya başlamışlardır.

Petrolde yaşanan önemli gelişmelerden biri de Orta Doğu'da petrolün bulunması ve dünya ticaretine dahil olmasıdır. Bu doğrultuda 1908 yılında İran'da Tom ve John Morgan kardeşler ile İngiliz D'Arey ve o dönem donanmada görev yapan Winston Churchill'in yardımıyla kurulan British Petroleum (BP) şirketi, yaşanan bu gelişmenin öncüsü olmuştur. Orta Doğu'da çıkarılan petroler BP, Gulf,

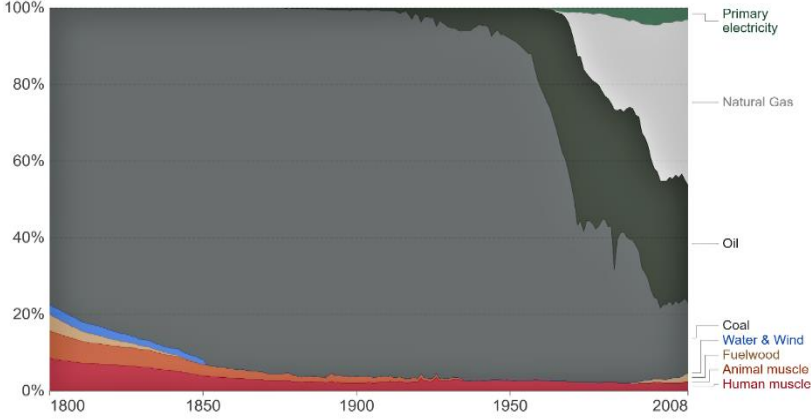
Texas, Standart Oil of California diğer adıyla EXXO ve Mobil Oil adlı yedi petrol şirketinin egemenliğine girmiştir. Bu petrol şirketleri dünyada var olan rezervin %70'inin üretimini, %60'tan fazlasının da denetimini gerçekleştirmişlerdir (Doğanay, 1991:70). 1960 yılında Orta Doğu petrol fiyatları ve üyelerinin haklarını korumak için kurulan OPEC (Organization of Petroleum Exporting Countries) ile şirketlere karşı birlik oluşturabilmiştir (Acar vd., 2007:36). Nitekim ilk Petrol Krizi'ne kadar iki blokta petrolde söz sahibi olmaya çalışmış ve petroldeki yükselişinden pay almak istemiştir (İstikbal, 2018:105). Ancak yaşanan ikinci Petrol Krizi sonucunda petrol şirketlerinin zayıflaması, OPEC'in ise petrol piyasasında güç kazanması (İstikbal, 2018:105) petroldeki dengeleri değiştirmiştir. 1980'li yıllardaki üçüncü Petrol Krizi'nde petrol üreticilerinin birlikte hareket etmesi petrol fiyatlarının belirli bir seviyede kalmasını sağlamıştır (Yücel, 1994:107).

2000'li yıllarda da petrole olan talep devam etmektedir. Ancak enerji kaynaklarındaki değişim genellikle maliyetli ve yavaş bir şekilde ilerlediği (Kablamacı, 2004:14) için petrolün enerji değişimi de yavaş gerçekleşmektedir. Nitekim enerji değişiminde etkili olan enerji fiyatları, rekabetleri ve talep etkisi ülkelerin sermaye maliyetleri ve teknolojik ilerlemesiyle doğru orantılı ilerlediği için (Noreng, 2004:49) enerji değişim sürecini iyice zorlaştırmaktadır.

3.1.İngiltere'de Petrole Geçiş Süreci

Sanayileşmenin başlangıcında yer alan buluşlar; karmaşık kurumların veya anlaşılması güç bilgilerin olmadığı basit bir yapıya sahipti (Hobsbawn, 2008:160) ve bu basit yapı içinde tercih edilen enerji kaynağı da kömür olmuştur. Biokütle enerjisi ile benzer özelliklere dayalı olarak kömürden enerji elde etme anlayışı sanayide ve hizmetlerde ortaya çıkan teknolojik değişimlerle ve ihtiyaçlarla yeni bir evreye girmiştir. Giderek artan teknik gelişmeler petrolün 20. yüzyılın en önemli kaynağı olarak görülmesini sağlamıştır (Doğanay, 1991:60). Bu durumun meydana gelmesini sağlayan teknik gelişmelerin başında; elektrik motor, içten yanmalı motor, telefon, elektrik ampulü gibi icatlar yer almaktadır (Günay vd., 2018:13). Bu gelişmeler, icatlara dayalı sanayiler dönemine geçilmesini sağlamıştır Nitekim bu dönemde en çok kullanılan kaynak petrol olmuştur (Seçmen, 2021:84) (Grafik 3).

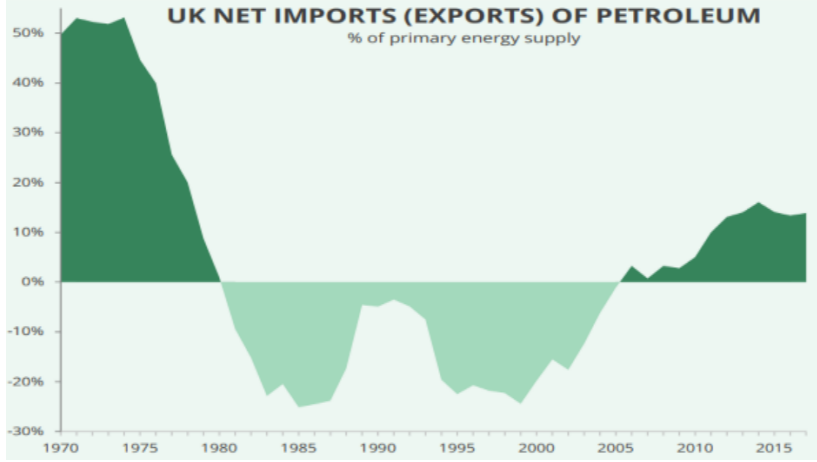
Grafik 3: 1800-2019 Yılları Arasında İngiltere'nin Enerji Üretimi (%)



Kaynak: Our World In Data <https://ourworldindata.org/grapher/long-term-energy-transitions?country=~England+%26+Wales> Erişim Tarihi:29.01.2022

İngiltere, yarattığı sanayi gücüyle birlikte petrol üretimi en iyi olan ülkelerden biri olmasına karşın petrol üretiminde yeni bir üreticiydi (Doğanay, 1991:126). Fakat petrol yataklarının İngiltere sınırı içinde değil de Kuzey Denizi Kıta Sahası'nda olması üretimi olumsuz etkilemiştir. Bu nedenle İngiltere buradaki petrolden ve doğalgazdan yararlanmak için 1955 yılından itibaren Kuzey Denizi'nde etkili sismik araştırmalar yaparak petrol üretimine başlamıştır (Doğanay, 1991:126). Kuzey Denizi'nde yaşanan bu gelişme İngiltere'nin petrol üretimini oldukça artmış ve bunun sonucunda da 1975 yılında üretimini 77,8 milyon tona, 1980 yılında 80 milyona tona, 1985 yılında ise 102 milyon tona ulaştırmıştır (Doğanay, 1991:126) (Grafik 3). Üretim ve tüketimde yaşanan bu gelişmeler karşısında İngiltere 1980'lerin başında Kuzey Denizi'nin de üretime açılmasıyla net bir ham petrol ihracatçısı hâline gelmiştir (EIA, 2014). Diğer taraftan, 1990'ların sonunda Kuzey Denizi rezervi azaldıkça petrol üretimde düşüş yaşanmış ve 1999-2005 arası ihracattan daha çok ithalata yönelmiştir (Bolton, 2018:6). Bu nedenle İngiltere, 2005'ten sonra petrol net ithalatçısı konumuna gelmiştir (EIA, 2014).

Grafik 4: 1970-2015 Yılları Arasında İngiltere'nin Petrol Dış Ticareti (%)



Kaynak: Bolton, 2018. Energy Imports and Export <https://researchbriefings.files.parliament.uk/documents/SN04046/SN04046.pdf> Erişim Tarihi: 21.02.2022

İngiltere, 2005'te net ham petrol ithalatçısı olmasına karşın net petrol ihracatçısı olma durumunu da devam ettirmiştir (Bolton, 2018:6). Diğer taraftan İngiltere'de dahil olmak üzere Avrupa ülkelerinin ve bazı Amerikan şirketlerinin petrol rafinelerinin kapatılmış olması petrol üretiminin düşmesine, yüksek ham petrol maliyetleri ile birlikte ihracat pazarlarında azalan rekabet gücü nedeniyle zorluklar yaşamasına neden olmuştur (EIA, 2014). Bu durum İngiltere'nin 2013'te net petrol ürünleri ithalatçısı olmasına yol açmıştır (EIA, 2014).

4. Doğalgaza Geçiş Süreci

Doğalgaz; eski çağlardan itibaren bilinen ve kullanılan bir enerji kaynağı olmuştur. Günümüzde de temiz enerji kaynağı olma özelliği ile hâlâ tercih edilen doğalgaz; günümüzden milyonlarca yıl önce yaşamış bitki ve hayvanların kalıntılarından oluşan bir enerji kaynağıdır. Doğalgazın bulunduğu yerlerin genellikle petrol alanları olması (Bayraç, 2018:13-16) petrolle birlikte eski çağlardan itibaren keşfedilmesini ve kullanılmasını sağlamıştır.

Basit alanlarda kullanılan doğalgaz, 17. yüzyıldan sonra hayatın içine girmeye başlamış ve İtalya tarafından hem ısınma hem de aydınlatma amacı ile kullanılmıştır (Bayraç, 2018:16). 1815'te ABD'nin Batı Virginia Charleston bölgesinde ilk defa üretim sektöründe yer alarak tuz madenlerinden kullanılmıştır (Doğanay, Özdemir ve Şahin, 2011:296).

İngiltere'nin doğalgazı ticari bir unsur olarak kullanan ilk devlet olması doğalgaz için bir milat olmuştur (Bayraç, 2018:16). 1785'te doğalgazdan elde ettikleri havagazı ile sokak lambalarını aydınlatmaları da doğalgaz için önemli bir

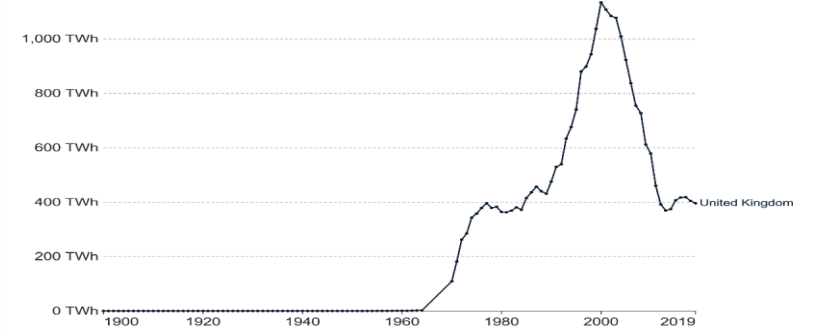
gelişmedir. ABD’de doğalgazın taşınması için tasarlanan boru hatlarının yapılması 1872’de gerçekleşmiş ve özellikle 1880’de Sanayi Devrimi’nin getirdiği mekanik üretim teknolojileri ve teknikleri enerjiye duyulan ihtiyacı arttırmıştır (Yücel, 1994:107). Bu durum demir-çelik endüstrisini de etkilemiş ve nispeten düşük fiyatlı doğalgazdan yararlanmak istemeleri doğalgazın talebini arttırmıştır. Bu talebi karşılamak için 1891’de ilk defa 120 mil uzunluğunda bir boru hattı yapılmıştır. 1951 yılında ise doğalgaz boru şebekesi ile ilgili yapılan çalışmalar neticesinde 1.840 mil uzunluğunda kıtalararası boru hattı inşa edilmiştir. Bu durum neticesinde Kuzey Amerika kıtasında başlayan doğalgazın ilerleyişi 1950’lerin ilk çeyreğinde Sovyetler Birliği’ni de etkilemiş ve önemli gaz rezervlerini bulmaya ve kullanmaya başlamıştır (Bayraç, 2018:16). Böylelikle uluslararası doğalgaz piyasası oluşmaya başlamış ve 1960’tan sonra başlayan denizaşırı doğalgaz nakli de (Bayraç, 2018:16) piyasanın canlanmasını sağlamıştır. Tüm bu gelişmelere karşın doğalgaz; petrol ve kömür gibi enerji kaynaklarının arkasında kalmıştır. Ancak 1970’te yaşanan Petrol Krizi doğalgazın yükselmesine sağlayacak bir şans doğurmuş ve doğalgaz için başka bir milat oluşturmuştur (Bayraç, 2018:16). Çünkü yaşanan bu kriz Almanya, İngiltere ve Fransa gibi sanayileşmiş Batı Avrupa ülkelerini de doğalgaz kullanmaya sevk etmiş olması (Bayraç, 2018:16), doğalgazın taşınması içinde gereken modern tekniklerin kullanılması- nın önünü açmış ve enerjiye kolay ulaşma imkânı vermiştir. 1980’den sonra doğalgazın ülkeler için temiz bir enerji kaynağı olarak görülmesi, yüksek ısıl değeri- ne sahip olması, kolay taşınabilmesi ve fiyatının diğer alternatif kaynaklara göre daha uygun (Erdoğan, 2016:54) bir enerji kaynağı olması nedeniyle talebini zaman içinde artırmıştır.

4.1. İngiltere’de Doğalgaza Geçiş Süreci

1960 yıllarda dünya ekonomi politiğinde yaşanan değişimler; eski sömürge- lerin bağımsızlıklarını kazanmaları, enerji kaynakları üzerinde millileştirme ça- baları, enerji alanındaki uluslararası işbirlikleri ve Kuzey-Güney ülkeleri arasın- daki ayrışma, enerji kaynaklarının sanayileşmiş ülkeler açısından verimlilik ve arz güvenliği açısından sorgulanmasına neden olmuştur. 19. yüzyıl başlarında kö- müre olan bağımlılık 20. Yüzyılın başlarından itibaren petrole yönelmiş, 20. yüz- yılın sonlarında petrol dünya ekonomileri için yüksek bağımlılık oluşturmuştur (Elmas, 2019:34-35). Başta İngiltere olmak üzere birçok ülke bu bağımlılığı ön-lemek ve verimliliği artırmak için doğalgaza yönelmeye başlamıştır. Nitekim do-ğalgazın üretimi ve dağıtımı için gerekli teknik donanımın tam olarak tamamlan- namaması İngiltere için doğalgaz üretimini geciktirmiştir. Avrupa ülkeleri bu du- rumu 1960’lı yıllarda halledebilmiştir (Yücel, 1994:639). Tüm bu gecikmeye karşı İngiltere 1960’lı yıllardan sonra doğalgaz üretimini oldukça arttırmıştır

(Grafik 5). Özellikle 1970’te yaşanan ve etkisi 1980’lere kadar devam eden Petrol Krizi nedeniyle 1980 sonrasında doğalgaz üretimini artırmıştır (Grafik 5). Ayrıca kömür ve petrolün eski tip kaynak olmasının yanında maliyetli de olmaları doğalgazı ön plana çıkarmıştır (Bayraç, 2018:18). Bu maliyetlerin yanında eski tip kaynakların çevre üzerindeki olumsuz etkileri de doğalgazın özellikle konutlardaki kullanımını teşvik etmektedir.

Grafik 5: 1900-2019 Yılları Arasında İngiltere’nin Doğalgaz Üretimi (TWh)



Kaynak: Our World In Data <https://ourworldindata.org/grapher/gas-production-by-country?tab=chart&country=GBR> Erişim Tarihi:12.02.2022

Doğalgaz, İngiltere de dahil olmak üzere Batı Avrupa hükümetleri tarafından hem talep hem de arz yönünden baskıya uğramıştır (Yücel, 1994:651). Bu baskının nedeni ise Petrol Krizi sürecinde yaşanan fiyat artışlarında yaşanan kötü durumun doğalgazda da yaşanmasının önüne geçilmesinin istenilmesidir.

Tablo 3. İngiltere’de Doğalgaz Tüketiminin Sektörlere Dağılımı (1987)

Konut Hizmet Sektörü	%48
Endüstri Sektöründe	%31
Elektrik Üretiminde	%1
Birincil Enerji Tüketiminde	%19

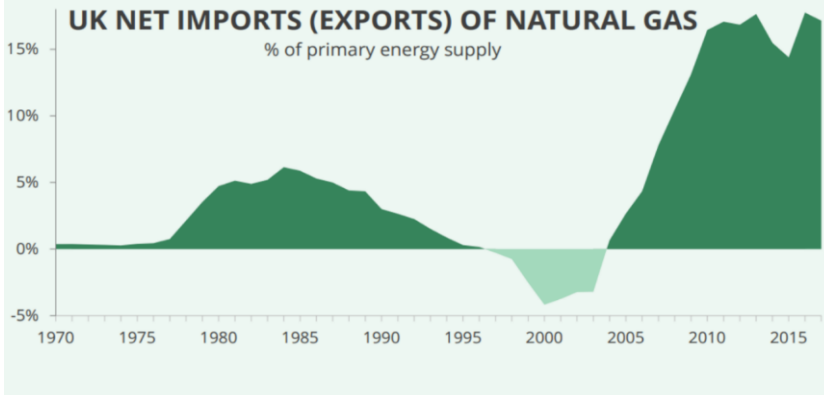
Kaynak: Veriler J.Percebois-Le Marche European du Gaz Naturel a L’Aube du Marche Unique-Energie Internole-1989-1990-Grenoble tarafından alınmış olan Yücel, 1994:651’inden alınmıştır.

İngiltere başta olmak üzere Batı Avrupa ülkeleri doğalgaz açısından petrole göre daha şanslıdır (Yücel, 1994:651). Bu nedenle özellikle 1980 sonrası petrolden kısmi olarak uzaklaşılması doğalgazın farklı sektörlerde kullanımını arttırmıştır (Tablo 3).

Sanayi Devrimi’nin ilk zamanlarında konutların ısıtmasında kömürden yararlanan İngiltere’nin bu dönemde doğalgaza daha fazla rağbet gösterdiği görülmek-

tedir. Nitekim, İngiltere'nin petrolde olduğu gibi doğalgazı da Kuzey Denizi'nden çıkarılmaya başlaması hem doğalgazın üretimini hem de uluslararası ticaretini etkilemiştir. Evde ve sanayide kullanılan doğalgaz talebini, 1980'li yılların başı itibariyle de ithalat hacmini giderek artırmıştır (Bolton, 2018:6-7).

Grafik 6: 1970-2015 Yılları Arasında İngiltere'nin Doğalgaz Ticareti (%)



Kaynak: Bolton: 2018. Energy Imports and Export <https://researchbriefings.files.parliament.uk/documents/SN04046/SN04046.pdf> Erişim Tarihi: 21.02.2022

İngiltere'nin 1990 yılı itibariyle doğalgaz ithalatı azalmış ihracatı artmış olsa da doğalgaz tüketiminin hızla artması ve üretimin düşmesi ülkeyi net doğalgaz ithalatçısı konuma getirmiştir (Bolton, 2018:7). Doğalgaz üretiminin düşmesiyle birlikte 2004 yılından sonra net doğalgaz ithalatçısı olmuş ve 2010 yılından sonra net ihracat yüzdesi istikrarlı bir seviye de kalmıştır (Bolton, 2018:7).

5. Nükleer Enerjiye Geçiş Süreci

Nükleer enerjinin tarihi milattan önce 400'lü yıllara denk gelen ve maddenin kendisinden daha küçük bir parçaya ayrılamayan yapı olan atomun keşfedilmesi ile başlamıştır. Bilimsel olarak nükleer enerjinin ortaya çıkışı ise 1895'te Wilhelm Röntgen'in iyonlaştırıcı radyasyonu keşfetmesi ile farklı bir ışın olan X ışını bulmasıyla başlamıştır (Usta, 2019:6). Ardından 1896'da Henry Becquerel'in X ışından farklı bir ışın türü olan ve uranyum madeninden türetilen radyoaktivite olgusunu oluşturması sonucunda (Usta, 2019:6) radyoaktivite üzerine çalışmaya başlayan Marie ve Pierre Curie ile nükleer enerjinin bilimsel keşfi gerçekleşmiştir. 1942 yılına gelindiğinde ABD'de bulunan Chicago Üniversitesi'nde Enrico Fermi tarafından ilk kez zincirleme reaksiyon denemesi yapılmış ve başarılı olmuştur. Yaşanan tüm bu olumlu gelişmelerin yanında 1945'te Japonya'nın Hiroşima ve Nagazaki kentlerine atom bombası atılması nükleer enerjinin gücü ile

ilgili gerçek bir sonuç alınmasına neden olmuştur. Yaşanan bu olumsuz gelişmeye rağmen nükleer enerjinin oluşumuyla ilgili gelişmeler devam etmiş ve 1951 yılında ABD’de deneysel olarak ilk kez nükleer enerjiden elektrik elde edilmiştir (Güenalp, 2006:196). 1945’ten itibaren nükleer enerjiden elektrik üretimi için çalışmalar yapan Rusya ise 1954’te nükleer enerji santralini işletmeye açmıştır (Doğanay, 1991:203).

İkinci Dünya Savaşı’nda gerçek önemi ve gücü anlaşılan nükleer enerjinin güvenli olmasının yanında santral, yakıt ve işletmesindeki maliyetinin düşük olması (Ergün ve Polat, 2012:36-37) nükleer enerjiyi ön plana çıkarmıştır. Tüm bu olumlu yanlarına rağmen nükleer enerji olası bir savaş durumunda ciddi bir tehlike de oluşturmaktadır. Bu bağlamda, 1953 yılında atomun güçlü bir silah olduğunun farkında olan Birleşmiş Milletler Genel Kurulu (BMGK) nükleer silahlanmanın önüne geçmek için “Barış için atom” isminde bir program tavsiye etmiştir. 1956 yılına gelindiğinde ise İngiltere’nin Caider Hall nükleer reaktörünü devreye sokması ülkelerin nükleer enerjiye yönelimlerini arttırmıştır. Nitekim daha önce nükleer enerjiden yararlanmak için nükleer iş birliği amacıyla sunulmuş olan “Barış için atom” programı Soğuk Savaş nedeniyle bağlayıcı olamamıştır.

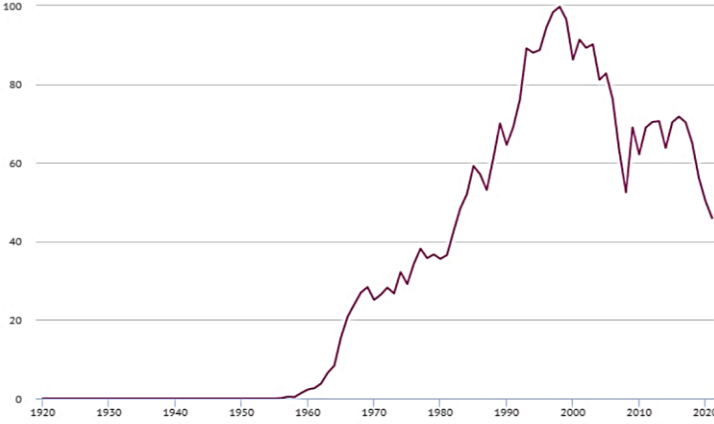
Birçok ülkede yaşanan nükleer kazalar ile son olarak 2011 yılında Japonya’nın Fukushima nükleer santrallerindeki patlama ülkelerin nükleer enerjiye duyduğu güveni sarsmıştır (Sevim, 2015:214). Bu nedenle, başta Belçika, Almanya, İsviçre ve İspanya olmak üzere birçok ülke kademeli olarak (Yıldırım ve Örnek, 2007:35) nükleer santrallerini kullanımdan kaldırmayı planlamaktadır.

5.1. İngiltere’de Nükleer Enerjiye Geçiş Süreci

İngiltere, İkinci Dünya Savaşı’ndan sonra nükleer enerjinin önemi artınca atom araştırmalarını arttırmış önce araştırma reaktörleri daha sonra ise askeri plütonyum üretim reaktörleri yapımına başlamıştır (Yücel, 1994:117). Nitekim önemli bir kömür ihracatçısı olan İngiltere’nin de enerji ithal oranı artmaya başlamış (1955’te %17 ve 1974’te %53) ve bu nedenle nükleer santrallerine önem vermek durumunda kalmıştır (Yücel, 1994:177). Bu bağlamda 1956 yılında nükleer enerjiden elektrik elde etme amacıyla yararlanan ilk ülke İngiltere olmuş (Doğanay, 1991:203) ve nükleer enerji üretimine başlamıştır (Grafik 7).

İngiltere, askeri amaç doğrultusunda kullanmak üzere plütonyum üretmek için var olan nükleer santrallerini Atom Enerjisi Komitesi’nin işletmesine vermiştir (Yücel, 1994:117). İlk sivil nükleer santral ise 1962 yılında İngiliz Elektrik Kurumu tarafından işletilmeye başlanmıştır (Yücel, 1994:117). Bu durum nükleer enerji santral sayısının artmasına neden olmuş ve 1980 yılından sonra elektrik üretimi artmaya başlamıştır (Doğanay, 1991:203) (Grafik 7).

Grafik 7: 1920-2020 Yılları İngiltere'nin Nükleer Enerji Üretimi (%)



Kaynak: Evans, 2022. Carbon Brief <https://www.carbonbrief.org/analysis-uk-nuclear-output-falls-to-lowest-level-since-1982> Erişim Tarihi:13.02.2022

Ancak artan nükleer enerji gücü zamanla azalmaya başlamıştır. Bunun en önemli nedeni nükleer enerji reaktörlerinde yaşanan patlamalardır. Son yıllarda İngiltere'nin reaktörleri kapatması nedeniyle 2021'de %9'luk bir düşüş yaşamıştır.

6. Yenilenebilir Enerji Kaynaklarına Geçiş Süreci

Çevre, insanların içinde bulunduğu ve faaliyet sürdürdüğü doğal veya yapay şekilde var olan bir ortamdır. Bunun yanı sıra toplumların gelişmesinde önemli bir ihtiyaç haline gelen ve ekonominin birincil elemanlarından olan enerji ise; çevreden alınan, değiştirilen, kullanılan ve sonrasında da tamamı atık ve ısı şeklinde tekrar çevreye bırakılan bir değerdir. Dolayısıyla bu süreç içerisinde enerji ve çevre birbirini etkilemektedir. Özellikle sanayi, konut ve ulaştırma gibi sektörlerin gelişmesiyle kullanımı artan enerjinin; ekonomilerin kalkınma hızlarını arttırmış olması çevre tahribatının da artmasına neden olmuştur (Öymen ve Ömeroğlu, 2020:1070). Nitekim 1970'te yaşanan Petrol Krizi enerji arz güvenliği sorununu oluşturmuştur (Öymen ve Ömeroğlu, 2020:1070). Bu durum yeni enerji kaynaklarına yönelimi hızlandırmış olmasının yanında çevre duyarlılığının da artması yenilenebilir enerjinin daha fazla destek görmesine neden olmuştur (Öymen ve Ömeroğlu, 2020:1070). Enerji ekonomik faaliyetleri gerçekleştirirken aynı zamanda ülkelerin sosyal ve ekonomik gelişme düzeylerinin oluşmasında da rol oynamaktadır (Bayrak ve Esen, 2014:139-140). Bu bağlamda, ülkelerin gelişme düzeyi hakkında bilgi veren enerjinin güvenilir olması, çevreye etkisi, ül-

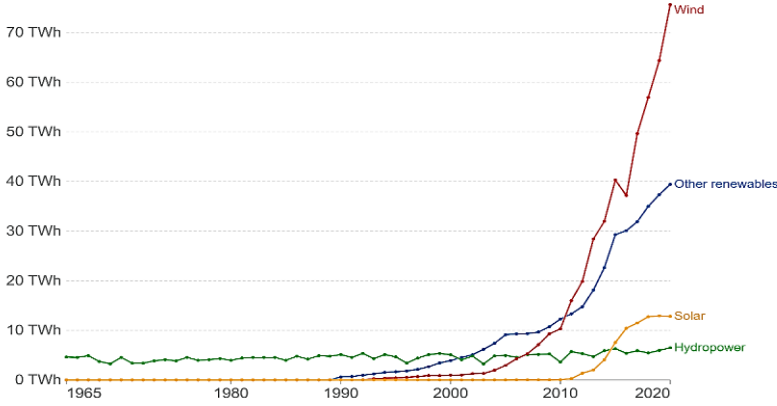
kenin ekonomik koşullarına uygunluğu durumunda ancak ekonomide sürdürülebilir bir gelişme ve kalkınmadan bahsedilebilir (Akbulut, 2008:118). Enerji piyasalarına ve duyulan enerji ihtiyacına bakıldığında ise geleneksel enerji kaynakları baskı altında kalmaktadır (Karabağ vd., 2021: 231). Bu nedenle yeni olgunlaşmaya başlayan yenilenebilir enerji piyasası avantajlı duruma geçmektedir (Karabağ vd., 2021: 231).

Küresel iklim değişikliği ve çevre kirliliği ile ilgili sorunlar da geleneksel enerji kaynakları için kritik rol oynamaktadır. Özellikle yaydıkları sera gazları nedeniyle iklim değişikliği ve ekolojik dengede de bozulmalar gözlemlenmektedir. Bu bağlamda, ülkeler küresel anlamda yaşanan benzer nitelikli problemlere çözüm olarak yapılan en güncel ve etkili çözüm tavsiyesi “%100 Yenilenebilir Enerjiye Geçiş” yaklaşımı olduğu kabul edilmektedir (Uyar ve Beşikçi, 2017:2453-2456).

6.1. İngiltere’de Yenilenebilir Enerjiye Geçiş Süreci

İngiltere, Sanayi Devrimi’nin başladığı ülke olarak ilk dönemlerde kömürü enerji kaynağı olarak görürken; sanayi ve teknolojinin gelişmesiyle petrol ve doğalgazı da enerji kaynağı olarak değerlendirmeye başlamıştır. Bu durum 1970’lere kadar devam etmiştir. Ancak yaşanan Petrol Krizleri, ülkeleri kendi enerjisini kendi üretme isteğine yöneltmiş ve bunun sonucunda da nükleer enerji ve yenilenebilir enerji ön plana çıkmaya başlamıştır. Enerjide yaşanan bu dönüşüm sanayinin teknik yapısını ve üretimde kullanılan teknolojiyi de etkilemiştir. 1990 yıllardan sonra artan temiz enerji fikri ve teknolojik gelişmelerle birlikte doğadan elde edilebilecek enerjiyi daha da mümkün kılmış ve yenilenebilir enerji üretimini artırmıştır (Grafik 8). Sanayi ülkesi görünümünden hizmet ekonomisine dönüşen İngiltere’de ekonominin yapısal dönüşümü esnek enerji üretim sistemlerinin de geliştirilmesini zorunlu kılmıştır. Mekandan gittikçe bağımsızlaşan, toplumsal üretimden bireysel üretime yönelen süreç enerji üretiminin de yüksek teknoloji kullanılarak daha verimli, temiz ve yenilenebilir kaynaklara dayalı olmasını sağlamıştır.

Grafik 8: 1965-2020 Yılları Arasında İngiltere'nin Yenilenebilir Enerji Kaynaklarının Üretimi (TWh)

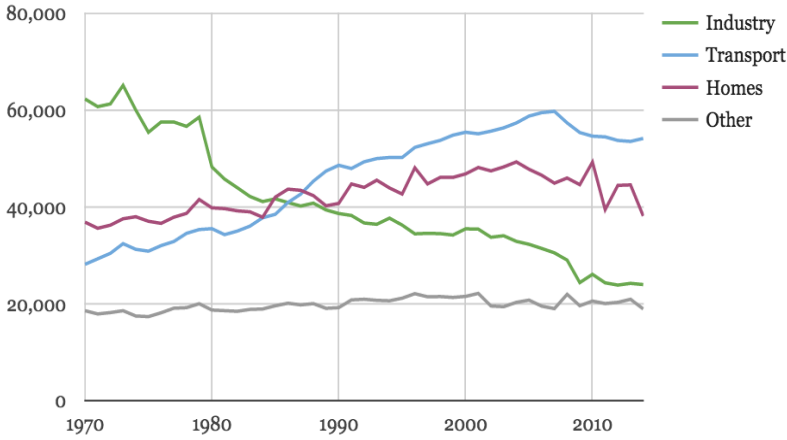


Kaynak: Our World In Data <https://ourworldindata.org/grapher/renewable-energy-gen?country=%7EGBR> Erişim Tarihi: 13.02.2022

Yenilenebilir enerji üretiminin artan payı karşısında ülkelerin yaşamış olduğu bir başka durum ise enerjinin kullanıldığı sektörlerin enerji kullanım oranlarındaki değişimdir. Örneğin; İngiltere'nin gelişmiş ekonomisini dayandırdığı sanayi sektörü artık gelişen teknoloji yapısıyla azalmaya başlamıştır. Bu durum kömür tüketiminin de azalması anlamına gelmektedir. Bu bağlamda, İngiltere'nin 1800'lü yıllardan itibaren ilk defa 2019 yılında kömürsüz bir hafta geçirmesi bu durumun göstergesidir. Nitekim kömürdeki azalış yenilenebilir enerji talebinin artmasını (Grafik 9) kömürün azami sınırlarda kalacağını ve 2025 yılında İngiltere'nin sıfır karbon hedefine ulaşacağını göstermektedir³. İngiltere'de enerji talebinin taşımacılık başta olmak üzere hizmet sektöründen ve konutlardaki enerji tüketiminden geldiği görülmektedir. Akıllı ev uygulamaları ve otomobil endüstrisinde elektrikli otomobillere yönelme ile birlikte yenilenebilir enerji kaynaklarına dayalı enerji tüketiminin artışı diğer tüm ülkelerde olduğu gibi İngiltere'de de beklenmektedir.

³Daha fazla bilgi için bakınız <https://tr.euronews.com/2019/05/10/ingiltere-de-elektrik-uretiminde-ilk-kez-komursuz-bir-hafta> Erişim Tarihi:21.02.2022

Grafik 9: 1970-2010 Yılları Arasında İngiltere'nin Enerji Kullanımına Göre Sektörler (Btep)



Kaynak: Evans, 2015. Carbon Brief <https://www.carbonbrief.org/five-charts-show-the-historic-shifts-in-uk-energy-last-year> Erişim Tarihi: 21.02.2022

Sektörler içerisinde ulaşım sektörü, enerji kullanımında artış yaşayan bir sektör olmuştur (Grafik 9). Bunun en önemli nedeni petrol fiyatlarındaki düşüştür. Nitekim, İngiltere’de fosil yakıt kullanan araçların üretiminin yüksek oranda azalması, ev ve işyeri gibi alanlarda enerjinin verimli kullanılması sayesinde herkes için yeşil bir değişim gerçekleşebilir (Küçük ve Yüce, 2022:143). Bu nedenle İngiltere tamamen yenilenebilir enerjiye dayalı bir sistem oluşturmak için geleneksel enerjinin kullanımını kademeli olarak azaltmaktadır.

7. Sonuç

Enerji geçişi süreci teknolojik ve ekonomik gelişme döngüsünü ilk ve kesin-tisiz gerçekleştiren İngiltere deneyimi üzerinden değerlendirilmiştir. Bu süreçte İngiltere ekonomisinde yaşanan dönüşümler enerji geçişini desteklerken enerji dönüşümü ve geçişi de ekonomik faaliyetleri maliyet, fiyat, kullanım kolaylığı, sektörlerin GSMH içindeki paylarının değişimi gibi birçok alanda etkilemektedir.

İngiltere’de yaşanan dönüşüm süreci benzer bir biçimde diğer ülkelerde de gözlenmekle birlikte, ülkelerin ekonomik gelişmişlik seviyesi, sektörlerin düzeyi, coğrafi konum, enerji kaynaklarının coğrafi dağılımındaki farklılıklar gibi nedenlerle enerji geçişi bütün ülkelerde aynı yolu izlememektedir.

Çalışma sonucunda enerji geçişi ve ekonomik dönüşüm arasında karşılıklı olarak birbirini etkileyen bir ilişki olduğu ve enerji kaynaklarında artan verimliliğin ekonominin verimliliğini ve sektörlerin gelişimini etkilediği ifade edilebilir. Toplumsal refahın artırılmasında ve uluslararası karşılaştırmalı üstünlüklerin elde

edilmesinde enerji verimliliğinin artırılması ve ekonomik yapısal dönüşümün sağlanması ülkelerin karşı karşıya kaldığı en önemli sorundur. Ayrıca geçmiş yüzyıllarda fosil enerji kaynaklarının çevre ve insan sağlığı üzerindeki olumsuz etkilerinin ve toplumsal maliyetlerinin en aza indirilmesi için de enerji geçişi zorunluluktur.

Bilgilendirme: Bu çalışma İnönü Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Yüksek lisans öğrencisi Aylin Karacan tarafından Dr. Öğr. Üyesi Şükrü İnanc danışmanlığında 2023 yılında hazırlanan “Küresel Enerji Dönüşümünün Türkiye Dış Ticaretine Etkisi” başlıklı Yüksek lisans tezinden üretilmiştir.

KAYNAKÇA

- Acar, Çağdaş, vd., (2007), Petrol ve Doğal Gaz, ODTÜ Yayıncılık, Ankara.
- Akbulut, G. (2008). “Küresel Değişimler Bağlamında Dünya Enerji Kaynakları, Sorunlar ve Türkiye”. *Cumhuriyet Üniversitesi Edebiyat Fakültesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 32(1), ss.117-137
- Allen, R. C. (2012). The British Industrial Revolution in Global Perspective. Cambridge: Cambridge University Press,
- Appleby, J., (2012), Amansız Devrim Kapitalizm Tarihi, Çev. A. C. Akkoyunlu, İstanbul: Alfa Yayınları
- Bayraç, H. N. (2018). “Uluslararası Doğalgaz Piyasasının Ekonomik Yapısı ve Uygulanan Politikalar”. *Eskişehir Osmangazi Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 13(3), ss.13-36.
- Bayrak, M. ve Esen, Ö. (2014). “Türkiye’nin Enerji Açığı Sorunu ve Çözümüne Yönelik Arayışlar”. *Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 28(3), ss.139-158.
- Bolton, P. (2018), Energy Imports and Export <https://researchbriefings.files.parliament.uk/documents/SN04046/SN04046.pdf> Erişim Tarihi: 21.02.2022
- Çetinkaya, M. ve Muratoğlu, G. (2020). “Ekonomik Dönüşüm Sürecinde Sanayisizleşme ve Yeniden Sanayileşme”. *Third Sector Social Economic Review*, 55(3), ss.1369-1394
- Doğanay, H., (1991). Enerji Kaynakları. Erzurum: Atatürk Üniversitesi Yayınları No.707.
- Doğanay, H., Ü. Özdemir vd. (2011). Genel Beşerî Ekonomik Coğrafya. Ankara: Pegem Akademi Yayını.
- EIA (2014). Energy Information Administration, <http://www.eia.gov/todayinenergy/detail.php?id=16971#> Erişim Tarihi: 12.02.2022
- Elmas, M. (2019). “Petrol Endüstrileri ve Petrol İhraç Eden Ülkeler”. *Niğde Ömer Halisdemir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 1(3), ss.29-41.
- Erdoğan, S. (2016). Arz Güvenliği Bakışı ile Türkiye’de Enerji Politikaları. Ankara: Orion Kitabevi
- Ergün, S. ve Polat, M. A. (2012). “Nükleer Enerji ve Türkiye’ye Yansımaları”. *İnönü Üniversitesi Uluslararası Sosyal Bilimler Dergisi*, 2(1), ss.34-58
- Evans, S. (2015). “Five Charts Shows the Historic Shifts in UK Energy Last Year”, Carbon Brief, <https://www.carbonbrief.org/five-charts-show-the-historic-shifts-in-uk-energy-last-year> Erişim Tarihi: 21.02.2022
- Evans, S. (2022). “Analysis: UK Nuclear Output Lows To Lowest Level Since 1982”, Carbon Brief, <https://www.carbonbrief.org/five-charts-show-the-historic-shifts-in-uk-energy-last-year> Erişim Tarihi: 21.02.2022

- Fouquet, R. ve Pearson, P.J.G. (2012). "Past and Prospective Energy Transitions: Insights from History" *Energy Policy*, 50, pp.1-7
- Güenalp, B. (2006). Nükleer Enerji İçin Çevreciler, Ankara: Pelikan Yayıncılık
- Günay, D., Öcal, A. ve Öcalan, K. (2018). "Sanayi ve Sanayi Tarihi". *Mimar ve Mühendis*, 31, ss.8-14
- Hobsbawn, E.J. (2008). Sanayi ve İmparatorluk. Çev. Abdullah Ersoy. Ankara: Dost Kitabevi Yayınları
- <https://slidetodoc.com/geology-of-fossil-fuels-natural-resources-n-global/> Erişim Tarihi: 11.01.2022
- İstikbal, D. (2018). "Küresel Enerji Piyasasında Değişen Jeopolitik: Petrol Sektörü". *Ekonomi Maliye İşletme Dergisi*, 1(2), ss.102-116.
- Kablamacı, B. (2004). Enerji Kaynaklarının Ekonomik Boyutu ve Dünya Enerji Kaynakları Piyasalarının Genel Durumu (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü/İktisat Teorisi Anabilim Dalı. İstanbul (Türkiye).
- Karabağ, N., Çobanoğlu Kayıkcı, C. B. vd. (2021). "%100 Yenilenebilir Enerjiye Geçiş Yolunda Dünya ve Türkiye". *Avrupa Bilim ve Teknoloji Dergisi*, (21), ss.230-240.
- Küçük, G. ve Yüce Dural, B. (2022). "Avrupa Yeşil Mutabakatı ve Yeşil Ekonomiye Geçiş: Enerji Senaryoları Üzerinden Bir Değerlendirme". *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 22(1), ss.137-156
- Noreng, Q. (2004). Ham Güç-Petrol Politikaları ve Pazarı. Çev. Nurgül Durmuş. Ankara: Elips Yayınları
- Our World In Data <https://ourworldindata.org/grapher/long-term-energy-transitions?country=~England+%26+Wales> Erişim Tarihi:29.01.2022
- Our World In Data <https://ourworldindata.org/grapher/gas-production-by-country?tab=chart&country=GBR> Erişim Tarihi:12.02.2022
- Our World In Data <https://ourworldindata.org/grapher/renewable-energy-gen?country=%7EGBR> Erişim Tarihi: 13.02.2022
- Öymen, G.ve Ömeroğlu M. (2020). "Yenilenebilir Enerjinin Sürdürülebilirlik Üzerindeki Rolü". *İstanbul Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 19 (39), ss.1069-1087
- Özdemir, N. (2016). "İmparatorluktan Cumhuriyete Türkiye’de Elektriğin Tarihsel Gelişimi (1850-1938)". *Osmanlı Medeniyeti Araştırmaları Dergisi*, 2(3), ss.17-32
- Özdemir, Ü., Kantürk Y., G. ve Oral, M. (2016). "Cumhuriyetten Günümüze Ekonomi Politikaları Bağlamında Türk Dış Ticaretinin Gelişimi". *Doğu Coğrafya Dergisi*, 21(35), ss.149-174

- Pearson, P.J.G. (2018). Energy Transition, The New Palgrave Dictionary of Economics, Macmillan Publishers Ltd. (ed.), <https://doi.org/10.1057/978-1-349-95189-5>.
- Seçmen, H. İ. (2021). “Dördüncü Sanayi Devrimi Sürecinde Medya İşletmelerindeki Yapısal ve Ekonomik Dönüşüme İlişkin Öngörüler”. *Ahi Evran Akademi*,2(2), ss.81-97
- Uyar, T. S. ve Beşikci, D. (2017). “Integration of hydrogen energy systems into renewable energy systems for better design of 100% renewable energy communities”. *International Journal of Hydrogen Energy*, 42(4), ss.2453-2456.
- Wrigley EA. (2013). “Energy and the English Industrial Revolution”. *Phil Trans R*, ss:1-10 <https://royalsocietypublishing.org/doi/10.1098/rsta.2011.0568> Erişim Tarihi:11.06.2022
- Yıldırım, M. ve Örnek, İ. (2007). “Enerjide Son Seçim: Nükleer Enerji”. *Gaziantep Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*,6(1), ss.32-44
- Yılmaz, R. ve Koyuncu, D. (2020). “Bir Dönüşümün Başlangıç Hikâyesi: Kara Elmas ve Endüstri Devrimi”. *Trakya Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 22(2), ss.1021-1042
- Yücel, F. B. (1994). Enerji Ekonomisi. Ankara: Akay Ofset Matbaacılık.



BÖLÜM 19

Çeviri Faaliyetlerinde Bellek Bellek Kavramının Tanımı

Ruşen Ramizoğlu¹

¹ Dr. Öğr. Üyesi, Selçuk Üniversitesi, ORCID: 0000-0002-2373-4467

Giriş

Bellek, çevirmenlik faaliyetinin mesleki açıdan en önemli psikolojik mekanizmalarından biridir. Basit bir ifadeyle bellek, insan beyninin önceki deneyimlerin izlerini yakalama, depolama ve yeniden üretme özelliği olarak tanımlanabilir. Belleği daha verimli bir şekilde yöneltme, bir çevirmenin sahip olması gereken en önemli becerilerden biridir. Bu nedenle, diğer çeviri becerileri ile birlikte bu becerinin geliştirilmesine de büyük önem verilmelidir. Çevirmen iyi bir belleğe veya başka bir deyişle, hafızaya sahip olmazsa çeviri yapması mümkün değildir. Çünkü bellek bilgi işlemede kilit bir mekanizmadır.

Yerli ve yabancı birçok dilbilimcinin, psikoloğun, psikodilbilimcinin çalışmaları çevirmenlerin bellek gelişimi konularına adanmıştır. Bu nedenle, çeviri belleği çeviri psikolojisinin bugüne kadar en iyi bir şekilde araştırılmış konusu olarak kabul edilebilir. Söz konusu çalışmaların incelenmesine geçmeden önce genel anlamda psikolojik bir kavram olan belleğin tanımını yapmak gerekmektedir.

Ünlü Sovyet psikoloğu ve filozof Sergey Leonidoviç Rubinşteyn “Osnovi obşçey psihologii” (Türkçe: “Genel psikolojinin temelleri”) kitabında “Belleksiz biz sadece bir anın varlıkları olurduk. Geçmişimiz geleceğimiz için ölü olurdu. Bugünümüz, akıp giderken, geri dönüşü mümkün olmayan bir şekilde geçmişte kaybolurdu” (Rubinşteyn, 1989, c 1: 302) yazmaktadır.

Psikolog A. M. Bodnar'ın bellek hakkındaki fikirleri de S. L. Rubinşteyn'in fikirleriyle örtüşmektedir. 2014 yılında yayımladığı “Psihologiya pamyatı” (Türkçe: “Bellek psikolojisi”) adlı ders kitabında A. M. Bodnar belleği şu şekilde tanımlamaktadır: “Hayatımız, “bugün” olarak adlandırdığımız, fiilen deneyimlenen duyumlar anı aracılığıyla yaşanmış geçmişten bilinmeyen geleceğe doğru bir yolculuk olarak düşünülebilir. Ancak bugün geçmişin bir devamıdır; geçmiş tarafından bellek yoluyla şekillendirilir. Geçmişin de gelecek gibi anlaşılmaz olmasını engelleyen bellektir, başka bir deyişle, bellek zamanın akışına bir yön verir” (Bodnar, 2015: 5).

Psikodilbilimsel açıdan, bellek insan faaliyetinin gerekli bir bileşeni olan zihinsel bir özellik gibi değerlendirilebilir. Bilgiyi hatırlama, koruma ve yeniden üretme işlevlerini gerçekleştiren söz konusu zihinsel özellik, kendini faaliyet performansının başarısında ve özgünlüğünde gösterir.

Çeviri, özellikle sözlü çeviri faaliyetinde de sözel bilgiyi işlerken devreye giren bellek önemli bir rol oynamaktadır. Sözlü çeviri sürecinde tüm bellek mekanizmaları aktif hale getirilir. Örneğin, bilgi ilk olarak kısa süreli belleğe girer. Söz konusu bellek türü kısa bir süre için bilgiyi depolar, bu süre zarfında beyin bilgiyi

işler ve uzun süreli depolamaya aktarılıp aktarılmayacağına karar verir. Kısa süreli belleğin çalışma süresi sınırlıdır. Prof. İ. V. Reverçuk “Psihofiziolojiye i patopsiholojiye pamyatı” (Türkçe: “Belleğin psikofiziolojisi ve patopsikolojisi”) adlı kitabında bu sınırlılığı şöyle anlatmaktadır: “Kısa süreli bellek, tek ve çok kısa bir algıdan sonra bilginin kısa bir süre için hatırlanması ve tutulmasıdır.

Mnemik imgelerin tutulma süresi birkaç on saniyeyi geçmez. Kısa süreli belleğin aşağıdaki özellikleri belirtilebilir:

- kısa süreli bellek algılanan şeyin tamamını değil, sadece genelleştirilmiş bir görüntüsünü, en önemli anlarını muhafaza eder;
- kısa süreli belleğin kapasitesi sınırlıdır (7 ± 2 kavram);
- duysal belleğin aksine, kısa süreli bellek tekrarlama yoluyla az miktarda bilgiyi tutabilir” (Reverçuk, 2016: 18-19).

Kısa süreli bellekten bilgi çalışma belleğine geçer. Çalışma belleği, kısa süreli bellek ile uzun süreli bellek arasında yer almaktadır. Çalışma belleğinde bilgi depolama süresi belirli bir görevi çözmek için ayarlanmıştır. Kısa süreli bellek ve çalışma belleğinin ortak bir özelliği vardır; bilgi, belirlenen görev tamamlanmaya, hedefe ulaşmaya kadar bu belleklerde tutulur. Uzun süreli belleğin kapasitesi ve süresi ise neredeyse sınırsızdır. Bununla birlikte, içindeki bilginin tutulması, konuya hâkim olma, bağlam ve motivasyon düzeyi gibi birçok faktöre bağlıdır.

Kaynak metni algılama ve anlama sürecinde çevirmen, birbiriyle yakın etkileşim içinde olan her üç bellek türünü kullanır. Çevirinin psikolojik bir süreç olarak öğrenilmesinde her üç bellek türünün de ayrıntılı olarak incelenmesine büyük ihtiyaç vardır. Araştırmamızın bir sonraki bölümünde bahsi geçen bellek türlerinin çeviri sürecinde oynadıkları rolü değerlendirmeye çalışacağız.

1. Çeviri süreci ve çeviri bellekleri

Psikolojide birçok farklı bellek türü vardır. Bu bellek türleri özelliklerine göre sınıflandırılırlar. Örneğin, zihinsel faaliyetin doğasına göre sözel-mantıksal bellek, duygusal bellek, motor bellek, imgesel bellek, mekanik bellek gibi bellek türleri dikkat çekmektedir. Faaliyetin hedeflerinin doğasına göre ise bellek türleri istemsiz bellek ve seçici bellek olarak iki kategoriye ayrılır. Bizi en çok ilgilendiren ve araştırmamıza konu olan bilginin hafızada tutulduğu süreye göre bellek türleridir. Çünkü çeviri faaliyetleri doğrudan bu bellek türleri ile ilgilidir. Bazı araştırmacılar bilginin hafızada tutulmasına göre dört tür belleğin olduğunu belirtmektedir. Bunlar genetik bellek, kısa süreli bellek, çalışma belleği ve uzun süreli bellektir.

Genetik bellek, bilginin hafızada tutulması süresi açısından en uzun ve aynı zamanda en spesifik bellek türüdür. Bu bellek genetik kodların çalışması ve kalıtım mekanizması ile bağlantılıdır. Genetik bellek sayesinde, içgüdüler ve koşulsuz refleksler de dahil olmak üzere, doğuştan gelen temel zihinsel olgular ve davranış biçimleri bir nesilden diğerine aktarılır. Genetik bilgiler vücudun tüm hücrelerinde bulunan ve DNA adı verilen bir nükleik asit içerisinde tutulur. Prof. İ. V. Reverçuk genetik belleğin aşağıdaki tanımını vermektedir: “Genetik bellek – insanoğlunun sosyo-tarihsel gelişimi sürecinde deneyimin pekiştirilmesi, depolanması, yeniden üretilmesi ve aktarılmasıdır” (Reverçuk, 2016: 19).

Genetik belleğin çeviri sürecindeki rolü, çevirmenin kararlarını etkileyip etkilemediği gibi konuların bilimsel araştırmalarda neredeyse hiç yer almadığını belirtmek gerekir. Bu yüzden, burada ağırlıklı olarak kısa süreli, çalışma ve uzun süreli belleklerin çeviri sürecindeki rollerini incelemeye odaklanacağız.

Metnin çevirmen tarafından anlaşılması sürecinde algılanan bilginin işlenmesinin karmaşıklığı, çevirmenin belleğinin özelliklerini belirler. Örneğin, ardıl çeviri sürecinde, kısa süreli belleğe ve çalışma belleğine özel bir rol verilir, çünkü çevirmen tüm önemli bilgileri, zaman yetersizliği koşulları altında hedef dile aktarıldığı ana kadar bu belleklerde tutmak zorundadır. Bu tür çevirilerde çevirmenin kısa süreli belleği, anahtar bilgilerin not defterine kaydedilmesiyle desteklenir. Çeviri sürecinde uzun süreli bellek de önemli bir rol oynar ve çevirmenin anlamı netleştirmek için algılanan metnin farklı bölümlerini ilişkilendirmesine olanak tanır. Bu nedenle, bir çevirmenin hem kısa süreli hem çalışma hem de uzun süreli belleklerinin kapasitesi çevirmen olmayan birinin bellek kapasitesinden daha fazla olmalıdır.

Elbette bu üç belleğin özellikleri sadece yukarıdaki paragrafta anlatılanlar değildir. Onların başka birçok özelliği de vardır. Araştırmamızın sonraki bölümlerinde bu özellikleri tek tek ele almaya çalışacağız.

1.1. Kısa süreli bellek

Kısa süreli bellek, faaliyetin kendisinden bağımsız, ancak onun başarılı bir şekilde gerçekleşmesi için gerekli olan bazı bilgilerin kısa süreliğine bellekte tutulmasını temin eder. Bu tür bellek, az önce algılanmış olan bilginin ilk aşamada zihinde kendine yer bulmasını, sonra depolanmasını ve birkaç saniyeden birkaç on dakikaya kadar bir hızla işlenmesini sağlar. Araştırmacı Gülfıdan Aytaş “Sözlü Çeviri Eğitiminde Bilişsel İncelemeler: SAÜ Çeviribilim Bölümü Hazırlık, 2. ve 4. Sınıflar Örneği” başlıklı yüksek lisans tezinde, Atkinson ve Shiffrin'in Modüler Bellek Modeline atıfta bulunarak kısa süreli belleği şu şekilde karakterize etmektedir: “Kısa süreli ve uzun süreli belleklerin bilginin depolanması için

farklı usuller olduğu kavramı Richard Atkinson ve Richard Shiffrin tarafından ortaya atılan model ile daha çok dile getirilmiştir. Bu modelde, kısa süreli bellek, bilginin uzun süreli belleğe girişinin sağlandığı bir kapı olarak hizmet vermektedir. Kısa süreli belleğin görevi tekrarlama ve kodlama stratejileri (gruplama gibi) ile uzun süreli belleğe geçiş yapan bilginin kontrol edildiği ve geliştirildiği bir araç oluşturmaktadır” (Aytaş, 2019: 40-41).

Araştırmacı Fadima Çoban'ın kısa süreli belleğin işlevlerine ilişkin görüşlerinin G. Aytaş'ın görüşleri ile benzerlik gösterdiğini söylemek mümkündür. F. Çoban “Çeviri Edinci: Yazılı ve Sözlü Çevirmenin Edinmesi Gereken Beceri ve Yeteneklerin Genel Kuramlar Işığında İncelenmesi” başlıklı yüksek lisans tezinde kısa süreli bellek hakkında şunları yazmaktadır: “Bireyin kısa süreli duyuşal deposundan önemli miktarda bilgi geçer. Ancak bu geçen bilgilerin çok azı bilinç düzeyine ulaşır. Seçici dikkat mekanizması ile beyin bazı bilgileri kısa süreli bellekte işlenmek üzere depolar... İnsanlar uzun bir süre dikkatlerini belirli bir bilgiye odaklayarak bilgiyi kısa süreli belleklerinde tutabilirler. Dikkat başka bir yöne çevrildiğinde içeriğin bir kısmı unutulabilir... Kısa süreli bellekte işlenen bilgi, uzun süreli belleğe aktarılır ve burada depolanır” (Çoban, 2013: 124-125).

Araştırmacı Sevinç Kabukcık ise “Sözlü Çeviri Sürecinde Çevirmenin Yaşadığı Anlama ve Aktarma Süreçleri Üzerine Kuramsal ve Yöntemsel Bir Araştırma” başlıklı yüksek lisans tezinde, Alman dilbilimci Wolfram Wilss'e atıfta bulunarak kısa süreli bellek ve uzun süreli bellek arasında kesin bir sınır olmadığını, kısa süreli belleğin uzun süreli belleğin aktif alt birimi olarak tanımlandığını yazmaktadır: “Kısa süreli bellek kapasitesi sinirdilbilimsel çalışmalarda incelenmiş ve bilginin islenme anında tutulduğu bir tampon bellek olduğu ortaya çıkmıştır; buna çalışma belleği ismi verilmiştir... Wilss duyuşal depolanmadan kısa süreli belleğe olan geçişin nasıl olduğu konusunda kesin bir veri olmadığını, aynı şekilde kısa süreli bellek ve uzun süreli bellek arasında kesin bir sınır olmadığını aralarında geçişler bulunduğunu ifade etmiştir. Aynı şekilde kısa süreli belleğin işlevinin nerede başladığı ve uzun süreli belleğin işlevinin nerede bittiğini söylemenin de mümkün olmadığını belirtmiştir. Bu nedenle Wilss kısa süreli belleği uzun süreli belleğin aktif olan alt birimi olarak tanımlamaktadır” (Kabukcık, 2009: 83-84).

Kısa süreli ve uzun süreli bellek arasında net bir sınır olmadığı konusunda hemfikir olunabilir. Buna rağmen, bizim görüşümüze göre işlevsel olarak bu iki bellek türü birbirlerinden farklılık göstermektedirler. Kısa süreli bellek, konuşmanın algılanması ve analizi arasındaki sürede bilgiyi tutmak için gereklidir. Ayrıca bu bellek türü, tamamlanmış konuşmanın analizi ile yeni bir konuşmanın üretimi arasındaki aşamayı da oluşturmaktadır. Uzun süreli bellek için bu tür hızlı

süreçler tipik değildir. Sözlü çeviri sürecinde kısa süreli belleği zorlayan, ama uzun süreli bellek için herhangi bir sorun oluşturmeyen başka zihinsel işlemler de gerçekleşebilir. Örneğin, bazı özel durumlarda, konuşmacının konuşması anlaşılmaz ve mantıksız olduğunda veya sözle ifade edilen bilgilerin aşırı yüklenmesi durumunda kısa süreli belleğe ek yük gelebilir. Bilgiyi kısa süreli bellekte tutma zorluğu, kaynak ve hedef dilin özellikleriyle de ilgili olabilir: diller farklı sözdizimsel yapılara sahipse, konuşma parçalarını mevcut hedef dil yapılarına yeniden formüle etmek için ek zaman ve bellek gücü gerekebilir. Kısa süreli belleğin bu farklı işlevlerini dikkate alan Polonyalı psikolog Profesör Yuzef Kozelskiy, 1979 yılında Rusça yayımlanan “Psihologičeskaya teoriya reşeniy” (Türkçe: “Psikolojik karar teorisi”) adlı kitabında, kısa süreli belleği en temel bellek sistemi olarak değerlendirir ve bazen çalışma belleği olarak adlandırdığını da belirtir: “Kısa süreli bellek, görevleri yerine getirmekte büyük önem taşımaktadır. Şimdiye kadar toplanan verilere göre, bilgi işlemenin ve dolayısıyla karar verme süreçlerinin gerçekleştiği ana sistemdir. Bu bağlamda, bazen çalışma belleği olarak da adlandırılır” (Kozelskiy, 1979: 44).

Amerikalı psikolog Richard Chatham Atkinson'un “Kısa süreli bellek, bireyin çalışma belleğidir” (Atkinson, 1980: 54) görüşü de Kozelskiy'in yukarıdaki paragrafta atıf yapılan görüşü ile neredeyse aynıdır.

İ. V. Reverçuk ise bahsi geçen konuya ilişkin şunları yazmaktadır: “Çalışma belleği somut faaliyetler, eylemler, işlemlerle bağlı olan bellek türüdür. Faaliyetin bazı ara sonuçları çalışma belleğinin içeriğini oluşturur. Bu sonuçlar durum değişene ve bilginin daha fazla saklanması gerek kalmayana kadar bellekte tutulur. Bazı yazarlar, çalışma belleğinin belirli bir bakış açısıyla bakıldığında kısa süreli belleğin bir çeşidi olduğuna inanmaktadır” (Reverçuk, 2016: 19).

Günümüzde çalışma belleği hakkındaki görüşler Yu. Kozelskiy'in ve R.Ch. Atkinson'un geçen yüzyılın sonunda ifade ettiği görüşlerden keskin bir şekilde farklılık göstermektedir. Modern araştırmacılar çalışma belleğini bağımsız bir bellek türü olarak görmekte ve onun kısa ve uzun süreli bellekler arasında bir geçiş belleği olduğunu vurgulamaktadırlar. Araştırmamızın bundan sonraki bölümünde, söz konusu belleğin özelliklerini, çağdaş araştırmalara dayanarak incelemeye çalışacağız.

1.2. Çalışma belleği

İfade ettiği anlam tam çözüldükten sonra bilgi kısa süreli bellekten çalışma belleğine aktarılır. Algılama anında alınan veriler kısa süreliğine çalışma belleğinde tutulurken, aynı zamanda uzun süreli bellekte depolanan verilerle de desteklenmiş olur. Kısa süreli ve uzun süreli bellek arasında bir ara konumda olan

çalışma belleğinin kapasitesinin yeterliliği büyük önem taşımaktadır. Çalışma belleği kapasitesi yetersiz olan çevirmenin uzun süreli bellekten bilgi çekme işlemini başarılı bir şekilde uygulaması mümkün değildir. Ayrıca, çalışma belleğinin sınırlı sayıda bilgi depolayabilmesi nedeniyle, cümleler kısa olduğunda sözlü çevirmenin çeviri yapması daha kolaydır, çünkü belleğin dolması (uzun söz dizimsel bir yapının baştan sona kadar hafızada tutulması) kaynak bilgi verilerinin kısmen veya tamamen kaybolmasına neden olabilir.

Rus araştırmacılar T. L. Zefirov, N. İ. Ziyatdinov, A. M. Kuptsova birlikte yazdıkları “Fiziologičeskie osnovı pamyati. Razvitie pamyati u detey i podrostkov” (Türkçe: “Belleğin fizyolojik temelleri. Çocuklarda ve ergenlerde bellek gelişimi”) adlı kitaplarında çalışma belleğini şu şekilde tanımlamaktadırlar: “Çalışma belleği, belirli bir görevi yerine getirmek için ayarlanmış ve görevin kendi özelliklerine göre belirlenmiş bilgi depolama süresi olan bir bellektir. Eğer bir görev birkaç on saniye ya da dakika içinde yerine getirilirse, o zaman gerekli bilgiler de insanın çalışma belleğinde bu süre boyunca tutulacaktır. Eğer görev karmaşıksa ve yerine getirilmesi için birkaç saatten birkaç güne kadar zaman gerekiyorsa, o zaman bilgiler insanın çalışma belleğinde o kadar uzun süre saklanacaktır” (Zefirov vb, 2015: 15).

Yukarıdaki görüşten de anlaşılacağı üzere, bilginin çalışma belleğine aktarılması, birkaç saniyeden birkaç güne kadar süren kısa süreli belleğin uzun süreli belleğe dönüştürülmesi (bellek konsolidasyonu) sürecidir.

Araştırmacı Alev Yemenici “Ardıl Çeviri Eğitiminde Dikkat Yönetimi ve Çalışma Belleği Dinamikleri” başlıklı araştırmasında çalışma belleğini şöyle karakterize etmektedir: “Duyusal bellekte süzülmeyp akılda tutulan bilgi, üzerinde çalışılmakta olan işin tamamlanmasına yarayacak işlevsel bilgidir. Çalışma belleğine aktarılan bu bilgi, beynin ön loblarında, özellikle ön alt kortekste ve şakak loblarında işlenir. Çalışma belleğinden söz ettiğimizde deneyimlerimizin farkında olmamızı sağlayan bir sistemden söz etmiş oluruz. Yaptıklarımızın, duyduklarımızın, gördüklerimizin farkında olmamızı bu sistem sağlar” (Yemenici, 2019: 304).

A. Yemenici hem kısa süreli belleğin hem de çalışma belleğinin yükünü azaltmak için aşağıdaki eylemlerin yapılmasını da önermektedir: “Ayrıca çevirmen çeviriye başlamadan önce karşılaşabileceği kurum ve kuruluş adlarını, konferansı düzenleyen kişi ve kuruluş adlarını küçük kağıtlara not ederek yanında bulundurma yoluna da gidebilir. Bu tür bir önlem yine kısa süreli belleğin ve çalışma belleğinin yükünü hafifletecektir” (Yemenici, 2019: 307).

Rus araştırmacı T. S. Serova, “Psihologiya perevoda kak slojnogo vida inoyazıchnoy reıevoy deyatel’nosti” (Türkçe: “Karmaşık bir yabancı dil konuşma etkinliği türü olarak çeviri psikolojisi”) kitabında G. V. Repkina, A. A. Leontev, İ. M. Berman, S. P. Boıarova gibi diğer Rus araştırmacıların da fikirlerini dikkate alarak ıalışma belleğini şu şekilde tanımlamaktadır: “ıalışma belleği, faaliyet süresi boyunca mevcut olan, faaliyet eyleminin içinde bulunan bellektir ve belirli bir faaliyetin hedeflerine bağlıdır, onun özellikleri tarafından belirlenir.

Bu tür belleğin süresi, bağlı olduğu eylem veya faaliyetin süresine eşittir. Bir ifadenin programının (planının), ifadenin içeriğinin ve biçiminin belleğidir” (Serova, 2001: 125-126).

şunu belirtmek gerekir ki, çeviri belleği türleri arasında ıalışma belleği en az araştırılmış bellek türüdür.

Bir geıiş belleği olması nedeniyle gelecekte ıalışma belleğinin daha ayrıntılı şekilde incelenmesi, kısa ve uzun süreli belleklerin araştırılması yönündeki ıalışmalara da katkı sağlayabilir.

1.3. Uzun süreli bellek

Bilginin dinamik olarak korunması ıalışma belleğinde, statik olarak korunması ise uzun süreli bellekte mümkün olur. Dinamik korunmada bilgi ıok az değişir; statik korunmada ise tam tersine, zorunlu olarak yeniden yapılandırmaya ve belirli bir dönüşüme tabi tutulur. Bu nedenle ıalışma belleğinin aksine uzun süreli bellek, insan bilgisinin doğrudan ve aracılı deneyimin genelleştirilmesinden doğan ana deposu olarak kabul edilir. Uzun süreli bellek, sadece bilgiyi uzun bir süre tutmak için değil, aynı zamanda kaybetmeden tekrar tekrar ona erişmek ve kullanmak için tasarlanmış bir bellek olarak da tanımlanabilir. Uzun süreli belleğin kapasitesi neredeyse sınırsızdır. Bununla birlikte, bilginin bu bellekte tutulması, bilgi konusuna aşinalık, bağlam ve motivasyon düzeyi gibi birıok faktöre bağlıdır.

Uzun süreli belleğin yukarıda bahsedilen özelliklerini dikkate alan Rus araştırmacılar T. L. Zefirov, N. İ. Ziyatdinov, A. M. Kuptsova 2015 yılında yayımladıkları “Fiziologičeskie osnovı pamyati. Razvitie pamyati u detey i podrostkov” (Türkçe: “Belleęin fizyolojik temelleri. Çocuklarda ve ergenlerde bellek gelişimi”) adlı kitaplarında onu şöyle tanımlamaktadırlar: “Uzun süreli bellek, yalnızca bilginin uzun süreli depolanması için değil, aynı zamanda ilgili bilginin kaybolmadan tekrar tekrar geri ıağırılması ve kullanılması için tasarlanmış bellek olarak tanımlanabilir” (Zefirov vb, 2015: 16).

Türk araştırmacılar Rahman Akalın, Ayhan Aydın ve Recep Hatipoğlu'nun uzun süreli belleğe ilişkin görüşleri de Rus araştırmacıların yukarıda belirtilen yaklaşımlarıyla örtüşmektedir:

Rahman Akalın: ““Merkezi depolayıcımız” olan uzun süreli bellekte bilgiler, kimyasal moleküller olarak uzun süreli olarak depolanır. Uzun süreli bellek, bilgi zeminimizin bulunduğu yerdir” (Akalın, 2013: 33).

Ayhan Aydın: “Uzun süreli belleğin uzamı sınırsızdır. Buna göre bireyin uzun süreli belleği, uygun öğrenme yaşantıları ile desteklenirse, sınırsız bir gelişme kapasitesi gösterebilir” (Aydın, 2004: 169).

Recep Hatipoğlu: “Uzun süreli bellek (USB) ise, sınırlı kapasiteli ancak sınırsız sayıda bilgi barındıran ve barındırdığı bazı bilgileri bir ömür boyu depolayabilen bir sistem olarak ifade edilmektedir” (Hatipoğlu, 2023: 1156).

Uzun süreli bellek çeviri sürecinde de önemli rol oynamaktadır. Rus araştırmacı L. P. Tarnaeva “Психологи́ческие механизмы́ ре́чевы́х де́йств” nosti perevod-çika: Lingvodidaktičeskiy aspekt problemi” (Türkçe: “Çevirmenin konuşma etkinliğinin psikolojik mekanizmaları: sorunun dilbilimsel didaktik yönü”) başlıklı çalışmasında şunları yazmaktadır: “Çevirmen belleğinin özelliklerini anlamak için, deneyim depolama süresi ölçütü temelinde ayırt edilen nitelikleri önemlidir. Çeviri sürecinde çevirmenin zihinsel cephaneliğinde var olan bilgiye sürekli başvurma gerekliliği, uzun süreli belleğin aktif işleyişini belirler” (Tarnaeva, 2017, c. 2: 204).

Çevirmen tarafından çeviri sırasında edinilen dilsel deneyim de uzun süreli bellekte tutulur. Çevirmen, metindeki hem ana fikri hem de anlatımın mantığını yansıtan ve uzun süreli bellekte depolanan bilgiye erişmek için destek görevi gören anahtar kelimeleri tanımlayabilmelidir.

Uzun süreli belleğin sürekli olarak kapasitesinin artırılması ve hızının geliştirilmesi gerektiği vurgulanmalıdır. Çeviri faaliyetlerinde başarılı olabilmek için, uzun süreli belleğe çok çeşitli bilgi alanlarından ilgili bilgilerin eklenmesine dikkat gösterilmelidir. Bu nedenle son zamanlarda söz konusu bellek türü araştırmacılar tarafından statik bir bilgi deposu olarak değil, farklı bilgilerin mevcut olan bilgi sistemine dahil edilmesine yönelik aktif bir sürecin geliştiği dinamik bir bilişsel yapı olarak görülmeye başlanmıştır. Uzun süreli belleğin önemli özelliklerinden birisi de sınırsız kapasitesidir: bu belleğe çok sayıda sembol yazılabilir ve bunlar arasında çok sayıda bağlantı kurulabilir. Hafızada en az birkaç gün, en fazla ömür boyu tutulması gereken her tür bilgi uzun süreli bellek sisteminde yer almaktadır.

Sonuç

Sözlü çeviri, sözle ifade olunan kaynak metni başka bir dilde hedef metne dönüştürmenin psikolojik açıdan en karmaşık sürecidir. Bunun nedeni, alınan bilginin algılanmasının özellikleri, dilsel bilginin işlenmesinin farklı aşamalarında belleğin işleyişi, hedef dilde bir ifadenin üretilmesinin ve üretilen çeviri çözümünün kontrolünün özellikleri de dahil olmak üzere bu konuşma etkinliğinin psikodilbilimsel nitelikleridir.

Bir mütercim çeviriyi birçok kez gözden geçirip düzenleyebilir, kaynak metni birkaç kez yeniden okuyabilir ve farklı bölümlerine göz atabilir. Tercüman ise sadece hafızasına güvenmek ve ilk denemede doğru çeviri yapmak zorundadır, çünkü başka bir olasılığı yoktur. Bu yüzden çeviri belleklerinin özelliklerinin incelenmesi sözlü çeviri açısından daha büyük önem taşımaktadır. Bu araştırmamızda kısa süreli bellek, çalışma belleği ve uzun süreli bellek ile ilgili farklı araştırmacıların farklı yaklaşımlarını yansıtmaya çalıştık. Araştırmamızın gelecekte bu alanda yapılacak daha geniş çaplı araştırmalara kaynak teşkil edeceğine ümit etmekteyiz.

Kaynakça

- Akalın, R. (2013). Çeviribilimde Bilişsel Yaklaşımlar. Çeviribilim ve Uygulamalarında Çevirmen Odaklı Yaklaşım ve Bilişsel Yönelimlere Bir Üst Bakış. *Diyalog*, 2, s. 29-40.
- Atkinson, R. (1980). *Çeloveçeskaya pamyat' i protsess obuçeniya*. Moskova: Progress, 528 s.
- Aydın, A. (2004). *Gelişim ve Öğrenme Psikolojisi*. Ankara: Tekağaç Eylül Yayıncılık. 310 s.
- Aytaş, G. (2019). *Sözlü Çeviri Eğitiminde Bilişsel İncelemeler: SAÜ Çeviribilim Bölümü Hazırlık, 2. ve 4. Sınıflar Örneği*. Doktora tezi. Sakarya: Sakarya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, 280 s.
- Bodnar, A. M. (2014). *Psihologiya pamyati: kurs leksiy (uçebnoe posobie)*. Ministerstvo obrazovaniya Rossiyskoy Federatsii, Ural'skiy federal'nyy universitet. Ekaterinburg: İzdatel'stvo Ural'skogo universiteta, 100 s.
- Çoban, F. (2013). *Çeviri Edinci: Yazılı ve Sözlü Çevirmenin Edinmesi Gereken Beceri ve Yeteneklerin Genel Kuramlar Işığında İncelenmesi*. Yüksek Lisans tezi. Sakarya: Sakarya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, 166 s.
- Hatipoğlu, R. (2023). Sözlü Çeviri Yetileri ve Tercümanlık Açısından Önemi. *Uluslararası Sosyal ve Beşerî Bilimler Araştırma Dergisi*, 10 (95), s. 1151-1160.
- Kabukçık, S. (2009). *Sözlü Çeviri Sürecinde Çevirmenin Yaşadığı Anlama ve Aktarma Süreçleri Üzerine Kuramsal ve Yöntemsel Bir Araştırma*. Yüksek Lisans tezi. Sakarya: Sakarya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, 130 s.
- Kozeletskiy, Yu. (1979). *Psihologičeskaya teoriya reşeniy*. Moskova: Progress, 504 s.
- Reverçuk, İ. V. (2016). *Psihofiziologiya i patopsihologiya pamyati (uçebnoe posobie)*. İjevsk: İGMA, 48 s.
- Rubinşteyn, S. L. (1989). *Osnovi obşçey psihologii: v 2 t. T. 1*. Moskova: Pedagogika, 448 s.
- Serova, T. S. (2001). *Psihologiya perevoda kak slojnogo vida inoyazyčnoy reşevoy deyatel'nosti*. Perm': Permskiy gosudarstvennyy tehničeskij universitet, 211 s.
- Tarnaeva, L. P. (2017). Psikologičeskie mehanizmi reşevoy deyatel'nosti perevodçika: Lingvodidaktičeskij aspekt problemi. *Gramota. Filologičeskie nauki. Voprosi teorii i praktiki*, 6 (72), v 3 ç, Ç. 1, s. 202-205.
- Yemenici, A. (2019). Ardıl Çeviri Eğitiminde Dikkat Yönetimi ve Çalışma Belleği Dinamikleri. *RumeliDE Dil ve Edebiyat Araştırmaları Dergisi*, (Ö5), s. 297-313.
- Zefirov, T. L., Ziyatdinova, N. İ., Kuptsova, A. M. (2015). *Fiziologičeskie osnovi pamyati. Razvitie pamyati u detey i podrostkov*. Kazan': KFU, 40 s.



BÖLÜM 20

Akdeniz Ülkelerinde Turizm Gelirlerinin Stokastik Yakınsaması

Levent Kaya¹

¹ Doç. Dr., Harran Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, Ekonometri Bölümü, ORCID: 0000-0001-7278-8114

GİRİŞ

Turizm, devam eden genişlemesi ve çeşitlenmesi nedeniyle dünyanın en büyük ve en hızlı büyüyen ekonomik sektörlerinden biri haline gelmiştir (Ozcan ve Erdogan, 2015). Ayrıca ülkelerin veya bölgelerin sahip oldukları turizm arz kaynaklarını etkin bir şekilde kullanarak, bölgelerarasındaki dengesizliklerin giderilmesi ve bölgesel kalkınmanın sağlanması konusunda önemli bir yere sahiptir (Sarımkas, vd. 2013). Küresel ekonomik toparlanmayı hızlandırma kabiliyetinin yanı sıra çağdaş bir büyüme motoru olarak kabul edilir. Turist harcamaları ve diğer turizmle ilgili faaliyetler yoluyla döviz gelirlerindeki artış, çeşitli ülkelerin dış rezervlerini derinleştirmek ve ödemeler dengesi pozisyonunu iyileştirmek için araçlar sağlar. Turizmden elde edilen gelir, yalnızca gerekli sermaye mallarını ithal etme şansını artırmakla kalmaz, aynı zamanda ev sahibi ülkelerin vergi gelirlerini de artırır (Solarin, 2014). Aynı zamanda küresel ekonominin toparlanmasını hızlandırmaya yardımcı olan en büyük iş sağlayıcısı olarak kabul edilir. Uluslararası turizm geliri önemli bir döviz kaynağıdır. Birçok durumda, cari hesap açıklarını ve negatif ödemeler dengesini ortadan kaldırmaya yardımcı olur. Ayrıca, turizmle ilgili diğer faaliyetler yoluyla döviz gelirindeki artış, döviz rezervlerinde daha fazla artış için güvenlik sağlar ve her ekonominin ödemeler dengesinin iyileştirilmesine daha fazla katkıda bulunur (Katrakilidis, vd. 2017). Turizm, yabancı sermaye yatırımlarının ülkeye çekilmesinde de önemli bir araç olarak kullanılmaktadır. Yabancı yatırımlar ülkeye çekilerek, istihdamın gelişmesine katkıda bulunulmakta, yabancı yönetim ve işletmecilik yöntemlerinin ülkeye girmesine olanak sağlanmakta ve bu yolla yeni teknolojilerin ülkeye transferi de yapılmış olmaktadır (Bahar ve Kozak, 2013).

Dünyanın en eski yerleşim alanlarından ve önde gelen uygarlık merkezlerinden biri olan Akdeniz Havzası, aynı zamanda turizmin doğduğu, geliştiği ve bugün de dünyanın en büyük destinasyonu hâline geldiği bir bölgedir. Tarihsel süreçte politik, askeri, ticari, sosyo-kültürel ve turizm amaçlı gelişmeler, havzayı her zaman hareketli bir ortam yapmıştır. Akdeniz, ilk turistik hareketlerin başlangıcında ve merkezinde yer aldığı gibi bugün de odak bölge olma konumunu hâlâ sürdürmektedir. Dolayısıyla, turizm tarihinin temeli Akdeniz’de atılmış, yapı taşları burada örülmüş ve yaklaşık beş bin yıllık süreç burada yaşanmıştır (Zogal ve Baykal, 2020). Akdeniz’in turizm potansiyeli, sadece deniz ve güneş turizmiyle sınırlı değil; aynı zamanda kültürel miras, gastronomi ve sağlık turizmi gibi alanlarda da güçlü bir çekim merkezi olmayı sürdürmektedir.

Klasik büyüme teorisinin önemli bir çıkarımı olan yakınsama hipotezi, gelişmiş ve gelişmekte olan ülkelerin kişi başına düşen gelirleri arasındaki farkı daraltma süreci olarak tanımlanmaktadır (Ain ve Zulfıkar, 2018). Solow büyüme

modeline ülkeler aynı tercihlere ve teknolojiye sahipse, biriken faktörlerin, özellikle de sermayenin kullanımında azalan marjinal getirilerin varlığı göz önüne alındığında, fakir ülkeler zengin ülkelere daha hızlı büyüme eğilimindedir (Rivas vd., 2017). Bu çerçevede yakınsama hipotezi ile zaman içerisinde ekonomiler arasında gelir eşitsizliklerinin kapanıp kapanmayacağı, düşük gelirli ülkelerin yüksek gelirli ülkelere göre daha hızlı büyümesi sonucu bu ülkelerin zamanla gelişmiş ülkelerin gelir seviyesine erişip erişemeyeceği, yüksek gelirli ekonomilerde ekonomik büyüme hızı zamanla yavaşlayıp yavaşlamayacağı ve en nihayetinde ekonomik büyüme noktasında uluslararası dışsallık söz konusu olup olmadığı araştırılmaktadır (Demirel ve Kurt, 2021). Yakınsama hipotezi, 1980’li yıllarda birçok araştırmacının ilgisini çekmiş ve, geliştirilen ekonometrik tahmin yöntemleri ile yaygın bir uygulama alanına sahip olmuştur (Ceylan, 2010). Yakınsama hipotezi ilk zamanlar sadece ekonomik büyüme teorisi için kullanılmakla beraber ilerleyen zamanlarda farklı makroekonomik değişkenler için de kullanılmıştır (Yazgan, vd., 2018). Ekonometrik analizlerde zaman serisi tekniklerinin gelişmesi, bu tekniklerin yakınsama hipotezinin sınanmasında kullanımını da beraberinde getirmiştir. Böylece deterministik ve stokastik yakınsama kavramları ortaya çıkmıştır. Deterministik yakınsama, nispi değişkenin logaritmasının düzeyde durağanlığı anlamına gelmektedir. Stokastik yakınsama ise değişkenin grup ortalamasına oranının logaritmasının düzeyde durağanlığı anlamına gelmektedir (Esenyel, 2017). Zaman serisi tekniği hem ülkeler arası yakınsama araştırmasında ve hem de ülke içi yakınsama araştırmasında kullanılabilmesi bakımından avantajlıdır. Ayrıca zaman serisi tekniği örneklem içi hareketliliği de ortaya koymaktadır. Zaman serisi tekniğinde ele alınan serilerin durağan olması durumunda, yakınsama çıkarımı yapılmaktadır (Ceylan, 2010). Dünyanın en önemli turizm coğrafyalarından biri olan Akdeniz’e kıyısı olan ülkelerin turizm gelirleri yakınsamasının incelendiği bu çalışmada öncelikle konuyla ilgili geniş bir literatür incelemesi yapılmıştır. Bir sonraki bölümde veri seti ve ekonometrik metotlar tanıtılmıştır. Son bölümde ise ampirik bulgular tartışılmış ve önerilerde bulunulmuştur.

Literatür İncelemesi

Turizm, bir ülkenin kalkınmasında önemli bir rol oynayan çok yönlü bir sektör olması nedeniyle birçok araştırmacının ilgisini çekmiştir. Bu ilgi, turizmin ekonomik, sosyal, kültürel, çevresel ve politik boyutlarının birbirini etkilemesi ve disiplinler arası çalışma imkânları sunması nedeniyle gün geçtikçe daha da cazip hale gelmiştir. Bu nedenle hem ulusal düzeyde hem de uluslararası düzeyde zengin bir literatür oluşmuştur.

Tablo 1: Türkiye için yapılan Çalışmalar

Yazar(lar)	Dönem ve Ülke(ler)	Ekonometrik Yöntem(ler)	Ampirik Bulgular
Yilanci ve Eris (2012)	Türkiye (1996 – 2010)	Birim Kök Testi (Fourier KPSS)	Türkiye'nin turizm pazarında yer alan 14 ülkeden 10 tanesinde yakınsama hipotezi geçerlidir.
Bozkurt ve Bahar (2015)	Türkiye ve Seçili Ülkeler (1995– 2009)	Panel Birim Kök Testi (LLC, IPS, ADF Fisher, PP Fisher, Hadri)	Türkiye'nin turizm pazarında ABD, Fransa, İspanya ve Çin ile yakınsama süreci içerisinde olduğu belirlenmiştir.
Hepsag (2015)	Türkiye (1996 – 2014)	Mevsimsel Birim Kök Testi	Türkiye'nin turizm pazarında yer alan 20 ülkeden 18 tanesinde yakınsama hipotezi geçerlidir.
Ozcan ve Erdogan (2015)	Türkiye (1996 – 2012)	Birim Kök Testi (RALS-LM)	Türkiye'nin turizm pazarında yer alan 14 ülkeden 10 tanesinde yakınsama hipotezi geçerlidir.
Kaplan vd. (2016)	Türkiye (1996 – 2014)	Phillips and Sul Klüp Yakınsaması	Türkiye'nin turizm pazarında yer alan 28 ülke için 4 farklı yakınsama klübü elde edilmiştir.
Alper ve Demiral (2017)	Türkiye (1996– 2015)	Birim Kök Testi (Fourier KPSS)	Türkiye'nin turizm pazarında yer alan 14 ülkeden 6 tanesinde yakınsama hipotezi geçerlidir.
Çoban ve Firuzan (2019)	Türkiye (1996– 2016)	Birim Kök Testi (RALS-LM)	Türkiye'nin turizm pazarında yer alan 23 ülkeden 14 tanesinde yakınsama hipotezi geçerlidir.
Yalçinkaya ve Yazgan (2020)	Türkiye (1996– 2018)	Birim Kök Testi (Fourier KPSS, Fourier GLS, Fourier ADF)	Türkiye'nin turizm pazarında yer alan 97 ülkeden 53 tanesinde yakınsama hipotezi geçerlidir.
Demirel ve Kurt (2021)	Türkiye (1970– 2019)	Birim Kök Testi (ADF, LM, RALS-LM)	Türkiye ile G7 grubu arasında bir yakınsama ilişkisinin olmadığı tespit edilmiştir.
Pehlivan vd. (2023)	Türkiye (2000– 2020)	Birim Kök Testi (Furuoka (2017))	Farklı kıtalardan oluşan 8 ülke grubu için yapılan analizde Türkiye'nin turizm pazarında Asya, Avrupa ve Okyanusya ülke grupları için yakınsama hipotezinin geçerli olmadığı tespit edilmiştir

Tablo 2: Farklı ülke ve ülke grupları için yapılan çalışmalar

Yazar(lar)	Ülke(ler) ve Dönem	Ekonometrik Yöntem(ler)	Ampirik Bulgular
Narayan (2006)	Avustralya (1991 – 2003)	Panel Birim Kök Testi (LM)	Avustralya'nın turizm pazarında yer alan 13 ülkenin tamamı için yakınsama hipotezi geçerlidir.
Narayan (2007)	Fiji (1970 – 2003)	Panel Birim Kök Testi (LLC, IPS, ADF Fisher, PP Fisher)	Fiji'nin turizm pazarında yer alan 8 ülkenin 7 tanesinde yakınsama hipotezi geçerlidir.
Lean ve Smyth (2008)	Malezya (1995 – 2005)	Panel Birim Kök Testi (LM)	Malezya'nın turizm pazarında yer alan 10 ülkenin tamamı için yakınsama hipotezi geçerlidir.
Tang (2011)	Malezya (1995 – 2008)	Birim Kök Testi (Kapetanios)	Malezya'nın turizm pazarında yer alan 10 ülkeden 5 tanesinde yakınsama hipotezi geçerlidir.
Bahar vd. (2013)	Seçili Ülkeler (1995 – 2009)	Panel Birim Kök Testi (LLC, IPS, ADF Fisher, PP Fisher)	Ele alınan ülkelerin hem turist varış sayıları hem de gelişmişlik düzeylerinin homojen olmadığını belirlemişlerdir.
Solarin ve Lean (2013)	Seyşeller (2000 – 2012)	Birim Kök Testi (PP, KSS)	Seyşeller'in Amerika Birleşik Devletleri ve İngiltere dışında turizm pazarının tamamı için yakınsama hipotezi geçerlidir.
Solarin (2014)	Güney Afrika (2000 – 2011)	Birim Kök Testi (ADF, LS)	Güney Afrika'nın turizm pazarında yer alan 16 ülkeden 13 tanesinde yakınsama hipotezi geçerlidir.
Katrakilidis vd. (2017)	Yunanistan (1995 – 2015)	Panel Birim Kök Testi (LLC, IPS, ADF Fisher, PP Fisher)	Yunanistan'ın turizm pazarında yer alan 17 ülkeden 15 tanesinde yakınsama hipotezi geçerlidir.
Solarin (2018)	Tayvan (2008 – 2016)	Birim Kök Testi (LM, RALS-LM)	Tayvan'ın turizm pazarında yer alan 15 ülkenin tamamı için yakınsama hipotezi geçerlidir.
Pizzuto ve Sciortino (2020)	İtalya (2008 – 2018)	Phillips and Sul Klüp Yakınsaması	İtalya'nın turizm pazarında yer alan 20 ülke için yapılan klüp yakınsamasında Asya ülkelerinin heterojen bir yapı sergilediğini belirlemişlerdir.
Konat ve Han (2021)	MINT Ülkeleri	Panel TAR Birim Kök Testi	MINT ülkeleri için turizm gelir serisinin doğrusal olmadığı ve iki rejim arasındaki geçiş ülkesinin Meksika olduğu belirlenmiştir.

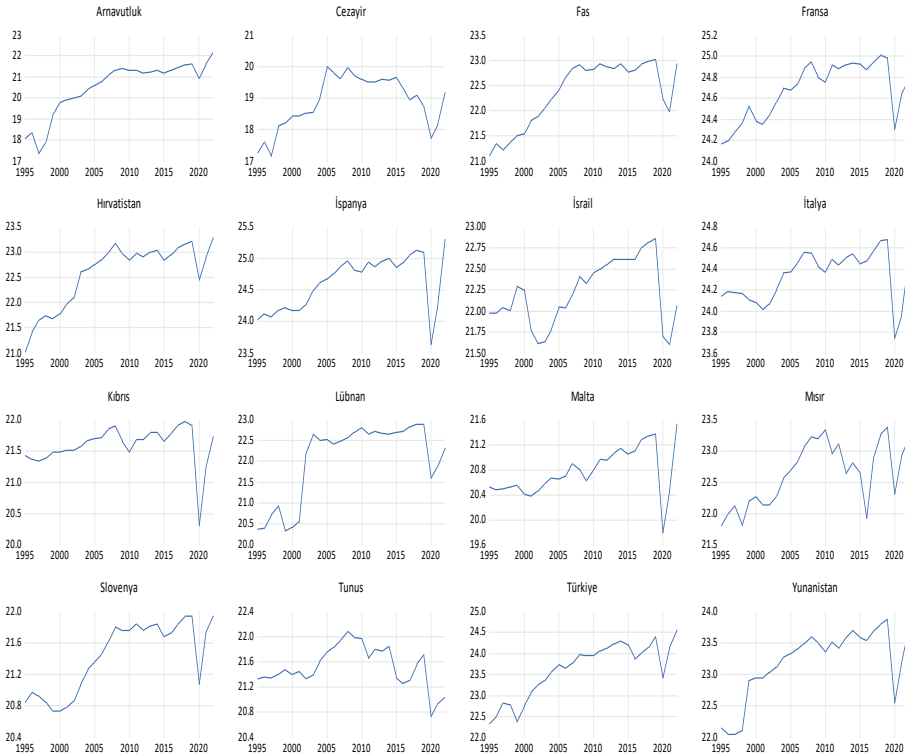
Veri Seti ve Ekonometrik Yöntemler

Çalışmada Akdeniz’e kıyısı bulunan 16 ülkenin (Arnavutluk, Cezayir, Fas, Fransa, Hırvatistan, İspanya, İsrail, İtalya, Kıbrıs, Lübnan, Malta, Mısır, Slovenya, Tunus, Türkiye, Yunanistan) 1995- 2022 döneminde yıllık turizm gelir verileri kullanılmıştır. Veriler Dünya Bankası ve Worlddata elektronik veri tabanından elde edilmiştir. Stokastik yakınsama için veriler aşağıdaki şekilde dönüştürülmüştür.

$$y_{it} = \ln \left(\frac{\text{Turizmgelirleri}_{t,\text{ülke}}}{\text{Turizmgelirleri}_{t,\text{ortalama}}} \right) \quad (1)$$

(1) Numaralı denklem, t yılına ait ülke verisinin, t yılında hesaplanan ortalama değere oranının logaritmasını ifade etmektedir.

Grafik 1: Ülkelerin Turizm Gelirlerine Ait Zaman Grafiği



RALS (Kalıntılarla genişletilmiş en küçük kareler metodolojisi ilk olarak Im ve Schmidt (2008) tarafından önerilmiştir. RALS-LM yaklaşımının amacı, testin gücünü en üst düzeye çıkarmak için mümkün olan tüm bilgileri kullanmak ve

testi yapısal kırılmaların yerlerini gösteren sorunlu parametrelerden arındırmaktır (Meng vd., 2017). Meng vd. (2014), RALS-LM testinin normal olmayan hatalarla daha bir güçlü hale geldiğini belirtmişler ve bazı doğrusal olmayan formlara karşı oldukça sağlam olduğunu göstermek için yapısal kırılmayı dikkate almayan Schmidt ve Phillips (1992) LM birim kök testi ve yapısal kırılmayı dikkate alan Lee vd. (2012) yapısal kırılmalı LM birim kök testi için RALS prosedürünü benimsemişlerdir. Bununla birlikte, diğer birim kök testlerinde olduğu gibi, mevcut yapısal kırılmalar dikkate alınmadığında RALS-LM testi de güç kaybeder. RALS-LM testi ile trend kırılma yerlerinin belirleyen sorunlu parametrelere olan bağımlılık ortadan kalkmaktadır. Lee ve Strazicich (2003, 2004) yapısal kırılmalı birim kök test prosedürü aşağıdaki şekilde açıklanır;

$$y_t = \delta Z_t + e_t, \quad e_t = \beta e_{t-1} + \varepsilon_t \quad (2)$$

(2) numaralı denklemde Z_t , dışsal değişkenleri temsil etmektedir. Birim kök test istatistikleri aşağıdaki regresyondan elde edilir.

$$\Delta y_t = \delta \Delta Z_t + \phi e_{t-1} + e_t \quad (3)$$

(3) numaralı denklemde S_t trendden arındırılmış seriyi temsil etmektedir ve aşağıdaki şekilde elde edilir.

$$S_t = y_t - \psi - Z_t \delta \quad (4)$$

(4) numaralı denklemde $\psi = y_1 - Z_1 \delta$ dir. δ , (3) numaralı denklemde Δy_t 'nin ΔZ_t üzerine kurulan regresyondan elde edilen katsayıdır.

$$\Delta y_t = \delta \Delta Z_t + \phi^* e_{t-1} + \sum_{j=1}^t d_j \Delta S_{t-j} + e_t \quad (5)$$

(5) numaralı denklem $\hat{\tau}_{LM}^*$ ile gösterilir ve $\phi = 0$ temel hipotezi t istatistiği ile sınanmaktadır. LM istatistiğinin gücünü daha da geliştirmek için normal olmayan hatalarla ilgili bilgileri kullanarak Meng ve Lee (2012) ve Im vd. (2014), kalıntılarla genişletilmiş en küçük kareler (RALS) yöntemini önermişlerdir. RALS prosedüründe $\hat{W}_t$ teriminin gösterimi aşağıdaki gibidir;

$$\hat{W}_t = h(\hat{e}_t) - \hat{K} - \hat{e}_t \hat{D}_2 \quad (6)$$

(6) numaralı denklemde $h(\hat{e}_t) = [\tilde{e}_t^2, \tilde{e}_t^3]$, $\hat{K} = \frac{1}{T} \sum_{t=1}^T h(\hat{e}_t)$ ve $\hat{D}_2 = \frac{1}{T} \sum_{t=1}^T h(\hat{e}_t)$ şeklinde ifade edilir. Normal olmayan kalıntıların bilgilerini kullanmak için $\hat{e}_t$ 'nin ikinci ve üçüncü momentleri $h(\hat{e}_t) = [\tilde{e}_t^2, \tilde{e}_t^3]$ modele dâhil edilmiştir. $\hat{m}_j = T^{-1} \sum_{t=1}^T \tilde{e}_t^j$ kullanımıyla genişletilmiş terim aşağıdaki şekilde gösterilir.

$$\hat{W}_t = [\tilde{e}_t^2 - \hat{m}_2, \tilde{e}_t^3 - \hat{m}_3 - 3\hat{m}_2 \tilde{e}_t] \quad (7)$$

(5) numaralı denklem $\hat{W}_t$ ile genişletildiğinde tahmin edicilerin verimliliği artar ve LM birim kök testinin gücünü artırır (Payne vd. 2017). Aşağıdaki modelden dönüştürülmüş RALS – LM testi elde edilir.

$$\Delta_t = \delta \Delta_t + \phi \mathcal{S}_{t-1}^* + \sum_j d_j \Delta \mathcal{S}_{t-j} + \hat{W}_t \gamma + u_t \quad (8)$$

t istatistiği $\phi = 0$ için RALS – LM testi $\hat{\tau}_{RALS-LM}^*$ şeklinde ifade edilir. RALS – LM test istatistiği;

$$\hat{\tau}_{RALS-LM}^* = \rho \tau_{LM} + \sqrt{1 - \rho^2} Z \quad (9)$$

şeklinde elde edilir. Kritik değerler Meng vd. (2017) çalışmasında verilmiştir.

Ampirik Bulgular

Akdeniz ülkelerinde turizm gelirlerinde yakınsamanın söz konusu olup olmadığına inceleyen bu çalışmada kullanılan ekonometrik yöntemlerden elde edilen bulgular tablolar halinde verilmiştir.

Tablo 3: Ülkelere Ait Tanımlayıcı İstatistikler

	Ortalama	Med- yan	Maksi- mum	Mini- mum	Stan- dart Sapma	Jarque-Bera Normallik
Arnavut- luk	20.52	21.16	22.16	17.34	1.27	6.64 (0.036)
Cezayir	18.90	19.05	19.98	17.15	0.83	2.17 (0.337)
Fas	22.35	22.71	23.02	21.11	0.64	3.32 (0.190)
Fransa	24.67	24.74	25.01	24.17	0.27	2.72 (0.257)
Hırvatistan	22.57	22.84	23.30	21.02	0.63	4.42 (0.110)
İspanya	24.61	24.77	25.31	23.63	0.43	1.74 (0.420)
İsrail	22.22	22.22	22.86	21.60	0.38	1.55 (0.460)
İtalya	24.33	24.39	24.67	23.74	0.23	1.84 (0.399)
Kıbrıs	21.59	21.65	21.96	20.31	0.32	92.18 (0.000)
Lübnan	22.03	22.51	22.89	20.33	0.93	4.96 (0.084)
Malta	20.77	20.68	21.54	19.79	0.38	0.04 (0.982)
Mısır	22.63	22.68	23.38	21.80	0.50	2.04 (0.360)
Slovenya	21.43	21.65	21.94	20.73	0.44	3.37 (0.185)
Tunus	21.52	21.46	22.09	20.73	0.33	0.57 (0.752)
Türkiye	23.61	23.81	24.56	22.32	0.65	2.63 (0.268)
Yunanis- tan	23.19	23.37	23.86	22.05	0.55	4.73 (0.094)

Tablo 3'te Akdeniz ülkelerinin turizm gelirlerinin logaritmik dönüşümlerine ait tanımlayıcı istatistikler verilmiştir. Ortalama değerlere göre Fransa ve İspanya en yüksek değerlere sahip ülkelerdir. Cezayir ve Malta ise en düşük değerlere sahiptir. Arnavutluk, Kıbrıs, Lübnan ve Yunanistan dışındaki ülkeler normal dağılım göstermektedir.

Tablo 4: LM ve RALS-LM Birim Kök Test Sonuçları

Ülkeler	Test İstatistikleri					Kritik Değerler (RALS-LM)		
	τ_{LM}^*	Normallik (Jarque-Bera)	$\tau_{RALS-LM}^*$	$\hat{\rho}^2$	$\hat{k}$	%1	%5	%10
Arnavutluk	-1.671	46.13 (0.000)	-1.44	0.33	0	-3.213	-2.572	-2.235
Cezayir	-0.865	7.24 (0.0267)	-2.09	0.46	7	-3.401	-2.783	-2.459
Fas	-1.954	100.62 (0.000)	-2.61**	0.24	6	-3.089	-2.426	-2.081
Fransa	-0.300	72.24 (0.000)	-3.06**	0.28	2	-3.213	-2.572	-2.235
Hırvatistan	-1.266	2.47 (0.290)	-3.89***	0.53	7	-3.401	-2.783	-2.459
İspanya	0.927	94.76 (0.000)	-0.71	0.26	4	-3.213	-2.572	-2.235
İsrail	-1.956	20.06 (0.000)	-2.10	0.45	1	-3.401	-2.783	-2.459
İtalya	-1.555	39.15 (0.000)	-1.94	0.58	4	-3.477	-2.862	-2.545
G. Kıbrıs	-2.714	65.64 (0.000)	-2.44	0.84	5	-3.599	-2.992	-2.684
Lübnan	-0.645	180.72 (0.000)	1.06	0.83	7	-3.599	-2.992	-2.684
Malta	-2.279	43.67 (0.000)	-4.22***	0.10	5	-2.882	-2.216	-1.864
Mısır	-2.362	5.58 (0.061)	-5.21***	0.329	0	-3.213	-2.572	-2.235
Slovenya	-2.842*	21.44 (0.000)	-1.12	0.645	0	-3.477	-2.862	-2.545
Tunus	-2.631	8.09 (0.017)	-1.84	0.874	3	-3.650	-3.045	-2.740
Türkiye	-1.753	7.54 (0.023)	-4.041***	0.541	0	-3.401	-2.783	-2.459
Yunanistan	-1.705	200.32 (0.000)	-0.405	0.314	0	-3.213	-2.572	-2.235

τ_{LM}^* ve $\tau_{RALS-LM}^*$, sırasıyla LM ve RALS-LM test istatistik değerleridir. $\hat{k}$ ise optimal gecikme uzunluğudur. RALS-LM için hesaplanan kritik değerler son üç sütunda verilmiştir. LM kritik değerleri %1: -3.5970, %5: -3.0310 ve %10: -2.7450'dir. ***, ** ve * sırasıyla %1, %5 ve %10 anlamlılık düzeylerini göstermektedir.

Tablo 4'te geleneksel LM ve yapısal kırılmayı dikkate almayan RALS-LM birim kök test sonuçları verilmiştir. LM test sonuçlarına göre sadece Slovenya %10 anlamlılık seviyesinde durağan çıkmıştır. Diğer ülkeler için durağanlık söz konusu değildir. Bir başka ifadeyle Slovenya dışındaki ülkeler turizm gelir ortalamasına yakınsamamaktadırlar. LM testinden elde edilen kalıntılara ait normallik testi sonuçları incelendiğinde kalıntıların normal dağılmadığı görülmektedir. Normallik varsayımını dikkate alan RALS-LM testi sonuçları ise Fas, Fransa, Hırvatistan, Malta, Mısır ve Türkiye için yakınsamanın geçerli olduğunu göstermektedir. Ayrıca verilere yapısal kırılmaları dikkate alan birim kök test sonuçlarını görmek için Lee ve Strazicich (2003, 2004) yapısal kırılmalı birim kök testinin kalıntılarla genişletilmiş hali olan tek kırılmalı ve iki kırılmalı RALS-LM birim kök testi de uygulanmış ve sonuçlar Tablo 1 ve Tablo 2'de verilmiştir.

Tablo 5: Tek Kırılmalı RALS-LM Birim Kök Test Sonuçları

Ülkeler	Test İstatistiği				Kritik Değerler (RALS-LM)		
	$\hat{\tau}_{RALS-LM}^*$	$\hat{\rho}^2$	$\hat{T}_B$	$\hat{k}$	%1	%5	%10
Arnavutluk	-3.394	0.980	2009	3	-4.421	-3.790	-3.487
Cezayir	-4.379***	0.863	2004	2	-4.324	-3.698	-3.405
Fas	-9.922***	0.789	2019	5	-4.222	-3.613	-3.309
Fransa	-5.874***	0.787	2018	2	-4.222	-3.613	-3.309
Hırvatistan	-4.909***	0.576	2004	0	-3.996	-3.404	-3.091
İspanya	-3.767**	0.839	2018	4	-4.222	-3.613	-3.309
İsrail	-3.833**	0.648	2019	5	-3.996	-3.404	-3.091
İtalya	-4.585***	0.585	2019	2	-3.996	-3.404	-3.091
G. Kıbrıs	-6.945***	0.730	2019	1	-4.108	-3.514	-3.207
Lübnan	-1.506	0.717	2018	7	-4.108	-3.514	-3.207
Malta	-16.768***	0.208	2018	5	-3.390	-2.736	-2.396
Mısır	-8.037***	0.247	2009	5	-3.390	-2.736	-2.396
Slovenya	-10.542***	0.250	2018	5	-3.590	-2.955	-2.619
Tunus	-7.731***	0.3616	2010	2	-3.745	-3.131	-2.799
Türkiye	-3.756**	0.478	2014	8	-3.878	-3.274	-2.958
Yunanistan	-8.605***	0.554	2005	3	-3.996	-3.404	-3.091

$\hat{\tau}_{RALS-LM}^*$, RALS-LM test istatistik değerleridir. $\hat{T}_B$, Kırılma tarihleri, $\hat{k}$ ise optimal gecikme uzunluğudur. RALS-LM için hesaplanan kritik değerler son üç sütunda verilmiştir.

Tablo 5'te tek yapısal kırılmayı dikkate alan RALS-LM birim kök test sonuçlarına göre Arnavutluk ve Lübnan dışındaki bütün ülkeler için yakınsamanın geçerli olduğu tespit edilmiştir.

Tablo 6: İki Kırılmalı RALS-LM Birim Kök Test Sonuçları

Ülkeler	Test İstatistiği				Kritik Değerler (RALS-LM)		
	$\hat{\tau}_{RALS-LM}^*$	$\hat{\rho}^2$	$\hat{T}_B$	$\hat{k}$	%1	%5	%10
Arnavutluk	-4.677***	0.486	2006 – 2018	8	-4.301	-3.682	-3.358
Cezayir	-5.540***	0.321	2007 – 2019	8	-3.896	-3.270	-2.933
Fas	-7.421***	0.694	2008 – 2019	4	-4.606	-3.999	-3.686
Fransa	-5.540***	0.659	2014 – 2018	6	-4.606	-3.999	-3.686
Hırvatistan	-0.056	0.249	2005 – 2014	6	-3.639	-2.995	-2.651
İspanya	-0.150	0.854	2015 – 2018	8	-4.883	-4.259	-3.952
İsrail	-4.85***	0.770	2004 – 2019	5	-4.752	-4.133	-3.824
İtalya	-3.875***	0.205	2012 – 2019	8	-3.639	-2.995	-2.651
G. Kıbrıs	-9.380***	0.949	2009 – 2018	4	-4.883	-4.259	-3.952
Lübnan	-7.752***	0.766	2007 – 2018	6	-4.752	-4.133	-3.824
Malta	-7.377***	0.610	2009 – 2018	2	-4.459	-3.848	-3.532
Mısır	-15.525***	0.229	2009 – 2015	4	-3.639	-2.995	-2.651
Slovenya	-21.444***	0.123	2005 – 2018	8	-3.283	-2.619	-2.268
Tunus	2.057	0.833	2012 – 2019	8	-4.752	-4.133	-3.824
Türkiye	-6.745***	0.365	2014 – 2018	7	-4.113	-3.494	-3.162
Yunanistan	-10.479***	0.544	2005 – 2012	3	-4.301	-3.682	-3.358

$\hat{\tau}_{RALS-LM}^*$, RALS-LM test istatistik değerleridir. $\hat{T}_B$, Kırılma tarihleri, $\hat{k}$ ise optimal gecikme uzunluğudur. RALS-LM için hesaplanan kritik değerler son üç sütunda verilmiştir.

Tablo 6’da iki yapısal kırılmayı dikkate alan RALS-LM birim kök test sonuçlarına göre Hırvatistan, İspanya ve Tunus dışındaki bütün ülkeler için yakınsamanın geçerli olduğu görülmektedir. Hem tek kırılmalı hem de iki kırılmalı test sonuçlarından elde edilen kırılma tarihleri, Genel olarak Covid-19 pandemisinin başlangıcına işaret etmektedir.

Sonuç

Günümüzde turizm, ekonominin en dinamik sektörlerinden biri olarak kabul edilmektedir. Turizmin gelişmesi ve ekonomideki artan rolü nedeniyle, birçok ülke turizm sektörlerini canlandırmak için yeni stratejiler uygulamaktadır. Bu çalışmada uygulanan politikaların etkinliğini ölçmek amacıyla dünya turizm pazarında önemli bir konuma sahip olan Akdeniz ülkelerinin turizm gelirlerinin stokastik yakınsama gösterip göstermediği incelenmiştir. Bu amaçla ülke turizm ge-

lirinin bölge ortalamasına oranlanmasıyla elde edilen verilere birim kök testi uygulanmıştır. Normallik varsayımı altında çalışan klasik LM birim kök testi sonuçlarına göre ülkeler için bir yakınsama söz konusu değildir. Ancak LM testinden elde edilen kalıntılara ait normallik testi sonuçları incelendiğinde kalıntıların normal dağılmadığı tespit edilmiştir. Bu nedenle kalıntıların normal dağılmadığı durumlarda da kullanılabilen RALS-LM testi uygulanmış ve sadece Fas, Fransa, Hırvatistan, Malta, Mısır ve Türkiye için yakınsamanın geçerli olduğu görülmüştür. Ayrıca yapısal kırılmaları dikkate alan birim kök test sonuçlarını görmek için verilere Lee ve Strazicich (2003, 2004) yapısal kırılmalı birim kök testinin kalıntıları genişletilmiş hali olan tek kırılmalı ve iki kırılmalı RALS-LM birim kök testi uygulanmıştır. Her iki testten elde edilen sonuçlar birlikte değerlendirildiğinde tüm ülkeler için yakınsama hipotezinin geçerli olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Bir başka ifadeyle elde edilen sonuçlar, Akdeniz’e kıyısı olan ülkelerde turizm gelirlerinin zamanla ortalamaya yakınsadığını ortaya koymaktadır. Bu durum, turizm sektörünün bölgesel olarak benzer dinamiklere sahip olduğunu göstermektedir. Bu bağlamda, turizm gelirlerinin yakınsama eğilimi, bölgesel iş birliği ve sürdürülebilir turizm politikalarının önemini bir kez daha ortaya koymaktadır. Akdeniz ülkeleri, bu ortak eğilimden yararlanarak, turizm sektöründeki büyümeyi uzun vadede sürdürülebilir kılmak için ortak stratejiler geliştirebilir ve ekonomik kalkınma hedeflerini destekleyebilir.

KAYNAKÇA

- Ain, Q. ve Zulfıkar, K. (2018). An analysis of income convergence across Asian countries. *Forman Journal Of Economic Studies*, 14, 125-141.
- Alper, A. E. ve Demiral, M. (2017). Türkiye'nin turizm piyasaları için yakınsama hipotezinin testi: Fourier durağanlık analizi bulguları. *Ömer Halisdemir Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 10(4), 205-213, DOI: 10.25287/ohuibf.334736.
- Bahar, O. ve Kozak, M. (2013). Turizm Ekonomisi, *Anadolu Üniversitesi Yayınları*, Eskişehir.
- Bahar, O. Bozkurt, K. ve Dogan, B. (2013). Empirical Testing of Convergence Hypothesis of International Tourism Sector. *Striving For Service Quality: Reality, Problems and solutions*, 1(79), 7-16. <http://dx.doi.org/10.5755/j01.ss.79.1.4070>.
- Bozkurt, K. ve Bahar, O. (2015). Turizm gelirlerine yönelik bir yakınsama analizi. *Uluslararası İktisadi ve İdari İncelemeler Dergisi*, (15), 157-178, <https://doi.org/10.18092/ijeas.14404>.
- Ceylan, R. (2010). G-7 ülkelerinin yakınsama deneyimi: 1870 – 2006. *Süleyman Demirel İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 15(3), 311-324.
- Ceylan, R. (2010). Yakınsama hipotezi: Teorik tartışmalar. *Sosyoekonomi Dergisi*, 11(11), 48-60. <https://doi.org/10.17233/se.31488>.
- Çoban, B. ve Firuzan, E. (2019). Convergence and cointegration analysis under structural breaks: Application of Turkey tourism markets, *Sosyoekonomi*, 27(39), 95-110.
- Demirel, E. ve Kurt, Ü. (2021). Türkiye ekonomisinde yakınsama hipotezi geçerliliğinin test edilmesi: G7 grubu ülke örneği. *International Journal of Society Researches*, 18(44), 7778-7794. DOI:10.26466//opus.908963.
- Esenyel, N. M. (2017). Türkiye'de enerji yakınsama hipotezinin sınanması: Yapısal kırılmalı birim kök testi. *Social Sciences Research Journal*, 6(3), 42-52.
- Hepsag, A. (2015): Testing convergence of tourism markets: Evidence from seasonal unit roots test. *An International Journal of Tourism and Hospitality Research*, 1-12. DOI: 10.1080/13032917.2015.1075892.
- Im, K. S. and Schmidt, P. (2008). More efficient estimation under non-normality when higher moments do not depend on the regressors, using residual augmented least squares. *Journal Of Econometrics*, 144(1), 219-233.
- Im, K. S., Lee, J. ve Tieslau, M. A. (2014). More powerful unit root tests with non-normal errors. *Festschrift In Honor Of Peter Schmidt Econometric Methods and Applications*, Springer, 315-342.

- Kaplan, F., Öztürk, E. Ve Güngör, Ş. (2016). Is the club convergence hypothesis valid for Turkey tourism market? *7th International Symposium on Econometrics, Operations Research and Statistics*, Sivas, Turkey.
- Katrakilidis, C., Konteos, G., Sariannidis, N. ve Manolidou C. (2017). Investigation of convergence in the tourist markets of Greece. *European Research Studies Journal*, XX(4A), 707-729, DOI: 10.35808/ersj/866.
- Konat, G. ve Han, A. (2021). MINT ülkeleri için turizm gelirlerinin yakınsaması: doğrusal olmayan panel birim kök testi bulguları. *Sosyal Ekonomi Araştırmalar Dergisi*, 21(1), 53-65.
- Lean, H. H. ve Smyth, R. (2008). Are Malaysia's tourism markets converging? Evidence from univariate and panel unit root tests with structural breaks. *Tourism Economics*, 14(1), 97-112.
- Lee, J., ve Strazicich, M. C. (2003). Minimum lagrange multiplier unit root test with two structural breaks. *The Review of Economics and Statistics*, 85(4), s. 1082-1089.
- Lee, J., ve Strazicich, M. C. (2004). Minimum LM Unit Root Test with One Structural Break. *Working Papers, Department of Economics*, Appalachian State University, 1-15.
- Lee, J., Strazicich, M. C. and Meng, M. (2012). Two-step LM unit root tests with trend-breaks. *Journal Of Statistical and Econometric Methods*, 1(2), 81-107.
- Meng, M. and Lee, J. (2012). More powerful LM unit root tests with trend-breaks in the presence of non-normal errors. *Working Paper*, University Of Alabama.
- Meng, M., Im, K. S., Lee, J. and Tieslau, M. A. (2014). More powerful LM unit root tests with non-normal errors. *Festschrift In Honor Of Peter Schmidt Econometric Methods and Applications*, Springer, 343-358.
- Meng, M., Lee, J. and Payne, J. E. (2017). RALS – LM unit root test with trend-breaks and non-normal errors: Application to the prebisch-singer hypothesis. *Studies In Nonlinear Dynamics and Econometrics*, 21(1), 31-45.
- Narayan, P. K. (2006). Are Australia's tourism markets converging?, *Applied Economics*, 38(10), 1153-1162, DOI: 10.1080/00036840500391377.
- Narayan, P. K. (2007). Testing convergence of Fiji's tourism markets. *Pacific Economic Review*, 12(5), 651-663. Doi: 10.1111/j.1468-0106.2007.00377.x.
- Ozcan, B. ve Erdogan, S. (2015). Are Turkey's tourism markets converging? Evidence from the two-step LM and three-step RALS-LM unit root tests. *Current Issues in Tourism*, 1-18. DOI: 10.1080/13683500.2015.1040741.
- Payne, J. E., Vizek, M. and Lee, J. (2017). Is there convergence in per capita renewable energy consumption across U. S. states? Evidence from LM and RALS-LM unit root tests with breaks. *Renewable and Sustainable Energy Reviews*, 70, 715-728.

- Pehlivan, C., Konat, G., Han, A. ve Özbay F. (2023). Is tourism convergence valid in Turkey? Evidence from Furuoka unit root test. *Çankırı Karatekin Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 13 (1), 209-229. Doi: 10.18074/ckuiibfd.1163938.
- Pizzuto, P. ve Sciortino, C. (2020). Exploring the tourism markets' convergence hypothesis in Italy. *Tourism Economics*, 1-9, DOI: 10.1177/1354816620940436.
- Samırkaş, M., Bahar, O. ve Tuncer, İ. (2013). Turizm sektörünün yakınsamaya etkisi: 1990-2000 Yılları Türkiye uygulaması. *Yönetim Bilimleri Dergisi*, 11(22), 99-119.
- Schmidt, P. ve Phillips, P. C. (1992). LM tests for a unit root in the presence of deterministic trends. *Oxford Bulletin of Economics and Statistics*, 54(3), 257-287.
- Solarin, S. A. ve Lean, H. H. (2013). Nonlinearity convergence of tourism markets in Seychelles. *Current Issues In Tourism*, DOI: 10.1080/13683500.2013.810612.
- Solarin, S. A. (2014). Revisiting the convergence hypothesis of tourism markets: Evidence from South Africa. *The Journal of Applied Economic Research*, 8(1), 77-92. DOI: 10.1177/0973801013506403.
- Solarin, S. A. (2018). Convergence hypothesis in tourism markets and activities in Taiwan. *Tourism Economics*, 1-8, DOI: 10.1177/1354816618795526.
- Tang, C. F. (2011). Old Wine in New Bottles: Are Malaysia's Tourism Markets Converging?, *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 16(3), 263-272. DOI: 10.1080/10941665.2011.572661.
- Worldbank, (2024). <https://databank.worldbank.org>. Access date: 11.08.2024.
- Worlddata, (2024). <https://www.worlddata.info>. Access date: 11.08.2024.
- Yalçınkaya, Ö. ve Yazgan, Ş. (2020). Türkiye'nin turizm piyasalarının yakınsama analizi: Fourier birim kök testlerinden kanıtlar, *Üçüncü Sektör Sosyal Ekonomi Dergisi*, 55(1), 93-110.
- Yazgan, Ş., Ceylan, R. ve Mollavelioğlu, M. Ş. (2018). Seçilmiş NATO ülkelerinde askeri harcamaların yakınsaması: Doğrusal olmayan birim kök testinden kanıtlar. *Akdeniz Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 37, 118-132.
- Yilanci, V. ve Eris, Z. A. (2012) Are tourism markets of Turkey converging or not?. A Fourier stationary analysis. *An International Journal of Tourism and Hospitality Research*, 23(2), 207-216. DOI: 10.1080/13032917.2012.665010.
- Zogal, V. ve Baykal, F. (2020). Geçmişten geleceğe Akdeniz ülkelerinde turizm. *Cografa Dergisi*, 41, 255-270. <https://doi.org/10.26650/JGEOG2020-0071>.



BÖLÜM 21

Dijitaleşme ve Sigorta Pazarlaması

Arzu Şeker¹

¹ Dr.Öğr.Üyesi, Batman Üniversitesi, ORCID: 0000-0002-3179-5956

GİRİŞ

Dijitalleşme, elde edilen verilerin sayısallaştırılarak çeşitli alanlarda yer edinme sürecidir. Sayısallaştırma ise, analog yapılan işlemlerin bilgisayarlarda depolanması ile sayısal hale getirilen bir formatta dönüştürülmesi şeklinde tanımlanabilir (Karakaş vd, 2009). İşletmelerin yeni fikirler geliştirerek daha geniş kitlelere ulaşmalarını, iş süreçlerini organize edip yönetmek için gelişmiş araçlar kullanmalarını ve en önemlisi, müşterilerini memnun etmek ve yaşam kalitelerini yükseltmek için daha iyi mal ve hizmet sunabilmelerine olanak sağlayan dijitalleşme, günümüzde yaşamın her alanına müdahale eder hale gelmiştir. Büyük bir hızla ilerleyen teknoloji ile birlikte dünya, dijital çağa ayak uydurmak zorunda kalmıştır (Ersöz ve Özman, 2020). Dijitalleşme, sigortacılık sektörü de dâhil olmak üzere birçok endüstride köklü değişimlere neden olmuştur. Sigorta şirketleri, dijital teknolojilerin sunduğu fırsatları kullanarak müşteri deneyimini geliştirmek, operasyonel verimliliği artırmak ve rekabet avantajı elde etmek için yeni pazarlama stratejileri geliştirmektedir. Geleneksel yöntemlerin yerini alan dijital platformlar, sigorta ürünlerinin daha geniş kitlelere ulaşmasını kolaylaştırırken aynı zamanda tüketici beklentilerindeki değişimlere de hızlı bir şekilde uyum sağlanmasına imkân tanımaktadır (Tahir & Husain, 2020; Kumar vd.,2023).

Sigorta pazarlamasında dijitalleşme, müşteri ilişkilerinin yönetiminden (CRM) müşteri segmentasyonu ve hedeflemeye kadar geniş bir yelpazede yenilikçi çözümler sunmaktadır. Özellikle yapay zekâ, büyük veri analitiği ve makine öğrenimi gibi teknolojilerin entegrasyonu, kişiselleştirilmiş sigorta teklifleri sunma olanağı sağlamaktadır (Foscht & Swoboda, 2011). Örneğin, dijital kanallar aracılığıyla yapılan pazarlama faaliyetleri, sigorta müşterilerinin bireysel ihtiyaçlarını analiz ederek onlara özel ürün önerileri sunmayı mümkün kılmaktadır. Bununla birlikte, mobil uygulamalar ve web tabanlı platformlar, tüketicilerin sigorta ürünlerini karşılaştırmalarına ve ihtiyaçlarına en uygun poliçeleri seçmelerine olanak tanımaktadır. Dijitalleşmenin sağladığı bu kolaylık, müşterilerin sigorta sektörüne duyduğu güveni artırırken aynı zamanda pazarlama maliyetlerini de önemli ölçüde düşürmektedir (Hopkins ve Turner 2012; Pisoni, 2021). Ayrıca, dijital araçların kullanımı, sigorta şirketlerinin müşteri geri bildirimlerini daha hızlı bir şekilde toplamasına ve buna göre stratejik değişiklikler yapmasına olanak tanımaktadır (Janarthanam 2017; Khan ve Das 2018). Ancak dijitalleşme, fırsatların yanı sıra birtakım zorlukları da beraberinde getirmektedir. Özellikle veri güvenliği ve kişisel bilgilerin korunması, sigorta sektöründe dijitalleşmenin önündeki en büyük engellerden biri olarak görülmektedir. Tüketiciler, dijital platformlarda paylaştıkları bilgiler konusunda çekinceler yaşamaktadır ve bu durum,

sigorta şirketlerinin güvenilirliklerini artıracak yeni stratejiler geliştirmelerini gerektirmektedir (Guenzi & Habel, 2020). Sonuç olarak, dijitalleşme, sigorta pazarlamasında devrim niteliğinde bir değişim yaratmış ve sektörde hem müşteriler hem de şirketler açısından önemli avantajlar sağlamıştır. Dijitalleşmenin daha da yaygınlaşmasıyla birlikte sigorta şirketlerinin, müşteri ihtiyaçlarına odaklanan yenilikçi pazarlama stratejileri geliştirmesi kaçınılmazdır.

1.DİJİTAL KANALLARIN SİGORTA ÜRÜNLERİNİN TANITIMINDAKİ ROLÜ

Dijital kanallar, sigorta sektöründe ürün tanıtımı ve pazarlama stratejilerinin temel bir unsuru haline gelmiştir. Geleneksel pazarlama yöntemlerine kıyasla daha geniş bir erişim ve yüksek etkileşim imkânı sunan dijital platformlar, sigorta şirketlerinin müşteri tabanını büyümesine ve müşteri bağlılığını artırmasına yardımcı olmaktadır. Sosyal medya, mobil uygulamalar, e-posta pazarlama ve sigorta şirketlerinin web siteleri gibi dijital araçlar, müşterilere ürün ve hizmetler hakkında bilgi sağlamak ve satışları artırmak için etkili bir şekilde kullanılmaktadır (Akar & Kayahan, 2007;Tahir & Husain, 2020). Dijital kanalların sigorta ürünlerinin tanıtımındaki en büyük avantajlarından biri, müşteri segmentasyonuna dayalı hedefli reklamcılık yapabilme imkânıdır. Sigorta şirketleri, büyük veri analitiği ve yapay zekâ teknikleri kullanarak müşterilerinin demografik bilgilerini, davranışlarını ve ihtiyaçlarını analiz edebilmekte ve bu verilere dayanarak kişiselleştirilmiş ürün önerileri sunmaktadır. Bu tür hedefli pazarlama stratejileri, tüketicilerin ilgisini çekmekte ve onları sigorta ürünlerini değerlendirmeye teşvik etmektedir (Erbaşlar ve Dokur, 2008; Büyüksulu, 2018).

Özellikle sosyal medya platformları, sigorta ürünlerinin tanıtımı için ideal bir zemin sunmaktadır. Facebook, Instagram ve LinkedIn gibi platformlar, sigorta şirketlerine hedef kitleleriyle doğrudan etkileşim kurma fırsatı vermektedir. Örneğin, sosyal medya kampanyaları ve influencer iş birlikleri, tüketicilerin sigorta ürünleri hakkında daha fazla bilgi edinmesini sağlarken, marka bilinirliğini de artırmaktadır (Haşiloğlu, 2007; Foscht & Swoboda, 2011). Mobil uygulamalar ve web siteleri de sigorta ürünlerinin tanıtımında önemli bir rol oynamaktadır. Kullanıcı dostu ara yüzlere sahip uygulamalar, tüketicilerin sigorta tekliflerini karşılaştırmalarını ve ihtiyaçlarına uygun poliçeleri seçmelerini kolaylaştırmaktadır. Aynı zamanda, bu platformlar üzerinden sunulan eğitim içerikleri, tüketicilerin sigorta ürünleri ve hizmetleri hakkında daha bilinçli kararlar almasına yardımcı olmaktadır (Akgül, 2010; Kumar vd.,2023). Dijital kanalların sağladığı bir diğer avantaj, hızlı geri bildirim ve müşteri etkileşimidir. Örneğin, chatbotlar ve yapay zekâ destekli müşteri destek sistemleri, tüketicilerin sorularını anında yanıtlayarak ürünlerin tanıtımını ve satışını kolaylaştırmaktadır. Bu etkileşimler, müşteri

memnuniyetini artırmakla kalmayıp, müşteri deneyimini de iyileştirmektedir (Bayuk, 2006; Mandalapu, 2023). Sonuç olarak, dijital kanallar, sigorta ürünlerinin tanıtımında hem şirketler hem de müşteriler için birçok fırsat sunmaktadır. Bu kanallar, müşteri ihtiyaçlarına hızlı bir şekilde yanıt verme, ürünleri etkili bir şekilde tanıtma ve müşteri bağlılığını artırma açısından büyük bir potansiyele sahiptir. Dijitalleşmenin hız kazanmasıyla birlikte sigorta şirketlerinin bu platformları daha etkin bir şekilde kullanmaları kaçınılmazdır.

1.1 Mobil Uygulamalar ile Sigorta Satışlarının Artırılması

Mobil uygulamalar, sigorta sektöründe satışları artırmak için etkili bir araç haline gelmiştir. Günümüzde mobil teknolojiler, tüketicilerin ihtiyaçlarına hızlı bir şekilde cevap verebilmekte ve sigorta şirketlerine, potansiyel müşterilere daha erişilebilir bir kanal sunmaktadır. Bu uygulamalar, hem müşteri deneyimini iyileştirmekte hem de sigorta şirketlerinin satışlarını optimize etmesine olanak sağlamaktadır (Dawes & Arthur, 2010; Insurancehound.co.uk, 2022). Mobil uygulamalar aracılığıyla tüketicilere sunulan kişiselleştirilmiş hizmetler, sigorta ürünlerinin daha çekici hale gelmesini sağlamaktadır. Örneğin, mobil uygulamalarda kullanılan yapay zekâ ve makine öğrenimi algoritmaları, bireylerin ihtiyaçlarına uygun sigorta teklifleri sunarak satın alma kararlarını kolaylaştırmaktadır. Kişiselleştirme, tüketicilerin ihtiyaç duyduğu ürün ve hizmetlere odaklanmasını sağlarken, aynı zamanda satın alma sürecini hızlandırmaktadır (Zheng & Guo, 2020). Bir diğer önemli avantaj, mobil uygulamaların sağladığı kullanıcı dostu ara yüzlerdir. Bu uygulamalar, tüketicilere sigorta poliçelerini karşılaştırma, teklifler alma ve hatta poliçe satın alma süreçlerini kolaylaştırmaktadır. Örneğin, Lemonade gibi dijital sigorta platformları, tamamen mobil uygulama üzerinden poliçe oluşturma ve ödeme süreçlerini gerçekleştirmektedir. Bu tür kullanıcı dostu çözümler, müşterilerin sigorta satın alma sürecini hızlı ve zahmetsiz bir hale getirmektedir (World InsurTech Report, 2021). Ayrıca, mobil uygulamalar müşterilere 7/24 hizmet sunma imkânı sağlamaktadır. Bu özellik, özellikle yoğun yaşam tarzına sahip bireyler için oldukça cazip hale gelmektedir. Mobil uygulamalar sayesinde müşteriler, herhangi bir fiziksel şubeye gitmeye gerek kalmadan poliçelerini yenileyebilir, hasar bildirimini yapabilir veya destek alabilir. Bu, müşteri memnuniyetini artırırken, şirketlerin operasyonel maliyetlerini de düşürmektedir (Swiss Re Institute, 2020). Mobil uygulamaların sigorta sektöründe sağladığı bir diğer değer, oyunlaştırma (gamification) teknikleridir. Örneğin, sağlık sigortası uygulamaları, kullanıcılara sağlıklı yaşam alışkanlıklarını teşvik etmek için puan sistemi veya ödüller sunabilmektedir. Bu tür uygulamalar, hem müşteri bağlılığını artırmakta hem de sigorta şirketlerinin daha fazla poliçe satmasına yar-

dımcı olmaktadır (Krysik, 2024). Özetle söylenebilir ki, mobil uygulamalar sigorta satışlarının artırılmasında kritik bir rol oynamaktadır. Kullanıcı dostu arayüzler, kişiselleştirilmiş öneriler ve 7/24 erişim imkânı gibi özellikler, mobil uygulamaları sigorta sektörü için vazgeçilmez bir araç haline getirmiştir. Şirketler, mobil teknolojilerden tam anlamıyla faydalanarak müşteri tabanlarını genişletebilir ve rekabet avantajı elde edebilir.

1.2 Dijital Dönüşümün Sigorta Müşteri Deneyimine Etkisi

Bugün her sektörün olmazsa olmazı haline gelen ve bir pazarlama unsuru olarak çok yoğun ve aktif bir şekilde kullanılan internet teknolojisi, sigortacılık sektöründe de kullanılmaktadır. Ancak, sigortacılık sektöründe yarattığı etkiler nedeniyle elektronik ticaret yoğun tartışmalara yol açmaktadır. Türkiye’de sigorta işletmeleri interneti, ürünlerini tanıtabildikleri ekstra bir platform olarak görmektedirler. Finans piyasasının diğer bileşenlerine göre internete daha tedbirli ve mesafeli yaklaşmaktadırlar. Nitekim işletmeler internet aracılığıyla web sitelerinde genellikle kendilerini ve ürünlerini tanıtmakta kullanırken çevrimiçi poliçe satışını ise öncelikle odaklanacak bir uygulama olarak pek benimsememektedirler (Çipil, 2003; Öztürk, 2019).

Dijital dönüşüm, sigorta sektöründe müşteri deneyimini dönüştürerek daha hızlı, erişilebilir ve kişiselleştirilmiş hizmetler sunma olanağı yaratmıştır. Geleneksel süreçler yerine dijitalleşen uygulamalar, sigorta şirketlerinin müşteri beklentilerini daha iyi anlamalarını ve bu beklentilere yönelik yenilikçi çözümler geliştirmelerini sağlamaktadır (Bilgihan vd.,2014). Dijitalleşmenin sigorta sektörüne birinci önemli etkisi, müşteri hizmetlerinin hız ve verimlilik açısından iyileşmesidir. Dijital dönüşüm sayesinde sigorta şirketleri, müşterilere daha hızlı teklif sunma ve taleplerine kısa sürede yanıt verme kabiliyetine ulaşmıştır. Örneğin, dijital platformlar ve yapay zekâ destekli chatbotlar, müşterilere 7/24 hizmet sunarak, sorularını anında yanıtlayabilmekte ve taleplerini doğrudan dijital kanallar üzerinden işleyebilmektedir (Amin, 2016; Akın, 2020; Daqar & Smoudy, 2019).

İkinci olarak, dijital dönüşüm, sigorta hizmetlerinin kişiselleştirilmesini mümkün kılmaktadır. Veri analitiği ve yapay zekâ teknolojileri, müşterilerin geçmiş sigorta talepleri, demografik bilgileri ve davranışlarına dayalı olarak özelleştirilmiş teklifler sunmaktadır. Bu tür hizmetler, müşterilerin ihtiyaçlarına doğrudan yanıt verirken, aynı zamanda müşteri memnuniyetini artırmaktadır (Bhattacharya & Srivastava, 2020; Tanninen, 2020). Örneğin, Prudential’ın "Pulse" uygulaması, kullanıcıların sağlık sigortası ihtiyaçlarına özel çözümler sunmak için yapay zekâ

destekli bir yaklaşım kullanmaktadır (Umut, 2020). Üçüncü olarak, dijital araçlar, sigorta satın alma süreçlerini müşteriler için daha kolay ve erişilebilir hale getirmiştir. Müşteriler, poliçelerini mobil uygulamalar veya web platformları üzerinden dakikalar içinde satın alabilir veya yenileyebilir. Bu dijital deneyim, özellikle genç nesil kullanıcılar arasında büyük bir ilgi görmektedir (Niraula & Kautish, 2019 ; Gülay vd., 2024). Ayrıca, sigorta şirketleri, blok zinciri gibi teknolojiler sayesinde belgelerin doğrulanmasını ve poliçe yönetimini otomatikleştirerek süreçlerdeki güveni artırmıştır (Shareef, 2018; Eckert & Osterrieder, 2020).

Dijital dönüşüm, aynı zamanda müşteri-şirket ilişkisini derinleştirmektedir. Örneğin, IoT (Nesnelerin İnterneti) teknolojileri, müşterilere sağladıkları hizmetleri daha kapsamlı hale getirmektedir. Sigorta şirketleri, müşterilerinin günlük aktivitelerini izleyerek (örneğin, araç sigortalarında telematik cihazları ile sürüş alışkanlıkları), onları daha iyi anlamakta ve buna göre riskleri değerlendirebilmektedir (Daqar & Smoudy, 2019; Zheng & Guo, 2020). Ancak dijital dönüşümün, müşteri deneyimi açısından bazı zorlukları da bulunmaktadır. Özellikle dijital platformların karmaşıklığı veya teknolojiye aşinalık düzeyinin düşüklüğü, bazı müşteri grupları için deneyimi olumsuz etkileyebilmektedir. Bu nedenle sigorta şirketlerinin, kullanıcı dostu ara yüzler ve kolay erişilebilir çözümler geliştirmesi önemlidir (Volosovych, 2021; Sahu, 2021). Sonuç olarak, dijital dönüşüm, sigorta sektöründe müşteri deneyimini hem kolaylaştırmış hem de kişiselleştirmiştir. Hız, erişilebilirlik, kişiselleştirme ve güvenlik gibi avantajları sayesinde, sigorta şirketleri dijitalleşmeyi bir rekabet avantajına dönüştürmekte ve müşteri memnuniyetini artırmaktadır.

2. YAPAY ZEKÂ DESTEKLİ SİGORTA PAZARLAMASI

2.1 Sigortacılık Risk Yönetiminde Yapay Zekâ Kullanımı

Yapay zekâ, insanın düşünme yeteneğini ve beynin çalışma özelliğini modellemeye çalışan, insan zekâsını bilgisayar aracılığıyla taklit etmeye çalışan, belirli bir durum veya problem karşısında gerekli bilgileri kullanarak çözüm üretebilen yöntemin genel adıdır (Partigöç, 2022). Yapay zekâ, sigortacılık sektöründe risk yönetimini köklü bir şekilde değiştiren yenilikçi bir araç olarak öne çıkmaktadır. Sigorta şirketleri, poliçe sahiplerinin profillerini, potansiyel risk faktörlerini ve hasar taleplerini analiz etmek için yapay zekâ tabanlı çözümlerden yararlanarak, daha doğru ve öngörülü kararlar alabilmektedir (Pnevmatikakis vd.,2021).

Teknolojik yenilikler ışığında Risk Yönetim süreçlerinde Yapay zekâ gibi modern yöntemler geliştirilmesi ve zaman, bütçe, nitelikli insan, teknik destek vb her türlü kaynağın temin edilmesi gerekmektedir (Partigöç, 2022). Yapay zekâ

temelli uygulamaların ilki, veri analitiği ve risk modellemelerinde yapay zekâ kullanımına dayanmaktadır. Yapay zekâ algoritmaları, büyük veri setlerini işleyerek risklerin doğru bir şekilde değerlendirilmesine olanak tanır. Örneğin, müşteri davranışlarını tahmin etmek ve dolandırıcılık ihtimallerini analiz etmek için kullanılan derin öğrenme algoritmaları, sigorta şirketlerinin daha doğru fiyatlandırma yapmasına ve mali kayıpları önlemesine yardımcı olmaktadır (Swiss Re Institute, 2021; Śmietanka vd., 2021). İkinci olarak, yapay zekâ, hasar taleplerinin değerlendirilmesi süreçlerini hızlandırır. Geleneksel yöntemlerde insan müdahalesi gerektiren talepler, Yapay zekâ tabanlı otomasyon sistemleriyle dakikalar içinde işlenebilir hale gelmiştir. Örneğin, bilgisayarla görme teknolojisi, kaza sonrası araç fotoğraflarını analiz ederek onarım masraflarını tahmin edebilir. Bu, hem sigortalılar için hızlı hizmet sunulmasını sağlar hem de şirketlerin operasyonel verimliliğini artırır (Sahu, 2021).

Üçüncü bir alan ise dolandırıcılık tespiti ve önlenmesidir. Sigortacılık sektöründe dolandırıcılık, yıllık milyarlarca dolarlık kayba yol açmaktadır. Makine öğrenimi algoritmaları, anormal veri modellerini belirleyerek dolandırıcılık riskini azaltmada etkili bir araçtır. Bu algoritmalar, geçmiş dolandırıcılık vakalarına dayanarak, gelecekteki olası dolandırıcılık girişimlerini tespit edebilir (Zeng & Gou, 2020; Mcfall vd., 2020).

Yapay zekânın risk yönetimindeki bir diğer önemli katkısı, doğal afetler ve iklim değişikliği gibi dış faktörlerin öngörülmesine yönelik çalışmalardır. Özellikle parametrik sigorta modellerinde yapay zekâ, meteorolojik ve coğrafi verileri analiz ederek sigortalılara daha hızlı ödeme yapılmasını sağlar. Örneğin, bir tarım sigortası poliçesi kapsamında, yapay zekâ teknolojileri hava durumu verilerini analiz ederek kuraklık riskini değerlendirir ve bu veriler doğrultusunda hasar ödemelerini otomatikleştirir (Barry & Charpentier, 2020).

Yapay zekânın sağladığı bir diğer avantaj, sigorta ürünlerinin kişiselleştirilmesidir. Risk yönetimi süreçlerinde kullanılan yapay zekâ, müşterilerin bireysel ihtiyaçlarına yönelik özel sigorta çözümleri sunulmasını sağlar. Bu, hem müşteri memnuniyetini artırır hem de şirketlere rekabet avantajı kazandırır (KPMG, 2022). Bununla birlikte, yapay zekâ tabanlı risk yönetimi sistemlerinin bazı zorlukları da bulunmaktadır. Özellikle algoritmaların açıklanabilirliği ve şeffaflığı, hem regülatörler hem de müşteriler için önemli bir konu olmaktadır. YZ sistemlerinin önyargılar içermemesi ve etik standartlara uygun olması, sektörün sürdürülebilirliği için kritik öneme sahiptir (OECD, 2021). Sonuç olarak, yapay zekâ, sigortacılık risk yönetiminde daha hızlı, doğru ve öngörülebilir çözümler sunarak sektörü dönüştürmektedir. Bu teknolojinin doğru şekilde uygulanması, sigorta

şirketlerinin maliyetlerini düşürmesine, müşteri memnuniyetini artırmasına ve sektörel rekabeti yeniden şekillendirmesine olanak tanımaktadır.

2.2 Kişiselleştirilmiş Sigorta Teklifleri için Makine Öğrenimi

Makine öğrenimi (ML), sigorta sektöründe müşteri ihtiyaçlarına özel ürün ve hizmetler sunulmasını mümkün kılan yenilikçi bir teknolojidir. Sigorta şirketleri, müşteri davranışlarını ve geçmiş verileri analiz ederek, bireylerin özel risk profillerine ve tercihlerine uygun sigorta teklifleri sunmak için ML algoritmalarından faydalanmaktadır (Zhang vd., 2020).

2.2.1 Müşteri Segmentasyonu

Makine öğrenimi, müşteri segmentasyonunda derinlemesine bir analiz sunar. Geleneksel segmentasyon yaklaşımları genellikle yaş, gelir ve coğrafi konum gibi sınırlı kriterlere dayanırken, ML algoritmaları, müşterilerin daha karmaşık davranış modellerini tespit edebilir. Örneğin, destek vektör makineleri ve kümeleme algoritmaları, müşteri ihtiyaçlarını tahmin etmek için davranışsal ve demografik verileri aynı anda işleyebilir. Yapay zekâ ve makine öğrenimi tekniklerinin riski değerlendirmek ve poliçe fiyatlandırma doğruluğunu ve sonuçlarını iyileştirmek için olası bir çözüm olarak öne çıktığı görülmektedir.

(Gayam, 2021; Wolniak, 2024; Özüdoğru vd., 2023).

2.2.2 Risk Profil Analizi

ML algoritmaları, müşterilerin risk profillerini daha doğru bir şekilde analiz edebilir. Örneğin, geçmiş talepler, sağlık raporları ve araç kullanımı gibi veriler üzerinden çalışan algoritmalar, müşterilere özel prim oranları hesaplayabilir. Bu tür yaklaşımlar, sigorta primlerinin daha adil belirlenmesini sağlayarak müşteri memnuniyetini artırmaktadır (Zhang vd., 2020).

2.2.3 Dinamik Fiyatlandırma

Makine öğrenimi, sigorta ürünleri için dinamik fiyatlandırma modellerini mümkün kılar. Özellikle çevrimiçi sigorta platformlarında, ML algoritmaları, gerçek zamanlı verileri analiz ederek müşterilere özel teklifler sunabilir. Bu uygulama, rekabetçi fiyatlandırma stratejilerinin yanı sıra müşteri bağlılığını artırmayı hedefler (Gayam, 2021; Nimmagadda, 2024).

2.2.4 Davranış Analitiği ve Kişiselleştirme

Müşterilerin dijital platformlarda bıraktığı ayak izlerini analiz eden ML sistemleri, davranış analitiği yoluyla kişiselleştirilmiş tekliflerin hazırlanmasını sağ-

lar. Örneğin, telematik cihazlar ve mobil uygulamalardan toplanan veriler, bireysel araç kullanım alışkanlıklarına dayanarak özel poliçeler oluşturulmasına olanak tanır (Kumar vd., 2019; McFall, 2020).

2.2.5 İleri Seviye Öneri Sistemleri

E-ticaret alanında sıkça kullanılan öneri sistemleri, sigorta sektörüne de entegre edilmiştir. ML tabanlı sistemler, geçmiş satın alma davranışlarına ve müşteri etkileşimlerine dayanarak, sigortalılara ek hizmetler veya alternatif poliçe önerileri sunabilir. Bu sayede, çapraz satış ve yukarı satış stratejileri desteklenmektedir (Syed & Nair, 2018; Khoali vd., 2020;).

2.2.6 Kullanıcı Deneyimi ve Etkileşim

Kişiselleştirilmiş sigorta tekliflerinde kullanıcı deneyimini artırmak için doğal dil işleme (NLP) teknikleri de kullanılmaktadır. ML tabanlı chatbotlar ve dijital asistanlar, müşterilerin poliçeleri hakkında sorularını yanıtlamak veya uygun teklifleri sunmak için sürekli öğrenen bir yapıda çalışır. Bu tür uygulamalar, müşteri memnuniyetini artırırken maliyetleri düşürmektedir (Barış, 2020; Hartmann & Netzer, 2023). Sonuç olarak, sigorta sektörü, yapay zekâ ve makine öğrenimi gibi teknolojileri benimsenerek ve müşteri çıkarları en üst seviyede tutularak daha verimli ve etkili hizmetler sunma potansiyeline sahiptir. Bu nedenle, sigorta şirketlerinin bu teknolojilere yatırım yapması ve bu alandaki uzmanlığı geliştirmesi önemlidir (Özüdoğru vd., 2023).

2.3 Chatbotların Sigortacılıkta Müşteri Hizmetlerine Etkisi

Yapay zekâ destekli sohbet robotları, anında, kişiselleştirilmiş ve etkili etkileşimler sağlayarak sigorta sektöründe müşteri hizmetlerini önemli ölçüde dönüştürdü. Operasyonel maliyetleri optimize ederken müşteri deneyimini geliştiren dijital çözümlere olan talebin artmasıyla rolleri büyüdü (Ulusoy, 2023; Geta, 2023).

7/24 Kullanılabilirlik ve Anında Yanıtlar: Sohbet robotları, müşterilerin poliçe ayrıntılarına erişebilmelerini, talepte bulunabilmelerini veya istedikleri zaman yardım alabilmelerini sağlayarak günün her saati hizmet sunar. Bu yetenek, müşteri memnuniyetini artırır ve özellikle yoğun dönemlerde insan temsilcilerinin iş yükünü azaltır (smythos, 2024; wearegabba, 2024).

Basitleştirilmiş Talep İşleme: Chatbot'lar, ilgili soruları sorarak, gerekli belgeleri toplayarak ve hatta görüntü tanıma gibi AI araçlarını kullanarak hasarı değerlendirerek kullanıcıları karmaşık talep süreçlerinde yönlendirebilir. Bu otomasyon, geleneksel olarak çok daha uzun süren talep çözümlerini hızlandırır ve müşterilerin sigortacılara olan güvenini artırır (Ladva, 2023).

Kişiselleştirilmiş Poliçe Önerileri: Müşteri profillerini ve tercihlerini analiz ederek, AI destekli sohbet robotları kişiye özel sigorta poliçeleri önerebilir. Bu yaklaşım çapraz satış fırsatlarını artırır ve müşterilerin uyumlu ürünler almasını sağlar (Vegavid, 2023; Uzialko, 2023).

Gelişmiş Self-Servis Seçenekleri: Müşteriler, poliçe güncellemeleri, prim ödemeleri ve sorun giderme gibi görevleri insan müdahalesi gerektirmeden gerçekleştirebilir. Bu özerklik, kullanıcıları güçlendirir ve geleneksel müşteri desteğine olan bağımlılığı azaltır (Laurinavičius, 2023).

Veriye Dayalı İç görüler: Sohbet robotları, müşteri etkileşimlerini analiz ederek, yaygın sorunları belirleyerek ve ortaya çıkan eğilimleri izleyerek eyleme dönüştürülebilir iç görüler üretir. Sigortacılar bu verileri, hizmetleri iyileştirmek, sorunlu noktaları ele almak ve sohbet robotu işlevlerini zaman içinde iyileştirmek için kullanabilirler (Şahin vd., 2020; Mandalapu, 2023).

Zorluklar: Avantajlarına rağmen, sigortacılıkta sohbet robotlarının uygulanması, sağlam doğal dil anlayışını garanti altına alma, konuşma bağlamını sürdürme ve sistemleri sorunsuz bir şekilde entegre etme gibi zorluklarla birlikte gelir. Sigortacılar, gelişmiş yapay zekâ modelleri ve yinelemeli testlerden yararlanarak bu zorlukların üstesinden gelir. Verilerin doğru ve güvenilir olması, kişisel verileri koruma, model eğitimi ve performans değerlendirmesi gibi konular dikkate alınmalıdır. Ayrıca, makine öğrenimi uygulamalarının etik ve yasal gereksinimlere uygun olması da büyük önem taşımaktadır. Verilerin, uygulama içinde kullanıldığı andan itibaren geçirdiği tüm sürecin güvenliği sağlanmalı ve müşteriler şeffaf bir şekilde bilgilendirilmelidir (Zheng & Guo, 2020; Özüdoğru vd., 2023). Genel olarak, yapay zekâ sohbet robotları, sigorta müşteri hizmetlerinde dönüştürücü bir güç temsil ediyor, verimliliği ve kişiselleştirmeyi artırırken gelişen müşteri beklentilerini karşılıyor.

3.SİGORTA ÜRÜNLERİNİN YENİ NESİL TÜKETİCİLERE PAZARLANMASI

Yeni nesil tüketiciler, dijitalleşme çağında büyümüş, teknolojiyi yaşamlarının merkezine almış ve geleneksel tüketim anlayışını değiştiren bir nesildir. Z kuşağı, dijital dönüşüme en hızlı adapte olan ve yeni finansal araçlara olan ilgisiyle öne çıkan bir grup olarak karşımıza çıkmaktadır. Özellikle Z Kuşağı ve Y Kuşağı gibi gruplar, sigorta ürünleriyle etkileşimlerinde hızlı, şeffaf ve kişiselleştirilmiş deneyimler talep etmektedir. Bu nesiller, çevrimiçi platformlar üzerinden bilgi edinmeyi ve alışveriş yapmayı tercih ederken, veri gizliliği ve sürdürülebilirlik gibi konularda yüksek hassasiyet göstermektedir (Blanchard & Trudel, 2023; Süner,

2024). Sigorta şirketleri, bu tüketici gruplarını çekebilmek için yenilikçi teknolojiler, yapay zekâ destekli çözümler ve dijital iletişim kanalları kullanarak, hem kişisel ihtiyaçlara yanıt veren hem de toplumsal değerleri destekleyen ürün ve hizmetler geliştirmektedir (Bhaumik, 2018; Warni, 2024). Sigortacılık, satış ekiplerine dayanan bir yapıda iken genç nesil internet üzerinden her şeyi yapmayı tercih etmektedir. Dolayısıyla hem sigortacılığın iş modelinde, hem de genç neslin ilgisini çekecek şekilde sigorta ürünlerinde değişiklikler yapılması sigortacılığın geleceği için elzem olacaktır (Süner, 2024). Bu pazarlama stratejileri, sigorta sektörünün genç tüketicilerle bağlantı kurmasını sağlamak ve onları uzun vadeli müşterilere dönüştürmek için kritik öneme sahiptir.

3.1 Z Kuşağının Sigorta Hizmetlerine Bakışı ve Beklentileri

Z Kuşağı (1997-2012 yılları arasında doğanlar), dijitalleşmenin içinde büyümüş, teknolojiye hâkim ve alışkanlıkları bakımından önceki nesillerden farklılık gösteren bir tüketici grubudur. Bu neslin sigorta sektörüne yaklaşımı, onların dijital dünyaya olan yakınlıkları, hızlı ve kişiselleştirilmiş hizmet beklentileri ve farklı tüketim alışkanlıkları ile şekillenmektedir. Z kuşağının %95'inin akıllı telefon sahibi olması ve %50'sinin de sosyal medyada varlık göstermesi ve üzerine bu platformlarda alışveriş yapmaları ödeme türlerindeki değişikliğin faktörlerinden biri olmaktadır (Francis & Hoefel, 2018; Süner, 2024). Sigorta şirketleri, Z Kuşağı müşterilerinin bu özelliklerini dikkate alarak stratejilerini yeniden yapılandırmaktadır.

3.1.1 Z Kuşağının Sigorta Hizmetlerine Yaklaşımı

Z Kuşağı bireyleri, dijital platformlara güvenmekte ve çoğu finansal işlemde olduğu gibi sigorta ihtiyaçlarını da çevrimiçi çözümlerle karşılamayı tercih etmektedir. Accenture'ın 2023 raporuna göre, Z Kuşağı'nın %60'ı sigorta poliçelerini çevrimiçi olarak araştırmayı ve satın almayı tercih etmektedir. Bu neslin beklentileri arasında şeffaflık, kolay erişim, hızlı geri dönüşler ve kullanıcı dostu arayüzler ön plana çıkmaktadır (Gentsch, 2019).

3.1.2 Beklentiler ve Önemli Özellikler

Hızlı ve Şeffaf Hizmet; Z Kuşağı, uzun süren sigorta süreçlerini sabırsızlıkla karşılar ve işlemlerini birkaç tıklama ile tamamlamak ister. Örneğin, Lemonade gibi dijital sigorta girişimleri, Z Kuşağı'na yönelik hızlı ve şeffaf çözümler sunarak büyük ilgi görmüştür (Blanchard & Trudel, 2023).

Kişiselleştirilmiş Sigorta Çözümleri; Bu kuşak, kendilerine özel hazırlanmış ürünleri ve hizmetleri talep etmektedir. Yapay zekâ ve makine öğrenimi teknolo-

jileri, Z Kuşağı müşterilerinin bireysel ihtiyaçlarını anlayarak onlara uygun sigorta ürünleri sunulmasını mümkün kılmaktadır (Tunca & Sezen, 2020; Heisterberg ve Verma 2019).

Sosyal Sorumluluk ve Sürdürülebilirlik; Z Kuşağı, çevresel ve sosyal sorunlara duyarlıdır. Sigorta şirketlerinin sürdürülebilirlik politikalarına ve topluma katkı sağlayan projelerine önem vermektedir. Deloitte'un raporuna göre, bu nesil, sigorta şirketlerinin çevresel sürdürülebilirlik girişimlerine katkıda bulunmasını beklemektedir (Parsons vd., 2023).

Oyunlaştırma (Gamification); Sağlık sigortası gibi hizmetlerde oyunlaştırma unsurları, bu neslin ilgisini çekmektedir. Örneğin, sağlıklı yaşam hedeflerine ulaşan bireylere ödüller sunan poliçeler, genç tüketiciler arasında popülerlik kazanmıştır (González-González vd., 2023).

3.1.3 Sigorta Şirketleri için Fırsatlar ve Zorluklar

Sigorta şirketleri, Z Kuşağı'nın beklentilerine yanıt verebilmek için dijital altyapılarını güçlendirmekte ve inovatif çözümler geliştirmektedir. Ancak, bu süreçte karşılaşılan en büyük zorluklardan biri, Z Kuşağı'nın veri gizliliği konusundaki hassasiyeti ve sigorta sektörüne olan genel güvensizliktir (Bernardino, 2020; Kajwang, 2022). Şirketlerin, Z Kuşağı müşterilerinin güvenini kazanmak için şeffaf ve açık bir iletişim politikası benimsemeleri gerekmektedir. Z Kuşağı, sigorta sektörünün geleceğini şekillendiren en önemli tüketici gruplarından biridir. Teknolojiyi etkin bir şekilde kullanan bu nesil, sigorta şirketlerinden hız, kolaylık, kişiselleştirme ve sosyal sorumluluk beklemektedir. Sigorta sektöründe başarılı olmak isteyen şirketler, Z Kuşağı'nın bu beklentilerine yanıt vermek için dijital inovasyonlara öncelik vermelidir.

3.2 Genç Nesillere Yönelik Dijital Sigorta Ürünleri

Günümüz dünyasında dijitalleşmenin hızla ilerlemesi ve genç nesillerin teknolojiyle olan güçlü bağları, sigortacılık sektörünün hizmetlerini dijitalleştirme ve kişiselleştirme yönünde dönüşüm geçirmesine neden olmuştur. Genç nesillerin dijital sigorta ürünlerine yönelik beklentileri, hızlı erişim, şeffaflık, kişiselleştirme ve kullanıcı dostu deneyimler üzerine odaklanmaktadır. Bu nedenle sigorta şirketleri, genç kullanıcıların ihtiyaçlarını karşılamak için yenilikçi çözümler geliştirmektedir.

3.2.1 Genç Nesil ve Dijital Sigorta Ürünleri

Gençler, mobil cihazları yoğun bir şekilde kullanarak çevrimiçi hizmetlere kolay erişim sağlamayı tercih ederler. Bu nedenle, sigorta şirketleri gençlere yönelik dijital ürünler geliştirirken şu özelliklere odaklanmaktadır:

Mobil Dostu Uygulamalar: Mobil platformlar üzerinden poliçe satın alma, yenileme ve takip işlemleri gibi hizmetler kolaylıkla sunulmaktadır (Saxena vd., 2024).

Anlık Sigorta Hizmetleri: Genç nesillerin ani ve kısa süreli sigorta ihtiyaçlarını karşılamak için mikro sigorta ürünleri popüler hale gelmiştir. Örneğin, yalnızca birkaç saatlik seyahatler için geçerli olan sigortalar (Meydanoğlu ve Klein 2016; Swiss Re, 2021).

Kişiselleştirilmiş Ürünler: Yapay zekâ ve büyük veri analitiği ile genç kullanıcıların bireysel ihtiyaçlarına uygun sigorta paketleri sunulmaktadır (Barry & Charpentier, 2020;) Adeoye vd.,2024).

3.2.2 Dijital Sigorta Ürünlerinin Avantajları

Dijitalleşme, genç nesillere hitap eden sigorta ürünlerinde şu avantajları sağlamaktadır:

Hız ve Erişilebilirlik: Genç tüketiciler, sigorta işlemlerini hızlıca tamamlamak ister. Mobil uygulamalar ve dijital platformlar, bu ihtiyacı karşılamaktadır (Zheng & Lionel, 2005).

Şeffaflık ve Kolaylık: Dijital platformlar, poliçe şartlarını açık bir şekilde sunarak güven oluşturur.

Oyunlaştırma Yaklaşımları: Gençlerin ilgisini çekmek için sigorta ürünlerine oyunlaştırma mekanizmaları eklenmektedir. Örneğin, sağlıklı alışkanlıkları teşvik eden ödül tabanlı sağlık sigortaları (Rojo vd., 2019).

3.2.3 Karşılaşılan Zorluklar

Güven Sorunları: Genç tüketiciler dijital platformlarda kişisel verilerin güvenliğini sorgulamaktadır (Urban vd., 2009)

Fiyat Hassasiyeti: Genç nesiller genellikle daha düşük bütçelere sahiptir ve uygun fiyatlı poliçeler aramaktadır (Pine & Korn, 2012).

Dijital sigorta ürünleri, genç nesillerin beklentilerine uygun olarak hız, erişim kolaylığı ve kişiselleştirme sunarak sigorta sektörünün geleceğini şekillendirmektedir. Sigorta şirketleri, teknolojiyi daha fazla entegre ederek genç nesilleri hem kazanabilir hem de bu müşteri grubunun sadakatini artırabilir. Lemonade Insurance gibi dijital sigorta girişimleri, genç nesillere yönelik kullanıcı dostu arayüzler ve hızlı poliçe satın alma süreçleri sunmaktadır (Krysik, 2024). Allianz ve AXA gibi büyük sigorta şirketleri, genç müşteriler için mobil uygulama tabanlı mikro sigorta çözümleri geliştirmiştir (Insurtech Insights, 2023).

3.3 Tüketici 5.0 Döneminde Empati Odaklı Sigorta Pazarlaması

Tüketici 5.0, teknolojinin insan odaklı bir şekilde kullanılmasını vurgulayan, empatiyi ve insan değerlerini ön plana çıkaran bir tüketici anlayışını temsil etmektedir. Bu dönemde, sigorta sektörünün müşteri odaklı bir yaklaşımla, yalnızca teknik hizmetler değil, aynı zamanda anlamlı ve insani etkileşimler sunması beklenmektedir. Empati odaklı sigorta pazarlaması, müşterilerin duygu ve ihtiyaçlarını derinlemesine anlamayı, onların beklentilerine uygun kişiselleştirilmiş çözümler sunmayı gerektirir (Kotler, Kartajaya & Setiawan, 2021). Yapay zekâ ve veri analitiği, sigorta sektörünün müşteri ihtiyaçlarını tahmin etme ve kişisel risk profillerine göre uyarlanmış poliçeler oluşturma yeteneğini artırırken, empati odaklı yaklaşımlar bu teknolojilerin insan dokunuşuyla bütünleştirilmesini sağlar. Örneğin, dijital platformlarda kullanılan yapay zekâ destekli chatbotlar, sadece hızlı yanıt vermekle kalmaz, aynı zamanda müşterilerin duygusal tonunu algılayarak empati kurabilen yanıtlar sunabilir (Hoeren ve Kolany-Raiser 2018). Nitekim Bobier (2018), yapay zekâ tabanlı sistemlerin yaratılmasının çok önemli olmasının yanında bir hedef ve faydalı bir değişim aracı olduğunun kabul edilmesini gerektiğini vurgular.

Sigorta şirketleri, empati odaklı stratejiler kapsamında, müşterilere kriz anlarında proaktif destek sunmaya, sosyal sorumluluk projeleriyle toplum yararına katkı sağlamaya ve sürdürülebilirlik odaklı ürünler geliştirmeye önem vermektedir. Bu, hem müşteri güvenini artırmakta hem de uzun vadeli müşteri ilişkileri kurulmasını sağlamaktadır (Scoble & Israel, 2017). Özellikle doğal afet sigortaları veya sağlık sigortaları gibi ürünlerde, empatiyle şekillenen pazarlama yöntemleri, müşterilerin duygusal bağlılık düzeyini artırmaktadır (Skourletopoulos, 2018). Bu dönemde sigorta sektöründe empati odaklı yaklaşımların başarısı, yalnızca teknoloji kullanımında değil, aynı zamanda müşterilere karşı sergilenen insan merkezli hizmet anlayışında yatmaktadır. Tüketici 5.0 ile uyumlu bir şekilde hareket eden sigorta şirketleri, sadece sigorta sağlayıcıları olarak değil, aynı zamanda müşterilerinin hayatlarına değer katan birer çözüm ortağı olarak konumlanmaktadır.

SONUÇ

Sigorta sektöründe dijitalleşme, hem ürünlerin tanıtımı hem de müşteri deneyimi açısından köklü değişikliklere yol açmıştır. Sigorta pazarlamasının dijital kanallara taşınması, tüketicilere kolaylık, hız ve erişim avantajları sunarken, şirketler için daha verimli ve düşük maliyetli operasyonel süreçler sağlamaktadır. Dijitalleşme, kişiselleştirilmiş hizmetlerin yaygınlaşmasını mümkün kılarak müşteri memnuniyetini artırmış, ayrıca yenilikçi sigorta ürünlerinin geliştirilmesini

hızlandırmıştır. Örneğin, yapay zekâ ve makine öğrenimi teknolojilerinin uygulanması, tüketici davranışlarının daha iyi analiz edilmesini ve bireysel risk yönetimi çözümleri sunulmasını sağlamıştır. Yapay zekâ, sigorta pazarlaması süreçlerinde de bir devrim yaratmıştır. Müşteri ihtiyaçlarını daha iyi anlamak, kişiselleştirilmiş ürünler sunmak ve operasyonel verimliliği artırmak gibi avantajlar, Yapay zekânın sektördeki önemini gözler önüne sermektedir. Sigorta şirketleri, yapay zekâ tabanlı araçlarla hem risk analizi ve fiyatlandırma süreçlerini optimize etmekte hem de müşteri hizmetleri ve pazarlama stratejilerinde daha etkin çözümler sunmaktadır. Yapay zekâ destekli chatbot'lar ve dijital asistanlar, müşteri etkileşimlerini kolaylaştırarak memnuniyet düzeyini artırmaktadır. Bununla birlikte, dijitalleşme sürecinde güvenlik, gizlilik ve kişisel verilerin korunması gibi konular öne çıkmaktadır. Tüketicilerin kişisel bilgilerini paylaşma konusundaki endişeleri, sigorta şirketlerinin veri güvenliği standartlarını güçlendirmesini ve şeffaf politikalar geliştirmesini zorunlu kılmaktadır. Özellikle yapay zekâ teknolojilerinin sigorta pazarlamasında etik, gizlilik ve şeffaflık konularında yarattığı yeni sorumluluklar da göz ardı edilmemelidir. Tüketiciler, kişisel verilerinin işlenmesi ve güvenliği konusunda endişe duymakta, bu da şirketlerin daha güvenilir veri yönetimi politikaları geliştirmesini gerektirmektedir. Ayrıca, yapay zekânın insan etkileşimini azaltma potansiyeli, sigorta sektöründe müşteri ile kurulan duygusal bağların zayıflamasına yol açabilir. Dijital kanalların aşırı kullanımı, müşteri ile insan teması eksikliği gibi yeni zorluklar doğurabilir. Bu nedenle, sigorta şirketlerinin teknoloji kullanımını insan odaklı yaklaşımlarla dengelemeleri gerekmektedir.

Sonuç olarak, dijitalleşme, sigorta sektörünün geleceğini şekillendiren bir dönüşüm sürecidir. Özellikle yapay zekâ tabanlı teknolojiler sigorta sektöründe yenilikçi ve dönüştürücü bir güç olarak yerini almıştır. Şirketlerin, teknolojiyi sadece süreçleri kolaylaştırmak için değil, aynı zamanda müşteri sadakatini artırmak ve uzun vadeli değer yaratmak için kullanmaları kritik önem taşımaktadır. Başka bir deyişle, teknolojinin yalnızca ticari avantajlar için değil, aynı zamanda müşteriye değer katan bir deneyim sunmak amacıyla kullanılması önemlidir. Dijitalleşme stratejilerinin başarılı olabilmesi, teknoloji ve müşteri ihtiyaçları arasında dengeli bir ilişki kurulmasına bağlıdır. Sigorta şirketlerinin, dijitalleşme ile birlikte empati ve insan odaklı stratejilerle dengeleyerek uygulamaları, sürdürülebilir bir müşteri memnuniyeti ve güveni için kritik bir adımdır. Böylelikle, hem rekabet avantajı sürdürebilir hem de müşterilere daha etkili çözümler sunulabilir. Dijital çağın geleceğinde özellikle yapay zekânın sigorta pazarlamasında daha fazla etki yaratacağı aşîkârdır; bu da şirketlerin sürekli yenilik yapmalarını ve müşteri odaklı kalmalarını gerektirecektir.

KAYNAKÇA

- Adeoye, O. B., Okoye, C. C., Ofodile, O. C., Odeyemi, O., Addy, W. A., & Ajayi-Nifise, A. O. (2024). Integrating artificial intelligence in personalized insurance products: a pathway to enhanced customer engagement. *International Journal of Management & Entrepreneurship Research*, 6(3), 502-511.
- Akar, E. ve Kayahan, C. (2007). *Elektronik Ticaret ve Elektronik İş*, 1.Basım, Ankara: Nobel Yayın Dağıtım, 2007.
- Akın, F. (2020). Dijital Dönüşümün Bankacılık Sektörü Üzerindeki Etkileri. *Balkan & Near Eastern Journal of Social Sciences (BNEJSS)*, 6(2).
- Akgül, M.Y., (2010), “Türkiye’deki Sigortacılık Hizmetlerinin Yapısı ve Pazarlama Maliyetleri”, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Gazi Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Ankara.
- Amin, M. (2016). Internet banking service quality and its implication on e-customer satisfaction and ecustomer loyalty. *International Journal of Bank Marketing*, 34(3), 280–306. <https://doi.org/10.1108/IJBM-10-2014-0139>
- Barış, A. (2020). A new business marketing tool: chatbot. *GSI Journals Serie B: Advancements in Business and Economics*, 3(1), 31-46.
- Barry, L., & Charpentier, A. (2020). Personalization as a promise: Can Big Data change the practice of insurance?. *Big Data & Society*, 7(1), 2053951720935143.
- Bayuk M. N. (2006), “Hizmet Pazarlaması ve Müşteri Tutma”, *Akademik Bakış Dergisi*, S.10, ss.3-17
- Bernardino, G. (2020, February). Challenges and opportunities for the insurance sector in Europe. In *Annales des Mines-Réalités industrielles* (No. 1, pp. 99-102). Cairn/Softwin.
- Bhattacharya, A., & Srivastava, M. (2020). A Framework of Online Customer Experience: An Indian Perspective: An Indian Perspective. *Global Business Review*, 21(3), 800–817. <https://doi.org/10.1177/0972150918778932>
- Bhaumik, A. (2018). *From AI to robotics. mobile, social and sentient robots*. CRC Press is an imprint of Taylor & Francis Group, an Informa business, ss.10-222
- Bilgihan, A., Okumus, F., Nusair, K., & Bujisic, M. (2014). Online experiences: Flow theory, measuring online customer experience in e-commerce and managerial implications for the lodging industry. *Information Technology and Tourism*, 14(1), 49–71. <https://doi.org/10.1007/s40558-013-0003-3>
- Blanchard, S. J., & Trudel, R. (2023). Life insurance, loss aversion, and temporal orientation: a field experiment and replication with young adults. *Marketing Letters*, 1-13.
- Bobier, T., 2018, *Advanced analytics and AI : impact, implementation, and the future of work*. United Kingdom, s.48

- Büyükuslu, A. (2018). Dijital dönüşüm, İstanbul: Der Kitabevi Yayınevi ve Dağıtım
- Insurancehound.co.uk (2022). World Insurance Report 2022: Property & Casualty edition. <https://www.insurancehound.co.uk/business-management/strategy/world-insurance-report-2022-property-casualty-edition-39236>
- Çipil M. (2003), “Türk Sigortacılık Sektörünün Pazarlama Karması”, Hazine Dergisi, S.8, ss.1-28
- Daqar, M. A. M. A., & Smoudy, A. K. A. (2019). The Role of Artificial Intelligence on Enhancing Customer Experience. *International Review of Management and Marketing*, 9(4), 22–31. <https://doi.org/10.32479/irmm.8166>
- Dawes F. J. & Arthur M. (2010), “Marketing Financial Services”, Published by Palgrave Macmillan, New York.
- Eckert, C., & Osterrieder, K. (2020). How digitalization affects insurance companies: overview and use cases of digital technologies. *Zeitschrift für die gesamte Versicherungswissenschaft*, 109(5), 333-360.
- Erbaşlar, G. & Dokur, Ş. (2008) Elektronik Ticaret, Ankara: Nobel Yayınları, 2008.
- Ersöz, B., & Özmen, M. (2020). Dijitalleşme ve bilişim teknolojilerinin çalışanlar üzerindeki etkileri. *AJIT-e: Academic Journal of Information Technology*, 11(42), 170-179.
- Francis, T. & Hoefel, F. (2018). “True Gen’: Generation Z and its implications for companies”. *Generation Z*, Volume 12, s. 2
- Foscht, T., & Swoboda, B. (2011). Handbook of Insurance Marketing: The Role of Technology. *Insurance Marketing Review*.
- Gayam, S. R. (2021). Artificial Intelligence in E-Commerce: Advanced Techniques for Personalized Recommendations, Customer Segmentation, and Dynamic Pricing. *Journal of Bioinformatics and Artificial Intelligence*, 1(1), 105-150.
- Gentsch, P. (2019). AI in Marketing, Sales and Service : How Marketers without a Data Science Degree can use AI, Big Data and Bots.Frankfurt: Palgrave macmillan, ss.13-30
- Geta.ai, (2023). The State of Insurance Chatbots in 2023: Transforming the Insurance Landscape <https://www.geta.ai/the-state-of-insurance-chatbots-in-2023/>
- González-González, C. S., Muñoz-Cruz, V., Toledo-Delgado, P. A., & Nacimiento-García, E. (2023). Personalized gamification for learning: a reactive chatbot architecture proposal. *Sensors*, 23(1), 545.
- Guenzi, P., & Habel, J. (2020). Mastering the digital transformation of sales. *California Management Review*, 62(4), 57-85.
- Gülay, A., Attila, İ., & Kabataş, Y. (2024). Dijitalleşme ve Teknolojik Gelişmelerin Türkiye’de Sigortacılık Sektörüne Etkilerinin İncelenmesi: SWOT Analizi ile Bir Uygulama. *Türk Yönetim ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi*, 5(1).

- Hartmann, J., & Netzer, O. (2023). Natural language processing in marketing. In Artificial intelligence in marketing (Vol. 20, pp. 191-215). Emerald Publishing Limited.
- Haşiloğlu, S. B. (2007). Elektronik Posta ile Pazarlama, İstanbul: Beta Yayıncılık, 2007
- Heisterberg, R., Verma A. (2019). Çevik Şirket L. Göktem (Çev.), İstanbul: Optimist Yayın Grubu, ss. 136-251
- Hoeren, T., Kolany-Raiser, B., 2018, Big Data in Context: Legal, Social and Technological Insights Institute for Information, Telecommunication and Media Law University of Münster Münster Germany, s.64
- Hopkins, J., Jamie, T., 2012, Mobil Pazarlama Hakkında Her Şey Gündüz B. (Çev.), İstanbul: Optimist Yayın Dağıtım, s.282
- Janarthanam, S. 2017, Hands-On Chatbots and Conversational UI Development. UK: ss.10-14
- Kajwang, B. (2022). Insurance Opportunities And Challenges In An Artificial Intelligence Society. European Journal of Technology, 6(3), 15-25.
- Khan, R., Das, A., Build Better Chatbots; A Complete Guide to Getting Started with Chatbots Apress: Karnataka, India, ss.1-92
- Khoali, M., Tali, A., & Laaziz, Y. (2020). Advanced recommendation systems through deep learning. In Proceedings of the 3rd international conference on networking, information systems & security (pp. 1-8).
- Karakaş, S., Rukancı, F. ve Anameriç, H. (2009).” Belge Yönetimi ve Arşiv Terimleri Sözlüğü”,Devlet Arşivleri Genel Müdürlüğü, Yayın No: 24, Ankara
- Kotler, P., Kartajaya, H., & Setiawan, I. (2021). *Marketing 5.0: Technology for Humanity*. Wiley.
- KPMG. (2022). AI in insurance: A catalyst for change. <https://kpmg.com/xx/en/our-insights/ai-and-technology/ai-in-insurance-a-catalyst-for-change.htm>
- Krysik, A. (2024). Insurance Digital Transformation: What is the Future of Insurance Technology, <https://stratoflow.com/insurance-digital-transformation/>
- Kumar, V., Rajan, B., Venkatesan, R., & Lecinski, J. (2019). Understanding the role of artificial intelligence in personalized engagement marketing. California management review, 61(4), 135-155.
- Kumar, P., Taneja, S., Mukul, & Özen, E. (2023). Digital Transformation of the Insurance Industry—A Case of the Indian Insurance Sector. The Impact of Climate Change and Sustainability Standards on the Insurance Market, 85-106.
- Ladva, P. (2023, 12 8). Benefits and Use Cases of AI in Insurance. Swiss Re: <https://www.swissre.com/riskknowledge/advancing-societal-benefits-digitalisation/opportunities-ai-insurance.html>

- Laurinavičius, T. (2023, 11 28). How AI Is Transforming the Insurance Industry [6 Use Cases]. V7labs: <https://www.v7labs.com/blog/ai-insurance>
- Mandalapu, V. (2023). Artificial Intelligence And Insurance: Why Uncovering And Preventing Bias Is Critical. Broker World: <https://brokerworldmag.com/artificial-intelligence-and-insurance-whyuncovering-and-preventing-bias-is-critical/>
- McFall, L., Meyers, G., & Hoyweghen, I. V. (2020). The personalisation of insurance: Data, behaviour and innovation. *Big Data & Society*, 7(2), 2053951720973707.
- Meydanoğlu, B. & Klein, M., (2016). *Smart Technology & Smart Management*. İzmir: Gülermart Matbaacılık, ss.12-18
- Niraula, P., & Kautish, S. (2019). Study of the digital transformation adoption in the insurance sector of Nepal. *LBEF Research Journal of Science, Technology and Management*, 1(1), 43-60.
- Nimmagadda, V. S. P. (2024). Artificial Intelligence for Dynamic Pricing in Insurance: Advanced Techniques, Models, and Real-World Application. *Hong Kong Journal of AI and Medicine*, 4(1), 258-297.
- Özudoğru, H., Okur, A., & Sönmez, S. S. (2023). Awareness of Cooperative Insurance in Turkey. *The International Academic Forum*
- OECD. (2021). AI Principles for the Insurance Sector. <https://www.oecd.org/en/topics/ai-principles.html>
- Öztürk, S. S. (2019). Sağlık sigortası pazarında acentelerin rolü ve tüketicilerin satın alma kararları üzerindeki etkisi, Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, Yayınlanmamış Yüksek lisans Tezi.
- Parsons, S. K., Keegan, T. H., Kirchhoff, A. C., Parsons, H. M., Yabroff, K. R., & Davies, S. J. (2023). Cost of cancer in adolescents and young adults in the United States: results of the 2021 report by Deloitte Access Economics, commissioned by Teen Cancer America. *Journal of Clinical Oncology*, 41(17), 3260-3268.
- Partigöç, N. S. (2022). Afet risk yönetiminde yapay zekâ kullanımının rolü. *Bilişim Teknolojileri Dergisi*, 15(4), 401-411.
- Pnevmatikakis, A., Kanavos, S., Matikas, G., Kostopoulou, K., Cesario, A., & Kyriazakos, S. (2021). Risk assessment for personalized health insurance based on real-world data. *Risks*, 9(3), 46.
- Pine, J. & Korn, K., C., 2012, Dijital cephede müşteri değeri yaratmak Ü. Şensoy (Çev.), İstanbul :Optimist Yayınları, ss.138-140
- Pisoni, G. (2021). Going digital: case study of an Italian insurance company. *Journal of Business Strategy*, 42(2), 106-115.
- Rojo, T., González-Limón, M., & Rodríguez-Ramos, A. (2019). company–university collaboration in applying gamification to learning about insurance. In *Informatics* (Vol. 6, No. 3, p. 42). MDPI.

- Saxena, A., Verma, S., & Mahajan, J. (2024). The Evolution of Insurance in the Digital Age. In *Generative AI in Banking Financial Services and Insurance: A Guide to Use Cases, Approaches, and Insights* (pp. 201-237). Berkeley, CA: Apress.
- Sahu, M. K. (2021). Machine Learning for Personalized Insurance Products: Advanced Techniques, Models, and Real-World Applications. *African Journal of Artificial Intelligence and Sustainable Development*, 1(1), 60-99.
- Shareef, M. A., Baabdullah, A., Dutta, S., Kumar, V., & Dwivedi, Y. K. (2018). Consumer adoption of mobile banking services: An empirical examination of factors according to adoption stages. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 43, 54–67. <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2018.03.003>
- Scoble, R. & Israel, S., 2017, *The Fourth Transformation: How Augmented Reality & Artificial Intelligence Will Change Everything*. United States: Patrick Brewster Press, ss. 26-80
- Smythos.com, (2024). Chatbots in Insurance: Enhancing Customer Support and Streamlining Claims, <https://smythos.com/artificial-intelligence/chatbots/chatbots-in-insurance/>
- Skourletopoulos, G., 2018, *Mobile big data: a roadmap from models to technologies*. Barcelona, Spain, s.10
- Śmietanka, M., Koshiyama, A., & Treleaven, P. (2021). Algorithms in future insurance markets. *International Journal of Data Science and Big Data Analytics*, 1(1), 1-19.
- Süner, M. (2024) Blokzincir Teknolojisi ile Sigortacılıkta Yeni Dönem: Z Kuşağının Rolü ve Beklentileri. https://s3.eu-central-1.amazonaws.com/turkiyesigorta.com.tr/dokumanlar/Blokzincir_Teknolojisi_ile_Sigortacilikta_Yeni_Donem_Z+Kusaginin_Rolu_ve_Beklentileri.pdf .
- Swiss Re Institute. (2020). The Role of Digital Platforms in Insurance. <https://www.swissre.com/search-page.html?searchterm=The+Role+of+Digital+Platforms+in+Insurance.+>
- Swiss Re Institute. (2021). The Power of Data and AI in Insurance Risk Management. <https://www.swissre.com/search-page.html?searchterm=The+Power+of+Data+and+AI+in+Insurance+Risk+Management>
- Syed, T. A., & Nair, S. S. K. (2018, August). Personalized recommendation system for advanced learning management systems. In *Proceedings of the 8th International Conference on Information Communication and Management* (pp. 90-95).
- Şahin, Ö. E., Ayvaz, S., & Çamlıfıdan, E. (2020). Sigorta Sektöründe Sahte Hasarların Tahmini İçin Geliştirilen Makine Öğrenmesi Modellerinin Kıyaslanması. *Bilişim Teknolojileri Dergisi*, 479-489.
- Tahir, R., & Husain, R. (2020). The Impact of Digital Transformation on Insurance Industry. *International Journal of Business and Management*.

- Tanninen, M. (2020). Contested technology: Social scientific perspectives of behaviour-based insurance. *Big Data & Society*, 7(2), 2053951720942536.
- Tunca, S. & Sezen, B., (2020). “Sigorta İşlemlerinde Blokzincir (Blockchain) Teknolojisi Uygulamaları”. *Bankacılık ve Sigortacılık Araştırmalar Dergisi*, 14, s. 13-25.
- Ulusoy, İ. (2023). Yapay Zekâ ve Makine Öğrenmesi Sigorta Sektörünü Yeniden Şekillendiriyor. *Türkiye Sigorta Birliği*: https://www.tsb.org.tr/media/attachments/ipek-ulusoy_yapay-zekâ-vemakine-ogrenmesi.pdf
- Umut, M. (2020b). The Center of Digitalization in Turkish Insurance Sector: Insurance Information and Monitoring. *Iğdır Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 323-355.
- Urban, G. L., Amyx, C., & Lorenzon, A. (2009). “Online trust: state of the art, new frontiers, and research potential”. *Journal of Interactive Marketing*, 23(2), 179-190.
- Uzialko, A. (2023). Artificial Insurance? How Machine Learning Is Transforming Underwriting. *Business News Daily*: <https://www.businessnewsdaily.com/10203-artificial-intelligence-insuranceindustry.html>
- Volosovych, S., Zelenitsa, I., Kondratenko, D., Szymła, W., & Mamchur, R. (2021). Transformation of insurance technologies in the context of a pandemic. *Insurance Markets and Companies*, 12(1), 1-13.
- Warni, Z., Rinandy, A. A., Dahlan, P., & Gunarti, T. S. (2024). the Effect of Digital Marketing on Increasing Interest in Purchasing Motor Vehicle Policies in Generation Z in Palembang City. *Jurnal Manajemen*, 12(1), 84-91.
- Wearegabby.com (2024). 5 Ways AI Chatbots Are Revolutionizing Customer Service in Insurance. <https://wearegabby.com/5-ways-ai-chatbots-are-revolutionizing-customer-service-in-insurance/>
- Vegavid. (2023). How is Artificial Intelligence Impacting the Insurance Industry? Vegavid: <https://vegavid.com/blog/artificial-intelligence-in-insurance-industry/#>
- Wolniak, R. (2024). Analyzing Customer Behavior—Employing Business Analytics Within Industry 4.0 Ecosystems. *Scientific Papers of Silesian University of Technology. Organization & Management/Zeszyty Naukowe Politechniki Śląskiej. Seria Organizacji i Zarządzanie*, (195).
- World InsurTech Report. (2021). Harnessing Digital Technologies in Insurance. https://www.capgemini.com/de-de/wp-content/uploads/sites/8/2022/04/World-InsurTech-Report_2021_web.pdf
- Zheng, L., & Guo, L. (2020). Application of big data technology in insurance innovation. In *International conference on education, economics and information management (ICEEIM 2019)* (pp. 285-294). Atlantis Press.
- Zhang, Y., Zheng, J., & Sun, X. (2020). Big Data Analytics in Customer Segmentation. *Data-Driven Marketing Journal*.

Zheng, P., Lionel M. Ni, 2005, Smart Phone and Next Generation Mobile Computing.
Hong Kong, s.6.



BÖLÜM 22

Milli Mücadele Yıllarında Meclis-i Mebusan'da Kabul Edilen Eğitim Kanunları ve Gündemi Kronolojisi (1918-1920)*

Mehtap Yılmaz¹

1.AMAÇ VE KAPSAM

* Bu çalışma Balıkesir Üniversitesi Bilimsel Araştırma Projeleri Koordinatörlüğü tarafından desteklenmiştir. Proje numarası 2022/136.

¹ Öğr. Gör Dr., Balıkesir Üniversitesi Edremit Meslek Yüksekokulu, Bilgisayar Teknolojileri Bölümü, Orcid ID: 0000-0001-5640-6374

1918-1920 yılları arasında Osmanlı Hükümeti Meclisi olan Meclis-i Mebusan'da eğitim ile ilgili alınan kararlar incelenmiştir.

2.GENEL BİLGİLER

30 Ekim 1918 tarihinde imzalanan Mondros Ateşkes Antlaşması ağır maddeler içeriyordu. Türk Ulusu bağımsızlığını kaybetme tehlikesiyle karşı karşıya kalmış, bağımsızlığını kazanmak için savaşmak gerekli olmuştu. Bu devirde eğitimin durumu da içler acısıydı. Osmanlı hükümetleri sık sık değişiyordu. 13 Ekim 1918- 17 Ekim 1920 tarihleri arasında hükümet 10 kere değişmiştir². Memleketin en önemli sorunları çözülüyordu. Eğitim de bunların en başında geliyordu. Okuma yazma oranı çok düşüktü. Başvurulan tüm yöntemlere rağmen okuma yazma oranı %5 'lerde kalmıştır³.

Bu çalışmada, Osmanlı Hükümeti Meclis-i Mebusan ve Meclis-i Ayan'da 1918 den 23 Nisan 1920'ye kadar olan dönemde alınan eğitim kararlarına yer verilmiştir.

3.GEREÇ VE YÖNTEM

Bu çalışmada Türkiye Büyük Millet Meclisi sitesinde Osmanlı Dönemi Meclis Tutanaklarına Erişim Sistemi ve Cumhuriyet Dönemi Meclisleri Genel Kurul Tutanaklarına Erişim Sistemi'nden yararlanılmıştır. Sözü edilen sitemdeki kanun ve kararlar incelenerek eğitim ile ilgili olanları alınmıştır. Bunun yanı sıra adı geçen dönemdeki bir takım basın materyalleri ve kitaplardan da faydalanılmıştır.

Bulgular formatında ise AÜ SBF Kamu Yönetimi Araştırma ve Uygulama Merkezi tarafından yayınlanan 4 ciltlik *Türkiye Cumhuriyeti İdare Tarihi Araştırması: Açıklamalı Yönetim Zamandizini* isimli kaynaktan yararlanılmıştır⁴.

Bilgiler ile ilgili kaynaklar, tablonun **kaynak** kısmında belirtilmiştir. Zabıt belgelerine kaynakça kısmında tekrar yer verilmemiştir. Bazı kaynaklar ise detay açısından kaynakçada tekrar yazılmıştır.

² <https://ataturkansiklopedisi.gov.tr/bilgi/istanbul-hukumetleri-ve-milli-mucadele/>

³ Gedikoğlu,Ş., Halk Eğitimi, Ankara 1953,s:71.

⁴ Türkiye Cumhuriyeti İdare Tarihi Araştırması: Açıklamalı Yönetim Zamandizini, AÜ SBF Kamu Yönetimi Araştırma ve Uygulama Merkezi: 8 , Ankara, 2012

1918 YILI (1334)

Gün	Ay	Olay	Açıklama	Kaynak
		Bu dönemde Maarif Nazırı Ali Münif (Yeğenağa) Bey'dir.(Aralık 1917-Temmuz 1918).		https://tr.wikipedia.org/
1	Kanuni-sani (Ocak)	Maarif Nezareti, 1333(1917) yılı bütçesinin 8. faslının 3. maddesinden 305.000 kuruş indirerek 23. maddesine aktarılması hakkındaki kanun tasarısına dair Muvazene-i Maliye Encümeni tutanağı çıktı.		MMZC D:3, C:1, İ:26, S:465
7	Kanuni-sani	1333 Maarif Nezareti bütçesinin kısımları arasındaki aktarılmaya dair kanun tasarısı kabul edildi.	Medine-i Münevvere Mektebi'nin inşaatı için ayrılan 305.000 kuruşluk indirim yapılmış ve ilkokullar kısmına aktarılmıştır.	MMZC D:3, C:1, İ:29, S:530
12	Kanuni-sani	1333 Nafia Nezareti bütçesinden Mühendis Mektebi masrafları için 467.500 kuruş aktarılmasına dair kanun tasarısı kabul edildi.		MMZC D:3, C:1, İ:32, S:577
22	Kanuni-sani	Mekatib-i Sultaniyye (Galatasaray Lisesi) yatılı öğrencilerinden alınan ücretin artırılması hakkındaki kanun tasarısı kabul edildi.	Kerkük Mebusu Nazım Bey, Antalya Mebusu Hamdullah Emin Paşa tasarıya itiraz ettiler. Bu okullardaki öğrencilerin memur çocuğu olduklarını, ücret artarsa memurun bu ücreti ödemekte zorlanıp çocuklarını okuldan alacaklarını, bunun ise cehaleti daha da artıracığını, yabancıların ise Osmanlı Devleti'nin eğitime önem vermediğini düşüneceğini ileri sürmüşlerdir. Bu öğrencilerin genellikle yedek subay olduğunu, ücreti zaten telafi ettiklerini, vatan için öldüklerini bu yüzden ücreti artırmanın doğru olmadığını da eklemişlerdir. 13 red oyuna karşılık 126 oyla kabul edilmiştir.	MMZC D:3, C:2, İ:38, S:60
28	Şubat	Maarif Nezareti Bütçesi görüşüldü.	Bu görüşmeler sırasında okul kitaplarının durumu ve fiyatlarından söz edilmiştir. Hudeyde (Yemen' de bir şehir) Mebusu Hasan Rıza Paşa okul kitaplarındaki imla karmaşasından ve fiyatlarından; Bayazıt (Giresun) Mebusu Mehmet Şefik Bey ise özel okullardaki eğitimin ağırlığından; Ertuğrul Mebusu Şemsettin Bey, okullardaki din eğitimine yeterince önem verilmediğinden ve kız çocuğu eğitiminden; Basra Mebusu Mehmet Hilmi Bey, okullardaki Kuran-ı Kerim derslerinin	MMZC D:3, C:2, İ:59, S:576

			azlığından, sağlık bilgisi derslerinin gerekliliğinden; Trabzon mebusu Şükrü Bey Avrupa'ya gönderilecek öğrencilerden; bahsetmişlerdir.	
2	Mart	Kadastro Okulu'nun kurulması tartışıldı.		MMZC D:3, C:2, İ:60, S:53
8	Mart	Muallimler Cemiyeti (Öğretmenler Derneği) kuruldu.	Dernek İstanbul'da Barbaros Numune Okulu Müdürü Ahmet Halit Yaşaroğlu tarafından öğretmenleri birbiriyle tanıştırmak, onların bilimsel, ekonomik, sosyal gereksinimlerini karşılamak, halkın ilmini yükseltmeye çalışmak amacıyla kurulmuştur. İstanbul işgal altında olduğundan başlangıçta faaliyetler gizli yürütülmüştür.	Milli Kurtuluş Savaşında Öğretmenler, s:28.
9	Mart	Mektebi Mülkiye (Mülkiye Mektebi) adında bir yüksekokul kurulması konusunda kanun tasarısı verildi.	Divaniye (Irak'ta bir şehir) Mebusu Fuat Bey hazırda öğrencisi olmadığı halde bu okulun açılması konusundaki aceleye değinmiştir. Cebelibereket (Osmaniye) Mebusu Hasan Sezai Bey ise okulun açılmasının o kadar gerekli olmadığına, devlet memurlarının diğer yüksekokullardan da temin edilebileceğini söylemiştir. Kanun tasarısı Maarif Encümeni'ne gönderilmiştir.	MMZC D:3, C:3, İ:65, S:53
11	Mart	Mekatibi Sultaniye yatılı öğrencilerinden alınan ücretin artırılmasına dair kanun teklifi verildi.	Okulun öğrencilerine sabah, öğlen akşam yemekleri hazineye yıllık 200.000 liradan fazlaya mal olduğu için bir miktar zam gerektiği belirtilmiştir. Mahmut Paşa bu teklife itiraz etmiş, yatılı öğrencilerin çoğunun memur çocuğu olduğunu ve bu zammın onları zor durumda bırakacağını, bazıların ise okuldan ayrılmak zorunda kalacağını söylemiştir. Maliye Nazırı Ahmet Cavit Bey, herkesin yatılı okula gitmek zorunda olmadığını, gücü olmayanın gündüz yatısız okula gitmesini, bu paranın yemek ücreti olduğunu ve bir çocuğu evde beslemekten çok daha ucuz olduğunu belirtmiştir. Mahmut Paşa ise her yerde gündüz okulu olmadığı için memurun çocuklarını bu okullara göndermek zorunda olduğunu anlatmıştır. Tartışmaların sonunda İstanbul ve şaradaki mekatibi sultaniye öğrencilerinin ücretine birer misli zam yapılması konusundaki kanun teklifi kabul edilmiştir.	MAZC D:3, C:2, İ:35, S:60
16	Mart	İdari memur yetiştirilmek üzere kurulması teklif edilen Mülkiye Mektebi'nin Dahiliye Nezaretine bağlanması teklif edildi.	Bu kanun teklifini Hama (Suriye'de bir şehir) Mebusu Vasfı Bey ve Ertuğrul (Bilecik) Mebusu Mehmet Fevzi Bey vermişlerdir.	MMZC D:3, C:3, İ:70, S:222

18	Mart	Mülkiye Mektebi'nin kurulması hakkındaki kanun tasarısı kabul edildi.	Uzman memur yetiştirmek için Dahiliye Nezareti'ne bağlı Mektebi Mülkiye isminde bir yüksekokul kurulmuştur. Okulun eğitim süresi 3 yıl olacaktı ve ücretsiz yatılı öğrenciler kabul edilecekti. Her yıl alınan öğrencinin 30'u ücretsiz olacaktı. Alınacak öğrenciler yüksekokul (mektebi aliye) veya yüksek din okulundan (mektebi taliye) mezun olmaları gerekiyordu ve giriş sınavıyla alınacaklardı. Giriş sınavını olması gerekenden fazla öğrenci kazanırsa bir yarışma olacaktı. Okula parasız kabul edilen öğrenciler mezun olduktan sonra 10 yıl mecburi devlet hizmetinde olacaklardı. Mezun olduktan sonra kendilerine bir sene içinde memuriyet teklif edilmeyenler bundan muaf olacaktı. Okula Dahiliye Nezareti 1918 yılı bütçesinden 10.000 masraf payı ayrılacaktı.	MMZC D:3, C:3, İ:71, S:236
19	Mart	1334 yılı Maarif Nezareti bütçesi tartışıldı.	Bir önceki yılın bütçesinin tamamı 915.135 lira 72 kuruş iken, bütçe 1.051.287 lira 60 kuruşa çıkarılmıştır.	MAZC D:3, C:2, İ:39, S:154
21	Temmuz	Maarif Nazırı Dr. Nazım Bey (Selanikli Mehmed Nazım Bey) olmuştur.	21 Temmuz 1918'de yeni kurulan hükümette, istemediği halde Talat Paşa'nın ısrarına karşın, kısa bir süre Talat Paşa kabinesinde Maarif Nazırı oldu. Üç ay süren bu görevi sırasında devlet malını titizlikle koruduğu, hatta şahsına ayrılan makam arabasına bile binmediği belirtilir.	https://tr.wikipedia.org/
	Teşrini-evvel	Maarif Nazırı Gelenbevi Mehmed Said olmuştur.	Osmanlı devlet adamı ve eğitimcisinin nazırlığı konusunda çok bilgi yoktur. Ancak çok kısa sürdüğü bilinir.	https://tr.wikipedia.org/
11	Teşrini-sani	Tevfik Paşa hükümeti kuruldu.	14 Ekim'de hükümeti kurmuş olan İzzet Paşa içerde de kabinesinde de İttihatçıları barındırmak ve korumakla suçlanır. İngilizlerin isteklerini yeterince yerine getiremediği için padişah tarafından 8 Kasım'da istifaya zorlanır. Kurulan Tevfik Paşa hükümetinin Maarif Nazırlığı'na Rıza Tevfik Bey getirilmiştir.	KSG-1, S:34
23	Teşrini-sani	İstanbul'da beşi öğretmen olan Halil Nimetullah, Mehmet Sadi, Halil Fahri, Nesip Servet, Hıfzı Tevfik, Rıza İzzet Beyler tarafından " <i>Milli Türk Cemiyeti</i> " adlı dernek kuruldu.	Dernek Türk Milleti'nin varlığını korumak için, taşıdığı medeni vasıfları ortaya koymak, millet arasında birliği sağlamak amacıyla kurulmuştur. Nesip Servet Milli Savunma Genel Merkezi başkanı idi. Diğer üyelerin hepsi eğitimciydi.	Tunaya II, S:145
10	Kanunu-evvel	Giresun'da çalışan öğretmenlere 6 aydır maaş verilemedi.	Öğretmenlerin hiçbir şekilde yeme, içme ve barınma yardımı alamadıkları da belirtilmiştir ve öğretmenlerin ihtiyaçları Maarif Nezareti'nin dikkatine sunulmuştur.	KSG-1, S:68 Hadisat Gazetesi
10	Kanunu-evvel	İspanyol nezlesi nedeniyle okullar tatil edildi.	İspanyol nezlesi virüsü ilk kez Amerika'da tespit edilmiş, I. Dünya savaşı sırasında kamuoyundan saklanmasına	KSG-1, S:68 Hadisat G.10

			rağmen ilk olarak İspanya kamuoyunda tartışılmıştır. 1918-1920 yılları arasında 50 ile 100 milyon insanın ölümüne neden olarak insanlık tarihinde bilinen en büyük salgın olmuştur.	https://tr.wikipedia.org
20	Kanun-evvel	İbrahim Memduh Bey'in Serbesti Gazetesi'nde "Maarifimiz Bir İnkışafa Mazhar Olabilecek mi?" başlıklı yazısı yayınlandı.	Yazar, bu yazısında öğretmende bulunması gereken özellikler üzerinde durmuştur.	MMMO, S:27
26	Kanun-evvel	Balıkesir Mutasarrıfı Hacı Bey başkanlığında Liva Meclisi toplandı.	1919 yılına ait bütçe görüşmeleri sırasında, maaşlarını alamayan öğretmenlerin aylıklarının verilmesi için İstanbul'a ricalarda bulunulmasına, bir yerlerden ödünç para bulunmasına, Darül Muallimat için uygun bir yer araştırılmasına karar verilmiştir.	Ses Gazetesi, Sayı:2 Sayfa:2

1919 YILI (1335)

6	Kanunisanı	İbrahim Memduh Bey'in Serbesti Gazetesi'nde "Maarif Nazırı'na Açık Mektup" başlıklı yazısı yayınlandı.	Yazar, öğretmenlerin alınırken neler yapılması gerektiği konusunda önerilerde bulunmuştur. En önemli bir eğitim seferberliği yapılmasını önermiştir.	MMMO, S:28
13	Kanunisanı	2. Tevfik Paşa hükümeti kuruldu.	1.Tevfik Paşa Hükümeti'nde Dahiliye Nazırı Mustafa Arif Bey, şeyhülislamla tartışınca Tevfik Paşa'nın kurduğu ilk hükümet, gazetecilerin baskılarına maruz kalır. Sonunda hükümet istifa etmek zorunda kalır. Bu hükümette Maarif Nazırı Yusuf Ziya Paşa olmuştur.	KSG-1, S:100
21	Kanunisanı	Vakit Gazetesi'nde Maarif Nezaretinin Müsteşarı Muslihittin Adil Bey ile yapılan görüşme yayınlandı.	Yazıda, eğitimin önemini koruduğu, gelecekte daha şiddetli hissedileceği, bunun için de büyük bir dikkatle takip edilmesi gerektiği belirtilmiştir.	MMMO, S:29
10	Şubat	Süryanilerin okul ve kurumları için örtülü ödenekten 2000 lira ödemesine karar verildi.	Karar patrik ve vekilinin başvurusu üzerine, Süryaniler, Ermenilerle birlikte göçe tabi tutulmasından dolayı alınmıştır.	KSG-1, S:130
17	Şubat	Üniversite rektörü Salih Zeki Bey, görevinden alınarak yerine Naim Bey atandı.		KSG-1, S:139

23	Şubat	Genel Meclis'te öğretmenlerin sefaletten kurtarılmasını isteyen telgraflar ele alındı.	İtibar-ı Milli Bankası'ndan 30.000 lira borç alınmasına karar verilmiştir.	KSG-1, S:147 Mütevakkıt
24	Şubat	3. Tevfik Paşa Hükümeti kuruldu.	2. Tevfik Paşa Hükümeti'ne Sulh ve Selamet Heyeti'nden bir grup muhtıra verir. Bu nedenle hükümet istifa etmek zorunda kalır. Bu hükümette Maarif Nazırı yine Yusuf Ziya Paşa olmuştur.	KSG-1, S:148
24	Şubat	1334 (1918) Maarif Nezareti bütçesine 2000 lira ilave yapılması ile ilgili padişah emri yayımlandı.		Düstur Tertip:2 Cilt:11 (132-133)
4	Mart	1.Damat Ferit Paşa hükümeti kuruldu.	3. Tevfik Paşa Hükümeti, iktidara geçmeye hazırlanan Hürriyet ve İtilaf Fırkası'nı tatmin etmediği için hükümet istifa etmek zorunda kalır. Bu hükümette Maarif Nazırı Ali Kemal Bey olmuştur.	KSG-1, S:159
8	Mart	İstanbul'un Türklerden alınacağını belirten telgrafın gelmesi üzerine, İstanbul Üniversitesi'nin 4 fakültesi'nin öğretim üyeleri, İstanbul'un Türklerden alınamayacağını belirten bir toplantı yaptılar.		KSG-1, S:164 Hadisat Gazetesi S:9
19	Mart	Yapacakları miting yasaklanınca, İstanbul Üniversitesi'nin kız bölümü ile Asri Kadınlar Cemiyeti Fatih Türbesi'nde bir anma düzenleyerek İtilaf Devletleri'nin tutumunu protesto ettiler ve İstanbul'un Türk kalacağını belirttiler.	İstanbul Üniversitesi de konu ile ilgili bir uyarıyı hükümete vermiştir. Mondros Mütarekesi sonrasında başlayan işgalleri protesto amaçlı ilk toplantı Asri Kadın Cemiyeti'nin öncülüğünde 19 Mart 1919'da Fatih türbesinde yapılmıştır. Cemiyet, İzmir'in işgali üzerine protesto amaçlı düzenlenen Üsküdar, Kadıköy ve Sultanahmet mitinglerine de destek vermiştir. ⁵	KSG-1, S:177
19	Mart	Üniversite reformu konusunda Maarif Nazırı Ali Kemal		KSG-1, S:178 (Gökbilgin I:68)

⁵ Özdemir, N.,(2021), Mütareke Döneminde Asri Kadın Cemiyeti'nin Faaliyetleri, Yakın Dönem Türkiye Araştırmaları Recent Period Turkish Studies İstanbul Üniversitesi Yayınları. Sayı:39.S.107-133.

		Bey başkanlığında bir toplantı yapıldı.		
21	Mart	Üniversite ve yüksekokul öğrencileri, bir bildiri yayınlayarak, İstanbul'daki Rumların Türkiye aleyhindeki çalışmalarını protesto ettiler.		KSG-1 (180) (Hadisat: 21)
31	Mart	İstanbul Üniversitesi Türk dostu yazar Piyer Loti'ye fahri doktora ünvanı verdi.		KSG-1 (190) (Vakit 1 Nisan)
10	Nisan	Maarif Nazırı Ali Kemal Bey bir genelge yayınlayarak, eğitim memurlarının İttihatçılık gütmesini yasakladı.	Yasağa uymayanların istifa etmesini, aksi takdirde görevden alınacaklarını belirtmiştir.	KSG-1 (199) (Sabah: 11, Gökbilgin I:57)
8	Nisan	Maarif Nezaretisi'nin Üsküdar-Kadıköy su şirketine olan borcunun ödenmesine dair yazışma yapıldı.		BCA 230..0.0.0/65.20..7/34Su121
30	Nisan	Darülmuallimin ve Darülmuallimat Nizamnamesinin bazı durumlarından muaf olanlar hakkında kararname yayınlandı.	Kararname, parasız okuyup, silah altına alınıp geri dönen öğrencilerle ilgilidir.	Düstur Tertip:2 Cilt:11 S:229
30	Nisan	Galatasaray Lisesi, kuruluşunun 50. Yılında Damat Ferit Paşa şerefine bir şölen düzenledi.	Şölene devletin ileri gelenleri ve İtilaf Devletleri temsilcileri katılır. Damat Ferit Paşa burada yaptığı konuşmada, İngilizcilikten Fransızcılığa döndüğü yolunda kuşkulara neden olacaktır.	KSG-1 (218)
3	Mayıs	Muallimler Cemiyeti (Öğretmenler Derneği) Kongresi, üniversite konferans salonunda yapıldı.	Kongre başkanı olarak Selim Sırrı Bey'in katıldığı konferansta, halka açık dersaneler açılmasına, derneğin de buna yardım etmesine karar verildi.	KSG-1 (221) Alemdar:4
18	Mayıs	İstanbul Üniversitesi'nde öğretim üyeleri ve öğrenciler toplantı yaptı.	Ömer Besim Paşa yönetiminde toplanan sayıları 4 bini bulan öğretim üyesi ve öğrenciler toplantıda, İzmir'in işgal olayını görüştüler. Milletin bütün teşkilatlarından faydalanmak gerektiği ve bunun başına üniversitenin geçmesi istendi.	KSG-1 (246)

19	Mayıs	2.Damat Ferit Paşa hükümeti kuruldu.	Bu hükümette Maarif Nazırı, eski nazır Gelenbevizade Mehmet Sait Bey olmuştur.	KSG-1 (252)
21	Mayıs	İstanbul'da görevli 3000 kadar öğretmen, üniversitede toplanarak İzmir'in işgalini protesto etti. Üniversite ve yüksekokullar kapatıldı.	"Biz öğretmenler, bu davada haklı olduğumuzu ispat edinceye kadar çarpışacağız." "Muallim ordusu, yetiştirdiğimiz neslin başına geçerek, vatanını göğsü ile savunacaktır." Bu kararlar padişaha bildirildi ve Türkiye'yi bölen herhangi bir anlaşma imzalanmaması rica edildi.	KSG-1 (257)
22	Mayıs	Tıbbiye öğrencilerinin çağrısına uyan 20.000 kişi Kadıköy'de yağmur altında toplandı.		KSG-1 (260)
31	Mayıs	Urfa'da göç sırasında harap olan Ermeni okul ve kilisesinin tamiri için evrak gönderildi.		BCA 272..0.0.11/13.48..9.
5	Haziran	İstanbul Üniversitesi'nde toplanan yüksek öğrenim gençliği, bazı kararlar alarak bunları Paris Barış Konferansı'na gidecek başbakana iletiler.	Osmanlı Devleti'nin çoğunluğunu Türklerin meydana getirdiği kısımlarda (Doğu Anadolu) toprak bütünlüğünün sağlanması, manda ve vesayet gibi yönetim biçimlerinin reddedilmesi istendi ve aksi takdirde Türk Gençliği'nin bunlara aykırı barışa kesinlikle itaat etmeye kararlı olduğunu bildirmiştir.	KSG-1 (295)
25	Haziran	Hükümet Rum okullarındaki Türkçe derslerini kaldırdı.		KSG-1
21	Temmuz	3. Damat Ferit Paşa Hükümeti kuruldu.	Gelenbevizade Mehmet Sait Bey'in Maarif Nazırlığı görevine devam etmesine karar verilir.	KSG-1 (375)
18	Ağustos	Lise ve yüksekokullar hakkında kararname yayınlandı.	Kararname lise ve yüksekokul öğrencilerinden alınacak ücret ve parasız yatılı öğrenci sayısı konusundaydı.	Düstur Tertip 2 C:11 S:343
27	Ağustos	İl özel idarelerinden maaş alan İstanbul'daki ilkokul öğretmenleri, geçmiş aylıklarının ödenmesi ve bundan sonraki maaşlarının düzenli ödenmesi konusunda 1920 yılı Mart ayında		KSG-2 (74) (Akşam 27)

		grev yapmaya karar verdiler.		
1	Teşri-niev-vel (Ekim)	Ali Rıza Paşa Hükümeti kuruldu.	Damat Ferit Paşa Hükümeti'nin istifası ve Ali Rıza Paşa Hükümeti'nin kurulması Kuvayı Milliye'nin ilk siyasi zaferi olarak kabul edilir. Bu hükümette Maarif Nazırı yine Sait Bey olur.	TİDATA Cilt:1 S:23
10	Teşri-niev-vel	Darülfünun'a (üniversite) bilimsel özerklik tanındı.	"Üniversite, yüksek eğitimin gelişmesine ve yükselmesine hizmet eden hukuk, tıp, edebiyat ve fen bilimleri derslerinin yapıldığı bir ilim kurumudur."görüşü benimsenerek özerklik verilmiştir.	Düstur Tertip:2 C:11 S:401
5	Teşri-nisani	Üniversite Rektörlüğü'ne Doktor Besim Ömer Paşa atandı.		Takvimi Vekayı 3695
23	Teşri-nisani	İstanbul Üniversitesi'nde bütün öğretim kadrosu ve öğrenciler, derslere bir gün ara verdiler.	Bundaki amaç, İzmir'deki göçmenlerin durumunu tartışmaktır. Toplantıda 9 kişilik bir yardım komitesi seçilmiştir. Komite, İstanbul'u 30 bölgeye ayırarak 18 Kasım'da İzmir'de meydana gelen depremde, felakete uğrayanlara yardım toplayacaktı.	KSG-2 (221)
27	Teşri-nisani	Üniversite öğrencileri bildiri yayınladılar.	Bildiride 18 Kasım'da İzmir'de meydana gelen depremde zarar görenlere ve işgalden kaçan 140.000 evsiz kişiye yardım edilmesi istendi.	KSG-2 (225)
9	Kanuniev-vel	1335 senesi için Maarif bütçesine 21.000 lira aktarıldı.		Düstur Tertip 2 C:11 S:487
28	Kanuniev-vel	İspanyol nezlesi nedeniyle İstanbul'da okullar 10 gün tatil edildi.		KSG-2 (265)

1920 YILI (1336)

11	Kanuni-sani	Maarif bütçesine 1335 yılı için 10.000 lira ekledi.		Düster Tertip 2 C:11 S:567
17	Şubat	Sivas Mebusu Sami Fethi Bey ve Hakkari Mebusu Mazhar Bey özel idareden maaş alan öğretmenlerle ilgili soru önergesi verdi.	Karahisari Şarki (Şebinkarahisar) Mebusu Ömer Fevzi Efendi sadece İstanbul'daki değil taşradaki öğretmenlerin de maaşlarını alamadığı için soru önergesinin yakın bir gündeme alınmasını istemiştir.	MMZC D:4, C:1, İ:11, S:131
21	Şubat	İkdam Gazetesi eğitim durumumuz hakkında yorum yaptı.	“Maarifimiz ne halde? Mektepler ve muallimler.(Maarifimiz sizden iyi olmasın.) Mektepleri ne sen sor ne ben söyleyeyim. Sermuharririniz gibi var mı yok mu belli değil.) Muallimlere gelince: Gözler kararmış, mideler havası boşalmış futbol topu, dizler lerzan (titrek), gözler muhasebe-i hususiye kapısında.”	KSG-2 (343)
23	Şubat	Edirne Mebusu Galip Bahtiyar Bey, özel muhasebeden maaş alan öğretmen ve memurların içinde oldukları duruma karşı hükümetin nasıl karar aldığını açıkça tartışmak için beyanat verdi.	Galip Bahtiyar Bey, bazı öğretmenlerin Şubat sonu geldiği halde Ocak maaşlarını, hatta bazılarının Aralık maaşlarını bile alamadığını belirtir. Daha önce önerge verildiğini, bunun için neler yapıldığını sormuş, öğretmenlerin sefalet içinde meclisin kararını beklediğini belirtmiştir. Niğde Mebusu Ata Bey de taşradaki öğretmenlerin hiç maaş alamadıklarını, bu konunun önemli olduğunu, bağlı oldukları bakanlıkların açıklama yapması gerektiğini söylemiştir. Çorum Mebusu İsmail Kemal Bey ise bu konuda biri kendine ait olmak üzere iki önerge verildiğini, hiçbir şey yapılmadığını anlatmıştır. İzmit Mebusu Sırrı Bey ise memur maliyesinin işini tam yaparak para toplama işini zamanında yapıp, parayı özel idareye zamanında gönderirse özel bütçeden maaş alanların da maaşlarını zamanında alabileceğini söylemiştir. Adapazarı'ndaki öğretmenlerin dilenme derecesine geldiklerini, bunu kendi gözleriyle gördüğünü, memur maliyesinin bundan rahatsız olmadığını, çünkü kendilerinin maaşlarını zamanında aldığını belirtmiştir. Galip Bahtiyar Bey, hükümetin bazı vilayetlere açıklarını kapatmak için 200.000 lira kadar para verdiğini, İstanbul'un bundan ayrı tutulduğunu	Düster Tertip 2 C:11 S:567

			açıklamıştır. Onlara da hızlı bir şekilde böyle bir yardımın yapılmasını istemiştir. Meclis Başkanı, Galip Bey'in isteğini soru önergesi olarak bakanlığa iletileceğini bildirmiştir.	
26	Şubat	Çorum Mebusu İsmail Kemal Bey ve arkadaşlarının ve Sivas Mebusu Samih Fethi Bey'in özel idareden maaş alan taşra ilkokul öğretmenleri hakkındaki soru önergesi cevaplandı.	Soru önergesini Dahiliye Nezareti ildeki yerel işlerden sorumlu Genel Müdür Hüseyin Hüsnü Bey cevaplamıştır. Memlekette bir nahiye teşkilatı oluşturulmadığı için nahiyelerin sorumluluğuna bırakılan ilköğretim okulları meselesini de özel idareler üstlenmiştir. Gerek İstanbul'da gerekse diğer illerdeki ilköğretim okulları, özel idare bütçelerine bağlıydı. Özel idareler savaşta önceki bütçeyle kalmışlar, kanunlarca onaylanmış Ziraat Bankası Kanunu gereğince elde edilen hisse karı gibi gelirlerden de mahrum kalmıştır. İdare-i Vilayat Kanunu ile genel meclislere verilen küsuratlar yetkisi kanunla reddedilmiştir. Ülkenin içinde bulunduğu durumdan dolayı genel bütçedeki pay ve maliyenin halktan talep ettiği vergiler azalmıştır. Hazine-den özel idarelere verilecek pay da mali durumdaki darlıktan dolayı mümkün olmamıştır. İlkokul öğretmenlerinin maaşının karşılığı olarak Tedrisat-ı İptidaiye Kanunu gereğince toplanan Tedrisat-ı İptidaiye vergisi de bunu toplamaya yetkili olan devlet kurumlarınca toplanmamıştır. Maliye Bakanlığı tarafından vilayetler için verilen 140.000 lira, illerin açıkları için harcanmış, bunun 90.000 lirası İstanbul'a verilmiştir. İstanbul'daki öğretmenlerin maaşlarını alabilmeleri için vilayete hiç olmazsa 50.000 lira avans verilmesi için Maliye Nezaretine teklif verilmiş ancak sonuçlanmamıştır. Hakkari Mebusu Mazhar Bey, İstanbul öğretmenlerinin Aralık ve Ocak maaş ve zamlarını almadığını, aç olduklarını, Topkapı'da oturan bir öğretmenin 3 kuruş borç alarak adeta dilenerek görevlerine geldiğini gözleriyle gördüğünü belirtmiştir. Çorum Mebusu İsmail Kemal Bey, özel idarelerin gelirlerini mal sandıklarının topladığını, sonra özel idarelere	MMZC D:4, C:1, İ:14, S:218

			vermeden kendilerinin harcadığını, geçen yıl Sivas vilayetinde 6.000.000 kuruşu uğraşarak aldığını ve özel idareye verdiğini, paraların yenmemesini söylemiştir.	
26	Şubat	Özel idarelerden maaş alan öğretmenlerin maaşının genel idarelere geçirilmesi konusunda Dilekçe Komisyonu belgesi tartışıldı.		MMZC D:4, C:1, İ:14, S:221
28	Şubat	İlkokul öğretmenleri, Maarif İdaresi'ne başvurarak, birikmiş maaşları verilmezse göreve devam edemeyeceklerini bildirdiler.	Maarif Müdürü, konunun birkaç gün içerisinde çözümlenmesini beklediklerini söyleyerek, öğretmenlerin görevlerine devam etmesini istemiş, durumu bakanlığa ve valiliğe bildirmiş, bakanlık ve başbakanlıktan acele ödenek bulunmasını istemiştir.	KSG-2 (351) (YG:3 Mart)
28	Şubat	Kabul edilen geçici bütçe kanunu'na göre Maarif Nezareti için 380.800 Osmanlı lirası ayrıldı*	Genel bütçe 15.558.150 Liraydı. *Osmanlı lirası 1 kasım 1922'ye kadar kullanılmış resmi para birimiydi. 23 Ekim 1923 tarihine kadar kullanılmıştır.	TİDATA (1919-1929) Cilt:1
29	Şubat	İstanbul İlkokullarında çalışan öğretmenler için özel saymanlığa 20.000 lira ayrıldı.	Bu parayla öğretmenlerin birikmiş maaşlarından ancak ocak ayı verilebilecekti. Öğretmenler tüm maaşlarını istedikleri için grev kararı almışlardır.	KSG-2 (352) (YG:1 Mart)
1	Mart	İstanbul'da ilkokul öğretmenleri greve gittiler.	Özel İdare Saymanlığından maaş alan öğretmenler, aylardır maaş alamadıkları için işi bırakırlar. Greve 200 okuldan 944 öğretmen katılır. Sabah okullarına giden öğrenciler, öğretmenlerinin greve gittiğini müdürlerinden öğrenirler. Valiliğin önüne giderek öğretmenlerinin isteklerinin yerine getirilmesini, kendilerinin eğitimsiz bırakılmamalarını isterler. Grev 20.000 öğrenciyi etkiler. Toplantı yapan öğretmenler bunun grev olmadığını, maaşlarının artmasını değil, ödenmesini istediklerini belirtirler. Türkiye' de bilinen ilk öğretmen grevini kamuoyu ve basın destekler.	TİDATA (1919-1929) Cilt:1 KSG-2 (353) (YG:2, Alem- dar:4)
1	Mart	İlkokul öğretmenlerinin maaşı hakkında kanun teklifi verildi.	Teklif, İstanbul mebusu Hamit Bey ve arkadaşları tarafından verilmiştir.	TİDATA (1919-1929) Cilt:1 MMZC
4	Mart	İstanbul'da okullar kapalı.	Maaş verilemediği için okullar kapalıdır. Maaşların ödenmesi için 24.000 lira ayrılmıştır. Ancak birikmiş maaşların ödenmesi için 90.000 liraya ihtiyaç vardır. Öğretmenler grevden vazgeçmek	Yeniğün Gazetesi

			için bundan sonra maaşlarının düzenli ödenmesini şart koşmuşlardır. Bazı öğretmenler birikmişlerin ödenmesini yeterli görerek arkadaşlarını aşırıya kaçırmaktan alıkoymaya çalışmışlardır.	
5	Mart	Kız ve Erkek Öğretmen Okulu Mezunları Derneği ile Öğretmenler Derneği toplantı yaptılar.	Toplantı Gedik Paşa'daki Mahmut Şevket Paşa Numune Mektebi salonunda yapılmıştır. Meclis'te görüşülmekte olan İlköğretim Yasası tartışılmış, öğretmenlerin görüşlerini bir yasa teklifi halinde sunmakla görevli bir kurul oluşturulmuştur.	Yenigün Gazetesi
6	Mart	İzmit ve Adapazarı'ndaki ilkokul öğretmenleri de, İstanbul'daki öğretmenlerin grevi konusunda harekete geçti.	Öğretmenler İçişleri Bakanlığı'na başvurmuş, öğretmen maaşları ödenmeyince okul kapatma politikasını eleştirmiş, gereksiz memurlukların kapatılarak bu memurların maaşlarından tasarruf sağlanmasını önermişlerdir. Yenigün Gazetesi ise 7 Mart'ta illerde de aynı durumun söz konusu olduğunu duyurmuştur.	KSG-2 (364)
7	Mart	İstanbul İli Yazı İşleri Sorumlusu, Maarif Nazırı ve Nezaret Müsteşarı, öğretmenlerin boş oturacaklarına görevlerine devam etmelerini istediler.	Bunun üzerine öğretmenler, Reşit Paşa Numune Mektebi'nde toplanırlar. Birikmiş 2 aylık maaşlarının bir defada ödenmesini, bundan sonraki maaşlarının zamanında ödenmesi için de yasal tedbirler alınmasını istediler. Hükümet ise ancak Ocak maaşlarını ödeyebileceklerini bildirmiştir.	KSG-2 (365) (YG:8)
8	Mart	Meclis Maarif Encümeni ilkokul öğretmenlerinin maaş konusunu görüştü.	Öğretmenlerin özel muhasebe yerine genel muhasebeden maaş alma isteklerinin yasalarla çeliştiği sonucuna varılmış, bir sonuca ulaşılamamıştır.	KSG-2 (367) (YG:9)
9	Mart	Öğretmenlerin Ocak maaşları verilmeye başlandı.	Şubat maaşları ise Maarif Nezareti'nin kefaletiyle ilin gelirleri karşılık gösterilip Ziraat Bankası'ndan alınacak borçla ödenmesine karar verilir. Öğretmenlerin bir kısmı şubat maaşını alıp göreve başlamak taraftarı iken, bir kısmı sürekli bir çözüm olmadan göreve başlamaya karşı çıkmışlardır. (YG:11)	KSG-2 (368)
5	Nisan	Dördüncü Damat Ferit Paşa hükümeti kuruldu.	Bu hükümette Eğitim Bakanı Rumbeyoğlu Fahrettin Bey olmuştur.	KSG-2 (410)
11	Nisan	Mebusan Meclisi kapatıldı.		Akşam Gazetesi-12 Nisan
23	Nisan	TBMM Ankara' da toplandı.		NUTUK
26	Temmuz	Osmanlı Hükümeti Mülkiye Mektebi hakkında kararname yayınlandı.	Kararname, Mülkiye Mektebi'nin Maarif Nezareti'ne bağlanması ile ilgilidir. Gerekçe olarak okulun sadece içişlerine	Düstur Tertip:2 Cilt:12 S.173

			değil her kuruma yönetici yetiştirilmesi gerektiği gösterilmiştir.	
31	Temmuz	Beşinci Damat Ferit Paşa hükümetinde Maarif Nazırı olarak Hadi Paşa görevlendirildi.	Hadi Paşa, Genelkurmay eski başkanı ve Adalet ve Ticaret eski bakanı idi.	KSG-3 (150)
19	Ağustos	Damat Ferit Paşa hükümeti fen ve edebiyat fakültelerini kaldırma kararı aldı.		KSG-3 (179) (Yenigün)
	Teşrinievvel	Mustafa Reşit Paşa Maarif Nazırı oldu.		https://tr.wikipedia.org/
15	Kasım	Osmanlı Hükümeti, Dersaadet Sanayi Mektebi öğrencisi hakkında kararname yayınladı.	Kararname 1. ve 2. sınıf öğrencisinden ücret alınması konusundadır.	Düster Tertip:2 Cilt:12 S:340
23	Kasım	Osmanlı Hükümeti, 1336 Eğitim bütçesine, 30.000 lira olağanüstü ödenek konulması konusunda kararname yayınladı.		Düster Tertip:2 Cilt:12 S:344

Ocak-Haziran 1921 döneminde devlet adamı ve yazar Raşit (Erer) Bey, Haziran-Ağustos döneminde Mustafa Arif (Deymer) Bey, 13-19 Ağustos 1921 döneminde Abdullah Lami (Bayur) Bey Maarif Nazırlığı yapmışlardır.

KISALTMALAR

BCA: Başbakanlık Cumhuriyet Arşivleri

KSG: Kurtuluş Savaşı Günlüğü

MAZC: Meclis-i Ayan Zabıt Cerideleri

MMMO: Milli Mücadelede Maarif Ordusu

MMZC: Meclis-i Mebusan Zabıt Cerideleri

TİDATA: Türkiye Cumhuriyeti İdare Tarihi Araştırması

SÖZLÜK

Dahiliye Nezareti: İçişleri Bakanlığı

Darül Muallimat: Osmanlı Devleti'nde ilk ve ortaöğretim kız okullarına öğretmen yetiştirmek için 1870 yılında kurulmuş olan okul.

Darül Muallimin: 16 Mart 1848 yılında Abdülmecit döneminde rüştiyelere erkek öğretmen yetiştirmek amacıyla açılan eğitim kurumları.

Encümen: Belli bir konuyu değerlendirmek için kurul içinden seçilen kurul, alt kurul.

İtibar-ı Milli Bankası: 1917 yılının başında Maliye Nazırı Cavit Bey'in öncülüğünde yerli sermaye ile kurulan ilk Türk bankası. 1927 yılında Türkiye İş Bankası ile birleştirilmiştir⁶.

Kanunuevvel: Aralık ayı.

Kanunisani: Ocak ayı.

Maarif Nezareti: Milli Eğitim Bakanlığı.

Mebus: Milletvekili.

Mektebi Mülkiye: Siyasal Bilgiler Fakültesi.

Mekteb-i Aliye: Yüksekokul

Mekatib-i Sultaniyye: Galatasaray Lisesi.

Mekteb-i Taliye: Yüksek din okulu.

Mektep: Okul.

Muvazene-i Maliye: Devletin gelirleriyle giderlerinin bir olması.

Nafia Nezareti: Bayındırlık Bakanlığı.

Nazır: Bakan.

Tedrisat-ı İptidaiyye Vergisi: İlkokulların giderlerini karşılamak için alınan vergi. Daha sonra “mektep vergisi” bu verginin yerini almıştır.

Teşrinievvel: Ekim ayı.

Teşrinisani: Kasım ayı.

⁶ Şengül H., Osmanlı 'İtibar-ı Milli Bankası'nın Kuruluşunda Maliye Nazırı Cavit Bey'in Rolü, Universal Journal of History and Culture ISSN: 2667-8179, Vol. 3, No. 2, 163-187, 2021.

KAYNAKÇA

- Gökbilgin, M.T.,(1965).*Milli Mücadele Başlarken*, Cilt-1,Türkiye İş Bankası Yayınları. Ankara.
- Göldaş, İ.,(1981), *Milli Kurtuluş Savaşı'nda Öğretmenler*. Öğretmen Dünyası Yayınevi. İstanbul.
- Özdemir, N.,(2021), Mütareke Döneminde Asri Kadın Cemiyeti'nin Faaliyetleri, Yakın Dönem Türkiye Araştırmaları Recent Period Turkish Studies İstanbul Üniversitesi Yayınları. Sayı:39.S.107-133.
- Saruhan Z.,(Temmuz 1982), *Kurtuluş Savaşı Günlüğü-1, Mondros'tan Erzurum Kongresi'ne (30 Ekim 1918-22 Temmuz 1919)*.Öğretmen Dünyası Yayınları. Ankara.
- Saruhan Zeki, *Kurtuluş Savaşı Günlüğü-2, Erzurum Kongresi'nden TBMM'ne (23 Temmuz 1919-22 Nisan 1920)*,Öğretmen Dünyası Yayınları, Nisan 1984, Ankara.
- Saruhan Zeki, *Kurtuluş Savaşı Günlüğü-3, TBMM'den Sakarya Savaşı'na (23 Nisan 1920- 22 Ağustos 1921)*, Öğretmen Dünyası Yayınları, Ocak 1986, Ankara.
- Saruhan, Z., (2013), *Milli Mücadele'de Maarif Ordusu*. Tarihçi Kitabevi Yayınları. ISBN: 978-605-4534-38-8. İstanbul.
- Şengül H.,(2021), Osmanlı İtibar-ı Milli Bankası'nın Kuruluşunda Maliye Nazırı Cavit Bey'in Rolü, Universal Journal of History and Culture. Vol. 3. No. 2. 163-187. ISSN: 2667-8179.
- Tunaya, T.Z.,(Ağustos 2015), *Türkiye'de Siyasi Partiler-II(Mütareke Dönemi 1918-1922)*. Hürriyet İletişim Yayınları. ISBN 9789754707274.
- Türkiye Cumhuriyeti İdare Tarihi Araştırması: Açıklamalı Yönetim Zamandizini*, AÜ SBF Kamu Yönetimi Araştırma ve Uygulama Merkezi: 8 . Ankara. 2012.

İNTERNET

www.wikipedia.org

GAZETELER-DERGİLER

Akşam, 27 Ağustos 1335 (1919)

Alemdar, 4 Mayıs 1335(1919)

Hadisat, 10 Kanunuevvel 1334 (1918)

Mütevakkıt, 23 Şubat 1335 (1919)

Sabah, 11 Nisan 1336 (1920)

Ses, 26 Kanunuevvel 1334 (1918), Sayı:2 Sayfa:2

Takvimi Vekayı, 5 Teşrinisani (Kasım) 1335 (1919)

Vakit, 1 Nisan 1335 (1919)

Yenigün, 1 Mart 1336 (1920)



BÖLÜM 23

Örgütsel Estetik ve Estetik Liderlik

Mustafa Tuncer OKUMUŞ¹

¹ Dr. Öğretim Üyesi, Kahramanmaraş İstiklal Üniversitesi, İnsan ve Toplum Bilimleri Fakültesi,
Orcid: 0000-0002-6495-3252

GİRİŞ

Liderliğe estetik bir yaklaşım son zamanlarda yerleşik liderlik trendlerinden biri olarak görülmektedir. Liderliğe ilişkin estetik bakış açısı, 1980'lerin ortalarında başlayan örgütsel estetik üzerine daha geniş bir tartışmaya dayanmaktadır (Ropo vd., 2017:3).

Örgütsel açıdan bakıldığında estetik kaygının zaman içerisinde arttığı görülmektedir. Estetik liderlik te örgüte katkı sağlamaktadır (Filiz ve Güngör, 2023:33-34).

Bir lider, dinlemek, konuşmak, dokunmak, bakmak, duygu ve hisleri bilgelik birikiminin temel kaynakları olarak ele almak gibi gündelik, sıradan eylemlerde büyük ölçüde vurgulanan, tanınmayan, gizli, duyuşal bilme yollarını tanımada yetkinleşerek estetik bir dünya görüşüne açılır. Kişi yalnızca doğrudan deneyim yoluyla keşfedebilir. Bir senaryoyu kavramak için orada olmak ve onu olduğu gibi özümsemek gerekir. Estetik bilgi, liderin örtük düzeyde deneyimlemesini gerektirir (Gahlot ve Bathla, 2021:42).

İş ve örgütsel yaşamın estetik anlayışı, bireylerin ve grupların örgütlerde duygularına, arzularına, zevklerine, yeteneklerine ve tutkularına kulak vererek nasıl hareket ettiklerini inceler. Bir çalışma tarzının, bir liderlik tarzının, işyerinde başkalarıyla ilişki kurma biçiminin, bu işyerlerinin görünüm ve özelliklerinin, örgüt tarafından üretilen eserlerin ve örgüt imajının sembolik unsurlarının örgütlerde nasıl icat edildiğini inceler. Amaç bu örgütsel etkileşimlerin nasıl gerçekleştiğini ve çalışan insanların zevklerinin nasıl eğitildiğini göstermektir. Böylece bir çalışma şeklini zarif, diğerini kaba, diğerlerini ise nahoş ve hatta iğrenç olarak değerlendirebilirler. Dolayısıyla formüle edilenler ilgili bireylerin ve grupların farklı duyarlılıkları temelinde örgüt içinde müzakere edilen ve örgütlerdeki sosyal uygulamalara anlam ve değer kazandıran estetik yargılardır (Strati, 2010:880).

ESTETİK

Etimolojik olarak “estetik”, akıldan ziyade duyulara hitap eden bir deneyim anlamına gelen Yunanca 'aisthesis' kelimesinden türemiştir. Erken dönem Yunan filozofları algılama, hissetme, sezgi, hayal gücü ve performans göstermeyi meşru bilgi biçimleri olarak kabul etmişlerdir (Gahlot ve Bathla, 2021:39). Estetik eski ve güçlü bir disiplindir ve kim olduğumuza, neye tahammül edip neye edemeyeceğimize ve çevremize ilişkin deneyimsel anlayışımıza dair duygularımızı geliştirir. Diğer her şeyde olduğu gibi çekicilik, iticilik, güzellik ve çirkinlik vardır ve her birinde yanlış bir netlik olmaksızın, gerçeğin bir tezahürü örtülüdür (Samier vd., 2006:4). Estetik çalışmaları Yunan felsefesine kadar uzanırken, estetiğe olan

ilgi ancak son zamanlarda bu disiplinin ötesine geçerek yönetim akademisyenlerinin dikkatini çekmiştir (Baldessarelli vd., 2022:217).

Genel olarak estetik, duyuşsal deneyimlerimizden oluşturulan bilgi ile ilgilidir. Aynı zamanda düşüncelerimizin, duygularımızın ve bunların etrafındaki akıl yürütmelerimizin bilişlerimizi nasıl bilgilendirdiğini de içerir (Taylor ve Hansen, 2005:1212).

Estetik terimi sanat veya güzellikle eşanlamlı değildir. Estetik, duyuşsal bilgiye, nesnelerin ve deneyimlerin hissedilmesi anlamında kullanılmaktadır. Akıl ve mantık genellikle duygu ve hislerle karşılaştırılır ancak her ikisinin de ortak noktası bilgi kaynakları olmaları ve güvendiğimiz ve üzerinde hareket ettiğimiz anlamlar üretmeleridir. Estetik, duygularımız aracılığıyla deneyimlediğimiz şeyler hakkında hislerimize dayalı olarak inşa ettiğimiz anlamları içerir. Estetiği sanatla sınırlandırmaktan kaçınmak gerektiği gibi estetiği sadece güzellikle ilgili bir şey olarak görmekten de kaçınmak gerekir. Sanatın bir estetiği vardır ancak bir ofis ve bir fabrikanın nasıl düzenlendiği veya bir iş görüşmesi gibi yerler ve etkileşimler de öyledir. Estetik herhangi bir şey hakkında nasıl hissettiğimize dair duyuşsal değerlendirmeleri içerir (Hansen vd., 2007:545-546).

ÖRGÜTSEL ESTETİK

Günümüzde rekabet koşullarının artırılması ve kurumsal çekiciliğin güçlendirilmesi konusunda fark oluşturma yollarından biri de estetik değerlere sahip organizasyonlar oluşturmaktır (Güven ve Polat, 2016:110).

Felsefe yüzyıllardır estetikle ilgilenirken ve geçtiğimiz on yıllar günlük hayatımızda estetiğe olan ilginin güçlü bir şekilde arttığını gösterirken örgüt çalışmalarında bir araştırma alanı olarak estetik gerçekten de çok yeni bir faaliyettir ve sadece birkaç yıl öncesine dayanmaktadır. Örgütsel estetik kavramı üzerine öncü çalışma Strati ve Gagliardi tarafından yapılmıştır. Her ikisi de kültürel bir ortam olarak görülen bir kurumda anlamların nasıl yapılandırıldığı ve teşvik edildiğine dair daha fazla içgörü geliştirmenin bir yolu olarak örgütsel estetiği incelemenin önemini ele almaya çalışmıştır. Strati, işyerindeki sosyal ilişkilerin yapılandırılmasını anlamak için ofis dekorlarının önemi veya ofis koltuklarının konumu ve tarzı gibi daha önce göz ardı edilen kurumsal tesis örneklerini incelemenin önemini ortaya koymaktadır. Strati'ye göre, bir örgütsel eser aynı anda hem maddi hem de maddi olmayan bir şeydir hem bireye hem de diğer herkese aittir, statü belirtir, örgütsel ritüellerde rol oynar, örgüt içi rekabeti sembolize eder. Strati, bu tür bir analizden ortaya çıkan estetik bilgiyi, güçlü paradigmalara ve evrensellik ve tahakküm arayışına dayalı örgüt teorisini zenginleştirme potansiyeline sahip “zayıf düşünce” olarak adlandırır. Gagliardi ise gerçek olana dair deneyimimizin

temelde estetik deneyim olarak adlandırılan duyuşal bir deneyim olduğunu savunur. Estetik deneyim, bilinçdışı doğası nedeniyle kelimelerle (tamamen) ifade edilemez. Gagliardi'ye göre bu sorunu çözmenin bir yolu da örgütsel eserlerin incelenmesidir. Eser, yaratıcısından bağımsız olarak var olan bir sorunu çözmeyi veya bir ihtiyacı karşılamayı amaçlayan ve kendi bedenselliği veya fizikselliği ile donatılmış bir insan eylemi ürünü olarak tanımlanabilir (Weggeman vd., 2007:348-349).

Örgütsel estetik yaygın olarak “ışıtme, görme, dokunma ve tat alma gibi algılama yetileri ve estetik yargı kapasitesi tarafından sağlanan bir insan bilgisi biçimi” olarak tanımlanır. Örgütsel estetik genellikle örgüt üyelerinin ve ziyaretçilerinin örgütün neyle ilgili olduğunu, temel değerlerinin neler olduğunu ve örgütün ideal çalışan olarak kimi gördüğünü sezgisel olarak algıladıkları duyuşal bir harita olarak sunulur. İşyerini güzelleştirmekten çok daha fazlasıdır. Daha ziyade müşterilere, çalışanlara, yöneticilere ve kurumu ziyaret edenlere yönelik politika ve güç konularıyla derinden iç içedir (Wasserman ve Frenkel, 2010:1).

Örgütsel yaşamın estetik boyutu, örgütsel araştırmaların bir parçası haline gelmiştir ve diğer örgütsel konulardaki çıktıları kıyasla çok mütevazı bir ölçüde de olsa artık örgüt teorisinin bir parçasıdır. Estetiğin örgüt çalışmalarından dışlanmasına ilişkin şikayetlerden ve bu konudaki öncü çalışmalardan günümüze önemli bir literatür oluşmuştur. Literatürde üç farklı yaklaşımla ilişkilendirilmektedir. Bu üç araştırma yaklaşımının ya da tarzının pek çok ortak noktası vardır ancak öncelikle bilgiye estetik bir değer atfetme özelliğini paylaşırlar. Bilgi, belirli bir kurumsal bağlamda havasını ve atmosferini soluyarak, kokularını koklayarak, güzelliğini takdir ederek ve anlatılan hikayelerden keyif alarak toplanır. Üç yaklaşım arasında, örgütleri yalnızca örgütsel yaşamı anlamak için incelenen değil estetiğin takdir edilebileceği bağlamlar olarak görmeleri bakımından küçük farklılıklar da bulunmaktadır. Bu üç yaklaşım (Strati & de Montoux, 2002:755-757):

1. *Arkeolojik yaklaşım*. Araştırmacı, örgütsel kültürlerin kilit yönlerini vurgulayan değerleri ve sembolleri araştırmak için bir arkeolog veya sanat tarihçisi gibi hareket eder. Örgütün ürünleri, üyelerinin çalıştığı alanlar, kullanılan teknolojiler, kurulan sosyal ilişkiler ve bireyi örgüte bağlayan duygular gibi örgütsel eserleri veya bunların parçalarını gözlemler, dinler, tadar, dokunur veya koklarlar. Dolayısıyla araştırmacı, eserlerin veya eser parçalarının onları oluşturan 'medeniyetler' hakkında verdiği bilgileri keşfetmek için algılama yetilerini ve estetik yargılarını harekete geçirir.

2. *Empatik-mantıksal yaklaşım*. Araştırmacı hem empatik bilgi toplamaya hem de mantıksal-analitik anlayışa dayanır. Araştırma, arkeolojik yaklaşımda olduğu gibi örgüt kültürlerinin hem maddi hem de maddi olmayan yönleriyle ilgilenir ve üç aşamadan geçer. İlk aşama, araştırmacının kendisini pasif sezgilere bıraktığı ve örgütsel eserlerin uyandırdığı hisleri sorguladığı ve bunlara isimler verdiği gözlemi içerir. İkinci aşamada, araştırmacı bulgularını duygularından ve yansımalarından yararlanarak yorumlar ve empatik bilgiyi analitik kopuşla dengeler. Üçüncü aşamada, empatik bilgi terk edilir, böylece araştırmacı hala estetik açıdan hassas ve 'anamlı' bir şekilde de olsa mantıksal-analitik titizliği kullanabilir.

3. *Empatik-estetik yaklaşım*. Araştırmacı, araştıracağı konuyu kendi estetik zevkine göre seçer. Örgütsel ortamla bütünleşmek ve örgütsel aktörlerin faaliyetlerini empatik olarak paylaşmak için duysal yetilerini ve estetik yargısını örgütsel ortamda harekete geçirir. Örgütsel bağlamdaki diğer kişileri gözlemleyerek ve dinleyerek, araştırmacı onların deneyimlerinin ortaya çıkmasına izin verir ve topladığı materyalleri yazarken bunları yeniden yaşar ve böylece bunlar araştırma verilerinin tamamen bir parçası haline gelir. Ardından, incelenen örgütsel dinamikleri ve süreçleri tanımlayan ve çağrıştıran bir 'açık metin' yazar. Bu açık metnin kanonları, araştırmacının geliştirilen argümanların mimarisine ilişkin estetik tercihlerini yansıtır.

Örgütsel estetik, doğası gereği etikle, özellikle de iş etiğiyle bağlantılıdır. Estetik teori, işlem maliyetleri, asil-vekil ilişkileri ve mülkiyet haklarını ele alan kurumsal teoriler üzerine inşa edilir. Biçim, stil gibi özden çok değer veren estetik boyut ekler ve böylece mantıksal olarak kurumsal estetiğe yol açar (Raadik ve Kuura, 2024:25).

LİDERLİK

Liderlik, bir bireyler topluluğu tarafından bir dizi paydaşı geçmiş, şimdiki ve gelecek referanslı belirli bir bağlamda istenen bir etkiyle paylaşılan, arzu edilen, geleceğe referanslı bir sonuç getirmeyi amaçlayan ortak bir eylem tarzına ilişkin olarak etkinleştirici ve güçlendirici yollarla harekete geçiren ikna edici etki eylemleri olarak tanımlanabilir. Liderlik bir seçimdir. Bir kişinin bilinçli ve kasıtlı olarak lider olarak hareket etmeye karar vermesi gerekir. Liderliğe talip olmak için bir iradenin var olması gerekir. Liderlik, her ne kadar doğasında varmış gibi görünse de otomatik olarak resmi bir görev ya da unvanla birlikte gelmez. Liderlik, bir kuruluştaki bir dizi kişinin ortak sorumluluğudur. Paydaşlar liderliğin etkileme eylemlerinin baskın odağıdır. Bu, paydaşları tutkulu takipçilere dönüştürme çabasındaki liderlik için geçerlidir. Liderlik sadece elde edilen sonuçlarla

gerçekleştirilen hayal değil aynı zamanda elde edilen sonuçların etkisiyle de değerlendirilir. Liderlik her zaman liderlikle ilgili zorluklar, talepler ve gereksinimlerle birlikte belirli bir bağlama gömülüdür. Liderlik geçmiş, şimdiki zaman ve gelecekle ilgilidir. Liderlik, yalnızca şimdiki zamanda değil bütünleşik bir geçmiş, şimdiki zaman ve gelecek zaman diliminde görülmelidir (Veldsman, 2017:12-13).

Liderlik başkalarını etkileme ile ilgilidir. Liderler kendilerini izleyenleri etkilerler. Liderlerin formal yetkilerle donatılmış olması da gerekmez. Hiçbir yetkiye sahip olmadığı halde bir kişi informal olarak lider özellikleri gösterebilir. Ayrıca lider ile yönetici arasında da fark vardır. Yönetici kurallar içerisinde durumu idare eden kişi iken lider kutunun dışında düşünüp hareket edebilen ve etrefindeki kişileri istedik yönde etkileyen kişidir. Liderlik başlığı altında birçok farklı liderlik çeşidi bulunmaktadır. Bunlardan çoğunluğu izleyenleri pozitif olarak etkilerken başka bazı liderlik türleri negatif olarak etkileyebilmektedir. Estetik liderlik ise literatürde oldukça yeni sayılabilecek, araştırmacılar tarafından son zamanlarda kabul görmeye başlayan ve araştırmacıların ilgisinin giderek arttığı bir başlık olarak önümüze gelmektedir. Önceki bölümlerde estetik, örgütsel estetik başlıklarından sonra estetik liderlik kavramını ele alacağız.

ESTETİK LİDERLİK

Estetik liderlik, örgütsel estetiğin altında yer alan bir çalışma alanıdır. Örgütsel estetik, 1980'lerin ortalarında, o dönemde örgütsel çalışmalara hâkim olan rasyonel paradigmaya karşı çıkan bir çalışma alanı olarak ortaya çıkmıştır. Estetik liderlik, bir liderin rasyonel düşünme biçimlerinin aksine duygularını, içgüdülerini ve bedensel varlığını kullanarak karar verdiği somut olmayan sezgisel yolları kapsamaktadır (Gahlot ve Bathla, 2021:41).

Estetik liderlik, bir liderin duygusal ve duysal farkındalığına ve genel öz farkındalığa katkıda bulunan liderlik niteliklerinin ve eğilimlerinin geliştirilmesine odaklanır. Yönetim alanı vizyoner, eylem odaklı yöneticilerin ve ekonomistlerin faaliyet gösterdiği kar peşinde koştuğu bir alan iken idare alanı geleneklere, düzenlemelere, eşitliğe ve maliyetleri kontrol etmeye önem verenlerin yer aldığı bir alandır. Estetik liderlik, yönetim ve idare arasında bir tampon görevi görür (Kettelle ve Lin, 2019:6-7).

Estetik, liderliğin örgütsel formunu inşa etme, kendisini üyelerine ve dış dünyaya temsil etme biçimidir (Samier vd., 2006:7). Estetik, düşüncelerimiz ve duygularımız arasında bir bağlantı içeren duysal deneyimlerimizden oluşturulan bilgiyle ve bunlar etrafındaki muhakememizin bilişlerimizi nasıl bilgilendirdiğiyle ilgilenir. Estetik bilme, genellikle entelektüel/açık bilme ile karşıtlık içinde olan

bedenlenmiş, zımni bilmeye karşılık gelir. Estetik liderlik, liderlik olgusunun öznel olduğunu varsayar. Deneyimsel olanla ilgilenir ancak gerçekliği öznel bir deneyim, farkındalığımıza, algımıza ve öznel düşüncelerimize dayanan insan yapımı bir yorum olarak görür. Estetik liderlik ilişkisel ve somutlaştırılmış bir bakış açısına sahiptir. Estetik liderlik bilgisi, insanlar arasındaki ilişkilerde etkileşim yoluyla inşa edilir (Hansen vd., 2007:552-553).

Estetik liderlik, estetik vizyonun takipçilerle paylaşılması ve takipçilerin estetik zevk, endişe, duygu, duyarlılık ve eleştiri gibi estetik davranışlar göstermeleri için etkilenmesi sürecidir. Estetik liderlik, liderin takipçilerini etkileme çabası ya da takipçilerde estetik bir anlam oluşturma çabası olarak da tanımlanabilir (Polat ve Öztoprak-Kavak, 2011:52).

Estetik liderlik, 'duygusal farkındalık' sergileyen, empati kurmak ve başkalarıyla olumlu bir şekilde ilişki kurmak için duyguları harekete geçiren; 'duyusal ve somatik dikkat' gösteren, karar vermek için duyuları ve sezgileri kullanan; 'örgütsel güzelliğe ilgi duyan', bir kurum içinde uyumlu bir tutarlılık duygusunu teşvik eden; ve 'ahlaki amacın teşvik edilmesi', adaletsizlik ve yolsuzluğun aksine adalet, mantık ve gerçeği vurgulayan liderler olarak tanımlanabilir (Katz-Buonincontro, 2011:9). Estetik liderler dış görünüşlerinin yanı sıra takipçilerine karşı yüksek düzeyde güven duyarlar, iyi iletişim becerilerine ve iç huzura sahiptirler (Güven ve Polat, 2016:110).

SONUÇ

Örgütsel estetik, örgütlenmenin eserler, fiziksel ortamlar ve maddi uygulamalar gibi maddi bileşenlerine yönelik anlık görme, duyma, tatma, koklama ve dokunma gibi duysal tepkilere dayalı olarak örgütsel yaşamı anlamamanın bir yolu olarak tanımlanabilir. Bu deneyimler ve anlayışlar, bireylerin algısal-duysal kapasitelerine ve bu kapasitelerin kullanılması yoluyla oluşturulan bilgiye dayanmaktadır (Baldessarelli vd., 2022:217).

Kuruluşlar insanlardan ve onların paylaştığı ilişkilerden oluşur. Duygular bu ilişkilerde anlamlı bir yer tutar. Duygular aynı zamanda bu ilişkiler hakkında bilgi üretir. Bu nedenle estetik bir lider, duygunun “hikayesini” anlatan olaylara dikkat eder. Estetik lider takipçileriyle aynı dili paylaşır. Estetik liderler grubu kucaklayan ve yakalayan karşılıklı, uygun ve kapsayıcı bir ritim bulurlar. Estetik lider bölmek ve delege etmek yerine dahil eder ve paylaşır. Estetik liderler kendilerinin ve başkalarının bilincindedirler ve içinde bulundukları ortamın farkındadırlar. Estetik liderler, içinde bulundukları çevresel varlığı kucaklarken aynı zamanda çevredeki her şeye, yani manzaralara, seslere, kokulara ve hatta insanların sözsüz iletişim yoluyla övgü veya eleştirilerini kabul ettikleri ince doğaya dikkat ederler.

Estetik liderler duyguları, hisleri ve sezgisel düşünceleriyle kendilerinin farkındadırlar ve örgütsel çevrelerini dikkatle gözlemlemeye devam ederler. Özgün olmak, kendini konu, zaman, hedef kitle ve niyet ile yapılandırmaya karşılık gelir (Gahlot ve Bathla, 2021:43).

Örgütlerdeki takipçilerin liderlerin estetik iletişim becerileri sayesinde hiyerarşiden uzak ortama uyum sağladıkları da ifade edilebilir (Güven ve Polat, 2016:111). Estetik liderlik ustalık, amaç ve özgünlüğe atıfta bulunur (Zhang vd., 2011:477). Estetik liderlik zengin yöneticiler için bir lüks olmayıp insan ihtiyaç ve arzularına hitap eden dinamik bir ekonomiye sahip olmak için mutlak bir gerekliliktir (Guillet de Monthoux vd. 2007:251; akt., Bouilloud ve Deslandes, 2015:1098).

Kültürümüzün çok önemli bir parçası olan estetiğin zaman içerisinde gözden kaçırıldığını üzülerken görmekteyiz. İnsanların, örgütlerin ve toplumların estetik kaygılarının olması gerekir. Estetik insanların, örgütlerin ve toplumun kendilerine ve çevrelerine karşı daha duyarlı davranmalarına etki edebilecek bir terimdir. Estetik örgütler oluşturmak günümüzde organizasyonlar için önemlidir. Önceki bölümlerde de belirtildiği gibi ofis dekorlarından insan davranışlarına kadar birçok organizasyonel yapıyı etkilemektedir. Estetik değerlere sahip organizasyonlar rakiplerine göre avantaj elde edebilmektedir. Ulusal literatürde örgütsel estetik konusunda çok az sayıda çalışma bulunduğu görülmektedir. Bu çalışmanın ulusal literatürde görülen bu eksikliğin tamamlanmasına az da olsa katkı sağlanmasını beklemekteyiz.

Estetik liderlik ise son yıllarda araştırmacıların ilgisini çeken ve üzerinde daha fazla araştırmanın yapıldığı gözlemlenen bir başka başlık durumundadır. Ulusal literatürde ve hatta uluslararası literatürde yeterli ilgiyi halen görmediği de ifade edilebilir. Estetik liderlikle ilgili olarak ta ulusal literatürde önemli bir açık bulunduğu çok nettir. Bu çalışmanın estetik liderlik literatürüne bir nebze de olsa katkı sağlamasını beklemekteyiz. Ulusal düzeyde araştırmacıların başka liderlik başlıklarında olduğu gibi estetik liderlik ile ilgili de çalışma yapabileceklerini, bu araştırmaların liderlik literatürünü genişleteceğini, uygulamacılara ve işletmelere de katkı sağlayabileceğini değerlendirmekteyiz.

Sonuç olarak; estetik değerlere sahip örgütler oluşturmak ve estetik liderlik yapısına sahip liderler yetiştirmek işletmelere, çalışanlara ve topluma katlı sağlayabilecektir.

KAYNAKÇA

- Baldessarelli, G., Stigliani, I., & Elsbach, K. D. (2022). The aesthetic dimension of organizing: A review and research agenda. *Academy of Management Annals*, 16(1), 217-257.
- Bouilloud, J. P., & Deslandes, G. (2015). The aesthetics of leadership: Beau Geste as critical behaviour. *Organization Studies*, 36(8), 1095-1114.
- Filiz, M., & Güngör, S. (2023). Estetik Liderlik Ölçeğinin Sağlık Çalışanları İçin Uyarlanması. *Gümüşhane Üniversitesi Sağlık Bilimleri Dergisi*, 12(1), 32-45.
- Gahlot, S., & Bathla, A. (2021). Aesthetic Leadership: A Review. *FOCUS*, 23(4), 39-49.
- Guillet de Monthoux, P., Gustafsson, C., & Sjöstrand, S. (2007). *Aesthetic leadership*. London: Palgrave Macmillan.
- Güven, E., & Polat, S. (2016). Aesthetic Leadership Perceptions of High School Students Regarding Their Teachers. *Journal of Education and Training Studies*, 4(11), 109-118.
- Hansen, H., Ropo, A., & Sauer, E. (2007). Aesthetic leadership. *The Leadership Quarterly*, 18(6), 544-560.
- Katz-Buonincontro, J. (2011). How Might Aesthetic Knowing Relate to Leadership? A Review of the Literature. *International Journal of Education & the Arts*, 12(3), 1-18.
- Ketelle, D., & Lin, B. (2019). Aesthetic leadership and school leadership preparation: Cultivating aesthetic awareness through an arts-based leadership development curriculum. *AASA Journal of Scholarship & Practice*, 16(2), 6-18.
- Polat, S., & Öztoprak-Kavak, Z. (2011). Aesthetic leadership (AL): Development and implementation of aesthetic leadership scale (ALS) of the school directors. *Educational Research and Reviews*, 6(1), 50-61.
- Raadik, K., & Kuura, A. (2024). Organisational aesthetics in temporary project organisations: a systematic literature review. *Management Review Quarterly*, 1-40.
- Ropo, A., De Paoli, D., & Bathurst, R. (2017). Aesthetic leadership in the arts. In *Handbook of research on leadership and creativity* (pp. 445-457). Edward Elgar Publishing.
- Samier, E. A., Bates, R. J., & Stanley, A. (2006). Foundations and history of the social aesthetic. In *The aesthetic dimensions of educational administration & leadership* (pp. 3-18). Routledge.
- Strati, A., & deMontoux, P. G. (2002). Introduction: organizing aesthetics. *Human Relations*, 55(7), 755-766.
- Strati, A. (2010). Aesthetic understanding of work and organizational life: Approaches and research developments. *Sociology Compass*, 4(10), 880-893.

- Taylor, S. S., & Hansen, H. (2005). Finding form: Looking at the field of organizational aesthetics. *Journal of Management studies*, 42(6), 1211-1231.
- Veldsman T.H. (2017). The leadership landscape as meta-framework. (ed.: Veldsman V. Theo, and Johnson Andrew). *İçinde Understanding Leadership : Perspectives from the Front Line*. KR Publishing.
- Wasserman, V., & Frenkel, M. (2011). Organizational aesthetics: Caught between identity regulation and culture jamming. *Organization Science*, 22(2), 503-521.
- Weggeman, M., Lammers, I., & Akkermans, H. (2007). Aesthetics from a design perspective. *Journal of Organizational Change Management*, 20(3), 346-358.
- Zhang, H., Cone, M. H., Everett, A. M., & Elkin, G. (2011). Aesthetic leadership in Chinese business: A philosophical perspective. *Journal of Business Ethics*, 101, 475-491.



BÖLÜM 24

Türkiye’de Dolarizasyon Histerisinin Geçerliliği Üzerine Bir Araştırma*

Soner Balçıklı¹ & Gökhan Özkul²

* Bu çalışma 7-9 Mart 2024 tarihinde FSCONGRESS 2024’de sunulan ve tam metni bildiriler kitabında yayınlanmayan “Türkiye’de Dolarizasyon Histerisinin Geçerliliği Üzerine Bir Araştırma” başlıklı bildiriden hazırlanmıştır.

¹ Süleyman Demirel Üniversitesi, ORCID: 0000-0003-2435-0593

² Doç. Dr., Süleyman Demirel Üniversitesi, ORCID: 0000-0001-7545-8292

1. GİRİŞ

Dolarizasyon genellikle gelişmekte olan ekonomilerde görülen bir husustur. Ekonomik istikrarsızlıkların olduğu, yüksek enflasyona maruz kalan, makro ekonomik verilerde dalgalanma yaşanan ekonomilerde kişilerin yerel paraya olan güvenlerinin azalması, alternatif yabancı para tutma ve kullanma alışkanlıklarını artırmakta ve dolarizasyona neden olmaktadır. Yerel para yerine ülkede yabancı para tercih edenlerin sayısı arttıkça dolarizasyonun ekonomi üzerine etkisi de ağırlaşmaktadır.

Dolarizasyonun ekonomide yaşanan düzelmeler sonrası gerilemesi beklenmektedir. Fakat başta yüksek enflasyon olmak üzere makro iktisadi istikrarsızlıkların süreklilik arz etmesi durumlarında dolarizasyon olgusu da kalıcı hale gelmektedir. İnsanların geçmişte yaşadığı istikrarsızlık tecrübeleri gelecekte de benzer durumların görülebileceği beklentisi oluşturmaktadır. Bu beklenti ile kişiler ellerindeki yabancı paraları tutmaya devam etmekte, hatta bazı durumlarda da artırmaktadır. Dolarizasyon histerisi olarak adlandırılan bu durum yerel paranın kullanımının ve değerinin düşmesine neden olmaktadır.

1980'lerdeki finansal serbestleşme hareketleri ve sonrasında uygulanan yanlış ekonomi politikaları, kronikleşen bir enflasyona neden olarak Türkiye ekonomisinde de dolarizasyon olgusunu öne çıkarmıştır. Bu çerçevede çalışmada 2005/12-2023/12 dönemi aylık verileri yardımıyla dolarizasyon ile enflasyon arasındaki ilişkiye bakılarak Türkiye'de dolarizasyon histerisi olup olmadığı araştırılmıştır. Çalışmada dolarizasyon olarak mevduat dolarizasyonu ve kredi dolarizasyonu kullanılmıştır. Enflasyon olarak ise TÜFE oranı kullanılmıştır. Çalışmada değişkenler arasındaki ilişkiye VEC Granger nedensellik testi ile bakılmıştır.

Çalışmada Türkiye'de dolarizasyon histerisini incelemek için ilk olarak dolarizasyon kavramı ve teorik çerçevesi irdelenmiştir. Ardından dolarizasyon histerisi ve nedenleri teorik çerçevede ele alınmıştır. Daha sonra dolarizasyon histerisine ilişkin literatürde öne çıkan çalışmalar incelenmiştir. Ardından Türkiye'de dolarizasyon histerisi olup olmadığını araştırmak için uygulama aşamasına geçilmiştir. Son olarak ise elde edilen bulgular sonuç bölümünde tartışılarak çalışma sona ermiştir.

2. DOLARİZASYON KAVRAMI VE TEORİK ÇERÇEVESİ

Yüksek enflasyon koşullarında kişiler, ellerindeki yerel paranın değerini kaybetmesi etkisinden korunmak için yerel paradan kaçınmakta, yabancı parayı tercih etmektedir. Yüksek enflasyon ortamında yerel paranın reel değerinin her gün

düşmesi kişileri, ellerinde reel para tutmasının maliyetinin yüksek olduğu düşüncesine sevk etmektedir. Yerel paradan kaçınma ekonomide nakit ikamesine yol açmaktadır. Yabancı paranın ülkede para ikamesine doğru giden süreci yabancı paranın değer koruma amacıyla tutulması ile başlayıp büyük tutarlı alım-satımlarda yabancı paranın kullanılması ile devam edip yabancı paranın, yerel paranın yerini alması ile en yüksek düzeye çıkmaktadır. Kişiler bu süreç içerisinde istikrarlı para arayışına girmekte bu durum dolarizasyona yol açmaktadır (Çiçek, 1996: 5).

2.1. Dolarizasyon Kavramı ve Kapsamı

Dolarizasyon, yerel paranın temel para işlevlerini yerine getirmek için yabancı bir para ile değiştirilme süreci olarak kabul edilmektedir (Çatalçam, 2022: 42). Dolarizasyon kavramı ilk olarak Latin Amerika ülkelerinde Amerikan Doları'na olan talebi göstermek amacıyla kullanılmıştır. 1970-1980 yılları arasında ise dolarizasyon ile para ikamesi aynı anlamlarda kullanılmıştır. 1990'lı yıllarda ise dolarizasyon kavramı için bir ülkenin Amerikan Doları'nı yasal para birimi olarak görmesi durumu tanımlaması yapılmıştır (Akkaya, 2023: 617). Sonraki yıllarda dolarizasyon sadece ABD Doları için değil ulusal paranın yerini alan tüm para birimleri için geçerli bir kavram olmuştur (Vakıfbank, 2015: 1).

Dolarizasyona geçiş sürecinde, yüksek enflasyon yaşayan ülkelerdeki ekonomik birimler, yerel para biriminin değerinin hızla erozyona uğraması sonucu yabancı parayı, paranın kullanım amacının tamamında veya bir kısmında yerel para ile değiştirmektedir (Freitas, 2004: 133). Genellikle hiperenflasyon veya sürekli yüksek enflasyon koşullarında ortaya çıkan dolarizasyon sürecinde, yerel paranın kullanım maliyeti yükselmekte ve bu yükseliş halkı alternatif ikame arayışlarına sürüklemektedir. Alternatif arayışında olan halkın çoğunluğu yerel para yerine dünya genelinde kullanımı yüksek olan yabancı para kullanmaya başlamaktadır (Çatalçam, 2022: 43).

Dolarizasyon, aktif ikamesi ve para ikamesi şeklinde gerçekleşebilmektedir. Aktif ikamesinde tasarruflar yerli para yerine yabancı para olarak tutulmaktadır. Yüksek enflasyon, döviz kurunun belirsizliği gibi nedenler ile yerel para biriminin saklama fonksiyonunu yerine getirememesi sonucu kişiler servet ve birikimlerini korumak adına riskli olarak görülen yerel para yerine saklama aracı olarak yabancı parayı tercih etmektedir (Erkan, 2021: 398).

Ülkede yabancı paranın saklama dışında değişim ve hesap birimi haline gelmesi durumu ise dolarizasyonun ikinci evresini oluşturmaktadır (Erkan, 2021: 398). Bu evrede yabancı para alışverişlerde de kullanılmakta olup ileri aşamalarında kira, ücret ve mal fiyatları da yabancı paraya bağlanmaktadır (Vakıfbank,

2015: 1). Bu süreçte yabancı para yerel paranın varlık saklama fonksiyonunu, muhasebe kayıt birimi ve değişim aracı fonksiyonunu yavaş yavaş ele geçirmektedir. Yüksek tutarlı ticaret işlemlerinde kullanılmaya başlayan yabancı paranın ticaret işlemlerinde payı gitgide artmaktadır (Çağlar, 1996: 4).

Para ikamesi sadece, yerli paranın yanında bir yabancı paranın da ödeme aracı olarak kullanıldığı doğrudan para ikamesi şeklinde olmamakta, yatırımcıların yerli finansal araçlar yerine yabancı finansal araçlara yatırım yaparak dolaylı para ikamesi şeklinde de gerçekleşebilmektedir (Yılmaz ve Uysal, 2019: 288). Para ikamesinden söz edilebilmesi için kişilerin tuttuğu yabancı paranın miktarı, ekonomi değişkenlerine göre değişmesi gerekmektedir. İkame esnekliğinin yani faiz oranları farkının yüzdesel değişikliğinin elde tutulan para miktarının yüzdesel değişikliğe oranı pozitif olduğunda para ikamesinden söz edilebilmektedir (Çağlar, 1996: 4).

Dünya Bankası'na göre güçlü dolarizasyondan bahsedebilmek için bir ülkedeki yabancı para fonların toplam fonlara oranı minimum %20 seviyesinde olması gerekmektedir (Önen ve Meral, 2022: 78).

2.2. Dolarizasyon Türleri

Dolarizasyon, yabancı paranın ekonomide hangi oranlarda yer aldığına göre tam (resmi) dolarizasyon – kısmi (gayri resmi) dolarizasyon şeklinde, yabancı paranın varlık tutma veya borçlanma aracı olarak kullanılmasına göre varlık dolarizasyonu – yükümlülük dolarizasyonu şeklinde kategorize edilmektedir.

Tam dolarizasyon, iç finansal sistemde önemli bir yer tutan ve ekonomik birimler tarafından güvenilen bir yabancı paranın yasal ödeme aracı olarak ilan edildiği durumu ifade etmektedir. Tam dolarizasyonu yasal olarak kabul eden ülkeler, ulusal para birimlerini terk etmiş olup para politikasını belirleme yetkilerini bırakmışlardır (Mavruk, 2023: 160). Ülkede yerel para biriminin kullanımının bırakılıp resmi para birimi olarak yabancı para birimi kullanıldığı ülkelere örnek olarak Panama ve Ekvador gösterilmektedir (Zeybek, 2015: 2).

Kısmi dolarizasyon durumunda ise ülkede iki para birimi, yerel para birimi ve genellikle Amerikan Doları veya Euro gibi daha güçlü ve köklü bir para birimi, kullanılmaktadır. Kısmi dolarizasyon ekonomilerde genellikle kalıcı olmaktadır (Akkaya, 2023: 614). Kısmi dolarizasyon çoğunlukla Türkiye gibi gelişmekte olan ülkelere görülmektedir. Kısmi dolarizasyonda

ekonomik birimler enflasyon karşısında varlık değerlerini korumak amacıyla yerel para birimine bağlı finansal varlık yerine yabancı para birimine bağlı finansal varlıkları tercih etmektedir (Zeybek, 2015: 2). Kısmi dolarizasyon görülen ülkelerde para ikamesi, varlık ikamesi, yükümlülük dolarizasyonu ve finansal dolarizasyon durumları söz konusu olmaktadır (Sarı, 2007: 4).

Finansal dolarizasyon, varlık dolarizasyonu ve yükümlülük dolarizasyonunun birleşimini ifade etmektedir. Finansal dolarizasyon, ekonomik birimlerin bilançolarındaki varlık ve yükümlülüklerin yüksek düzeyde dolar olarak yer alması durumunda ortaya çıkmaktadır. Ekonomik birimlerin tasarruflarını ve varlıklarını enflasyona karşı korumak amacıyla yabancı para biriminde varlık oluşturmaları (varlık dolarizasyonu) ve diğer taraftan piyasanın ve kurumların yabancı para birimi borçlanması (yükümlülük dolarizasyonu) nedeniyle finansal dolarizasyon gerçekleşmektedir (Mavruk, 2023: 162).

Genel anlamda, yerli yatırımcılar yüksek enflasyon, volatil döviz kuru ve ekonomik istikrarsızlık durumlarında portföy çeşitlendirme aracı olarak dolarizasyonu tercih etmektedir. Yüksek enflasyona maruz kalan bir ülkede bireyler, portföylerini ve satın alma güçlerini korumak için alternatiflere yönelirler, bu durum dolarizasyonun yaygınlaşmasına neden olmaktadır (Çatalçam, 2022: 42). Kişilerin servetlerinin değerlerini koruma amaçlı yabancı paraya yönelmeleri şeklinde gerçekleşmekte olan varlık dolarizasyonu kronik yüksek enflasyona sahip ekonomilerde görülmektedir (Vakıfbank, 2015: 1).

Varlık dolarizasyonunun temelinde, yabancı paradan elde edilmesi beklenen faiz ve yerel paranın satın alma gücündeki azalma öngörülleri dikkate alınarak beklenen getiri oranı bulunmaktadır. Enflasyon ortamında döviz kurlarının yükselmesi durumunda tasarruf sahiplerinin bekledikleri reel getiriye elde edememesi halinde varlık dolarizasyonu ivme kazanacaktır (Mavruk, 2023: 161).

Finans sektörünün, firmaların ve kurumların yabancı para biriminde yükümlülüğe sahip olması durumu olan yükümlülük dolarizasyonu pozisyonu bulunan ekonomik aktörlerin yeterli yabancı para birimi varlıklara sahip olmaması durumunda kur dalgalanmalarına karşı duyarlılıkları artacaktır. Yükümlülük dolarizasyonu, yüksek cari açıkları ve yabancı borçlanmayı yatırım finansmanı olarak kullanan gelişmekte olan ülkelerde görülen bir dolarizasyon türü olarak kabul edilmektedir (Mavruk, 2023: 161).

2.3. Dolarizasyonu Etkileyen Faktörler

Dolarizasyonun temel nedeni, para politikasına olan güven eksikliğidir. Merkez bankalarının etkisiz ve başarısız politikaları, belirsiz ve yüksek enflasyon oranlarına neden olmaktadır. Parasal politikada, yerel paranın değerini uluslararası işlemlerde korumayı destekleyen temel araç olarak faiz görülmektedir. Diğer taraftan, enflasyon, gerçek ve tüzel kişilerin portföylerini oluştururken ve yatırım yaparken dikkate aldığı bir diğer faktördür. Herkes varlıklarının enflasyonun üzerinde değer kazanmasını ve gerçek getiri üretmesini rasyonel bir birey olarak beklemektedir. Yüksek döviz kuru volatilitesine, istikrarsız para ve mali politikalara sahip kırılgan ekonomilerde, insanların varlık biriktirmesi ve daha öngörülebilir bir geleceğe ulaşması için daha güçlü bir ekonomiye sahip bir para birimi ile borç ilişkilerine girmesi kaçınılmaz hale gelmektedir (Mavruk, 2023: 156).

Literatürde dolarizasyonun oluşmasında etkili ana faktör olarak enflasyon görülmektedir. Bunun dışında döviz kuru hareketleri, reel GSYH, para arzı gibi diğer makroekonomik faktörler de dolarizasyonda etkili olabileceği ifade edilmektedir (Yılmaz ve Uysal, 2019: 287). İçsel dinamiklere bağlı olan dolarizasyonun nedenleri arasında yukarıda bahsedilen etmenler dışında yerel ve yabancı para birimi faiz marjlarının, siyasi olayların, ithalat ve ihracat büyüklüklerinin, CDS primlerin de etkili olduğu düşünülmektedir (Mavruk, 2023: 156).

Enflasyon, ülkede ekonomiye duyulan güveni olumsuz etkileyen bir faktör olup dolarizasyonun oluşmasının en önemli sebeplerden birisidir. Sürekli ve oynaklığı yüksek enflasyon kişilerin güvenli olarak gördükleri yabancı paraya yönelmesine neden olmaktadır. Enflasyon ortamında hane halkları alım güçlerini korumak için döviz tutmayı tercih etmektedir (Aydınlık, 2020: 9). Enflasyon ile dolarizasyon arasındaki ilişki karşılıklı olup bu ilişkinin tespiti amacıyla Uluslararası Para Fonu Kurulu tarafından hazırlanan raporda yüksek dolarizasyona sahip ülkelerin düşük dolarizasyona sahip ülkelere göre ortalama enflasyon seviyesinin daha yüksek ve dalgalı olduğu belirtilmektedir (Sarı, 2007: 19).

Yüksek enflasyon yaşayan ekonomilerde kişiler tasarruflarını yabancı para olarak tutmaya yönelirken bu durum dolarizasyon seviyesinin artmasına neden olmakta, dolarizasyondaki artış ise bir müddet sonra enflasyon artışına dönüşmektedir. Yabancı para tasarrufu bulunan halkın gelirinin devalüasyon ile artması fiyatlara yansımaktadır. Dolarizasyon nedeniyle oluşacak enflasyon seviyesini kişilerin elindeki yabancı paranın büyüklüğü belirlemektedir. Kişilerin varlıklarının küçük bir kısmının yabancı parada olması durumunda dolarizasyonun enflasyona geçişi daha sınırlı olacaktır. Büyük olması durumunda ise geçişkenlik daha yüksek olacaktır (Vakıfbank, 2015: 2).

Döviz kuru değışikliklerinin fiyatlara yansması finans sektörü ile reel sektör arasında bir bağ oluşmasına neden olmakta, bu durum ülkede derinlemesine yerleşen dolarizasyonun tersine çevrilmesini zorlaştırmaktadır. Yerel para birimine bağlı enflasyon dalgalanmasının yabancı para birimi enflasyon dalgalanmasına göre aşırı fazla olduğu durumlarda histeri belirtileri görülmeye başlanmakta ve bu durum geri dönülemez hale gelmektedir (Albarzinji, 2011: 24).

Bazı ekonomilerde enflasyon ile mücadele için enflasyon hedefleme politikası izlenmektedir. Bu politikayı uygulayan ekonomilerde dolarizasyon oranının yüksek olması kur dalgalanmalarında enflasyon oranının yükselmesine yol açabilmektedir (Sarı, 2007: 10). Bunun nedeni enflasyon hedeflemesi karşılığında kurun serbest bırakılması neticesinde dolarizasyonun iki yönlü etkilenmesidir. Enflasyon hedeflemesi politikası dolarizasyonun düşüşünü sağlayabilecekken, kurun dalgalanması tam tersi etki göstererek dolarizasyonun artışına neden olabilecektir (Zeybek, 2015: 32).

Enflasyonun dolarizasyon üzerine etkisi sadece fiyat artışı ile değil reel getiri ile de olmaktadır. Yerel paranın getirisi ile yabancı paranın getirisi, enflasyon, kur verileri bağlamında karşılaştırılmakta, yabancı paranın risk-getiri pozisyonu yerel paranın risk-getiri durumundan daha iyi konumda olması durumunda yabancı para tercih edilmekte bu durum dolarizasyon artışına neden olmaktadır (Aydınlık, 2020: 9).

Dolarizasyonun oluşumu enflasyon dışında reel döviz kuruna da bağlıdır. Enflasyon hedeflemesi ile serbest bırakılan döviz kuru, dolarizasyonun düşmesini sağlayacaktır. Bununla birlikte ithalat bağımlılığı yüksek olan ekonomilerde kur artışı enflasyon artışına neden olmakta hem enflasyon hem de yerel paranın değerinin düşmesi ise dolarizasyonun artırması ile sonuçlanmaktadır (Vakıfbank, 2015: 2).

Dolarizasyon döviz kurunun bir fonksiyonu olup ulusal paranın değer kaybı ile artmaktadır. Yerel paranın değer kaybı devam ettiği sürece dolarizasyon artışı da devam edecektir. Dolarizasyon artışı arz-talep dengesi nedeniyle döviz kurunu artıracığından döviz kuru ile dolarizasyon arasında karşılıklı etkileşim bulunduğu iletilmektedir (Sarı, 2007: 24).

Döviz kuru istikrarına odaklanan ekonomilerde dolarizasyonun azaltılması genellikle mümkün olmamakta ve bu politikayı izleyen ekonomilerde genellikle dolarizasyonun sürekliliği oluşmaktadır (Sarı, 2007: 11). Sabit kur rejiminde de benzer husus söz konusudur. Sabit kur rejimini benimseyen ülkelerde, kişilerin kur riskini bertaraf etmek için dövizle yönedikleriyle ilgili literatürde çeşitli ça-

İşmlar bulunmaktadır. Bu çalışmalara göre dalgalı kur politikası uygulayan ekonomilerde dolarizasyon, sabit kur rejimine sahip ekonomilere göre daha düşük olduğu belirtilmektedir (Aydınlık, 2020: 14).

Ekonomik ve politik istikrar da dolarizasyonu etkileyen önemli unsurlardandır. Yapılan bazı çalışmalarda zayıf kurumsal yapıya sahip ekonomilerde dolarizasyonun yükseldiği ortaya konmuştur. Kurumsal yapıyı güçlendiren faktörler politik istikrar, adaletin sağlanması, kanunların gücünün uygulanması, usulsüzlüklerin engellenmesi gibi güvenilirlik ile ilgili konulardır (Sarı, 2007: 12).

Ekonominin dışa açıklık seviyesi de dolarizasyonu etkileyen faktörlerdendir. Ülkenin ekonomik dışa açıklığının yüksek olması uluslararası pazarlarda kabul edilen döviz cinsi ile ticareti zorunlu kılmaktadır. Cari işlemler açığının önemli bir kalemi olan ithalattaki artış, ithalat ile bağlantılı şirket ve kişilerin döviz tutmasına neden olmakta, bu durum dolarizasyon artışını tetiklemektedir (Aydınlık, 2020: 13).

Ülkelerin, firmaların veya bireylerin uluslararası piyasalardan yerel para biriminde borçlanamaması veya yerel para birimi ile borçlanılsa bile faizin, vadesinin uygun olmaması nedeniyle dövizle borçlanmanın tercih edilmesi kredi dolarizasyonunu artırmaktadır. Yabancı para ile borçlanmanın artışı ülkede kırılganlığın artmasına ve reel kurda kayba neden olacaktır. Dış borç çevirme ile ilgili olumsuzluk olması durumuna karşı ekonomik birimler döviz stoku tutacak bu durum dolarizasyonu artıracaktır (Aydınlık, 2020: 11).

Belirli bir büyüklüğe ulaşan şirketler ile ihracat ağırlıklı çalışan şirketler maliyet avantajı sağlamak için döviz bazlı borçlanmayı tercih etmektedir. Ayrıca döviz ile gelir elde eden şirketler de riske girmemek için yine yabancı para cinsinden borçlanmaktadır. Bunun yanında varlıklarının değerini korumak amacıyla yatırımlarını döviz bazlı yapan kişilerin bankalarda tuttuğu yabancı para mevduatlar karşılığında bankalar kur riskine girmemek amacıyla döviz cinsi kredi vermek isteyecektir. Tüm bu tercihler dolarizasyonda artışa sebep olacaktır (Aydınlık, 2020: 12).

Ulusal paranın riskinin artması da yabancı paraya olan talebi artıran diğer bir unsurdur. İkame esnekliği, nominal faiz oranları, hükümetlerin geçmiş ekonomik performansları diğer dolarizasyonu etkileyen etmenlerdendir (Erkan, 2021: 398).

3. DOLARİZASYON HİSTERİSİ VE NEDENLERİ

Para talebi teorilerine göre işlem ve ihtiyaç amaçlı para talebi gelir ve fiyatlar ile duyarlılık sergilemekte iken spekülasyon amaçlı para talebi faiz oranı ile ters orantılı olarak değişmektedir. Bu durum sadece yerel paranın kullandığı şartlarda söz konusu olup ülkede yabancı para serbestliğinin bulunması durumunda ise

farklı dinamikler öne çıkmaktadır. Enflasyonda düzensizlik olan ve yerel para biriminin riskli görüldüğü ülkelerdeki enflasyon artışı, yabancı para birimine olan talebi artırmaktadır. Bu gibi ekonomik değişkenliklerin olduğu ülkelerde enflasyon oranının düşmesi yabancı para talebini düşürmemektedir (Erkan, 2021: 399).

Ekonomik istikrarsızlığın söz konusu olduğu ekonomilerde yabancı para talebinin devamlılığı yani dolarizasyon histerisi görülmektedir. Dolarizasyon histerisi, döviz kurlarının artması veya enflasyonun yükselmesiyle birlikte dolarizasyonun artması, ancak bu değişkenlerin daha sonra düşmesiyle bir düşüşün gözlenmemesi durumunu ifade eden bir kavramdır. Dolarize bir ekonomide yerel para birimi değer kaybettiğinde yabancı para talebi artmakta, ancak yerel para birimi değer kazandığında yabancı para talebi daha az bir oranda düşmekte veya hiç düşmemektedir (Oomes, 2003: 8).

Literatürdeki geleneksel bakış açısına göre para ikamesi ile enflasyonun aynı yönde hareket etmesi gerekmektedir. Fakat dolarizasyon histerisi bu durum ile çelişmektedir. Başarılı ekonomi politikalarına sahip özellikle gelişmekte olan ülkelerde istikrarın olduğu dönemlerde bile dolarizasyon seviyesi düşmemektedir (Araç vd., 2013: 2).

Dolarizasyon yaşanan ülkelerde yabancı para talebi dalgalanmaların ötesinde kalıcı bir şekil alabilmektedir. Bu duruma örnek olarak Arjantin’de 1990’ların başlarındaki düşük enflasyona rağmen dolarizasyon seviyesi önemli bir oranda devam etmiştir. Bolivya’da başarılı reformlardan sonra dolarizasyon düzeyi azalması beklenirken artmıştır. Kırgızistan Cumhuriyeti’nde dış döviz akışlarına ilişkin günlük verilerde, dolarizasyon histerisinin devam ettiği görülmüştür. Eski Sovyetler Birliği ülkelerinde döviz kurlarının ve fiyatların 1990’ların ortalarında istikrara kavuşmasına rağmen, ülke yüksek dolarizasyona maruz kalmıştır (Oomes, 2003: 8).

Dolarizasyon histerisi görülmesi, uygulanan ekonomik politikalara, ülkelere göre değişmekte olup başarılı istikrar planlarının uygulandığı örneğin Doğu Avrupa ekonomilerinin bazılarında dolarizasyon seviyesi önemli ölçüde azaltılabilmektedir (Freitas, 2004: 133).

Dolarizasyon histerisi yaşanan ülkelerde düşük enflasyon oranları, yüksek yurtiçi varlık reel getiri oranları durumlarında bile yabancı paraya olan talep düşmemektedir. Geçmiş dönemlerde yaşanan istikrarsız enflasyon ve kur hareketleri bu istikrarsızlığın sona ermesi, düzelmesi durumlarında bile kişilerin yerel paraya olan güvensizliğinin devam etmesine yol açabilmektedir. Dolarizasyon histerisinde biriktirdikleri yabancı para mevduatlarını tutmaya alışan tasarruf sahipleri, kısa ve orta vadeli olarak portföylerini değiştirmemekte ve yabancı para mevduatı

tutma nedenlerinin ortadan kalkması halinde bile beklentilerini değiştirmemektedir (Mavruk, 2023, s.162).

Ülkede yaşayanların döviz kurlarında dalgalanmanın devam edeceği beklentisi dolarizasyonun yükselmesine neden olmaktadır. Uygulanacak politikalar ile enflasyon düşüşünün sağlanması yanında halka ekonomik istikrarın devam edeceği güveni oluşturması gerekmektedir. Aksi durumda dolarizasyon histerisi kalıcı hale gelecektir (Aydınlık, 2020: 10).

3.1. Dolarizasyon Histerisinin Nedenleri

Dolarizasyon ve enflasyon oranları arasında pozitif bir ilişki olduğu belirtilen geleneksel literatüre aykırı bir şekilde, gelişen piyasalarda enflasyonun düşmesine rağmen dolarizasyonun da devam ettiği görölmüştür (Yılmaz ve Uysal, 2019: 288). Bu durum dolarizasyonun düşen enflasyon veya döviz kuru karşısında bile neden devam ettiği sorusunu gündeme getirmiştir. Bu histeri durumunu açıklamak için çeşitli teoriler ortaya atılmıştır (Oomes, 2003: 9).

Dolarizasyonun yayılması ve kalıcılığına dair yapılan çalışmalarda enflasyon gibi çeşitli makroekonomik faktörlere ve davranışsal faktörlere odaklanılmıştır. Kişilerin yeni bir para birimiyle işlem yapmayı öğrenmeleri ve bu para birimini bankacılık işlemlerinde kullanmaları, dolarizasyonun devam etmesinde etkili olduğu bulunulmuştur. Geçmişte yaşanan enflasyon oranlarının yüksek olması, kişilerin gelecekte beklediği enflasyonu artırmaktadır. Geçmiş enflasyon ve gelecekte beklenen enflasyon oranları arasındaki ilişki dolarizasyonun sürekliliğine sebep olmaktadır. Geçmiş enflasyon oranı ne kadar büyük olursa, dolarizasyonun devam etme olasılığı o kadar yüksek olmaktadır (Albarzinji, 2011: 34).

Bazı ölkelerde görölen dolarizasyonun yüksek seviyelerde kalıcılığını açıklamak için yapılan yeni çalışmalarda, geçmiş ekonomik krizler ve dolar kullanımının ağ etkisi, birer faktör olarak ele alınmıştır (Telleria, 2006: 20). Ayrıca dolarizasyon histerisinin nedenleri arasında talep tarafındaki satın alma gücü düşme riski ve arz tarafındaki yabancı para arzındaki değişimler gösterilmektedir (Lee, 2022: 296).

Genel olarak dolarizasyon histerisini açıklamaya çalışan teorilerde geçmişin etkisi, beklentiler, maliyetler, ağ dışsallığı gibi faktörler yer almaktadır (Erkan, 2021: 399). Dolarizasyon histerisine açıklamaya çalışan bu teoriler aşağıda alt başlıklarda ele alınmıştır. Bu teoriler ayrı başlıklarda yer almakla birlikte kendi aralarında da ilintili konulardır. Bu teoriler dolarizasyon histerisinin arkasındaki

olası mekanizmaları açıklamaya çalışmaktadır. Hangi mekanizmanın baskın olduğu, ülkenin kendine özgü ekonomik ve finansal yapısına ve geçmiş tecrübelerine bağlı olarak değişebilmektedir (Oomes, 2003: 9).

3.1.1. Geçmişin Etkisi

Geçmişin etkisi, ekonominin kötü yönetimi sebebiyle daha önce yaşanan yüksek enflasyon ve para-f finansal krizlerin kişilerin hafızalarında kalmaya devam etmesi durumudur. Kişilerin, yerel para birimi ile ilgili düşünceleri ve gelecekte finansal istikrarın sürdürülebilirliği hakkındaki kötümser beklentileri geçmişin etkisi sebebiyle oluşmaktadır. Kötümser beklenti içerisinde olan firmalar ve bireyler, yerel para birimini etkileyebilecek olumsuz sonuçlardan kaçınmak için daha güçlü bir yabancı para kullanımını tercih etmektedir (Telleria, 2006: 20).

Yapılan çalışmalarda para ikamesini belirleyen etmenler arasında karşılaştırılmalı nominal faiz oranları gösterilmektedir. Bu görüşe göre enflasyonun nominal faiz oranını etkilediği, bu sebeple enflasyon artışının yabancı para talep artışına neden olduğu iletilmektedir. Fakat enflasyonun düşmesine karşın dolarizasyonun düşmemesi, yabancı para talebinin enflasyon oranının bugünkü değerinin değil geçmişteki değerinin bir fonksiyonu olduğu yorumlarına yerini bırakmıştır (Zeybek, 2015: 28).

Döviz kurunu etkileyen bir enflasyon artışı, beklenen enflasyonu dolayısıyla para ikamesini yükseltmektedir. Tam tersi durumda ise para ikamesinde azalış beklenmektedir. Ancak, 1990'larda bu durum gerçekleşmemiş, dolarizasyon seviyesi yüksek olan bazı ülkelerde enflasyon oranı önemli ölçüde azalmış olmasına rağmen, dolarizasyon seviyesi düşmemiştir. Bu durum, para ikamesi görüşünü savunanlar tarafından, geçmişteki yüksek enflasyon oranlarının, enflasyon beklentilerini artırmaya devam etmesi ile açıklanmıştır (Gencay, 2007: 11).

3.1.2. Beklenti Etkisi

Yapılan çalışmalarda dolarizasyonun artmasında en büyük etkenin ekonomi ve para politikalarına olan güvensizlik olduğu bildirilmektedir. Özellikle yüksek enflasyon yaşayan ülkelerdeki kişiler gelecekte de enflasyonun yüksek devam edeceği düşüncesi ile yabancı para mevduatlarını artırmaktadır (Aydınlık, 2020: 13).

Beklenti etkisi teorisine göre insanların ekonomik istikrarın kalıcı olduğuna inanmaları zaman almaktadır. Geçmişteki yüksek enflasyon veya devalüasyon tecrübeleri, insanların düşük enflasyon dönemlerinde bile dolar tutmaya devam etmelerine yol açmaktadır (Oomes, 2003: 9). Satın alma gücü riski teorisi de bu

durumu desteklemektedir. Bu teoriye göre, eğer yerel para biriminde sert bir değer kaybı bekleniyorsa, insanlar dolar cinsinden ödemeleri tercih edecektir (Lee, 2022: 297).

Dolarizasyon histerisi etkisinin ortaya çıkmasına sebep olan devalüasyon beklentisi, istikrarlı döviz kuruna rağmen yabancı para birimini tasarruf aracı olarak tutmayı daha cazip hale getirmektedir. Devalüasyon beklentilerinin şekillenmesinde finansal kriz ve hiperenflasyon gibi geçmiş olaylar önemli bir rol oynamaktadır (Krupkina ve Ponomarenko, 2015: 6).

Beklenen enflasyon oranındaki geçici bir değişim, paranın çevrim hızı ve dolarizasyon düzeyi üzerinde kalıcı bir etkiye sahip olabilmektedir. Beklenen enflasyon oranındaki geçici bir artış, ekonomide yabancı paranın değişim aracı olarak kullanılmasını artırmaktadır. Bu durumda yabancı para ile mal satın alma maliyeti düşmekte ve yabancı para kullanımı histeri özelliği göstermektedir (Hamia, 2007: 47).

3.1.3. İşlem Maliyetleri

Dolarizasyon histerezisinin oluşmasının nedenlerinden bir diğeri yabancı para biriminden yerel para birimine geçişteki işlem maliyetleridir. Süreklilik arz eden yüksek enflasyon dönemlerinde yabancı para kullanımına bağlı olarak gelişen finansal araç ve kurumlar, enflasyonun düşmesi ardından bile kalıcı bir haline gelmekte, dolarizasyon histerisini tetiklemektedir (Albarzinji, 2011: 26).

İşlem maliyetleri yabancı para ile yerel para arasında geçiş yapma, işlem masrafları gibi maliyetleri içermektedir. Bu maliyetler, belirli bir enflasyon veya döviz kuru aralığında dolarizasyon oranının sabit kalmasına yol açmaktadır (Oomes, 2003: 9).

Guidotti ve Rodriguez oluşturdukları model ile dolarizasyon histerisini geçiş maliyetine dayanarak açıklamaya çalışmıştır. Çalışmaya göre düşük dolarizasyona sahip ekonomilerde yerel paranın enflasyonu ile yabancı paranın enflasyonu arasındaki fark düşük tutularak yerel paradan yabancı paraya geçiş maliyeti karşılanabilmektedir. Bu farkın düşük olması bireylerin yerel parayı kullanmaya devam etmesini sağlamaktadır. Fakat yerel enflasyonun artması durumunda, enflasyon farkı, geçiş maliyetini aşmakta olup bu durum karşısında bireyler yerel parayı terk edip dövize geçmeye başlamaktadır. Dolarizasyonun belirli bir süre devam ettiği ülkede başarılı bir ekonomik istikrar planı uygulansa dahi ekonomik birimlerin yerel para tutma oranı başlangıç seviyesine geri dönmemektedir (Guidotti ve Rodriguez, 1992'den akt. Hamia, 2007: 47).

Histeriyi açıklamaya çalışan teorilerden Reding ve Morales (2004) dolarizasyon oranı arttıkça yerel para yerine yabancı para kullanmanın marjinal maliyetinin düştüğü öngörmektedir. Dolarizasyon oranı yükseldikçe yabancı para kullanımı marjinal maliyeti düşecektir. Uribe (1997) ve Freitas (2004) göre yerel para birimine dönüş maliyetinin yabancı para kullanım maliyetinden yüksek olması bir dolarizasyon sınırı oluşturacak ve bu sınırın oluşması dolarizasyonun düşmesini engelleyecektir Erkan, 2021: 399)

3.1.4. Öğrenme Maliyeti

Yüksek enflasyon, ekonomik birimlerin yerli para yerine yabancı para kullanmaya yönelmesine neden olmaktadır. Bu süreçte, ekonomik birimler, yabancı para kullanmanın yollarını öğrenmektedir. Bu bilgi birikimine öğrenme maliyeti adı verilmektedir. Öğrenme maliyeti, bir ekonomik birimin, bir kararı değiştirmek için katlanmak zorunda olduğu maliyettir. Dolarizasyon histerisi durumunda, yabancı para kullanmaya alışan ekonomik birimler, bu alışkanlıkları değiştirmek için katlanmak zorunda oldukları maliyeti yüksek görmektedir. Bu durum enflasyondaki düşüş veya ulusal paranın değer kazanması gibi olumlu gelişmeler olmasına rağmen dolarizasyon histerisinin ortadan kalkmamasına neden olmaktadır (Hekim, 2008: 30).

Yabancı para bazlı enstrümanların kullanımının öğrenilmesinin masrafı ve harcanan zaman yerel paraya dönüşteki masraf ve harcanan zamandan daha fazla olmaktadır. Bu nedenle, ekonomik istikrar sağlanması durumunda bile gelecekte tekrar ihtiyaç duyulma olasılığına karşı insanlar yabancı para enstrümanlarına bağlı kalmayı tercih edebilmektedir (Oomes, 2003: 9).

3.1.5. Ağ Dışsallıkları

Ağ dışsallığı ekonomide yerel para birimi yerine yaygın olarak yabancı para biriminin tercih edilmesi durumu olup enflasyonun yüksek olduğu dönemlerde artan yabancı para ile işlem yapma alışkanlığı enflasyonun düşük olduğu dönemlerde de devam etmektedir. Ağ dışsallığı teorisine göre enflasyon artışı ile yükselen yabancı para kullanım ağının genişlemesi, kişilere olan yararın artmasına neden olmaktadır (Erkan, 2021: 399).

Dolarizasyon histerisine etkisi olduğu vurgulanan ağ dışsallığı faktörüne göre bir ülkedeki bir birey, diğer bireylerin kullandığı para birimini kullanmaya daha yatkın olmaktadır. Ulusal para biriminin değer kaybı sonucu yabancı para kullanımının yüksek seviyelere ulaşması durumunda, bireylerin döviz kullanımının yaygınlaşması, ekonomik istikrar sağlanması durumunda bile gerilemeyecektir. Çünkü yabancı paranın kullanımı bir ağ etkisi yaratarak ekonomiye yerleşmiş

olacak ve yabancı para kullanımı bireylere ek maliyetler oluşturmayacaktır (Krupkina ve Ponomarenko, 2015: 6).

Ağ dışsallıkları ile ilgili yapılan bir araştırmada para talebi ile enflasyon arasındaki doğrusal olmayan bir ilişki olduğu bu ilişkinin kaynağı olarak ağ dışsallıkların rolünün bulunduğu vurgulanmıştır. Buna göre, kişilerin karşılaştıkları işlem maliyetleri, dolarizasyonun toplam düzeyi arttıkça azalmakta, para talebinde çoklu denge ve tarihsel bağımlılığa yol açmaktadır (Freitas, 2004: 134).

3.2. Dolarizasyon Histerisi Görülen Ülkelerin Özellikleri

Dolarizasyon histerisi görülen ülkeler genellikle benzer özelliklere sahip olmaktadır. Bu ülkelerin ortak özellikleri ekonomilerinin küçük olması, yüksek enflasyon görülmesi, döviz oynaklığının fazla olması ve makroekonomik istikrarsızlık bulunmasıdır (Mansoor, 2018: 7). Uzun bir süre boyunca yüksek enflasyona maruz kalan ekonomilerde dolarizasyon histerisinin görülme olasılığı artmaktadır (Freitas, 2003: 3). Dolarizasyon histerisinin oluşmasında ülkenin istikrarlı bir ekonomiye sahip olmaması sonucu oluşan ekonomik krizlerin de etkisi bulunmaktadır (Şahbaz, 2022: 4).

Dolarizasyon histerisinin bulunduğu ülkelerde ekonomik istikrar genellikle zayıf seyretmektedir. İstikrarsızlığın en büyük nedenlerinden birisi kur oynaklıklarıdır. Kur oynaklıkları enflasyon oranını, makroekonomik büyüklükleri, ekonomik büyümeyi olumsuz etkilemektedir. Dolarizasyon yerel para birimini zayıflatmakta olup ülkede dövize doğru oluşabilecek ani bir talep artışı yerel para biriminin değer kaybetmesine bu durum ise enflasyon artışı ile birlikte enflasyon sarmalına neden olabilmektedir (Akkaya, 2023: 618). Yüksek enflasyona maruz kalan ülkelerde ayrıca ekonomi yetkilileri yerel varlıkların değer kaybına karşı koruma sağlamak için döviz satın alımı yapmaktadır. Bu durum dolarizasyonun artmasına sebep olmaktadır (Önen ve Meral, 2022: 78).

Dolarizasyon histerisi genellikle gelişmekte olan ekonomilerde görülen bir durumdur. Gelişmiş ülkelerde para ikamesi diğer gelişmiş ülkelerin paralarının karşılıklı olarak tutulması şeklinde olurken gelişmekte olan ülkelere para ikamesi tek taraflı olmakta, yani gelişmiş ülkelerin paraları tutulmakta tam tersi ise gerçekleşmemektedir. Bu durum senyoraaj geliri nedeniyle gelişmiş ülkelere faizsiz kaynak sağlanması, gelişmekte olan ülkenin ise gelir elde edememesi olarak yorumlanmaktadır (Çağlar, 1996: 5).

Histeriye sebep olan dolarizasyonun ekonominin finansal gelişmişlik düzeyi ile ters ilişkili olduğu savunulmaktadır. Gelişmiş finansal piyasaya sahip ekonomiler yatırımcılara portföylerinin değerini koruma imkânı sunmaktadır. Gelişmiş

finansal piyasası olan ülkelerde yüksek enflasyon görülmesi durumunda yerel para birimine bağlı likit finansal enstrümanların getirileri hızlı bir şekilde yükselecektir. Bu sayede yatırımcılar yüksek enflasyon ve ekonomik belirsizliklere daha kolay uyum sağlayacaklardır. Bunun aksine, sık bir finansal piyasaya sahip gelişmemiş bir ekonomi, kişilere daha az seçenek sunacak ve yatırımcıları yabancı para birimindeki varlıklar ile kendilerini korunma arayışına yönlendirecektir. Finansal derinliği olmayan bir piyasada dolarizasyon seviyesi artacak, dolarizasyon histerisi oluşacaktır (Çatalçam, 2022: 45).

Özetlemek gerekirse histeri görülen ülkelerde finansal istikrarsızlık, uzun süre devam eden yüksek enflasyon, kur dalgalanmaları gibi ortak özellikler bulunmaktadır. Bu özelliklere siyasi ve ekonomik belirsizlikler de eklenebilecektir. Politik ve ekonomik istikrar ülkelerin gerek yerli gerek yabancı yatırım alması bakımından önemli unsurlardır (Akkaya, 2023: 619).

4. LİTERATÜR TARAMASI

Literatürde dolarizasyona ilişkin öne çıkan çalışmalar incelendiğinde çoğunlukla dolarizasyonun belirleyicileri üzerine yoğunlaştığı dolarizasyon histerisi üzerine yapılan çalışma sayısının az olduğu görülmektedir. Bu çerçevede dolarizasyon ve dolarizasyon histerisi üzerine odaklanan çalışmalar ve elde ettikleri bulgular aşağıdaki gibi özetlenebilir.

Shinkevich ve Oomes (2002) çalışmalarında, dolarizasyon histerisine neden olan yabancı para birimi talebini ağ dışsallıkları bakımından incelemişlerdir. Çalışmada yeni bir kuramsal model geliştirilmiş ve bu model kullanılarak Rusya'da kişilerin dolar tutma oranlarına ilişkin tahminde bulunulmuştur. Araştırmada, Rusya'da gözlenen dolarizasyon histerisinin, istikrar seviyesinin düşük olduğu denge konumundan istikrar seviyesinin yüksek olduğu bir denge konumuna doğru evrildiği, ülkede dolarizasyon için birden fazla denge seviyesinin bulunduğu, dolarizasyonun azaltılması için rublenin değerlendirilmesinin sağlanması gerektiği ve/veya dolarla işlem yapmayı yasaklayan kanunların uygulanabileceği ortaya konmuştur. Fakat bu tür politikaların kalıcı bir dolarizasyon düşüşü sağlamayacağı, sadece geçici çözümler yaratacağı belirtilmiştir.

Freitas (2003) çalışmasında, dolarizasyon seviyesinin veya enflasyon düzeyinin dolarizasyon histerisi oluşmasına neden olup olmadığı konusunu ele almıştır. Bu konunun incelenmesi için hiper enflasyon olan Bolivya, yüksek enflasyon olan Türkiye ve ılımlı enflasyona sahip olan Endonezya seçilmiştir. Yapılan analiz sonucunda genel literatürden farklı olarak dolarizasyon seviyesinin ve enflasyonun dolarizasyon histerisine neden olmadığı, dolarizasyon histerisine takoz etkisinin (ratchet effect) etkili olduğu sonucuna varılmıştır.

Oomes (2003) çalışmasında, dolarizasyon histerisinde ağ dışsallıklarının etkisini gözlemlemiştir. Ağ dışsallıkları, bireyin bir para birimi talebinin yalnızca getiri oranına değil, aynı zamanda bu para biriminin diğer kişiler tarafından ödeme aracı olarak kabul görme yaygınlığına bağlı olarak ortaya çıkmaktadır. Çalışmada, ağ dışsallıklarının belirli bir seviyede dolarizasyon oranına yol açabileceğini göstermek için teorik bir model geliştirilmiş, bu model kullanılarak Rusya'daki dolar tutma oranları tahminlerinde bulunulmuştur. Elde edilen sonuçlar göre ağ dışsallıkları hipotezinin desteklendiği ve Rusya'da düşük dolarizasyon seviyesinden yüksek dolarizasyon seviyesine geçişin açıklanabildiği yorumu yapılmıştır.

Freitas (2004) çalışmasında, yerel ve yabancı para birimlerinin ödeme aracı olarak mükemmel bir şekilde birbirinin yerine kullanılabildiği küçük bir ekonomide para talebi ve enflasyonun dinamiklerini içeren bir model kurmuştur. Bu model bağlamında, para arzındaki geçici bir artış, enflasyon oranı düşmesi halinde bile döviz talebinde azalmayı sağlamamaktadır. Fakat para arzında düşüş gerçekleşmesi durumunda döviz talebi enflasyonla birlikte düşecektir. Çalışmaya göre yerel halkın yabancı para talebi genel dolarizasyon maliyet fonksiyonuna bağlı değildir. Para talebi yabancı paranın yerli paraya tam ikame olup olmasına bağlıdır. Eğer yerel para birimi, yabancı para birimine göre en iyi alternatif ise dolarizasyon düşecektir. Aksi halde tam tersi olacaktır.

Civcir (2005), genişletilmiş portföy modeli kullanarak dolarizasyonun belirleyicilerini incelemiştir. Araştırma sonucunda, reel döviz kuru ve faiz oranının dolarizasyon üzerinde en önemli etkiye sahip olduğu bulunmuştur. Ayrıca, trend değişkeninin istatistiksel olarak anlamlı olması, Türkiye'de dolarizasyon histerisinin geçerli olduğunun bir göstergesi olarak yorumlanmıştır (Civcir, 2005'den akt. Karagöz, 2023: 434).

Telleria (2006) çalışmasında, Bolivya'da dolarizasyon histerisinin, geçmişte yaşanan ekonomik krizlerin yarattığı güvensizlik nedeniyle oluştuğunu ortaya koymuştur. Ülkede dolarizasyonla geçmişin etkisi arasında ilişki bulunmakla birlikte aynı zamanda ağ dışsallığının da etkisi olduğu belirtilmektedir. Bununla birlikte yazar Bolivya'da dolarizasyonun geri döndürülemez olmadığını düşünmekte, geçmişteki ekonomik krizlerin yarattığı güvensizliğin ortadan kalkması durumunda dolarizasyon oranının azalabileceğini savunmaktadır.

Hamia (2007) çalışmasında, Lübnan parasının inceleme dönemleri itibarıyla hem kısa hem de uzun vadede histeri özelliği gösterdiğini ortaya koymuştur. Bu etkinin ülkede savaş sonrası dönemde zayıflamakla birlikte iç savaş sırasında ve sonrasında hem kısa hem de uzun vadede histeri gözlemlendiği iletilmiştir. Bu

bulguya göre Lübnan halkı ve firmaları incelenen dönemlerde işlemlerini döviz ile yapma konusunda istekleri artmıştır. Fakat, dövizin değer saklama aracı olarak kullanımı iç savaş sırasında yüksekken, savaş sonrasında bu durum gözlenmemiştir. Yazar bu durumu Lübnan parasına olan güvenin artmasına ve Lübnan lirası mevduatlarına ödenen yüksek faiz oranına bağlamıştır.

Sarı (2007) çalışmasında, döviz kuru ile para arzı, faiz oranı, cari işlemler açığı ve dolarizasyon arasındaki ilişkinin incelenmesi amacıyla iki aşamalı en küçük kareler ve vektör oto regresyon modeli ile 1990 – 2006 yılları arası çeyrek dönem verileri kullanılarak inceleme yapmıştır. Çalışmanın sonucuna göre dolarizasyondaki azalış yerel para değeri artışı sağlamakta, para arzı artışı yerel para değer kaybına neden olmakta, yurtiçi faiz oranlarındaki artış sonucu yerel para değer kazanmaktadır.

Hekim (2008) çalışmasında, para ikamesinin belirleyicilerinin tespiti için 1992/01 ile 2007/12 dönemlerini içeren bir model oluşturmuş olup oluşturulan modele göre para ikamesinin en önemli belirleyicilerinin enflasyon ve reel döviz kurunda meydana gelen değişimler olduğu tespit edilmiştir. Enflasyon arttığı dönemlerde ekonomik birimler istikrarsızlıklar ve enflasyon vergisinden sakınmak amacıyla yabancı para miktarlarını yükseltmişlerdir. Reel döviz kuru değer kaybettiğinde ise değeri daha yüksek olan döviz kullanımı tercih edilmiş para ikamesi seviyesi artmıştır. Çalışmada ayrıca ekonomik birimlerin portföy kararı verirken önceki dönemlerdeki enflasyon ve istikrarsızlık ortamının süreceği düşüncesinin olmadığı ifade edilmektedir.

Uçar (2010) çalışmasında, Türkiye’de dolarizasyon ve senyoraj arasındaki ilişkiyi incelemiştir. Çalışmada 1985 – 2010 yılları arasındaki veriler kullanılarak senyoraj gelirleri ve enflasyon vergileri hesaplanmıştır. Dolarizasyon ile senyoraj arasında çok düşük negatif bir korelasyon bulunmuştur. Her iki parametre arasında nedensellik ilişkisinin tespiti amacıyla Granger Nedensellik analizi yapılmıştır. %5 anlamlılık düzeyinde dolarizasyonun senyorajın nedeni olduğu görülmüştür. Ülkede dolar kullanımı arttıkça senyoraj gelirleri azalmaktadır.

Sever (2012) çalışmasında, dolarizasyon ve döviz kuru belirsizliğini incelemiş, çalışma dönemi olarak 1998/12- 2010/12 arası seçilmiştir. Edinilen verilerin analizinde Granger nedensellik testi ve üstel GARCH ortalama yöntemlerinden yararlanılmıştır. Granger nedensellik testine göre dolarizasyon ve döviz kuru arasında altıncı gecikmeye kadar iki yönlü ilişkinin bulunduğu, dolarizasyondan döviz kuruna doğru ilişkinin daha güçlü olduğu 2001/2 – 2010/2 dönemi arasında dolarizasyon oranından döviz kuru belirsizliğine doğru tek yönlü nedensellik ilişkisinin bulunduğu ifade edilmiştir.

Araç vd. (2013), yaptıkları çalışmada 01/1986-10/2006 dönemleri arasında yer alan toplam yabancı para mevduatının toplam paraya oranı (para ikame derecesi olarak isimlendirilmiştir), ve enflasyon oranı verileri kullanılmıştır. Elde edilen veriler ile enflasyon – para ikamesi arasındaki korelasyon katsayısının sabit olmadığını göstermek için iki değişkenli kısıtsız bir VAR modeli tahmin edilmiş, zamana bağlı değişken korelasyon katsayılarının tahmini için çok değişkenli GARCH modeli kullanılmıştır. Çalışmada enflasyon oranı ile para ikamesi arasında doğrusal olmayan bir ilişkinin bulunduğu, yüksek enflasyon olduğu dönemlerde artan para ikamesinin enflasyonun düşük olduğu dönemlerde azalmadığı sonucuna ulaşılmıştır.

Krupkina ve Ponomarenko (2015) çalışmasında, dolarizasyon histerisinin mevduat dolarizasyonu ile ilişkisini araştırmıştır. Bu doğrultuda mevcut dolarizasyon oranı ve ulusal para biriminde son beş yıldaki en yüksek değer kayıplarını içeren mevduat dolarizasyonunun denge seviyesini hesaplamayı sağlayan doğrusal olmayan bir model oluşturulmuştur. Model ile gelişmekte olan ekonomilerde iki farklı dolarizasyon seviyesi olabileceğini bulunmuştur. Bu seviyelerden düşük olanı %15 civarı, yüksek seviye ise %75 civarı hesaplanmıştır. Döviz ve yerel para birimi faizlerinin birbirine eşit olup döviz mevduatı seviyesinin %45- 50'yi geçmesi durumunda daha yüksek dolarizasyona doğru bir eğilim başlamaktadır. Kısa vadede mevduat dolarizasyonunun en düşük seviyeden en yüksek seviyeye artması genel dolarizasyon seviyesinde %1,5 – 2 aralığında bir artışa sebep olmaktadır. Uzun vadede ise mevduat dolarizasyonundaki artış ve yerel para birimindeki değer kaybı, koşulların daha sonra iyileşmesi durumunda bile dolarizasyon seviyesinin düşmemesine sebep olmaktadır.

Zeybek (2015) çalışmasında, 2006-1. ile 2015-3. dönemi arasındaki dolar alış kuru ve tüketici fiyat endeksi aylık verileri kullanılarak minimum varyans portföyü modeli ile ideal dolarizasyon düzeyi tespiti yapmış, bu düzeyi gerçekleştiren seviye ile karşılaştırmıştır. Karşılaştırmaya göre yükümlülük dolarizasyonu risk boyutu incelenmiştir. Ölçüm kıstasının gücünün tespiti için Granger Nedensellik Analizi uygulanmış ve uygulama sonucunda nedensellik tespit edilmiştir. Çalışma sonucunda gerçekleşen dolarizasyon seviyesinin olması gereken seviyenin üzerinde olduğu bulunmuştur.

Mansoor (2018) çalışmasında, Afganistan'da dolarizasyon ile dolarizasyonun döviz kuru, enflasyon oranları ve para arzı arasındaki ilişkileri incelemiştir. 2007 ile 2016 yılı arasındaki verilerin kullanıldığı çalışmada veriler Augment Dickey Fuller Testi, Eş Bütünleşme Testi, Granger Nedensellik Testi kullanılarak değerlendirilmiştir. Çalışma sonucunda dolarizasyonun döviz kuru, enflasyon oranları ve para arzı ile doğrudan ilişkisinin olduğu sonucuna varılmıştır.

Yılmaz ve Uysal (2019) çalışmasında, Türkiye'de dolarizasyon ile enflasyon arasındaki ilişkiyi incelemek için bir Vektör Otoregresif Model (VAR) kullanmıştır. Çalışma sonuçlarına göre, dolarizasyon oranı, tüketici fiyat endeksindeki %1'lik bir artışın %0,63'ünü açıkladığı ifade edilmiştir. Aynı zaman diliminde enflasyonun, dolarizasyon oranındaki %1'lik artışın %5,32'sini açıkladığı bilgisi verilmiştir. Parametreler arasındaki ilişkiyi analiz etmek için kullanılan Johansen Eşbütünlük testinde uzun dönemli bir ilişki bulunamamış olup Granger nedensellik çalışmaları sonucunda, dolarizasyon oranının tüketici fiyat endeksini %10'luk anlamlı bir eşikte belirlediği görülmüştür.

Aydınlık (2020) çalışmasında, Türkiye'deki il bazındaki mevduat dolarizasyonunun etmenleri analiz edilmiş olup, bu bağlamda mevduat dolarizasyonu, döviz kuru, CDS primleri, il düzeyindeki enflasyon, il ihracatı ve il ithalatı tarafından açıklanmaya çalışılmıştır. Analiz modeli olarak panel veri yöntemlerinden sabit etkili (fixed effect) modeli ile rassal (random) etkili model kullanılmıştır. Çalışma sonucunda tüm bağımsız değişkenlerinin dolarizasyon üzerinde istatistiksel olarak anlamlı bir biçimde ve pozitif bir etkiye sahip olduğu değişkenlerin etki büyüklüğü sıralaması enflasyon, ithalat, ihracat, döviz kuru ve CDS primleri olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Erkan (2021) çalışmasında, 12/2011–01/2021 arasında yer alan 110 gözlem-den oluşan aylık veriler ile dolarizasyon oranı, enflasyon oranı, döviz kuru, mevduat faiz oranı, kredi temerrüt takas primi değişkenlerini kullanarak dolarizasyon histerisini Toda-Yamamoto nedensellik analizi ve Hatemi-J asimetrik nedensellik analizi kullanarak araştırmıştır. Çalışma sonucunda enflasyon oranı, döviz kuru, faiz oranı ve kredi temerrüt takas priminin dolarizasyon oranındaki değişime nedeni olduğu, dolarizasyon oranı ile faiz oranı dışındaki tüm değişkenler arasında simetrik bir nedensellik bulunduğu, faiz oranından dolarizasyon oranına tek yönlü bir nedensellik olduğu, ilgili dönemde histeri etkisine ulaşamadığı sonucuna varmıştır.

Özkul (2021) çalışmasında Türkiye'de finansal dolarizasyonun enflasyon ve istihdam ile olan etkileşimini Aralık 2005 – Kasım 2020 dönemi aylık verilerini kullanarak incelemiştir. Toda-Yamamoto nedensellik analizinin kullanıldığı çalışmada mevduat dolarizasyonundan enflasyon ve istihdama, istihdamdan kredi dolarizasyonuna ve kredi dolarizasyonundan enflasyona doğru bir nedensellik ilişkisi olduğu bulunmuştur

Akyol ve Tekman (2022) çalışmalarında Türkiye'de dolarizasyon, finansal derinleşme ve enflasyon oranları arasındaki ilişkiyi tespit etmek üzere 2010-1. Çeyrek – 2022-2. Çeyrek arasındaki verileri VAR modeli Granger nedensellik,

etki-tepki ve varyans ayırıştırma testleri kullanarak incelemiştir. Çalışma sonucunda dolarizasyon, finansal derinleşme ve enflasyon oranları arasında anlamlı bir ilişki olduğunu, finansal derinleşme ve enflasyon oranlarından dolarizasyona doğru nedensellik bulunmadığı, dolarizasyon ve enflasyon oranlarından finansal derinleşmeye, dolarizasyondan ise enflasyon oranlarına doğru nedensellik bulunduğu tespit edilmiştir. Yazarlar yüksek kur ataklarının olduğu dönemler başta olmak üzere kur yükselişlerinde dövize talep olduğu, dövize talebin ithalat yoluyla enflasyonu artırdığı yorumunu yapmıştır.

Çatalçam (2022) çalışmasında, Türkiye'de dolarizasyonun belirleyicilerini incelemiş, inceleme dönemi olarak 2003/1. çeyrek ile 2021/4. çeyrek arasındaki veriler kullanılmıştır. Hane halkı ve firmaların mevduat dolarizasyonu ile kredi dolarizasyonu olmak üzere üç farklı dolarizasyon türü modelde incelenmiştir. Çalışmada hata düzeltme modeli (ECM) tabanlı otoregresif dağıtılmış gecikme (ARDL) modeli kullanılmıştır. Çalışmada, döviz kuru değer kaybı, enflasyon ve beklenen döviz kuru oynaklığı ile tüm dolarizasyon türleri arasında uzun vadeli bir ilişki bulunmuştur. Fakat ölçütlerin farklı dolarizasyon türlerini etkilediği belirtilmiştir. Buna göre döviz kuru değer kaybı ve enflasyon, şirketlerin ve kredilerin dolarizasyonu üzerinde etkisi olmasına rağmen, beklenen döviz kuru oynaklığı daha çok şirketlerin mevduat dolarizasyonu ve kredi dolarizasyonunu etkilediği görülmüştür. Beklenen döviz kuru oynaklığının artması, şirketlerin daha fazla döviz tutmasına, belirsizlik nedeniyle döviz cinsinden borçlanmanın düşürülmesine neden olmaktadır. Ayrıca, yüksek enflasyon hane halklarının mevduat dolarizasyonunu artırmakta olup hane halklarının döviz ikamesine yönelmeleri kurun oynaklığı ve döviz kuru değer kaybından daha çok enflasyon nedeniyle olmaktadır.

Lee (2022) çalışmasında, Kuzey Koreli tüketicilerin ödeme araçlarının mevcut durumunu tespit etmek amacıyla 292 Kuzey Korelinin katıldığı bir anket düzenlemiştir. Buna göre 2010'larda, yerel para ile ödeme oranlarının azaldığı, yabancı para ile ödeme oranının arttığı tespit edilmiştir. Yabancı paranın kullanımı, sadece değer saklama aracı olarak değil, aynı zamanda değişim aracı olarak da yaygınlaşan bir aşamaya ulaşmıştır. Bununla birlikte Kuzey Koreli tüketiciler tarafından en sık kullanılan ödeme aracı yine de yerel para olmuştur. Ülkede 2013-2019 yılları arasındaki istikrarlı fiyat eğilimi olmasına rağmen, ekonomide dolarizasyon histerisi etkisinin olduğu görülmüştür.

Özer (2022) çalışmasında enflasyon, döviz kuru, reel faiz oranı ile dolarizasyonun ilişkisi incelenmiştir. İnceleme dönemi olarak 2006-1-2020-12 arası seçilmiştir. Dolarizasyon değeri olarak döviz tevdiat hesaplarının para arzına oranı

kullanılmıştır. Değişkenlerin durağanlığının incelenmesi için kesirli frekanslı Fourier Genişletilmiş Dickey-Fuller birim kök testi, kesirli frekanslı Fourier Toda-Yamamoto nedensellik testi kullanılmıştır. Çalışma sonucunda elde edilen bulgulara göre enflasyon oranının dolarizasyon üzerinde etkisi olan tek değişken olduğu sonucuna varılmıştır.

Şahbaz (2022) çalışmasında, döviz 2012/12 -2019/12 dönemleri arasında aylık veriler kullanılarak çeşitli ekonometrik yöntemler yardımı ile döviz kuru ile dolarizasyon serileri arasındaki ilişki araştırılmıştır. Dolarizasyon göstergesi olarak, yabancı para mevduat / toplam mevduat formülü kullanılmıştır. Çalışmada E-GARCH (2,1) modelinin en uygun model olduğu, dolarizasyonun döviz kuru-nun Granger nedeni olduğunu, VAR modeli ve Çok Değişkenli Sabit Koşullu Korelasyon modelleri (CCC-GARCH) yardımı ile kalıntılarda bulunan ve ARCH-LM testine göre, serisel korelasyonun reddi sonrası yapılan Tse-CC test istatistiği bulguları doğrultusunda dolarizasyon ve dolar kuru arasında sabit bir ilişki olduğu sonucuna varılmıştır.

Akkaya (2023) çalışmasında, Türkiye’de dolarizasyon olgusunu etkileyen makroekonomik ve finansal değişkenlere bazı dışsal değişkenler ekleyerek Vektör Oto Regresyon (VAR) modeli ile analiz etmiştir. Çalışma dönemi aralığı olarak Ocak 2020 – Aralık 2021 seçilmiştir. Aylık yüzdesel değişimin kullanıldığı çalışmada 29 aylık değişken bulunmaktadır. Çalışma sonucunda bankacılık sektörü kredi hacmi, dış ticaret dengesi, imalat sanayi kapasite kullanım oranı, reel döviz kuru, ABD Doları/Türk Lirası kuru, ABD 10 yıllık tahvil faizi ve yurtdışı yerleşiklerin hisse senedi portföyü değişkenlerinin gecikmeli değerleri Türkiye ekonomisinde dolarizasyon sürecini etkilediği, ayrıca Borsa İstanbul 100 endeks değeri (BİST), bankacılık sektörü kredi hacmi (BSKH), Türkiye 5 yıllık tahvil CDS primi (CDS) ve ithalat hacminden (ITH) dolarizasyon oranına doğru işleyen tek yönlü bir Granger nedensellik görüldüğü sonucuna varılmıştır.

Karagöz (2023) çalışmasında mevduat sahiplerinin döviz mevduata yönelmelerini etkileyen sebepleri araştırmıştır. Çalışma sonucunda döviz kurunun dolarizasyon üzerinde asimetric etkiye sahip olduğu, döviz tevdiat hesaplarına uygulanan faizin ve enflasyon oranının dolarizasyona pozitif yönde etki ettiğini ifade etmişlerdir.

Vatansever (2023) çalışmasında Türkiye’de para ikamesi histerisinin varlığını incelemiştir. Araştırmaya göre, Türkiye’de dolarizasyon oranının, enflasyon ve döviz kuru gibi makroekonomik değişkenlerin iyileşmesine rağmen, düşmemesi veya hatta artmasını, ratchet etkisi veya histerisi olarak adlandırılmaktadır. Takoz

etkisi (Ratchet effect), Merkez Bankası'nın para politikası yürütmesini zorlaştırdığını, Merkez Bankası, para politikası araçlarını kullanarak, enflasyonu düşürmek ve döviz kurunu istikrarlı tutmak için çabaladığını ancak, Takoz etkisi nedeniyle, bu çabalar başarılı olsa bile, dolarizasyon oranının düşmesinin mümkün olmadığını hatta artışının söz konusu olduğunu vurgulamaktadır. Yazar dolarizasyonun düşürülmesi için etkin politikalara ihtiyaç olduğunu, bu politikaların, ekonomik karar birimlerinin yerli para birimine olan güvenini yeniden kazanmasını sağlayacak nitelikte olması gerektiğini ifade etmiştir. Çalışmada ayrıca Türkiye'de dolarizasyon sürecinde önemli belirleyiciler olarak, Türkiye ile ABD arasındaki politika faizi farkı ve beklenen para değer kaybı oranını olduğu vurgulanmaktadır. Bu değişkenler, dolarizasyon oranını pozitif yönde etkilemektedir. Dolarizasyonun azaltılması için Merkez Bankası'nın politika faizi oranını artırma ve beklenen para değer kaybı oranını düşürme gibi politikalara odaklanmasını gerektirdiği belirtilmektedir.

Mavruk (2023), çalışmasında Türkiye'deki dolarizasyon, USD/TL kuru, enflasyon ve USD faiz oranları arasındaki kısa vadeli ve uzun vadeli ilişkilerini incelemiştir. Araştırma, bu makroekonomik değişkenlerin neden-sonuç ilişkilerine odaklanmaktadır. Aylık verilerin bulunabilirliğine dayanarak, ekonometrik analiz 2013/1 – 2022/8 dönemini kapsamaktadır. Çalışmada birim kök için Dickey Fuller testi ve eşbütünleşme için bound testi kullanılmıştır. Çalışma sonucunda döviz kuru ve faiz oranından dolarizasyona; dolarizasyon, enflasyon ve faiz oranından döviz kuruna; dolarizasyon ve döviz kurlarından enflasyona doğru kısa vadeli nedensellik ilişkisinin bulunduğu sonucuna varmıştır.

5. TÜRKİYE'DE DOLARİZASYON HİSTERİSİ

Çalışmanın bu bölümünde Türkiye'de dolarizasyon histerisinin geçerliliği ampirik olarak test edilecektir. Bu çerçevede ilk olarak veri seti ve yöntem hakkında bilgi verilecek, ardında araştırma bulgularına geçilecektir.

5.1. Veri Seti ve Yöntem

Bu çalışmanın amacı 2005/12-2023/12 dönemi aylık verileri yardımıyla dolarizasyon ile enflasyon arasındaki ilişkiye bakarak Türkiye'de dolarizasyon histerisinin geçerliliğini test etmektir. Çalışmada dolarizasyon olarak mevduat dolarizasyonu ve kredi dolarizasyonu kullanılmıştır. Enflasyon olarak ise TÜFE oranı kullanılmıştır. Mevduat dolarizasyonu yapancı para mevduatın toplam mevduata bölünmesiyle hesaplanmıştır (Gencay, 2007; Kaya ve Açıdoğuran, 2017; Yılmaz ve Uysal, 2019; Özkul, 2021). Kredi dolarizasyonu ise yabancı para kredilerin toplam kredi-

lere bölünmesiyle hesaplanmıştır (Gencay, 2007; Kaya ve Açdoğuran, 2017; Çağlarırınak Uslu ve Kapkara, 2019; Özkul, 2021). Çalışmada kullanılan tüm veriler TCMB (2024)’den elde edilmiştir.

Çalışmada kullanılan değişkenlere ait tanımlayıcı istatistikler Tablo 1’de verilmiştir.

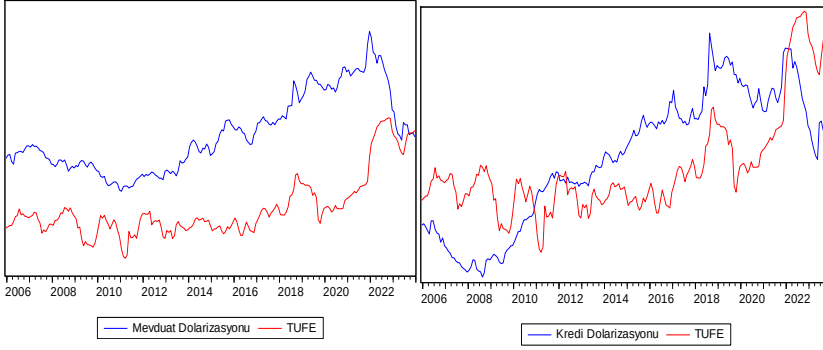
Tablo 1. Değişkenlere Ait Tanımlayıcı İstatistikler

	MEVDUAT_DOLARIZASYONU	KREDI_DOLARIZASYONU	TUFE
Ortalama	0.409443	0.257747	16.11516
Medyan	0.387708	0.266074	9.656019
Max	0.633458	0.417361	85.51000
Min	0.284451	0.106707	3.986038
Standard Hata	0.084627	0.084319	17.60159
Çarpıklık	0.604579	-0.217935	2.567625
Basıklık	2.288579	1.885365	8.596975
Gözlem Sayısı	217	217	217

Tablo 1 incelendiğinde üç değişkene ait gözlem sayısı 217’dir. Mevduat dolarizasyonu değişkenine bakıldığında 0,633458 ile maksimum değeri 2021/12 döneminde, minimum değeri ise 0,284451 ile 2011/01 döneminde almıştır. Kredi dolarizasyonu değişkeni ise maksimum değeri 0,417361 ile 2018/08 döneminde, minimum değeri ise 0,106707 ile 2008/08 döneminde almıştır. Son olarak TÜFE değişkeni maksimum değeri 85,51000 ile 2022/10 döneminde, minimum değeri 3,986038 2011/03 döneminde almıştır.

Şekil 1’de değişkenlere ait zaman serisi grafikleri sunulmuştur. Bu grafikler incelendiğinde mevduat dolarizasyonu ve kredi dolarizasyonu değişkenlerinin genel olarak TÜFE ile birlikte hareket ettikleri izlenimi ortaya çıkmaktadır.

Şekil 1. Değişkenlerin Zaman Serisi Grafikleri



Çalışmada değişkenler arasındaki ilişkiye bakmadan önce, değişkenlerin durağan olup olmadığı Geliştirilmiş Dickey-Fuller (ADF) birim kök testi ile incelenmiştir. Zaman serisi analizlerinde değişkenlerin durağan olması oldukça önemlidir. Değişkenlerin ortalama, varyans ve kovaryansında zaman içinde sistematik değişiklik olma ve periyodik değişim olmama durumuna durağanlık denilmektedir. Dolayısıyla durağan olmayan değişkenler durağan hale getirilmeye çalışılmaktadır (Chatfield, 1996: 10). Değişkenleri durağan hale getirmenin en temel yolu ise fark alma yöntemidir (Sevüktekin ve Çınar, 2017: 246). Bir serinin birim köke sahip olup olmadığı birim kök testleri yardımı ile ortaya çıkarılmaktadır. Kullanılan en eski ve en basit birim kök testlerinden biri Dickey ve Fuller (1979) testidir. Dickey-Fuller (ADF) birim kök testi için genel denklemi aşağıdaki gibidir (Jiranyakul ve Brahmasrene, 2002: 18):

$$\Delta z_t = \rho z_{t-1} + a + \sum_i \phi_i \Delta z_{t-1} + e_t \quad (1)$$

Burada z serinin doğal logaritması, a kesişim noktası ve ϕ_i katsayılarıdır.

Durağanlık testinden sonra değişkenler arasındaki uzun dönemli ilişki olup olmadığını belirleyebilmek için Johansen Eşbütünleşme testi (Johansen, 1988; Johansen ve Juselius, 1990) yapılmıştır. Bu test maksimum eşbütünleşme vektör sayılarının belirlenmesi ve eşbütünleşme matrisinin (β) ve ayarlama parametrelerinin (α) maksimum olasılık tahmincilerinin elde edilmesi için kullanılmaktadır. Johansen Eşbütünleşme testi sonucunda uzun dönemli ilişki belirlendikten sonra değişkenler arasındaki nedensellik durumuna bakılması gerekmektedir. Eğer değişkenler arasında eşbütünleşme yoksa Granger nedensellik testi geçersiz olmaktadır (Ergün, 2022: 170).

Değişkenler arasında eşbütünleşme ilişkisi bulunduğundan sonra değişkenler arasındaki ilişki VEC Granger nedensellik testi ile incelenmiştir. Granger nedensellik testi, bir zaman serisinin başka bir zaman serisinin tahmininde kullanışlı olup olmadığını sınımlamaktadır (Granger, 1969). Bir diğer ifade ile bir değişkenin cari dönemdeki değeri açıklanırken başka bir değişkenin gecikmeli değerleri katkı sağlıyorsa değişkenler arasında nedensellik ilişkisi olduğu söylenebilir. x ve y gibi iki değişken için Granger nedensellik denklemleri aşağıdaki gibidir (Mert ve Çağlar, 2019: 339-340):

$$y_t + a_0 x_t = \delta_1 \sum_{i=1}^n a_i x_{t-i} + \sum_{k=1}^m \theta_k y_{t-k} + e_{yt} \quad (2)$$

$$x_t + \theta_0 x_t = \delta_2 \sum_{i=1}^n y_i x_{t-i} + \sum_{k=1}^m \vartheta_k y_{t-k} + e_{xt} \quad (3)$$

Eğer, ilk eşitlik ve ikinci eşitlikte $\alpha_0 = \vartheta_0 = 0$ ise basit nedensellik modeli geçerli olacaktır. Aksi takdirde belirtilen modeller anlamlı nedensellik modelleri olacaktır. Burada, sıfır hipotezi $\sum_{i=1}^n \alpha_i = 0$ yani “ x_t, y_t ’nin nedeni değildir” şeklinde oluşturulmaktadır. Ayrıca alternatif hipotez ise, $\sum_{i=1}^n \alpha_i \neq 0$ yani “ x_t, y_t ’nin nedenidir şeklinde” ifade edilmektedir. X ve Y gibi iki değişken için bir nedensellik denkleminde dört farklı sonuç ortaya çıkmaktadır (Mert ve Çağlar, 2019: 340):

- X, Y ’nin Granger nedenidir.
- Y, X ’in Granger nedenidir.
- X ve Y arasında Granger nedensellik yoktur.
- X ve Y arasında çift yönlü Granger nedensellik vardır.

5.2. Araştırma Bulguları

Çalışmanın bu kısmında öncelik değişkenlerin durağan olup olmadıkları ADF birim kök testi ile test edilmiştir. Ardından değişkenler arasındaki ilişkiyi ortaya koyabilmek için VEC Granger nedensellik testi yapılmıştır.

Tablo 2’de değişkenlere ait ADF birim kök testi sonuçları sunulmuştur.

Tablo 2. ADF Birim Kök Testi Sonuçları

Değişken	Düzyey	Kritik Değer	1. Fark	Kritik Değer
	Test İstatistiği		Test İstatistiği	
MEVDUAT_DOLARIZASYONU	-1.295398	-2.874804	-11.58043	-2.874804*
KREDI_DOLARIZASYONU	-1.087455	-2.874741	-13.06109	2.874741*
TUFE	-2.287028	-2.875608	-2.951431	-2.875608*

* %5 seviyesinde anlamlıdır.

Tablo 1’de yer alan ADF birim kök testine göre değişkenlerin tümünün düzeyde test istatistik değeri mutlak değerce Mac Kinnon (1996) kritik değerinden küçük olduğu için ADF birim kök testine ait “Birim kök vardır” hipotezi reddedilememektedir. Bu nedenle tüm değişkenlerin birinci farkı alınmış ve ADF birim kök testi yenilenmiştir. Birinci farkı alındıktan sonra tüm değişkenlerin test istatistik değeri düzeyde mutlak değerce Mac Kinnon (1996) kritik değerinden büyük hale gelmiştir. Bu nedenle ADF birim kök testine ait “Birim kök vardır” hipotezi reddedilmektedir. Bu durum değişkenlerin birinci farklarında birim kök içermediği ve durağan oldukları sonucuna ulaştırmaktadır. Sonuç olarak tüm değişkenler I(1) düzeyinde durağanlaşmıştır.

Durağanlık testinden sonra değişkenler arasında eşbütünleşme ilişkisini bulmak için Johansen Eşbütünleşme testi yapılmıştır.

Tablo 3. Johansen Eşbütünleşme Testi Sonuçları

MEVDUAT_DOLARIZASYONU - TUFE			
Eigen Değeri	Trace İstatistiği	%5 Kritik Değer	P Değeri
0.100702	23.85560	18.39771	0.0078
0.010176	2.096750	3.841466	
Eigen Değeri	Maksimum Eigen Değeri	%5 Kritik Değer	P Değeri
0.100702	21.75885	17.14769	0.0099
0.010176	2.096750	3.841466	
KREDI_DOLARIZASYONU - TUFE			
Eigen Değeri	Trace İstatistiği	%5 Kritik Değer	P Değeri
0.115002	25.55961	18.39771	0.0042
0.002508	0.514755	3.841466	
Eigen Değeri	Maksimum Eigen Değeri	%5 Kritik Değer	P Değeri
0.115002	25.04486	17.14769	0.0029
0.002508	0.514755	3.841466	

Tablo 3’de yer alan Johansen eşbütünleşme testi incelendiğinde gerek Trace istatistiği gerekse de maksimum Eigen değeri hem %5 hem de %1 anlamlılık düzeyinde mevduat dolarizasyonu ile enflasyon ve kredi dolarizasyonu ile enflasyon arasında en az bir eşbütünleşik denklem olduğunu göstermektedir. Dolayısıyla hem mevduat dolarizasyonu ile enflasyon hem de kredi dolarizasyonu ile enflasyon arasında incelenen dönemde eşbütünleşme ilişkisinin olduğu sonucuna varılmıştır.

Değişkenler arasında eşbütünleşme ilişkisi bulunduktan sonra aralarındaki ilişkiyi belirlemek için VEC Granger nedensellik testinden faydalanılmıştır. Granger nedensellik analizi yapılırken serilerin gecikme uzunluğu (k) Akaike Bilgi Kriterine (AIC) göre bulunmuştur. Mevduat dolarizasyonu ve kredi dolarizasyonu ile enflasyon arasındaki ilişkiye yönelik VEC Granger nedensellik testi sonuçları Tablo 4’de sunulmuştur.

Tablo 4. VEC Granger Nedensellik Testi Sonuçları

Bağımlı Değişken	Bağımsız Değişken	Ki-Kare Test İstatistiği	Ki-Kare P-Değeri	İlişki ve Yönü
TUFE	MD	44.29204	0.0000*	MD → TUFE
	KD	29.08067	0.0000*	KD → TUFE
MD	TUFE	0.274926	0.8716	İlişki yok
KD		3.587123	0.1664	İlişki yok

MD: MEVUAT_DOLARIZASYONU

KD: KREDI_DOLARIZASYONU

*%1 düzeyinde istatistiki olarak anlamlıdır.

Tablo 4’de yer alan VEC Granger nedensellik testi sonuçları incelendiğinde bağımlı değişken olarak TÜFE’nin alındığı modelde p değerleri 0,05’den küçük olup %1 düzeyinde istatistiki olarak anlamlıdır. Bu nedenle “dolarizasyon enflasyonun nedeni değildir” şeklinde kurulan yokluk hipotezi reddedilmektedir. Yani mevduat dolarizasyonu ve kredi dolarizasyonu kısa dönemde enflasyonun nedeni değildir. Bağımlı değişken olarak mevduat dolarizasyonu ve kredi dolarizasyonunun alındığı modelde ise p değerleri 0,05’den büyük olduğu için “enflasyon dolarizasyonun nedeni değildir” şeklinde kurulan yokluk hipotezleri reddedilememektedir. Yani enflasyon kısa dönemde mevduat dolarizasyonu ve kredi dolarizasyonunun nedeni değildir. Bu durum enflasyonda yaşanan bir düşüşün dolarizasyon oranında beklenen düşüşü yaratmayacağını ve Türkiye ekonomisinde dolarizasyon histerisinin olduğunu göstermektedir.

6. SONUÇ

Yüksek enflasyon koşullarında kişiler, ellerindeki yerel paranın değerini kaybetmesi etkisinden korunmak için yerel paradan kaçınmakta ve yabancı parayı tercih etmektedir. Dolarizasyon olarak tanımlanan bu durum daha çok ekonomik istikrarı sağlayamayan gelişmekte olan ülkelerde görülmektedir. Ekonomik istikrarsızlık sonucu oluşan dolarizasyonun zamanla ülkede kalıplaşmış bir olguya dönüşmesi dolarizasyon histerisine yol açacaktır. Kişilerin hafızalarındaki geçmişte yaşanan dalgalanmalar kendilerini güvene alma düşüncesiyle onları dövizle sürüklemekte ve ekonomi iyiye gitse bile dolarizasyonun geriye çevrilmesi hızlı bir şekilde gerçekleşmemektedir. Kişiler ekonomik ortamı, finansal koşulları ve olumsuz senaryo olasılıklarını değerlendirmede yavaş davranmaktadır (Çatalçam, 2022: 43).

Bu çerçevede çalışmada Türkiye’de 2005/12-2023/12 dönemi aylık verileri yardımıyla dolarizasyon ile enflasyon arasındaki ilişkiden hareket edilerek Türkiye’de dolarizasyon histerisinin geçerliliği araştırılmıştır. Çalışmada dolarizasyon olarak mevduat dolarizasyonu ve kredi dolarizasyonu kullanılmıştır. Enflasyon olarak ise TÜFE oranı kullanılmıştır. Çalışmada öncelikle değişkenlerin durağan olup olmadıkları ADF birim kök testi ile incelenmiştir. Yapılan analizde değişkenlerin birinci farklarında birim kök içermediği ve durağan oldukları sonucuna ulaşılmıştır. Ardından değişkenler arasında eşbütünleşme ilişkisini bulmak için Johansen eşbütünleşme testi yapılmıştır. Johansen eşbütünleşme testine göre hem mevduat dolarizasyonu ile enflasyon hem de kredi dolarizasyonu ile enflasyon arasında incelenen dönemde eşbütünleşme ilişkisinin olduğu sonucuna varılmıştır. Daha sonra değişkenler arasındaki ilişkiyi belirlemek için VEC Granger nedensellik testi yapılmıştır. VEC Granger nedensellik testine göre mevduat dolarizasyonu ve kredi dolarizasyonunun kısa dönemde enflasyonun nedeni olduğu, buna karşılık enflasyonun mevduat dolarizasyonu ve kredi dolarizasyonunun nedeni olmadığı bulunmuştur. Yani dolarizasyondaki bir değişim enflasyonu etkilerken, enflasyondaki bir değişim dolarizasyonu etkilememektedir. Bu durum enflasyonda yaşanan bir düşüşün dolarizasyon oranında beklenen düşüşü yaratmayacağını ve Türkiye ekonomisinde dolarizasyon histerisinin olduğunu göstermektedir.

Dolarizasyonun tersine çevrilebilmesi, yerel paranın güçlü ve istikrarlı bir konuma gelmesi ve enflasyonun kalıcı bir şekilde düşürülmesine bağlıdır. Bu durum ise politika yapıcılarının güvenilirlik primlerinin yüksek olması ile alakalı bir durumdur. Güvenirlik priminin yüksek olması ise zaman boyutunda tutarlı politikalar uygulanmasına bağlıdır. Bir diğer ifadeyle cari dönemdeki çıkarlar ile uzun dönemdeki çıkarları örtüştürecek şekilde politikaların belirlenmesi ve uy-

gulanması gerekmektedir. Aksi uygulamalar ülkenin başarısız bir enflasyon geçmişine sahip olmasına neden olarak kişilerin ve yatırımcıların oluşabilecek maliyetlere karşın önlem olarak sürekli dolarizasyona yönelmelerine neden olmaktadır. Dolayısıyla Türkiye’de dolarizasyon histerisinin önüne geçebilmek için öncelikle enflasyon probleminin kalıcı bir şekilde çözülmesi ve uygulanan politikalar ile ekonomideki tüm aktörlere bunun inandırılması gerekmektedir.

KAYNAKÇA

- Akkaya, M. (2023), Türkiye Ekonomisinin Kronik Sorunu Dolarizasyon ve Dolarizasyon Sürecine Makroekonomik- Finansal Değişkenlerin Etkileri, *TESAM Akademi Dergisi*, 10(2), 613-637.
- Akyol, H. ve Tekman, N. (2022). Türkiye’de Dolarizasyon, Enflasyon Oranları ve Finansal Derinleşme İlişkisi. 2nd *International İstanbul Congress of Multidisciplinary Scientific Research*, 561-569.
- Albarzinji, Z. (2011). *Deposit Dollarization Dynamics in A Model of Network Externalities and Hysteresis: The Cases of Argentina and Bolivia* [Ph.D. Dissertation]. The University of Utah.
- Araç, A., Telatar, F. ve Telatar, E. (2013). Türkiye Ekonomisinde Para İkamesi - Enflasyon İlişkisinin Zamana Bağlı Değişen Yapısı. *Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, (14), 1-8.
- Aydınlık, Ü. (2020). *Bölgesel Dolarizasyon Farklılıkları ve Belirleyicileri: Türkiye Örneği* [Yüksek Lisans Tezi]. TOBB Ekonomi ve Teknoloji Üniversitesi.
- Chatfield, C. (1996). *The Analysis of Time Series an Introduction* (5. Edition). Chapman & Hall/CRC.
- Çağlar, Ü. (1996). *Para İkamesi ve Türkiye* [Doktora Tezi]. İstanbul Üniversitesi.
- Çağlarımak Uslu, N. ve Kapkara, S. (2019). Kredi Dolarizasyonunun Belirleyicileri: Türkiye Örneği. *Economics Literature*, 1(2), 148-167.
- Çatalçam, Ö. (2022). *Determinants of The Dollarization in Turkey: Does It Differ for Households and Firms?* [Master’s Thesis]. Middle East Technical University.
- Çiçek, M. (1996). *Türkiye’de Para İkamesi* [Yüksek Lisans Tezi]. Anadolu Üniversitesi.
- Dickey, D. ve Fuller, W. A. (1979). Distribution of the Estimators for Autoregressive Time Series with a Unit Root. *Journal of the American Statistical Association*, 427-431.
- Ergün, T. (2022). Bireysel Emeklilik Sigortacılığı ve Ekonomik Büyüme Arasındaki Bağını: Bir Zaman Serisi Analizi. *Kastamonu Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 24(2), 161-177.
- Erkan, R. (2021). Dolarizasyon Histerisi: Türkiye Örneği. *Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 49, 397-407.
- Freitas, M. (2003), *Revisiting Dollarisation Hysteresis: Evidence From Bolivia, Turkey and Indonesia*. NIPE Working Papers, 12, 1-24.
- Freitas, M. (2004). The Dynamics of Inflation and Currency Substitution in A Small Open Economy. *Journal of International Money and Finance*, 23(1), 133-142.
- Gencay, O. (2007). *Finansal Dolarizasyon ve Finansal İstikrar Arasındaki İlişki: Türkiye Değerlendirmesi* [Uzmanlık Yeterlilik Tezi]. Türkiye Cumhuriyet Merkez Bankası.

- Granger, C. W. J. (1969). Investigating Causal Relations by Econometric Models and Cross-spectral Methods. *Econometrica*, 37(3), 424-438.
- Hamia, M. (2007) *Currency Substitution and Dollarization in Lebanon* [Ph.D. Dissertation]. Fordham University
- Hekim, D. (2008). Para İkamesi Histerisi: Türkiye Örneği. *Eskişehir Osmangazi Üniversitesi İİBF Dergisi*, 3(1), 27-43
- Jiranyakul, K. ve Brahmasrene, T. (2002). An Analysis of the Determinants of Thailand's Exports and Imports with Major Trading Partners (SSRN Scholarly Paper 2275128). <https://papers.ssrn.com/abstract=2275128>
- Johansen, S. (1988). Statistical Analysis of Cointegration Vectors. *Journal of Economics Dynamic and Control*, 12(2-3), 231-254.
- Johansen, S. ve Juselies, K. (1990). Maximum Likelihood Estimation and Inference on Cointegration with Application to the Demand of Money. *Oxford Bulletin of Economics and Statistics*, 52(2), 169-210.
- Karagöz, K. (2023). Türkiye’de Döviz Kurunun Dolarizasyona Asimetrik Etkisi. *1st International Conference on Frontiers in Academic Research*, 432-439.
- Kaya, E. ve Açdoyuran, B. (2017). Finansal Dolarizasyon Unsurları Olarak Kredi Dolarizasyonu ve Mevduat Dolarizasyonu ile Hisse Senedi Getirileri Arasındaki İlişki. *Dicle Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 7(14), 325-344.
- Krupkina, A. ve Ponomarenko, A. (2015). *Deposit Dollarization in Emerging Markets: Modelling the Hysteresis Effect*. BOFIT Discussion Papers, 32, 1-20.
- Lee, J. (2022). Analysis of Dollarization Hysteresis Among North Korean Consumers, *East Asian Economic Review*, 26(4), 279-304.
- Mac Kinnon, J. G. (1996). Numerical Distribution Functions for Unit Root and Cointegration Tests. *Journal of Applied Econometrics*, 11(6), 601-618.
- Mansoor, A. (2018). Afganistan’da Dolarizasyon Sürecinde Döviz Kuru ve Enflasyon İlişkisi [Yüksek Lisans Tezi]. Akdeniz Üniversitesi.
- Mavruk, C. (2023). Dollarization in Turkey. S. Battal (Ed.) *International Academic Research and Reviews in Social, Human and Administrative Sciences* içinde (s. 155-182). Serüven Yayınevi.
- Mert, M. ve Çağlar, A. (2019). *Eviews ve Gauss Uygulamalı Zaman Serileri Analizi*. Detay Yayıncılık.
- Oomes, N. (2003). *Network Externalities and Dollarization Hysteresis: The Case of Russia*. IMF Working Paper, International Monetary Fund.
- Önen, M. ve Meral, Y. (2022). Dollarization’s Effects in Turkey Economy. *International Trade Academic Journal*, 4(2), 72-106.

- Özer, M. (2022). Türkiye’de Dolarizasyonun Belirleyicileri. *Karadeniz Sosyal Bilimler Dergisi*, 14(26), 105-117
- Özkul, G. (2021). Türkiye’de Finansal Dolarizasyonun Enflasyon ve İstihdam ile Olan Etkileşimi. *İşletme Ekonomi ve Yönetim Araştırmaları Dergisi*, 4(1), 59-79.
- Reding, P. ve Morales, J. A. (2004). *Currency Substitution and network externalities*. Available at SSRN 549061.
- Sarı, İ. (2007). *Makroekonomik Değişkenlerin Dolarizasyon Sürecine Etkisi: Ampirik Bir Yaklaşım* [Uzmanlık Yeterlilik Tezi]. Türkiye Cumhuriyet Merkez Bankası.
- Sever, E. (2012). Türkiye’de Dolarizasyon Süreci ve Döviz Kuru Belirsizliği İlişkisi. *Sosyoekonomi*, 17(17), 203-222.
- Sevüktekin, M. ve Çınar, M. (2017). *Ekonometrik Zaman Serileri Analizi* (5. Baskı). Dora Basım-Yayın Dağıtım.
- Shinkevich, A. ve Oomes N. (2002). Dollarization Hysteresis in Russia, Economics Education and Research Consortium, R00-0871, 1-46.
- Şahbaz, D. (2022). Döviz Kuru Volatilitesi ve Makroekonomik Bileşenler [Yüksek Lisans Tezi]. Bursa Uludağ Üniversitesi.
- TCMB. (2024). Elektronik Veri Dağıtım Sistemi. Erişim Adresi: <https://evds2.tcmb.gov.tr/>, (13.02.2024).
- Telleria, B. (2006). Dollarization Hysteresis Network Externalities and the "Past Legacy" Effect: The Case of Bolivia. *Revista de Análisis del BCB, Banco Central de Bolivia*, 9(1), 7-64.
- Uçar, G. (2010). *Merkez Bankasının Finansal Krizlerdeki Rolü: Dolarizasyon ve Senyora-raj İlişkisinin İncelenmesi (1986-2010 Türkiye Örneği)* [Yüksek Lisans Tezi]. Galatasaray Üniversitesi.
- Uribe, M. (1997). ‘Hysteresis in a Simple Model of Currency Substitution. *Journal of Monetary Economics*, 40, 185-202.
- Vakıfbank. (2015). *Finansal Dolarizasyon ve Bankacılık Sektörüne Etkileri*. Vakıfbank Haftalık Rapor.
- Vatansever, A. (2023). En Route to Irreversible Dollarization: A Study on Turkey [Yüksek Lisans Tezi]. Marmara Üniversitesi.
- Yılmaz, M. ve Uysal, D. (2019). Türkiye’de Dolarizasyon ve Enflasyon İlişkisi. *İktisadi İdari ve Siyasal Araştırmalar Dergisi*, 4(10), 286-306.
- Zeybek, H. (2015). *Gelişmekte Olan Ülkelerde Dolarizasyon ve Finansman Maliyeti Üzerine Etkileri: Türkiye Ekonomisi Üzerine Karşılaştırmalı Bir Analiz* [Doktora Tezi]. Okan Üniversitesi.



BÖLÜM 25

Gelir Hareketliliği Dinamikleri: Orta Gelirden Düşük Gelire Geçişin Belirleyicileri

Banu Beyaz Sipahi¹

¹ Doç. Dr., Tarsus Üniversitesi Uygulama Bilimler Fakültesi, Sağlık Yönetimi Bölümü,
ORCID: 0000-0002-5242-5049

GİRİŞ

Orta sınıf kavramının kökeni binlerce yıl öncesine dayanmakta olup, bu kavram Aristoteles'in yazılarında mülk sahipleri olarak tanımlanmış ve bu nedenle devleti yönetmek için en iyi konumda olan kişiler olarak görülmüştür. Ancak, yıllar boyunca orta sınıf tüketim alışkanlıkları, sağlık, eğitim, sosyal yaşantı gibi birçok kavramla ilişkilendirilmiştir. Orta sınıf küresel ekonomik eğilimleri şekillendirme gücüne sahiptir. Son 15 yılda, gelişmekte olan ülkelerdeki ekonomik büyüme, dünya genelinde orta sınıfın hızla değişkenlik göstermesine olanak tanımaktadır (Kharas, 2011).

Orta gelir sınıfı, ülke ekonomisine, yaşam ve refah seviyesine göre ülkeden ülkeye farklılık göstermektedir. 2023 yılı sonunda 108 ülke orta gelirli olarak sınıflandırılmıştır ve her birinin kişi başına düşen yıllık GSYH'si 1.136 ila 13.845 dolar arasındadır. Türkiye 2005 yılından buyana orta gelir sınıfında yer alan bir ülkedir. Son yirmi yıldır da üst orta gelir sınıfında yer alan ülke konumundadır. Türkiye'nin büyüme dönemlerindeki performansı, dünya genelindeki diğer ülkelerle karşılaştırıldığında, orta ve üst-orta gelir grubundaki ülkelerle benzerlik göstermiş, ancak OECD ve AB ülkelerine kıyasla daha iyi olmuştur (Azevedo & Atamanov, 2016). Türkiye İstatistik Kurumu'nun (TÜİK) Gelir ve Yaşam Koşulları 2023 yılı araştırmasına göre %20'lik en yüksek gelire ile %20'lik en düşük gelir arasındaki fark yaklaşık sekiz kat artış göstermiştir (TÜİK,2024).

Tablo 1 Türkiye'de 2012-2023 Yılları Arası Kişisel Gelir Dağılımı

Yıllar	En düşük %20	İkinci %20	Üçüncü %20	Dördüncü %20	En yüksek %20
2012	6,5	11,0	15,6	22,0	45,0
2013	6,6	10,9	15,4	21,8	45,2
2014	6,5	11,0	15,6	22,2	44,7
2015	6,3	10,9	15,5	22,0	45,3
2016	6,3	10,6	15,2	21,6	46,3
2017	6,3	10,6	15,1	21,4	46,7
2018	6,1	10,6	14,8	20,9	47,6
2019	6,2	10,9	15,2	21,4	46,3
2020	5,9	10,6	14,9	21,1	47,5
2021	6,1	10,8	15,1	21,3	46,7
2022	6,0	10,4	14,7	20,9	48,0
2023	5,9	9,8	14,0	20,5	49,8

Kaynak: TÜİK, Gelir ve Yaşam Koşulları Araştırması, 2012-2023, <http://www.tuik.gov.tr>, Erişim Tarihi:12.11..2024

Tablo 1, 2012 ile 2023 yılları arasında gelir dağılımındaki değişimi göstermektedir. Genel olarak, gelir eşitsizliğinin arttığı bir tablo karşımıza çıkmaktadır. En yüksek %20'lik dilimin toplam gelirden aldığı pay 2012 yılında %45,0 iken 2023'te %49,8'e çıkmıştır. Bu, gelir dağılımındaki eşitsizliğin giderek arttığını göstermektedir. 2018-2020 arası yıllarda en düşük ve ikinci %20'lik gruplarda pay düşüşleri yaşanmıştır, bu dönem ekonomik dalgalanmalar veya krizlerle ilişkilendirilebilir. Genel olarak, gelir dağılımındaki adaletsizliğin arttığını özellikle üst gelir grubunda yoğunlaştığını ortaya koymaktadır. Bu durum, gelir eşitsizliğinin toplumsal refah üzerindeki olumsuz etkilerini artırabilir ve daha adil bir gelir dağılımı için politikalara ihtiyaç duyulduğunu işaret edebilir.

Aslında gelir eşitsizliği, bir toplumda gelirlerin nasıl dağıldığını gösterirken; gelir hareketliliği, bireylerin veya hanelerin zaman içinde gelir grupları arasında hareket etme (yükselme veya düşme) olasılığını ifade eder. Çalışmanın amacı bu doğrultudadır. Türkiye üst orta gelir grubunda olmasından ötürü 2018 sonrası yaşanan ekonomik krizlerin sonucunda orta gelir grubunda hareketliliğin ne yönde olduğu ve bu hareketlilik üzerinde etkili sosyo ekonomik ve demografik değişkenlerin etkisini ortaya koymaktır. Asıl krizin yaratmış olduğu etki sonrası orta gelir grubundan düşük gelir gruba geçiş üzerinde etkili olan sosyo ekonomik ve demografik değişkenleri ortaya koymaktır. Gelir eşitsizliğini etkileyen en önemli faktörlerden biri gelir hareketliliğidir. Gelir hareketliliği, iki temel perspektiften ele alınır: ilki, zaman içindeki bireysel gelir değişimi: Bu perspektif, bireylerin gelir grupları arasında hareket edebilme potansiyelini inceler. Eğer bireylerin zaman içinde daha yüksek gelir gruplarına geçiş yapabilme şansı yüksekse, gelir eşitsizliğinin olumsuz etkileri biraz azalabilir. İkincisi, nesiller arası gelir hareketliliği, ebeveynlerin gelir düzeyleri ile çocuklarının gelir düzeyleri arasındaki ilişkiyi incelemektedir. Eğer bir toplumda nesiller arası gelir hareketliliği düşükse gelir eşitsizliği kronikleşen bir boyut almaktadır (Jantti & Jenkins, 2014).

Orta gelirli sınıf kavramı, gelir açısından orta seviyede bulunan insanları tanımlamak için sıklıkla kullanılır. Orta sınıf üzerine yapılan çalışmalarda kullanılan kriterler ise Khakhulina (2001) tarafından şu şekilde belirlenmiştir:

- Ekonomik ve finansal durum (gelir, kazanç, tasarruflar, hane halkı sayısı),
- Konut durumu (konut mülkiyeti, konuttaki değişiklikler),
- Sosyal-kültürel etkinlik alışkanlıkları (evde, yazlıkta, yurt içi ve yurt dışı tatil),
- Eğitim düzeyi ve meslek grubu,

- Ekonomik ve sosyo-politik reformlar,
- Politik sempati.

1980'lerden sonra Türkiye'de orta sınıf kavramı daha çok sorgulanmaya, gelişim süreci incelenmeye ve sınıf özellikleri tartışılmaya başlanmıştır. Türkiye'nin toplumsal yapısını analiz etmek için geliştirilen en kapsamlı sınıf tablosu, Boratav'ın (2016, 2020) çalışmalarına aittir. 1990'lardan sonra, orta sınıfın sosyo-ekonomik ve demografik belirleyicilere göre farklılaşmasını ele alan çalışmaların sayısı sınırlıdır. Örneğin, gelir eşitsizliğinin orta gelir sınıfını etkileyip etkilemediği, Winkelmann & Winkelmann (2010) tarafından İsveç'e ait 2002 hanehalkı verileri kullanılarak incelenmiştir. Çalışmada, orta gelir sınıfı ile gelir eşitsizliği arasında ters bir ilişki olduğu bulunmuştur. Gelir eşitsizliği arttıkça, orta gelir grubundaki hanelerin daha düşük gelir seviyelerine kaydığı; eşitsizlik azaldıkça ise orta gelir grubunun gelir seviyesinin yükseldiği tespit edilmiştir.

Atkinson & Brandolini (2011) tarafından Lüksemburg'da yapılan bir başka çalışmada, birçok ülkede orta gelir sınıfının toplam içindeki payının giderek azaldığı gözlemlenmiştir. Türkiye'de gelir dağılımı ve buna etki eden faktörlerle ilgili pek çok çalışma yapılmış olsa da, gelir dağılımının özellikle orta gelir grubu üzerindeki etkisini inceleyen çalışmaların sayısı oldukça azdır.

Yılmaz (2007), Türkiye'deki orta gelir sınıfını tanımlamak amacıyla 18 ilde bir anket çalışması gerçekleştirdi. Yılmaz (2012), 2007'deki çalışmasını revize ederek 5 yıllık dönemdeki değişimleri inceledi. Gelir eşitsizliği ve gelir hareketliliğini birlikte ele alan bu araştırmada, 2005-2010 dönemindeki gelir hareketliliğinin gelir eşitsizliğini azaltmadığı belirtildi. Ayrıca, orta gelir grubundaki bireylerin gelir hareketliliğinin düşük olduğu ifade edildi.

Balıkçıoğlu ve Dalgıç (2015), 2005-2011 dönemine ait Gelir ve Yaşam Koşulları Araştırması (GYKA) verilerini kullanarak Türkiye'deki orta gelir sınıfının genel bir profilini sundu. Çalışmadan elde edilen sonuçlara göre, orta sınıf bireyleri, ilgili dönemlerde Türkiye'deki büyüme sürecinden faydalanamamıştır. Benzer şekilde, çalışmanın önemli bulgularından biri, Türkiye'deki sınırlı gelir eşitsizliği iyileşmesinin, orta gelirli hanelerin görece refahında bir iyileşmeye yol açmadığını ortaya koymuştur. Türkiye'de yapılan çalışmalar arasında, Balıkçıoğlu ve diğerleri (2016) tarafından gerçekleştirilen çalışma, orta gelir sınıfının hareketliliğini etkileyen sosyo-ekonomik ve demografik değişkenleri inceleyen öncü bir çalışma olarak gösterilebilir. Bu araştırmanın sonucunda, yaş, cinsiyet, eğitim, SGK'ya kayıtlılık, hane halkı sayısı, hanedeki çocuk sayısı, hanede elde edilen gelir türü ve çalışılan sektörlerin, orta gelir grubundan düşük ve yüksek gelir gru-

buna geçiş üzerinde etkili olduğu vurgulanmıştır. Beyaz Sipahi (2022) alışma-sında Türkiye’deki orta gelir sınıfının profilini sunmak ve orta gelir sınıfından düşük gelir grubuna veya yüksek gelir grubuna geçiş üzerindeki sosyo-ekonomik ve demografik faktörlerin etkilerini probit model kullanarak belirlemektedir. Analizlerde kullanılan veriler, Türkiye İstatistik Kurumu (TİİK) tarafından 2015-2018 yılları arasında gerçekleştirilen Gelir ve Yaşam Koşulları Araştırma-ları (GYKA) verilerine dayanmaktadır. Analiz sonuçları, yaş, cinsiyet, eğitim d-zeyi, medeni durum, istihdam durumu, konut sahipliği türü ve gelir türünün, orta gelir sınıfının düşük ya da yüksek gelir sınıfına geçişini farklı şekillerde etkiledi-ėini göstermiştir.

Mevcut alışmanın Türkiye’de 2018-2022 yılları arasında orta gelir grubunun düşük gelir grubuna geçişin profilini sunmaktır. Bu yıl aralığının alınmasındaki temel sebep, Türkiye’nin yaşamış olduğu ekonomik kriz ve mevcut koşullarda orta gelir grubunun nasıl etkilendiğini ve orta gelir grubunun hareketliliğinin d-şk gelir grubuna geçişte nasıl bir etki yarattığını ortaya koymaktır. Ekonomik krizler, hanehalklarının gelir ve yaşam koşullarını derinden etkilemiştir. Gelir eşişsizliği, yoksulluk oranlarında ve sosyal dışlanma oranlarında dalgalanmalar yaşanmış ve hanehalklarının satın alma gücü ciddi şekilde etkilenmiştir. Bu d-nemin verilerinin çalışmada yer alması, Türkiye’nin ekonomik ve sosyal yapısın-daki değişimleri anlamak ve değerlendirmek için kritik bir öneme sahiptir. Bu bağlamda orta gelir grubu hareketliliğinin düşük gelir grubuna geçiş üzerindeki sosyo-ekonomik ve demografik faktörlerin etkileri probit model kullanılarak in-celenmiştir. Analiz sonuçlarına göre bu gruptaki bireylere yönelik etkili politika-lar önerilerinde bulunulmak istenmiştir. Çalışmanın sunum planı şu şekilde sıra-lanmıştır. Giriş bölümünden sonra analiz aşamasında kullanılan yöntem ve veri-ler yer almaktadır üçüncü bölümde ise bulgular bölümüne yer verilmiştir ve en son olarak sonuç bölümü ile çalışma sona ermektedir.

2. Veri ve Yöntem

Çalışmada Türkiye’deki 2018-2021 yıllarını kapsayan orta gelirden düşük ge-lir grubuna geçişte hangi sosyo ekonomik ve demografik faktörlerin etkili oldu-ėunu araştırmak amaçlanmıştır. Bu amaç doğrultusunda TİİK’in Gelir ve Yaşam Koşulları Araştırması (GYKA) verileri kullanılmıştır. Bu veri seti, 2006 yılından itibaren, her yıl Türkiye’deki hanehalklarının gelir düzeylerini, gelir dağılımını, yoksulluk oranlarını, sosyal dışlanmayı ve yaşam koşullarını değerlendirmek için TİİK tarafından veri yayınlanmaktadır. Veri seti kapsamında, ülke sınırları için-deki tüm hanehalkı yeleri temsilen incelenmiştir. Ancak, niversite yurtlarında,

misafirhanelerde, anaokullarında, yetimhanelerde, huzurevlerinde, özel hastanelerde, cezaevlerinde, kırsalalarda ve ordu evlerinde kalan kişiler araştırmanın dışında tutulmuştur.

Araştırmada, hane gelirini sınıflandırmak için eşdeğer hane geliri kullanılmıştır. Eşdeğer hane geliri, toplam net hanehalkı kullanılabilir gelirinden türetilmiştir. Bu hesaplama için Atkinson'ın (1975) çalışmasında belirtilen OECD ölçeği kullanılmıştır. Daha sonra, her hanehalkının toplam net geliri, eşdeğer hanehalkı büyüklüğüne bölünerek eşdeğer hane geliri elde edilmiştir.

Bu çalışmada orta sınıfı belirlemek için Bigot ve ark. (2012) ile Thurow (1984) çalışmalarından referans alınmıştır. Bu yöntemle, orta sınıf medyan gelire dayandırılmış ve medyan gelirin %70'i alt sınır, %150'si ise üst sınır olarak tanımlanmıştır. Thurow'un (1984) çalışmasında ise orta sınıfın tanımlanması ve ekonomik davranışlarının incelenmesi üzerine odaklanmaktadır. Orta geliri temsilen medyan geliri hesaplanmasına odaklanılmıştır. Bu yaklaşımlar literatürde oldukça yaygın kullanılmaktadır.

Bu yaklaşım, referans alınan medyan değer ile Türkiye'deki sonuçların farklı ülkelerle karşılaştırılmasını mümkün kılmaktadır. Ayrıca, bu medyan değer araştırmanın referans alınmasının bir diğer nedeni, Türkiye'deki orta sınıf üzerine yapılan Balıkcıoğlu ve diğerleri (2016) ve Beyaz Sipahi (2022) çalışmalarında da orta sınıf hesaplamalarında medyan aralığının %70 ve %150 olarak alınmasıdır. Bu sayede, ilgili çalışmaların sonuçlarının karşılaştırılması mümkün olmaktadır. Bu durumda, Gelir ve Yaşam Koşulları Araştırması (GYKA) verilerindeki hanehalkı ve birey gelirleri, genellikle bir yıl öncesine dayanmaktadır. Yıl bazında orta gelir gruplarını medyan gelire göre hesaplandıktan sonra, hesaplanan medyan gelirin altında kalanlar düşük gelir grubu olarak sınıflandırılmıştır.

Çalışmada kullanılan açıklayıcı değişkenler olarak hane genişliği, yaş, cinsiyet (erkek=1; kadın=0), eğitim durumu, hane tipi, medeni durum, çalışma durumu, maddi yoksulluk ve genel sağlık durumu değişkenleri yer almaktadır. Eğitim durumu çalışmada yedi grup olarak alınmıştır. Bu gruplar sırasıyla okur-yazar olmayanlar, okur-yazar okul bitirmemiş, ilköğretim mezunları, ortaokul mezunları (ortaokul, meslek ortaokulu ve ilköğretim), lise mezunları (genel lise ve meslek lisesi) meslek yüksekokul mezunları, üniversite ve üzeri eğitime sahip bireylerden oluşmaktadır. Altı farklı hane tipi tanımlanmıştır. Bunlar; tek kişilik hane, en az bir çekirdek aile ve diğer ailelerden oluşan hane halkı, çekirdek aile bulunmayan birden fazla kişiden oluşan hanehalkı, sadece eşlerden oluşan çekirdek aile, eşler ve çocuklardan oluşan çekirdek aile, tek ebeveyn ve çocuklardan oluş-

şan hanehalklarıdır. Medeni durum, bekar, evli, boşanmış ve eşi ölmüş şeklindedir. Çalışma durumu eğer birey çalışıyor ise 1 ve çalışmıyor ise 0 olacak şekilde tanımlanmıştır. Maddi yoksulluk; Evet (Maddi yetersizlik,) hayır (Maddi yetersizlik) ve diğer nedenler olarak üç grup halinde veri setinde ifade edilmiştir. Analizde maddi yoksul durumunu maddi yoksulluk yaşıyor ise 1 maddi yoksul yaşamıyor ise 0 şeklinde oluşturulmuştur. Genel sağlık durumu değişkeni sırasıyla çok iyi, iyi, ne iyi ne kötü, kötü ve çok kötü olacak şekilde 5 kategoride ele alınmıştır. Bu değişkenler, çalışmanın temel bileşenlerini oluşturmakta ve hanelerin sosyo-ekonomik durumlarını kapsamlı bir şekilde analiz edilmesine imkan vermektedir.

Tablo 2: Türkiye'deki Gelir Sınıflarının Dağılımı (2018-2021)

Yıl	Medyan Gelir (TL)	Medyan Gelir (70%) (TL)	Medyan Gelir (150%) (TL)	Düşük Gelir Grubu (%)	Orta Gelir Grubu (%)	Yüksek Gelir Grubu (%)	Gözlem Sayısı (N)
2018	19560	13692	29340	28.77	44.31	26.92	16636
2019	23604	16523	35406	28.23	44.88	26.89	33167
2020	27887	19521	41831	29.46	43.36	27.17	50472
2021	31132	21792	46697	30.01	43.44	26.55	51371

Not: Sonuçlar veri setinden araştırmacılara tarafından elde edilmiştir.

Tablo 2, Türkiye'deki hanehalklarının medyan gelir düzeylerini, bu medyan gelire göre belirlenen düşük, orta ve yüksek gelir gruplarını ve bu grupların yıllara göre dağılımını göstermektedir. Veriler 2018-2021 yıllarını kapsamaktadır. Medyan gelir, toplumdaki gelir dağılımının ortasında yer alan geliri ifade etmektedir. 2018 yılında 19,560 TL olan medyan gelir, 2021 yılında 31,132 TL'ye yükselmiştir. Bu artış, dört yıllık dönem boyunca gelir seviyesinde genel bir yükseliş işaret etmektedir.

Düşük gelir grubunun toplam içindeki yüzdesi, 2018 yılında %28,77 iken 2021 yılında %30,01'e çıkmıştır. Bu durum, düşük gelir grubunda hafif bir artış olduğunu göstermektedir. Aynı yıllar için orta gelir grubu incelendiğinde, 2018 yılında %44,31'lik bir orana sahip olduğu görülmektedir. Bu yüksek oran, orta gelir grubunun ülke ekonomisi için önemini vurgulamaktadır. Ancak 2021 yılında bu oran %43,44'e düşmüştür. Bu veriler, orta gelir grubunda küçük bir azalma olduğunu göstermekle birlikte, grubun ekonomideki önemini ve yerini büyük ölçüde koruduğunu ortaya koymaktadır.

Yüksek gelir grubunun toplam içindeki yüzdesi ise 2018 yılında %26,92 iken, 2021 yılında %26,55'e gerilemiştir. Bu durum, ekonomik krizlerin ve diğer makroekonomik faktörlerin hanehalklarının gelir dağılımı üzerindeki etkilerini yansıtmaktadır. Yıllara göre bakıldığında, orta gelir grubunda hafif bir düşüş, düşük

gelir grubunda ise küçük bir artış görülmesi, orta gelir grubundaki hareketliliğin düşük gelir grubuna doğru yönelme eğiliminde olduğunu düşündürmektedir.

Tablo 3: Tanımlayıcı İstatistikler

Değişkenler	2018 Fre- kans	Yüzde	2019 Fre- kans	Yüzde	2020 Fre- kans	Yüzde	2021 Fre- kans	Yüzde
Cinsiyet								
Kadın	7,998	48,08	15,919	48,46	24,208	48,71	24,680	48,68
Erkek	8,638	51,92	16,932	51,54	25,490	51,29	26,023	51,32
Eğitim Durumu								
Okuma yazma bil- miyor	1,790	10,76	3,404	10,33	4,773	9,56	4,611	9,09
Okur yazar, okul bi- tirmemiş	1,214	7,3	2,215	6,72	3,095	6,2	3,010	5,94
İlkokul	5,138	30,88	9,850	29,9	14,611	29,25	14,452	28,5
Ortaokul	3,226	19,39	6,520	19,79	9,873	19,76	10,089	19,9
Lise	1,636	9,83	3,387	10,28	5,790	11,59	6,143	12,12
Meslek Yüksek Okulu	1,230	7,39	2,577	7,82	3,980	7,97	4,099	8,08
Üniversite ve üzeri	2,402	14,44	4,989	15,14	7,830	15,68	8,299	16,37
Hane Tipi								
Tek kişilik hane	747	4,49	1,506	4,57	2,381	4,77	2,434	4,8
En az bir çekirdek aile ve diğer aileler- den oluşan hane halkı	2,830	17,01	5,946	18,05	8,473	16,96	8,306	16,38
Çekirdek aile bulun- mayan birden fazla kişiden oluşan hane- halkı	220	1,32	500	1,52	695	1,39	604	1,19
Sadece eşlerden olu- şan çekirdek aile	2,563	15,41	5,068	15,38	7,420	14,85	7,449	14,69
Eşler ve çocuklar- dan oluşan çekirdek aile	9,207	55,34	17,932	54,44	27,879	55,81	28,619	56,44
Tek ebeveyn ve ço- cuclardan oluşan hanehalkı	1,069	6,43	1,990	6,04	3,104	6,21	3,92	6,49
Medeni Durum								
Bekar	4,8	66,51	21,900	66,48	32,567	65,2	32,733	64,56
Evli	3,940	23,68	7,897	23,92	12,538	25,1	12,993	25,63
Boşanmış	455	2,74	925	2,81	1,482	2,97	1,563	3,08
Eşi ölmüş	1,177	7,08	2,238	6,79	3,365	6,74	3,414	6,73
Çalışma Durumu								
Çalışıyor	7,278	43,15	14,130	43,12	20,024	39,928	21,092	39,928
Çalışmıyor	9,358	56,25	18,812	56,88	25,466	50,072	26,631	51,072
Maddi yoksulluk								
Evet	14,320	86,08	28,262	85,79	42,366	84,81	39,596	78,09
Hayır maddi yeter- sizlik	1890	11,36	3,864	11,73	6,076	12,16	9,089	17,93
Hayır Diğer neden- ler	426	2,56	816	2,48	1,510	3,02	2,018	3,98
Genel sağlık Durumu								
Çok iyi	1239	7,45	2613	7,93	3908	7,82	4436	8,75
İyi	9760	58,67	18848	57,22	30382	60,82	29647	58,47
Ne iyi ne kötü	3771	22,67	7674	23,30	11004	22,03	11999	23,67
Kötü	1648	9,91	3345	10,15	4185	8,38	4029	7,95
Çok Kötü	218	1,31	462	1,40	473	0,95	592	1,17

Not: Gözlem sayıları 2018 yılında 16.636, 2019 yılı için 32.942, 2020 yılı için 49.952 ve 2021 yılı için 50.703 kişidir.

Tablo 3’de 2018-2021 yılları arasında modelde kullanılan değişkenlere ait tanımlayıcı istatistikler gösterilmiştir. Kadınların oranı 2018’de %48.08 iken 2021’de %48.68’e hafif bir artış göstermiştir. Benzer şekilde, erkeklerin oranı da 2018’de %51.92 iken 2021’de %51.32’ye hafif bir düşüş söz konusudur. Kadın erkek dağılımı her yıl için oransal dağıldığını söyleyebiliriz. Eğitim durumunda önemli değişimler gözlemlenmiştir. Okuma yazma bilmeyenlerin oranı 2018 yılında %10,76 iken 2021 yılında %9,09’a gerilemiştir. Bu durum, Türkiye’de genel eğitim seviyesinin yükseldiğini ve okuma yazma bilmeyen bireylerin oranında bir azalma olduğunu ortaya koymaktadır. Benzer şekilde, ilkokul mezunlarının oranı da 2018 yılında %30,88 seviyesindeyken 2021 yılında %28,5’e düşmüştür. Buna karşın, ortaokul, lise, meslek yüksekokulu ve üniversite mezunlarının oranlarında belirgin bir artış gözlenmiştir. Söz konusu artışlar, Türkiye’de eğitim düzeyinin genel olarak yükseldiğine ve daha fazla bireyin yükseköğrenim düzeyine eriştiğine işaret etmektedir.

Tek kişilik hanelerin oranı, 2018 yılında %4,49 iken 2021 yılında %4,8’e yükselerek küçük bir artış göstermiştir. En az bir çekirdek aile ve diğer aile üyelerinden oluşan hanelerin oranı ise 2018 yılında %17,01’den 2021 yılında %16,38’e gerilemiştir. Çekirdek aile bulunmayan, birden fazla kişiden oluşan hanelerin oranı 2018’de %1,32 iken 2021’de %1,19’a düşmüştür. Sadece eşlerden oluşan çekirdek ailelerin oranı 2018 yılında %15,41’den 2021 yılında %14,69’a gerilerken, eşler ve çocuklardan oluşan çekirdek ailelerin oranı 2018’de %55,34’ten 2021’de %56,44’e yükselmiştir. Bu durum, eşler ve çocuklardan oluşan çekirdek ailelerde artış olduğunu göstermektedir. Medeni durum değişkeni açısından bakıldığında, bekâr bireylerin oranı 2018’de %66,51’den 2021’de %64,56’ya düşerken, evli bireylerin oranı %23,68’den %25,63’e yükselmiştir. Boşanmış bireylerin oranı 2018’de %2,74 iken 2021’de %3,08’e çıkmış, eşi ölmüş bireylerin oranı ise %7,08’den %6,73’e gerilemiştir. Çalışma durumu değişkeninde de dikkate değer farklılıklar gözlenmiştir. Çalışan bireylerin oranı, 2018’de %43,15 iken 2021’de %29,61’e düşmüş, bu da istihdam oranında ciddi bir azalmaya ve işsiz kalan ya da işgücü piyasasından çekilen bireylerin sayısında artışa işaret etmektedir. Buna karşılık, çalışmayan bireylerin oranı 2018’de %56,25 iken 2021’de %58,4’e yükselmiştir. Bu durum, ekonomik koşulların kötüleştiğini ve işsizliğin arttığını gösterebilir. Maddi yoksulluk içinde olan bireylerin oranı, 2018 yılında %86,08 iken 2021 yılında %78,09’a düşmüştür. Ancak, maddi yoksulluk içinde bulunan bireylerin oranının hala yüksek olması dikkat çekicidir. Bu veriler, maddi yoksulluğun azaldığını göstermekle birlikte, bu durumun hala önemli bir sorun olduğunu ortaya koymaktadır. Genel sağlık durumu değişkeni incelendiğinde, "çok iyi" sağlık durumunu belirten bireylerin oranı 2018’de %7,45 iken

2021’de %8,75’e yükselmiştir. Benzer şekilde, "iyi" sağlık durumundaki bireylerin oranı 2018’de %58,67 iken 2021’de %58,47 olarak yüksek seviyelerde kalmıştır. Öte yandan, "ne iyi ne kötü" kategorisindeki bireylerin oranı %22,67’den %23,67’ye yükselmiş, "kötü" ve "çok kötü" sağlık durumundaki bireylerin oranları ise sırasıyla %9,91’den %7,95’e ve %1,31’den %1,17’ye gerilemiştir.

Çalışmada, orta gelir grubundan düşük gelir grubuna geçiş yapan bireylerin sosyo-ekonomik ve demografik değişkenler üzerindeki etkisini incelemek amacıyla probit model kullanılmıştır. Modelde bağımlı değişken, orta gelir grubundan düşük gelir grubuna geçen bireyler olarak tanımlanmıştır. Bu bireyler için 1, diğer bireyler için ise 0 değeri atanmıştır.

Gelir gruplarının tanımlanmasında medyan gelir esas alınmış ve medyan gelirin %70’i alt sınır, %150’si üst sınır olarak belirlenmiştir. Orta gelir grubundan düşük gelir grubuna geçişler, bir önceki döneme (t-1) ait orta gelir grubunun temel alınmasıyla değerlendirilmiş ve bir sonraki dönemdeki (t) değişim dikkate alınmıştır. Gelir grupları arasındaki geçişlerin analizinde, her bir yıl için bir önceki yıl referans yılı olarak kullanılmıştır. Örneğin, 2019 yılı geçişleri analiz edilirken 2018 yılı verileri referans alınmıştır. Bu doğrultuda, analiz üç farklı geçiş dönemini kapsamaktadır: 2018-2019, 2019-2020 ve 2020-2021.

Tablo 4: Yıllara Göre Orta Gelirden Düşük Gelire Geçiş Dağılımı

Yıl	2018-2019		2019-2020		2020-2021	
	Yok	Var	Yok	Var	Yok	Var
Orta Gelirden Düşük Gelire Geçiş						
Frekans	25.282	7.66	38.081	11.871	8.903	11.8
Yüzde	76,75	23.25	76.24	23.76	6,73	23.27

Not: Veri setinden araştırmacılar tarafından elde edilmiştir.

Tablo 4, orta gelir grubundan düşük gelir grubuna geçişin yıllık bazda nasıl değiştiği gözlemlenmektedir. Tablo, 2018-2019, 2019-2020 ve 2020-2021 yılları arasındaki geçişleri ve bu geçişlerin frekans ve yüzde dağılımlarını sunmaktadır. 2018-2019 döneminde, orta gelirden düşük gelire geçiş olmayan bireylerin oranı %76,75 iken, geçiş yapan bireylerin oranı %23,25 olarak kaydedilmiştir. 2019-2020 döneminde ise, Orta gelirden düşük gelire geçiş olmayan bireylerin oranı bu dönemde %76,24 olarak belirlenmiş, geçiş yapan bireylerin oranı ise %23,76’dır. 2020-2021 döneminde benzer bir dağılım gözlemlenmiştir. Bu veriler, düşük gelir grubuna geçişin belirli bir oranda sürekli olduğunu, ancak geçişin toplam örneklemin önemli bir kısmını oluşturmadığını göstermektedir. Bu durum, ekonomik koşulların ve gelir gruplarındaki hareketliliğin sürekliliğine işaret

ederken, aynı zamanda gelir gruplarındaki kalıcı geçişlerin sınırlı olduğunu ortaya koymaktadır. Modelde kullanılan bağımlı değişken yapısını inceledikten sonra analiz aşamasında kullanılan probit modeli açıklayabiliriz. Probit modeli, özellikle ikili (binary) bağımlı değişkenlerin analizinde kullanılan bir istatistiksel modeldir. Bu model, bağımlı değişkenin sadece iki olasılıkla (orta gelirden düşük gelir grubuna geçen=1 aksi durum=0) sonuçlanan durumları tercih etmektedir. Probit modeli doğrusal regresyon yerine, olasılıklar bir normal dağılımın kümülatif dağılım fonksiyonu kullanan model yapısıdır (Wooldridge,2010)

$$P(y_{it} = 1|X_{it}, u_i) = f(\beta'X_{it} + u_i) \quad (1)$$

Eşitlik 1’de seçilen bağımsız değişkenlerin (X_{it})bağımlı değişken üzerindeki olasılıklarına etkilerini tahmin etmektedir. Çalışmada kullandığımız model ise;

$$P(\text{Düşük Gelire Geçiş} = 1|X) = \Phi(\beta_0 + \beta_i X_i + u_i) \quad (2)$$

Bu denklemde, Φ kümülatif normal dağılım fonksiyonunu, β_0 sabit terimi, β_i ise bağımsız değişkenlerin katsayılarını ve X_i bağımsız değişkenlerin vektörünü temsil etmektedir. Model, orta gelir grubundan düşük gelir grubuna geçiş yapan bireylerin olasılıklarını, bireylerin sosyo-ekonomik özelliklerine bağlı olarak tahmin etmektedir.

3. Bulgular

Tablo 5, Probit model orta gelir grubundan düşük gelir grubuna geçen bireyler üzerinde sosyo ekonomik değişkenlerin etkisi sonuçlarını göstermektedir

Tablo 5: Probit Model ile Orta Gelirden Düşük Gelire Geçişin Belirleyicileri

Değişkenler	Katsayılar	Robust std. Hata	Z
Yaş	-0.0009*	0.000	-2.3700
Cinsiyet (Erkek=1,Kadın=0)	-0.0485*	0.009	-5.2300
Eğitim Seviyesi Baz Kategorisi: Okur yazar değil			
Okuryazar, okul bitirmemiş	-0.0455*	0.019	-2.3100
İlkokul	0.0291**	0.014	1.9700
Ortaokul	-0.0819*	0.017	-4.6800
Lise	-0.1751*	0.018	-9.3400
Meslek Yüksekokulu	-0.1738*	0.020	-8.5900
Üniversite	-0.5467*	0.019	-
Medeni Durum Baz Kategorisi: Bekar			
Evli	0.0470*	0.012	3.630

Boşanmış	0.0260	0.025	1.020
Eşi ölmüş	-0.0148	6 0.020	-0.7200
Hane Tipi Baz kategori: Tek Kişilik Hanehalkı			
En az bir çekirdek aile ve diğer kişilerden oluşan hane	0.0662*	0.0253	2.6100
Çekirdek aile bulunmayan birden fazla kişiden oluşan hane- halkı	0.0150	0.0403	0.3700
Sadece eşlerden oluşan çekirdek aile	0.1409*	0.0255	5.5200
Eşler ve çocuklardan oluşan çekirdek aile	0.1152*	0.0242	4.7500
Tek ebeveyn ve çocuklardan oluşan hanehalkı	0.1181*	0.0252	4.6800
Hanehalkı Genişliği	0.0490*	0.0018	27.5000
Çalışma Durumu (Çalışıyorsa =1)	0.0101*	0.0015	6.7100
Maddi Yoksulluk (Evet=1, Hayır=0)	0.0512*	0.0081	6.3500
Genel Sağlık Durumu	0.0244*	0.0057	4.2700
Sabit	-1.1006*	0.0383	-
Wald kıkare(20)=4352,89 prob: 0.00 Pseudo R2 = 0.0267			
28.7700			

Not: *** p<0.10, ** p<0.05, *p<0.01

Tablo 5, orta gelir grubundan düşük gelir grubuna geçişleri belirleyen sosyo-ekonomik ve demografik değişkenleri analiz etmektedir. Robust standart hatalar, heteroskedastisite gibi değişen varyans sorunlarına karşı dayanıklıdır ve bu tür sorunları düzeltir (Wooldridge, 2010). Probit modelinin sonucunda elde edilen katsayı tahminleri, doğrudan bağımsız değişkenlerin bağımlı değişken üzerindeki etkilerini yansıtmakta olup, bu etkiler genellikle marjinal etkiler tablosu aracılığıyla daha anlaşılır ve yorumlanabilir hale getirilmektedir. Marjinal etkiler, bağımsız değişkenlerdeki bir birimlik değişimin, bağımlı değişkenin olasılığı üzerindeki etkisini ölçen değerlerdir. Marjinal etki model sonuçları Tablo 6'de verilmiştir.

Tablo 6: Orta Gelirden Düşük Geçişte Marjinal Etkiler

Değişkenler	dy/dx	Std. Err.	z
Yaş	-0.0003*	0.0001	-2.3700
Cinsiyet (Erkek=1,Kadın=0)	-0.0145*	0.0028	-5.2300
<i>Eğitim Seviyesi Baz Kategorisi: Okur yazar değil</i>			
Okuryazar, okul bitirmemiş	-0.0147*	0.0063	-2.3200
İlkokul	0.0096**	0.0049	1.9800
Ortaokul	-0.0261*	0.0056	-4.6400
Lise	-0.0541*	0.0058	-9.2600
Meslek Yüksekokulu	-0.0537*	0.0063	-8.5900
Üniversite	-0.1456*	0.0053	-27.3400
<i>Medeni Durum Baz Kategorisi: Bekar</i>			
Evli	0.0141*	0.0039	3.6000
Boşanmış	0.0078	0.0077	1.0100
Eşi ölmüş	-0.0043	0.0060	-0.7200
<i>Hane Tipi Baz kategorisi: Tek Kişilik Hanehalkı</i>			
En az bir çekirdek aile ve diğer kişilerden oluşan hane	0.0187*	0.0070	2.6500
Çekirdek aile bulunmayan birden fazla kişiden oluşan hanehalkı	0.0042	0.0112	0.3700
Sadece eşlerden oluşan çekirdek aile	0.0409*	0.0072	5.6900
Eşler ve çocuklardan oluşan çekirdek aile	0.0332*	0.0067	4.9300
Tek ebeveyn ve çocuklardan oluşan hanehalkı	0.0340*	0.0072	4.7500
Hanehalkı Genişliği	0.0146*	0.0005	27.5700
Çalışma Durumu (Çalışıyorsa =1)	0.0030*	0.0004	6.7100
Maddi Yoksulluk (Evet=1, Hayır=0)	0.0153*	0.0024	6.3500
Genel sağlık durumu	0.0073*	0.0017	4.2700

Not: *** p<0.10, ** p<0.05, *p<0.01

Model yorumlamaları marjinal etkiler üzerinden yapılmıştır. Bulgulara göre, yaş, cinsiyet, eğitim düzeyi, medeni durum, hanehalkı tipi, hanehalkı büyüklüğü, iş gücüne katılım, maddi yoksulluk ve sağlık durumu gibi değişkenlerin geçiş olasılığı üzerinde anlamlı etkiler yarattığı görülmüştür.

Bireyin yaşında bir birimlik artış, orta gelirden düşük gelire geçiş olasılığını düşürmektedir. Bu bulgu, yaşın ilerlemesiyle birlikte bireylerin gelir seviyelerinin daha istikrarlı hale geldiği ve bu nedenle düşük gelir grubuna geçiş olasılıklarının azaldığını göstermektedir. Kadınlara göre erkeklerin orta gelirden düşük gelire geçiş olasılığı daha düşüktür. Eğitim seviyesinin artışı, orta gelir grubundan düşük gelir grubuna geçiş olasılığını genel olarak azalttığı gözlenmektedir.

Okuryazar olmayan bireylere göre eğitim düzeyi yükseldikçe, bu geçiş olasılığı azalmaktadır. Üniversite mezunu olmanın etkisi, diğer eğitim seviyelerine kıyasla en belirgindir ve okuryazar olmayan bireylere göre üniversite mezunu bireylerin orta gelir grubundan düşük gelire geçiş olasılığını %14.56 oranında azaltmaktadır. Bu, eğitim düzeyi arttıkça bireylerin daha yüksek gelir seviyelerinde kalma olasılığının arttığını göstermektedir. Bekar bireylere göre evli bireylerin orta gelirden düşük gelire geçiş olasılığı artmaktadır. Tek kişilik hanelere göre çekirdek ailelerin artması orta gelirden düşük gelire geçiş olasılığını yükseltmektedir. Hanehalkı genişliğinin bir birim artışı, orta gelirden düşük gelire geçiş olasılığını artırmaktadır. Çalışan bireylerin çalışmayanlara göre düşük gelir grubuna geçiş olasılığı artış göstermektedir. Maddi yoksulluğun var olması orta gelirden düşük gelire geçme olasılığını artırmaktadır. Sağlık durumundaki her bir birim kötüleşme, düşük gelir grubuna geçiş olasılığını %0.7 oranında artırmaktadır. Bu bulgular, sosyo-ekonomik faktörlerin orta gelirden düşük gelir grubuna geçişi önemli ölçüde etkileyen etmenler olduğunu ve özellikle eğitim, hanehalkı büyüklüğü, maddi yoksulluk ve iş gücüne katılımın bu geçişin belirleyici faktörleri arasında yer aldığını ortaya koymaktadır.

4.SONUÇ

Orta gelir sınıfındaki hareketliliğin belirleyicilerini inceleyen bu araştırma, Türkiye'deki orta gelir sınıfındaki dinamikleri ele almaktadır. 1980'lerden sonra Türkiye'de orta gelir sınıfının büyüdüğü görülmektedir. Genel olarak, orta gelir sınıfının toplam gelir içindeki payı, düşük ve yüksek gelirli gruplardan daha fazladır. Ancak, orta gelir sınıfı dönemler arasında homojen bir yapı sergilemediğinden, ülkelerin ekonomik konjektörüne bağlı olarak yaşamış olduğu ekonomik krizlerden orta gelir gruplarından diğer gelir gruplarına geçişler yaşanmaktadır. Bu çalışmada, Türkiye'deki orta gelir grubunda yaşanan gelir hareketliliği 2018-2021 yılları arasında orta gelirden düşük gelire geçişte etkili olan sosyoekonomik ve demografik faktörler probit model ile analiz edilmiştir. TÜİK'in Gelir ve Yaşam Koşulları Araştırması (GYKA) verileri kullanılarak yapılan analizlerde, orta gelir grubunun dinamikleri ve bu grubun ekonomideki rolü derinlemesine Model sonuçları, yaş, cinsiyet, eğitim durumu, medeni durum, hane tipi, hanehalkı genişliği, çalışma durumu ve maddi yoksulluk, genel sağlık durumu gibi değişkenlerin orta gelir grubundan düşük gelir grubuna geçiş üzerindeki etkilerini detaylı bir şekilde ortaya koymuştur.

Çalışmanın en çarpıcı bulgularından biri, eğitim seviyesinin düşük gelir grubuna geçiş üzerindeki güçlü etkisidir. Üniversite veya daha yüksek eğitim düzeyine sahip bireylerin düşük gelire geçiş olasılığı belirgin bir şekilde düşmektedir. Bu, eğitim seviyesinin ekonomik istikrar ve gelir düzeyini koruma noktasında

kritik bir rol oynadığını göstermektedir. Dolayısıyla, politika yapıcılar için öncelikli öneri, eğitim erişiminin artırılması ve eğitim kalitesinin iyileştirilmesidir. Özellikle yükseköğretim fırsatlarının daha geniş kitlelere sunulması, gelir eşitsizliğini azaltmaya yönelik önemli bir adım olacaktır. Bu kapsamda dezavantajlı gruplara yönelik burs ve destek programları artırılmalıdır. Eşdeğer hanehalkı büyüklüğü ve iş gücüne katılımın düşük gelir grubuna geçişi artırdığı bulgusu, iş gücüne katılımın desteklenmesi ve hanehalkı büyüklüğüne dayalı sosyal yardım politikalarının güçlendirilmesi gerektiğini ortaya koymaktadır. İş gücüne katılımı teşvik eden politikalar, özellikle düşük gelirli hanelerde yaşayan bireylerin daha iyi gelir fırsatlarına erişmesini sağlayacaktır. Ayrıca, hanehalkı büyüklüğüne göre sosyal yardımların artırılması, hanehalkı içinde gelir dağılımının daha dengeli hale gelmesine katkı sağlayabilir. Özellikle kadınlar ve gençler için iş bulma olanaklarını artırabilir. Ayrıca, çalışma hayatına geçişi kolaylaştıran esnek iş gücü politikaları uygulamaya konulmalıdır. Maddi yoksulluk ve sağlık durumu, düşük gelir grubuna geçişi artıran önemli etmenlerdir. Maddi zorluklar yaşayan bireylerin ve düşük sağlık durumuna sahip kişilerin, gelir seviyelerini yükseltme şansı daha düşük olmaktadır. Bu bağlamda, sosyal güvenlik ve sağlık sigortası gibi sosyal koruma önlemlerinin güçlendirilmesi, bireylerin yaşam kalitesini artırarak gelir hareketliliğini pozitif yönde etkileyebilir. Ayrıca, sağlık hizmetlerine erişimi artıran politikaların hayata geçirilmesi, düşük gelir grubuna geçişi engellemeye yönelik etkili bir strateji olabilir. Cinsiyet ve yaş gibi demografik faktörler de gelir hareketliliği üzerinde önemli bir etkiye sahiptir. Yaşın ilerlemesiyle birlikte düşük gelir grubuna geçiş olasılığı azalırken, kadınların geçiş olasılığı erkeklere göre daha yüksektir. Bu bulgular, kadınların ekonomik olarak daha kırılğan olduklarını ve yaşla birlikte bireylerin ekonomik güvenliğinin arttığını göstermektedir. Bu nedenle, kadınların iş gücüne katılımını teşvik etmek ve yaşlı bireylerin ekonomik güvenliğini artırmaya yönelik politikaların geliştirilmesi önemlidir. Çalışmada elde edilen bulgular Türkiye için yapılan benzer çalışmalar ile tutarlılık göstermektedir (Balıkcıoğlu vd., 2016; Beyaz Sipahi, 2022). Eğitim politikalarının yanı sıra, maddi yoksullukla mücadeleyle yönelik entegre yaklaşımların, ekonomik güvenliği artırmada etkili olabileceğini gösterir. Bu çalışma, Türkiye'deki orta gelir grubunun düşük gelir grubuna geçiş dinamiklerini detaylı bir şekilde ele alarak, gelir hareketliliği ve sosyo-ekonomik faktörlerin etkilerini analiz etmektedir. Literatürdeki bu boşluğu doldurmanın yanı sıra, bulgular eğitim, sağlık, kadın istihdamı ve sosyal koruma alanlarında politika yapıcılar için somut bir yol haritası sunmaktadır. Bu bağlamda, çalışma hem teorik hem de pratik açıdan önemli katkılar sağlamaktadır

5. KAYNAKLAR

- Azevedo, J.P. ve Atamanov, A., (2016). Türkiye'de orta sınıfa giden yollar: Yoksulluğun azaltılması ve paylaşılan refahın artırılması nasıl yardımcı oldu? (*Dünya Bankası Politika Araştırma Çalışma Belgesi* No. 6834).
- Atkinson, A.B. and Brandolini, A., (2011). On the identification of the “middle class. *Ecineq Working Paper Series*, WP 2011 – 217.
- Balaban, U., (2013). Faburjuvazi ve iktidar: Yakın Türkiye tarihinde sınıf ve siyasal islam. *Praksis Sosyal Bilimler Dergisi*, 32(2):11-63.
- Balıkçıoğlu, E., Dalgıç, B., (2015). Türkiye’de orta gelir sınıfın profili. *Jebpir*, 1(1), 17-31.
- Balıkçıoğlu, E., Dalgıç, B. ve Fazlıoğlu, B., (2016). Türkiye’de orta gelirden düşük gelir ve yüksek gelire geçişin belirleyicileri. *Yönetim ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi*, 14(2), 341-355.
- Beyaz Sipahi, B., (2022). Determinants of mobility in the middle-income classes for Turkey. *Journal of Economy Culture and Society*, 65, 1-13.
- Bhalla, S.S., (2007). *Second among equals: The middle class kingdoms of India and China*. Washington, DC: Peterson Institute for International Economics.
- Birdsall, N., Graham, C. and Pettinato, S., (2000). Stuck in the tunnel: Is globalization muddling the middle class? Center on social and economic dynamics, *Working Paper* No. 14.
- Bigot, R., Croutte, P., Muller, J. and Osier, G., (2012). The middle classes in Europe: Evidence from the LIS data. *LIS Working Paper Series*, No. 580.
- Boratav, K., (2020). *İstanbul ve Anadolu’dan sınıf profilleri*. İmge Kitabevi, Ankara.
- Boratav, K., (2016). *1980’li yıllarda Türkiye’de sosyal sınıflar ve bölüşüm*. İmge Kitabevi, Ankara.
- Friedman, M., (1962). *Kapitalizm ve özgürlük*. Chicago Üniversitesi Yayınları, Chicago, IL.
- Jäntti, M., and Jenkins, S. P. (2014). Income mobility (*ECINEQ Working Paper* No. 2014-319). Retrieved from <http://www.ecineq.org>, Erişim: 17.04.2024.
- Kharas, Homi, and Kohli, H., (2011). "What is the middle income trap, why do countries fall into it, and how can it be avoided?." *Global Journal of Emerging Market Economies* 3.3, s.281-289.
- Khakhulina, L., (2001). The Subjective middle class: income, material situation, and value orientations. *Sociological Research*, 40(4), 71-92.
- TÜİK, Gelir ve Yaşam Koşulları Araştırması (2012-2023), <http://www.tuik.gov.tr>, Erişim Tarihi:08.07.2024
- Thurow, L., (1984). The disappearance of the middle class. *New York Times*, 5, 2.

- Yılmaz, H. (2007). Türkiye’de orta sınıfı tanımlamak: ekonomik düzeyler, siyasi tutumlar, hayat tarzları, dinsel- ahlaki yönelimler, Erişim tarihi: 13.09.2020, www.hakanyilmaz.info.
- Yılmaz, H. (2012). Conservatism in Türkiye, Euroskepticism in Türkiye, Middle classes in Türkiye, Updating three previously conducted research projects. Date of completion: June 2012.
- Winkelmann, L. ve Winkelmann, R., (2010). Does inequality harm the middle class? *Kyklos*, 63(2), 301-316.
- Wooldridge, J. M. (2010). *Econometric analysis of cross section and panel data*. MIT Press.



BÖLÜM 26

Cemaleddin Afgânî'nin İstanbul Ziyaretleri ve Bıraktığı İzler

Turgut Subaşı¹

¹ Doç. Dr., Sakarya Üniversitesi, İnsan ve Toplum Bilimleri Fakültesi, Tarih Bölümü,
ORCID: 0000-0003-1677-0440

Giriş

Cemaleddin Afgânî, Hindistan, İran, Mısır, Rusya, İngiltere ve Fransa gibi dünyanın çeşitli coğrafyalarına yaptığı ziyaretleri ve fikirleriyle birçok aydın ve devlet adamını etkilemeyi başarmış bir düşünürdür. Afgânî'nin İstanbul'a yaptığı ziyaretler de bu bağlamda önemli izler bırakmıştır. Afgânî, Osmanlı Devleti'nin modernleşme hareketlerini desteklemiş, din, eğitim, özgürlükler, Osmanlıcılık ve İslâmcılık gibi konularda çeşitli görüşler öne sürmüştür.

İstanbul ziyaretleri sırasında Osmanlı aydınları ve devlet adamlarıyla yakın temasta bulunan Afgânî, Batı'da gelişme gösteren bilimsel ve kültürel değişimlerin İslâm coğrafyalarındaki etkilerini tartışmıştır. Afgânî'nin fikirleri, Osmanlı Devleti'nin düşünce dünyasını etkilemiş ve özellikle genç aydınların önemli bir kısmında karşılık bulmuştur.

Her ne kadar Afgânî'nin İstanbul ziyaretleri, Osmanlı reform hareketlerinin güç kazanmasına zemin hazırlamış, İttihat ve Terakki gibi muhalif hareketlerin düşünce dünyasına destek sağlamış olsa da onun fikirleri bazı devlet adamları ve ulema tarafından karşılık bulmamış ve ağır eleştirilere neden olmuştur. Ancak bütün bu muhalefete ve eleştirilere rağmen Cemaleddin Afgânî'nin düşünceleri Osmanlı Devleti'nin toplumsal, kültürel ve siyasi alanlarında izler bırakarak, Osmanlı modernleşmesinin değişim sürecinin hızlanmasına da katkı sağlamıştır.

Osmanlı Devleti'nde yenilik taraftarlarının giderek gücünü arttırdığı, eğitimde modernleşme adımlarının hızlandığı bir dönemde Afgânî'nin Sultan Abdülaziz devrindeki ilk İstanbul ziyareti devlet adamları, genç aydınlar ve öğrenciler tarafından ilgiyle karşılanırken medrese öğrencileri ve ulemanın büyük bir kısmı tarafından hoş karşılanmamış ve bu ziyarete tepki gösterilmiştir. Afgânî'nin ikinci İstanbul ziyareti ise daha çok siyasi alanda tesirini göstermiş, Sultan II. Abdülhamid'in İslâm birliği ve hilafet siyasetinin uygulanmasında Afgânî'nin gücünden faydalanılmak istenmiştir.

1. Cemaleddin Afgânî'nin Hayatı

İslâm dünyasında düşüncelerinden dolayı en çok konuşulup tartışılan kişilerinden biri olan Afgânî'nin asıl adı Seyyid Cemaleddin Muhammed b. Safder el-Afgânî el-Hüseynîdir. Onun doğum yeri, milliyeti, mezhebi hakkındaki bilgiler de en az fikirleri ve düşünceleri kadar tartışmalıdır. Bu konuda iki görüş vardır. Birinci görüşe göre, 1838 yılında İran'ın batısında yer alan Hamedan eyaletine bağlı Esedabad'da dünyaya geldiği, dolayısıyla İranlı ve Şii olduğu iddia edilir-

ken, ikinci görüşe göre ise, Afgânî'nin 1839 yılında Afganistan'ın Kâbil yakınlarındaki Kuner kasabasının Esedabad köyünde doğduğu ileri sürülmektedir. (Karaman, 2007:456; Kamgar, 2024:7-9)

Afgânî, Emir Dost Muhammed Han'ın daveti üzerine küçük yaşlarda babasıyla birlikte Kuner'den Kâbil'e gitmiş, ilk eğitim-öğretim hayatına burada başlayarak, okuma ve yazmayı da babası Seyyid Safdar'dan öğrenmiştir. Kâbil'de okuma yazmayı öğrenip temel eğitimini aldıktan sonra eğitimini ilerletmek amacıyla bu sefer Kâbil'den babasıyla birlikte Kazvin'e gitmiş, burada iki yıl Salihyye medresesi ve Pencali medresesinde dersler aldıktan sonra kendisini daha fazla geliştirmek amacıyla Kazvin'den İran'a geçmiştir. İran'da sahasında otoriter Âlimlerden hadis, fıkıh, tefsir ve tasavvuf alanında çeşitli dersler aldıktan sonra batı bilim ve edebiyatıyla tanıştığı Hindistan'a dönmüştür. Yaklaşık iki yıl da Hindistan'da eğitim alan Afgânî, burada batı bilim ve edebiyatıyla ilgili edindiği birikim ve tecrübeden sonra İslâm dünyasının içinde bulunduğu sorunlar ve çözümleri hakkında daha fazla kafa yormaya başlamıştır. (Kamgar, 2024:7-8) Eğitim hayatında, İslâmi ilimlerin yanı sıra felsefe ile müspet ilimleri de öğrenen Afgânî, Arapça, Farsça ve mükemmel olmasa da Türkçe'ye vakıf olup ayrıca anlayacak derecede İngilizce, Fransızca ve Rusça bilmektedir. (Keskinoglu,1962:91)

Afgânî, Hindistan'daki eğitimini tamamlamasının ardından Hacca giderek vazifesini yerine getirdikten sonra Afgânistan'a dönerek burada devlet hizmetinde görev aldı. Afgânî Emir Dost Muhammed Han'ın ölümünden sonra başlayan taht mücadeleleri yüzünden Afganistan'dan ayrılarak tekrar Hindistan'a döndü. Ancak Hindistan'daki İngiliz sömürge yönetiminin baskısı yüzünden burada da fazla kalamayarak Mısır'a gitti. Mısırda oldukça iyi karşılanan Cemaleddin Afgânî, Kahire'deki Ezher uleması ve öğrencileri ile yakın ilişkiler kurarak kendisine tahsis edilen özel ikametgâhında dersler vermeye başladı. (Ülken, 2013:296)

Mısır'da yaklaşık kırk gün kalan Cemaleddin Afgânî, Sultan Abdülaziz'in kendisini İstanbul'a davet etmesi üzerine Mısır'dan ayrılarak İstanbul'a geldi. Burada gerek devlet erkânı gerekse Osmanlı aydınları tarafından iyi karşılanan Afgânî, Şeyhülislâm Hasan Fehmi Efendi'nin sert muhalefeti nedeniyle 1871 yılında yeniden Mısır'a geri dönmek zorunda kaldı. Mısır'da 1871-1879 yılları arasında kendisine tahsis edilen konutunda sekiz sene ders verdi. Bu hizmetlerine mukabil Afgânî'ye aylık 12.000 Mısır lirası maaş bağlandı. Ancak Mısır yönetiminin kendi halkının çıkarlarından daha çok İngilizlerin çıkarlarına öncelik verdiği eleştirisi nedeniyle Mısır'dan sınır dışı edildi. Afgânî, Mısır hükümetinin aldığı karar doğrultusunda buradan ayrılarak 24 Ağustos 1879 tarihinde Hindistan'a geri döndü. (Kamgar, 2024:28-30)

1879-1882 yılları arasında Hindistan sömürge hükümeti tarafından zorunlu ikâmete tabi tutuldu. Bu zorunlu ikâmetin ardından sömürge hükümeti Afgânî'ye, Mısır, Afganistan ve İran gibi Müslüman ülkelere gitmemek şartıyla Hindistan'dan ayrılmasına izin verdi. Bunun üzerine Afgânî, Hindistan'dan ayrılarak önce Londra'ya oradan da 1883 yılında Paris'e gitti. Mısırdaki kaldığı sürede yetiştirdiği öğrencilerinden biri olan Muhammed Abduh ile birlikte Paris'te Arapça *Urvetu'l-Vuskâ* adlı Arapça bir dergi yayımlamaya başladı. Yaklaşık iki yıl yayın yapan Arapça derginin din ve siyaset alanında eleştiriler içerdiği gerekçesiyle yayımlanmasına son verildi. (Yılmaz, 2012:17)

Afgânî, Fransa'da bulunduğu sırada İran şahı Nasirüddin Kaçar'ın onu İran'a daveti üzerine 1886 yılında İran'a gitti. İran'da yakın ilgi ve alakayla karşılanan Afgânî Nasirüddin Kaçar'a danışman oldu ancak bir müddet sonra Afgânî'nin siyaset ve yönetim hakkındaki görüşleri Nasirüddin Kaçar'ı tedirgin etti. Bunun üzerine Afgânî İran'dan ayrılarak Rusya'ya gitti. Rusya'da yaklaşık üç yıl ikâmet eden Afgânî Rusya'dan Münih'e gitti. Afgânî, Avrupa gezisine çıkmış olan İran Şahı Nasirüddin Kaçar'la burada karşılaştı ve Şah onu bir kez daha İran'a davet etti, oda daveti kabul ederek 1889 yılında tekrar İran'a gitti. (Kamgar, 2024:31-34) Her ne kadar Afgânî İran'da halkın teveccühünü kazanmış olsa da yönetime yönelik eleştirileri sebebiyle İran yönetimi tarafından sınır dışı edildi. Afgânî önce Basra'ya oradan da ikinci defa Londra'ya gitti.

Afgânî, Londra da bulunduğu sırada Osmanlı Devleti'nin Londra Sefiri Rüstem Paşa aracılığı ile İstanbul'a davet edildi. Bu daveti kabul eden Afgânî ikinci sefer İstanbul'a geldi. Sultan II. Abdülhamid tarafından kendisine ev ve araba tahsis edilerek maaş bağlandı. Afgânî, hayatının son günlerine kadar İstanbul'da kaldı ve burada vefat etti. 9 Mart 1897 yılında kanser hastalığından vefat eden Afgânî Maçka Şeyhler Mezarlığı'na defnedildi. 1944 yılında ise Afgan hükümetinin isteği ile kemikleri Afganistan'a nakledildi. (Karaman, 2007:459)

Hitabeti güçlü olduğu için Afgânî fikir ve düşüncelerini kaleme almaktan daha çok sözlü olarak ifade etmeyi tercih etmiştir. Buna rağmen Afgânî'nin kitap, makale ve mektupları da mevcuttur. *Tetimmütü'l-Beyan fî Tarihi'l-Afgan* başlıklı eserini Kâbil'de kaleme almıştır. Eser Afganistan tarihini anlatmaktadır. Afgânî'nin diğer bir eseri ise *Hakikati Mezhebi Neyçiri ve Beyanı Hali Neyçiriyan* adlı kitabıdır. Eser daha çok *Dehriyyun'a Reddiye* olarak da bilinmektedir. Bu eserinde materyalist felsefeyi eleştirerek Batı emperyalizminin İslâm dünyası üzerindeki olumsuz etkileri üzerinde durmaktadır. Afgânî'nin bir de Mısır'da yetiştirdiği öğrencisi Muhammed Abduh'a yazdırdığı *Risâletü'l-Vâridât fî Sirri't-Tecelliyât* adlı eseri vardır. Bu kitaplarının haricinde Afgânî'nin kaleme aldığı

makalelerinin çoğu ise *Urvetu'l-Vuskâ* ve *Ziyâu'l-Hafikîn* adlı dergilerde yayımlanmıştır. Afgânî'nin İslâm birliğini sağlamak ve sömürgecilğe karşı mücadeleyi örgütlemek amacıyla Paris'te yayımlanan *Urvetu'l-Vuskâ* dergisi ise sadece 18 sayı çıkmış, İngiltere'nin baskıları sonucunda dergi kapatılmıştır. Bunun dışında, din, felsefe, eğitim konularında kaleme aldığı makale ve mektupları da vardır. Ayrıca, çeşitli şerh ve haşiye çalışmaları da yapmıştır.

Muhammed Ammare, Afgânî'nin bulabildiği bütün eserlerini *El Amalül Kâmile Cemaleddin al-Afgani* başlığıyla tek cilt halinde Kahire'de 1968'de yayımlamıştır. Mısırlı yazar ve araştırmacı Ali Şeleş ise doğuda ve batıda basılmış Afgânî'ye ait kitaplarını gözden geçirerek, bunlar içinde bulunmayan 1 kitap, 22 makale, 8 mektup ve 4 ayrı yazıyı 1986 yılında *Silsiletü'l-a'mâli'l-mechûle* başlığıyla Londra'da yayımlamıştır. Diğer taraftan İranlı araştırmacı Hadi Hüsrev Şahi de *Namehayi Siyasi- Tarihi Cemaleddin Hüseyini (Asedabatı)* isimli kitabında Afgânî'nin çok sayıdaki önemli mektuplarını toplayarak yayımlamıştır. (Karaman, 2007:464-465; Yılmaz, 2012:23-26; Kamgar, 2024:37-39)

2. Cemaleddin Afgânî'nin İstanbul'u İlk Ziyareti (1869-1871)

Cemaleddin Afgânî'nin İstanbul'u ilk ziyareti, Hindistan sömürge hükümeti ile yaşanan anlaşmazlık sonucunda Hindistan'dan ayrılarak önce Mısır'a ardından da İstanbul'a gelmesiyle gerçekleşmiştir. Afgânî'nin “*Ey müslümanlar! Siz insan değil de sinek olsaydınız vızıldınız İngilizler'in kulaklarını sağır ederdi! Ey Hintliler! Sizler su kaplumbağası olsaydınız İngiltere adasını yerinden söker denize batırırdınız!..*” (Karaman, 2007:475) şeklindeki düşüncelerini bilen Hindistan'daki İngiliz sömürge yönetimi halkın ona gösterdiği yoğun ilgiden dolayı endişelenerek Afgânî'yi ülke topraklarından çıkardı. Bunun üzerine Mısır'a giden ve burada da sadece 40 gün kalabilen Afgânî, 1869 yılında Sultan Abdülaziz'in daveti üzerine Mısır'dan ayrılarak İstanbul'a geldi. İstanbul'a gelen Afgânî, başta Sadrazam Mehmed Emin Âli Paşa olmak üzere bazı devlet adamları ve gençler tarafından ilgiyle karşılandı. Birinci İstanbul ziyaretinde Afgânî, Dârülfünun'un ilk müdürü olan Hoca Tahsin Efendi ve Meclis-i Maarif Reisi Münif Paşa ile yakın ve samimi ilişkiler kurmuştur. Hoca Tahsin ve Münif Paşa'nın Afgânî ile yakın ilişki kurmasının nedeni Afgânî'nin geleneksel Osmanlı İslâm anlayışından farklı bir İslâm anlayışını temsil etmesidir. Afgânî'nin bu düşüncelerinin Darülfünun'un açılış töreninde konuşma yapmasında da etkili olduğu anlaşılmaktadır. (Berkes, 2006:239) Nitekim Ebuzziya Tevfik de benzer bir görüşü savunarak Münif Paşa'nın Hoca Tahsin Efendi ve Cemaleddin Afgânî gibi isimleri himayesi altına almasını modernleşme döneminde yetenekli ve ilerlemeyi savunan eğitilmiş kişilere duyulan ihtiyaçtan dolayı olduğunu ileri sürmektedir. (Doğan, 1991:52)

Birinci İstanbul ziyaretinde Cemaleddin Afgânî'nin şöhretini artıran gelişme, Tanzimat dönemi Osmanlı modernleşmesinin en önemli kurumlarından biri olan Dârülfünun'un açılış konuşmasını yapmış olmasıdır. Osmanlı Devleti'nin modern anlamda eğitim veren ilk yükseköğretim kurumu olan Dârülfünun, geleneksel medrese sisteminden farklı olarak felsefe, mantık gibi akli ilimlerle eğitim veren bir kurumdur. Dârülfünun-u Osmânî, 20 Şubat 1870'te Sadrazam Mehmet Emin Âli Paşa, Maarif Nazırı Saffet Paşa ve diğer üst düzey devlet adamlarının da katıldığı büyük bir merasimle açıldı. Okulun müdürlüğüne ise 1857 yılında Paris'teki Mekteb-i Osmânî'de hocalık yapmış olan Hoca Tahsin Efendi atandı. (İhsanoğlu, 1993:523)

Dârülfünun'un açılış konuşmalarından birini de Cemaleddin Afgânî yapmıştır. Afgânî, Arapça yaptığı konuşmasında İslâm dünyasının geçmişteki seviyesini hatırlatarak İslâm'ın zamanla tembellik ve gaflet yüzünden gerilediğini belirtmiştir. Bununla beraber Afgânî, İslâmiyet'in geleneksel eğitim kurumu olan medreselerin bilimden uzaklaşarak gerilediğini ve bu durumun da yabancı devletlerin işgallerine zemin hazırladığını iddia etmiştir. Ancak tüm bu gerilemeye rağmen Sultan Abdülaziz ve onun yönetimi sayesinde toplumun yeniden uyanmaya başladığını, bilimsel kurumların açılmasıyla eğitimdeki ilerlemenin sağlanacağını ifade etmiştir. İslâm toplumlarının da diğer medeniyetler gibi ancak eğitime önem vererek ve çalışarak başarıya ulaşabileceğini dile getiren Afgânî, konuşmasında İslâm toplumlarının cehaletten kurtulması ve daha ileri seviyelere gelmesi için modern bilim ve eğitime önem verilmesi gerektiğinin altını çizerek Sultan Abdülaziz ve gelişmeyi savunan tüm Osmanlı aydın ve yöneticilerine teşekkürlerini sunmuştur. (Keskinoğlu, 1962:96-97)

Afgânî'nin ilk İstanbul ziyaretinin kısa sürmesine neden olan gelişme Dârülfünun'da verdiği bir konferans olmuştur. Dârülfünun'un ilk ders dönemini tamamlamasının ardından ikinci ders döneminin Ramazan ayına tesadüf etmesi sebebiyle ders işlenmeyeceğinden dolayı okulda konferanslar tertip edilmesine karar verilmiştir. Okulun müdürü olan Hoca Tahsin Efendi tarafından halka açık düzenlenen konferanslardan birinde Afgânî'nin de bir konuşma yapması talep edilmiştir. Hoca Tahsin Efendi'nin bu talebi üzerine Cemaleddin Afgânî sanayi ve ilerleme üzerine bir konferans vermiştir. Ancak Afgânî'nin buradaki konuşmasında "peygamber ve dinin aşağılandığı" iddiası büyük tepkilere neden olmuştur. Bu tepkiler sonrası başta Şeyhülislâm Hasan Fehmi Efendi ve bazı çevrelerin şiddetli itirazları üzerine Dârülfünun konferansları iptal edilmiştir. (İhsanoğlu, 1993:523)

Afgânî'nin "Fen ve Sanatların İlerleyişi" konulu bir konferans vermesini Münif Paşa ile Hoca Tahsin Efendi birlikte kararlaştırmışlardır. Ancak Dârülfünun'da ders vekili olan Filibe'li Halil Fevzi'nin konuşmayı "Peygamberlik bir sanattır" şeklinde farklı yorumlaması ve tahrikleri sonucu ortam bir anda gerilmiştir. Halil Fevzi, Afgânî'yi hedef alarak "Peygamber'e, dolayısıyla Allah'a karşı gelindiğini ve küfür işlendiğini" ileri sürerek Afgânî'nin bilimi dinin üzerinde tuttuğu ve küfre neden olduğu gerekçesiyle şeyhülislâmlık tarafından Afgânî hakkında soruşturma açılmasına sebep olmuştur. (Bilim, 2002:255)

Cemaleddin Afgânî'nin söylediği iddia edilen "Peygamberlik bir sanattır" sözü ile ilgili çok sayıda tartışmalar yapılmıştır. Mehmet Akif Ersoy da bu tartışmalara katılmış, Afgânî'nin ilerlemeci ve modern fikirlerini destekleyip, verdiği konferanstaki konuşmasının aslını inceledikten sonra, Afgânî'ye isnat edilen suçlamanın bu konuşmadan çıkarılamayacağını haklı olarak ifade etmiştir.² Afgânî söz konusu konuşmasında toplumu bir bedene ve toplumun her bir kesimini de bu bedendeki organlara benzetmiştir. Örneğin hükümdar, yönetim ve iradenin merkezi olan beyin gibidir; diğer meslekler ise bedendeki organlar gibi farklı işlevlere sahiptir. Toplumun saadeti, bu bedenin bir bütün olarak işlevsel olmasına bağlıdır. Bu saadet ise Allah tarafından bahşedilen peygamberlik ile bilgi ve düşünce yoluyla elde edilen felsefedir. Peygamberlik Allah vergisi olduğu için hatalardan münezzeh iken, felsefe ise insan düşünce ve bilgisine dayalı olduğundan dolayı tartışmalara açıktır ve hatalar içerebilmektedir. Peygamberlerin öğrettikleri ilahi bilgidir ve buna iman etmek zorunludur. Ancak filozofların görüşleri, yalnızca şer'i ilkelere aykırı olmadığı sürece kabul edilebilir. (Ergin, 1977:559-560) Görüldüğü gibi Afgânî'nin konuşmasından böyle bir anlam çıkarılamayacağı aşıkardır.

İlk İstanbul ziyaretinde yaşananlardan sonra artan gerilim üzerine Osmanlı yönetimi tarafından kendisine bir süre seyahat tavsiye edilen Afgânî, İstanbul'dan ayrılarak tekrar Mısır'a gitti ve 1871-1879 yılları arasında Mısır'da sekiz sene ders verdi. Afgânî, Mısırdaki sömürgecilik ve baskıcı hükümdarlar üzerine yaptığı konuşmaları ve yazıları sebebiyle Mısır hükümeti tarafından sınır dışı edilmesi

² Ergin, *Türk Maarif Tarihi*, s. 559-560. Afgânî'nin Darülfünun'da yaptığı konuşmasının orijinal metni: "Maişeti insaniye zi hayat bir bedene benzer. Sanayiın her biri maişete olan medarı itibarıyla o bedenin uzvu mesabesindedir. Meselâ melik: tedbirin, iradenin merkezi olan dimağın aynıdır. Demircilik kol, çiftçilik ciğer, gemicilik ayak gibidir... Saadeti insaniyenin bünyesi, cismi bu suretle teşekkül eder. Cismen canı ise ruhla kaim olmasına nazaran bu cismin yani saadeti beşeriyenin ruhu ya nübüvvettir yahut hikmettir. Lâkin bunlar başka başka şeylerdir. Nübüvvet bir âtayı İlahidir ki çalışmakla elde edilemez. Cenabı Hak mahlûkları arasından her kimi isterse bu feyze mazhar kılar. Hikmete gelince: Bu imali fikir ile, iktisabi malûmat ile kazanılır. Sonra Nebî hatadan mâsundur. Halbuki hâkim hataya düşebilir. Bir de ahkâmı nübüvvet dâmeni ismeti levsi batılın hücumundan münezzeh olan ilmi ilâhî üzerine varid olmuştur ki bunları kabul imanın feraizi esasiyesindendir. Hükemanın ârâsına gelince: Bunlara ittiba mütehattim olmayıp ancak şer'i ilâhiye muhalif olmamak şartıyla akla muvafık geleni kabul edilebilir."

üzerine yeniden Hindistan'a gitti ancak 1879-1882 yılları arasında Hindistan'da zorunlu ikâmete tabi tutuldu. Hindistan sömürge yönetiminin 1882 yılında Mısır, Afganistan ve İran gibi Müslüman ülkelere gitmemesi şartıyla zorunlu ikâmetini kaldırılması sonucu Afgânî sırasıyla İngiltere, Fransa ve Rusya gibi çeşitli ülkelere gitti. 1892 yılında ise Osmanlı Devleti'nin Londra sefiri aracılığı ile Sultan II. Abdülhamid'in daveti üzerine tekrar İstanbul'a geldi. (Ülken, 2013:297)

3. Cemaleddin Afgânî'nin İstanbul'u İkinci Ziyareti (1892-1897)

Cemaleddin Afgânî Londra'da bulunduğu sırada Sultan II. Abdülhamid'den iki kez davet aldı. İttihadî İslâm politikasında kendisinden istifade edebileceği düşüncesiyle Sultan Abdülhamid onu Londra'daki elçisi Rüstem Paşa aracılığı ile İstanbul'a davet etti. Afgânî ilk davete mazeret beyan ettiyse de ikinci daveti kabul ederek, 1892 yılında ikinci kez İstanbul'a geldi. Padişah Afgânî'ye İstanbul Teşvikiye'de bir ev ve araba vererek maaş bağladı. İstanbul'da iyi ağırlanan Afgânî istediği zaman padişahla görüşebiliyor ve Cuma namazını da bir arada kılabilirdi. Afgânî bu görüşmeler sırasında İslâm birliği ve Sünnî-Şîî yakınlaşmasının yolları gibi konularda padişaha bazı raporlar hazırladı. (Karaman, 2007:459; Kamgar, 2024:34)

Yıldız sarayında memleketin çeşitli yerlerinden gelen Kürt aşiret liderleri ve Arap ulemasından bazı nüfuzlu kimseler ağırlanıyor ve Afgânî de zaman zaman bunlarla bir araya geliyordu. (Yalçinkaya, 1990:50) Tanzimat ile birlikte Osmanlı Devleti'nin merkezi otoritesi bir miktar güçlenmiş olsa da 19. yüzyılın sonlarında farklı mezhep ve milliyete mensup kesimlerde ayrılıkçı hareketlerin görülmesi merkezi otoritenin sarsılmasına yol açmıştı. Merkezi otoriteyi yeniden güçlendirmek için Sultan II. Abdülhamid farklı din ve mezhebe mensup bu kesimlerin devlete olan bağlılıklarını arttırmak için çalışmalar yürütmüştür. Örneğin Sultan II. Abdülhamid'in 1880 yılında yaptırdığı çalışmalar Şiîliğin özellikle güneydeki aşiretler arasında kaygı verici bir şekilde yayıldığını göstermekteydi. Şiî mollalarına İran tarafından finansal destek sağlanması ve bu mollaların Osmanlı ordusuna sızması, Şiî inancının kutsal mekanları olan Necef ile Kerbela'nın İran denetimine girmesi Osmanlı yönetimi için ciddi bir sorun teşkil etmekteydi. Şiîlerin, Osmanlı halifesinin otoritesini tanımamaları ve güvenilmez bir azınlık olarak görülmeleri, diplomatik ilişkilerde de gerilimlere yol açmıştı. Osmanlı yönetimi, Bağdat'taki medreseleri güçlendirip, Şiî törenlerini yasaklayarak bu soruna çözüm aradıysa da bölgede yapılan çalışmalarda sürekliliğin olmaması nedeniyle bu politikalar başarılı olmamıştır.

Bu gelişmeler çerçevesinde Sultan II. Abdülhamid, Şiî sorununu çözebilmek ve mezhep ayrılıklarının batılı devletler tarafından desteklenmemesi için hilafet

ve İslâm birliği siyasetini birleştirici bir unsur olarak görmekteydi. Bunun için bölgedeki nüfuzlu alimlerden destek alınmasına karar verildi. Bu alimlerden biri olan Cemaleddin Afgânî de Sultan II. Abdülhamid'in siyasetine uygun fikirleri savunuyordu. Afgânî'ye göre İslâm dünyasının hilafet merkezinde birleşmesi ve sömürgeci batılı devletlerin egemenliğine karşı ayaklanması gerekiyordu. Bu doğrultuda Sultan II. Abdülhamid'in hilafet ve İslâm birliği siyasetinin başarılı bir uygulayıcısı olarak görülen Afgânî'nin önderliğinde Osmanlı uleması ve İranlı muhaliflerden oluşan bir grup, Sünni-şii yakınlaşması için çalışmalara başladı. (Georgeon, 2006:314-315).

Afgânî, bu amaçla başladığı çalışmalarında, İslâm dünyasındaki önemli şahsiyetlere Sünni-şii yakınlaşmasının önemini anlatan mektuplar yazmıştır. Afgânî gönderdiği 600 mektubuna karşılık 200 kadar cevap alabilmiştir. İran hükümetinin gelişmelerden kaygı duyması ve Nasırüddin şah'ın Afgânî'nin öğrencilerinden biri tarafından öldürülmesi bu çalışmaları engelleyerek iki ülke arasında diplomatik gerilimlere yol açmıştır. ( zcan, 2001:473)

Afgânî, dini birleştirici bir unsur olarak görmekle beraber siyasi, askeri, ekonomik ve kültürel birliğin sağlanabilmesi için güçlü bir merkezi otoriteye ihtiyaç duyulduğunu da savundu. Güçlü bir merkezi otoritenin sağlanmasında ise halifeliliğin kritik bir rol oynayacağı muhakkaktı. Afgânî ve Sultan II. Abdülhamid'i bir araya getiren de bu iki unsur oldu. Hilafet ve İslâm birliği siyaseti muhalif azınlıkları yatıştıracak ve ayrılıkçı eylemlerin olduğu bölgeleri batılı devletlerin denetiminden de uzaklaştıracaktı. Halife, İslâm toplumunun tüm alanlarında birliği sağlamak ve korumak için geniş yetkilerle donatılmalıydı. Bu sayede, İslâm  mmeti birleşir ve dış tehditlere karşı birlik içinde hareket edebilirdi. (Amiry, 2024:231)

Sultan II. Abdülhamid, Osmanlı Devleti'nin sınırlarındaki topraklar üzerinde yaşayan bütün halkı merkezle bütünleştirmeyi hedeflemiş ve devletin varlığını bu şekilde sağlamlaştırmaya çaba sarf etmiştir. Bu amaçla Cemaleddin Afgânî'yi de çevresinde tutmaya çalışmıştır. Ancak  ene kanserine yakalanan Afgânî 9 Mart 1897 tarihinde İstanbul'da vefat etmiş, cenazesi Maçka-şeyhler mezarlığında meçhul bir yerde toprağa verilerek, 1927 yılına kadar defnedildiği yer gizli tutulmuştur. 1927 yılında ise Müzeler Müdürü Halil Ethem Eldem'in katkılarıyla mezarı bulunarak onarılmıştır. Afganistan hükümetinin talebi üzerine ise Afgânî'nin kemikleri 1944 yılında Kâbil'e nakledilerek, Kâbil  niversitesi'nde yapılan bir anıt mezara defnedilmiştir. (Kamgar, 2024:35)

4. Cemaleddin Afgânî'nin Bıraktığı İzler

İslâm dünyasının özgürlüklerden yoksun bırakıldığını, özgürlük sorunun mutlaka çözülmesi gerektiğini savunan Cemaleddin Afgânî'ye göre İslâm'ın bidatlardan uzaklaşarak medeniyet yolunda ilerlemesinin sağlanması, Müslüman ülkelerin Avrupalıların siyasi ve ekonomik egemenliğinden kurtarılmasıyla mümkün olacağına inanan Cemaleddin Afgânî'nin ilki 1869-1871, ikincisi ise 1892-1897 yılları arasında gerçekleştirdiği İstanbul ziyaretlerinde; Avrupa karşısında İslâm dünyasının geri kalmışlığının sebepleri, İslâm birliği, eğitim reformu, dilde birlik, Türkçülük gibi konularda dile getirdiği görüş ve düşünceleri Osmanlı toplumunda, özellikle genç aydınlar üzerinde önemli izler bırakmıştır.

Afgânî'nin, İslâm dininin felsefeye ve akli ilimlere karşı olmadığını, bu ilimlerin öğrenilmesinin Müslümanların ilerlemesine vesile olacağını ifade etmesi, gelenek ve çağdaşlaşma arasında çatışma yaşayan Osmanlı Devleti'nde de karşılık bulmuştur. Bununla birlikte modern bir eğitim reformu öneren Afgânî'nin Osmanlı Devleti'nde en etkili görüşü ise İslâm devletlerinin Batılı devletler karşısında birlik ve beraberlik içerisinde kendilerini güçlendirmeleri gereğine vurgu yapmasıydı. Nitekim Sultan II. Abdülhamid de bu fikirlerinden dolayı kendisinden faydalanmak istemiştir. (Mardin, 1991:15-16)

Cemaleddin Afgânî Batı karşısında dini birleştirici bir unsur olarak görmüş ve İslâm ülkelerinin geri kalma sebebini İslâm esaslarından uzaklaşılmasına bağlamıştır. Afgânî'ye göre yöneticilerin hatalı davranışları ve İslâm ülkelerindeki mezhep ayrılıkları siyasi bölünmeyi de beraberinde getirmiştir. İslâm'ın ilk asrındaki Hulefâ-i Râşidîn dönemindeki yönetim anlayışından uzaklaşıldığından dolayı batı karşısında güçsüz kalan İslâm devletlerinin yeniden o parlak çağı yaşayabilmeleri ancak bir halife önderliğinde Müslüman devletlerin bir araya gelmesiyle mümkün olacaktı. (Alperen, 2015:89)

Afgân'nin gelenekselleşmiş din eleştirisinde öne çıkan bir başka unsur ise modern bir eğitim reformu tavsiyesidir. Afgânî, geleneksel eğitim sisteminin yürütücüleri olarak ulema sınıfını eleştirerek doğruyu bulma ve yönlendirme konusunda ulemanın yanlış yolda olduklarını iddia etmektedir. Ona göre ulema Kur'an üzerine biriktirilmiş görüş ve içtihatları bir vahiy gibi ele almış, anlaşılması zor metinler üzerinden görüşler ileri sürerek boşa vakit harcamıştır. Bu zamana kadar sorgulamadan, araştırmadan, düşünmeden ezberci bir eğitim sistemi inşa etmişlerdir. Afgânî, eğitim üzerine eleştirilerinde Osmanlı Devleti'nin modern bilimlerin öğretilmesi amacıyla açtığı yeni okullarda hedeflenen başarılarla ulaşılamamasının sebebini ise okulların müfredat programlarında felsefe, mantık gibi akli bilimlerle ilgili derslere yer verilmemiş olmasına bağlamaktadır. Afgânî'ye göre

Osmanlı yönetimi ders müfredatında bu değişiklikleri yapabilmiş olsaydı araştırmayı ve sorgulamayı öğrenerek Batılı ülkelerden bağımsız olarak kendi ülkelelerinde kendilerine özgü reformları gerçekleştirebilirlerdi. (Yücel, 2020:1188-91)

Nitekim Afgânî Dârülfünun'un açılış konuşmasında da bu eleştirisini dile getirmiş, geleneksel eğitim kurumlarının ciddi bir reforma ihtiyacı olduğunu vurgulamıştır. Önerdiği eğitim reformu sayesinde Osmanlı toplumu Batılı devletlerden taklit edilerek alınan ve Osmanlı Devleti'nin dinine ve toplumuna uymayan yenilikler yerine kendi toplumsal değerlerine uygun yenilikler geliştirilebilecekti. Böylece reform sürecinde istenilen başarı da sağlanmış olacaktı.

Afgânî'nin doğrudan olmasa da dolaylı olarak etkilediği siyasi bir yapı olan Jön Türk hareketi olmuştur. Geleneksel din anlayışı yerine bilimi müdafaa eden ve Osmanlı Devleti'ni içinde bulunduğu sorunlardan kurtarabilecek bir hareket olarak Türkçülüğü savunan Jön Türkler, “insanları birleştiren iki unsurdan biri din ve diğeri de dildir” diyen Afgânî'nin bu düşüncesinden etkilenerek ona yakınlık duymuşlardır. (Mardin, 1994:65). Afgânî ile Jön Türkler arasındaki ilk temas ise Halil Ganem aracılığıyla olmuştur. Afgânî'nin “terakki ve hürriyet” görüşlerini savunması İran Şahı, Mısır Hıdivi ve Osmanlı Sultanı gibi yöneticiler tarafından otoritelerini tehdit edici olarak onun bu düşüncelerini görmeleri Ganem'in dikkatini çekmiş ve bu durum onun Afgânî'ye ilgi duymasına sebep olmuştur.

Hayatının son dönemlerini geçirdiği İstanbul'da Afgânî'den milliyetçi aydınlar kadar reformist ve muhafazakâr aydınlar da etkilenmiştir. Yusuf Akçura, Ahmet Ağaoğlu, Mehmet Emin Yurdakul gibi milliyetçi aydınlar Afgânî'nin dil birliği fikirlerine sempati duyarken, Seyyid Bey, Şemseddin Günaltay gibi reformist aydınlarda onun çağdaşlaşma düşüncelerini ilgiyle karşılamışlardır. Afgânî, İslâm birliği düşüncesiyle de Mehmet Akif ve A. Hamdi Efendi gibi muhafazakâr aydınlarla bir bağ kurmayı başarmıştır. (Ahmady, 2012:33)

Sonuç

Afgânî, İslâm dünyasının bilim ve teknolojide geri kaldığı, birlik ve beraberliğini kaybettiği, Osmanlı Devleti'nin ise dağılma sürecine girdiği bir dönemde, Avrupa'nın İslâm dünyasında gittikçe artan etkisi sonucu ortaya çıkan sorunları çözmek amacıyla İslâm'ın temel prensiplerini yeniden yorumlayarak bu sorunlara çözüm üretmeyi hedeflemiş 19. yüzyıl İslâm dünyasının en önemli düşünürlerinden birisidir.

Cemaleddin Afgânî'nin, Hindistan, Afganistan, İran, İngiltere, Fransa, Rusya ve Osmanlı gibi geniş ve farklı coğrafyalara gerçekleştirdiği ziyaretleri sırasında

İslâm dünyası ve içinde bulunduğu sorunlar ile ilgili dile getirdiği görüş ve düşünceleri geniş çevrelerde karşılık bulmuştur.

Afgânî'nin İstanbul'a yaptığı ziyaretleri, Osmanlı toplumunda önemli etkiler bırakmıştır. Modernleşme, eğitim, din ve özgürlük gibi konularda ileri sürdüğü görüşler, Osmanlı'daki genç aydınlar ve yönetici sınıf arasında yankı bulmuş ve Jön Türkler gibi muhalif hareketlerin fikri temellerini şekillendirmeye de katkı sağlamıştır.

Afgânî'nin reformist düşünceleri, Osmanlı Devleti'nin modernleşme hareketlerinin güç kazanmasına ve kritik dönemlerde yaşanan gerginliklerin de yatıştırılmasına yardımcı olmuştur. Örneğin mezhep farklılıklarının siyasi krizlere yol açtığı bir dönemde Sultan II. Abdülhamid'in hilafet ve İslâm birliği siyasetinin uygulanmasında Afgânî'nin nüfuzundan faydalanma yoluna gidilmiştir. Bununla birlikte Afgânî'nin görüşleri hürriyet ve ilerleme taraftarı olan genç Osmanlı aydınlarının düşünce dünyasına etki etmiş, dil birliği gibi kavramlar, Jön Türk hareketinin fikri altyapısının oluşmasında da belirleyici olmuştur. Afgânî'nin özgürlük, modernleşme ve İslâm'ın çağdaş dünyaya uyarlanması konusundaki yenilikçi fikirleri Batı'nın sömürgeci politikalarına karşı duruşunu da güçlendirmiştir.

Seyahat ettiği her ülkede devlet yetkilileri ve aydınlar tarafından büyük bir ilgiyle karşılanan Afgânî, düşüncelerini dile getirmekten çekinmemiş ve bu durum onun kimi zaman zorunlu ikâmetine ve kimi zamanda sürgün edilmesine yol açmıştır. Devlet yöneticilerinin Afgânî'ye karşı tedirgin olmalarının sebebi ise onun meşrutiyet temelli bir yönetim sisteminin kurulması gerektiğini savunması olmuştur. Afgânî'ye göre, gücün tek bir kişinin elinde toplandığı yönetim sistemleri yerine, halkın katılımını esas alan meşruti yönetimler kurulmalıdır. Ancak böyle bir toplum kendi içerisinde çıkan gerçek temsilciler aracılığı ile yönetime katılabilir ve içinde bulunduğu sorunları da ortak akılla kolayca çözebilir.

Her ne kadar siyaset, eğitim ve dini konularda Afgânî'nin fikirleri toplum üzerinde etki bırakmışsa da onun bilgi birikimi ve nüfuzu ile ilgili bazı eleştiriler de bulunmaktadır. Niyazi Berkes, Afgânî'nin bilgi ve nüfuzunun olduğundan daha fazla abartıldığını, onun Osmanlı Devleti'nde siyasi, toplumsal ve düşünce alanlarındaki etkisinin sınırlı olduğunu savunmaktadır. Berkes'e göre, Afgânî'nin İslâm dünyasındaki reformist düşünceleri, onu fikir adamı olarak öne çıkarmasına rağmen, uygulamada kalıcı bir değişim yaratmamıştır. Ayrıca, Afgânî'nin farklı düşünce akımlarını birleştirmesi zaman zaman fikirlerinin tutarsız ve etkisiz olduğu eleştirisine de sebep olmuştur.

Sonuç olarak Afgânî'nin İstanbul ziyaretlerindeki faaliyetleri Osmanlı Devleti'nin içerisinde bulunduğu siyasi, fikri ve toplumsal şartlar göz önünde bulundurularak değerlendirilmelidir.

Kaynakça

- Ahmady, E. (2012), Cemaleddin Afgânî'nin Düşünce Dünyası, Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Basılmamış Yüksek Lisans Tezi.
- Alperen, A. (2015), "Cemâleddîn Afgânî'nin İslâm Birliği ile İlgili Görüşlerinin Günümüz Müslüman Dünyasındaki Parçalanmışlık Sorunsalı Açısından Değerlendirilmesi", Bozok Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi, C.7, ss.81-96.
- Amiry, N. (2024), Seyyid Cemaleddin Afgânî'nin Hayatında Batılı Güçler ve İslâm Dünyasında Bıraktığı İzler, Samsun 19 Mayıs Üniversitesi, Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, Basılmamış Doktora Tezi.
- Berkes, N. (2006), Türkiye'de Çağdaşlaşma, Yapı Kredi Yayınları, İstanbul.
- Bilim, C. (2002), Türkiye'de Çağdaş Eğitim Tarihi (1734-1876), Anadolu Üniversitesi Yayınları, Eskişehir.
- Doğan İ. (1991), Tanzimat'ın İki Ucu: Münif Paşa ve Ali Suavi (Sosyo-Pedagojik Bir Karşılaştırma), İz Yayıncılık, İstanbul.
- Ergin, O.N. (1977), Türk Maarif Tarihi, C.1-2, Eser Matbaası, İstanbul.
- Georgon, F. (2006), Sultan Abdülhamid, çev. Ali Berktaş, Homer Kitabevi
- İhsanoğlu, E. (1993), "Dârülfünun" Türkiye Diyanet Vakfı İslâm Ansiklopedisi, ss.521-525.
- Kamgar, S. (2024), Seyyid Cemaleddin Afgânî'ye Göre Devlet ve Toplum, Sakarya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Basılmamış Yüksek Lisans Tezi.
- Karaman, H. (2007), "Efgani, Cemaleddin", Diyanet İslâm Ansiklopedisi, C. 10, ss.456-466.
- Keskinoglu, O. (1962), "Cemâleddîn Efgânî", Ankara Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi, C.10, Ankara Üniversitesi Basım Evi.
- Mardin, Ş. (1991), Türkiye'de Din ve Siyaset, İletişim Yayınları.
- Mardin, Ş. (1994), Jön Türklerin Siyasî Fikirleri 1895- 1908, İletişim Yayınları., İstanbul.
- Özcan, A. (2001), "İttihad-ı İslâm", Türkiye Diyanet Vakfı İslâm Ansiklopedisi, C.23, ss.470-475.
- Şeleş, Ali. (2013) Cemaleddin Afganî, İz Yayınevi, İstanbul.
- Ülken, H. Z. (2013), Türkiye'de Çağdaş Düşünce Tarihi, Türkiye İş Bankası Yayınları.
- Yalçınkaya, A. (1990), Cemaleddin Efgânî ve Türk Siyasal Hayatındaki Etkileri, İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Basılmamış Yüksek Lisans Tezi.
- Yılmaz, A. (2012), Seyyid Cemaleddin Afgânî ve Din Eğitimi Anlayışı, Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Basılmamış Doktora Tezi.
- Yücel, T. (2020), "Modern İslâm Düşüncesinde Eğitim Anlayışı (Fazlur Rahman Muhammed İkbâl ve Cemaleddin Afgânî Örneği)", İnsan ve Toplum Bilimleri Araştırmaları Dergisi, Sayı: 9/2, ss.1173-1199.



BÖLÜM 27

Rus Diplomat N. F. Petrovskiy'nin Buhara Gezisi (1872)

Gülmar Kara¹

¹ Doç. Dr., Çankırı Karatekin Üniversitesi, Tarih Bölümü, ORCID No: 0000-0003-3283-7246

Giriş

19. yüzyılın ikinci yarısında Çarlık Rusya'sının Türkistan politikasının tümüyle Türkistan Genel Valisi General K. P. Kaufman'ın elinde olduğunu söylemek abartı olmayacaktır. Türkistan Genel Valiliği, Rusya'nın bölgedeki üssü olduğundan Rus imparatorunun 17 Temmuz 1867 tarihli kararnamesi ile General Kaufman'a komşu ülkelere elçiler gönderme, ikili anlaşmalar imzalama, tüm siyasi, sınır ve ticari meseleleri çözme konusunda gerekli tüm yetkiler verilmişti. Ona "her şeyden önce Rusya'nın ticareti ve sanayisi için Orta Asya'nın derinliklerine geniş ve kolay erişilebilir bir yol açma" görevi verilmiştir.² Yerli halkın "yarım padişah" lakabını taktığı General Kaufman da Rusya'nın bölgedeki hâkim konumunu güçlendirmek için büyük çaba göstermiştir. Artık Özbek hanları Rus imparatoruna direkt elçilik gönderemiyorlar, tüm meseleleri General Kaufman aracılığıyla çözmek zorundaydılar.

Çarlık Rusya'sının Özbek hanlıkları topraklarında ilerleyişi Rusya'nın sanayicileri, yatırımcıları, tüccarları tarafından da sevinçle karşılanmıştı. Özellikle Nijniy Novgorod, Tver', Tula, Yaroslavl' vs. Rusya şehirlerindeki tekstil vb. fabrika sahipleri bu durumu değerlendirmek için kolları sıvamışlardı. Ünlü Rus iktisat uzmanlarından İ. İ. Yancul, Özbek hanlıkları topraklarının işgal edilmesinden sonra şöyle yazmıştı: "Rus imalatçıları burada mevcut olandan daha geniş pazara sahip olacaktır. Siyasi fethi ticari fetih takip edecektir."³

Böylece Rus iş adamları, subayları ve araştırmacılarının Özbek hanlıklarına araştırma, inceleme gezileri de sıklaşmıştı. Bölgede görevlendirilmiş olan birçok üst düzey Rus subay, işgalin devam etmesi ve hanlıkların, özellikle Buhara Emirliği'nin Rusya'ya tamamıyla dahil edilmesi gerektiği konusunda ısrarcıydılar. 1865'te Buhara'ya diplomatik misyonla gelen A. İ. Gluhovskiy, Petersburg'a döndükten sonra hükümet için hazırladığı "Buhara Hanlığı'nın Rusya için önemi ve Orta Asya'daki nüfuzumuzu sağlamlaştırmak için kararlı önlemler alma ihtiyacı hakkında" adlı raporunda bu görüşü dile getirmiştir. Ona göre, Rusya ticaretinin refaha kavuşması imalat sanayisinin gelişmesiyle gerçekleşecekti. Buna ulaşmanın tek yolu da Buhara Emirliği'nin tamamen zapt edilmesiydi.⁴

² N. A. Halfin, *Prisoyedineniye Sredney Azii k Rossii (60-90 Gody XIX. Veka)*, Nauka, Moskva 1965, s. 225.

³ İ. İ. Yanjul, "İstoricheskiy Oçerk Russkoy Torgovli s Sredney Azii", *Moskovskiy Universitetskiy İzvestiya*, 1869, no. 5, s. 43.

⁴ Rusya sanayicileri ve iş adamlarıyla sıkı bir bağlantısı olan A. İ. Gluhovskiy, Çarlık Rusya'nın Özbek hanlıklarını işgaline birebir iştirak etmiş subaylardan birisidir. Uratpe ve Cizak muharebelerinde gösterdiği gayreti için çeşitli madalyalarla ödüllendirilmiştir. 1865/66'da General Çernyayev tarafından Buhara'ya gönderilen K. V. Struve'nin ekibindeydi. Buhara emiri Rus elçilik heyetini alkıymuş, heyet yedi ay boyunca Semerkant'ta tutsak kalmıştı. Onun bu gezi hakkındaki raporu 1867'de yayınlanmıştır. Bkz. *Zapiska o Znaçenii Buharskogo Hanstva Dlya Rossii i o Neobhodimosti Prinyatiya Reşitel'nyh Mer Dlya Proçnogo Vodvoreniiya Naşego Vliyaniya v Sredney Azii*, St.-Peterburg, 1867.

Buhara Emirliği ve Rusya arasındaki savaş Rusya'nın zaferiyle sonuçlanmıştı. 23 Haziran 1868'de barış anlaşması imzalanmış, Buhara hükümeti, Rusların işgal ettiği Hocent, Uratepe ve Cizak, Semerkant, Kattakurgan şehirlerini Zirabulak'a kadar Rusya'ya vermek zorunda kalmıştır. Ayrıca Rusya'ya 500.000 ruble tazminat ödemek zorundaydı.⁵ Ayrıca bu anlaşma kapsamında Rus tüccarlar, Buhara Emirliği sınırlarının tamamında serbest ticaret hakkı, ticarî temsilcilikler açma hakkı ve Rus mallarından 2,5 % oranında vergisi tahsil edilmesi, Buhara Emirliği üzerinden komşu devletlere serbest geçiş hakkı sağlanmıştır. İki devletin sınır bölgelerinde de kontrol sağlanmış, Buhara emirinin bağımsız dış politika yürütmesine kısıtlama getirilmiştir. Buhara Emirliği topraklarında Kerki, Kelif, Pattakesar (Tirmiz), Ayvac, Saray ve Bagarık'ta Rus gümrük kontrol noktaları kurulmuştur. Rusya'nın tekstil endüstrisi için gerekli hammaddelerin büyük miktarda ithalatını sağlamak amacıyla, Rusya Maliye Nazırlığının izniyle 12 Aralık 1868'de General Kaufman, Rusya'ya ithal edilen ham pamuktan alınan vergilerin tahsilatını kaldıran bir kararname yayınlamıştır. Bu, yerel zanaat ürünlerinin Rusya'ya ihracat hacminde azalmaya ve pamuk, ipek ve astragan kürkü gibi yerel hammaddelerin payının artmasına yol açmıştır. Buhara Emirliği, Rus İmparatorluğu'nun vasal devleti haline gelmiştir.⁶

Bu da Rus girişimcileri Orta Asya ile ticaretini genişletmeye ve Türkistan'ın doğal kaynaklarından yararlanmaya büyük ilgi göstermesine teşvik etmiştir. Moskova'da, Moskova Tarım Derneği ve Moskova Üniversitesi Doğa Tarihi Severler Derneği'nin Türkistan'ın ekonomik kaynakları konusunda ortak bir toplantısı düzenlenmişti. Çeşitli sanayi ve ticaret derneklerinden 500'ün üzerinde temsilcinin yanı sıra önde gelen bilim adamları katılan toplantıda konuşan Moskova Tarım Derneği Başkanı I. N. Şatilov, Türkistan'ın doğal kaynakları ve ekonomisi hakkında hazırladığı raporda "Tüccarlar ve sanayicileri Rus ordusunun başlattığı işi bitirmeye ve Rusya'nın Asya'daki önemini güçlendirmeye" davet etmiştir.⁷ Rus İmparatorluğu'nun Türkistan topraklarında yayılması tüm Rusya'nın iş çevreleri tarafından sevinçle karşılanmıştır. "Moskova" gazetesinin yayıncısı ve editörü I. S. Aksakov, Rusya'nın Türkistan pazarlarında hâkimiyetini kalıcı kılmaya çağırmış, ayrıca Buhara'da İngiliz konsoloslğunun kurulmasına karşı uyarıda bulunmuştur.⁸

⁵ A. Ya. Sokolov, *Torgovaya Politika Rossii v Sredney Azii i Razvitiye Russko-Afganskikh Torgovyh Otnoşeniy*, Taşkent, 1971, s. 65.

⁶ B. İ. İskandarov, "Buhara (1918-1920)", red. V. A. Kozackovskiy, İzd. Donış, Duşanbe, 1970, s. 16.

⁷ *Sovremennaya Letopis*, "Moskovskiy Vedomosti" gazetesinin eki, 1866, no. 10, s. 5-8.

⁸ N. A. Halfin, *Prisoyedineniye Sredney Azii k Rossii (60-90 Gody XIX. Veka)*, Nauka, Moskva, 1965, s. 229.

1868’de Hokand Hanlığı ve Buhara Emirliği’ne uygulanan toprak ilhakları ve eşit olmayan anlaşmalar sonucunda Çarlık hükümeti bu ülkelerde tam hakimiyet elde ederek en büyük ve en zengin iki hanlığı kontrolü altına almıştır.

Bunlardan biri de Türkistan Genel Valiliği’nde ticaret ataşesi olarak görevlendirilmiş olan N. F. Petrovskiy’nin 1872’deki Buhara Emirliği’ne gezisiydi. Petrovskiy’nin bu gezisi aslında resmî olmayan bir seyahat olmasına rağmen, Rus işgalinden sonraki ülkedeki değişimleri anlamak için önemli gezilerden birisi olmuştur. Taşkent’ten yola çıkan Petrovskiy’nin ekibi birçok şehir ve köyü ziyaret etmiş, Karşı’de Buhara Emiri ile görüşmüştür. Gezi günlüklerinde Buhara’nın tasvirini yapan Petrovskiy, o sırada artık neredeyse bağımsızlığını kaybetmiş ve Rusya’nın güdümünde olan Buhara Emirliği hakkında ilginç bilgiler vermektedir.

N. F. Petrovskiy’nin Kısa Biyografisi

Ünlü Rus diplomat, şarkiyat araştırmacısı Nikolay Fedoroviç Petrovskiy, 1837’de Moskova’da doğmuştur. Asker bir ailenin ferdi olarak geleneği devam ettirmiş ve Moskova Askeri Okulu’na girerek 1858’de başarıyla mezun olmuştur. İlk görev yeri Astrahan idi. Ancak genç teğmen çok geçmeden hizmetinden ayrılarak daha çok ilgisini çeken arkeoloji, etnografya, doğu dilleri ile ilgilenmeye başlamış, makaleler yayınlamıştır. Evlendikten sonra devlet kurumlarında çalışmaya başlayan Petrovskiy, 1870’te Türkistan Genel Valiliği’ne Rusya Maliye Nazırlığı’nın temsilcisi olarak görevlendirilmiştir. Görev yeri Taşkent idi. Böylece onun hayatının sonuna kadar devam edecek Türkistan macerası başlamıştır. Kendi anlatımına göre, anlaşabilecek düzeyde yerli (Türkçe) dili öğrenmişti. Ayrıca yerli yöneticiler ile dostluk ilişkiler kurması sayesinde onlardan çeşitli konularda bilgi alıyordu.⁹

Dönemin Türkistan Genel Valisi General K. P. Kaufman’ın görevlendirilmesiyle 1872’de Buhara’ya yaptığı ilk seyahatinde iyi bir gözlemci ve araştırmacı olduğunu kanıtlamıştı. Bu seyahatinin neticeleri sonrasında makale olarak yayınlanmıştır.¹⁰ Petrovskiy’nin elde edindiği bilgiler sayesinde Rusya ve Buhara Emirliği arasında daha önce yapılmış olan anlaşma detaylandırılarak yenilenmiştir. Taşkent’te bu görevini beş yıl başarıyla sürdürmüş olan Petrovskiy, bu zaman zarfında bölgeyi her bakımdan ayrıntılı bir şekilde inceleme fırsatı yakalamıştı. Ancak General Kaufman’la arası bozulunca St.-Peterburg’a geri çağırılmış, Kafkasya ve Rusya’nın iç bölgelerinde çeşitli görevlerde bulunmuştur. Ancak yine

⁹ N. F. Petrovskiy, *Turkestandskiy Pis'ma*, haz. V. G. Buhert, Moskva, Pamyatniki İstoričeskoj Mysli, 2010, s. 82 (18 Şubat 1872 tarihli Rusya Maliye Nazırlığı, Ticaret ve İmalat Dairesi Müdürü N. A. Yermakov’a mektubu).

¹⁰ N. F. Petrovskiy, “Moya Poyezdka v Buharu. Putevyje Nablyudeniya i Zametki”, *Vestnik Yevropy*, 1873, s. 209-248.

de Türkistan'da olup biten olaylarla ilgilenmeye devam ediyordu. 1881'de Çin ve Rusya arasında imzalanan St.-Petersburg Anlaşması neticesinde 1882'de Kaşgar'a konsolos olarak atanmıştır.¹¹ Bundan sonra onun ünlü şarkiyatçı bilim adamlarıyla dostluk ilişkileri kalıcı hale gelmiş, Doğu Türkistan'ın her yönden araştırılmasına önemli katkılarda bulunmuştur. Konumu gereği şarkiyatçı bilim adamlarının gidemediği yerlere kolayca ulaşabiliyor ve bilim dünyası için önemli değerli malzemelere erişebiliyordu. 1886'dan itibaren Hami ve Üçturfan'dan bulunduğu taşlar üzerine yazılmış Çince ve Nesturi yazıtların estampajları ve fotoğraflarını Rusya Bilimler Akademisi'ne göndermeye başlamıştır. Aynı şekilde Rusya Bilimler Akademisi'nin toplantısında sergilediği Türkistan'ın eski madenî paraları ve onlar hakkındaki bilgiler de hayli ilgi çekiciydi. Böylece Rus şarkiyatçı bilim adamlarının dikkatini Doğu Türkistan'ın tarihî ve arkeolojik hazinelerine çekmiştir. Onun sürekli olarak irtibatla olduğu bilim adamlarının arasında S. F. Ol'denburg, V. R. Rosen, N. M. Prjeval'skiy vs. ünlü şarkiyatçılar vardı. Petrovskiy, bir taraftan konsolosluk görevini yerine getirirken Rusya'da Şarkiyat biliminin gelişmesine de önemli katkılarda bulunarak, yerli halklardan temin ettiği antik dillerde yazılmış elyazmaları ve arkeolojik objeler koleksiyonunun oluşturulmasının temelini atmıştır. Kaşgar'daki görevi sürecince görevlendirdiği adamları aracılığıyla yerel halktan satın alarak elde ettiği elyazmaları, sikkeler, taş yazıtlar, papirüsler, kil tabletleri Rusya'ya gönderiyordu.

Şöyle ki Rusya Bilimler Akademisi Şark Elyazmaları Enstitüsü, günümüzdeki zengin koleksiyonunu öncelikle Petrovskiy'e borçludur. Rusya'nın Ermitaj Müzesi'nin Doğu Bölümü'nde sergilenen ve bilim dünyasında "Petrovskiy Koleksiyonu" veya "Yotkan Koleksiyonu" olarak bilinen Hotan arkeolojisiyle ilgili 3.000'den fazla obje de Petrovskiy'nin çabalarıyla toplanmıştır.¹² Petrovskiy'nin önyak olmasıyla Kuça bölgesi ve çevresindeki antik eserlerin işaretlendiği bir harita hazırlanmıştır, şahsen kendisi de Doğu Türkistan'ın iki haritasını yapmıştır.¹³ Petrovskiy, 1880-1890 yılları arasında Ol'denburg'a yaklaşık 300 Hintçe elyazması göndermiş, bunların birçoğu Rusya Arkeoloji Derneği Şark Şubesi Dergisi'nde yayınlanmıştır.¹⁴ Kendisi de şahsen kazı çalışmalarına katılmış, eski

¹¹ M. Ewans, *Securing the Indian Frontier in Central Asia: Confrontation and Negotiation 1865-1895*, New-York: Routledge, 2010, p. 51.

¹² *Vostochniy Turkestan v Drevnosti i Rannem Srednevekov'ye*, Red. B. A. Litvinskiy, İzd. Vostochnaya Literatura, Moskva, 2000, s. 226-227.

¹³ M. İ. Vorob'yeva-Desyatovskaya, "Materialy N. F. Petrovskogo v İVR RAN", *Pis'menyye Pamyatniki Vostoka*, 1(14), 2011, s. 190.

¹⁴ Aynı eser, s. 191. Maalesef Ol'denburg'un çok yoğun olması sebebiyle bunların bir kısmı yayınlanmamıştır.

yapıları incelemiştir. Onun koleksiyonundaki *Tezkire-i Hocagan veya Saddhar-mapundarika Sūtra*'nın (*Lotus Sutra*) Türkistan nüshası bilim dünyasında epey yankı yapmıştır.

Petrovskiy'nin arşivinde kendisinin Doğu Türkistan araştırmalarında yardım ettiği A. Stein, S. Hedin gibi yabancı bilim adamlarının mektupları da bulunmaktadır. İsveçli gezgin, bilim adamı Sven Hedin, “Asya’nın Kalbinde” adlı kitabında Petrovskiy hakkında şöyle der: “...Konsolos Petrovskiy, dünyanın en tatlı ve en cana yakın insanlarından biridir. Kendisi tam anlamıyla bir bilim adamı olduğu için kendisiyle sohbet etmek bana hem zevk verdi hem fayda sağladı. Kaşgar çevresinde yaptığı keşiflerle ilgili yayınlayacağı eser arkeoloji ve tarih açısından büyük önem taşıyacaktır. Kütüphanesi, Orta Asya’nın tasviri üzerinde en iyi eserleri barındırır. En pahalı cihazların bulunduğu çalışma odası adeta bir fizik laboratuvarı gibidir...”¹⁵

Elbette ki Rus konsolosunun diğer önemli faaliyetlerinden bir istihbarat işiydi. İngiltere ve Rusya’nın Türkistan için mücadelesindeki “Büyük Oyun”un en önemli aktörlerinden biri olan Petrovskiy, Kaşgar’da Rus istihbarat ağı kurmuştur. Yerli halk tarafından “Yeni Çağatay” lakabı takılan Petrovskiy’den Çinli memurlar ve yabancılar oldukça çekinirlerdi.¹⁶ Yabancıların “Kaşgar Padişahı” diye adlandırdığı Petrovskiy, bölgeye 1890’da atanan İngiliz konsolos Sir George Macartney ile yoğun istihbarat mücadelesi vermiştir.¹⁷

1903’e kadar Kaşgar konsolosu olarak görev yapan Petrovskiy sonrasında sağlık nedenleriyle Kaşgar’dan ayrılmış, ömrünün son yıllarını ailesiyle Taşkent’te geçirmiştir. 1908’de hastalık sebebiyle vefat eden Petrovskiy hakkında V. V. Barthold “Taşkent’ten gelen haberler pek sevindirici değil. Özellikle N. F. Petrovskiy’nin beklenmedik ölüm haberine çok üzüldüm. Arkeoloji camiamızın merhuma ne kadar borçlu olduğunu söylememe bile gerek yok,” diye yazmıştı.¹⁸ Ol’denburg ise, onun hakkında “Onu tanıyanların hatırasında adı baki kalan ve

¹⁵ V. Serdtse Azii, Pamir-Tibet-Vostochniy Turkestan. Puteşestviye Svena Gedina v 1893-1897 Godah, çev. A. ve P. Ganzen, t. I, İzd. A. F. Devriena, St.-Peterburg, 1899, s. 166.

¹⁶ O. V. Zotov, “Voprosy İstoriografii Vostochnogo Turkestana v Epohu Treh Mirovyh Voyn”, Obşçestvo i Gosudarstvo v Kitaye, XXXVII Naučnaya Konferentsiya, İzd. Vostochnaya Literatura, St.-Peterburg, 2007, s. 127.

¹⁷ Bunun hakkında bkz. C. P. Scrine, Macartney at Kashgar. New Light on British, Chinese and Russian Activities in Sinkiang 1890-1918, New-York: Routledge, 2005, p. 137-151.

¹⁸ B. V. Lunin, *İz İstorii Russkogo Vostokovedeniya i Arheologii v Turkestane*, İzd. AN Uzbekskoy SSR, Taşkent, 1958, s. 75.

hatırası onların amellerinde yaşayan büyük bir adamdı,” der.¹⁹ Petrovskiy, Taşkent’teki Hristiyanlar Mezarlığı’na (Botkinskoye) defnedilmişti, ancak ne yazık ki günümüzde bu mezarın yeri bulunamamaktadır.

N. F. Petrovskiy’nin Buhara’ya seyahati. Güzergâh ve Yolculuk.

Petrovskiy, kendi notlarında bu geziyi bölgenin mali ve ekonomik durumu hakkında bilgi edinmek için düzenlediğini yazar. Başka bir amacı da kendisinden önce bölgeyi ziyaret etmiş olan seyyahların Buhara Hanlığı hakkındaki verdiği bilgileri güncellemektir. Buhara’dan sonra Amuderya Nehri üzerinden Kerki’ye geçmeyi, ardından Karşı ve Şehrisebz üzerinden Semerkant’a dönmeyi planlıyordu. Buhara gezisi için Türkistan genel valisi tarafından 1.000 ruble ayrılmıştı.²⁰ Ayrıca tüm yolculuğunda onun Taşkent’te dostluk kurduğu eski Şehrisebz Beği Jurabek²¹ de yardımcı olmuştur. Bu sırada Buhara emiri Muzaffer Han (1826-1885) idi.²² Seyahati esnasında Petrovskiy’nin en çok dikkat ettiği hususlar Buhara şehirleri ve köylerinde hangi tür Rus veya İngiliz mallarının ne miktarda satıldığı idi. Bu gözlemleri onun notlarının geneline de yansımıştır.

Petrovskiy, Taşkent’ten ülkesine dönmekte olan Buhara elçisi İsmeddin Mirahur (*imrahor*) ve heyetiyle 21 Nisan 1872’de yola çıkmıştır. Petrovskiy’nin ekibinde tüccar N. S. Turçaninov, tercümanı İbragim (İbrahim) Yunusov dışında ticari bilgiler toplamak için özel olarak seçtiği Taşkentli Baymuhammed, kâtip ve hizmetçisi vardı. Bununla birlikte Petrovskiy, Şehrisebz bölgesinin eski beğleri Jurabek ve Bababek’in Şehrisebz’in ileri gelenlerine yazılan mektupları getirmektedir. Taşkent’ten faytonla yola çıkan Petrovskiy’nin kervanı Kavuncu köyünde geceledikten sonra Çinaz’da az mola vermiştir. 22 Nisan’da Sırderya’yı geçerek 23 Nisan akşamleyin Ağaçlı köyüne ulaştığında aniden başlayan sağanak yağmura yakalanan ekip neredeyse yolunu kaybedeceklerdi. 24 Nisan’da Cizak’a

¹⁹ N. F. Petrovskiy, *Turkestanskiye Pis'ma*, haz. V. G. Buhert, İzd. Pamyatniki İstoriçeskoy Mysli, Moskva, 2010, s. 59.

²⁰ N. A. Yermakov’a mektubu, Taşkent, 10 Nisan 1872. //N. F. Petrovskiy, *Turkestanskiye Pis'ma*, haz. V. G. Buhert, İzd. Pamyatniki İstoriçeskoy Mysli, Moskva, 2010, s. 87-88.

²¹ Özbeklerin Keneges boyundan Jurabek Datgah (1840?-1906), Buhara Emirliği’ne bağlı Kitab beği idi. Resmi olarak Buhara Emirliği’ne bağlı olmasına rağmen bağımsız bir politika izlemesi emirle çatışmalara yol açmıştır. Bu da iktidardaki Mangıtlar ile Şehrisebz bölgesine hâkim Keneges boyu arasında düşmanlığın artmasına yol açmıştır. Bölgeyi Rusların işgali de onları barıştıramamıştı. Uzun bir süre Ruslara karşı savaştıysa da başarılı olamamış, 1870’te Kitab şehrinin düşmesiyle Hokand’a kaçmış, ancak Hokand hanı tarafından Ruslara teslim edilmiştir. General Kaufman, onun Taşkent’te yaşamasına izin vermiştir. Çok geçmeden Rus yönetimiyle yakınlaşan Jurabek, Rus ordusuna hizmete girmiş, general rütbesine kadar yükselmiştir. 1906’da Taşkent’teki evinde soyguncular tarafından öldürülmüştür. Bkz. “General Mayor Djurabek. Nekrolog”, *İstoriçeskij Vestnik*, t. CV (105), St.-Peterburg, 1906, s. 257-265.

²² Özbeklerin Mangıt hanedanından gelen Buhara Emirliği’nin sekizinci hükümdarıydı. 1860’ta babası Nasrullah’ın vefatıyla tahta çıkmıştır. 1868’den itibaren Buhara Emirliği, eşit olmayan anlaşmalar neticesinde Çarlık Rusya’sının himayesine girmişti. Bu da Buhara emirinin konumunu hem uluslararası arenada hem de tebaasının gözünde önemli ölçüde zayıflatmıştı. Böylece 1885’teki vefatına kadar Emir Muzaffer, Rusya İmparatorluğu ile barışçıl ilişkiler sürdürmek zorunda kalmıştır.

ulaşan Rus ekibi pazarın kurulduğu güne denk gelmiş, Petrovskiy de Cizak pazarını gezmeyi ihmal etmemişti. Onun anlatıma göre, Cizak pazarı daha çok yiyecek (Özbekçe: aukat) satılan pazar idi. Burası Rus fuarları ve Hokand çarşılarında olduğu gibi tüccarların yabancı ülkelerden getirdikleri malları başka bir ülkenin mallarıyla takas ettiği bir pazar değildi. İngiliz mallarından ise tüller dışında bir şey yoktu. Daha çok Rus basmaları satılıyordu, ancak Rus kumaşlarından dikilen kaftanlara az rastlanıyordu. En çok satılan ürün Hint tuğla çayları (veya elma çayı) idi. Cizak tüccarlarının anlattıklarına göre, Hint çayı çok kâr getiriyordu ve çabuk tükeniyordu. Rusya'da da Çin'den getirilen daha kaliteli tuğla çay vardı, ancak Taşkent'te satışı çok azdı. Petrovskiy, yanındaki tüccarın dikkatini buna çekerek Kyahta'daki Rus tüccarlarına Hint elma çayıyla ilgili yazmasını istemiştir.²³

Petrovskiy, 27 Nisan'da Semerkant'a geldiğinde çeşitli söylentiler dolaşıyordu. Semerkant'taki Rus garnizonunun komutanı V. R. Serov ona Buhara emirinin bir şeylerin peşinde olduğunu bildirmiştir. Aslında Taşkent'te de Buhara'dan emirin Ruslarla savaş hazırlığı yaptığına dair söylentiler yayılmıştı. Petrovskiy, emirin buna cesaret edeceğine pek ihtimal vermese de emire de güvenmiyordu.²⁴

Rus heyetinden üç gün öncesinde Buhara emirinin bu sırada bulunduğu Karşı'yi Afgan elçisi ziyaret etmiş, ondan öncesinde de Hive'den birisi gelip gitmişti. Buhara'da bir İngiliz dolaşıyordu. Semerkant'ta yaşayan kaçak Afgan hükümdarı Abdurrahman Han,²⁵ Petrovskiy'e Kerki'nin Afganistan'a bırakılması konusunda anlaşmaya varıldığını ve oraya Afgan ordusunun gelmesi beklendiğini söylemişti. Burada da aynı söylentiler vardı, hatta Buhara emirinin Şehri-sebz'e onlarla buluşmaya gideceği anlatılıyordu. Mir-ahur ise, bunların söylentiden ibaret olduğuna inandırmaya çalışıyordu. Semerkant'tan Karşı'ye kadarki güzergâh üzerinde Petrovskiy, yerli beglerle görüşmelerin nasıl geçtiğine dikkat çeker. Ona göre, Ruslara bağlı vilayetlerde yerliler İsameddin Mir-ahur'ı daha iyi karşılıyorlardı, ancak Buhara Emirliği'ne bağlı olan vilayetlerde, özellikle Şehri-sebz'de ona hiç yüz vermiyorlardı, hatta bilerek saygısızlık ediyor gibi idiler.

²³ N. F. Petrovskiy, "Moya Poyezdka v Buharu. Putevyye Nablyudeniya i Zametki", *Vestnik Yevropy*, 1873, s. 212-214.

²⁴ N. F. Petrovskiy, *Turkestankiye Pis'ma*, haz. V. G. Buhert, İz. Pamyatniki İstoričeskoy Mysli, Moskva, 2010, s. 88 (10 Nisan 1872 tarihli N. A. Yermakov'a mektubu).

²⁵ Afganistan'daki Barakzay Hanedanı'nın kurucusu Dost Muhammed Han'ın torunu, Afzal Han'ın oğludur. Babası Afzal Han'ın ölümünden sonra Buhara'ya kaçmış, burada bir destek göremeyince Belh'e giderek taht mücadelesi vermiştir. Amcası Şirali'den Gazne'de mağlup olunca Hindistan'daki İngiliz yönetimine kaçmış, ancak onlara da pek güvenemeyip, Rusların elinde olan Semerkant'a gelmiştir. Kaufman'ın izniyle maaş bağlanan Abdurrahman Han amcası Şirali Han'ın vefatıyla (1879) Afganistan tahtına geri dönmüştür. Hindistan'daki İngilizler ve Rusya ile ilişkilerinde bir denge politikası izleyen Abdurrahman Han 1901'de 57 yaşında vefat etmiştir.

Onunla selamlaşmıyorlar, konuşmuyorlardı. İsmâeddin Mirahur'un ikili oynadığına dikkat çeken Petrovskiy, onun kendisinin yanında yerli beğlere Türkçe olarak Rusların kendisini çok sevdiğini anlatırken, hemen peşinden Fars dilinde kafirlere hizmet etmek zorunda olduğu zamanın da geçeceğinden dem vurduğundan bahseder. Bunu da ekibindeki Farsça bildiğini gizlemeyi tembihlediği Taşkent'li Baymuhammed sayesinde öğrenmişti.²⁶

Kitab şehrindeki sıcak karşılamadan sonra Şehrisebz'e (Şaar) gelen Rus heyetini burada daha şaşalı bir karşılama bekliyordu. Onlar için top atışı yapılmış, şehrin hâkimi Abdülkerim Divanbeği ziyafet düzenlemiş, hatta akşam *baça bazi*²⁷ organize etmişti. Şehrisebz'de de tül dışında İngiliz malı yoktu, ancak Kitab şehrindeki Jurabeğ'in eski sarayının tabanının İngiliz basmasından parçalarla süslendiğine göre, İngiliz kumaşlarının eskiden buraya geldiği besbelliydi. Şimdi yıpranmış süslemeler Rus basmalarıyla değiştirilmişti. Şehrisebz'den Karşı'ye kadarki uğradıkları her kasabada Rus heyetine Peşaver pilavı ikram ediliyordu. Çünkü bu, iyi bir görgü kuralı olarak kabul ediliyordu. Peşaver pirinci çok miktarda Afganistan'dan getiriliyordu. Karşı'de bu pirincin bir libresi (yaklaşık 0,5 kg) 20 kopekten satılıyordu. Demek uzaklardan birkaç defa gümrük vergisi ödenerek getirilmesine ve bu kadar ucuza satılmasına rağmen kâr getiriyorsa, İngiliz malları da talep olduğu zaman buraya getirilecek ve kârla satılabilecekti.

Heyet, 1 Mayıs'ta Şehrisebz'den çıktıktan sonra bölgenin arazi yapısı oldukça değişmişti. Kaşkaderya Vadisi genişliyor ve düzleşiyor, bahçeler ve tarlalar çoğalıyordu. Bölge sakinleri keçe çadırlarla yaşayan Özbeklerden oluşuyordu. Çırakçı kasabasına gelindiğine Özbekler, Rus heyetini Kökbörü oyunu²⁸ ile karşılamışlardı. Ancak kasaba bahçeleri harabe haldeydi. Haftada iki defa kurulan pazarda Avrupalı ürünler hiç yoktu, daha çok hayvan vardı.²⁹

3 Mayıs'ta Karşı'ye gelen Rus heyetini *şigavul* başkanlığında ileri gelenler karşılamışlardı. Petrovskiy, masa ve mobilyalarla donatılmış bir eve yerleştirilmişti. Buhara emiriyle iki defa görüşebilmişti. İlk görüşme 15 dakika, son görüşme de yarım saat sürmüştür. Petrovskiy emirle görüşmesini şu sözlerle tasvir etmiştir:

²⁶ N. F. Petrovskiy, "Moya Poyezdka v Buharu. Putevyje Nablyudeniya i Zametki", *Vestnik Yevropy*, 1873, s. 215-216.

²⁷ Ergenlik öncesi ve ergen erkek çocuklarının dansçı olarak eğlencelerde kullanıldığı bir gelenektir.

²⁸ Türkistan Türkleri arasında yaygın olan oyun türüdür. Bu oyun için bkz. M. Türkmen, "Türkistan'ın Kadim Bir Atlı Oyunu: Kök-Börü", *Sporda Bilimsel ve Akademik Yaklaşımlar*, cilt 6, ed. M. İlkın, G. Kılınçarslan, Gece Kitaplığı Yayınları, Ankara, 2020, s. 29-59.

²⁹ N. F. Petrovskiy, "Moya Poyezdka v Buharu. Putevyje Nablyudeniya i Zametki", *Vestnik Yevropy*, 1873, s. 221-223.

“Mir-ahur’dan gerekli talimatlar ve tavsiyeleri aldıktan sonra ekibimle birlikte at sırtında emirin sarayına gittik. Dış kapının önünde atlarımızdan indikten sonra emirle selamlaşmak için gelenlerin dolu olduğu uzun bir koridoru geçerek ikinci bir avlunun kapısına geldik. Burada beni ve tercümanımı ellerinde uzun bir sopa olan iki *hudaççi*³⁰ karşıladı ve kollarımıza girerek kapıdan geçirdiler. Emir, pencereleri açık küçük bir evde yastığa yaslanmış oturuyordu. Şapkamı çıkarıp selam verdim. Hudaççiler “Huda, Hazreti Emiri muzaffer mansur kılsın!” diye bağırdı ve biz yavaşça eve doğru ilerlemeye başladık. Hudaççiler sürekli eğilip çömele- rek yürümeme engel oluyordu. Basamaklarda şapkamı çıkardım. Emir yalnız otu- ruyordu. Mir-ahur sonradan içeri girdi ve kapının yanında durdu. Ben eğilip se- lamlaştıktan sonra emir elini uzatarak tokalaştı ve yanına üç adım mesafeye oturttu. Mir-ahurun tavsiye ettiği gibi konuşmaya ilk ben başladım. Rus yöneti- minin selamını ilettikten sonra Buhara’ya neden geldiğimi anlattım, sıcak karşı- lama için teşekkür ettim. Genel Vali General Kaufman’ın hali hatırını sorduktan sonra “Hoş geldiniz!” diyerek “Şimdilik Karşı’ye yerleşin, sonra Buhara’ya gi- dersiniz, ziyaretiniz beni memnun etti,” dedi.³¹

Birkaç dakikalık nezaket sorularından sonra emir Rus yönetimi tarafından her- hangi talimat verilip verilmediğini sormuştur. Verilmediği bildirildikten sonra gözleriyle ziyaretin bittiğini işaret etmiştir. Petrovskiy’den sonra Trubçaninov ve ekibin diğer üyeleri getirilmişti. Trubçaninov’a pencereden elini uzatarak selam- laşan emir diğerlerine başıyla selam vermiştir. Rus heyeti geri geri giderek dış avluya çıkmışlardı. Orada Petrovskiy’ye usul gereği kaftan giydirerek emirin oğlu Törecan’a götürülmüştür. Onunla da beş dakika görüşen Petrovskiy, emirin oğlunu temiz ve sevimli bir genç olarak tarif eder. Ertesi gün emir Rus heyetinin kaldığı misafirhaneye baçalar ve maskarabaz (soytarı) göndermiştir. Petrovs- kiy’nin anlatısına göre, Baçaların dansları fena değildi, ancak soytarının şakaları alaycılığın zirvesiydi. Emirle ikinci ve son görüşmesi Karşı’dan ayrılacağı gün gerçekleşmiştir. Bu sefer Petrovskiy yine Mir-ahur’un tavsiyesi üzerine görüş- meye emirin hediye ettiği kaftanla gelmişti. Bu görüşmede emir onun Türkçe bil- diğini öğrendiğini, dolayısıyla kendisiyle tercümansız konuşmak istediğini söy- lemişti. Böylece ikisi Türkçe konuşmaya devam etmişlerdir. Şehrisebz’e gidece- ğini söyleyen emir General Kaufman’a selamlarını ilettikten sonra görüşme ta- mamlanmıştır. Geleneklere uygun olarak at ve kaftan hediye edilen Petrovskiy’ye

³⁰ Hudaççi (Arapça: liderlik etmek, yol göstermek), Orta Asya’da bir emir veya hanın sarayında bir makam sahibidir. Sağ elini kullanan ve sol elini kullanan olarak iki türü vardır. Hükümdarın sağ ve solunda yer alırlar ve sarayda düzenlenen çeşitli törenlere başkanlık ederler. Sağ elini kullanan hudaççinin yetkileri daha geniş olup, her ikisi de diğer görevlilerden ayırt edilmek için kırmızı bir asa taşıyorlardı.

³¹ N. F. Petrovskiy, “Moya Poyezdka v Buharu. Putevyye Nablyudeniya i Zametki”, *Vestnik Yevropy*, 1873, s. 224.

Buhara'nın her yerini gezebileceği bildirilmiştir. Ancak bu sözde kalmıştı. Petrovskiy'e Kerki'ye girmesine izin verilmediği gibi Çarcuy'a gitmemesi için ikna edilmeye çalışmışlardır. Üstelik güvenlik bahanesiyle sürekli onu her adımını takip eden kişiler vardı. Hatta Mir-ahur da Rus heyetini getirdiği için emirin gözünden düşmüştü.³² Ancak bütün bunlar Petrovskiy'i ihtiyacı olan bilgileri toplamaktan alıkoymuyordu.

N. F. Petrovskiy'nin Buhara Emirliği Hakkındaki Notları

Karşı'de sekiz gün geçiren Petrovskiy, Hanykov'un seyahatinden bu yana burada çok bir değişim olmadığını, sadece üç yeni kervansaray ve bir hamam inşa edildiğini bildirir. Karşı, Taşkent'e çok benziyordu. Binalar zarafetten yoksun, basitti ve tüm Özbek şehirlerinde olduğu gibi şehrin ortasında hayvan ürünlerinin satıldığı büyük bir hayvan pazarı bulunuyordu. Evlerin cam pencereleri yoktu, kadınlar eskisi gibi yüzlerini örten "saçband" dedikleri *burka* ile gezebiliyorlardı. Şehrin dışında tütün ve haşhaş tarlaları vardı. Petrovskiy'nin tohumlarını almayı ihmal etmediği Karşı tütünü Türkistan'da çok ünlüydü ve Taşkent, Hokand ve Hive'ye çok miktarda ihraç ediliyordu. Haşhaş ise, yerli önemli ürünlerden biriydi. Bölge halkı onu tohum soğanlarını almak için yetiştiriyorlardı. Soğanın kabuklarından Orta Asya'da çok yaygın olan uyuşturuculardan biri olan "köknar" yapılıyordu. Karşı'de bol yetişen diğer bir ağaç dut ağaçlarıydı. Bahçeler dışında şehirdeki tüm medreseler ve mescitlerin avlularında da dut ağacı yetiştiriliyordu. Ancak Özbeklerin arasında ipekçilik çok az gelişmiştir. Üretilen ipeklerin hemen hepsi iç pazarda satılıyor, sadece küçük bir kısmı Buhara'ya gönderilmekteydi. Çünkü Buhara civarındaki köylerde yetiştirilen ipek ve kozalarla rekabet etmesi çok zordu. Aynı durum pamuk için de geçerliydi. Özbekler genelde ipek ve pamuk ürünlerini kendileri tüketiyorlardı. Tahıl ticareti ise tam tersine bir gelişme sağlamıştı. Çok büyük bir tahıl kervanları Buhara'ya sürekli gidiyorlardı, dolayısıyla muhtemelen kâr payı çok yüksekti. Petrovskiy, Buhara'ya giderken yol üzerinde çok sayıda tahıl kervanıyla karşılaşmıştı. Bunların içinde Semerkant'tan Buhara'ya pirinç taşıyan 164 develik kervan da vardı. Kervan sahipleri uzun ve dolambaçlı olmasına rağmen pirinci Buhara'da satabilmek için Cem ve Çırakçı üzerinden götürüyorlardı. Buraya özgü ilginç ürünlerden biri Taşkent'te "Semerkant tuzu" adıyla bilinen pembe renkli tuzdu. Bu tuz Türkistan'ın her yerinde vardı. Perovsk Kalesi ve Evliya-ata'da da bu tuzlardan satılıyordu. Dolayısıyla pembe tuzun ihracatının önemli miktarda olduğu görülmüyordu. Pembe tuz, Karşı'den 10 verst (1 verst-1,06 km.) güneyde bir dağdan çıkartılıyordu. Petrovskiy, tuz madenini ziyaret etmek istemiş ise de çeşitli bahanelerle oraya gitmesine

³² Aynı eser, s. 224-226.

izin verilmemiştir. Yerlilerden edindiği bilgilere göre, tuz madeni devletin mülkü sayılıyordu ve rezervi çok büyüktü. Buhara vatandaşı olan herkes buradan tuz çıkartabiliyordu ve eskiden bir deve yükü tuz için hazineye 20 kopek (kuruş) vergi ödeniyordu, şimdi ise herhangi bir vergi alınmıyordu.

Karşi, Buhara'nın Hindistan ve Afganistan ile ana ticaret yolu üzerinde bulunmasına rağmen burada çok fazla ithal mal yoktu. Hindistan ve Afganistan'dan gelen kervanlar Karşi'de yüklerini boşaltmadan direkt Buhara'ya gidiyorlardı. Orada gümrük vergisi ödendikten sonra malların bir kısmı, özellikle Hint çayı Karşi'ye geri getirilerek Buhara'dan daha pahalıya satılıyordu.³³

Karşi'den Buhara'ya doğru yola çıkan Rus ekibi 10 top ile 10.000 askerle Şehrisebz'e gitmekte olan Emir Muzaffer ile aynı günde (10 Mayıs) ayrılmışlardır. Karşi-Buhara yolu 18 taş³⁴ idi ve çıplak bozkırlardan oluşuyordu. Karakum ve Açlık Bozkırı bile Karşi steplerinin yanında zengin çayır sayılırdı. Mayıs ayı olmasına rağmen otlar kurumuş, su bulunmuyordu. Yolum yarısına kadar içme suyu Karşi'den, kalan yarısında Buhara'dan taşınmıştı. Yol üzerindeki Kasan köyünde yünü çok kaliteli koyun türü yetiştiriliyordu. Burada ipekçilik ile uğraşan Tacikler yaşıyorlardı. Köyün tarlaları Kaşkaderya Irmağı'ndan sulanıyorsa da her evin kendisine ait kuyusu vardı. Kasan köyünden sonra yukarıda bahsi geçen çıplak bozkır başlıyordu. Kasan'dan 4 taş (32 verst) uzaklıktaki Hoca Mübarek köyünde Tacikler ve Araplar yaşıyorlardı. Burada Türkmen saldırılarından korunmak için bir yüzbaşının komutan ettiği 30 kişilik bekçi ekibi bulunuyordu. Karşi ve Buhara arasındaki yol üzerinde görev yapan bekçiler hazineden 20 ruble maaş alıyorlardı. Aylık nöbeti tamamlandığında bekçiler Buhara'ya dönüyorlar ve onların yerine başkaları gönderiliyordu.

Buhara, Petrovskiy'nin hayal ettiği gibi değildi. Bağ bahçeleri az, tozlu dar sokaklar, bakımsız binalar seyyahın gözlerine hitap etmemişti. Emir şehirde yokken yönetim Muhammed Kuşbeği'nin elindeydi. Petrovskiy, onun aslen İranlı olduğu ve eğitilmiş birisi olduğunu bildirir. Yavaş ve neşeli olarak tarif ettiği kuşbeğinin ticaret işlerine de önem verdiğini vurgular. Ulaşılabilir, sıradan birisi olan kuşbeğinin baş yardımcısı da *toksoba* (zekâtçı) makamını işgal eden oğluydu. Her ikisinin de yakın çevresi kendileri gibi İranlılardan oluşuyordu. Kuşbeği'nin Mirahur ile arası pek iyi değildi, birbirlerinden nefret ediyorlardı.

³³ N. F. Petrovskiy, "Moya Poyezdka v Buharu. Putevyye Nablyudeniya i Zametki", *Vestnik Yevropy*, 1873, s. 227-231.

³⁴ Eski Türkistan uzunluk ölçü birimidir. Bir taş, 8 verst, yani yaklaşık 12,8 km'dir.

Buhara’da 10 gün kalan Petrovskiy, Buhara-Hindistan ticaretiyle ilgili oldukça önemli bilgiler toplamıştır. Petrovskiy’nin gözlemlerine göre, Buhara pazarı Taşkent’ten en az beş kat daha büyüktür. Pazardaki pişmiş tuğlalardan yapılan devasa kervansaraylar ve *tam*’lar³⁵ bunun bir deliliydi. Petrovskiy, Buhara’da 24 kervansaray, 6 *tam* saymış. Bunlar Hindistan ve Moskova’dan gelen mallarla tıka basa doluydu. Hindistan ve Afganistan’dan buraya 1.000 kadar çeşit mal geliyor: *attar*³⁶ denilen bine yakın ürün (çeşitli boya malzemeleri, ilaçlar vs. envari çeşit ufak mal), yeşil çayın 16 türü, çok sayıda pamuklu kumaşlar, şallar, brokar kumaşlar, afyon, fayans çanak çömlek, metal ürünleri, matbu kitaplar geliyordu. Abdürreşit, Bedreddin, Barrikuhna, Domolla Şer, İsmail Hoca ve Mirzakul Kervansarayları neredeyse sadece Hint mallarının deposu görevini görüyorlardı. İran’dan Buhara’ya bazı boya maddeleri, kükürt, biber, gümüş ve oldukça önemli miktarda elyazması ve matbu kitaplar getiriliyorsa, Hive’den kürkler, keten tohumu yağı, koyun kuyruğu, buğday, pirinç, elma, koyun, köknar, demir sülfat gübresi ve şeker, döküm kazanlar vs. Rus malları geliyordu. Herat ise, kuruyemiş, kürk, koyun ve köle gönderiyordu. Merv’den de Türkmen atları ve silah geliyordu.

Buhara da bu ülkelere kendi ürünlerini ya da komşu devletlerden gelen ithal ürünleri gönderiyordu. Örneğin, Afganistan’a altın, ipek, deve ve keçi yünü, kökboya, ipek ve yarı ipek kumaşlar, Rus çuhası, kadife ve saten kumaşlar, sincap derisi, at ve eşek, hatta kedi ve bülbül bile gönderiyordu. Hive’ye Buhara’dan çay, tütün, afyon, pamuk, ipek, kök boya, boya ürünleri, ipek, yarı ipek ve pamuk kumaşlar, İran’a da altın, kuzu derisi, ipek kumaşlar, Rus çuhası ve kadife gidiyordu. Buhara’da Rus malları Taşkent’ten daha ucuzdu. Örneğin onun Buhara’da bulunduğu vakitte şekerin libresi Taşkent’te 16 ruble iken, Buhara’da 11 rubleydi. Buhara’da Rus malları bol ise de Rus tüccarlar yoktu. Rus mallarının ticareti yerliler ya da Tatarlar tarafından yapılıyordu. Görünüşte Rus malları Türkistan’da satıldığı müddetçe bir sıkıntı yok gibi görünüyorsa da ortada başka bir problem vardı. Moskova, Orenburg, Troitsk’li Rus tüccarlar Buharalı tüccarlara krediye verdikleri malların paralarını vaktinde alamıyorlar, hatta bazılarının aldığı mallarla ortadan kaybolduğu da oluyordu.

Petrovskiy’nin hesaplamalarına göre, Buhara pazarlarının yıllık cirosu yaklaşık 40 milyon ruble idi. Dolayısıyla Buhara, Rusya için çok önemliydi ve bilgisizlik nedeniyle bu pazarı başkalarına (yani İngilizlere) kaptırma riski vardı. Bu-

³⁵ Taştan yapılan kapalı misafirhaneler.

³⁶ Çeşitli boya ve hoş koku ürünleri satan kimseler. Ahtarın benzeri olmalıdır.

nunla birlikte Buhara’da Rus mallarının da ayrı bir yer tuttuğunu, Rusya’nın Nijniy Novgorod Fuarı’na Buhara’nın daha çok ilgi göstermeye başladığının altını çizen Petrovskiy, Rus kumaşlarının İngiliz kumaşlarından altı kat daha fazla olduğunu yazar. Pazarda Bogomazov, Suçkov, İstomin, Murav’yev, Kornilov, Şeremet’yev, Manuylov, Sidorov, Morozov, Urusov, Baranov, Zubkov, Borisov, Mindovkiy, Fokin ve Zizin fabrikaları etiketli kumaşları gördüğünü beyan etmekle beraber, Rusya’nın çeşitli bölgelerinden gelen çeşitli ürünleri de kaydetmiştir. Bu listede deri, demir döküm kazanlar, çuha, toprak kaplar, iplikler, kürk, bakır ve kalay ürünler, toz şeker, cıva, kâğıt vs. ürünler yer alıyordu.

Petrovskiy, Buhara’da köle pazarını ziyaret etmeyi de kafasına koymuştu. Aslında Buhara emiri ile yapılan barış anlaşmasının ardından Rus hükümeti köle satışının durdurulduğunu düşünüyorsa da bu ticaretin devam ettiğine dair şüpheleri vardı. Ancak Buhara’yı ziyaret eden Rus yetkililerin hiçbiri bir köle pazarına rastlamamıştı. Dolayısıyla Petrovskiy, köle pazarına ulaşmak için olağanüstü hilelere başvurmak zorunda kalmıştı. Onun ziyaret ettiği Registan meydanında bulunan kervansarayın ikinci katında köle satışlarının devam ettiğine şahit olmuştur. Köleler 100 kadar erkek, 30 kadın ve çocuktan oluşuyordu. Petrovskiy’nin gözü önünde 12 yaşındaki bir çocuk 120 rubleye satılmıştı. Oraya aniden gitmesinde rağmen bir şekilde haberdar olan satıcılar fazla ağlayan kadınlar ve hasta köleleri saklamışlar ve daha düzgün olanlarını bırakmışlardı. Onun topladığı bilgilere göre, köleler sadece pazarlarda değil, bazı zenginlerin evlerinde, ayrıca Buhara dışındaki diğer şehirler ve köylerde de satılmaktaydı. Türkmenlerden esirler satın alınıyor ve Hive veya başka şehirlerde satılıyordu. Onun hesaplamalarına göre, sadece Buhara şehrinde bir yılda 4.000 kadar köle satışı gerçekleşiyordu.

Sonuç

İngiltere ile Rusya arasındaki rekabet, Rus araştırmacıların Türkistan bölgesi ile ilgili çalışmalarının artmasına yol açmıştır. 19. yüzyılın 80’li yıllarından itibaren Rus hükümetinin ticaretle ilgilenen çeşitli tekелci şirketler ve banka şubelerinin Buhara topraklarına nüfuzu hızlanmıştı. Rusya İmparatorluğu’nun Türkistan’daki hakimiyeti, Rus kapitalistlerinin önemli pazarlarda ve hammadde kaynaklarında tekel konumunu sağlamış ve fabrika endüstrisinin genişlemesinin ön koşullarını yaratmıştır. N. F. Petrovskiy’nin edindiği bilgiler sayesinde 1873’te Rusya-Buhara anlaşması detaylandırılmış ve genişletilmiştir. Anlaşmaya Rus tüccarları ve onların kervanlarının Buhara Hanlığı’nın herhangi bir noktasına serbest girişi ve yerel yönetimlerin onların güvenliğini sağlama sorumluluklarıyla ilgili maddeler eklenmiştir. Bununla birlikte Rus mallarının gümrüksüz geçişi ve Buhara’da Rusya’nın temsilcisinin bulunması sağlanmıştır. Böylece Buhara

Emirliği arlık Rusya'sının güdümüne girmiş, sadece iç işlerinde nispi bir bağımsızlığını koruyabilmiştir.

Türkistan Genel Valiliği'nde geçirdiği yıllarda N. F. Petrovskiy bölgeyi her yönüyle inceleme fırsatı bulmuş, Maliye Bakanlığı için "Orta Asya'da İpekçilik ve İpek dokumacılığı" konusunda detaylı bir rapor hazırlamıştır. Ona göre, Rusya'nın Türkistan'ı işgali belki tesadüftü, ancak Rusya için iki türlü yararı olacaktı. İlki Rus malları yeni bir pazara sahip olmuştu, ikincisi, bu ilişkiler aracılığıyla Rusya'nın Batı devletlerine etkisi güçlenecekti. Batı ile ilişkileri güçlendirmeyi ise Türkistan'ın siyasî ve ticarî merkezi olan Buhara üzerinden gerçekleştirmek mümkündü.

KAYNAKÇA

- Ewans, M. (2010). *Securing the Indian Frontier in Central Asia: Confrontation and Negotiation 1865-1895*, Routledge, New-York.
- “General Mayor Djurabek. Nekrolog”. (1906). *İstoričeskiy Vestnik*, t. CV (105), St.-Peterburg, s. 257-265.
- Halfin, N. A. (1965). *Prisoyedineniye Sredney Azii k Rossii (60-90 Gody XIX. Veka)*, Nauka, Moskva.
- İskandarov, B. İ. (1970). “Buhara (1918-1920)”, red. V. A. Kozackovskiy, İzd. Doniş, Duşanbe.
- Lunin, B. V. (1958). *İz İstorii Russkogo Vostokovedeniya i Arheologii v Turkestane*, İzd. AN Uzbekskoy SSR, Taşkent.
- Petrovskiy, N. F. (1873). “Moya Poyezdka v Buharu. Putevyye Nablyudeniya i Zametki”, *Vestnik Yevropy*, t. II, St.-Peterburg, s. 209-248.
- Scrine, C. P. (2005). *Macartney at Kashgar. New Light on British, Chinese and Russian Activities in Sinkiang 1890-1918*, Routledge, New-York.
- Sokolov, A. Ya. (1971). *Torgovaya Politika Rossii v Sredney Azii i Razvitiye Russko-Afganskikh Torgovyh Otnoşeneniye*, Taşkent.
- Turkestanskiye Pis'ma* (2010). haz. V. G. Buhert, Pamyatniki İstoričeskoy Mysli, Moskva.
- Türkmen, M. (2020). “Türkistan’ın Kadim Bir Atlı Oyunu: Kök-Börü”, *Sporda Bilimsel ve Akademik Yaklaşımlar*, cilt 6, ed. M. Ilkim, G. Kılınçarslan, Gece Kitaplığı Yayınları, Ankara, s. 29-59.
- V Serdtse Azii, Pamir-Tibet-Vostochniy Turkestan. Puteşestviye Svena Gedina v 1893-1897 Godah.* (1899). çev. A. ve P. Ganzen, t. I, İzd. A. F. Devriena, St.-Peterburg.
- Vorob'yeva-Desyatovskaya, M. İ. (2011). “Materialy N. F. Petrovskogo v İVR RAN”, *Pis'menyye Pamyatniki Vostoka*, 1(14), s. 184-196.
- Vostochniy Turkestan v Drevnosti i Rannem Srednevekov'ye.* (2000). Red. B. A. Litvinskiy, İzd. Vostochnaya Literatura, Moskva, s. 226-227.
- Yanjul, İ. İ. (1869). “İstoričeskiy Oçerk Russkoy Torgovli s Sredney Azii”, *Moskovskkiye Universitetskiye İzvestiya*, no. 5, s. 1-44.
- Zotov, O. V. (2007). “Voprosy İstoriografii Vostochnogo Turkestana v Epohu Treh Mirovyyh Voyn”, *Obşçestvo i Gosudarstvo v Kitaye, XXXVII Nauçnaya Konferentsiya*, İzd. Vostochnaya Literatura, St.-Peterburg, s. 126-136.



BÖLÜM 28

Han Hanedanı'nın Batı Bölgeleri'nde Tuntian İskan Politikası

Gülner Kara¹

¹ Doç. Dr., Çankırı Karatekin Üniversitesi, Tarih Bölümü, ORCID No: 0000-0003-3283-7246

Giriş

Çin kaynaklarında Batı Bölgeleri² ismiyle bilinen günümüzdeki Doğu Türkistan toprakları ve daha batısı Han Hanedanı döneminde pek bilinmiyordu ve bu sırada Hunların (Xiongnu) egemenliği altındaydı. Birçok küçük şehir devletlerden oluşan bu bölgeyi Hun Chanyu'sünün görevlendirdiği beyler yönetmekteydi. Modun Chanyu (Mete) döneminde burada 36 devlet olduğu bilinmektedir.³ Han Hanedanı imparatoru Wu'nun hüküm sürdüğü dönemde saray ilk defa Zhang Qian'ın⁴ seyahatı neticesinde Çin'in batısındaki ülkeler hakkında bilgi edinmişti. Bu keşif, Han Hanedanı'nın batıya açılması ve topraklarını genişletmesi bakımından dönüm noktası olacaktı. Han Hanedanı'nın bundan sonraki politikası Hunları yenibilmek için Batı Bölgeleri'ne sahip olmak için mücadele etmekle geçmiştir. İmparator Wu dönemi bu konuda temellerin atıldığı dönem oldu. Bir önceki imparatorlardan farklı olarak İmparator Wu, Hunlara karşı daha saldırgan bir politika izlemiştir. Bunun için olumlu şartlar da oluşmuştu. Modun Chanyu'nun topraklarının döneminde Hunlar cephesinde taht kavgaları başlamıştı. Yetenekli Çin komutanları Wei Qing ve Huo Qubing'in⁵ birkaç defa Hunlara karşı başarılı seferler düzenlemesi MÖ 124 ve 123 yıllarında Hunları daha da kuzeye çekilmeye zorlamıştır.

Bu sırada Batı Bölgeleri'ne açılan kapı olan Gansu (Hexi) Koridoru'nda hüküm süren Hun beyleri de Çin ordusundan çok büyük yenilgi almıştı. MÖ. 121 yılında Hunye Beyi ve Xiutu Beyi'nin⁶ General Huo Qubing tarafından iki defa mağlup edilmeleri Hun Chanyu'sünü öfkelen-dirmişti. Chanyu'nün gazabından korkan bu beyler çareyi Han Hanedanı'na teslim olmakta buldular. Sonradan teslim olma kararından vazgeçen Xiutu Beyi'ni öldüren Hunye Beyi, Xiutu Beyi'ne bağlı kabileleri de kendi kabilelerine ekleyerek 40.000 adamıyla sınıra gelerek teslim oldu. Çin sarayı ona Marki unvanı ve 10.000 hanelik tımar tahsis etmiş,

² Bölgenin ismi muhtemelen Han Hanedanı (MÖ. 206-MS. 220) İpek Yolu boyunca şehir devletlerinin kontrolünü ele geçirdiğinde ortaya çıkmıştır. Aynı isim, Qing Hanedanı döneminde (1644-1911) başlarında da kullanılmaktaydı. Tang Hanedanı döneminde (618-907) Batı Bölgeleri'ne "Yatıştırılmış Batı" ismi de kullanılmaktaydı. 18. yüzyılda Qing Hanedanı orduları bu bölgeyi işgal ettikten sonra simi "Yeni Sınır", yani Xinjiang (Sincan) şeklinde değiştirildi ve günümüzde de bu adla bilinmektedir. Han Hanedanı döneminde Batı Bölgeleri için bkz. Shi Ji (SJ), 123. Bölüm; Han Shu (HS), 94 ab bölüm; A. Onat, *Çin Kaynaklarında Türkler, Han Hanedanı Tarihinde "Batı Bölgeleri"*, TTK Yayınları, Ankara, 2012.

³ N. Ekrem, "Chang Ch'ien'in Seyahat Raporuna Göre Hun Döneminde Orta Asya'nın Sosyal ve İktisadi Durumu", *Modern Türklük Araştırmaları Dergisi*, 9/2, Haziran 2012, s. 20.

⁴ Zhang Qian'ın batıya seyahati için bkz. SJ, 123; HS, 61; HS 94 a/b; İngilizce tercümesi için bkz. F. Hirth, "The Story of Chang K'ien, China's Pioneer in Western Asia", *Journal of the American Oriental Society*, XXXVII, 1917, p. 89-152; Türkçe çevirisi için bkz. P. Otkan, *Tarihçinin Kayıtları'na (Shi Ji) Göre Hunlar*, haz. G. Fidan, Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları, 2018, s. 95-103.

⁵ Bu ünlü Çin komutanlarının biyografisi için bkz. G. Kara, *Çin Kaynaklarında Asya Hunları (Tarih Kayıtları ve Han Hanedanı Tarihi Biyografilerine Göre)*, Doğu Kütüphanesi Yayınları, İstanbul, 2021, s. 161-195.

⁶ Bu Hun beylerinin Han Hanedanı'na teslim olmaları olayı için bkz. G. Kara, "Bilinmeyen Bir Hun Prensi Jin Midi", *History Studies*, 12/4, Ağustos, 2020, s. 1903-1905.

onunla birlikte teslim olan diğer Hun beylerine de çeşitli unvanlar takdim etmiştir. Hunye Beyi ve Xiutu Beyi'nin toprakları⁷ boş kalmıştı. Çinli seyyah Zhang Qian, İmparator Wu'nun talimatı ile bu bölgeye yerleşmeye ikna etmek için Wusun'lara tekrar elçi olarak gittiyse de başarılı olamamıştır.⁸ Bundan sonraki dönemlerde Han Hanedanı ve Hunlar arasındaki savaşlar şiddetlenerek devam ettiyse de Batı Bölgeleri'nde Hunlar hâlâ güçlüydüler.

Bu savaşlar Han Hanedanı'na da ağır bir yük bindirmişti. Arka-arkaya seferlere çıkılmış, Çin ordusu 32 yıl boyunca hareket halindeydi. Bu yüzden ülke kaynakları tükenmişti. Fergana'yı (Dayuan)⁹ fetheden Generali Li Guangli¹⁰ ordusuyla Hunlara teslim olmuştu. İmparator, uzak bölgelere fetih hareketlerine giriştiğine pişman olmuştu. Bu sırada saray memurlarından Sang Hongyang,¹¹ Batı Bölgeleri'ni kademeli olarak kolonileştirilmeye yönelik kapsamlı bir proje önererek şunları söyledi:

“Eski Luntai'nin¹² doğusunda Jieqi(zhi)¹³ ve Quli¹⁴ gibi eski devletler bulunmaktadır. Toprakları geniş, su ve otlakları boldur. Ekili toprakları 5.000 *qing*'den¹⁵ fazladır. Burasının iklimi ılıman, toprağı verimlidir. Kuyu ve kanal açmaya elverişli olup, beş çeşit tahıl yetişir ve [tahıl] Merkez Ülke (yani Çin) ile aynı zamanda olgunlaşır. Altın ve renkli ipek kumaşlara önem veriyorlar. Tahıllar ile değiş-

⁷ Burası Gansu bölgesi idi. Eskiden Yuezhi'ler ve Wusun'ların yurdu olan bu bölge, her iki halkın da Hunlar tarafından batıya sürülmesinden sonra Hunların eline geçmişti. Hunların Xiutu Beyi'nin Yuezhi'lerin, Hunye Beyi'nin ise Wusun'ların yurduna yerleştirildiği anlaşılmaktadır (B. Ögel, “Çin Kaynaklarına Göre Wu-sunlar ve Siyasî Sınırları Hakkında Bazı Problemler”, *Ankara Üniversitesi Dil ve Tarih-Coğrafya Fakültesi Dergisi*, VI/4, 1948, s. 265). Hexi (Gansu) Koridoru'nun batısı Hunye Beyi'nin, doğu kısmı ise, Xiutu Beyi'nin egemenliği altındaydı.

⁸ Zhang Qian, bu elçiliğinde Wusun'lara MÖ 117 yılında ulaşmıştır.

⁹ İsmi Çin kaynaklarında MÖ 3. yüzyıldan itibaren Dayuan şeklinde geçen bu devlet Türkistan'daki Fergana Vadisi'nin orta ve doğu kısmında varlığını sürdürmüş kadim bir devlettir. Dayuan Devleti hakkında ilk bilgileri getiren Çinli seyyah Zhang Qian'ın kayıtlarına göre devletin 70 kadar irili ufaklı şehri vardı. Fergana (Dayuan) Devleti için bkz. SJ, 123, s. 3157-3160; A. Onat, 2012, s. 39-41; P. Otkan, 2018, s. 95-115.

¹⁰ Han Hanedanı döneminin ünlü komutanıdır. Kendisi İmparator Wu'nun eşi Li Hanım'ın ağabeyi idi. Li Guangli biyografisi için bkz. G. Kara, *Çin Kaynaklarında Asya Hunları (Tarih Kayıtları ve Han Hanedanı Tarihi Biyografilerine Göre)*, Doğu Kütüphanesi Yayınları, İstanbul, 2021, s. 265-281.

¹¹ Sang Hongyang (MÖ 152-MÖ 80), Önceki Han Hanedanı döneminin üst düzey devlet erkanından biridir. Devletin vergi ve finans konusundaki uzman memurlarından idi ve ülkedeki finans krizini atlatmak için çaba sarf etmiştir. Ayrıca, Hunlarla *heqin*, yani “evliliğe dayalı barış anlaşması” politikası yürütmeye karşı olanlardan biriydi. Onun yerine Hun sınırlarında askeri karakollar zincirinin çoğaltılması taraftarıydı. İmparator Wu'nun vefatından sonra onun oğlunun (İmparator Zhao) dört naibinden biriydi (*Hanshu Cidian*, ed. Cang Xiuliang, Shandong Jiaoyu Chubanshe, Jinan, 1996, s. 602). MÖ 80 yılında darbe teşebbüsüne iştirak etmek suçlamasıyla idam edilmiştir. Dolayısıyla biyografisi *Han Hanedanı Tarihi*'ne dahil edilmemiştir.

¹² Luntai, Han Hanedanı döneminde Batı Bölgeleri'nde küçük bir devlettir. HS'da Luntai'nin Jushi Devleti'nin batısında 1.000 li'den fazla bir mesafede olduğu kaydedilmiştir (HS, 96/b, s. 3913). Günümüzdeki Çin'in Sincan Uygur Özerk Bölgesi'ndeki Bayangolin Moğol Özerk eyaletine bağlı Bügür ilçesinin topraklarındaydı (ZGGJDMDCD, 2005, II, s. 1760). Ancak Han Hanedanı dönemindeki Luntai ve Tang Hanedanı dönemindeki Luntai kazası aynı yer değildir.

¹³ HS'da bu devletin Luntai'nin doğusunda bulunduğu dışında bir bilgi verilmemiştir (HS, 96/b, Quli).

¹⁴ Türkçe ismi Korla olan Quli Devleti, Kuzey İpek Yolu'nun üzerinde bulunmaktaydı. Günümüzdeki Doğu Türkistan'daki Korla şehri sınırlarında bulunuyordu.

¹⁵ Eski Çin alan ölçü birimidir. Bir *qing*, yaklaşık 6,667 hektara eşitti.

tokuş yapılırsa yiyecek ihtiyacımız fazlasıyla karşılanır ve böylece herhangi bir eksiklik hissedilmez. Biz hizmetkârlarınız, eski Luntai'in doğusunda tarım yapmak için çiftçi askerler (*tianzu*) gönderilmesini, onları korumak ve yönetmek üzere üç *xiaowei*¹⁶ görevlendirilmesini, [bunların] her birinin bulunduğu yeriyile ilgili arazi haritası çıkartarak kanallar açmak suretiyle zamanında bol miktarda tahıl yetiştirmelerinin gerekli olduğunu [düşünüyoruz]. Zhangye ve Jiuquan'da¹⁷ devriye için *sima*¹⁸ unvanlı bir görevli komutasında süvari birlikleri hazır edilmelidir. Onlar *xiaowei*'lere bağlı olarak duruma göre atlı kuryeler aracılığıyla hızlı haber ulaştırmalıdır. Tarlalar bir yıl ekilip biçilip, tahıl stokları oluştuktan sonra, göç etmekten korkmayan, sağlığı yerinde güçlü kimseler aileleriyle birlikte çiftliklere yerleştirilmelidir. Onlar tahıl stoklarını kullanarak daha fazla araziyi tarıma açmalıdır. Tarlalar sulanmalıdır. Zamanla bir dizi gözetleme kuleleri inşa edilerek, kalelerle birbirlerine bağlanarak batıya doğru genişletilebilir. Böylelikle buradaki devletlere gözdağı verilmiş olacak, [aynı zamanda] Wusun'lara da yardım edilecektir.¹⁹ Biz hizmetkârlarınız sınırdaki bazı noktaları denetlemesi, vilâyet yöneticileri ve valilere uyarı ateşlerini düzgün yakma talimatı vermesi, en iyi askerler ve atları seçmesi, devriye görevini denetlemesi ve hayvan yemleri stoklarını hazırlaması için kâtip Chang'ı gönderdik. Ayrıca Majestelerinin Batı'daki devletlere elçi göndererek onları yatıştırmasını arzu etmekteyiz. Ölümü bile göze alarak bunları Majestelerinden rica ediyoruz".²⁰

Yani, Han Hanedanı döneminde *tuntian*'ların kurulmasının fikir babası Sang Hongyan diyebiliriz.

¹⁶ Generalden daha düşük konumdaki bir subayın unvanıdır. Çok çeşitli dereceleri vardı ve genellikle sorumluluklarını bildiren ek rütbeler ekleniyordu. Charles O. Hucker'in "Commandant" şeklinde çevirdiği bu unvan için bkz. Charles O. Hucker, *A Dictionary of Official Titles in Imperial China*, Stanford University Press, California, 1985, s. 238-239, no. 2456.

¹⁷ Bu topraklar Han Hanedanı'na teslim olan Xiutu Beyi ve Hunye Beyi'nin topraklarıydı. Onlardan boşalan yerlere Wuwei, Zhangye, Dunhuang ve Jiuquan eyaletleri kurulmuştur. Jiuquan eyaletine 9 kaza bağlıydı, Günümüzdeki Çin'in Gansu eyaletinin topraklarında bulunuyordu (Dai Junliang, *Zhongguo Gujin Diming Da Cidian* (ZGGJDMDCD), III, Cishu Chubanshe, Shanghai, s. 2525). Zhangye eyaleti ise, Jiuquan'ın doğusundaydı (ZGGJDMDCD, 2005, II, s. 1603).

¹⁸ Antik çağlardan beri Çin hanedanlarının çoğunda kullanılan bir unvandır ve süvari birliklerinden sorumlu kimsedir. Çok çeşitli dereceleri vardır. Charles O. Hucker, "commander" şeklinde (1985, s. 452, no. 5713), Bielenstein, "majör" (1980, s. 79) şeklinde çevirmişlerdir.

¹⁹ Wusun hükümdarı bir Çin prensesiyle evliydi. Bu nedenle Sang Hongyang'a göre, askerî çiftliklerin oluşturulması ve gözetleme kulelerinin inşası onun konumunu güçlendirecekti (V. S. Taskin, *Materialy po İstorii Syunnu (Po Kitayskim Istoçnikam)*, Nauka, Moskva, 1973, s. 163, not. 7.

²⁰ HS, 96/b, Quli; A. Onat, 2012, s. 57-62.

Batı Bölgeleri'nde Askerî Çiftliklerin (Tuntian) Kurulması

Askerî çiftliklerin kurulması Hun ordularının Çin topraklarında baskınlar düzenlemesini engellemeliydi, ayrıca buraya iç bölgelerden iskân edilen Çinliler yerleştirilmek suretiyle bölgenin Çinlileşmesini, dolayısıyla bölgede kalıcılığı sağlamak mümkündü. Ancak İmparator Wu, tarihî olaylardan misal vererek bu öneriye sıcak bakmamıştır.²¹ Buna rağmen askerî çiftliklerinin ortaya çıkışı İmparator Wu döneminde MÖ 104 yılında Zhangye ve Jiuquan vilayetlerinin kurulmasıyla başlamıştır. O dönemin ünlü Çin komutanlarından Li Ling²² de Zhangye ve Jiuquan'da Çin askerlerine Hunlarla savaşmak için okçuluk eğitimi veriyordu.²³ Muhtemelen onu eğittiği askerler askerî çiftliklerde görevli kimselerdi. Ayrıca Shangjun, Shuofang, Xihe ve Hexi vilayetlerine de tarım işlerinden sorumlu memurlar atanmış, 600.000 asker sınırları korumakla beraber tarlaları işliyordu.²⁴

MÖ 108'de Loulan ve Gushi Devletlerini mağlup eden General Zhao Ponu²⁵ komutasındaki Çin ordusunun zaferlerinden sonra İmparator Wu'nun emriyle Yumen'e kadar bir dizi kale ve gözetleme kuleleri inşa edilmişti. Loulan Devleti Batı Bölgeleri'nin en doğusunda bulunmaktaydı. Çin'e yakın mesafedeydi. Burada otlaklar ve su kaynakları az olduğundan Loulan'lılar batıya seyahat eden Çin elçilerine rehberlik hizmeti sunarak su ve yiyecek taşırlar, Çin elçilerini karşılayıp yolcu ederlerdi. Ancak Çin askerleri tarafından zulme uğrayınca Hunların tarafına çıkmış, birçok defa Çin elçilerini öldürmüşlerdir. Ancak Loulan Beyinin kardeşi Çin'e teslim olunca Çin hükümeti tarafından Loulan Beyini öldürmek maksadıyla görevliler gönderilmiştir. Hükümdar öldürüldükten sonra devletin başına Çin'e teslim olan kardeşi getirilmiş ve devletin ismi de Shanshan²⁶ olarak değiştirilmiştir. Ancak ülkesine dönmeye cesaret edemeyen yeni kral Çin imparatorundan şöyle ricada bulundu:

²¹ HS, 96/b, Quli; A. Onat, 2012, s. 57-62.

²² Li Ling'in biyografisi için bkz. G. Kara, "Asya Hunlarının Tarihinde Çinli Komutan Li Ling", *Türk Tarihi Araştırmaları Dergisi*, 6/1, 2021, s. 1-28.

²³ G. Kara, *Çin Kaynaklarında Asya Hunları (Tarih Kayıtları ve Han Hanedanı Tarihi Biyografilerine Göre)*, Doğu Kütüphanesi Yayınları, İstanbul, 2021, s. 140-141.

²⁴ HS, 24/b; V. S. Taskin, *Materialy po İstorii Syunnu (Po Kitayskim Istochnikam)*, Nauka, Moskva, 1973, s. 162.

²⁵ Batı Han Hanedanı komutanlarından birisidir. Bir zamanlar Hunlara kaçmış, sonra geri dönmüştü. Birkaç defa Hunlara karşı seferlere katılmıştır. Loulan Devleti'ne saldırarak hükümdarını esir aldığı için Marki unvanı takdim edilmiştir. Onun için bkz. SJ, 111, s. 2945-2946; HS, 55, s. 2493.

²⁶ Shanshan (Loulan) Devleti için bkz. N. Ya. Bıçurin, *Eskiçağlar ve Günümüzdeki Cuncarya ve Doğu Türkistan'ın Tasviri*, çev. G. Kara, Gece Akademi, Ankara, 2018, s. 55-60; K. Yıldırım, 2018, s. 80.

“Ben uzun zamandır Çin’de bulunuyorum ve şimdi geri dönüyorum. Zayıf ve yalnızım. Bir önceki hükümdarın (yani ağabeyimin) oğlu hâlâ hayattadır. Bundan dolayı öldürülmekten korkuyorum. Ülkemde Yixun şehri²⁷ bulunmaktadır. Toprağı verimli ve güzeldir. Han Hanedanı’nın bir generalini göndererek orada askerî çiftlikler kurup tahıl yetiştirmesini ve depolamasını isterim. Böylece bana da destek olacaklardır.”

Bunun üzerine Han Hanedanı *sima* unvanlı bir subayın komuta ettiği 40 askeri huzur ve sükuneti sağlamak için Yixun şehrine yerleştirdi. Sonradan orada bir *duwei* makamı tesis edildi. O zamandan sonra Yixun’e Çinli memurların tayin edilmesi başlamıştır.²⁸

Tuntian iskân sistemi şöyle işliyordu: İçinde gözetleme kuleleri bulunan garnizonlar askerî çiftlikler ile destekleniyordu. Bu bir taraftan Çin’in Batı Bölgeleri ile iletişimini sağlıyor, iskân politikasını devam ettirmeye yardımcı oluyor, diğer taraftan Hunların saldırılarından korunmaya imkân sağlıyor ve bölgedeki garnizonların erzak problemlerini çözüyordu. Sınırdaki bu askerî çiftliklere genelde affedilen suçlular gönderiliyordu. 1930’lu yıllarda bulunan Juyan tabletlerine göre askerî tarım çiftliklerinde görev yapan askerlere *tianzu* denilmekteydi ve askerî hizmete zorunlu şekilde alınmaktaydılar.²⁹ *Tianzu* yerleşimleri temel olarak, serbest bırakıldıktan sonra aileleriyle birlikte taşınabilecek ve sivil nüfusun ihtiyaçları için toprağı ekebilecek sürgün edilmiş suçlulardan oluşuyordu. Bu şekilde suçlulara orduda hizmet ederek suçlarının kefareti ödeme fırsatı veriliyordu. Bunun dışında yoksul köylüler de iskân edilerek tarım işlerinde kullanılıyordu. Onlara “*mintun*” deniliyordu ve zamanla işlediği tarım arazilerinin sahibi olma imkânı vardı. Her iki tür iskanın da ana amacı bölgedeki askerî garnizonlara yiyecek sağlamaktı. Onlar bölgenin iklimi ve toprağına bağlı olarak çeşitli ürünler yetiştiriyorlardı. Sınırları korumak için görevlendirilen askerler genelde bir yıllık hizmet etmekle yükümlüydü, ancak savaş dönemlerinde uzatılabiliyordu.³⁰

Zhang Qian, Batı Bölgeleri’ne ilk yolu açıp, General Li Guangli, Fergana’yı dize getirdikten sonra, Batı Bölgeleri’nde *xiaowei*’lik makamı oluşturulmuş, Quli’de askerî çiftlik kurulmuştur. 1.500 nüfusluk Quli Devleti, eskiden Hunların egemenliği altındaydı. Han Hanedanı, burayı ele geçirdikten sonra toprağının verimli ve ikliminin ılıman olmasından dolayı burasını askerî çiftlik komutanlığına

²⁷ Çarklık ismi için bkz. A. F. P. Hulswé, *China in Central Asia: The Early Stage 125 BC-AD 23*, Leiden, NL: Brill, 1979, pp. 91-92.

²⁸ HS, 96/a, Shanshan; N. Ya. Bıçurin, 2018, s. 55-60.

²⁹ Taskin, 1973, s. 162-163.

³⁰ *İstoriya Kitaya s Drevneyşih Vremen do Naşih Dney*, red. L. V. Simonovskaya vd, Nauka, Moskva, 1974, s. 43.

(*tuntian xiaowei*) çevirmiştir. Quli'den elde edilen tarım ürünleri Han Hanedanı'nın Batı Bölgeleri'ne yaptığı askerî harekâtlara lojistik destek vermek için hizmet etmiştir. Kayıtlara göre, Quli'de bir *xiaowei*, 300 hane, 1.480 kişi ve 150 asker vardı.³¹

İmparator Wu'nun vefatından sonra tahta geçen oğlu İmparator Zhao, Sang Hongyang'ın askerî çiftlikler kurma önerisine sıcak bakıyordu. Böylece başkentte bulunan rehin bulunan Wumi Devleti'nin veliaht prensi Laitan'ı *xiaowei* unvanıyla askerî çiftlikte görev yapması için Luntai'a göndermiştir. Bu şekilde Luntai ve Quli toprakları birbirlerine bağlanmıştı. Ancak Kuça (Qiuci) soylularından birisi onun askerî çiftlikte görev yapmasının ülkesini mahvedeceğini ileri sürerek, hükümdarını ona karşı kıskırttı ve Laitan'ın öldürülmesine sebep oldu.³² Bu meseleyle ilgili o sırada pek bir şey yapamayan Han Hanedanı ancak İmparator Xuan döneminde 50.000 kişilik ordu ile Kuça'ya saldırı düzenleyerek bunun intikamını almıştır.³³

İmparator Xuan döneminde Cheshi Devleti'nde³⁴ de askerî çiftlikler kurulmuştu. Ancak bu Hunlar tarafından engelleniyordu. Cheshi hükümdarının yeni veliahdı ise, Hunların tarafını tutuyordu. İmparator, beş generali ordularıyla birlikte Hunlara saldırması için gönderince Cheshi, Han Hanedanı ile ilişkilerine tekrar başlamıştır. MÖ 68 yılında Çin Devleti, Cheshi'ye saldırı düzenlemesi için yeni bir birlik göndermişti. Bu birliği komuta eden Zheng Ji³⁵ ve subaylarından Si Mayi'ye idam cezaları affedilen suçlularla birlikte Quli'ye tarım yapıp, hasat toplaması görevi verildi. Sonbaharda hasat toplandıktan sonra bu ikisi askerî yerleşimcilerden 1.500 kişi ve civardaki şehirlerden topladığı 10.000'den fazla kişilik ordu ile Cheshi'ye saldırdılar. Ülkenin başkenti Jiaohu'yi ele geçirdiyse de hükümdarı yakalamayıp tarlalarına geri döndüler. Ertesi yıl yine sonbaharda hasat döneminden sonra saldırılar tekrar başlamıştır. Cheshi hükümdarı çareyi Wusun'lara kaçmakta buldu ve Zheng Ji burada 300 askerle ayrı bir askerî çiftlik kurmuştur.³⁶ Ancak bu bölgenin Çin'in eline geçmesi Hunlara da zarar verecekti. Bundan dolayı Hun Chanyu'sü de Cheshi'de askerî çiftliklerin kurulmaması için mücadele etmiştir. Böylece askerî çiftliklere saldırmak için sürekli atlı birlikler

³¹ HS, 96/b, Quli.

³² HS'da bu olay şu şekilde anlatılmıştır: Kuçalı bir asilzade Laitan'la ilgili "Aslında bizim devletimizin tebaasıdır. Şimdi ise Han Devleti'nin mührünü ve kuşağını beline takmış, ülkemizin yanı başına tarım işleri yapmak için gelmiştir. Bunun bize mutlaka zararı dokunacaktır," diye Kuça hükümdarını Laitan'a karşı kıskırtmıştır (HS, 96/b, Quli).

³³ HS, 96/b, Quli; A. Onat, 2012, s. 62.

³⁴ K. Yıldırım, Ön ve Arka Cheshi olarak bölünen bu devletleri Turfan olarak vermiştir. Bu devletler için bkz. K. Yıldırım, *Çin Kaynaklarında Türkistan Şehirleri*, Ötüken Yayınları, İstanbul, 2013, s. 60-64.

³⁵ Zheng Ji'nin biyografisi için bkz. HS, 70, s. 3005-3006.

³⁶ HS, 96/b, Quli; A. Onat, 2012, s. 69-70.

gönderiyordu. Bunun üzerine Zheng Ji ve Çinli görevliler Quli’de kurulan askerî çiftlikteki 1.500 askerî Cheshi’deki askerî çiftliğe naklettiler. Hunlar burada da rahatsız etmeye devam edince askerî çiftliklerdeki askerler karşı koyamayıp Cheshi şehrine sığındılar. Hunlar, Zheng Ji’ye Chanyu’nün bu topraklar için mücadeleye devam edeceğini ve burada askerî çiftlikler kurulmasına müsaade etmeyecekleri bildirerek tehdit ediyorlardı. Zheng Ji de elinde var olan askerlerle mücadeleye devam edemeyeceğini anlayınca imparatorordan yardım isteyip şöyle bir rapor sunmuştur:

“Cheshi Devleti, Quli’den 1.000 li’den fazla mesafede bulunmaktadır. Arasında birçok dağ ve nehir vardır. Kuzeyde Hunlara daha yakındır. Savaş çıktığında Quli’deki Çin birliklerinin gücü Cheshi’deki askerlere yardım edebilecek miktarda değildir. Bunun için askerî çiftliklerdeki askerlerin sayısının artırılmasını istiyorum.”³⁷

Bu mesele tartışmaya açıldığı zaman bazı memurlar mesafelerin uzaklığından bahsederek Cheshi’deki askerî çiftliklerin tasfiye edilmesinin daha uygun olacağını bildirdiler. İmparator ise, Zhangye ve Jiuquan’dan toplanan askerlerin oraya gönderilmesi emretti. Bundan sonra ancak Hun birlikleri geri çekilmek zorunda kaldılar. Böylece Zheng Ji kaleden dışarı çıkabildi ve Quli’ye geri dönerek askerleri üç *xiaowei* başkanlığında askerî çiftliklere yerleştirdi.³⁸ Ayrıca Cheshi Devleti’nin eski veliaht prensini çağırarak kral ilan etti ve Cheshi halkının Quli’ye yerleşmesini emretti. Cheshi Beyi bundan sonra Hunlarla ilişkisini keserek Çin’le yakınlaşmaya başladı. Çin sarayının talebiyle Wusun’lara kaçan eski hükümdar ise başkente getirilip, ailesiyle orada yaşamaya başladı.

MÖ 62 yılında Cheshi Devleti’nin eski topraklarında bir *wuji xiaowei*³⁹ yönetiminde askerî çiftlikler kuruldu. *Wuji xiaowei* rütbesindeki Xu Bu, yolu kısaltmak için yeni bir yol açmayı planlayarak Arka Cheshi Devleti hükümdarından bu konuda destek istemişti. Ancak bu desteği alamayınca kralı tutuklatmıştır. Bu beladan kurtulamayınca kral çareyi Hunlara kaçmakta bulmuştur.⁴⁰ Hem Han Hanedanı hem de Hunlar, Batı Bölgeleri’ni kontrolleri altında tutmak istiyorlardı ve bunun sonucunda askerî çiftliklerin kurulduğu bölgelerde sık sık silahlı çatışma-

³⁷ HS, 96/b; A. Onat, 2012, s. 70.

³⁸ HS, 96/b; A. Onat, 2012, s. 71.

³⁹ Han Hanedanı döneminde imparatorluğun Batı Bölgeleri’ndeki askerî yerleşimcileri yöneten bir yetkilidir. Rus araştırmacı A. G. Malyavkin’e göre, “wuji” terimi Çin kozmogonisinde beş elementten biri olan toprak anlamına gelir. Bu da söz konusu idari kademelerin sorumluluklarının askerî yerleşimleri yönetmek ve tarlaların sürülmesini yönetmek olduğunu söylememize olanak sağlıyor (A. G. Malyavkin, *İstoričeskaya Geografiya Tsentral’noy Azii*, Nauka, Novosibirsk, 1981, s. 613, not. 222).

⁴⁰ HS, 96/b; A. Onat, 2012, s. 71-72.

ların yaşanıyordu. MÖ 61’de Han Hanedanı askerî çiftçilik sistemini Tanrı Dağlarının kuzey yamacına kadar genişletmiştir. Buradaki askerî yerleşimciler sıklıkla Hun birlikleri tarafından saldırıya uğramıştır. Batı Han Hanedanlığının sonundan Doğu Han Hanedanlığına kadar, Çin yönetimi bu bölgenin kontrolünü en az üç kez kaybetmişti.⁴¹

İmparator Xuan döneminde (MÖ 74-MÖ 49) Zheng Ji’ye Cheshi’yi mağlup ettiği için *wei sima* unvanı verilerek Shanshan’ın geçen Güney Yolu’nun güvenliğini sağlamak için görevlendirilmiştir. Bu sırada Hunların arasında kargaşa hakimdi. Hunların Rizhu Beyi, Hun Chanyu’sü ile anlaşmazlığa düşünce onu terk ederek Çin’e teslim olmaya karar vermiştir. Böylece Zheng Ji’ye elçi göndererek niyetini bildirmiştir. Onu karşılayıp başkente getiren de Zheng Ji olmuştur. Teslim olan Hunların Rizhu Beyi ve Zheng Ji’ye Marki unvanları takdim edilmiş, tımar bahşedilmiştir. Böylece Çin’e daha önce sahip olamadığı Kuzey Yolu’nu da kontrol altına alma şansı doğmuştu. Bu olay MÖ 59 yılında olmuştur. Bundan sonra Zheng Ji’ye *duhu*, yani askerî vali makamı verilerek her iki yolun güvenliği sorumluluğu yüklenmiştir. Zheng Ji, Batı Bölgeleri’ne atanan ilk askerî vali olup, *duhu* makamının kurulması onun atanmasıyla başlamış oldu.⁴²

Batı Bölgeleri’nde Askerî Valiliklerin (Duhu) Kurulması

Askeri amaçlarla kullanılan *tuntian* askerî çiftliklerinin geniş çaplı gelişmesiyle birlikte, Han Hanedanı’nın Batı Bölgeleri’ne girmesinden sonraki ilk 60 yıl içinde ilk askerî valilikler (*duhufu*) oluşturulmaya başlanmıştır. *Han Hanedanı Tarihi*’indeki açıklamalara göre “du” iminin “birleştirmek, toplamak” gibi anlamları vardı, yani bu makamın sahibi genelde işgal edilmiş topraklardaki birkaç vilayetten oluşan bölgedeki bazı olağanüstü sorunları çözmeye yetkili kimselerdi. Charles O. Hucker’in “protector general”⁴³ şeklinde tercüme ettiği bu makam imparatorluğa bağlı Çin dışındaki bölgelerin yöneticilerine denirdi. İç kavgalarla boğuşan Hunlar bu sırada çok zayıf durumdaydı ve Batı Bölgeleri devletlerine nüfuz edemiyorlardı. Bu olumsuz hadiselerle bir de yaşanan kıtlığın da eklenmesi, Hunların Batı Bölgeleri’nde kontrolü tamamen kaybetmesine neden olmuştur.

Bu idarî sistemin toplumsal ve ekonomik yönünü doğrudan belirleyen unsur ise nüfus olmuştur. Bu da Çinli askerlerin sayısında artışı sağlamış, askerî yerleşimciler büyük oranda aileleri ile bölgeye getirilmişlerdir. İmparator Xuan (MÖ

⁴¹ Pengfei Sheng, Michael Storozum, Xiaohong Tian, Yong Wu, “Foodways on the Han dynasty’s Western Frontier: Archeobotanical and Isotopic Investigations at Shichengzi, Xinjiang, China”, *The Holocene*, vol. 30(8), 2020, p. 1177.

⁴² HS, 96/a, s. 3873-3874.

⁴³ Hucker, 1985, p. 539.

74-49) ve İmparator Yuan (MÖ 49-33) dönemlerinde Hun Chanyu'sü Çin'e bağlılığını bildirmiş ve Batı Bölgeleri Çin'in egemenliği altına girmiştir. İmparator Ai (MÖ 7-1) ve İmparator Ping (MÖ1-MS 5) dönemlerinde ise, Batı Bölgeleri 55 devlete bölünmüştü. Batı Han Hanedanı'nın yıkılıp Wang Mang'ın⁴⁴ iktidarı ele geçirdiği dönemlerde ise Batı Bölgeleri Çin'le iletişimini keserek tekrar Hunlara bağlanmıştır. Wang Mang'ın bölgeye gönderdiği askerî yetkililer öldürülmüş, Hunlar da büyük akınlar düzenlemeye başlamışlardı. Hunlara yakınlığı ile bilinen Yenchî (Karaşar) Devleti ilk isyan edenlerden idi ve askerî vali Dan Qin'i öldürdüler. Wang Mang, bu hadise için cezalandırma ordusu gönderememişti.⁴⁵ Ancak Hunların belirlediği vergiler çok ağırdı. Böylece Batı Bölgeleri'ndeki bazı devletler Çin'e elçiler göndererek bağlanmak istediler. Ancak yeni Han imparatoru İmparator Guangwu ülkede iç sorunlarla boğuştuğu için bunu kabul etmedi. Hunların da durumu pekiyi değildi. Kendi başlarına kalan Batı Bölgeleri'nde iç savaşlar başlamıştı. Kaşgar Beyi (Shache Wang) bazı devletleri kendi topraklarına katmıştı. Shanshan ise, Xiaoyuan, Ronglu, Jingjue ve Qiemo'yu işgal etti. Hotan, Qule ve Pishan'ı kendi topraklarına kattı. Cheshi Devleti ise, Yuli, Danhuan, Guhu ve Wutanlı'yi yok etti (bu devletlerin hepsi sonrasında tekrar bağımsızlıklarına sahip oldular). Hunlar, Batı Bölgeleri devletlerini Gansu Koridoru'na saldırmaya teşvik ediyordu. Böylece kaleler ve şehirlerde gündüz bile kapılar açılmaz duruma gelmişti. 20.000'den fazla Hun atlısı, Tanrı Dağlarının kuzey yamaçlarındaki *tuntian* yerleşimlerine saldırarak 75 yılında Shule şehrinde kesin bir zafer kazanmışlardı. Bu da Han generali Geng Gong'un garnizonları terk etmesine neden oldu.⁴⁶

74-75 yıllarında İmparator Ming, Hunlara karşı ordu göndererek Yiwulu Devleti'ni aldı. Burada askerî çiftlikler kurmak için *yihe duwei* makamı tesis ettiler. Bundan sonra Batı Bölgeleri'nin Çin ile irtibatı tekrar başladı, Hotan ve diğer devletler oğullarını Çin sarayına rehin göndermeye başladılar. Böylece 65 yıl sonra Batı Bölgeleri ile ilişki tekrar canlanmış oldu. Ertesi yıl *duhu* ve *wuji xiaowei* makamları tesis edildi. İmparator Ming'in vefatından sonra Karaşar ve Kuça halkı, orada görevli askerî vali Chen Mu ve diğer görevlileri öldürdü. Hunlar ve Cheshi *wuji xiaowei*'leri ablukaya aldılar. İmparator Zhang (MS.75-83) *wuji xiaowei* makamındakileri geri çekti, yeni askerî vali da atamadı. 77/78 yılında Yiwulu'daki askerî çiftlikleri de tasfiye etti, dolayısıyla buraya Hunlar

⁴⁴ Han Hanedanı'na karşı darbe yaparak tahtı ele geçirip kendi hanedanını (Xin) kuran bir Han Hanedanı yetkilisidir. Hükümdarlığı Batı Han Hanedanı ile Doğu Han Hanedanı arasındaki ayrımı işaret etmektedir. MS 23 yılında başkent Chang'an'da imparatorluk sarayına düzenlenen saldırıda öldürülmüştür. Wang Mang'ın ölümüyle Doğu Han Hanedanı kurulmuştur. Wang Mang için bkz. E. Ceylan, "Wang Mang ve Toprak Reformu", OKUFED, 2(2), 2020, s. 21-30.

⁴⁵ N. Ya. Bıçurin, 2018, s. 111-112.

⁴⁶ Pengfei Sheng vd, 2020, p. 1177.

hâkim oldu. Bu sırada komutan Ban Chao,⁴⁷ Hotan'da kalarak Batı Bölgeleri'ni birleştirmek ve yatıştırmak için uğraşıyordu. İmparator He'nin (MS 88-105) saltanatının ilk yıllarında Çinli komutan Dou Xian, Hunları çok büyük yenilgiye uğrattı (89-90) ve peşinden *xiaowei yardımcısı* Yan Pan'ı 2.000'den fazla orduyla Yiwu'ya saldırması için gönderdi. Yan Pan, Hunları mağlup edince Ban Chao Batı Bölgeleri'nde düzeni sağlamış oldu (91-92). Böylece Ban Chao, askerî vali (duhu) olarak görevlendirildi, merkezi de Kuşa'da (Qiu-ci) bulunuyordu. *Wuji xiaowei* makamı tekrar tesis edildi, ona 500 asker bağlıydı. Onun karargâhı olarak Ön Cheshi Devleti'ndeki Gaochang Kalesi yapıldı. Ayrıca, Arka Cheshi Devleti topraklarındaki Hou şehrinde Wubuhou ileri karakolu inşa edildi. Ban Chao, Karaşar'a tekrar saldırı düzenledi (94-95) ve 50'den fazla devlet rehin göndererek bağlılığını bildirdi.

İmparator He'nin (MS. 88-105) vefatından sonra Batı Bölgeleri tekrar ayaklandılar. Yeni imparator An'ın (106-125) saltanatının ilk yıllarında birkaç defa askeri vali makamındaki Ren Shang, Duan Xi ve diğerlerine saldırdılar. Çin sarayı tekrar *duhu* makamını tasfiye etmek zorunda kalmış, Batı Bölgeleri Kuzey Hunların egemenliği altına girmiştir. Böylece 10 yıldan fazla Han Hanedanı'nın sınırlarına akınlar düzenledi.

Hunlar ve Han Hanedanı arasındaki Batı Bölgeleri için çekişme bundan sonra da devam etmiştir. Çin sarayının 1.000 kişilik orduyla Yiwu'ya gönderdiği komutan Suo Ban, Hunlar ve Arka Cheshi Devleti'nin birlikleri tarafından yok edilmiştir. Sonrasında Çin tarafına çıkan Ön Cheshi hükümdarına saldırarak, onu kovdurlar. Dönemin imparatoriçesi Deng bir müdahale edemedi, ancak Dunhuang'da Batı Bölgeleri'ni koruması için *xiaowei yardımcısı* makamı tesis ederek 300 askerle oraya konuşlanmasını emretti. Kuzey Hunlar, Turfan Devleti ile birlikte Gansu'ya saldırdılar. Saray danışmanları daha fazla felakete yol açılmaması için Yumen ve Yangguan Karakollarının kapatılmasını istediler. 123 yılında Dunhuang eyâletinin genel valisi Zhang Dang imparatora dilekçe sunarak Hunlarla mücadelenin 3 tane planını göstererek şöyle dedi:

⁴⁷ Ban Chao'nun Batı Bölgeleri'ndeki faaliyetleri için bkz. L. S. Vasil'yev, "Ban Chao v Zapadnom Kraye", *Vestnik Drevney İstorii*, 1(51), 1955, s. 108-125.

“Kuzey Hunların Huyan Beyi genelde Pulei (Barköl) Gölü ve Qin-hai arasında konup göçer ve Batı Bölgeleri’ni tek başına yönetir. Vasalları ile birlikte yağmalar ve akınlar düzenler. Şimdi Kunlun sınırlarına Jiuquan’dan ve Çin’e bağlı devletlerden 2.000 memur ve asker toplayarak ilk önce Huyan Beyi’e saldırı düzenleyip onun kökünü kazımamız lazım. Sonra Shanshan’dan 5.000 civarında ordu toplayıp Arka Turfan’a baskı yapılmalı. Bu birinci plan. Eğer bu mümkün değilse Liuzhong’da bir subayın komutasında 500 kişilik bir garnizon yerleştirilmeli ve dört vilâyet onları gıda ve hayvan ihtiyaçlarını sağlamalıdır. Bu ikinci plandır. Eğer bu da mümkün değilse en iyisi Jiaohe şehrini terk ederek, Shanshan ve diğer yerlere gönderilenlerin hepsini toplayıp Han Devleti sınırlarının içine gönderilmeli. Bu üçüncü plandır.”⁴⁸

İmparator, onun dilekçesini tartışmaya açtı. Saray erkanından Chen Zhong dilekçe vererek Batı Bölgeleri’nin Çin için önemini ve orayı terk etmenin doğuracağı tehlikeyi uzun uzun anlattıktan sonra Dunhuang’da *xiaowei* makamını tesis ederek, eskiden olduğu gibi 4 vilâyette askerî yerleşimcilerin sayısını arttırmak gerektiğini savundu. Bu şekilde Batı Bölgeleri devletlerini yatıştırmanın, Hunları da korkutmanın mümkün olacağını bildirdi. İmparator bunu kabul ederek Ban Chao’nun oğlu Ban Yong’u Batı Bölgeleri’ne görevlendirdi. Ban Yong, 500 suçlu ile Liuzhong’a yerleşti. Sonrasında Cheshi’yi mağlup etti ve Karaşar’ı egemenliği altına aldı. Böylece 56-125 yılları arasında Batı Bölgeleri ve Çin arasındaki irtibat üç defa kesildi ve üç defa tekrar canlandırıldı. Sonrasında Kuça, Kaşgar, Hotan, Yarkent ve toplam 17 devlet Çin’e bağlılığını bildirdi. Ancak Wusun ve Qunlin Dağları’nın batısındaki devletler ile irtibat tamamen kesilmişti. 131 yılında imparatorun emriyle Hunların saldırıları için üs olarak kullandığı Yiwu’nun yakınlarında tekrar askerî çiftlikler kuruldu ve *sima* makamı tesis edildi. Yiwu’nun toprakları verimli, çeşitli tahıllar yetişir. Bundan dolayı Han Hanedanı ve Hunlar Cheshi ve Yiwu’yü elde etmek için hep mücadele ettiler.

132 yılından itibaren Han Hanedanı zayıflamaya başladı. Bunu fırsat bilen Batı Bölgeleri devletleri tekrar ayaklandılar. 152 yılında Hotan’da görevli Çinli memur Wang Jing öldürüldü. 153 yılında da Arka Cheshe hükümdarı isyan ederek askerî çiftliklere saldırdı. Burası Batı Bölgeleri’nin kapısıydı, bundan dolayı burada *wuji xiaowei* makamının merkezi bulunurdu. 2. Yüzyıl boyunca Doğu Han İmparatorluğu derin bir ekonomik ve politik gerileme içindeydi. Han Hanedanı’nın kendi sınırlarını korumaya ancak yetecek gücü vardı. Çin’in kuzey ve kuzeydoğu sınırları, Hunların eski topraklarını işgal eden Xianbei kabilelerinin saldırısına uğramaya başladı. Büyük İpek Yolu bir kez daha kesintiye uğradı ve

⁴⁸ HHS, 88.

bu yol üzerindeki ticaret durdu. Böylece Batı Bölgeleri devletleri tekrar Han Hanedanı egemenliğinden kurtulmuş oldu.

Sonuç

Çin tarihindeki tüm imparatorluk hanedanları, sınır alanlarını geliştirmek ve sınır savunmasını sağlamlaştırmak için önemli bir devlet politikası olarak *tuntian* (askerî çiftlik) sistemini benimsemişlerdir. İlk olarak Han Hanedanı döneminde Batı Bölgeleri'nde işgal edilen topraklara yerleştirilen büyük miktardaki birliklerine tahıl ve diğer gıda maddeleri sağlamak için kurulmuştu. Bununla birlikte bu sistemi bölgeyi Çinlileştirmek amacıyla uyguladığı iskân politikasının bir parçası diyebiliriz. Uygulanan bu politika ile ele geçirilen toprakların yerleşime açılması, üretim sürekliliğinin sağlanması, sefer lojistiğinin güçlendirilmesi, demografik dengelerin Çin'in lehine değiştirilmesi amaçlanmıştır.

Tuntian askerî çiftliklerin merkezi Cheshi'de (bugünkü Turfan) bulunuyordu. Doğu Han Hanedanı'nın çöküşüne kadarki 240 yıldan fazla bir süre askerî çiftlikler varlığını sürdürdüler. Çin yönetimi askerî yerleşimlerin ölçeğini Batı Bölgeleri'nde konuşlanmış birliklerin sayısına göre belirliyordu. Yakın zamanlarda yapılan bir arkeolojik araştırmaya göre, Doğu Türkistan'da Han dönemine ait en az 45 askerî yerleşim kalıntıları bulunmuştur. Bunların çoğu Han Hanedanı'nın Batı Bölgeleri'ndeki siyasi etkisinin artıp azalmasına bağlı olarak birkaç kez terk edilmiş ve yeniden kurulmuştur. Bu sistem sonraki hanedanlıkların hepsinde devam etmiştir.

Kaynakça:

- Ban, Gu. (1995). *Han Shu*, Zhonghua Shuju, Beijing.
- Biçurin, N. Ya. (2018). *Eskiçağlar ve Günümüzdeki Cungarya ve Doğu Türkistan'ın Tasviri*, çev. G. Kara, Gece Akademi, Ankara.
- Bielenstein, H. (1980). *The Bureaucracy of Han Times*, Cambridge University Press, New York.
- Ceylan, E. (2020). “Wang Mang ve Toprak Reformu”, OKUFED, 2(2), s. 21-30.
- Charles O. Hucker. (1985). *A Dictionary of Official Titles in Imperial China*, Stanford University Press, California.
- Dai Junliang (2005). *Zhongguo Gujin Diming Da Cidian* (ZGGJDMDCD), I, II, III, Shanghai Cishu Chubanshe, Shanghai.
- Ekrem, N. (2012). “Chang Ch'ien'in Seyahat Raporuna Göre Hun Döneminde Orta Asya'nın Sosyal ve İktisadi Durumu”, *Modern Türklük Araştırmaları Dergisi*, 9/2, s. 7-52.
- Hanshu Cidian* (1996). ed. Cang Xiuliang, Shandong Jiaoyu Chubanshe, Jinan.
- Hirth, F. (1917). “The Story of Chang K'ien, China's Pioneer in Western Asia”, *Journal of the American Oriental Society*, XXXVII, p. 89-152.
- Hulsewé, A. F. P. (1979). *China in Central Asia: The Early Stage 125 BC-AD 23*, Leiden, NL: Brill.
- İstoriya Kitaya s Drevneysh Vremen do Naşih Dney*. (1974). Red. L. V. Simonovskaya vd, Nauka, Moskva.
- Kara, G. (2020). “Bilinmeyen Bir Hun Prensi Jin Midi”, *History Studies*, 12/4, Ağustos, 2020, s. 1901-1914.
- Kara, G. (2021). “Asya Hunlarının Tarihinde Çinli Komutan Li Ling”, *Türk Tarihi Araştırmaları Dergisi*, 6/1, 2021, s. 1-28.
- Kara, G. (2021). *Çin Kaynaklarında Asya Hunları (Tarih Kayıtları ve Han Hanedanı Tarihi Biyografilerine Göre)*, Doğu Kütüphanesi Yayınları, İstanbul.
- Malyavkin, A. G. (1981). *İstoriçeskaya Geografiya Tsentral'noy Azii*, Nauka, Novosibirsk.
- Onat, A. (2012). *Çin Kaynaklarında Türkler, Han Hanedanı Tarihinde “Batı Bölgeleri”*, TTK Yayınları, Ankara.
- Otkan, P. (2018). *Tarihçinin Kayıtları'na (Shi Ji) Göre Hunlar*, haz. G. Fidan, Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları, İstanbul.
- Ögel, B. (1948). “Çin Kaynaklarına Göre Wu-sunlar ve Siyasî Sınırları Hakkında Bazı Problemler”, *Ankara Üniversitesi Dil ve Tarih-Coğrafya Fakültesi Dergisi*, VI/4, s. 259-278.
- Pengfei Sheng, Michael Storozum, Xiaohong Tian, Yong Wu. (2020). “Foodways on the Han dynasty's Western Frontier: Archeobotanical and Isotopic Investigations at Shichengzi, Xinjiang, China”, *The Holocene*, vol. 30(8), p. 1174-1185.
- Sima, Qian. (1996). *Shi Ji*, Zhonghua Shuju, Beijing.
- Taskin, V. S. (1973). *Materialy po İstorii Syunnu (Po Kitayskim İstoçnikam)*, Nauka, Moskva.
- Vasil'yev, L. S. (1955). “Ban Chao v Zapadnom Kraye”, *Vestnik Drevney İstorii*, 1(51), s. 108-125.
- Yıldırım, K. (2013). *Çin Kaynaklarında Türkistan Şehirleri*, Ötüken Yayınları, İstanbul.



BÖLÜM 29

Kurumsal Web Sitelerinde Kurumsal İtibarın Ugulanması: Türkiye'nin En Beğenilen Şirketleri Üzerine Bir İnceleme

Sevim Koçer¹ & Deniz Keba Ekinci²

¹ Doç. Dr., Kocaeli Üniversitesi, 0000-0003-1813-5491

² Dr. Öğretim Üyesi, Kocaeli Üniversitesi, 0000-0003-2723-992X

GİRİŞ

Günümüzde rekabetin artması, hedef kitlenin istek ve ihtiyaçlarının çeşitlenmesi, ürün ve markaların benzeşmesi gibi unsurların sonucu olarak kurumlar itibar yönetimine daha fazla önem vermeye başlamışlardır. Kısaca kurumun hedef kitle ve paydaşlarının zihnindeki algısı olarak tanımlanabilen kurumsal itibar günümüzde işletmeler için çok önemli bir değerdir.

Küreselleşen dünyada artan rekabet ortamında kurumun başarısını artırmak amacıyla yeni stratejiler geliştirmek ihtiyacı doğmuş ve kurumsal itibar ön plana çıkmıştır. Maddi bir varlık olmayan itibarın kazanılması oldukça zor kaybedilmesi ise kolaydır (Kıyat ve Şimşek, 2018, s.199-234). İtibarı kazanmak kadar korumak ve sürekliliğini sağlamakta oldukça önemlidir.

Kurumlara rekabetçi avantaj sağlayan en önemli stratejik faktörlerden biri olan kurumsal itibar, doğru yönetildiğinde ve güçlü bir kurumsal itibar yaratıldığında müşterilerin, çalışanların, yatırımcıların ilk tercihi haline gelir. Böylece kurumun üretim ve karlılığının artmasına yol açar.

İçinde bulunduğumuz dijital çağda, teknolojik gelişmelerin her alanda görülmesi ve iletişim ortamlarının dijitalleşmesi ve bu oratmların kurumlara sunduğu imkanlar doğrultusunda kurumlar faaliyetlerini sanal ortamlara taşımışlardır. Kurumların sanal ortamda itibar yönetiminde web sayfasından sosyal medya araçlarına kadar faydalanabilecekleri çok sayıda uygulama bulunmaktadır.

Bu çalışmada "Türkiye'nin En Beğenilen Şirketleri" listesinde yer alan Arçelik ve Şişecam firmalarının web siteleri, kurumsal itibar yönetimi bağlamında Fortune Dergisiyle, Fombrun ve ekibinin ortaya koyduğu kurumsal itibar ölçekleri temel alınarak belirlenen 18 değerlendirme kriteri doğrultusunda incelenmiştir.

1.LİTERATÜR

Kurumsal İtibar Kavramı

Sözlük anlamı “saygınlık, güvenilir olma, prestij ve borç ödemede güvenilir olma durumu” (TDK, 2024) şeklinde ifade edilen itibar kavramı, işletmelerin başarısı için önemli bir kurum varlığı haline gelmiştir. İtibar güvenilir olmayı gerektirmektedir. Güven kişilerde olduğu gibi kurumlara da güç kazandırmaktadır. Soyut bir değer olan kurumsal itibar bu açıdan rekabetçi üstünlükler sağlamaktadır (Sarıkaya vd. 2010, s. 96).

İtibar bir kurumun faaliyetleri, eylemleri, ürün ve hizmetleri hakkında beklentileri, tepkileri ve geçmişin yansımalarını içermektedir. İtibar kurumun tüm hissedarları, müşteriler, alıcılar, çalışanlar, destek sağlayanlar, ortaklar, satıcılar,

medya, finans uzmanları, özel çıkar grupları, politikacılar, sendikalar vb. tarafından benimsenen görüşlerin toplamıdır. Kurum itibarı bir kuruluşun değişen ve dinamik yönlerini ifade eder (Megep, 2007, s.34)

Kurumsal itibar kavramı, kurumun ismi, kurumun toplum tarafından nasıl görüldüğü, müşterilerden personele kadar tüm paydaşları ile çalışma biçimi gibi birçok unsuru içinde barındıran algılama merkezli bir kavramdır (Akpınar, 2013, s.5) Fombrun (1996), kurumsal itibarı, kurumun kilit paydaşlarının kurumu rakipleriyle karşılaştırdığındaki toplam çekiciliğini belirleyen geçmişteki davranışları ve gelecekteki beklentilere ilişkin algısal betimlemesidir şeklinde tanımlamıştır.

Kurumsal itibar, bir kurumun paydaşları tarafından nasıl algılandığını gösteren soyut bir varlıktır. Farklı bir deyiş ile, kamuoyunun kurum ile ilgili olumlu veya olumsuz yöndeki izlenimlerinin bütününden oluşmaktadır (Budak ve Budak, 2014, s.181).

Yukarıdaki tanımlamalardan yola çıkarsak, kurumsal itibar algısal bir durumdur, kurumun tüm paydaşlarının duygu ve düşüncelerinden oluşmakta ve değişebilmektedir.

Araştırmacılar kurumsal itibar tanımlarını inceleyerek “Bilinirlik, Değerlendirme ve Varlık başlıkları altında toplamışlardır (Barnett, Jermier ve Lafferty, 2006) :

- “Bilinirlik” (awareness) başlığı altındaki tanımlarda itibar kavramı, paydaş algılarının atıflarını kapsamaktadır
- “Değerlendirme” (assessment) başlığı altındaki tanımlarda, itibar ölçü ve tahmin şeklindeki atıfları içermektedir.
- “Varlık” (asset) başlığı altındaki tanımlarda ise, itibar kavramından kurum için değer yaratan bir kavram olarak bahsedilmiştir.

1.1 Kurumsal İtibarla İlişkili Kavramlar

Kurumsal itibar kavramı kurumsal kimlik, kurumsal kültür, kurumsal iletişim ve kurumsal imaj ile ilişkili kavramlardır. Kurum kültürü ve kurum kimliği kurumlar tarafından oluşturulur fakat bu personelin bu unsurları kabullenip benimsemesi ile tüketiciye aktarılır. Aktarılan bu unsurlar tüketicilerin deneyimleri ile örtüştüğünde istenilen imaj yaratılmış olur. Bu durum kuruma ait bir değer yaratır ve uzun vadede kurumun itibarına büyük katkı sağlar (Budak ve Budak, 2014, s.182-183).

Kurumsal kimlik; Bir kurumun adının yazılış biçiminden, kuruma ait her araç ve gereçte kullanılan renge kadar geniş bir yelpazeyi kapsamaktadır (Peltekoğlu, 2004, s. 374). Kurum kimliğini sadece kurumun logosu, renkleri ve kurumun amblemi gibi görsel öğeler ile tanımlamak yetersiz kalmaktadır. Kurumsal kimlik kurumsal dizaynın yanı sıra kurumsal iletişim, kurumsal davranış ve kurum felsefesi unsurlarından oluşmakta ve bu unsurlar birbirlerini etkilemektedir. (Okay, 2012, s. 26).

Kurumsal kültür: Kurumsal kültür, kurum çalışanlarının tutum, inanç ve beklentileri ile bireylerin davranışlarını ve kişilerarası ilişkileri belirleyen faaliyetlerin nasıl yürütüldüğünü gösteren normlar denetimidir (Erengül, 1997, s.25).

Kurumsal kültür, tüm çalışanlara rehberlik eden normlar ile kurumun olayları ele alış biçimi olarak tanımlanabilir. Birden fazla bileşeni olan kurumsal kültürün, ilk bileşeni fiziksel görüntüdür. Binanın atmosferi ile kuruma gelenlere karşı davranışı önemlidir. ikinci bileşeni, çalışanların işe yaklaşımlarını, etik normlarla vitrin persoenin hizmet odaklı anlayışla ilgili tutumunu üçüncüsü, ise, çalışanların kurumsal kültüre inançlarını ve sorgulamadan uygulamaya yansıtmasını içerir (Peltekoğu, 2009, s.548).

Kurumsal iletişim: Kurumsal iletişim imaj oluşturmak, oluşturulan imajı değiştirmek veya korumak için uzun süreçte uygulanan bir iletişimdir. Kuruma veya organizasyona karşı kamuoyunu etkilemek için tüm iletişimin sistematik ve uyumlu bir şekilde uygulanmasıdır (Kiessling ve Spannagl, 1996, s.19).

Kurumun hedef kitlesi ile iletişim faaliyetlerinin temeli kurumsal felsefeye dayanmalı ve tüm iletişim çabaları ortak bir temelden ve aynı felsefeden hareket edilerek gerçekleştirilmelidir (Okay, 2012, s. 144).

Kurumsal İmaj: imaj, dış katılımcıların düşüncelerinde ortaya çıkan, kurumun vizyonu, misyonu ve örgütsel değerlerinden oluşan kurum kimliğinin algılanış şeklidir (Sabuncuoğlu,) Kurumsal imaj, işletmenin paydaşlarının, farklı kitlelerin zihninde oluşturduğu resim olarak düşünülebilir. Kurumun içinde ve dışında yaratılacak olan imajın inandırıcı olabilmesi için gerçek ile uyumlu olması gereklidir (Budak ve Budak, 2014, s.154).

1.2 Kurumsal İtibarın Önemi ve Faydaları

Kurumsal itibar, günümüzde kurumlar açısından büyük önem taşımaktadır. İtibar kavramı bugün şirketlere rekabetçi avantaj sağlayıcı en önemli stratejik faktör olarak görülmektedir (Sabuncuoğlu, 2004, s.74). İyi bir itibara sahip kurumların, sağlayacağı avantajlar şu şekildedir (Usta, 2006, s. 69-75)

Satışları artırmak; yüksek itibara sahip kurumlar, promosyon kampanyalarında kendi ürünlerine sahip çıktıkları için tüketicilere güvenilir gelme olasılıkları daha yüksektir. Güçlü bir itibar ile kurumun güvenilirliği artar ve kurumsan ürüne doğru pozitif bir etki oluşturur.

Yetenekli Çalışanları Kuruma Çekmek; kurumsal itibar işe almada ve yetenekli personeli kurumda tutmada önemli bir faktördür. İtibar sahibi şirketler personeli gerektiren becerilerle destekler,

Yatırımcıların güvenini kazanmak; Kurumlar paydaşlarıyla uzun süreli ilişkileri hedefliyorsa stratejilerini ana paydaşlarına aktarmalı ve onların bu stratejileri anlamalarını sağlamalıdır.

Büyümeyi sağlamak; Kurumlar itibarlarını iyi yönetmeleri sayesinde satışlarını artırarak pazar paylarını büyütebilirler. İtibarını iyi yöneten kurumlar marka değerlerini de artırabilirler.

Pazar payı Büyütmek; Yüksek kaliteyi yakalayabilmek için kurumların itibar değerlerinin de yüksek olması beklenir. Yüksek itibarlı kurumlar, sahip oldukları itibar sayesinde satışlarını artırarak pazarlarını genişletebilirler.

Paydaşların sadakatini sağlamak: Bir kurum kalite hizmet yada fiyat için itibar geliştiriyorsa müşteriler bu kurumun yaratmış olduğu kimliğe bağlı kalmakta ve onlarla iş yapma konusunda daha istekli olmaktadır.

Arslantaş (2013) ise kurumsal itibarın işletmelere olan faydalarını şu şekilde belirtmiştir.

- En yetenekli personel ile çalışabilir, en iyi tedarikçi ile iş yapabilirler.
- Yeni pazaralara sahip olabilirler
- Kriz dönemlerini daha kolay atlatabilirler
- Zengin ekonomik kaynaklardan faydalanabilirler
- Kurum için değer yaratabilirler

10 şirket portföyü üzerine yapılan bir araştırmada, daha az kar oranı olduğu durumda bile yatırımcıların daha az risk alacaklarını düşündükleri itibarı yüksek şirketlere daha fazla para yatırdıkları gözlenmiştir (Sabuncuoğlu, 2004, s.76).

1.3 Sanal Ortamda Kurumsal İtibar

Dijital varlıklardan biri olan Web tabanlı kurumsal itibar, işletmenin online olarak Web sayfasına bağlı olarak ortaya koyduğu performanstır. Başka bir şe-

kilde ifade etmek gerekirse, bilgilerin doğruluğu, güncelliği, kullanılan imaj, resim, fotoğraf ve logonun orijinalliği, hosting hizmet sağlayıcının güvenilirliği, sayfa tasarımı, kullanım kolaylığı kolay erişim vb. ilişkin algılamalardan oluşan değerler bütünüdür (Türkyılmaz ve Gürdal, 2014, s.59).

Teknolojik değişimler sonucunda, bilgi teknolojilerindeki gelişmelerin her alanda hissedilmesi, yeni medya araçlarının hızla yayılıp kullanım oranının artması, kurumları geleneksel kurumsal itibar yönetimi araçlarının yanında itibar yönetimini sanal ortamlarda da yürütme gerekliliği yaratmıştır.

Sanal ortamda kurumsal itibarın sunduğu faydaları şu şekilde özetleyebiliriz (Er, 2008, s.78);

- Kurum ile paydaşları arasında iletişim bağlamında zaman ve mekan sınırlarını ortadan kaldırır
- Kurumun yandaşları sanal ortamda kurumu gönüllü olarak savunabilmektedir
- Sanal ortamda paydaşların fikir ve beğenilerinin kolaylıkla öğrenilebilmesi sonucu itibar stratejilerinin bu doğrultuda planlanması ve uygulaması kolaylaşacaktır
- Sanal ortamın itibarı güçlendirme konusunda sunduğu imkanlar fazladır
- Sanal ortamda yaratılacak güçlü bir kurumsal itibar sonucu yeni iş ortaklarını, yetenekli çalışanları, yeni pazarları çekme konusunda hızlandırıcı bir rol oynayabilir.

Kurumun web sitesi ile başlayan kurumsal itibar yönetimi günümüzde sanal ortamın sunduğu sayısız uygulamaları arasında yerini almaktadır. Kurumsal web sitesi, elektronik posta, sanal basın bültenleri, forumlar, bloglar, sohbet odaları, sosyal ağ siteleri, wiki'ler, katılımlı sözlükler, tüketici siteleri, fotoğraf ve video paylaşım siteleri gibi sosyal medya araçları itibar yönetiminde faydanılacak araçlar arasında yer almaktadır (Türkyılmaz ve Gürdal, 2014, s. 62).

1.4 Kurumsal İtibarın Ölçülmesi

Güçlü bir kurumsal itibara sahip olan kuruluşların en büyük amaçlarından biri bu itibarı korumaktır. Dolayısıyla kurumların itibar yönetimi doğru şekilde olmalı ve itibarlarının da ölçülmesi gerekmektedir. Kurumsal itibar ölçümü, itibarın düzeyini, olumlu ve olumsuz yönlerini ortaya koymakta böylelikle kuruma yol göstermektedir (Kuzucu ve Alan, 2020: s.9).

İtibarın ölçülme yöntemi, itibar yazınında çok çeşitlilik ve farklılık göstermektedir. İtibar araştırmalarında bir kurumun itibar araştırması ve ölçülmesinde

en çok kullanılan yöntem sıralama yöntemidir. Bağımsız bir kurum tarafından en beğenilen şirketler referans alınarak kurumsal itibar ölçülmektedir (Chun, 2005, s.99).

İtibar çok sayıda paydaşın oluşturduğu bir kavramdır. Buradan hareketle Fombrun ve arkadaşları itibar kat sayısı ölçeğini oluşturmuşlardır. İtibar kat sayısı Duygusal hitap, ürün ve hizmetler, vizyon ve liderlik, çalışma ortamı, sosyal ve çevre sorumluluğu ve finansal performans olmak üzere toplam altı boyuttan oluşmaktadır. Tüm bu boyutlar pek çok paydaşın algısını ölçmeyi hedeflediğinden dolayı kurumsal itibar bağlamında daha anlamlı bir ölçek olarak araştırmalarda kullanılmaktadır (Fombrun, vd. 2000, s.241-255).

Duygusal Hitap; Kurum pazarıyla bağlantısını kendisiyle müşterileri arasındaki kesişim noktasını iyi yöneterek kurabilir. Kurumun başarısının sırrı en önemli iki hedef kitlesi olan çalışanlar ve tüketicilerin iş ile ilgili aynı duygusal güvenceyi paylaşmasında saklıdır. Yaratılan duygusal çekiciliğin itibarın oluşumuna katkısı büyüktür (Budak ve Budak, 2014, s.186).

Ürün ve Hizmetler: Ürün ve hizmet kalitesi kurumsal itibarı doğru orantılı olarak etkilemektedir. (Budak ve Budak, 2014, s.186). Müşteri tatmini yüksek olan bir kurumun itibarı da yüksektir. Dolayısıyla iyi bir itibar yaratmak için ilk adım ürün ve hizmet kalitesinin geliştirilmesidir (Argüden, 2003, s.10-11).

Vizyon ve Liderlik: Kurumun çevresinde olumlu veya olumsuz şekilde tanınıyor olmasında liderin payı yüksektir. Bu nedenle kurum liderlerinin itibarlarının örgütü nasıl etkileceği konusunda bilinçli olması gerekir. Lider öncülüğünde gelişen vizyon ifadeleri, kurumun değerleriyle ve yönetim felsefesiyle şekillenmesinde rol oynar. Aynı zamanda çalışan çalışan değeri, kurumsal performans sosyal sorumluluk gibi anahtar performansa ölçütlerini belirler. Bu şekilde kurumsal itibar oluşumuna katkıda bulunur.

Çalışma Ortamı: Çalışma ortamındaki kişilerin birbirlerini desteklemesi özellikle sosyal ve mesleki olarak çok önemlidir. Bu sayede personel güvene dayalı bir iş birliğinin olduğu ortamda kişisel olarak kendini geliştirebilmektedir. Personelin memnuniyeti her zaman işine yansır, bu durum performansı etkiler ve kurumsal itibarın oluşmasına katkı sağlamaktadır (Yavuz, 2017, s.10).

Sosyal ve Çevre Sorumluluğu: Kurumun etik ve ahlaki değerlere sadık kalarak kurumsal amaçlarını gerçekleştirmesi ve kurumun kaynaklarını içinde bulunduğu toplumu dönüştürmek, toplumsal problemlere dikkat çekmek ve çözmek için kullanması olarak tanımlanabilir (Budak ve Budak, 2014, s.186). Kurumların

çevre konusunda bilinçli bir kurum algısı ile, toplum yararına olan faaliyetleri desteklemesini, zararına olan faaliyetlere ise tepki göstermesini kapsamaktadır

Finansal Performans: Finansal performans kurumun karlılık ve yatırım amacıyla rekabet edebilme ve risk alabilme yeteneğini anlatmaktadır (Yirmibeş, 2010, s. 29). Paydaşların kuruma karşı oluşturdukları algı da kurumun finansal performansı oldukça etkilidir. Kar oranı yüksek ve istikrarlı şekilde gelişen kurumlar, personelinin de geliştirebilmekte, bulundukları çevreye karşı sorumluluklarını yerine getirebilmekte ve kurumu ileriye taşıyabilmek için araştırma ve geliştirme faaliyetlerini yürütebilmektedir (Fombrun, 1996: s.71).

Fombrun'un itibar katsayısı ölçeği uygulanan ölçümlerde kurumun itibar başarısı yukarıda anlatılan altı ölçütün ne kadar çok karşılık bulduğu ile değerlendirilmektedir (Berkup, 2015, s.863).

2. ARAŞTIRMA

2.1 İncelenen Kurumlar Hakkında

Arçelik A.Ş.

Arçelik, 55.000 çalışanı, 22 markası (Arçelik, Beko, Whirlpool, Arctic, Grundig, Hotpoint, Ariston, Leisure, İndesit, Blomberg, Defy, Dawlance, Hitachi, Voltas Beko, Singer, Bauknecht, ElektraBregenz, Flavel, İğnis, Polar, Privileg, Altus), 14 ülkede, 46 üretim tesisi, 31 Ar-Ge Tasarım Merkezi ve 58 ülkedeki iştirakleriyle global olarak faaliyet gösteren beyaz eşya üreticisi bir firmadır.

Türkiye Şişe ve Cam Fabrikaları A.Ş.

Şişecam'ın faaliyet alanları düzcam, cam ev eşyası, cam ambalaj, otomotiv camları ve cam elyafı gibi camın tüm temel alanları ile soda ve krom bileşiklerini kapsayan iş kollarında küresel bir oyuncu olan Şişecam, maden, enerji ve geri dönüşüm iş kollarında da öncü bir rol üstlenmektedir. Şişecam, 4 kıta ve 14 ülkede toplam 45 tesisi ve 24 bin çalışanıyla üretim faaliyetlerini sürdürmekte ve 150'den fazla ülkeye satış gerçekleştirmektedir.

2.2 Araştırmanın Amacı ve Önemi

Araştırmanın amacı firmaların kurumsal web sayfalarında kurumsal itibarı nasıl yönettiklerini ortaya koymaktır. Bu kapsamda firmaların kurumsal itibarın ölçümünde kullanılan altı boyuta yönelik içeriklere web sayfalarında nasıl ve ne oranda yer verdikleri incelenmektedir. Firmaların sanal ortamlarda da reel ortamlarda olduğu gibi kurumsal itibarlarını inşa etmeleri önemlidir. Bu çalışma ile kurumların web sayfalarında kurumsal itibarlarını inşa etmede rehber olacağı düşünülmektedir.

2.3 Araştırmanın Örneklemi

Çalışmanın örneklemi Capital Dergisi'nin 1999'dan itibaren gerçekleştirdiği ve sonuçları her yıl yayımlanan Türkiye'nin En Beğenilen Şirketleri listesinde yer alan Arçelik ve Şişecam firmalarından oluşmaktadır. En beğenilen şirketler listesi, Fortune Dergisiyle, Fombrun ve ekibinin ortaya koyduğu kurumsal itibar ölçekleri temel alınarak 18 değerlendirme kriteri doğrultusunda oluşturulmuştur ZENNA Araştırma'nın katkılarıyla hazırlanan Capital dergisinde yayınlanan 2023 yılının Türkiye'nin en beğenilen 20 firması içinde yer alan firmalardan imalat sektöründe faaliyet gösteren Arçelik ve Şişecam amaçlı örneklem yöntemiyle incelenmektedir.

Tablo 1. Örnekleme Dahil Olan Firmaların Kurumsal Web Siteleri

Firma İsmi	Kurumsal Web Sitesi Adresi
Arçelik A.Ş.	https://www.arcelik.com.tr/ https://www.arcelikglobal.com/
Türkiye Şişe ve Cam Fabrikaları A.Ş	https://www.sisecam.com.tr/tr

Arçelik ile ilgili içeriklerinde kurumsal web sayfası olarak <https://www.arcelik.com.tr/> adresini kullanmaktadır. Fakat firma kurumsal web sayfası yanında sayfa içinde bazı içerikler tıklandığında <https://www.arcelikglobal.com/> adresine yönlendirmektedir. Bu nedenle her iki adres incelemeye dahil edilmiştir.

2.4 Araştırmanın Yöntemi

Araştırmada firmaların kurumsal web sayfaları içerik analizi yöntemiyle incelenmiştir. 1999 yılında İtibar Enstitüsü'nün kurucusu Charles Fombrun ve küresel danışmanlık şirketi olan Harris Interactive ortak bir çalışma yürüterek kurumsal itibarı ölçen The Reputation Quotient (İtibar Katsayısı) adlı bir ölçüm geliştirmişlerdir. Bu ölçekte kurumsal itibarın ölçümünde altı boyut kullanılmaktadır. Bunlar ürün ve hizmetler, çalışma ortamı, sosyal ve çevresel sorumluluk, vizyon ve liderlik, finansal performans ve duygusal çekim boyutlarıdır (Deren Van Hef Hof, 2013: s.34). Bu altı temel boyut lietaratür taraması sonusunda web sayfalarında incelenmek amacıyla yazarlar tarafından belirlenen alt kategorilerde analiz edilmiştir. Arçelik ve Şişecam'ın kurumsal web sayfaları bu boyutları barındırmaları bakımından incelenmiştir.

2.5 Araştırmanın Bulguları

2.5.1 Kurumsal Web Sayfalarının Ürün Ve Hizmetler Boyutunda İncelenmesi

Tablo 2’de Arçelik ve Şişecam firmalarının kurumsal web sayfalarında ürün ve hizmetler boyutu ile ilgili veriler yer almaktadır. Firmaların web sayfaları 10 kategoride incelenmiştir. Arçelik web sayfasında 10 kategorinin tümüne ulaşılırken Şişecam web sayfasında satış sonrası destek hizmetleri ve müşteri deneyimi hakkında bilgiye ulaşılamamıştır.

Tablo 2. Ürün ve Hizmetler Boyutu

Firma Ürünlerle ilgili unsurlar	Arçelik	Şişecam
Ürün ve Hizmetler Hakkında	X	X
Yüksek kalite	X	X
Çevreci ürünler	X	X
Müşteri memnuniyeti	X	X
Ürün çeşitliliği	X	X
Yenilikçi ürünler	X	X
Kalite denetimi/belgeleri	X	X
Tutundurma faaliyetleri (Reklam, Halkla İlişkiler, pazarlama)	X	X
Satış sonrası destek hizmetleri	X	-
Müşteri deneyimleri	X	-
Toplam	10	10

Arçelik kurumsal web sayfasında Müşteri Deneyimi başlığı altında Yeni Nesil Mağazacılık Modeli tanıtılmaktadır. Model Müşteri Deneyimi Direktörlüğü kanalıyla uygulanmaktadır. Modelde dijital teknolojiler, mağaza deneyimine entegre edilerek müşterilerin ürünlerle etkileşimini güçlendirmesi, doğru ürün seçiminde rehberlik etmesi ve bu süreçte keyifli bir deneyim sunması amaçlanmaktadır.

Arçelik kurumsal web sayfasında müşteri memnuniyeti projelerimadı altında müşteri memnuniyetini arttırmaya yönelik etkinliklerden bahsedilmektedir. Firma bu kapsamda müşteri deneyimini iyileştirmek için çeşitli projeler ve programlar uygulamaktadır. Randevu ve Yönlendirme Programı (ROTAM), zorlu coğrafi koşullarda ve yoğun şehirlerde en ideal şekilde hizmet sunmak ve hizmet noktalarının verimliliğini yönetmek amacıyla kullanılmaktadır. Müşteri ve bayi memnuniyetini sağlamak adına her yıl ürün ve hizmetlerimizin etkisini ölçmek

için müşteri memnuniyeti ve sadakati anketleri gerçekleştirmektedir. B2B müşterilerinden geri bildirim toplamak için ise Koç Holding Bayi Memnuniyeti anketi ve genel anket çalışmaları yapılmaktadır.

Arçelik bünyesindeki Servis Akademisi, yetkili servislere kısa ve uzun vadeli eğitimler sunmaktadır. Sirius Projesi ile çağrı merkezleri, servisler, teknisyenler ve bağlı şirketlerin genel müdürlük çalışanları tarafından yürütülen GCC süreçlerini uçtan uca dijitalleştirmeyi ve standartlaştırmayı amaçlamaktadır. Proje, 63 ülkede optimize edilmiş bir deneyim sunmayı hedeflerken, 10 binden fazla teknisyenin tüm teknik verilere erişebileceği mobil bir platform oluşturmaktadır.

Arçelik kurumsal web sayfasında yer alan kalite belgeleri; ISO 9001, ISO 14001, ISO/TS 16949, ISO 45001, ISO/IEC 17025 vb. yönetim standartları sertifikaları yer almaktadır.

Görsel 1’de Şişecam’ın ürün çeşitliğinde öncü marka olması hakkında görsel yer almaktadır. Firma cam ev eşyasında 10 binden fazla ürün çeşitliliğine sahip olduğunu ifade etmektedir.



Görsel 1. Şişecam Ürün Çeşitliliğinde Öncü Marka Olması

Şişecam’ın web sayfasında sahip olduğu kalite belgeleri olarak ISO9001 Kalite Yönetim Sistemi Sertifikası- TÜRKAK, ISO9001 Kalite Yönetim Sistemi Sertifikası- UKAS ve ISO27001 Bilgi Güvenliği Yönetim Sistemi Sertifikası- TÜRKAK belgeleri yer almaktadır.

2.5.2 Kurumsal Web Sayfalarının Çalışma Ortamı Boyutunda İncelenmesi

Tablo 3’de firmaların çalışma ortamı boyutu 10 kategoride değerlendirilmiştir. Buna göre Arçelik 8, Şişecam 7 puan almıştır. Firmaların web sayfalarında çalışma ortamı hakkında yeterli bilgi ve görsel bulunmamaktadır.

Tablo 3. Çalışma Ortamı Boyutu

Firma Çalışma ortamı unsurları	Arçelik	Şişecam
Temiz, düzenli, aydınlatma, ısıtma gibi fiziksel şartlar	X	X
Yeterli dinlenme süreleri	-	-
Müzik dinletilmesi	-	-
Çalışana yönelik mesleki eğitimler	X	X
Çalışana yönelik sosyal etkinlikler	X	X
Çalışana yönelik sosyal destekler (kreş, tatil, servis, yemek, sağlık sigortası, yardımlaşma sandığı, dinlenme tesisleri gibi)	X	-
Çalışan memnuniyeti hakkında	X	X
Kariyer fırsatları	X	X
Sendikalaşma	X	X
Çalışan ödülleri ve takdir edilmesi	X	X
Toplam	8	7

Arçelik web sayfasında çalışma hayatı başlığı altında çalışan hakları anlatılmaktadır. Bu link altında ücretlendirme, yan faydalar, tüm çalışanlara sağlanan olanaklar, görevi gereği çalışanlara sağlanan olanaklar ve ücretli izinler için şirket politikası bilgileri yer almaktadır. Arçelik çalışanlarının bireysel ihtiyaçları doğrultusunda şekillendirebilecekleri esnek yan fayda uygulaması bulunmaktadır. Bu kapsamda çalışanlar hayat sigortası, alışveriş çekleri, check-up, bireysel emeklilik sigortası gibi alternatifleri seçebilmektedir.

Arçelik’in web sayfasında sendikalaşma ve endüstriyel ilişkiler başlığı altında çalışanların sendikal örgütlenme özgürlüğüne ve toplu sözleşme haklarına saygı duyulduğu, çalışanlarının ve sendikalar ile kurulan güven ilişkisi ile işyeri barışını korumayı temel prensibi olarak benimsediklerine değinilmektedir. Sendika ile yapılan toplu iş sözleşmelerinde daha iyi çalışma koşulları, iş sağlığı ve güvenliği, doğum, vefat, eğitim ve evlilik desteği gibi konulara yer verildiği ve uygulamaların takibini gerçekleştirdiği ifade edilmektedir.

Arçelik bünyesindeki Küresel Müşteri Hizmetleri (GCC) Akademisi, teknik alanda çalışanların teknik ve davranışsal yetkinliklerini küresel ölçekte geliştirmeyi amaçlamaktadır. Bağlı şirketlerdeki çalışanların teknik bilgi seviyelerini artırmak adına beş adet çevrimiçi eğitmen eğitimi düzenlenmiştir.

Şişecam çalışan hakları sayfası bulunmaktadır, fakat bu hakların neler olduğu ayrıntılı yer almamaktadır.

Şişecam, çalışanlarının iletişimini güçlendirmek, sosyalleşmelerini ve hobilerini desteklemek amacıyla Spor ve Sosyal Aktiviteler Kulübü Şimdi!’yi kurmuştur. Bu kulüp, çalışanların iş dışında ilgi duydukları alanlara yönelik çeşitli etkinlikler düzenlemektedir. Atölyeler, seminerler, geziler ve yarışmalar aracılığıyla çalışanlara sosyal bir ortamda bir araya gelme ve deneyimlerini paylaşma fırsatı sunulmaktadır. Ayrıca, iş yerinde geçirilen zamanın daha keyifli hale getirilmesi de amaçlanmaktadır. 2019 yılında “Şimdi!” çatısı altında voleybol, basketbol, futbol ve yelken takımları kurulmuş ve bu takımlar kurumsal spor organizasyonlarına katılım sağlamıştır.

Çalışanlarla diyalogu güçlendirmek amacıyla gerçekleştirilen “Ailece Şişecam’da Buluşuyoruz” etkinlikleri, 14 ülkedeki 38 farklı tesisi kapsayarak her yıl çalışanların ve ailelerinin bir araya gelip şenlik havasında keyifli bir gün geçirmelerine olanak tanımaktadır.

Şişecam web sayfasında hizmetiçi eğitimlere geniş yer vermektedir. Kurumda düzenlenen eğitimler; liderlik gelişimi eğitimi, İnsan Kaynakları Okulu, Mali İşler Okulu, Cam Teknolojileri Okulu, Tedarik Zinciri Okulu, Satış ve Pazarlama Okulu, Satınalma Sertifika Programı ve Bilgi Teknolojileri Sertifika Programı, İngilizce Dil Gelişim Programı başlıkları altında verilmektedir.

Şişecam’ın web sayfasında, çalışan ödülleri ve kıdemli çalışanların takdir edilmesine yönelik içeriklere geniş yer verilmektedir. Çalışanların başarılı projeleriyle katıldığı Senenin Yıldızları uygulaması kapsamında, üretim, verimlilik, kalite, inovasyon, teknoloji geliştirme ve iş sağlığı ve güvenliği gibi alanlarda katkı sağlayan çalışmalar ödüllendirilmektedir. Ayrıca, NAR Öneri Geliştirme Platformu aracılığıyla katma değer yaratan öneriler değerlendirilip ödüllendirilmektedir. Şişecam her yıl 10, 15, 20, 25, 30, 35 yılını Şişecam firmalarında tamamlayan çalışanlarını onları kutlamak amacıyla Kıdem Teşvik Ödülleri adı altında tören düzenleyerek ödüllendirmektedir. Görsel 2’de yer alan ödül törenine Şişecam Dergisi’nde geniş yer verilmiştir.

Görsel 2. Şişecam Çalışanlarına Verilen Kıdem Teşvik Ödülleri



2.5.3 Kurumsal Web Sayfalarının Sosyal ve Çevresel Sorumluluk Boyutunda İncelenmesi

Tablo 4’de firmaların sosyal ve çevresel sorumluluk boyutunda yaptıkları etkinlikler 14 kategoride incelenmiştir. Buna göre Arçelik 11, Şişecam 12 puan almıştır. Karın çalışanlarla paylaşımı ve dezavantajlı kişilere yönelik iş fırsatları konusunda her iki firmanın sayfasında herhangi bir veriye ulaşılammıştır.

Tablo 4. Sosyal ve Çevresel Sorumluluk Boyutu

Firma	Arçelik	Şişecam
Sosyal sorumluluk unsurları		
İş etiği kurallarına uyma	X	X
Çevreci ürünler	X	X
Çevreye yönelik etkinlikler	X	X
Sürdürülebilirlik projeleri	X	X
İşçi sağlığı ve güvenliği önlemleri	X	X
Karın çalışanlarla paylaşımı	-	-
Kadınlar için kariyer fırsatları	X	X
Dezavantajlı kişilere yönelik iş fırsatı	-	-
Toplumsal sorunlara yönelik faaliyetler	X	X
Yerel topluluklar için spor/kültür/sanat etkinliklerine destek	-	X
Kurumsal sosyal sorumluluk projeleri	X	X
Tedarikçilerle ilişkiler	X	X
Müşterilerle ilişkiler	X	X
Geri dönüşüm faaliyetleri	X	X
Toplam	11	12

Arçelik Türkiye, Türkiye'nin ilk dijital çocuk televizyon kanalı olan Pepee TV ile bir iş birliği gerçekleştirmiştir. 2019 ve 2020 yıllarında, çocukların iklim krizi, toprak, hava, su, orman, sorumlu tüketim, enerji verimliliği, geri dönüşüm, temiz ulaşım ve biyoçeşitlilik gibi sürdürülebilirlik konularında bilgi ve farkındalık kazanmalarını sağlamak amacıyla ondokuz farklı eğitici karikatür ve film hazırlanmıştır.

Arçelik ve Beko Türkiye, Milli Eğitim Bakanlığı iş birliğiyle 2019 yılında Dijital Kanatlar Projesi'ni hayata geçirmiştir. Proje, 21. yüzyıl becerileriyle donanmış, teknolojik gelişmelere hâkim ve yüksek özveri sahibi bir nesil yetiştirmeyi amaçlamaktadır. Arçelik, 2019 yılında Milli Eğitim Bakanlığı ile başlattığı beş yıllık işbirliği kapsamında okullara Akıllı Levha ve Arsense akıllı tahta yazılımı temin ederek, öğrencilere ve öğretmenlere etkin ve interaktif bir öğrenme deneyimi sunmayı hedeflemektedir.

Arçelik Milli Takım sponsorluğu yaptığını sayfasında duyurmaktadır, fakat yerel takımlara yönelik bir sponsorluk faaliyeti yoktur.

Şubat ayında meydana gelen Kahramanmaraş merkezli deprem felaketi sonrasında Arçelik ve Koç topluluğu, çeşitli iyileştirme çalışmalarına başlamıştır. Koç Holding'in koordinasyonunda, dört ilde Umut Kentleri inşasına başlanmıştır. Ayrıca, bölgede gençlerin ve kadınların istihdamını desteklemek amacıyla iki çağrı merkezi kurulmuştur. Arçelik gönüllüleri, sık sık sahada yer almış ve yerleşim sürecinde vatandaşların yanında olarak birçok etkinliği hayata geçirmiştir.

Görsel 3'de Arçelik'in sürdürülebilirlik ilkeleri yer almaktadır. Arçelik web sayfasında sürdürülebilirlik linki bulunmakta olup web sayfası genelinde bu konudaki faaliyetler geniş yer almaktadır.

Görsel 3. Arçelik Sürdürülebilirlik İlkeleri



2021 Sürdürülebilirlik Raporuyla Sürdürülebilir İş Raporlaması kategorisinde dört yıl arka arkaya ödül alırken, İYİ-GE Hareketi ile Sürdürülebilirlik İletişimi kategorisinde ödüle layık bulunmuştur. Arçelik-LG Döngüsel Plastik Yönetimi kategorisinde RePPet Hammaddesinin Geliştirilmesi ve Kullanımı ile Klima Ürününün Sürdürülebilirlik Yolculuğunda Fark Yaratılması projesi ile ödül almıştır. 2022 yılında Arçelik, dokuzuncusu düzenlenen Sürdürülebilir İş Ödüllerinde 3 kategoride ödül kazanmıştır. Arçelik, 2022 EcoVadis Sürdürülebilirlik Değerlendirmesi'nde 70/100 puan olarak Gold EcoVadis Medal ile ödüllendirilmiştir. Ev aletleri üretimi sektöründe EcoVadis tarafından derecelendirilen şirketler arasında ilk %2'lik dilimde yer almaktadır.

Arçelik, Genişletilmiş Üretici Sorumluluğu kapsamında 2014 yılında Eskişehir ve Bolu'da Atık Elektrikli ve Elektronik Ekipman geri dönüşüm tesislerini kurmuş ve o tarihten bu yana yaklaşık bir buçuk milyon elektrikli ekipman geri dönüştürmüştür. Eskişehir'deki tesis, buzdolaplarının geri dönüşümünü gerçekleştirirken, Bolu'daki tesis ise diğer beyaz eşyalar ve küçük ev aletlerinin geri dönüştürülmesini sağlamaktadır. Böylece, ürünlerin yaşam döngüsü boyunca çevresel etkileri en aza indirilmektedir. Bu alanda öncü bir rol üstlenen Arçelik, sektörde bu tür bir tesisi kurup işleten tek şirkettir.

Arçelik'in markalarından Beko, cinsiyet eşitliği konusunda birçok proje yürütmektedir. 2022 yılında Beko, 100 Kadın Bayi Projesi ile Stevie Awards tarafından İş Dünyasında Kadın Ödülleri iletişim ve pazarlama, çeşitlilik, eşitlik, kapsayıcılık kategorisinde Altın Stevie Ödülü'nü almıştır. 2023 yılında ise Arçelik, 485 şirketin yer aldığı 2023 Bloomberg Cinsiyet Eşitliği Endeksi'ne ortalama skorun üzerinde bir performans sergileyerek ilk kez dahil olmuştur.

Beko, iklim kriziyle mücadelesini DOMINO: The Little One adlı interaktif oyun platformuna taşımıştır. Bu proje ile gezegenin geleceği için sürdürülebilir teknolojiler geliştiren marka, Domino karakteri aracılığıyla, iklim krizi odaklı ekosistemin sürekliliğini tehdit eden sorunlara karşı bireysel olarak atılabilecek adımlar konusunda farkındalık yaratmayı amaçlamaktadır.

Görsel 4'de yer alan 2030 yılı Şişecam'ın sürdürülebilirlik faaliyetlerine yönelik stratejileri başlığı altında gezegenin korunması, toplumun güçlendirilmesi ve yaşamın dönüştürülmesi kategorileri yer almaktadır.



Faaliyet gösterdiği ülkelerde kurumsal vatandaşlık anlayışının gereği olarak topluma değer katma ve katkı sağlamaya yönelik çalışmalarını sürdüren Şişecam, sosyal sorumluluk projelerini çevre, spor, kültür ve sanat ve eğitim alanlarında yürütmektedir.

Görsel 5'de Şişecam sosyal sorumluluk projelerinden biri olan cam koleksiyonu görseli yer almaktadır.

Görsel 5. Şişecam Sosyal Sorumluluk Projeleri Cam Koleksiyonu



Şişecam, kültürel değerleri koruma amacıyla bir araya getirdiği, yaklaşık 3.500 yıllık bir geçmişe sahip 520 eski cam eserlik koleksiyonunu İstanbul Arkeoloji Müzesi'ne kaydettirmiştir. Şişecam'ın kültürel mirası koruma ve gelecek kuşaklara aktarma misyonu doğrultusunda, Tarih-Kültür-Cam Koleksiyonları, 1999 yılında Paşabahçe Mağazaları'nda ilk kez sergilenmiştir. Osmanlı, Camda Mavi Beyaz, Camda Sanatlı Yazı, Mineli Camlar, Mozaik, Anadolu Medeniyetleri, 7, Aşure, İstanbul, Kristalin Çiniler, Konuşan Paralar/Sikkeler, Zevk-i Selim, Camda Dünya Mirası ve son olarak 2019 yılında Kayıp Hazineleer gibi sınırlı sayıda üretilen toplam 14 koleksiyon bugüne kadar hayata geçirilmiştir. Paşabahçe Mağazaları'nın yeni Kayıp Hazineleer Koleksiyonu, yurt dışına götürülen tarihi eserlerle ilgili farkındalığı artırmayı ve geri alınan eserlere ve kültür varlıklarına sahip çıkılması bilincini güçlendirmeyi amaçlamaktadır.

Şişecam, eğitim ve öğretime katkı sağlama amacıyla Yenişehir Şişecam Mesleki ve Teknik Anadolu Lisesi'nin inşasını, Bursa Valiliği, İl Milli Eğitim Müdürlüğü ve Yenişehir Belediyesi ile yaptığı protokol kapsamında tamamlamıştır. Şişecam Topluluğu tarafından inşa edilen okul, Milli Eğitim Bakanlığı'na devredilerek açılmıştır. Ayrıca, Mersin Tarsus Organize Sanayi Bölgesi'nde inşa edilen ve Milli Eğitim Bakanlığı'na devredilen Özel Şişecam Mesleki ve Teknik Anadolu Lisesi, 2014-2015 eğitim-öğretim yılından itibaren birçok gencin meslek edinmesine yardımcı olmaktadır.

Şişecam, çevresel değerlere katkı sağlamak amacıyla sosyal sorumluluk projelerine web sayfasında geniş bir yer ayırmaktadır. Bu çerçevede, çeşitli bölgelerde ağaçlandırma ve doğal yaşamı koruma projeleri hayata geçirilmektedir. Şişecam'a ait tüm tesislerin sınırları içinde ortalama on dönümlük alan ağaçlandırılmakta ve bu alanlarda Şişecam Ormanları oluşturulmaktadır.

Şişecam Mersin-Kazanlı sahilinde, dünyadaki en önemli yumurtlama alanlarından biri olan Caretta ve Chelonia Mydas kaplumbağalarının yuva alanlarının korunabilmesi için her yıl yumurtlama dönemi öncesinde sahil temizliği yapılmakta ve bu sayede kaplumbağaların korunmasına katkı sağlanmaktadır.

Görsel 6. Şişecam Cam Yeniden Cam Projesi



Şişecam'ın 2011 yılından bu yana sürdürdüğü Cam Yeniden Cam Projesi, Türkiye'nin en geniş kapsamlı sürdürülebilirlik ve sosyal sorumluluk projelerinden biridir. Bu proje kapsamında, 2011'den itibaren 250 binin üzerinde ilköğretim öğrencisine geri dönüşüm eğitimi verilmiş, 20 binin üzerinde cam kumbarası belediyelere teslim edilerek kullanılmaya sunulmuş ve bin beşyüz ton cam atığı geri dönüşüme kazandırılmıştır. Cam Yeniden Cam Projesi, toplumsal geri dönüşüm bilinci oluşturma çalışmalarından ötürü 2019 yılında Sürdürülebilirlik Akademisi tarafından düzenlenen Sürdürülebilir İş Ödül Platformu'nda Sosyal Etki kategorisinde ödüllendirilmiştir.

Şişecam tarafından 1982 yılında, gençleri spora teşvik etmek ve spor disiplini ile bedensel ve ahlaki gelişimlerini desteklemek amacıyla Çayırova Yelken İhti-

sas Spor Kulübü Derneği adı altında kurulan Çayırova Spor Kulübü, faaliyetlerine Çayırova Sosyal Tesisleri’nde başlamış ve 1984 yılında Gençlik ve Spor Genel Müdürlüğü tarafından federe kulüp statüsünü kazanmıştır.

2.5.4 Kurumsal Web Sayfalarının Vizyon ve Liderlik Boyutunda İncelenmesi

Tablo 5’de firmaların vizyonluk ve liderlik boyutu altında yaptıkları uygulamalar 16 kategoride değerlendirilmiştir. Buna göre firmaların web sayfalarında tüm kategorilerde veriye ulaşılmıştır.

Tablo 5. Vizyon ve Liderlik Boyutu

Firma Vizyon ve Liderlik unsurları	Arçelik	Şişecam
Vizyon bildirgesi	X	X
Değerler hakkında	X	X
Misyon	X	X
Kurum felsefesi	X	X
Kurucular	X	X
Kurumun tarihçesi	X	X
Slogan	X	X
Kurumsal renk kullanımı	X	X
Lider açıklaması	X	X
Lider ziyaretleri ve görselleri	X	X
Sektör lideri öncüsü olma	X	X
Liderlik anlayışı	X	X
Şeffaflık, adaletli yönetim, etik kurallara uyma	X	X
Nitelikli personele sahip olma	X	X
Yenilikte öncü olma	X	X
Kurumsal ödüller	X	X
Toplam	16	16

Arçelik iyiliği aşkla tasarlar, hayatı güzelleştiren teknolojiler sloganlarını web sayfasında sıklıkla kullanmaktadır. Arçelik web sayfasında amblemini ve kurumsal renklerini de kullanmaktadır. Şişecam web sayfasında kurumsal renklerini ve amblemini kullanmaktadır. Şişecam hiç sönmeyen bu ateş 89. yılında sloganını sürekli kullanmaktadır.

Şişecam lider açıklamalarına ve görsellerine Şişecam Dergisi içinde yer verirken, Arçelik lider görsellerine, liderlerinin katıldığı etkinliklere ana sayfasında

yer ayırmaktadır. Arçelik Koç topluluğu bünyesinde faaliyet gösterdiği için topluluğun kurucularına ve yöneticilerine de sayfasında yer vererek topluluğun imajını da kullanmaktadır.

Her iki kurum da Türkiye Cumhuriyetinin en köklü kurumları olmaları nedeniyle köklü kurum olduklarını, tarihçelerini, yıl yıl gelişim aşamalarını ve başarılarını sayfalarına taşımaktadırlar.

2.5.5 Kurumsal Web Sayfalarının Finansal Performans Boyutunda İncelenmesi

Tablo 6’da firmaların web sayfaları içerikleri finansal performans boyutu altında 9 kategoride değerlendirilmiştir. Her iki firma web sayfaları finansal bakımdan tüm bilgileri barındırmaktadır. Her iki firma anonim şirket oldukları ve hisseleri borsada işlem gördüğü için finansal tablolarını yayınlamak zorundadır.

Tablo 6. Finansal Performans Boyutu

Firma Finansal performans unsurları	Arçelik	Şişecam
Finansal tablolar	X	X
Yüksek kar	X	X
Satış gelirleri	X	X
Hisse senedi değeri hakkında	X	X
Mali yapısının güçlü olması	X	X
Uzun vadeli yatırımlar	X	X
Büyüme oranları	X	X
Rakiplerden üstün performans	X	X
Ortaklık yapısı	X	X
Satış gelirleri	X	X
Toplam	9	9

Firmaların web sayfalarında yatırımcı ilişkileri başlığı altında finansal tabloları, faaliyet raporları içinde yayınlanmaktadır. Bu raporlarda finansal veriler ve analizleri açıklanmaktadır.

2.5.6 Kurumsal Web Sayfalarının Duygusal Çekim Boyutunda İncelenmesi

Tablo 7’de firmaların web sayfası içerikleri duygusal çekim boyutu 11 kategoride incelenmiştir. Her iki firmanın web sayfaları tüm kategorilerdeki bilgilere

yer vermektedir. Her iki firma da sektörde ürün çeşitliğine, yeni ürün üretme kapasitelerine, Ar-Ge yatırımlarına, pazar paylarına ve finansal olarak güçlü olduklarına ve aldıkları ödüllere ana sayfalarında geniş yer ayırmaktadırlar.

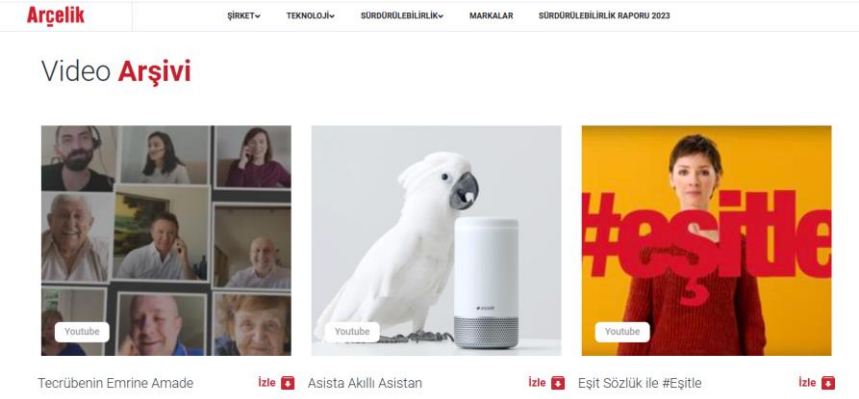
Tablo 7. Duygusal Çekim Boyutu

Firma Duygusal çekim unsurları	Arçelik	Şişecam
Saygınlık, takdir edilme, güven ifadeleri	X	X
Başarı ödülleri	X	X
Yetenekli çalışanı işletmeye çekme	X	X
Yetenekli çalışanları çalıştırma	X	X
Yönetim kalitesi	X	X
Yaratıcılık ve yeniliğe açık olma	X	X
Global pazarlarda iş yapma	X	X
Küresel şirketlerle ortaklık	X	X
Finansal güç ve sağlamlığa vurgu	X	X
Medya haberleri	X	X
Kurumsal reklamlar	X	X
Toplam	11	11

Arçelik'in web sayfasında, aldığı ödüllere geniş bir yer verilmektedir. Şirket, sektördeki en prestijli ödüllerden biri olan IDC Dijital Dönüşüm ödülleri, Coronavirus Filiation App projesi ile Change Management kategorisinde birincilik; Arctic Diamond - Digital Factory Design ve Implementation projesi ile Future Of Work kategorisinde birincilik; Quality Intelligence projesi ile Business Enablement kategorisinde üçüncülük ve Çevik: A Decision-Making AI Tool for Service Excellence projesi ile Innovation kategorisinde üçüncülük elde ettiğini duyurmuştur.

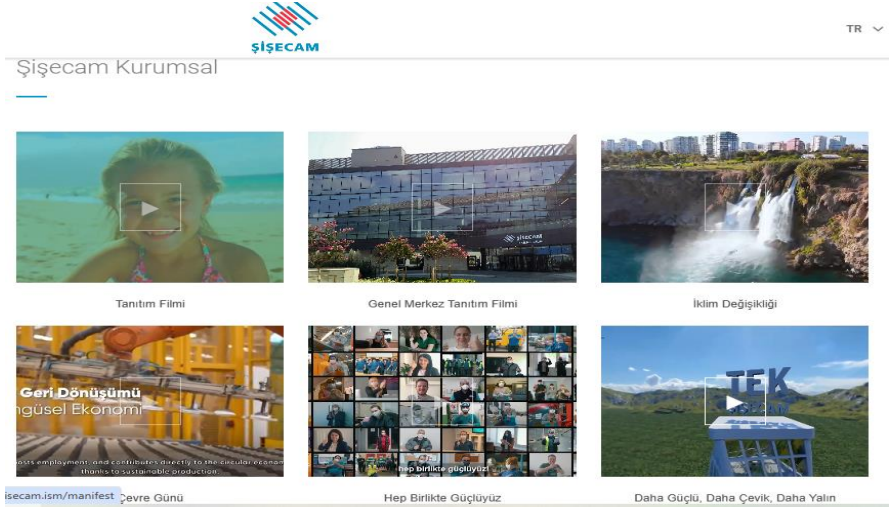
Görsel 7'de Arçelik kurumsal reklamları görselleri yer almaktadır. Kurumsal reklamlar kurumların kendilerini paydaşlarına tanıtmada önemli katkılar sağlamaktadır. Kurum ana sayfasında video arşivi linki altında kurumsal reklamlarını paylaşmaktadır.

Görsel 7. Arçelik Kurumsal Reklamları



Görsel 8’de Şişecam Kurumsal linki altında yer alan kurumsal reklamların videoları yer almaktadır. Şişecam 10 Kasım Atatürk’ü Anma Günü, 29 Ekim Cumhuriyet Bayramı, 23 Nisan Ulusal Egemenlik ve Çocuk Bayramı, 19 Mayıs Atatürk’ü Anma, Gençlik ve Spor Bayramı nedeniyle kurumsal reklamlar yapmıştır.

Görsel 8. Şişecam Kurumsal Reklamları



Görsel 9’da yer aldığı gibi Şişecam kurumun güvenilir ve saygınlığını göstermek ve köklü bir kuruluş olduğuna vurgu yapmak amacıyla web sayfasında 1935 yılında Mustafa Kemal Atatürk’ün Şişecam fabrikalarını ziyareti görseline yer vermektedir.

Görsel 9. Mustafa Kemal Atatürk'ün Şişecam Fabrikalarını Ziyareti



Görsel 10'da Şişecam'ın global pazarda öncü olduğunun kanıtlarıyla ilgili görsel yer almaktadır. Görselde Şişecam'ın düzcam üreticisi olarak Avrupa'nın birincisi ve dünyanın beşincisi olduğu bilgisini web sayfasında paylaşmaktadır.

Görsel 10. Şişecam'ın Global Pazarda Öncü Olması



Duygusal çekim boyutunda sektör öncüsü olmak önemli bir alt boyuttur. Her iki firma da ürün çeşitliliği, yeni ürün üretme yeteneği ve global pazarlarda bulunduklarını web sayfalarında defalarca duyurmaktadırlar.

SONUÇ

Çalışmada Capital dergisinde yayınlanan 2023 yılının Türkiye'nin en beğenilen 20 firması içinde yer alan firmalardan imalat sektöründe faaliyet gösteren ve yerli firma olan Arçelik ve Şişecam amaçlı örneklem yöntemiyle incelenmektedir. Araştırmada firmaların kurumsal web sayfaları içerik analizi yöntemiyle incelenmiştir. Fombrun ve Harris İnteractive ortak bir çalışma yürüterek kurumsal itibarı ölçen The Reputation Quotient adlı bir ölçüm geliştirmişlerdir. Bu ölçekte kurumsal itibarın ölçümünde altı boyut kullanılmaktadır. Bunlar ürün ve hizmetler, çalışma ortamı, sosyal ve çevresel sorumluluk, vizyon ve liderlik, finansal performans ve duygusal çekim boyutlarıdır. Arçelik ve Şişecam'ın kurumsal web sayfaları bu boyutları barındırmaları bakımından incelenmiştir.

Ürün ve hizmetler boyutu ile ilgili bulgular:

Arçelik ve Şişecam firmalarının kurumsal web sayfalarında ürün ve hizmetler boyutu 10 kategoride incelenmiştir. Arçelik web sayfasında 10 kategorinin tümüne ulaşılrken, Şişecam web sayfasında satış sonrası destek hizmetleri ve müşteri deneyimi hakkında bilgiye ulaşılammıştır.

Arçelik ve Şişecam kurumsal web sayfalarında çeşitli alanlarda aldıkları kalite belgelerine geniş yer vermektedir. Böylece sayfalarında ürünlerinin, üretim süreçlerinin sürekli bir denetime tabi olduğu gösterilmektedir. Her iki firmanın ürün çeşitliliği, yeni ürün üretme yeteneği, ürün görselleri ve ürünler hakkında bilgi web sayfasının büyük bölümünü kaplamaktadır.

Çalışma ortamı boyutu ile ilgili bulgular:

Firmaların web sayfaları çalışma ortamı boyutunda 10 kategoride değerlendirilmiştir. Buna göre Arçelik 8, Şişecam 7 puan almıştır. Firmaların web sayfalarında çalışma ortamı hakkında yeterli bilgi ve görsel bulunmamaktadır.

Arçelik web sayfasında çalışma hayatı başlığı altında çalışan hakları anlatılmaktadır. Bu link altında ücretlendirme, yan faydalar, tüm çalışanlara sağlanan olanaklar, görevi gereği çalışanlara sağlanan olanaklar ve ücretli izinler için şirket politikası bilgileri yer almaktadır.

Arçelik, çalışanlarına çeşitli olanaklar sunmaktadır. Bunlar arasında sağlık sigortası ve mesleki ile kişisel gelişimlerini destekleyen eğitim fırsatları, performansla bağlı ödüller ve şirketin ürünlerinden indirimli olarak yararlanma yer almaktadır. Arçelik'in web sayfasında sendikalaşma ve endüstriyel ilişkiler başlığı altında çalışanların sendikal örgütlenme özgürlüğüne ve toplu sözleşme haklarına saygı duyulduğu, çalışanlarının ve sendikalar ile kurulan güven ilişkisi ile işyeri barışını korumayı temel prensibi olarak benimsediklerine değinilmektedir.

Şişecam çalışan hakları başlığı web sayfasın bulunmaktadır, fakat bu hakların neler olduğu ayrıntılı yer almamaktadır. Şişecam, çalışanlarının iletişimini güçlendirmek, sosyalleşmelerini ve hobilerini gerçekleştirmelerini desteklemek amacıyla Spor ve Sosyal Aktiviteler Kulübü Şimdi! kulübü, çalışanların iş dışında ilgi duydukları alanlara yönelik çeşitli etkinlikler düzenlemektedir. Çalışanlarla diyalogu güçlendirmek amacıyla gerçekleştirilen Ailece Şişecam'da Buluşuyor etkinlikleri yapmaktadır.

Şişecam web sayfasında hizmetiçi eğitimlere geniş yer vermektedir. Kurumda düzenlenen eğitimler; liderlik gelişimi eğitimi, İnsan Kaynakları Okulu, Mali İşler Okulu, Cam Teknolojileri Okulu, Tedarik Zinciri Okulu, Satış ve Pazarlama Okulu, Satınalma Sertifika Programı ve Bilgi Teknolojileri Sertifika Programı, İngilizce Dil Gelişim Programı başlıkları altında verilmektedir.

Şişecam'ın web sayfasında, çalışan ödülleri ve kıdemli çalışanların takdir edilmesine yönelik içeriklere geniş yer verilmektedir. Ayrıca, NAR Öneri Geliştirme Platformu aracılığıyla katma değer oluşturan öneriler değerlendirilip ödüllendirilmektedir. Şişecam her yıl 10, 15, 20, 25, 30, 35 yılını Şişecam firmalarında tamamlayan çalışanlarını onları kutlamak amacıyla Kıdem Teşvik Ödülleri adı altında tören düzenleyerek ödüllendirmektedir.

Sosyal ve çevresel sorumluluk boyutu ile ilgili bulgular:

Firmaların web sayfalarında yer alan sosyal ve çevresel sorumluluk boyutunda yaptıkları etkinlikler 14 kategoride incelenmiştir. Buna göre Arçelik 11, Şişecam 12 puan almıştır. Karın çalışanlarla paylaşımı ve dezavantajlı kişilere yönelik iş fırsatları konusunda her iki firmanın sayfasında herhangi bir veriye ulaşılamamıştır.

Arçelik Türkiye, Türkiye'nin ilk dijital çocuk televizyon kanalı olan Pepee TV ile bir iş birliği gerçekleştirmiştir. Kanalda yayınlanan, çocukların iklim krizi, toprak, hava, su, orman, sorumlu tüketim, enerji verimliliği, geri dönüşüm, temiz ulaşım ve biyoçeşitlilik gibi sürdürülebilirlik konularında bilgi ve farkındalık kazanmalarını sağlamak amacıyla eğitici karikatürler ve filmler hazırlanmıştır.

Arçelik ve Beko Türkiye, Milli Eğitim Bakanlığı iş birliğiyle 2019 yılında Dijital Kanatlar Projesi'ni hayata geçirmiştir. Arçelik, 2019 yılında Milli Eğitim Bakanlığı ile başlattığı beş yıllık işbirliği kapsamında okullara Akıllı Levha ve Arsense akıllı tahta yazılımı temin ederek, öğrencilere ve öğretmenlere etkin ve interaktif bir öğrenme deneyimi sunmayı hedeflemektedir.

Arçelik Milli Takım sponsorluğu yaptığını sayfasında duyurmaktadır, fakat yerel takımlara yönelik bir sponsorluk faaliyeti yoktur.

Koç Holding'in koordinasyonunda, Kahraman Maraş depreminde zarar gören dört ilde depremzedeler için Umut Kentleri inşasına başlamıştır. Ayrıca, bölgede gençlerin ve kadınların istihdamını desteklemek amacıyla iki çağrı merkezi kurulmuştur.

Arçelik web sayfasında sürdürülebilirlik linki bulunmakta olup; web sayfası genelinde bu konudaki faaliyetler geniş yer almaktadır. Arçelik web sayfasında sürdürülebilirlik alanında aldığı çeşitli ödülleri duyurmaktadır.

Arçelik, Genişletilmiş Üretici Sorumluluğu kapsamında 2014 yılında Eskişehir ve Bolu'da Atık Elektrikli ve Elektronik Ekipman (AEEE) geri dönüşüm tesislerini kurmuştur. Böylece, ürünlerin yaşam döngüsü boyunca çevresel etkileri en aza indirilmeyi hedeflemektedir.

Arçelik'in markalarından Beko, cinsiyet eşitliği konusunda birçok proje yürütmektedir. Bu kapsamda yaptığı çalışmalar nedeniyle 100 Kadın Bayi Projesi ile Stevie Awards tarafından Altın Stevie Ödülü'ne layık görülmüştür. 2023 yılında ise Arçelik, 485 şirketin yer aldığı 2023 Bloomberg Cinsiyet Eşitliği Endeksi'ne ilk kez dahil olmuştur.

Şişecam'ın web sayfasında sürdürülebilirlik faaliyetlerine yönelik stratejileri başlığı altında gezegenin korunması, toplumun güçlendirilmesi ve yaşamın dönüştürülmesi kategorileri yer almaktadır. Faaliyet gösterdiği ülkelerde kurumsal vatandaşlık anlayışının gereği olarak topluma değer katma ve katkı sağlamaya yönelik çalışmalarını sürdüren Şişecam, sosyal sorumluluk projelerini çevre, spor, kültür –sanat ve eğitim alanlarında yürütmektedir.

Şişecam, kültürel değerleri koruma amacıyla bir araya getirdiği, eski cam eserlik koleksiyonunu İstanbul Arkeoloji Müzesi'ne kaydettirmiştir. Paşabahçe Mağazaları'nın yeni Kayıp Hazine Koleksiyonu, yurt dışına götürülen tarihi eserlerle ilgili farkındalığı artırmayı ve geri alınan eserlere ve kültür varlıklarına sahip çıkılması bilincini güçlendirmeyi amaçlamaktadır.

Şişecam, eğitim ve öğretime katkı sağlama amacıyla Milli Eğitim Bakanlığı işbirliği ile farklı şehirlerde mesleki okullar inşa etmiş, donatmış ve bakanlığa devretmiştir.

Şişecam, çevresel değerlere katkı sağlamak amacıyla sosyal sorumluluk projelerine web sayfasında geniş bir yer ayırmaktadır. Bu çerçevede, çeşitli bölgelerde ağaçlandırma ve doğal yaşamı koruma projeleri hayata geçirilmektedir. Şişecam'a ait tüm tesislerin sınırları içinde ortalama on dönümlük alan ağaçlandırılmakta ve bu alanlarda Şişecam Ormanları oluşturulmaktadır.

Şişecam tarafından çevresel bir etkinlik olarak Mersin-Kazanlı sahilinde, dünyadaki en önemli yumurtlama alanlarından biri olan Caretta ve Chelonia Mydas kaplumbağalarının yuva alanlarının korunabilmesi için her yıl yumurtlama dönemi öncesinde sahil temizliği yapılmakta ve bu sayede kaplumbağaların korunmasına katkı sağlanmaktadır.

Şişecam'ın 2011 yılından bu yana sürdürdüğü Cam Yeniden Cam Projesi, Türkiye'nin en geniş kapsamlı sürdürülebilirlik ve sosyal sorumluluk projelerinden biridir. Cam Yeniden Cam Projesi, toplumsal geri dönüşüm bilinci oluşturma çalışmalarından ötürü 2019 yılında Sürdürülebilirlik Akademisi tarafından düzenlenen Sürdürülebilir İş Ödül Platformu'nda Sosyal Etki kategorisinde ödüllendirilmiştir.

Şişecam tarafından 1982 yılında, gençleri spora teşvik etmek ve spor disiplini ile bedensel ve ahlaki gelişimlerini desteklemek amacıyla Çayirova Yelken İhtisas Spor Kulübü Derneği adı altında kurulan Çayirova Spor Kulübü, faaliyetlerine Çayirova Sosyal Tesisleri'nde başlamış ve 1984 yılında Gençlik ve Spor Genel Müdürlüğü tarafından federe kulüp statüsünü kazanmıştır.

Vizyon ve liderlik boyutu ile ilgili bulgular:

Firmaların web sayfasında yer alan vizyonluk ve liderlik boyutu altında yaptıkları uygulamalar 16 kategoride değerlendirilmiştir. Buna göre firmaların web sayfalarında tüm kategorilerde veriye ulaşılmıştır.

Arçelik iyiliği aşkla tasarlar, hayatı güzelleştiren teknolojiler sloganlarını web sayfasında sıklıkla kullanmaktadır. Arçelik web sayfasında amblemini ve kurumsal renklerini de kullanmaktadır. Şişecam web sayfasında kurumsal renklerini ve amblemini kullanmaktadır. Şişecam hiç sönmeyen bu ateş 89. yılında sloganını sürekli kullanmaktadır.

Şişecam lider açıklamalarına ve görsellerine Şişecam Dergisi içinde yer verirken, Arçelik lider görsellerine, liderlerinin katıldığı etkinliklere ana sayfasında yer ayırmaktadır. Arçelik Koç topluluğu bünyesinde faaliyet gösterdiği için topluluğun kurucularına ve yöneticilerine de sayfasında yer vererek topluluğun imajını da kullanmaktadır.

Her iki kurum da Türkiye Cumhuriyetinin en köklü kurumları olmaları nedeniyle köklü kurum olduklarını, tarihçelerini, yıl yıl gelişim aşamalarını, başarılarını sayfalarına taşımaktadırlar.

Finansal performans boyutu İle ilgili bulgular:

Firmaların web sayfaları içerikleri finansal performans boyutu altında 9 kategoride değerlendirilmiştir. Her iki firma web sayfaları finansal bakımdan tüm bilgileri barındırmaktadır. Her iki firma anonim şirket oldukları ve hisseleri borsada işlem gördüğü için finansal tablolarını yayınlamak zorundadır. Firmaların web sayfalarında yatırımcı ilişkileri başlığı altında finansal tabloları, faaliyet raporları içinde yayınlanmaktadır. Bu raporlarda finansal veriler ve analizleri açıklanmaktadır.

Duygusal çekim boyutu ile ilgili bulgular:

Firmaların web sayfası içerikleri duygusal çekim boyutu 11 kategoride incelenmiştir. Her iki firmanın web sayfaları tüm kategorilerdeki bilgilere yer vermektedir. Her iki firma da sektörde ürün çeşitliğine, yeni ürün üretme kapasitelerine, Ar-Ge yatırımlarına, pazar paylarına ve finansal olarak güçlü olduklarına ve aldıkları ödüllere ana sayfalarında geniş yer ayırmaktadırlar.

Arçelik ve Şişecam web sayfalarında, aldıkları ödüllere geniş bir yer verilmektedir. Arçelik ve Şişecam kurumsal web sayfalarında kurumsal reklamlarının videolarını paylaşmaktadır. Kurumsal reklamlar kurumların kendilerini paydaşlarına tanıtmada önemli katkılar sağlamaktadır.

Duygusal çekim boyutunda sektör öncüsü olmak önemli bir alt boyuttur. Her iki firma da ürün çeşitliliği, yeni ürün üretme yeteneği ve global pazarlarda bulunduklarını web sayfalarında defalarca duyurmaktadırlar.

Her iki firmanın web sayfaları içerik bakımından değerlendirildiğinde ürün ve hizmetlerin, üretim süreçlerinin, ortağı veya sahibi olduğu firmaların, alınan ödüllerin hakkında içeriğin sayfaların büyük bölümünü kapladığı tespit edilmiştir. Çalışanlar, müşteriler, tedarikçiler, bayiler ve diğer dış paydaşlarla ilgili içerik; liderlerinin görselleri ve etkinlikleri, çalışma ortamı ve çalışan haklarıyla ilgili içerikler sayfada görece daha az yer tutmaktadır. Kurumsal itibar tüm paydaşlar nezdinde olumlu bir imaja sahip olmayı gerektirdiğinden bu kesimlerin web sayfasında daha geniş yer alması gereği vardır. Medya kuruluşları ve çalışanları kurumsal itibarın inşasında ve sürdürülmesinde önemli bir paydaştır. İncelenen web sayfalarında medya veya basın adı altında linkler olmasına rağmen toplam içerik web sayfaları toplamında oldukça az bir yer tutarken sınırlı bir içeriğe sahiptir. Medya linki altında daha kapsamlı içerik, lider görselleri, görüşmeleri, reklamlar ve diğer pazarlama iletişimi ile ilgili etkinliklere yer verilmelidir

KAYNAKÇA

- Akpınar, R. (2013). Kamu Yönetiminde Müşteri Odaklılık ve Kurumsal İtibar Kavramı: İzmir Bilim, Sanayi ve Teknoloji İl Müdürlüğü Analiz Çalışması, *Kırgızistan Celalabat Üniversitesi Kırgız-Türk Sosyal Bilimler Enstitüsü Akademik Bakış Dergisi*, sayı: 38, s. 1-16.
- Argüden, Y. (2003), *İtibar Yönetimi*, ARGE Danışmanlık Yayınları No:4, İstanbul
- Arslandaş, S. G. (2013). *Çalışma Psikolojisi Açısından Kurumsal İtibar*. Yayımlanmamış yüksek lisans tezi, Yalova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Çalışma Ekonomisi ve Endüstri İlişkileri Anabilim Dalı.
- Barnett, M.A., Jermier, J.M. ve Lafferty, B.A. (2006). Corporate reputation: The definitional landscape. *Corporate Reputation Review*, 9(1), 26-38.
- Berkup, S. B. (2015). Fombrun İtibar Katsayısı Ölçeği Çerçevesinde Bir İtibar Vaka Çalışması: Arçelik A.Ş. *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 859-886.
- Budak, G. ve Budak, G. (2014). *İmaj Mühendisliği Vizyonundan Halkla İlişkiler*. Ankara: Nobel
- Chun, Rosa, (2005). Corporate Reputation: Meaning and Measurement. *International Journal of Management Reviews*, 7(2): 91-109.
- Erengül B. (1997). *Kültür Sihirbazları*, İstanbul: Evrim Yayınevi
- Er, G. (2008). *Sanal Ortamda İtibar Yönetimi*, İstanbul: Cinius Yayınları
- Fombrun, C. (1996). *Reputation: Realizing Value from the Corporate Image*. Harvard Business School Publication.
- Fombrun, C., N.A. Gardberg ve J.M. Sever, (2000). The Reputation Quotient Sm: Multi stake Holder Measure of Corporate Reputation. *The Journal of Brand Management*, 7 (4).
- Karakılıç, N.Y. (2005). *Kurumsal İtibarın Müşteri Tecihleri Üzerine Etkileri. Afyon'da Parekende Sektöründe Faaliyet Gösteren İşletmeler Üzerine Bir Araştırma*, Afyon Kocatepe Üniversitesi İ.İ.B.F. DergisiC.VII, S.2.
- Kiessling W., Spannagl P. (1996) *Corporate Identity: Unternehmensleitbil Organisationskultur*, 1.Aufl., Alling : Sandmann
- Kuzucu, G., Gülseli Aygül Alan (2020). Kurumsal İtibar ve Kurumsal Reklam İlişkisi Üzerine Bir Çözümleme: Opet Petrolcülük A.Ş. Örneği. *Maltepe Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, 7(1), 3-29.
- MEGEP (2007) Mesleki Eğitim ve Öğretim Sisteminin Güçlendirilmesi Projesi, *Halkla İlişkiler ve Organizasyon Hizmetleri, Halkla İlişkiler Yaklaşımı*, Ankara
- Okay, A. (2012). *Kurum Kimliği*, İstanbul : Mediacat
- Peltekoğlu, F.B. (2004). *Halkla İlişkiler Nedir?* İstanbul: Beta Yayınları
- Sabuncuoğlu, Z. (2004). *İşletmelerde Halkla İlişkiler*, İstanbul: Aktüel

- Sarıkaya , M., Oruç, İ.(2010). Kurumsal İtibar Oluşturmada Stratejik İş Birliği Olarak İşletme STK İlişkisi, *Organizasyon ve Yönetim Bilimleri Dergisi*, Cilt 2, Sayı 2
- Usta, M. (2006). *Örgüt Kültüründe Halkla İlişkiler ve İtibar Yönetimi Ege Akdeniz Bölgelerindeki turizm İşletmeleri Örneği*.D.E.Ü Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, İzmir.
- Türkyılmaz, C. A. ve Gürdal, S. (2014). *İtibar Yönetimi*, Ed. (Sumer H. ve Pernsteiner H.), Web Tabanlı Kurumsal İtibar Yönetimi.İstanbul: Beta Yayınları
- Yavuz, A.Ü.(2017). *İçsel Ve Dışsal Paydaşların Kurumsal İtibarı Algulamalarının Karşılaştırılması*. Yüksek Lisans Tezi, T.C. Bilecik Şeyh Edebali Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Bilecik.
- Yirmibeş, S. (2010). *Kurumsal İtibar Yönetimi ve Kamuya Bağlı Bir Kurumda Kurumsal İtibarın Ölçülmesi Üzerine Bir Araştırma*, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, D.E.Ü. Sosyal Bilimler Enstitüsü, İzmir



BÖLÜM 30

Yayıncılığın Güncel Sorunları

Alaattin Aslan¹ & Gamze Edanur Bulut²

¹ Dr. Öğretim Üyesi, Marmara Üniversitesi, Orcid : 0000-0001-5053-9256

² Marmara Üniversitesi SBE Yüksek Lisans Öğrencisi Orcid: 0009-0005-5694-9498

I. GİRİŞ

Sözlü kültürün, harfler aracılığıyla yazılı hale dönüştürülmesi ile insanın anlam evreninin sınırları, kendi vücut sınırlarının dışına taşarak çok uzaklara ulaşmayı başarmıştır. Özellikle ilk türlerinin taş, tahta, deri, vb. üzerine yazılanların aktarılması yolu ile öne çıkan basılı aktarım 15. yüzyılda matbaanın Avrupa’da kullanılmasıyla kâğıt ve zihin arasında bağ kurmanın en önemli faktörü halini almıştır (Ong, 2013, s. 140-141). Zamanla, matbaa icadı ile kitap ve dergi basım işi endüstrileşip sektöre dönüşerek yayıncılık adını almıştır.

Matbaanın çeşitli sosyo-ekonomik nedenlerle Türk topraklarına geç gelişi yayıncılık sektörünün de geç oluşmasında sebep olmuştur. İlk Türk matbaası olarak anılan Müteferrika Matbaası 1726’da İbrahim Müteferrika tarafından İstanbul’da kurulmuştur. Müteferrika’ya göre matbaanın yararları arasında; eğitimin gelişmesi, İslam dini açısından değerli eserlerin yenilenip dağıtılması, hatasız ve iyi şekilde iklime uygun muhafaza edilecek kitapların basılması, düşük fiyatla çok sayıda basılan kitapların taşraya ulaştırılabilmesi gibi nedenler yer almaktadır (Sabev, 2006, s. 139-140).

Yayıncılık bir bilgiyi, fikri, düşünceyi yazılı halde okura sunma işidir. Ülkemizde geç gelişmiş ve hala gelişmekte olan bir sektör olmasına rağmen günümüzde gelinen noktada Türkiye, dünyada en çok yeni kitap üreten ülkelerden biridir. Çok sayıda yayıncının rekabet ettiği bu sektör, teknolojinin gelişmesiyle değişim ve dönüşüm sürecine girmektedir. Bu çalışma, yayıncılık sektörünün ana bileşenleri olan okuyucu, yazar ve yayıncıların karşılaştığı sorunları ele almaktadır. Alinyazına bakıldığında bu sorunların altı başlıkta toplanabileceği görülmektedir. Bunlar yayınların kalite kontrol aşamasında ortaya çıkan sorunlar, telif hakları ile ilgili zorluklar, teknolojik hızın yayıncılığa etkisi, rekabet nedeniyle yayıncıların yaşadığı zorluklar, pazarlama alanında ortaya çıkan durumlar, ve mali koşulların her geçen gün yayıncılık üstünde oluşturduğu baskılar sayılabilir.



II. Kalite Kontrol

İnsanların kitabı sadece el yazısıyla çoğaltabildiği dönemden matbaaya geçişle birlikte kitap dolayısıyla bilgi; kolay ulaşılabilir, yaygın ve ticari bir meta haline geldi. Matbaa, kitaba bir form kazandırarak belli standartlar çerçevesinde değerlendirilmesinin önünü açan bir icat olarak geliştirildi. Belirli kriterlere bağlı olarak üretilmeye başlanan kitaplar için de okurun ve yayıncının beğenisi önemli ölçüt olarak algılanmaya başladı. Sanayileşmeyle birlikte hem üretici hem de tüketici için kalite, tercihleri belirlemede ve kanaat oluşturmada en etkili unsur haline aldı.

Tüketim toplumunun mal ve ürün tercihinde sıklıkla kullandığı kalite kavramı bir bakıma ürünün kimliğini ortaya koymaktadır. Tüketicinin beklentisine uygunluğu ifade eden kalite sözcüğü güvenilirliği ve müşteri tatminini sağlamak açısından son derece önem arz etmektedir (Erol, 2011, s. 4). Buradan yola çıkarak yayıncılık için kalitenin artırılması hem sektörün gelişimi hem de tüketicinin faydası açısından önemli bir unsur olarak karşımızda çıkmaktadır.

İşletmeler tarafından kalite tabiri, bir ürün ve hizmet karşılığındaki fikri ve beğeniyi ifade etmek amacıyla kullanılmaktadır. Yayıncılık sektörü açısından ise kalite, okurun gözünde yayının niteliğini belirtmektedir. Başarılı bir editoryal süreç, dile ve kültüre uygun çeviri, içeriğe uygun kapak tasarımı ve kâğıt türü gibi unsurlar kaliteyi belirlerken temel ölçüt olarak karşımıza çıkmaktadır.

Yayıncılık açısından üzerinde en çok çalışılan husus fikrin yazıya dönüştürülmesi ve okura aktarılması sürecidir. Bu açıdan bir fikrin yazıya dönüştürülmesinde yazarın motive edilip desteklenmesi önem arz ederken yayıncının da işlerini yürütebilmesi için yazarın ürettiği eseri zamanında teslim etmesi gerekmektedir. Bu durum, yazar ile yayıncının koordinasyonunun önemini vurgulamaktadır. Eserin yayına hazırlık sürecinde editör, lektör, yayın koordinatörü, yayın yönetmeni gibi yayınevi çalışanları yoğun mesai harcamaktadır. Bu noktada özellikle editörün üzerine düşen görev çok daha incelik ve donanım istemektedir. Çünkü editörün başarısı yayınevinin kalitesini belirlemektedir. Editör, gerekli gördüğünde kitaba doğrudan müdahale etme, yayın politikasını belirleme hakkına sahiptir. Bununla birlikte özellikle çeviri eserler için editörün niteliği son derece önemlidir. Örneğin bazen bir kelimenin doğrudan karşılığının olmadığı durumlar yaşanmaktadır bu noktada editörün dile ve alana hâkim olması gerekmektedir (Karagöz, 2021). Buradan bakıldığında dikkatli okurların özellikle çeviri eser hususunda neden yayınevi seçme eğiliminde oldukları anlaşılmaktadır.

Kitapların ve dergilerin ticari bir ürün haline gelmesiyle dilde bir standartlaşma ve belli ölçütlere uyma zorunluluğu ortaya çıkmış ve dil eserin kalitesini değerlendirirken en belirleyici özelliklerden biri olmuştur. Bir kitap ya da dergi basım işlemi gerçekleşinceye kadar taslak konumundadır. Dil bilgisi kurallarına uygunluğu kontrol etmek ve dilin doğru kullanımını değerlendirmek adına farklı kişiler tarafından defalarca okunmakta ve gerekli değişiklikler yapılmaktadır (Harris-Spencer, 2023). Diğer yandan günümüzde dijitalleşmeyle birlikte bireysel yayıncılığa imkân tanıyan sanal mecralar geliştirilmektedir. Bu uygulama ve web sitelerinde editör desteğinin olmaması üretilen eserlerde dilin doğru kullanımını açısından eksikliklerin olması ihtimalini artırmaktadır.

Yazar açısından kalite kontrol ele alındığında editör-yazar ilişkisi oldukça önemli bir noktadadır. Çünkü editör hem dile hem de piyasaya hakimdir bu sebeple de profesyonel bir şekilde yazara müdahale ederek yönlendirebilmektedir. Dolayısıyla nitelikli editör, yazarın ve eserin nitelikli olmasında da büyük paya sahip olmaktadır (Parlak, 2021). Bununla birlikte yazarın etik değerleri göz önünde bulundurarak ürettiği özgün eseri sadece eserin değil yazarın da kalitesini belirlemektedir. Günümüzde sayıları artan satış odaklı yazarların akademik ya da edebi vasfı olmayan eserlere imza atması da yayıncılığın karşılaştığı sorunlardan

biridir. Bu durumda yazar ve okur ilişkisi üretici ve tüketici ilişkisine evrilmektedir. Nitelik yerine niceliği önemseyen yazarlar içerik ve dilin okura bir katkı sunup sunmayacağını önemsemeden yeni bir kitap basma düşüncesiyle üretim gerçekleştirmektedir. Kitap ticari bir nesne haline büründükçe kültür ürünü olma özelliğini yitirmektedir. Çağın hızlı tüketme eğilimiyle de niteliksiz kitaba maruz kalan okurda gelişim gözlenmesi güçleşmektedir. (Öztürk, 2018).



Yayınevi Organizasyon Şeması

Kaynak: (<http://meslegimizyayincilik.com>)

Okur açısından bir kitabın kalitesini belirleyen unsurlar değişkenlik göstermekle birlikte genellikle tasarım, yayınevi ve yazar odaklıdır. Aslında günümüzde bir tüketici gibi hareket eden okur, öncelikli olarak ürünün dış görünüşüne bakarak karar verme sürecini başlatmaktadır.

Bu nedenle kapak tasarımının içerikle uygunluğu, arka kapak yazısının yaratıcılığı, eserin estetik açıdan okurun dikkatini çekmesi hem kalite hem satış açısından önemlidir. Zira sadece kitabın kapağına bakarak satın alma kararı veren okurlar da bulunmaktadır. Bu noktada iyi bir kapak tasarımı yayınevinin hem yazara hem de okura verdiği değeri göstermektedir (Çakıcı, 2021). Çünkü satış oranına doğrudan etki eden başarılı tasarım sadece yayınevi için değil yazar tanınırlığı açısından da olumlu sonuçlar doğurmaktadır. Bununla birlikte içerik nitelikliyse okurun dikkatini tasarımla çekmesi de okurun düşünce dünyasına fayda sağlamaktadır. Diğer yandan kitapların ve dergilerin kalitesi bağlamında hem yayınevi hem de okur açısından kullanılan kâğıdın, mürekkebin ve cildin de önemli bir kriter olduğunu ifade etmek gerekmektedir. Örneğin, genellikle kadın yaşam

dergilerinde görsellerin daha renkli ve parlak görünmesini sağlayan kuşe kâğıt kullanılırken, edebiyat dergilerinde kraft kâğıt kullanılmaktadır. Bu noktada içerik ile malzeme arasında bir uyum yakalayarak okurun zihninde bir algı oluşturma hedeflenmektedir.

III. Telif Hakkı Sorunları

Matbaa, yazıyı dolayısıyla da düşüncüyü metalaştırarak yazarın mülkü haline getirmiştir. Sözlü kültürde eser toplumun ortak malıyken yazılı kültüre geçişle birlikte yazarın malı olan eserinin korunması ihtiyacı ortaya çıkmıştır. Bu nedenle 18. yüzyılda yazı hırsızlığını önlemek adına konulan yasaklar ve gerçekleştirilen uygulamalar modern çağın telif haklarını şekillendirmede etkili rol oynamıştır (Ong, 2013, s. 154-156).

Telif hakkı, eseri üreten kişinin eser üzerindeki haklarını yasal olarak güvence altına almayı ifade etmektedir. Türkiye’de telif hakkının gelişimi konusunda ilk adım 1857 yılındaki Matbaa Nizamnamesi’dir. 1910 yılında çıkarılan Hakk-ı Telif Kanunu ise günümüzde yürürlükte olan 1951 yılında kabul edilip 1952’de yürürlüğe giren 5846 sayılı Fikir ve Sanat Eserleri Kanunu’nun temelini oluşturmaktadır (Sevinç, 2019, s. 21-22).

a) Korsan Yayıncılık ve Yayıncılıkta Standartlaşma

Telif hakkı ihlali denince aklın ilk gelen korsan kavramı, yayıncılığın mücadele ettiği sorunların başında gelmektedir. 1886’da eser sahiplerine uluslararası haklar tanımak amacıyla imzalanan Bern Sözleşmesi’nden beri bir eserin, fikrin sahibinin haberi ve onayı olmadan çoğaltılması, korsan yayıncılık olarak ifade edilmektedir (telifhaklari.gov, 2020). Bu noktada korsanla mücadele adına geliştirilen standartlaşma uygulamaları önem arz etmektedir.

1987 yılından beri ülkemizde yayının kimliğini ifade eden Uluslararası Standart Kitap Numarası (ISBN) uygulaması gerçekleştirilmektedir. Telif Hakları Genel Müdürlüğü tarafından alınan sertifika sonrasında Kültür ve Turizm Bakanlığı Kütüphaneler ve Yayımlar Genel Müdürlüğü bünyesindeki ISBN Türkiye Ajansı tarafından yayıncılara verilen ISBN, yayının meşrulaştırılması için önemli unsurlardan biridir (ekgym. gov). Süreli yayınlar için de benzer prosedür Uluslararası Standart Süreli Yayın Uygulaması (ISSN) adıyla gerçekleştirilmektedir. Sadece matbu eserler değil elektronik yayınlar da bu uygulamalara tabidir.

Bandrol, kitapların arkasına yapıştırılan güvenliği sağlamak için holografik özellikli bir şeridi olan materyaldir. İzinsiz eser çoğaltmayı önlemek adına kullanılan bu uygulama kolaylıkla kaldırılamaz, kaldırıldığında da özelliği ortadan

kaybolmaktadır (Sevinç, 2019, s. 23). ISBN ve bandrol gibi yayını sertifikalandırma uygulamaları kitaba kimlik kazandırmanın yanı sıra yayıncılık sektöründeki en önemli istatistik verilerin elde edilmesini de sağlamaktadır.

Çağlar boyunca her daim mücadele edilen korsan yayıncılık dijitalleşmeyle birlikte internet ortamının sunduğu imkanlarla da farklı bir boyuta taşınmaktadır. Önceden sokak satıcıları tarafından satılan korsan kitaplar artık internet satış sitelerinde de satılabilmektedir. Bununla birlikte bandrolsüz satış gerçekleştirmenin yanı sıra sahte bandrol üretimiyle de okur yanıltılmaktadır.

Fikri mülkiyeti korumak adına uygulanan 5846 sayılı Fikir ve Sanat Eserleri Kanunu'nun 71. Maddesine göre telif hakkı ihlali suçu adli para cezası veya hapis cezasıyla cezalandırılmaktadır. Örneğin, sahte bandrol üretimi ve temini suçu üç yıl ile yıl arasında hapis cezasına ya da beş bin günlük adli para cezasına çarptırılmaktadır (Aytemiz, 2016, s. 52).

b) Dergicilikte Telif Sorunları

Basılı dergiye nazaran elektronik dergilerde etik değerlerin ihlali hususundaki sorunlar daha çok yaşanmaktadır. Bunun nedeni dijital ortamda verinin daha kolay kopyalanıp çoğaltılabilmesidir. Dergicilikte özellikle akademik yayınlarda etik sorunlar sıklıkla yaşanmaktadır. Bu noktada yayın sayısını artırmak isteyen akademisyenlerin niteliği göz önünde bulundurmadan yayın yapması, makalenin hakemden geçmeden yayınlanması, içeriğin özgün olmaması gibi sorunlar karşımıza çıkmaktadır.

Jeffrey Beall tarafından literatüre geçen yağmacı dergicilik ise akademik yayıncılığın niteliğinin ortadan kalkmasına sebep olan bir sorun olarak karşımıza çıkmaktadır. Yağmacı dergiler; belli bir yayın etiği bulunmayan, telif ihlali yapan, etik çerçevede hakem süreci geçirmeyen makaleleri yayınlayan dergileri ifade etmektedir (Ovalı, 2022). Diğer yandan hiçbir ticari beklenti olmadan kamu yararı adına internet ortamında kullanıma sunulan açık erişimli dergilerde yazarın hakkını ihlal eden birçok sorunla karşı karşıya kalınmaktadır (Aslan, 2014, s. 146). Atıf göstermeden alıntı yapmak, ticari amaç için kullanmak gibi girişimler bu sorunlara örnek olarak gösterilebilmektedir. Tüm bunlarla mücadele için bilim insanlarının hızlı yayın yapmak yerine şeffaf ve güvenilir yollarla kaliteyi ve etik değerleri koruyarak yağmacı yayıncılara fırsat vermeden yayın yapmaları gerekmektedir (Beall, 2012, s. 179).

IV. Teknoloji

Yayıncılık sektörü, kil tabletlerden e-kitap okuyucularına uzanan bir sürecin ürünü olarak doğrudan teknolojik gelişmelerin ışığında varlığını sürdürmektedir. Yazının icadı, matbaanın gerçekleştirdiği devrim, internetin masaüstü yayıncılığı ortaya çıkarması gibi köklü değişimler yayıncılığın yaşayan ve her daim teknolojiden etkilenecek olan bir alan olduğunu göstermektedir. Bu nedenle teknolojiye güncel kalmak ve yeniliğe uyum sağlamak bir yayıncının hayatta kalması için elzemdir. Yüzyıllardır gelişim süreci devam eden yayıncılıkta baskı tekniklerinden kullanılan materyallere kadar farklılıkların yaşandığı bilinmektedir. Ancak çağımızın sunduğu değişiklik çok daha farklı bir boyuttadır. Çünkü internet ortamı yayıncılığa geleneksel halinden çok daha farklı bir üretim şekli sunmaktadır. Öyle ki, kitabın formatının değişmesi bir yana dinlenmesi bile mümkün hale gelmektedir. E-kitaplar, sesli kitaplar, bloglar, kendi kitabını yayınlamaya fırsat tanıyan uygulamalar gibi sektörün temel dinamiklerini değiştiren gelişmeler yaşanmaktadır. Diğer yandan son yıllarda düşük tirajlarla bitme noktasına gelen dergicilik için de dijital ortam yeni bir varoluş alanı sunmaktadır. Akademi, kültür-sanat, spor gibi çeşitli konularda e-dergiler yayınlanmakta ve bu dergilere erişim için mobil uygulamalar geliştirilmektedir.

a) E-kitap

Yazarlık mesleği ve edebiyat internet ortamıyla ilk etapta bloglar aracılığıyla buluşmuştur. İnternetin yaygınlaşmasıyla ve sunduğu imkanların çeşitlenmesiyle de elektronik kitaplar ortaya çıkmıştır. Bilgisayardan ya da e-okuyuculardan okunabilen e-kitaplar basılı kitabın dijital hali olabildiği gibi görsel öğeler içerebilen versiyonlarda da yayınlanmaktadır. E-kitaplar, maliyeti düşük olduğu için yayıncılar tarafından, mekânsal bağımsızlığı ve kullanma kolaylığı olduğu için de okurlar tarafından artan bir oranla tercih edilmektedir. E-kitapların, internet aracılığıyla tüm dünyayı kapsayan bir satış ağına sahip olması, depolama sorununun olmaması gibi avantajlarıyla basılı yayın için tehlike arz ettiği düşünülmektedir (İnanç, 2020, s. 85-87). Ancak basılı kitap, insanların fiziki temasta bulunma ve sahip olma hissinden olsa gerek dijitalleşmenin cazip imkanlarına rağmen varlığını korumaya devam ettirmektedir. 2022 yılında Türkiye'deki ISBN verilerine bakıldığında 69.111 adet basılı kitap üretilirken, 13.623 adet e-kitabın olması okurların taleplerinin ve yayıncıların eğilimlerinin ne yönde olduğunu göstermektedir (turkuyaybir.org.tr, 2022, s. 14). 1990'lı yıllardan bu yana yayıncılık sektörünün temel tartışma dinamiklerinden biri olan e- kitapların basılı kitapları tarihe gömeceği düşünülse de dijitalleşmenin çok yüksek seviyede olduğu günümüzde basılı kitap liderliğini sürdürmektedir. Düşük maliyetlerle okura sunulması ve basılı kitaba göre uygun fiyatlı olmasına rağmen yasal yollarla temin

edilen e-kitap sayılarının az olduğu görülmektedir. Bunun yanı sıra e-kitap üretimi teknolojik alt yapının zayıf olması ve gerekli önemin gösterilmemesi nedeniyle avantajlarına rağmen yayıncılar tarafından da öncelikli olarak ele alınmamaktadır (Altay, 2018).

b) Sesli kitap

Sözlü kültür ile yazılı kültürü birleştiren sesli kitaplar, teknolojinin yayıncılığa getirdiği farklı soluklardan biridir. Görme engellilere yönelik başlayan sesli kitap uygulaması özellikle son 50 yılda yaşanan teknolojik gelişmelerle birlikte bir yayıncılık faaliyeti olarak okura sunulmaktadır (Yasacı, 2019, s. 25). Günümüzde çeşitli ses kayıt yöntemleriyle düşük maliyetle kaydedilip kolay yayınlanabilen, erişim ve taşıma kolaylığı olan sesli kitaplar, basılı kitapların seslendirilerek üretilmesinin yanı sıra sadece sesli olarak yayınlanan kitaplar olarak da karşımıza çıkmaktadır. Modern yaşamın yoğun temposunda kitaba erişime farklı bir boyut kazandıran sesli kitaplar son birkaç yılda önemli oranda artış göstermektedir. Örneğin, İsveç menşeli olan, 20'den fazla ülkede sesli kitap yayıncılığı yapan ve 2018'de Türkiye'ye gelen Storytel uygulamasının ilk üç yılında 17 milyon 700 bin saatlik bir dinlenme süresine ulaşması toplumun sesli kitaplara ilgisi olduğunu düşündürmektedir (Yurduneri, 2021). Genellikle ücretli abonelik sistemiyle dinleyiciye sunulan sesli kitaplarda 2022 yılında 559 yeni başlık üretildiği bilinmektedir (turkayaybir.org.tr, 2022, s. 14). Bununla birlikte, Covid-19 pandemisi nedeniyle yaşanan karantina döneminde sesli kitaplara olan ilgide artış gözlenmektedir. Basılı kitap yayıncılığındaki artan yüksek maliyet ise yayıncıları sesli kitaplara yönlendirmektedir. Bu nedenle 2022'de 5,3 milyar dolarlık olan sesli kitap pazarının büyüklüğünün 2028 yılında 20,36 milyar dolara ulaşacağı ön görülmektedir (Kıraç, 2022).

c) Wattpad: Kendi Kitabını Kendin Yayınla

İnternetin insanlara kendi kitabını özgürce yazma ve yayınlama olanağı sunduğu platformlar ile geleneksel yayıncılık sektörü arasında ilginç bir ilişki bulunmaktadır. Son yıllarda yayınevleri yeni yazarlar keşfetmek adına bu platformlarda bir arayışa girerek bazı elektronik kitapları basılı kitap olarak yayınlamaktadır. Bu tür uygulamaların en yaygın olanı Wattpad isimli sosyal ağıdır. Wattpad, kullanıcılarının herhangi bir ücret ödmeden istediği içeriği istediği şekilde kitap formunda yayınlatabildiği bir internet platformudur. Genellikle hedef kitlesi genç-yetişkin olan Wattpad, kitap yazma hevesi olan kullanıcılara herhangi bir yayıncıyla muhatap olmadan dilediği gibi kitabını yayınlaması olanağı tanıması yayıncılık etiği açısından bazı sorunlar teşkil etmektedir. Öncelikle editoryal bir

süreç olmaması dilin doğru kullanımı hususunda birçok hatayı beraberinde getirmektedir. Bununla birlikte şiddet unsurlarının, argonun ve cinselliğin okunurluğu artırmak ve dikkat çekmek amacıyla ön planda tutulması olumsuz davranışlara teşvik etme konusunda bir risk taşımaktadır (Yiğitbaşı, 2020, s. 11-12). Kontrol-süzce yayın yapılan bu ortam ile geleneksel yayıncılıktaki içeriğin hazırlanma aşamaları karşılaştırıldığında Wattpad'in edebi niteliği hakkında da soru işareti oluşmaktadır.

d) E-dergi

Elektronik yayıncılığın beraberinde getirdiği bir diğer oluşum da e-dergilerdir. Basılı dergilerin günden güne azalması bu alanı beslemeye başlamaktadır. Erişim kolaylığı, sunduğu görsel ve video içeriklerinin zenginliği, kullanım kolaylığı elektronik dergilere olan ilgiyi artırmaktadır (Gürçan, 2005, s. 6). E-dergiyi internet ortamında oluşturmanın kolaylığıyla amatör olan yazarlar da bu alanda var olabilmektedir. Abonelik sistemi e-dergilerde de bulunmaktadır. Bununla birlikte internet sitelerinin yanı sıra dergi okumaya imkan tanıyan çeşitli mobil uygulamalar bulunmaktadır.

e) Matbaanın Güncel Durumu

1450'de Johannes Gutenberg tarafından geliştirilen tipo baskı tekniğinden çamıza denk ofset, tıfdruk gibi çeşitli basım teknikleri geliştirilmiştir (Eldeniz, 1994, s. 160). Teknolojinin geldiği son noktada ise en güncel ve tercih edilen teknik olarak dijital baskı tekniği günümüz matbaacılığında önemli bir yer edilmektedir. Sürdürülebilirliğin, enerji tasarrufunun ve maliyeti aza indirmenin gerekliliğinin ve öneminin göz önünde bulundurulması, dijital baskının yaygınlaşmasının nedenleri arasında bulunmaktadır (Kariuki, 2023). Ancak matbaacılık, teknolojinin bu denli gelişimine uyum sağlamaya çalışırken yüksek maliyetli baskı makinelerinin yurt dışından temininde ekonomik sorunlar yaşamaktadır. Sektörün büyük ölçüde dışa bağımlı olmasının üretimi olumsuz etkilediği birçok matbaacı tarafından öne sürülmektedir. Bununla birlikte döviz krizi nedeniyle artan kağıt maliyeti, gençlerin mesleğe karşı ilgisizliği nedeniyle istihdam zorluğu matbaacılığın karşı karşıya olduğu diğer sorunlardır (Sarkiler, 2022).

f) Yayıncılıkta Yapay Zeka

Dijitalleşmeyle birlikte hayatımıza giren yapay zeka araçları birçok sektörde olduğu gibi yayıncılık sektöründe de insan gücüne olan ihtiyacı azaltma, zamandan tasarruf etme gibi hususlarda kullanılmaktadır. 2000'li yıllarla birlikte günlük hayatımıza giren yapay zeka ilk olarak 1956 yılında John McCarthy tarafın-

dan adlandırılmış ve en genel ifadeyle insan zekasının yapabildiklerini makinelere yaptırmak olarak tanımlanmıştır (Güleroğlu, 2021, s. 949). Bu bağlamda yayıncılık sektöründe çeviri desteği, içerik fikri, editoryal düzenleme gibi hususlarda yapay zeka uygulamaları kullanılmaktadır.

Yayıncılık sektörü fikri yönü ağır bir çalışma alanı olması nedeniyle yapay zeka kullanılması özgünlük, makine çevirisi ve intihal konularında yayıncılık mesleğinin etik ilkelerine uymayan sorunları meydana getirmekte ve çevirmenlik ile editörlük mesleğinin geleceğini tehdit etmektedir. Diğer yandan yapay zekanın ürettiği ürünün sahibinin olmaması, ürünün eser olarak adlandırılıp adlandırılmayacağını hukuki açıdan tartışmalı hale getirmektedir. Bu nedenle, yayıncılık sektöründe yapay zekanın kullanılması, sunduğu avantajlara rağmen sorun olarak karşımıza çıkmaktadır (Türkiye Yayıncılar Birliği, 2024).

V. Rekabet

Sanayileşmeyle birlikte küreselleşen dünyada işletmelerin sayısı ve çeşitleri artmış ve bu durum rekabet piyasasını oluşturmuştur. Özellikle aynı sektördeki işletmeler arasında rekabet ana hamleleri belirleyen olgu haline gelmiştir.

Rekabeti, rakipler arasında üstünlük sağlamak ve en çok kârı elde etmek olarak tanımlamak mümkündür. Etkili bir rekabet gücü için ise nitelikli çalışan profili, marka değeri yüksek ürün, rakipleri tanımak ve çok yönlü stratejiler yürütmek gerekmektedir (Erol, 2011 s.34). Yayıncılık sektöründeki rekabet ortamında ise yayıncılar, satış oranlarını yükseltmeyi ve en çok tercih edilen yayınevi olmayı amaçlamaktadır. Bu noktada ise yayınevinin büyüklüğü, okur profili ürün çeşitliliği gibi unsurlar rekabet ortamındaki konumunu belirlemede etkili olmaktadır.

Türkiye’de yayıncılık pazarında çok sayıda yayıncının olması, bağımsız yayıncılar aracılığıyla çeviri eserlerin çoğunluğu ve telif eserlere olan ilgi sektörü küresel ölçüde hatırı sayılır bir noktaya getirmektedir. Dolayısıyla ulusal ve uluslararası bir rekabet ortamında yayıncılar varlıklarını sürdürmektedir. Türkiye Yayıncılık Birliği Başkanı Kenan Kocatürk,

Türkiye yayıncılık sektörü çocuk ve kültür yayıncılığında yurt dışına kitap ihracatı yapmaktadır. Dünyadaki önemli yayıncıların telif hakkı satın almak için bulunduğu Fellowship Programı'nda birçok uluslararası yayıncı kitap fuarımıza geldiğinde Türkiye yayıncılık sektörünün ürün ve içerik kalitesinin beklediklerinden çok daha iyi olduğunu söylemektedir. Bu anlamda bağımsız yayıncılığı-mız çok büyük destek görmeksizin kendisini geliştirmekte ve iyi eserler, içerikler üretmektedir. Yayıncılık sektörü içerik, tasarım ve nitelik olarak dünyayı yakalamış sektörlerden bir tanesidir. Sektörümüz yayınladığı yeni başlık sayısı-yla dünyada altıncı sırada yer almaktadır (Evrensel, 2023).

Yayıncılık sektöründe büyük ölçekli ve holding destekli yayıncılar ile bağımsız küçük ölçekli yayıncılar arasındaki satış oranı farklılığı ekonomik etkenlerle de günden güne artmaktadır. Buna örnek olarak İş Bankası bünyesindeki İş Kültür Yayınları 2021 yılında 18 milyondan fazla kitap satıp sektörel bir rekor kırarak pazarda nasıl bir paya sahip olduğunu göstermektedir (T24 , 2022). Ancak diğer yandan yıllık tirajı birkaç bini geçemeyen bağımsız yayıncılar bu zorlu rekabet ortamında varlıklarını sürdürmeye çalışmaktadır.

a) Kitap Üretiminde Sektörel Dağılım

Türkiye’de kitap yayıncılığı pazarının büyük çoğunluğunu eğitim kitapları oluşturmaktadır. Sektörlerin üretim dağılımında neredeyse yarısından fazlasını eğitim yayıncılığı gerçekleştirirken 2022 yılında %22,23’lük bir azalma yaşayarak %50’nin altına düştüğü görülmektedir. Üretimdeki bu düşüşün sebebi ise Milli Eğitim Bakanlığı tarafından ders kitaplarına ek olarak yardımcı kitapların da ücretsiz olarak dağıtılmasıdır. 110 milyon adetlik bir oranda ücretsiz kitap dağıtılacak olması eğitim yayıncılarının üretimde küçülmeye gitmesine sebep olmakla birlikte MEB’i 262.100.000 adet kitap üretimi ve %29,86 pazar payı oranıyla pazarın en büyük yayıncısı konumuna getirmektedir (turkyaybir.org.tr, 2022, s. 4).

2022 yılı verilerine bakıldığında % 48’le eğitim yayıncılığı sektörün en büyük pazar payına sahip konumdadır. Bu yüksek oran hiç şüphesiz eğitim sisteminin sınav odaklı olmasından kaynaklanmaktadır. Diğer yandan akademik yayıncılığın ise % 1,4 ile en az orana sahip olduğu görülmektedir. Fotokopi ve PDF’nin yaygın olarak kullanılması, akademik yayınların açık erişime sunulmasıyla sektördeki pazar payının olumsuz etkilendiğini söylemek mümkündür. Bu durum akademisyenlerin yayın yapma motivasyonunu da olumsuz etkilemektedir.

b) Dergi Yayıncılığında Sektörel Dağılım

En eski yayıncılık türlerinden biri olan dergicilik son yıllarda varlığını sürdürmekte zorlanmaktadır. Basılı birçok dergi yayın hayatına son vermekte ya da dijital platformlar üzerinden yayınlanmaya devam etmektedir. Dergi, doğası gereği belirli bir alanda belirli bir hedef kitleye yönelik yayınlanmaktadır. Dolayısıyla sektör bazlı dağılımı toplumun ilgi alanını ve okuma alışkanlığını analiz etmekte önemli bir noktada yer almaktadır. TÜİK (Türkiye İstatistik Kurumu) tarafından 2022 yılında açıklanan verilere göre; yazılı medya olarak adlandırılan gazete ve dergi sayısı 2021 yılında önceki yıla nazaran %6'lık bir azalış yaşayarak 4 bin 460'a geriledi. Bu rakamın %53,6'sını ise dergiler oluşturdu. Ancak yıllık tiraj %7,2'lik düşüşle 925 milyon 56 bin 17 oldu. Toplam tirajın %95,3'ünü gazetele-
rin oluşturması da dergilerin okunma oranındaki düşüşü açık ve net şekilde gözler önüne sermektedir (tuik.gov.tr, 2022).

VI. Pazarlama ve Dağıtım

a) Pazarlama

Matbaa, Çin'de icat edildiğinde sarayda kitap çoğaltmak için kullanılan ve tek elde toplanan bir teknolojiydi. Gutenberg ile Avrupa'ya geldikten sonra ucuza mal edilerek yaygınlaştırılmış ve ticarileşmiş bir iş kolu haline geldi (Özbek, 2017, s. 316-317). Yayıncılık olarak adlandırılan bu iş kolu, Sanayi Devrimiyle birlikte birçok gelişmeye zemin hazırlayarak modernleşme sonrasında ortaya çıkan yeni yaşam modelinin temel dinamiklerinden biri oldu. Yayıncılık faaliyetlerinin yürütüldüğü ana mekân olan yayınevleri de her ticari oluşumda olduğu gibi üretmekte oldukları yayınlar için pazarlama ve reklama yönelik çalışmalara ihtiyaç duymaya ve bu konuda efor sarf etmeye başladı.

İşletmenin karşılaşacağı sorun ve riskleri üstlenme, fon sağlama gibi girişimlerle yayıncılık bir meslek haline dönüşerek ticarileşmiş ve yayıncıların reklam, tanıtım, pazarlama gibi talebi artıracak ve yayını okura benimsetecek yollara başvurma süreci başlamıştır (Erdönmez, 2014, s. 96).

Pazarlama, en genel ifade ile talep ve ihtiyaçlar doğrultusunda ürünlerin üretiminden insanlara tanıtma ve dağıtma sürecine kadar ki stratejileri ifade etmektedir (Arslantaş, 2021, s. 17). İşletmenin başarı ya da başarısızlık oranında hayati bir rol üstlenen pazarlama sürecinin etkili ve devamlı olabilmesi için hem tüketiminin hem üreticinin menfaati göz önünde bulundurularak gerçekleştirilmesi gerekmektedir (Tokol, 2010, s. 2-3). Reklam, pazarlama sürecinin bir kolu olarak yürütülen tanıtım çalışmasıdır. Yayıncı, yayınladığı her yeni kitap için satış ora-

nını artırmak amacıyla tanıtım ve reklam çalışması yürütmek zorundadır. Yayınevleri için en yaygın kullanılan reklam ve tanıtım yöntemleri; kitabevleri duvarlarındaki kapak örnekleri, armağan kitaplar, basın toplantıları, ödöl törenleri, yazar görüşmeleri ve kitap fuarlarıdır. Bunların yanı sıra son yıllarda sosyal medya, internet reklamları, bloglar hedef kitleye ulaşmada etkili tanıtım araçları olarak kullanılmaktadır.

Yayıncılıkta pazarlama, yayıncı ve okur arasında sadakat ilişkisi kurmayı hedeflemektedir. Yayınevine duyulan güven okurun kitap satın alma pratiğindeki önemli etkenlerin başında gelmektedir. Yayınevleri bu güveni çevirmenleri, kapak tasarımları ve yazarları aracılığıyla sağlamaktadır. Okurun yayınevi logosunu görmeden dahi tasarımın hangi yayınevine ait olduğunu anlaması yayınevinin başarılı bir tanıtım süreci gerçekleştirdiğini ve prestijli bir yayıncılık performansı sergilediğini göstermektedir. Bu nedenle özellikle büyük ölçekli birçok yayınevi şablon tasarımlar kullanarak okurun hafızasına kazınan kitaplara imza atmaktadır. Örneğin, Yapı Kredi Yayınları ve İletişim Yayınları, kitap kapağında yazarın fotoğrafına yer vererek bunu başarırken, Can Yayınları beyaz fondaki görsellerle ya da illüstrasyonlarıyla bu algıyı oluşturmaktadır (Öksüz, 2021, s. 34-36). Birçok yayınevinin yürüttüğü bu tasarım odaklı tanıtım stratejisi yayınevine karakteristik bir özellik kazandırarak tercih edilmesinde etken rol oynamaktadır. Dolayısıyla bu etkiyi oluşturmeyen küçük ölçekli yayıncıların aynı telif eserleri yayınlasa da yüksek satış oranı yakalayamadığını söylemek mümkündür.

Diğer yandan dergi, bireysel olarak alınıp okunulmasa bile hayatın birçok alanında karşımıza çıkmaktadır. Bunun nedeni ise pazarlama aracı olarak kullanılmasıdır. Dergiler, sektörel ya da belirli bir hedef kitleye yönelik yayınlanması nedeniyle birçok firma tarafından edebi niteliğinden ziyade reklam aracı olarak görülmektedir. Günümüzde az okunması nedeniyle birçok dergi bu reklamlar sayesinde varlığını sürdürmektedir. Dergilerin diğer kitle iletişim araçlarından daha yaygın olarak reklam amacıyla kullanılmasının nedenlerinden biri ise kısa sürede okunabilirliği sebebiyle çeşitli bekleme alanlarında bulundurulmasıdır. Dergicilik alanında en önemli pazarlama unsurlarından biri de promosyon ve eklerdir. İçeriğine ve türüne göre dergiler, kitap ayraçları, bardak altlıkları, takvimler, not defterleri gibi çeşitli hediyelerle okurun satın alma davranışına etki etmeye çalışmaktadır.

Diğer yandan sosyal medya platformları da özellikle hedef kitlesi yeni nesil olan kitapların tanıtım ve pazarlama süreçlerinde aktif mecra olarak kullanılmaktadır. Her yayınevinin kurumsal hesabının olması ve aktif olarak okurun erişimine açık olması yeni kitapların tanıtımında etkili olmaktadır.

b) Fuarlar

Kitap fuarları yayıncı, okur ve yazarı bir araya getiren sosyal ve ticari etkinliklerdir. Fuar, yayıncının kitaplarını tanıttığı ve satışa sunduğu, yazarın okuruyla buluşup imza verdiği okurun ise birçok seçeneğe aynı anda erişim sağlayarak hem yayıncıyı hem de yazarı tanıdığı herkes açısından avantajlı bir ortamdır. Topluma okuma ve kitap satın alma alışkanlığını aşıl原因an, eğitim ve kültürel faaliyetlerin gelişmesine katkı sağlayan fuarlar yayıncılık sektörü açısından hayati bir öneme sahiptir. Çünkü sadece yayıncı ve okuru değil meslek profesyonellerinin de bir araya gelmesini ve iş birlikleri gerçekleştirmesini sağlamaktadır. Bu bağlamda hem ulusal hem de uluslararası kitap fuarları yayıncılık endüstrisinin gelişmesi ve kültürün zenginleşmesi için gereklidir (Khurana, 2018).

c) Yayınevi-Sosyal Medya İlişkisi

İnternetin bir ürünü olan sosyal medya günümüzde reklam ve tanıtım açısından yepyeni bir iş kolu haline gelmektedir. Bu nedenle hemen hemen her yayınevi sosyal medya platformlarında görünür olmayı amaçlayarak var olmaya çalışmaktadır. Aktif sosyal medya hesapları yeni yayınlanan eserlerin tanıtımından okurla iletişim kurmaya kadar çeşitli imkanlar sağlamaktadır. Bununla birlikte bu görünürlük imkânı sadece yayınevlerinin kurumsal hesapları tarafından değil birçok içerik üreticileri tarafından da kullanılmaktadır. Hedef kitlesi edebiyat severler olan bir sosyal medya fenomeni bu mecralar aracılığıyla okudukları kitapları paylaşarak etkileşim sağlarken diğer yandan bilerek ya da bilmeyerek yazar, yayınevi, eser reklamı da yapmaktadır. Bu noktada sosyal medyanın aktif olarak kullanılmasının yayınevleri açısından düşük maliyetli reklam olanağı olduğunu söylemek mümkündür.

d) Okurun Pazarlamaya Etkisi

Yayıncılıkta pazarlama, okura yönelik bir faaliyet olarak yürütülse de esasında okur da bir pazarlama aracıdır. İnsanlar beğendiği herhangi bir ürünü çevresindekilere tavsiye etme eğilimindedir. Dolayısıyla okuyup beğenilen kitaplar, yazarlar veya dergiler arkadaş çevresine önerilerek de tanıtılmaktadır. Buradan müşterinin de pazarlama sürecinin bir unsuru olduğu ve pazarlamanın ürün satıldıktan sonra da devam ettiği sonucu çıkmaktadır.

e) Dağıtım

Dağıtım yayıncılıkta pazarlamanın önemli bir koludur. Uzun uğraşlar sonucunda üretilen ürünün okura ulaştırılması anlamına gelen dağıtım, dağıtımçı firmalar tarafından eserlerin kitabevlerine ya da çeşitli satış noktalarını ulaştırılmasını ifade etmektedir (Vural, 2009, s. 109). Dağıtım kanallarının etkili kullanılması kitap ve dergi satışlarında artış göstermektedir. Bu nedenle son yıllarda zincir kitapevlerinin yanı sıra internet üzerinden dağıtım hem düşük maliyeti hem de kolaylığı açısından yayıncılar ve dağıtımçıları tarafından tercih edilmektedir. Bu satış sitelerinde çok satanlar, okumanız gerekenler, ödüllü kitaplar, sizin için seçtiklerimiz panelleri gibi okuru yönlendirici pazarlama stratejileri yürütülmektedir. Türkiye Yayıncılar Birliği tarafından yayınlanan 2022 yılı Kitap Pazarı Raporu'na göre, satın alınan kitapların %23'ünün çevrimiçi olarak satıldığı görülmektedir. Türler üzerinden ayırım yapıldığında ise çoğunlukla okurların kültür kitaplarını çevrimiçi satın alma eğiliminde olduğu gözlenmektedir.

VII. Mali Durum

Türkiye'de yayıncılık sektörünün karşı karşıya kaldığı en büyük sorunlardan birisi de ham maddede dışa bağımlı olmasından kaynaklanmaktadır. Çünkü küresel anlamda selüloz fiyatlarının artışı ve son yıllarda yaşanan döviz krizi, kâğıt ithalatındaki maliyetlerde çok ciddi artışa sebep olmaktadır. Artan maliyetleri okura yansıtamayan yayıncılar ise diğer tüm giderler de hesaba katıldığında sektörde daralmaya sebep olan ciddi bir kriz yaşamaktadır. Türkiye'de bağımsız yayıncılık sektöründe 2021 yılında 438.679.864 adet kitap üretilirken, 2022 yılında bu sayı son on yılda ilk kez gerileme yaşayarak 380.296.402 adet olmuştur. Sektördeki bu küçülmenin oransal karşılığı ise %13,3'tür (Türkiye Yayıncılar Birliği, 2023, s. 1-2).

Diğer yandan geri dönüştürülmüş kâğıt, tutkal, boya, baskı giderleri, telif ücretleri gibi maliyetler de hesaba katıldığında yayıncının üretimden kâr elde etmesi gittikçe zorlaşmaktadır.

Yayıncılar, kendileri dışında gerçekleşen bu etkenlerden kaynaklanan ağır maliyetleri yönetmekte zorlansalar da çeşitli stratejiler üreterek ayakta kalmaya çalışmaktadır. Örneğin, klasik eserlerin telif sürelerini doldurmuş olması nedeniyle özellikle bağımsız yayıncılar yeni kitaba yatırım yapmak yerine üretimlerini devam ettirebilmek adına bu yolu tercih etmektedir. Bu nedenle de kitap piyasasında yeni kalemlere fazla imkân tanınmamakta ve kısırlaşma meydana gelmektedir. Bununla birlikte okurun çok satanları tercih etme yoğunluğu bağımsız yayınevlerinden çıkan kitapların rağbet görmediğini göstermektedir. Diğer yandan,

birçok ülkenin dünyaca ünlü kitapları çevirmen eksikliğinden ve telif ücretlerinin yüksekliğinden dolayı Türkçeye kazandırılmamaktadır (Şen, 2019, s. 180-181).

Dergi, ekonomik etkenlerden ve talebin eksikliğinden dolayı zarar gören ve varlığını sürdürmekte zorlanan yayın organlarından biri haline gelmektedir. Niş bir alan olan dergicilik yeterli sayıda okur bulamayınca ve reklam geliri de azalınca ekonomik krizin pençesinde yok olmakla karşı karşıya kalmaktadır. Son yıllarda birçok dergi, abonelerine destek çağrısında bulunmakta ve yeterli desteği göremediği için yayın hayatına son vermektedir. Bu durumda dergicilikteki çok sesli ortam ortadan kalkmaktadır (Gül, 2018).

Yazar, üretebilmek için ekonomik kaygılardan uzak olmalıdır. Ancak sektörün içinde bulunduğu koşullarda tanınmış yazarlar dışında yüksek ücretler kazanan yazar sayısı azdır. Bununla birlikte sektörün diğer çalışanları da düşük ücretlerden ve yoğun çalışma temposundan yakınmaktadır. Bunun yanı sıra sektörün içinde bulunduğu mali kriz sebebiyle de her an işten çıkarılmakla karşı karşıya kalmaktadır (Aydın, 2022).

Okurun kitap alabilme gücü hem kitap fiyatlarının artışı hem de hayat pahalılığından dolayı oldukça düşmektedir. Yayıncı yüksek maliyeti kitap fiyatına yansıtmak zorunda kalarak okur kaybı riskiyle karşı karşıya kalmaktadır. Durum böyle olunca yeni başlık üretiminde, kitap baskı miktarlarında ve basılı dergi sayılarında küçülmeye gidilmektedir. Bu da yayıncılık sektörünü içinde bulunduğu dar boğaza hapsederek kültürel anlamda büyük kayıplara sebep olmaktadır (Salcı, 2023).

IX. İklim Krizi Çerçevesinde Sürdürülebilir Yayıncılık

Küresel ısınmanın etkisiyle meydana gelen iklim krizi yaşamın birçok alanını doğrudan etkilediği gibi yayıncılık sektörünü de büyük oranda etkilemektedir. Kitabın ham maddesi olan kâğıt üretiminde odun hamuru (selüloz), su, fosil yakıt gibi doğal kaynakların kâğıt üretiminde yoğun olarak kullanılması yayıncılık sektörünün karbon ayak izinin artmasına sebep olmaktadır (Barsley, 2022).

Bu bağlamda iklim kriziyle mücadele kapsamında sürdürülebilirlik kavramı gündelik hayatta sıklıkla karşımıza çıkmaktadır. Sürdürülebilirlik, enerji tasarrufunu ve israfı önlemeyi ifade etmektedir. Yayıncılık açısından da sera gazlarını azaltmak adına daha az kitap basmak ve e-kitaplara yönelmek, çevre dostu kâğıt ve mürekkep kullanmak gibi girişimler sürdürülebilirlik çerçevesinde gerçekleştirilmektedir (Qureshi, 2022).

Kâğıt ve karton üretiminde her yıl dünyada 400 milyon metrik tonluk bir üretim yaşanmaktadır. ABD ve Çin'in ilk sırada yer aldığı kâğıt tüketiminde Türkiye

16. sırada yer almaktadır. Dünyada ormanlar ve doğal kaynaklar açısından tehdit oluşturan bu yüksek kâğıt tüketimi israfı önleme politikaları ve geri dönüşüme önem gösterilmesi ihtiyacını doğurmaktadır. Kamu kurumlarındaki kâğıt kullanımında bireysel tüketime kadar her alanda kâğıdın hem finansal hem de çevre sorunları göz önünde bulundurularak dikkatli tüketilmesi ve geri dönüşümü için çaba sarf edilmesi gerekmektedir. Kâğıdın geri dönüşümünün çevresel faydaları arasında ormanların tahribinin önüne geçilmesi dolayısıyla biyoçeşitliliğin korunması ve afetlerin önlenmesi yer almaktadır (Öztürk M. , 2022).

Yayıncılık alanında sürdürülebilirlik politikalarına dünya genelinde yaygın olan büyük ölçekli yayıncılar önem göstermekte ve öncü olmaktadırlar. Örneğin çocuk yayıncılığıyla öne çıkan Scholastic, yoğun mürekkep kullanımını gerektiren parlak resimli kitapları için en az yüzde 60 oranında FSC (Orman Yönetim Konseyi) sertifikalı kâğıt kullanmaktadır. Bir diğer lider yayıncı Macmillan, basılı kâğıt için gerekli olan CO2 yoğunluğunu bir ton kâğıtta yüzde 44 azaltmaktadır (Kaplan, 2019).

X. Sonuç

Kitabın ortaya çıkmasıyla oluşan yayıncılık sektörü, etik ihlaller, mali krizler, dijital ortamın yenilikleri gibi etkenler doğrultusunda çeşitli sorunlar yaşamaktadır. Tüm bunlara rağmen Türkiye’deki yayıncılık endüstrisi varlığını ve etkinliğini korumayı sürdürmektedir. Ancak bu sorunlara gerek devlet eliyle gerekse de yayıncıların meslek birlikleri çerçevesinde yapıcı çözümler üretmek ülkemizin kültürel mirasını korumak adına büyük önem taşımaktadır.

Dijitalleşmeye rağmen yayıncılık sektörünün karşı karşıya kaldığı en büyük sorun kâğıt krizi olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu noktada ivedilikle yapılması gereken Türkiye’yi kendi ihtiyacı ve kullanımı doğrultusunda kâğıt üretimi gerçekleştirebilen bir ülke konumuna getirmektir. Bununla birlikte, okurun alım gücünün artırılması için ise önce yayıncıların mali krizlerine çözüm bulunarak kitap fiyatlarının düşürülmesi sağlanmalıdır.

Diğer yandan sektördeki meslek profesyoneli sayısındaki artışı ve mesleğin standart bir kimliğinin oluşması adına meslek çalışanlarının niteliklerine yönelik eğitim programlarının artırılması gerekmektedir. Özellikle ithal yayınlar için iyi çevirmenler yetiştirmek dünya edebiyatını dilimize kazandırmak açısından önem arz etmektedir. Bunun yanı sıra sektörde çalışanlara hak ettikleri itibarın maddi ve manevi olarak gösterilmesi üretimin niteliği ve devamlılığı açısından önemlidir.

Kitle iletişim araçları içerisinde ciddi bir kriz yaşayan derginin, yerini ve niteliğini koruyabilmesi adına okuma teşviki ve okur desteği önem arz etmektedir. Bu bağlamda toplumda okuma kültürünün oluşturulması için gerek çocuklar üzerinde gerekse de yetişkinler için çalışmalar yürütülmelidir. Bununla birlikte yukarıda değinilen akademik dergicilikteki etik ihlallere yönelik sorunlara gerekli merciler müdahale etmelidir. Çünkü bu sorunlar bilimsel ilerlemenin ve dürüst bilim insanlarının önünde bir engel teşkil etmektedir.

Sektördeki haksız rekabet ortamının önüne geçilmesi adına yayınevleri arasında bir denge kurulmasına yönelik çalışmalar yapılması gerekmektedir. Özellikle kitap yayıncılığı tekelini elinde bulunduran yayınevleriyle mücadele etmeye çalışan küçük ölçekli yayınevleri için vergi muafiyetleri, maddi destekler gibi çözümler yayının ve okurun dolayısıyla da ülkemizin kültür seviyesinin artmasının önünü açacaktır.

Teknolojik gelişimin sürekli etkilediği bir sektör olması nedeniyle yayıncıların her yeni gelişmeyi takip etmesi ve güncelliğini koruması varlığını sürdürebilmesi açısından elzemdir. Hedefe yönelik yayının önemi göz önünde bulundurulduğunda yayıncıların yeni yayın platformlarını, tanıtım mecralarını aktif olarak kullanarak çağdaş yazarları ve okur davranışlarını takip etmeleri gerekmektedir.

Kaynakça

- Çakıcı, S. (2021, Haziran). *Utku Lomlu'yla Kitap Kapağı Tasarlamak Üzerine*. Haziran 2023 tarihinde Saatolog: <https://saatolog.com.tr/utku-lomluyla-kitap-kapagi-tasarlamak-uzerine.html> adresinden alındı
- Öksüz, Ö. (2021). DİJİTAL ÇAĞDA KİTAP OKUMA KÜLTÜRÜNÜN GÖRSELLEŞMESİ VE KİTAP KAPAĞI TASARIMININ KİTAP SATIN ALMA DAVRANIŞINA ETKİSİ. İstanbul: Yükseköğretim Tez Merkezi.
- Özbek, M. Y. (2017, Aralık). Penguin Books, Yapı Kredi Yayınları ve İş Bankası Kültür Yayınları'nın Reklam Kampanyaları Üzerine Bir İnceleme. *Sanat ve Tasarım Dergisi*(20), 315-317.
- Öztürk, H. (2018, Ekim). *Okunurken bir değer, satılırken bir nesne: Kitap*. Haziran 2023 tarihinde Gazete Duvar: <https://www.gazeteduvar.com.tr/kitap/2018/10/17/okunurken-bir-deger-satilirken-bir-nesne-kitap> adresinden alındı
- Öztürk, M. (2022, Şubat). *Kağıt israfına son*. Haziran 2023 tarihinde Independent Türkçe: <https://www.indytrk.com/node/471161/t%C3%BCrki%C3%87yeden-sesler/ka%C4%9F%C4%B1t-israf%C4%B1na-son> adresinden alındı
- Altay, E. (2018, Haziran). *Yayıncılar dertli: Türkiye’de e-kitap neden yaygınlaşmıyor?* 2023 Haziran tarihinde Journo: <https://journo.com.tr/turkiye-e-kitap-neden-yayginlasmiyor> adresinden alındı
- Arslandaş, K. (2021, Ocak). *KİTAP KAPAĞI TASARIMININ TÜKETİCİ SATIN ALMA NİYETİNE OLAN ETKİSİ: KONJOİNT ANALİZİ UYGULAMASI*. Gümüşhane: Yükseköğretim Tez Merkezi.
- Aslan, E. (2014). Türkiye’de Akademik Açık Erişim Dergi Yayıncılığı ve Çeviribilim Alanındaki Açık Erişim Dergiler. *Diyalog Interkulturelle Zeitschrift Für Germanistik*, 2(1), 144-155.
- Aydin, B. (2022, Mart 12). *Yayınevi editörlerinin neler yaşadığından haberdar mıyız?* Nisan 2023 tarihinde Bianet: <https://m.bianet.org/bianet/print/258984-yayinevi-editorlerinin-neler-yasadigindan-haberdar-miyiz> adresinden alındı
- Aytemiz, S. G. (2016, Mart). *International Journal of Business, Economics and Management*.
- Barsley, Z. C. (2022, Kasım 1). *Is publishing sustainable?* Nisan 2023 tarihinde Oxford University Press's Academic Insights for the Thinking World: <https://blog.oup.com/2022/11/is-publishing-sustainable/> adresinden alındı
- Beall, J. (2012, Eylül 12). Predatory publishers are corrupting open access. *Nature*(489), 179.
- ekgym. gov. (tarih yok). *ISBN Türkiye Ajansı Uluslararası Standart Kitap Numarası*. Nisan 2023 tarihinde Kütüphaneler ve Yayınlar Genel Müdürlüğü:

<https://ekygm.gov.tr/Files/UserGuide/ISBN.pdf?query2=1254186ashfdjdf>
adresinden alındı

Eldeniz, L. (1994). Basım Tekniklerinin Tarihsel Gelişimi. *Marmara İletişim Dergisi*(5), 159-162.

Erdönmez, I. Ç. (2014). *İLETİŞİM BİLİMLERİ BAĞLAMINDA KİTAP YAYINCILIĞI VE YAYINCILIK POLİTİKALARININ DÖNÜŞÜMÜ*. İstanbul: Yükseköğretim Tez Merkezi.

Evrensel. (2023, Nisan). *Yayıncılar Birliği 2022 kitap raporu: Kitap üretimi 7 yıl öncesine geriledi - Kenan Kocatürk*. Nisan 2023 tarihinde Youtube: <https://www.youtube.com/watch?v=JyzGjYrsQj8&t=804s> adresinden alındı

Gül, D. (2018, Aralık 12). *Türkiye'de dergiler neden kapanıyor?* Nisan 2023 tarihinde EuroNews: <https://tr.euronews.com/2018/12/27/turkiye-de-dergiler-neden-kapaniyor-leman-rabarba-arkakapak> adresinden alındı

Güleroğlu, F. C. (2021). Yapay Zekanın Tarih İçindeki Gelişimi ve Eğitimde Kullanılması. *Ankara Üniversitesi Eğitim Bilimleri Fakültesi Dergisi*, 54(3), 947-966.

Gürcan, U. D. (2005, Kasım). YAYIN ETİĞİ BAĞLAMINDA ELEKTRONİK YAYINLARDA KARŞILAŞILAN SORUNLAR VE ÇÖZÜM ÖNERİLERİ. *Selçuk İletişim*, 4(1), 6.

Harris-Spencer, N. (2023, Haziran). *Is Your Book Good Enough to be Published?* Haziran 2023 tarihinde Aspiring Author: <https://aspiringauthor.com/publishers/book-good-enough-to-be-published/> adresinden alındı

<http://meslegimizyayincilik.com>. (tarih yok). *Sivil Toplum Diyalogu: Mesleğimiz Yayıncılık Projesi*. Nisan 2023 tarihinde Sivil Toplum Diyalogu: Mesleğimiz Yayıncılık Projesi: http://meslegimizyayincilik.com/wp-content/uploads/2017/05/MYKitapTR_WEB_Conv.pdf adresinden alındı

İnanç, C. (2020). *Dijitalleşmenin Yayınevleri Üzerindeki Etkisi*. İstanbul: T.C. ÜSKÜDAR ÜNİVERSİTESİ SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ MEDYA VE KÜLTÜREL ÇALIŞMALAR ANABİLİM DALI YÜKSEK LİSANS TEZİ.

Kıraç, Ş. (2022, Aralık). *Döviz ve maliyet artışlarıyla kâğıda gelen zamlar, yayıncıları e-kitap yatırımlarına yönlendirdi*. Haziran 2023 tarihinde Cumhuriyet Gazetesi: <https://www.cumhuriyet.com.tr/ekonomi/doviz-ve-maliyet-artislariyla-kagida-gelen-zamlar-yayincilari-e-kitap-yatirimlarina-yonlendirdi-2017036> adresinden alındı

Kaplan, D. (2019, Mayıs). *Book Publishers Go Green To Reduce Their Carbon Footprint*. Haziran 2023 tarihinde Greenmatters: <https://www.greenmatters.com/news/2017/09/15/1vvQRq/publishing-sustainable> adresinden alındı

- Karagöz, D. (2021, Temmuz). *"Türkiye'de Kitap Yayıncılığı Konusunda Bir Standart Yok" başlıklı Ayrıntı Yayınları Editörü Enis Rıza Sakızlı röportajı*. Haziran 2023 tarihinde Bi-Nevi Gazete: <https://binevigazete.com/roportaj/turkiyede-kitap-yayinciligi-konusunda-bir-standart-yok/> adresinden alındı
- Kariuki, B. (2023, Mart). *6 Emerging Printing Technology Trends for Modern Business*. Haziran 2023 tarihinde Alibaba.com: <https://baba-blog.com/6-emerging-printing-technology-trends-for-modern-business/> adresinden alındı
- Khurana, S. (2018, Ağustos). *Why Book Fairs Are Still Important?* Haziran 2023 tarihinde All About Book Publishing: <http://www.allaboutbookpublishing.com/4159/why-book-fairs-are-still-important/> adresinden alındı
- Ong, W. J. (2013). *Sözlü ve Yazılı Kültür: Sözüün Teknolojileşmesi*. İstanbul: Metis.
- Ovalı, Ş. (2022, Temmuz 19). *Akademik Yayıncılığın Öteki Yüzü: Yağmacı Dergiler, Yayınevleri ve Tez / Makale Ofisleri*. Nisan 2023 tarihinde Panorama: <https://www.uikpanorama.com/blog/2022/07/19/aca/> adresinden alındı
- Parlak, S. (2021, Şubat 24). *Editörlük Hakkında Her Şey*. Nisan 2023 tarihinde Edebiyat Haber: <https://www.edebiyathaber.net/editorluk-hakkinda-her-sey-serkan-parlak/> adresinden alındı
- Qureshi, A. (2022, Mart 31). *An Effective Guide to Sustainable Publishing: Everything You Need to Know*. Nisan 2023 tarihinde Blue & Green Tomorrow: <https://blueandgreentomorrow.com/sustainability/effective-guide-to-sustainable-publishing-everything-you-need-to-know/> adresinden alındı
- Sabev, O. (2006). *İbrahim Müteferrika ya da İlk Osmanlı Matbaa Serüveni (1726- 1746)*. İstanbul, Çağaloğlu, Türkiye: Yeditepe Yayınları.
- Salcı, T. (2023, Ocak 9). *Basım maliyetleri kitap fiyatlarını uçurdu, yazar ve yayıncılar şikâyetçi: 'Süreç kabusa dönüştü'*. Nisan 2023 tarihinde Sputnik News: <https://sputniknews.com.tr/20230109/basim-maliyetleri-kitap-fiyatlarini-ucurdu-yazar-ve-yayincilar-sikyetc-surec-kabusa-donustu-1065551089.html> adresinden alındı
- Sarkiler, D. (2022, Haziran). *Matbaacılar Federasyonu tarafından düzenlenen Matbaacılar Çalıştayı'na İzmir ev sahipliği yaptı*. Haziran 2023 tarihinde Ticaret Gazetesi: <https://www.ticaretgazetesi.com.tr/matbaacilar-sorunlarini-duyurmak-icin-birlesti> adresinden alındı
- Sevinç, S. (2019). *TÜRKİYE'DE ÇEVİRİ YAYINCILIĞI VE TELİF HAKLARI*. İstanbul: Yükseköğretim Tez Merkezi.
- Şen, M. (2019). 2000 Sonrası Türkçe Yayıncılıkta Yeni Dalgalar: Pratikler, İmkanlar ve Sınırlar. *Monograf- Edebiyat Eleştiri Dergisi*(11).
- Türkiye Yayıncılar Birliği. (2023, Nisan). *2022 YILI KİTAP PAZARI RAPORU*. TÜRKİYE YAYINCILAR BİRLİĞİ . Nisan 2023 tarihinde Türkiye Yayıncılar

Birliği: <https://turkyaybir.org.tr/2022-yili-turkiye-kitap-pazari-raporu/>
adresinden alındı

Türkiye Yayıncılar Birliği. (2024, Temmuz 11). *Yapay Zeka ve Yayıncılık: İmkanlar ve Riskler/ 11. Türkiye Yayıncılık Kurultayı*. (T. Y. Birliği, Prodüktör) Ekim 2024 tarihinde YouTube: https://www.youtube.com/watch?v=OpIG_8uVeQM adresinden alındı

T24 . (2022, Ocak). *Ahmet Salcan, İş Kültür Yayınları Genel Müdürlüğü'nden alındı: Yayıncılık rekorları kırdık, bir müddet daha çalışmayı isterdim...* . Nisan 2023 tarihinde T24 Kültür Sanat: <https://t24.com.tr/haber/ahmet-salcan-is-kultur-yayinlari-genel-mudurlugu-nden-alindi-yayincilik-rekorlari-kirdik-bir-muddet-daha-calismayi-isterdim,1011840> adresinden alındı

telifhaklari.gov. (2020). *Fikir Hırsızlığı (Korsan) Nedir?* T.C KÜLTÜR VE TURİZM BAKANLIğI TELİF HAKLARI GENEL MÜDÜRLÜğÜ: <https://www.telifhaklari.gov.tr/Fikir-Hirsizligi-Korsan-Nedir> adresinden alındı

Tokol, P. D. (2010). *Pazarlama Yönetimi*. Bursa: Dora Yayın Dağıtım.

tuik.gov.tr. (2022, Temmuz 25). *Yazılı Medya ve Uluslararası Standart Kitap Numarası İstatistikleri, 2021*. Nisan 2023 tarihinde Türkiye İstatistik Kurumu: <https://data.tuik.gov.tr/Bulten/Index?p=Yazili-Medya-ve-Uluslararası-Standart-Kitap-Numarası-İstatistikleri-2021-45833> adresinden alındı

turkyaybir.org.tr. (2022). *2022 Kitap Pazarı Raporu*. Türkiye Yayıncılar Birliği.

Vural, A. (2009). *Adım Adım Yayıncılık*. İstanbul: Elit Kültür Yayıncıları.

Yasacı, S. (2019). *TÜRKİYE'DE DİJİTALLEŞME BAĞLAMINDA OKUMA ALIŞKANLIKLARININ GELİŞİMİ: SESLİ KİTAPLAR ÖRNEğİ* . İstanbul: Yükseköğretim Tez Merkezi.

Yiğitbaşı, D. N. (2020, Ocak). TÜRKİYE'DE YAYINEVLERİ TARAFINDAN YAYINLANAN WATTPAD KİTAPLARI ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA. *Yeni Medya Elektronik Dergi*(4), 11-12.

Yurduneri, D. (2021, Mayıs). *Storytel Türkiye'nin Dinlenme Oranı, 3 Yılda 17 Milyon 700 Bin Saate Ulaştı*. Nisan 2023 tarihinde Teknosafari: <https://teknosafari.net/storytel-turkiyenin-dinlenme-orani-3-yilda-17-milyon-700-bin-saate-ulasti/> adresinden alındı



BÖLÜM 31

CO₂ Emisyonunu Etkileyen Faktörler: Fransa Örneğinden Nedensellik Kanıtları

Burak Seyhan¹ & Nazlı Seyhan²

¹ Gümüşhane Üni. İİBF İKT Böl. ORCID: 0000-0003-1026-18055

² Gümüşhane Üni. İİBF YBS Böl. ORCID: 0000-0003-0759-9119

Giriş

Son yarım yüzyılda, karbondioksit (CO₂) konsantrasyonundaki artışın, çevresel sürdürülebilirlik için tehdit oluşturan küresel ısınmaya ve iklim değişikliğine neden olduğu görülmektedir (Bölük ve Mert, 2014). Küresel ısınma ve iklim değişikliğinin artan etkileri özellikle 1990'lardan beri devam eden büyük bir endişe oluşturmıştır. Avrupa Komisyonu Ortak Araştırma Merkezi'nden (JRC) alınan bir rapor, toplam küresel karbon emisyonlarının yaklaşık %90'ının fosil yakıtların yakılmasından kaynaklandığını göstermektedir (Shayanmehr vd, 2020). GHG (sera gazı) emisyonlarının esas kaynağının fosil yakıtların yanması olduğundan, enerji tüketimi ve üretimi iklim değişikliği tartışmalarının merkezinde yer almıştır. Bu endişelerin ardından, sera gazı emisyonlarını azaltmak amacıyla ülkeler bir araya gelmiş ve Kyoto Protokolü (1997) ve bu protokolün devamı niteliğindeki Paris İklim Anlaşmaları (2015) kabul edilmiştir.

İnsanlık, ekonomik kalkınma ve çevre koruma olmak üzere iki büyük meydan okumayla karşı karşıyadır. Son zamanlarda çevre, gelişmiş ve gelişmekte olan ülkeler için ilgi odağı haline gelmiştir. Bunun nedeni, çevresel kalitenin kötüleşmesinin, esas olarak artan sera gazı emisyonları (GHG) nedeniyle küresel ısınma ve iklim değişikliği konusunda korkular yaratmasıdır. Günümüzde yaşanan ilgili ekolojik çözümler gelecek nesilleri etkileyecek ve endüstriyel kalkınma ve ekonomik büyümeyle ilişkili temel faktörlerdir. Çevresel sefalet, kaynakların tükenmesi (hava, su ve toprak), ekosistemlerin tahribi ve kirlilik yoluyla çevrenin kötüleşmesi olarak tanımlanır ve çoğunlukla deneysel çalışmalarda karbon emisyonlarının miktarıyla ölçülmektedir. Birleşmiş Milletler tarafından resmi olarak on tehditten biri olarak kabul edilmektedir (Wang vd, 2021: 360).

Sera gazının ortaya çıkmasındaki en büyük etken olan fosil yakıtlar, aynı zamanda ekonomik büyümenin temel itici güçlerinden olmuştur. Aslında, ülkeler daha yüksek gelir elde etmek amacıyla çevre kirliliğini azaltma konusunda isteksizdir fakat geline süreçte yaşanan iklim krizleri ve doğal afetlerin artması sürecin ciddi boyutlara ulaştığının göstergesidir. Ekonomik kalkınmanın devam edebilmesi için daha çok enerjiye ihtiyaç vardır fakat günümüz ve gelecekte yaşanan ve yaşanacağı düşünülen olaylara da çözüm bulunması gerekmektedir. Bu ikilem ülkelerin enerji kaynağında farklı arayışlara yöneltmiş ve temiz enerji kavramının ortaya çıkmasında önemli rolü olmuştur. Bu süreçte, yenilenebilir enerjinin geliştirilmesi, AB başta olmak üzere birçok ülkenin dikkatini çekmiştir. AB üye ve aday statüsündeki ülkelerle sürdürülebilirlik kapsamında enerji hedefleri başta olmak üzere üretim, tüketim, yoksulluk, teknoloji, çevre, doğal kaynakların etkin ve verimli kullanılması gibi birçok farklı hedefler belirlemiştir.

Sera gazı yayılımında etkisi olan ülke gruplarından AB, 2030 yılına kadar sera gazı emisyonlarını en az %40 azaltmayı taahhüt etmektedir (EC, 2015). AB'nin 2030 iklim ve enerji çerçevesi, yenilenebilir enerjinin katkısını artırma (en az %32) ve enerji verimliliğini teşvik etme (en az %32,5) hedefleri belirlemiştir. Aslında, yenilenebilir enerjinin geliştirilmesi karbon emisyonlarının azaltılmasında ve sürdürülebilir kalkınma hedeflerine ulaşmada etkili bir çözüm olarak görülmektedir (Radmehr vd., 2021: 14). Sürdürülebilir Kalkınma Hedeflerinde ülkelerce belirtilen net ve somut hedefler, iklim değişikliğini ve küresel ısınmayı yönlendiren sera gazı emisyonlarının birincil kaynağı olan fosil yakıtlardan yenilenebilir enerjiye doğru yönelimi hızlandırmıştır (Hailemariam vd., 2022: 1).

Çevresel Kuznets Eğrisi (EKC) ölçek, bileşim ve teknik etkinin bir karışımını yansıtmaktadır. Sanayileşmenin erken aşamasındaki bir ülke, ilkel, verimsiz endüstriler kurduğunda ölçek etkisi meydana gelir ve kirlilik ortaya çıkmaktadır. Ancak, genellikle kişi başına düşen gelir arttıkça hem çıktı karışımı hem de üretim teknikleri değişmektedir. Bu bileşim etkisi, tarım ekonomisinden endüstriyel ekonomiye ve en sonunda hizmet ekonomisine geçişin ekonomik büyümeyi kademeli olarak daha az kirlüten sektörlere kaydırıldığını belirtmektedir. Teknik etki, ülkeler büyüdükçe üretim sürecinde "daha temiz" teknolojilerin "daha kirli" olanların yerini alması olasılığını sağlamaktadır. Kişi başına düşen gelirin nispeten düşük olduğu bir seviyede, büyüme daha fazla çevresel hasara yol açmakta, ta ki orta seviyede bir gelire ulaşana kadar ve sonrasında daha fazla büyüme çevrede iyileşmelere yol açmaktadır. EKC hipotezi, emisyonların gelirin bir fonksiyonu olduğunu varsayar ve bu da gelirden sera gazı emisyonlarına doğru tek yönlü nedensellik olduğunu göstermektedir. EKC hipotezi, kirlilik seviyesinin bir ülke geliştikçe arttığını ancak artan gelir bir dönüm noktasını geçtikçe azalmaya başladığını savunmaktadır. Başka bir deyişle, çevre kalitesi önce kötüleşecek ve sonra ekonomik büyümeyle birlikte iyileşecektir (Bölük ve Mert, 2014: 440).

2013 yılında, Hükümetlerarası İklim Değişikliği Paneli'nin (IPCC) Beşinci Raporu, küresel ısınmanın bölgesel ekonomik ve sosyal kalkınma üzerinde önemli bir etkiye sahip olacağını belirtmiştir. Ayrıca, raporda küresel ısınmanın ve iklim değişikliğinin ana nedeninin fosil yakıtların yakılmasından kaynaklanan karbondioksit (CO₂) emisyonları olduğu belirtilmiştir (Chen vd., 2019: 208). Bazı tahminlere göre, antropojenik faaliyetler, sanayi öncesi seviyelere (1850-1900) kıyasla yaklaşık 1°C küresel ısınmaya yol açmıştır. Ayrıca, mevcut eğilimler devam ederse küresel ısınmanın 2030 ile 2052 arasında yaklaşık 1,5°C'lik bir seviyeye ulaşacağı tahmin edilmektedir. Bununla birlikte, yapılan son tahmin-

lerde, karbondioksit, metan ve azot oksit emisyonları gibi sera gazı emisyonlarının her on yılda yaklaşık 0,2°C'lik bir antropojenik küresel ısınma artışına neden olduğunu göstermektedir. Özellikle, antropojenik davranıştan kaynaklanan küresel ısınmanın yüzyıllardan bin yıllara kadar devam edecek olması ve bunun ekosistemler ve insan toplumu üzerinde daha fazla olumsuz etkiye sahip olması endişe vericidir. Eğer, sera gazı emisyonları mevcut hızda artmaya devam ederse, daha sık ve daha uzun sıcak hava dalgaları, daha sık ve daha bol yağış, sıcaklık ve okyanus asitliğinde daha fazla artış ve küresel ortalama deniz seviyesinin yükselmesine yol açabileceği öngörülmektedir (Petrović & Lobanov, 2020: 2).

Teknolojik ilerleme ile karbon emisyonu azaltımını ele alan karbon ekonomisi çalışmaları (Levinson (2009), Nesta vd. (2014), Alam vd. (2019), Li vd.(2021). Hailemariam vd. (2022)) bu alandaki gelecek çalışmalara ışık tutarak teknolojik ilerlemenin karbon emisyonunu azaltmada önemli bir rol oynadığını belirtmektedir. Sonuç olarak, birçok ülke ve iş sektörü yeşil inovasyona dönüşümde Ar-Ge girdilerini artırmaya yönelmiştir. Enerji inovasyonu karbon emisyonlarının azaltılmasında önemli bir rol oynamaktadır. Yeni enerji teknolojilerinin geliştirilmesini, dağıtımını ve yayılmasını teşvik eden iklim ve enerji politikaları tasarlamak için, politika yapımcıların yalnızca enerji inovasyon sisteminin teorik bir anlayışına değil, aynı zamanda politika eylemlerinin sahip olduğu etkilere ilişkin ampirik kanıtlara da ihtiyaçları vardır (Garrone &Grilli, 2010: 396).

Çevresel bozulmalar, doğrudan insan yaşamlarıyla bağlantılı ciddi bir sorundur ve küresel ısınmanın başlıca nedenlerinden biridir. Dünya çapındaki ülkeler, küresel ısınmanın hava koşullarındaki ani değişiklikler (yani kasırgalar, beklenmedik kar ve sıcak hava dalgası), buzulların erimesi, sıcak deniz seviyeleri ve genel sıcaklıktaki artış yoluyla çevreyi ve insan yaşamlarını olumsuz etkilemesiyle küresel ısınmayla başa çıkmak için çalışmalar yapmaktadır. Çevresel bozulmanın başlıca nedenlerinden biri, sera gazı emisyonlarının %75'ini oluşturan karbon emisyonudur (Atasoy, 2017). Çevresel bozulmayla başa çıkmak için, dünya çapındaki ülkeler, küresel ısınmayı 2 °C'nin altında tutmak için 2015'teki Paris İklim Anlaşması gibi birçok anlaşmalar yapılmıştır. Özellikle gelişmiş ülkelerde, ekonomik olarak büyürken çevreye verilen zararı kontrol altında tutabilmek için gösterdiği çabalar ve hedeflerine ulaşip ulaşamadığı kamuoyu ve araştırmacılar tarafından merak konusu olmuştur. Paris Anlaşması'daki (COP 21-29) gelişmeleri değerlendirmek için dönemlik yayınlanan raporlar ve güncellemelerle dünya çapında birçok ülke, kuruluşları ve şehirleri karbon nötrlüğüne geçmeye ve sera gazı emisyonlarını 2050 yılına kadar %80-%100 oranında azaltmaya yönelmiştir.

IPCC raporuna göre, karbon nötrlüğüne ulaşmak için ülkeler fosil yakıtları aşamalı olarak kaldırmalı ve yenilenebilir ve enerji açısından verimli alternatifler kullanılmalıdır. Hedeflere ulaşmak için başta gelişmiş ülkeler olmak üzere birçok ülke çevre vergileri koymuş/artırmış ve ayrıca çevreyle ilgili araştırma ve geliştirme üzerinde ciddi çalışmalar yapmaktadır. Gelişmiş ülkeler, kuruluşların yenilenebilir enerjiye veya diğer temiz enerji kaynaklarına yönelmesini sağlamak ve fosil yakıt kullanımını ve yüksek yoğunluklu emisyonlu malların ithalatını azaltmak için çevre vergileri uygulamaktadır. Bu durum ülkelerinin karbon nötrlüğü hedefine ulaşmasında kolaylaştırmakla birlikte kuruluşların kar amacı güden doğası nedeniyle, çevreyle ilgili vergiler onları yenilenebilir enerji benimsemeye ve çevresel bozulmayı önlemek ve karbon nötrlüğü hedefine ulaşmaya yardımcı olmak için Ar-Ge'lerini geliştirmeye zorlayacaktır.

Fosil yakıtlardan elde edilen enerji, çevre sorunlarının artmasıyla beraber küresel iklim krizleri, doğal afetler, tükenen kaynaklar, çevresel vergiler, enerji bağımlılığı gibi birçok sorun dünyayı yeni ve temiz enerji kaynakları arayışına yönlendirmiştir. Bu arayışta, “doğada hazır bulunan, çevreyi kirletmeyen, tüketilmesi halinde kendini yenileyebilen” yenilenebilir enerji kaynaklarına yönelmiştir (Seyhan & Seyhan, 2022: 1024).

Dünyadaki yaşanan ekonomik gelişmeler, enerji talebindeki artışa yol açmıştır. Çin, ABD ve Avrupa gibi dünya ekonomilerinin hızlı gelişimi, enerji tüketimini artırmaya mahkumdur ve karbon emisyonlarını temelden azaltmak için teknolojinin teşvik edilmesi bir zorunluluktur. Enerji sektörü, işletmelerin ve modern ekonomilerin büyümesinin, gelişmesinin ve rekabet gücünün temel faktörlerindendir. Enerji güvenliği ve çevre korumanın sağlanması, sürdürülebilirliğe odaklanmış bir ekonominin temel hedeflerindendir. Yenilenebilir enerji kaynaklarının geliştirilmesi, fosil yakıtlara olan talebin azalmasına olanak sağlayarak, sera gazı emisyonlarının 2005'e kıyasla yaklaşık onda bir oranında azalmasında yardımcı olacaktır (Bórawski vd., 2019).

2021'de yenilenebilir enerji AB'de tüketilen enerjinin %21,9'u iken 2022'de %23,0'ına ulaşmıştır. AB'de ulaşımında kullanılan yenilenebilir kaynaklardan elde edilen enerjinin payı ve bu oran 2021'de %9,1 seviyesinde iken 2022'de %9,6'ya ulaşmıştır (European Environment Agency, 2023)

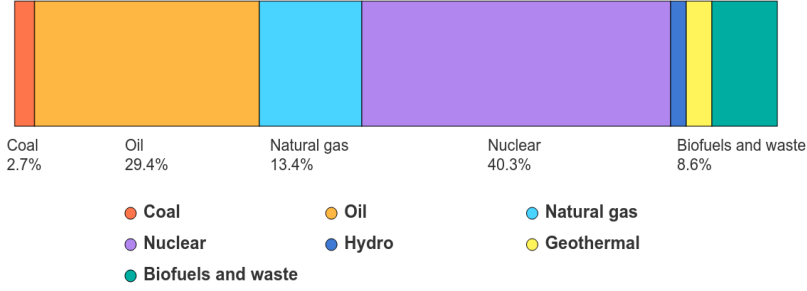
AB'nin 2050 yılına kadar iklim açısından ilk nötr kıtası olma hedefi, en büyük zorluk ve fırsattır. Bunu başarmak için, Avrupa Komisyonu, 11 Aralık 2019'da, Avrupa vatandaşlarının ve işletmelerinin sürdürülebilir bir yeşil geçişten faydalanmasını sağlayacak en iddialı önlem paketi olan Avrupa Yeşil Mutabakatı'nı (COM2019) sunmuştur (T.C. Avrupa Birliği Başkanlığı, 2024). Mutabakat temel

politikaları çerçevesinde ilk yol haritasıyla birlikte, emisyonları iddialı bir şekilde azaltmak, son teknoloji araştırma ve inovasyona yatırım yapmaya ve Avrupa'nın doğal çevresini korumaya kadar birçok önlem yer almaktadır. Her şeyden önce, Avrupa Yeşil Mutabakatı adil ve sosyal açıdan adil bir geçiş için bir yol belirlemektedir. Önümüzde bizi bekleyen büyük dönüşümde hiçbir bireyi veya bölgeyi geride bırakmayacak şekilde tasarlanmıştır. Avrupa Komisyonu, Yeşil Mutabakat'ın bir parçası olarak Birleşmiş Milletler'in sürdürülebilir kalkınma hedeflerini entegre etmek, sürdürülebilirliği ve vatandaşların refahını ekonomik politikanın merkezine koymak ve sürdürülebilir kalkınma hedeflerini AB'nin politika yapımının ve eylemlerinin merkezine koymak amacıyla makroekonomik koordinasyon sürecine yeniden odaklanmaktadır. Komisyon, daha güvenli, sürdürülebilir ve düşük karbonlu bir ekonomi için çeşitli enerji stratejileri belirlemiştir.

2020 için %20 hedefi üzerine odaklanan AB, 11 Aralık 2018'de yenilenebilir kaynaklardan enerji kullanımının teşviki hakkında 2018/2001/EU Direktifini kabul etmiş, bu Direktifin (AB) 2023/2413 ile son değişikliğinde AB, 2030 için bağlayıcı bir yenilenebilir enerji hedefi olan %42,5'i ve %45'e ulaşmayı hedeflemektedir. Komisyon, 18 Mayıs 2022'de temiz enerji geçişini hızlandırarak AB'nin Rus fosil yakıtlarına olan bağımlılığını 2030'dan çok önce hızla azaltmak için bir dizi önlem ortaya koyan (enerji tasarrufu, temiz enerji üretimi ve AB'nin enerji kaynaklarını çeşitlendirme) amaçlarıyla REPowerEU planını yayınlamıştır (EC, 2023).

Fransa, ABD'den sonra ikinci en büyük olan büyük nükleer filosu sayesinde çok düşük karbonlu bir elektrik karışımına sahiptir. İddialı bir enerji geçişi belirlemede erken bir lider olarak Fransa, 2019 Enerji ve İklim Yasası'nda 2050 için net sıfır emisyon hedefi koymuştur ve 2030 yılına kadar sera gazı emisyonlarını %55 oranında azaltmayı hedeflemektedir. 5 yıllık karbon bütçeleri ve enerji yatırımları için çok yıllık bir plan içeren ulusal bir düşük karbon stratejisi uzun vadede hedefi uygulamaktadır. Uzun vadede elektrik güvenliğini ve düşük karbon ayak izini koruma ihtiyacını kabul eden Fransa, esnek güç sistemi operasyonunu geliştirirken verimliliğe, altı yeni nükleer santrale ve yenilenebilir enerjiye, özellikle açık deniz rüzgarına yatırım yapmaktadır (IEA, 2023).

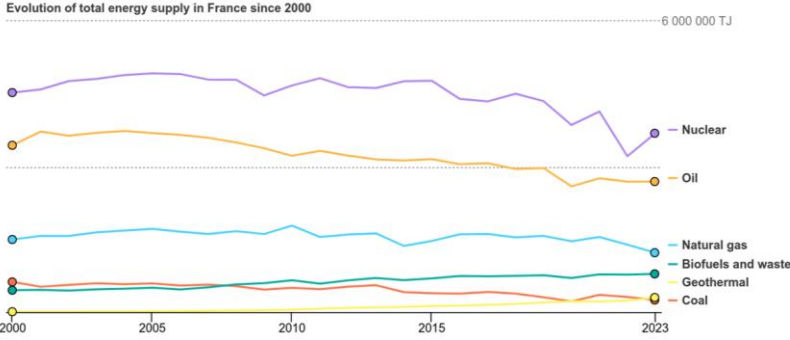
Grafik 1. Toplam Enerji Arzı, Fransa, 2023



Kaynak: International Energy Agency

Grafikte, Fransa'nın toplam enerji talebinde kömür yakıtı oranında 2015 yılından itibaren yaşanan düşüş gözlenmektedir.

Grafik 2: Fransa Toplam Enerji Talebi



Kaynak: International Energy Agency

Bu araştırmada, Avrupa Birliği'nin en büyük ekonomilerinden birine sahip olan ve birlik içinde çevre dostu yapısal reformlar yaparak karbondioksit emisyonlarını azaltma konusunda en önde gelen ülkelerden biri konumundaki Fransa örneğinde çevre ile ekonomik ve teknolojik gelişmeler arasındaki ilişki ağı incelenmektedir.

Literatür

Garrone & Grilli (2010) çalışmasında, kamusal enerji Ar-Ge'sine odaklanarak GSYH başına karbon emisyonlarını (yani karbon yoğunluğu) iki bileşeni olan enerji yoğunluğu ve karbon faktörü ile ele almışlardır. 1980-2004 döneminde 13 gelişmiş ekonomide nedensellik bağlantıları ve dinamik panel modelleri kullanarak çalışma bulgularında Ar-Ge harcamalarının enerji inovasyon sürecini artırmak için tek başına yeterli olmadığını ve Ar-Ge enerji bütçelerinin karbon eğilimlerinden etkilendiğini belirtmişlerdir.

Bölük & Mert (2014), 1990-2008 dönemi için panel veri analizi ile 16 AB (Avrupa Birliği) ülkesinde karbon emisyonları, gelir ve enerji tüketimi arasındaki ilişki açısından Çevresel Kuznets Eğrisi (EKC) hipotezini incelemiştir. Çalışma bulgularında, 16 AB ülkesindeki karbon emisyonları için ters U şeklindeki ilişkinin geçerli olmadığını ve AB ülkelerinde alternatif yenilenebilir enerji teknolojilerine doğru bir kaymanın sera gazı emisyonlarını azaltabileceğini belirtmişlerdir.

Nesta vd. (2014). çevre politikalarının inovasyon üzerindeki etkisini 1970'lerin sonundan itibaren OECD ülkeleri için yenilenebilir enerji politikaları, rekabet ve yeşil patentler hakkındaki bilgileri kullanarak, politikaların içselliğini hesaba katan bir ekonometrik modelle değerlendirmişlerdir. Çalışma bulgularında, yenilenebilir enerji politikalarının, liberal enerji piyasalarına sahip ülkelerde yeşil inovasyonu teşvik etmede daha etkili olduğunu, çevre politikalarının yalnızca yüksek kaliteli yeşil patentlerin üretiminde önemli olduğunu, rekabetin ise düşük kaliteli yeşil patentlerin üretimini artırdığını ifade etmişlerdir.

Bekun vd. (2019) çalışmasında, AB-16 ülkeleri için 1996-2014 yıllık dönemleri arasındaki dengeli bir panel verisi ile yenilenebilir enerji tüketimi, yenilenemeyen enerji tüketimi ve ekonomik büyüme arasındaki uzun vadeli ve nedensel etkileşimi araştırmışlardır. Çalışma bulgularında, Kao testi ile karbondioksit emisyonları, ekonomik büyüme, doğal kaynak kirası, yenilenebilir ve yenilenemeyen enerji tüketimi arasında bir eşbütünleşme olduğunu ve yenilenemeyen enerji tüketiminin ve ekonomik büyümenin karbon emisyonu artışını artırırken, yenilenebilir enerji tüketiminin karbon emisyonlarını azalttığını belirtmişlerdir. Özellikle Sürdürülebilir Kalkınma Hedeflerine ulaşmada, modern ve çevre dostu enerji kaynaklarına doğru etkili politika kararlarının önemli olduğunu vurgulamışlardır.

Petrović & Lobanov (2020). 16 OECD ülkesinde 1981-2014 yılları arasında araştırma ve geliştirme (Ar-Ge) harcamalarının CO₂ emisyonları üzerindeki etkisini incelemiş ve uzun vadeli regresyon modelleri tahminleri ile Ar-Ge harcamalarının CO₂ emisyonları üzerinde beklenen ortalama etkisinin negatif olduğunu fakat ülke (birim) bazında farklı (pozitif, negatif ve nötr) etkilerin olduğunu belirtmişlerdir.

Radmehr vd. (2021) çalışmasında, 1995-2014 döneminde AB ülkeleri için ekonomik büyüme, karbon emisyonları ve yenilenebilir enerji tüketimi arasındaki bağlantıları keşfetmek için panel mekansal eş zamanlı denklemler modelleri kullanmıştır. Bulgularda, ekonomik büyüme ile karbon emisyonları ve ekonomik büyüme ile yenilenebilir enerji tüketimi arasındaki bağlantının iki yönlü olduğunu belirtmişlerdir.

Li vd. (2021) çalışmasında, 2002-2015 döneminde, 52 ülkede faaliyet gösteren kamu firmalarından oluşan bir veri setini kullanarak, Ar-Ge girdisi ile karbon emisyonu ilişkisini değerlendirmiştir. Çalışma bulgularında, Ar-Ge girdisinin karbon emisyonunu azaltmak için en önemli yaklaşımlardan biri ve teknolojik ilerlemenin karbon emisyonu azaltımındaki marjinal etkisinin azalma eğiliminde olduğunu belirtilmiş, sürdürülebilir emisyon azaltımı için sürdürülebilir marjinal etkilere sahip dinamik bir teknolojik ilerleme modeli geliştirilmiştir.

Safi vd. (2021). 1990-2019 döneminde G-7 ülkelerinde çevre vergileri ve Ar-Ge'nin karbon emisyonları üzerindeki etkisini nedensellik ve eşbütünleşme testleriyle incelemişlerdir. Çalışma bulgularında, çevre vergileri, çevresel Ar-Ge, ithalat, ihracat, GSYH ve tüketime dayalı CO2 emisyonları arasında istikrarlı bir uzun vadeli ilişki olduğuna ve kısa ve uzun vadede çevre vergileri, çevresel Ar-Ge ve ihracatın karbon emisyonlarını önemli ölçüde azaltırken, GSYH ve ithalatın ise karbon emisyonlarını önemli ölçüde artırdığını belirtmişlerdir.

Wang vd. (2021) çalışmasında, 1980-2014 döneminde nedensellik ve eşbütünleşme testleriyle, hem ilk on yenilenebilir enerji hem de ilk on ekonomik karmaşıklık endeksi (ECI) ülkesi için karbon emisyonları, reel gayri safi yurtiçi hasıla (GSYH), yenilenebilir ve yenilenemeyen enerji üretimi, kentleşme ve ihracat kalitesi arasındaki dinamik karşılıklı bağımlılığını araştırmıştır. Çalışma bulgularında yalnızca yenilenebilir enerji üretiminin karbon emisyonlarını azaltmaya katkıda bulunduğunu diğer değişkenlerin artırdığını belirtmişlerdir. Çalışma sonucunda ise yenilenebilir enerji kullanan temiz teknolojilerin benimsenmesinin ihracat kalitesinin iyileştirilmesi ve karbon emisyonlarının azaltılmasında ve Sürdürülebilir Kalkınma Hedeflerine ulaşabilmek için önemli bir araç olabileceğini belirtmiştir.

Hailemariam vd. (2022) çalışmasında, 1980-2020 döneminde gelişmiş ve gelişmekte olan ekonomilerde panel veri yöntemleri ile yenilenebilir enerji teknolojilerinde Ar-Ge'ye yapılan kamu yatırımının çevresel kalite üzerindeki etkisini araştırmışlardır. Çalışma bulgularında, yenilenebilir teknolojilere yapılan Ar-Ge yatırımının, karbondioksit, metan ve diğer kirleticiler de dahil olmak üzere bir çok kirleticiyi azaltarak çevresel kalite üzerinde önemli bir pozitif etkisi olduğunu belirtmişlerdir.

Saqib, N. (2022) gelişmiş 18 ülkede 1990-2019 döneminde, karbon emisyonu ile GSYİH, yenilenebilir enerji kullanımı, teknik yenilik arasındaki ilişkiyi incelediği çalışmasında, GSYİH ile karbon emisyonları arasında ve GSYİH ile teknolojik yenilik arasında tek yönlü bir nedensellik olduğu ve EKC hipotezinin

doğrulandığını yani karbon emisyonlarını azaltmada yenilenebilir enerjinin önemli bir etken olabileceğini belirtmişlerdir.

Chen (2022) çalışmada, 18 Avrupa Birliği ve 32 Ekonomik İşbirliği ve Kalkınma Örgütü ülkesinden oluşan iki ülke grubu için 1990-2021 verileriyle karbon emisyonları, gelir, yenilenemeyen enerji tüketimi ve yenilenebilir enerji tüketimi ilişkisini ele almıştır. Çalışma sonucunda, yenilenebilir enerjinin benimsenmesinin başlangıçta ekonomik rekabet gücü ve emtia fiyatlarındaki artışlara sebep olabileceği fakat daha sonra karbon azaltımına neden olacağı ve yeşil teknolojinin benimsenmesini ve gelişimini hızlandıracağı belirtilmiştir.

Yöntem ve Uygulama

Teorik ve ampirik literatür araştırması sonucunda çalışmada açıklanan değişken olarak karbondioksit (CO₂) emisyonu, açıklayıcı değişkenler olarak ise ekonomik büyüme (GDP kişi başına GSYH), yenilenebilir enerji tüketimi (RENEW toplam enerji tüketimi içindeki yenilenebilir enerji payı), teknolojik ilerleme (TECH araştırma geliştirme faaliyetlerinde çalışana araştırmacı sayısı) ve çevre vergileri (ENTAX) belirlenmiştir. Değişkenlere ait yıllık frekanstaki zaman serileri Dünya Bankası WDI veri tabanından elde edilmiş olup tüm seriler esneklikleri doğrudan yorumlama olanağı sağlayan doğal logaritmik formdadır. Çalışmanın uygulamalı analizi için oluşturulan ekonometrik tahmin modeli aşağıda verilmektedir:

$$\ln\text{CO}_2t = \beta_0 + \beta_1 \ln\text{GDPT} + \beta_2 \ln\text{RENEWt} + \beta_3 \ln\text{TECHt} + \beta_4 \ln\text{ENTAXt} + \varepsilon_t$$

Modelde t zaman boyutunu, ε hata terimini, β ise değişkenlere ait tahmin katsayılarını temsil etmektedir.

Zaman serisi analizlerinde iki iktisadi değişken arasında teorik bulguların öne sürdüğü bir uzun dönemli nedensellik ilişkisinin varlığından söz edebilmek için değişkenlerin I(1) yani birinci seviyeden bağımlı olmaları gerekmektedir. Bu durumda değişkenler seviye değerlerinde durağan olmasa dahi değişkenlere ilişkin hata terimleri uzun dönemde durağan olabilmektedir. Bunun gerçekleştiği koşulda belirli bir zaman boyutunda değişkenler arasındaki farkın açılmasını engelleyerek birlikte hareket etmelerine olanak sağlayan ve hata düzeltme mekanizması (VECM) olarak tanımlanan bir mekanizma söz konusudur. Engle ve Granger (1987) tarafından Granger Temsil Teorisi olarak ifade edilen kurama göre değişkenlere ilişkin ilişki ağındaki dengeden sapmalar ve bozulmalar uzun dönemde hata düzeltme mekanizması sayesinde düzeltilebilmektedir. Yine Engle ve Granger (1987)'e göre geri beslemeli olarak eğer hata düzeltme mekanizması çalışıyor ise değişkenler arasında eşbütünleşme ilişkisinden ve eğer değişkenler

eşbütünleşik iseler çalışan bir hata düzeltme mekanizmasının varlığından söz etmek mümkün olacaktır. Buna göre değişkenler eşbütünleşik ise kısa dönemli modelin tahmini sonrası uzun dönemde de değişkenler arasında anlamlı bir ilişkinin varlığını gösteren en az bir adet otoregresif eşbütünleşik vektör bulunmaktadır. ECM olarak ifade edilen hata düzeltme mekanizması teriminin işaretinin negatif ve değişkene ait tahmin katsayısının istatistiksel olarak anlamlı olması modeldeki değişkenler arasında uzun dönemde eşbütünleşme ilişkisinin ve buna ilave olarak en az bir yönde nedensellik bağının var olduğunu garanti etmektedir (Utkulu, 2003: 51).

Yukarıda kısaca özetlenen eşbütünleşme, hata düzeltme ve nedensellik mekanizmalarının çalışıp çalışmadığının araştırılmasına başlamadan önce ilk adım olarak değişkenlerin durağan olup olmadıklarının tespit edilmesi gerekmektedir. Bu bağlamda değişkenlere ait serilere literatürde en sık kullanılan Genişletilmiş Dickey-Fuller (ADF) ve varsayımları yönünden bundan daha üstün sayılan Phillips-Perron (PP) birim kök testleri uygulanmıştır.

Tablo 1. Birim Kök Testleri

Değişken	ADF test ist.	ADF P değeri	PP test ist.	PP P değeri
lnCO ₂	-1.529393	0.5048	-1.684367	0.4283
lnGDP	-0.458882	0.8863	-0.231597	0.9241
lnRENEW	-2.382500	0.1549	-2.734135	0.0798
lnTECH	-0.034066	0.9481	-0.034066	0.9481
lnENTAX	-1.066459	0.7162	-1.222032	0.6521
Δ lnCO ₂	-6.079809	0.0000	-6.107960	0.0000
Δ lnGDP	-6.145999	0.0000	-7.446594	0.0000
Δ lnRENEW	-5.683839	0.0001	-5.709878	0.0001
Δ lnTECH	-5.982924	0.0000	-5.982924	0.0000
Δ lnENTAX	-6.107646	0.0000	-6.173626	0.0000

Tablo 1’de birim kök test sonuçları verilmektedir. ADF testi sonuçlarına göre tüm değişkenlere ait seriler birim kök içermektedir; bir başka deyişle seviyelerinde durağan değildir ancak birinci farkları alındığında tüm serilerin durağan hale geldikleri görülmüştür. Tüm hata terimlerinin eş varyanslı ve istatistiksel açıdan bağımsız olması varsayımı sebebiyle eleştirilen ADF testine ilave olarak heterojen varyanslılık ve zayıf bağımlılık varsayımı yönüyle daha üstün kabul edilen PP testi de uygulanmıştır. PP testi sonuçları da ADF testi sonuçlarını destekler nitelikte olup; tüm değişkenlere ait serilerin seviyelerinde birim köklü durağan olmayan, birinci farklarında ise durağan olduklarını göstermektedir.

Tablo 2. Geleneksel En Küçük Kareler Tahmini

Bağımlı değişken: $\ln CO_2$				
Yöntem: GEKK				
Örneklem: 1991-2022				
Değişken	Katsayı	Std. hata	T istatistiği	Olasılık
$\ln GDP$	0.426293	0.173065	2.463201	0.0210
$\ln RENEW$	-0.031821	0.012418	-2.562473	0.0168
$\ln TECH$	-0.084311	0.028931	-2.914247	0.0074
$\ln ENTAX$	-0.391683	0.125566	-3.119350	0.0045
C	-3.969213	0.337267	-11.76874	0.0000
R ² : 0.991788			Adj. R ² : 0.990474	
Varyans: 0.000100			Standard Hata: 0.010020	
Log likelihood: 98.26069			RSS: 0.002510	
F istatistiği: 754.7864			P değeri: 0.000000	

Serilerin durağanlık durumlarının tespiti sonrasında analizin başlangıç kısmında ön tahmin testi olarak Geleneksel En Küçük Kareler (OLS) tahmini yapılmıştır. Tahmin sonucu elde edilen sonuçlara bakıldığında tüm değişkenlerin istatistiksel olarak anlamlı, modelin de bir bütün olarak anlamlı olduğu saptanmıştır. Katsayılara tekil olarak bakıldığında ise ekonomik büyüme değişkeni $\ln GDP$ 'nin katsayısının pozitif, yenilenebilir enerji $\ln RENEW$, teknolojik ilerleme $\ln TECH$ ve çevre vergileri $\ln ENTAX$ değişkenlerinin katsayılarının ise negatif işaretli oldukları görülmüştür. Elde edilen bulgular iktisadi açıdan teorik beklentilerle uyumludur. GEKK tahmini sonrasında zaman serisi analizlerinde büyük öneme haiz olan yapısal kararlılık testlerine geçilmiştir.

Tablo 3. Değişen Varyans Testi

Test istatistikleri		
F istatistiği	N*R²	P değeri
1.043271	10.63379	0.4470

İlk olarak serilerde değişen varyans sorunu olup olmadığının tespitine yönelik olarak White Değişen Varyans Testi uygulanmıştır. Testin boş hipotezi otoregresif modelin hata terimleri eş varyansa sahip olup değişen varyans yoktur şeklindedir. Elde edilen bulgular boş hipotezin yüzde 5 anlamlılık seviyesinde reddedilmediğini, modelde değişen varyans sorunu olmadığını göstermektedir.

Tablo 4. Otokorelasyon Testi

Test istatistikleri		
F istatistiği	N*R²	P değeri
1.657252	3.778719	0.2126

Daha sonra değişkenlere ait serilerde oto korelasyon (seri korelasyon) sorunu olup olmadığına bakılmıştır. Uygulanan Breusch-Godfrey LM testi sonuçları serilerde hiçbir gecikme uzunluğunda seri korelasyon yoktur şeklindeki boş hipotezin yüzde 5 anlamlılık seviyesinde reddedilemediğini, otokorelasyon sorunu olmadığını göstermektedir.

Tablo 5. Çoklu Doğrusal Bağlantı Testi

Test istatistikleri			
lnGDP VIF	lnRENEW VIF	lnTECH VIF	lnENTAX VIF
0.037283E-06	0.000187E-06	0.001106E-06	0.019209E-06

Yapısal kararlılık testlerinin son adımı olarak değişkenlere ait serilerde çoklu doğrusal bağlantı sorunu olup olmadığı araştırılmıştır. Varyans Şişirme Faktörü (VIF) yardımıyla gerçekleştirilen test sonucu tüm değişkenlere ait serilerin varyans şişirme faktörlerinin yeterince küçük değere sahip oldukları, açıklayıcı değişkenler arasında çoklu doğrusal bağlantı sorunu söz konusu olmadığı sonucu elde edilmiştir. Elde edilen bu yapısal kararlılık test bulguları oluşturulan zaman serisi modelinin model kurma hatası içermeyen uygun bir tahmin modeli olduğunu kanıtlamaktadır.

Tablo 6. Eşbütünleşme Testi

Değişken	Hipotez	İz İstatistikleri			Maksimum Özdeğer İstatistikleri		
		İstatistik	Kritik değer	P değeri	İstatistik	Kritik değer	P değeri
lnCO ₂	H0: $r=0^*$	87.75097	69.81889	0.0010	35.15349	33.87687	0.0350
lnGDP	H0: $r \leq 1^*$	52.59747	47.85613	0.0168	30.06077	27.58434	0.0235
lnRE-NEW	H0: $r \leq 2$	22.53671	29.79707	0.2696	12.24773	21.13162	0.5234
lnTECH	H0: $r \leq 3$	10.28898	15.49471	0.2592	10.01562	14.26460	0.2109
lnENTAX	H0: $r \leq 4$	0.273357	3.841466	0.6011	0.273357	3.841466	0.6011

Tüm ön test ve yapısal kararlılık testi adımlarından sonra eşbütünleşme ilişkisinin varlığı araştırılmıştır. Tablo 6'da Johansen Eşbütünleşme Testi sonuçları verilmektedir. Tabloda * simgesi ile temsil edildiği üzere hem iz istatistiği dikkate alındığında hem de maksimum özdeğer istatistiği dikkate alındığında uzun dönemde en az 2 adet eşbütünleşik vektör mevcut bulunmaktadır. Bu sonuç uzun dönemde değişkenler arasında en az bir adet ortak hareket eden anlamlı otoregresif vektör olduğunu göstermektedir.

Tablo 7. Tam Modifiye En Küçük Kareler Tahmini

Bağımlı değişken: $\ln CO_2$				
Yöntem: FMOLS				
Örneklem: 1991-2022				
Değişken	Katsayı	Std. hata	T istatistiği	Olasılık
$\ln GDP$	0.532131	0.193088	2.755897	0.0110
$\ln RENEW$	-0.030213	0.013690	-2.207001	0.0371
$\ln TECH$	-0.095114	0.033260	-2.859711	0.0086
$\ln ENTAX$	-0.295641	0.138598	-2.133086	0.0433
C	-4.013793	0.372368	-10.77910	0.0000
R ² : 0.990519			Adj. R ² : 0.988939	
Varyans: 0.000122			Standard Hata: 0.010127	
Log likelihood: 98.02587			RSS: 0.002461	
F istatistiği: 841.3116			P değeri: 0.000000	

Analizin son adımları olan hata düzeltme ve nedensellik testleri öncesinde uzun dönem katsayı tahmini için Tam Modifiye En Küçük Kareler tahmini gerçekleştirilmiştir. Tahmin sonucunda daha önce Tablo 1’de sunulan GEKK sonuçları ve iktisadi teorik beklentiler ile uyumlu şekilde $\ln GDP$ ’nin katsayısının pozitif, yenilenebilir enerji $\ln RENEW$, teknolojik ilerleme $\ln TECH$ ve çevre vergileri $\ln ENTAX$ değişkenlerinin katsayılarının ise negatif işaretli oldukları tespit edilmiştir. Buna göre Fransa’da araştırma döneminde ekonomik büyüme GDP ’deki yüzde 1’lik bir artış, CO_2 emisyonunu ortalama yüzde 0.53 birim artırmaktadır. Yenilenebilir enerji tüketimindeki yüzde 1’lik artış, CO_2 emisyonunu ortalama yüzde 0.03 azaltmaktadır. Teknolojik ilerlemedeki yüzde 1’lik bir artış, CO_2 emisyonunu ortalama yüzde 0.09 azaltmaktadır. Çevre vergilerindeki yüzde 1’lik bir artış, CO_2 emisyonunu ortalama yüzde 0.29 azaltmaktadır. Tablo 8’de Vektör Hata Düzeltme Mekanizması (VECM) test sonuçları verilmektedir.

Tablo 8. Vektör Hata Düzeltme Mekanizması

Değişken	Katsayı	Std. hata	T istatistiği
ECM	-0.418314	0.13114	-2.96382
$\ln GDP$	-0.592416	0.25232	-2.34784
$\ln RENEW$	-2.130798	1.05870	-2.01265
$\ln TECH$	-1.622642	0.80096	-2.02588
$\ln ENTAX$	-0.575517	0.21690	-2.65332

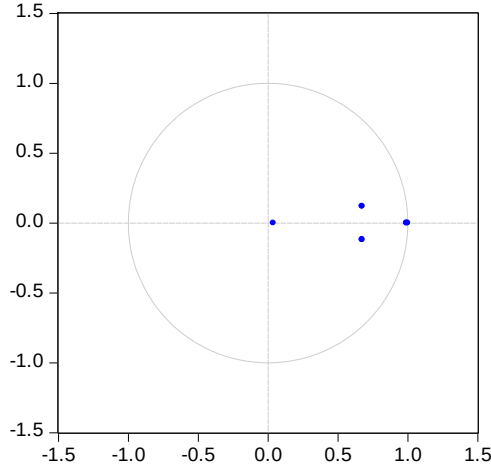
Tabloda ECM, daha önce de ifade edilen hata düzeltme mekanizması terimini ifade etmektedir. ECM değişkeninin katsayısı ve t istatistiğine bakıldığından iktisadın teorik beklentilerle uyumlu şekilde negatif ve istatistiksel olarak anlamlı olduğu tespit edilmiştir. Bu sonuç, Granger Nedensellik Testi için tüm gerekli

koşulların sağlandığını, eşbütünleşme ve hata düzeltme mekanizmalarının uyumlu bir şekilde çalıştıklarını kanıtlamaktadır. Tablo 9’da otoregresif kararlılık koşullarının sağlandığını gösteren ve vektör hata düzeltme mekanizmasının sorunsuz şekilde çalıştığı anlamına gelen AR (otoregresyon) polinomu karakteristik kökleri modulus tablosu ve birim çemberi verilmektedir.

Tablo 9. Otoresif Polinomun Modulus Kökleri

Kökler	Modulusler
0.999712	0.999712
0.990588	0.990588
0.672980 - 0.118564i	0.683344
0.672980 + 0.118564i	0.683344
0.037044	0.037044

Inverse Roots of AR Characteristic Polynomial



Tüm modulus köklerinin teorik beklentilerle uyumlu şekilde birden küçük olduğu ve karakteristik köklerin birim çemberin sınırları içinde kaldığı görülmektedir.

Tablo 10. Nedensellik Testi

Boş Hipotez:	N	F-Statistic	Prob.
lnGDP Granger nedeni değildir lnCO₂ lnCO₂ Granger nedeni değildir lnGDP	29	8.01819 5.29874	0.0085 0.0142
lnRENEW Granger nedeni değildir lnCO₂ lnCO₂ Granger nedeni değildir lnRENEW	29	0.35960 5.39358	0.5539 0.0283
lnTECH Granger nedeni değildir lnCO₂ lnCO₂ Granger nedeni değildir lnTECH	29	2.15730 4.30938	0.1539 0.0479
lnENTAX Granger nedeni değildir lnCO₂ lnCO₂ Granger nedeni değildir lnENTAX	29	2.33036 4.74952	0.1389 0.0386
lnRENEW Granger nedeni değildir lnGDP lnGDP Granger nedeni değildir lnRENEW	31	5.83204 4.01129	0.0225 0.0550
lnTECH Granger nedeni değildir lnGDP lnGDP Granger nedeni değildir lnTECH	31	1.31556 8.48985	0.2611 0.0069
lnENTAX Granger nedeni değildir lnGDP lnGDP Granger nedeni değildir lnENTAX	31	2.57476 0.05036	0.1198 0.8241
lnTECH Granger nedeni değildir lnRENEW lnRENEW Granger nedeni değildir lnTECH	31	0.13475 6.09361	0.7163 0.0199
lnENTAX Granger nedeni değildir lnRENEW lnRENEW Granger nedeni değildir lnENTAX	31	1.88682 2.09255	0.1805 0.1591
lnENTAX Granger nedeni değildir lnTECH lnTECH Granger nedeni değildir lnENTAX	31	2.34978 0.60709	0.1374 0.4424

Tablo 10’da Granger Nedensellik Testi sonuçları verilmektedir. CO₂ emisyonu açıklanan değişken olarak ele alındığında; ekonomik büyüme GDP’nin CO₂ emisyonunun Granger nedeni olduğu, CO₂ emisyonunun ise yenilenebilir enerji tüketimi RENEW, teknolojik ilerleme TECH ve çevre vergileri ENTAX değişkenlerinin Granger nedeni olduğu tespit edilmiştir.

Ekonomik büyüme GDP açıklanan değişken olarak ele alındığında; CO₂ emisyonu ve yenilenebilir enerji tüketimi RENEW değişkenlerinin ekonomik büyüme GDP’nin Granger nedeni olduğu saptanmıştır. Bu bağlamda CO₂ emisyonu ve ekonomik büyüme GDP birbirinin çift yönlü Granger nedenidir.

Teknolojik ilerleme TECH açıklanan değişken olarak ele alındığında; CO₂ emisyonu, ekonomik büyüme GDP ve yenilenebilir enerji tüketimi RENEW değişkenlerinin teknolojik ilerleme TECH’in Granger nedeni olduğu tespit edilmiştir.

Son olarak çevre vergileri ENTAX açıklanan değişken olarak ele alındığında; yalnızca CO₂ emisyonu değişkeninin çevre vergileri ENTAX’ın Granger nedeni olduğu saptanmıştır.

Sonuç

Bu çalışmada Fransa’da 1991-2022 araştırma döneminde yenilenebilir enerji, ekonomik büyüme, teknolojik ilerleme ve çevre vergileri ile karbondioksit emisyonu arasındaki ilişki çeşitli zaman serisi analizi uygulamaları bileşenleri ile araştırılmıştır. Uygulama sonucu elde edilen nedensellik kanıtları; Fransa’da ekonomik büyümenin karbondioksit salınımına neden olduğunu, karbondioksit salınımının ise ekonomik büyüme ile birlikte yenilenebilir enerji tüketim, çevresel vergilendirme ve teknolojik ilerleme süreçlerinin nedeni olduğunu ortaya koymaktadır. Elde edilen bulgular ekonomik gelişmenin çevre kirliliğine sebep olduğunu, çevre kirliliğinin ise çevreyle dost ekonomik ve yapısal gelişme süreçlerini beraberinde getirdiğini ile süren literatür bulgularını destekler niteliktedir.

KAYNAKLAR

- Atasoy, B., (2017). Testing the environmental Kuznets curve hypothesis across the US: evidence from panel mean group estimators. *Renew. Sustain. Energy Rev.* 77, 731–747. <https://doi.org/10.1016/j.rser.2017.04.050>.
- Bekun, F. V., Alola, A. A., & Sarkodie, S. A. (2019). Toward a sustainable environment: Nexus between CO2 emissions, resource rent, renewable and nonrenewable energy in 16-EU countries. *Science of the total Environment*, 657, 1023-1029.
- Bórawski, P., Beldycka-Bórawska, A., Szymańska, E. J., Jankowski, K. J., Dubis, B., & Dunn, J. W. (2019). Development of renewable energy sources market and bio-fuels in The European Union. *Journal of cleaner production*, 228, 467-484.
- Bölük, G., & Mert, M. (2014). Fossil & renewable energy consumption, GHGs (greenhouse gases) and economic growth: Evidence from a panel of EU (European Union) countries. *Energy*, 74, 439-446.
- Breusch, T.S. & Godfrey, L.G. (1978) Misspecification Tests and Their Uses in Econometrics. *Journal of Statistical Planning and Inference*, 49, 241-260. [https://doi.org/10.1016/0378-3758\(95\)00039-9](https://doi.org/10.1016/0378-3758(95)00039-9)
- Breusch, T. S., & Pagan, A. R. (1979). A Simple Test for Heteroscedasticity and Random Coefficient Variation. *Econometrica*, 47(5), 1287–1294. <https://doi.org/10.2307/1911963>
- Chen, W. J. (2022). Toward sustainability: Dynamics of total carbon dioxide emissions, aggregate income, non-renewable energy, and renewable power. *Sustainability*, 14(5), 2712.
- Chen, Y., Wang, Z., & Zhong, Z. (2019). CO2 emissions, economic growth, renewable and non-renewable energy production and foreign trade in China. *Renewable energy*, 131, 208-216.
- EC, 2023. Renewable energy statistics Erişim: 10.10.2024 https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php?title=Renewable_energy_statistics
- Engle, R.F. & Granger, C.W.J. (1987). Co-integration and error correction: Representation, estimation, and testing. *Econometrica*, 55 (2): 251-276. <https://doi.org/10.2307/1913236>
- Engle, R.F. & Granger, C.W.J. (1991). Long-run economic relationships reading in cointegration. Oxford University Press.
- European Environment Agency (2023). Yenilenebilir Enerjiye Dayalı Bir Gelecek Erişim: 10.10.2024 <https://www.eea.europa.eu/tr/isaretler/sinyal-2022/makaleler/yenilenebilir-enerjiye-dayali-bir-gelecek>
- Garrone, P., & Grilli, L. (2010). Is there a relationship between public expenditures in energy R&D and carbon emissions per GDP? An empirical investigation. *Energy policy*, 38(10), 5600-5613.

- Hailemariam, A., Ivanovski, K., & Dzhumashev, R. (2022). Does R&D investment in renewable energy technologies reduce greenhouse gas emissions?. *Applied Energy*, 327, 120056.
- IPCC Raporu, Erişim. Erişim: 10.10.2024 <https://www.ipcc.ch/site/assets/uploads/2021/03/c1-introduction-tr.pdf>
- IPCC, (2014). Climate change 2014: synthesis report. Fifth Assessment Report. <https://www.ipcc.ch/sr15/chapter/summary-for-policy-makers/> Erişim: 10.10.2014
- IPCC, (2018). Global warming of 1.5oC: summary for policymakers. <https://www.ipcc.ch/sr15/chapter/summary-for-policy-makers/> Erişim: 10.10.2014
- Johansen, S. (1991). Estimation and Hypothesis Testing of Cointegration Vectors in Gaussian Vector Autoregressive Models. *Econometrica*, 59(6), 1551–1580. <https://doi.org/10.2307/2938278>
- Levinson, A. (2009). Technology, international trade, and pollution from US manufacturing. *American economic review*, 99(5), 2177-2192.
- Li, L., McMurray, A., Li, X., Gao, Y., & Xue, J. (2021). The diminishing marginal effect of R&D input and carbon emission mitigation. *Journal of Cleaner Production*, 282, 124423.
- Nesta, L., Vona, F., & Nicolli, F. (2014). Environmental policies, competition and innovation in renewable energy. *Journal of Environmental Economics and Management*, 67(3), 396-411.
- Petrović, P., & Lobanov, M. M. (2020). The impact of R&D expenditures on CO2 emissions: evidence from sixteen OECD countries. *Journal of Cleaner Production*, 248, 119187.
- Radmehr, R., Henneberry, S. R., & Shayanmehr, S. (2021). Renewable energy consumption, CO2 emissions, and economic growth nexus: a simultaneity spatial modeling analysis of EU countries. *Structural Change and Economic Dynamics*, 57, 13-27.
- Safi, A., Chen, Y., Wahab, S., Zheng, L., & Rjoub, H. (2021). Does environmental taxes achieve the carbon neutrality target of G7 economies? Evaluating the importance of environmental R&D. *Journal of Environmental Management*, 293, 112908.
- Saqib, N. (2022). Asymmetric linkages between renewable energy, technological innovation, and carbon-dioxide emission in developed economies: non-linear ARDL analysis. *Environmental Science and Pollution Research*, 29(40), 60744-60758.
- Seyhan, N. & Seyhan, B. (2022). Yenilenebilir Enerji - Ekonomik Büyüme İlişkisi Açısından Türkiye ve AB Ülkelerinin Malmquist Endeksi ile Performans İncelemesi . *İnsan ve Toplum Bilimleri Araştırmaları Dergisi* , 11 (2) , 1022-1044 . DOI: 10.15869/itobiad.937202.

- Shayanmehr, S., Rastegari Henneberry, S., Sabouhi Sabouni, M., & Shahnoushi Foroushani, N. (2020). Drought, climate change, and dryland wheat yield response: An econometric approach. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 17(14), 5264.
- T.C. Avrupa Birliği Başkanlığı, (2024). Avrupa Yeşil Mutabakatı. Erişim: 10.10.2024 https://www.ab.gov.tr/avrupa-yesil-mutabakati_53729.html
- T.C. Dışişleri Bakanlığı, Paris Anlaşması. Erişim: 10.10.2024 <https://www.mfa.gov.tr/paris-anlasmasi.tr.mfa>
- T.C. İklim Değişikliği Başkanlığı, Birleşmiş Milletler İklim Değişikliği Çerçeve Sözleşmesi Kyoto Protokolü (1998) Erişim: 10.10.2024 https://web-dosya.csb.gov.tr/db/iklim/editordosya/kyoto_protokol.pdf
- United Nations (2016) Framework Convention on Climate Change, Paris Climate Agreement, https://unfccc.int/sites/default/files/resource/parisagreement_publication.pdf
- Utkulu, U. (2003). Türkiye’de bütçe açıkları ve dış ticaret açıkları gerçekten ikiz mi?: Koentegrasyon ve Nedensellik Bulguları. *Dokuz Eylül Üniversitesi İ.İ.B.F. Dergisi*, 18 (1): 45–61. <http://hdl.handle.net/20.500.12397/1570>
- Wang, Z., Jebli, M. B., Madaleno, M., Doğan, B., & 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.
- White, H. (1980). A Heteroskedasticity-Consistent Covariance Matrix Estimator and a Direct Test for Heteroskedasticity. *Econometrica*, 48(4), 817–838. <https://doi.org/10.2307/1912934>



BÖLÜM 32

Türkiye'nin Vergi Yüğü Karnesine İlişkin Geçmişten Günümüze Bir Değerlendirme*

Bilal Göde¹

* Bu çalışma danışmanlığı Prof. Dr. Ekrem Karayılmazlar tarafından yapılan Vergi Yüğü'nün Ekonomik Büyüme Üzerine Etkisi: Türkiye Örneği adlı yayınlanmamış yüksek lisans tezinden türetilmiştir.

¹ Dr. Öğr. Ü., Pamukkale Üniversitesi, İİBF, Maliye Bölümü, ORCID: 0000-0001-8377-5909

1-GİRİŞ

Vergi kavramı neredeyse insanlık tarihine eşdeğerdir. İnsanların birlikte yaşamaya başlamalarından sonra ihtiyaç duyulan güven ortamının sağlanması için gereken düzenin inşası devleti ortaya çıkarmıştır. Devletin var olabilmesi adına da vergilerin toplanması gerekmiştir. Vergiler bu nedenle geçmişten günümüze insanlar için bir yük olarak adlandırılmıştır. Çeşitli dönemlerde bu yükün ağırlığı artmış olsa da vergilerden vazgeçilmesi hususu söz konusu olmamıştır. Benjamin Franklin'in "*Hayatta kesin olan iki şey vardır; ölüm ve vergiler.*" sözü vergilerin kalıcılığı açısından açıklayıcı olmuştur.

Vergiler kamu hizmetlerinin gerçekleştirilebilmesi için gereken maddi kaynakların ana sağlayıcısı durumundadır. Bu kaynağın elde edilebilmesi için toplumdaki tüm gerçek ve tüzel kişilere başvurulmaktadır. Vergiler kişilerin ceplerinden devlet bütçesine kaynak aktarımı anlamına gelmektedir. Bu aktarım da her kişi üzerinde bir yük oluşturmaktadır. Bu yük vergi yükü olarak adlandırılmaktadır (Ergen ve Tepekule, 2022: 36) Anayasa madde 73'te yer alan "*Vergi yükünün adaletli ve dengeli dağılımı, maliye politikasının sosyal amacıdır.*" ifadesi vergi yükünün dağıtımını noktasında devlete yol haritası çizmektedir. Devlet vergi yükünü dağıtırken çeşitli amaçlarını gerçekleştirme hedeflerine giderken bu ilkeden ayrılmalıdır.

Vergilerin hangi miktarda ve hangi sosyal gruptan alınacağı da ayrı bir tartışma konusu olmuştur. Vergi yükünün boyutunun ne olacağı kamusal mal ve hizmet üretimleriyle doğru orantılı olmuştur. Toplumun daha fazla mal ve hizmet talebi artan vergi yükünü de doğurmuştur. Her devlet bu vergi yükünü toplumun hangi kesimi üzerine dağıtacağına kendi ekonomik, sosyal, kültürel değerleri kapsamında karar vermektedir. Bu çalışmada Türkiye'nin vergi yükü karnesi geçmişten günümüze ele alınmıştır.

2-Türkiye'de Vergi Yüğü

Vergiler devletin faaliyette bulunabilmesi için gereken finansal kaynağı oluşturmaktadır. Devletler çok çeşitli yollarla kamu geliri elde edebiliyor olsalar da olağan gelir kaynağı vergilerdir (Organ ve Ergen, 2017:198). Bu açıdan devletler öncelikle vergilere başvurarak giderlerini finanse etme yolunu seçmektedirler.

Türkiye Cumhuriyeti'nin vergi yükü karnesi değerlendirilirken cumhuriyetin ilk dönemlerindeki durumu incelemek gerekmektedir. Genç cumhuriyet sıfırdan kurulmamış ve Osmanlı Devleti'nin enkazı üzerinden tekrar ayağa kalkmıştır. Bu açıdan Osmanlı Devleti'nin mevzuat ve teşkilat yapısı cumhuriyet üzerinde çok önemli bir etkiye sahiptir. Osmanlı Devleti'nin son dönemi çok yıkıcı savaşlarla

geçmiş, bu sebeple de gerek insan gücü gerekse de sermaye olarak çok yıpranmıştır. Yeni cumhuriyet bu yıpranmış temel üzerinde yükselmek durumunda kalmıştır. Devletin ve toplumun ayağa kalkabilmesi adına da vergi gelirleri büyük önem arz etmekteydi. İlk etapta ise Osmanlı döneminden kalan vergi sistemi kulanılmak durumunda kalmıştır. Osmanlı Devletinden Türkiye Cumhuriyeti'ne miras kalan vergileri dolaylı ve dolaysız vergiler olmak üzere iki ana başlık altında toplamak mümkündür (Taş, 1995:356-357):

Dolaysız Vergiler:

- Aşar Vergisi: Tarım ürünleri üzerinden % 5 veya % 10 oranında aynı olarak alınan bir vergidir.
- Müsakkafat Vergisi: Binaların gayrisafi iratları üzerinden alınan bir vergidir.
- Temettü vergisi: Ticaret ve zanaat gelirleri üzerinden alınan bir vergidir.
- Ağnam Vergisi: Eti yenilebilen ve kırlarda yayılıp otlatılan evcil hayvanlar üzerinden alınan bir vergidir.

Aşar ve ağnam vergileri tarihsel ve dini olarak yerleşmiş ve halkın kabullenmiş olduğu vergiler olduğu için hasılatı diğer vergi kalemlerine göre daha fazlaydı ve bütçenin en önemli gelir kaynaklarını oluşturmaktaydı. Milli Mücadele Dönemi'nde kabul edilen ilk verginin de ağnam vergisi olması bu açıdan dikkate değer bir husustur (Yereli vd., 2021: 75). Zira bu iki verginin vergi gelirleri içerisindeki payı yaklaşık %80 idi.

Dolaylı Vergiler:

Dolaylı vergiler içinde gümrük vergileri, gemi harçları, sağlık harçları, deniz ve kara avcılığı vergileri yer almaktadır. Fakat gümrük vergilerinin dolaylı vergilerin içindeki payı % 90'ın üzerinde olduğundan dolaylı vergilerin hemen hemen gümrük vergilerinden ibaret olduğunu söylemek mümkündür.

17 Şubat-4 Mart 1923 tarihleri arasında toplanmış olan İzmir İktisat Kongresi yeni Türk Cumhuriyetinin ekonomik ve vergisel anlamda ilk belirtilerini taşıması yönünden önem taşımaktadır. Cumhuriyetin ilanından önce toplanan bu kongre halkın taleplerini de göz önüne alarak bir yol haritası oluşturmuştur. Kongre sonucunda birçok ekonomik karar alınmıştır. Vergisel anlamda alınan kararlar (Susam, 2009:84):

- Aşar kaldırılacak ve yerine uygun bir vergi konulacaktır,

- İhracat teşvik edilecek, yeni bir gümrük tarifesini hazırlanacak, dâhili gümrükler kaldırılacaktır,
- İç sanayi dışı karşı gümrüklerle korunacaktır,
- Makine ve teçhizat ithalatından gümrük vergisi alınmayacaktır.

Vergisel kararlar içerisinde en önemli olan kararın aşar vergisinin kaldırılması olduğu gözükmemektedir (Akşin, 2009:166). Aşar Vergisi'nin kaldırılması, kırsal kesimin vergi yükünü hafifletirken bütçede oluşan açığı kapatmak amacıyla kentli nüfusa yeni dolaylı vergiler getirilmiş; böylece kentten köye gelir transferi gerçekleşmiştir (Gölçek, 2023: 122). Ancak aşar, tarihi açıdan toplumun en alışkın olduğu vergilerden olsa da en rahatsız olduğu vergiler arasındadır.

Tablo 1'de cumhuriyet döneminin ilk yıllarının bütçe gelir ve giderleri yer almaktadır.

Tablo 1. 1920-1930 Bütçe Gelir Ve Giderleri

Yıllar	Öngörülen	Öngörülen	Fark	Gerçekleşen
1920	46.839.868	63.018.354	-16.178.486	-
1924	129.214.610	140.433.369	-11.218.759	6
1925	153.046.854	183.932.767	-30.885.913	-31
1926	190.158.854	190.103.544	55.310	8
1927	194.580.554	194.454.619	125.935	3
1928	207.173.190	207.169.388	3.802	21
1929	220.546.000	220.408.481	137.519	11
1930	222.646.523	222.732.000	-85.477	7

Kaynak: Bütçe Gider ve Gelir Gerçekleşmeleri, 1924-2022.

Tablo 1'de 1920-1930 yılları arasında bütçe beklentileri ve gerçekleşmeleri arasındaki farklar yer almaktadır. Bu süreçte cumhuriyet ilan edilmesi, aşar vergisinin kaldırılması ve 1929 dünya ekonomik krizi gibi pek çok önemli hadise cereyan etmiştir. Bu sebeplerle de stabil bir işletiş gerçekleşmemiş ve bütçe açıklarıyla fazlaları gerçekleşmiştir.

Tablo 2. Vergilerin sınıflandırılması ve vergi yükü (1923-1929)

YILLAR	Gelirden Alı-	Servetten	Harcama Vergi-	Vergi Yüğü
1923	36,8	11,7	51,5	10,0
1924	38,2	9,0	52,8	9,6
1925	14,9	17,1	68,0	9,1
1926	9,3	18,7	72,0	9,0
1927	9,9	15,7	74,4	11,1
1928	8,8	14,4	76,8	11,0
1929	8,1	16,7	75,2	8,8
1923-1929	18,00	14,8	67,2	9,8

Kaynak: Bütçe Gider ve Gelir Gerçekleşmeleri, 1924-2022.

Yeni cumhuriyetin devlet teşkilatlanmasının tam oturmadığı bu dönemde vergi teşkilatı da aynı şekildedir. Vergi gelirleri genel olarak ekonominin genel karakterine uygun olarak tarıma dayalı vergilerden oluşmaktaydı. En önemli vergi kalemleri içerisinde yer alan tarımsal ürünlerin %10'u şeklinde dolaysız bir vergi olan Aşar vergisi mültezimler aracılığıyla toplanmaktaydı. Bu dönemde toplanan vergi hasılatının da %20'si mültezimlere gitmekteydi. 1925 yılına gelindiğinde Aşar vergisi tamamen kaldırılmıştır. Aşar vergisinin kaldırılması sonucunda oluşan vergi hasılatı kaybı ise daha çok şehirlerde yaşayan orta sınıfın talep ettiği tüketim mallarına (Şeker, gaz yağı) konulan vergilerle telafi edilmiştir (Boratav,2009:53-54). Tablo 2'de bu durum açıkça görülmektedir. 1924 yılında % 38,2 olan gelir vergisi payı 1925 yılında %14,9'a 1926 yılında da %9,3'e düşmüştür ve bu oran ortalama olarak 1930'lara kadar aynı kalmıştır. Tablo 1'de görülebileceği üzere Aşar vergisinin kaldırılmasından evvelki yıl bütçe fazlası verilmiş iken kaldırılması ile 31 milyonluk bir bütçe açığı gerçekleşmiştir. Tüketim üzerine konulan vergilerin ardından bir sonraki yıl bütçe 8 milyon lira fazla vermiştir. Devlet eliyle ekonominin inşa edilmesi amacı sebebiyle de izleyen yıllarda da bütçe fazlası verilmeye çalışılmıştır.

Aşar vergisinin kaldırılması ile birlikte vergi yükü köylü kesimin üzerinden şehirde yaşayan orta sınıfın üzerine doğru kaymıştır. Aşar vergisinin kaldırılması çiftçi kesimin elini rahatlatmak adına yapılmış olmasının yanında mültezimlerin halk üzerinde oluşturduğu olumsuz izlenimleri de ortadan kaldırmaya da yöneliktir. Yeni cumhuriyet iltizamı egemenlik gücüne karşı bir kurum olarak da görülmekteydi. Aşar vergisinin kaldırılmasının köylüler açısından olumlu bir uygulama olduğu düşünülse de gelirin büyük bir çoğunluğu vergi dışında kalmıştır. 1924 yılında toplam vergiler içerisinde gelir vergilerinin payı %38,2 iken Aşar

vergisinin kaldırılmasıyla birlikte bu oran 1929'da %8,1'e gerilemiştir. Gelir vergilerinin payının tekrar 1924 yılı seviyesine çıkması ancak 1939 yılında mümkün olabilmektedir (Gökbunar ve Bursalıoğlu, 2012:82). Aşar vergisinin kaldırılmasının Türk vergi sistemi üzerindeki önemli bir olumsuz etkisi de kişilerin vergi kültürünü düşüren bir sonuç doğurmasıdır. Çok uzun yıllar boyunca halkın ödemeye alışmış olduğu bir vergi olan aşar vergisinin kalkmasıyla hem insanların oluşmuş olan vergi kültürü ortadan kaldırılmış hem de gelirleri vergi dışı bırakılarak insanların vergiden uzaklaşmasına sebep olunmuştur. Daha sonra köylerden kentlere göç eden insanlar vergi ödememe alışkanlığını da beraberlerinde götürmüşlerdir. Dolaysız bir vergi olan aşarı ödemeye alışmış olan kimselerden bu yükün kaldırılması ve oluşan hasılat açığını kapatmak adına vergi yükünün dolaylı vergilere kaydırılması Türk vergi tarihinin önemli dönüm noktalarından birisi olmuştur.

1926 yılında temettü vergisi kaldırılarak yerine zanaat ve ticaretle uğraşanların gelirini konu edinmiş olan Kazanç vergisi getirilmiştir. Kazanç vergisi yerine geldiği temettü vergisine göre çok daha modern bir yapıdaydı. 1926 yılında yürürlüğe konulan ve deniz ve demir yolu vasıtasıyla taşınan toprak mahsullerini konu alan Umumi İstihlak Vergisi de yine dolaylı bir vergi olarak vergi yükünü artırıcı bir nitelik taşımaktaydı (Çelebi, 2012:88).

Yeni cumhuriyetin vergi gelirleri açısından çok büyük bir yere sahip olan aşarın kaldırılmış olmasına rağmen dönemin vergi yükü ortalamasının %9,8 olması vergi kaybının telafi edildiğini göstermektedir.

1923-1929 yılları arasındaki önemli ekonomik olaylardan bir tanesi de millileştirme çalışmalarıdır. Özellikle demir yolu hatlarının millileştirilmesi, reji idaresinin tekel idaresine dönüştürülmesi (Güdek-Gölçek ve Gölçek, 2019: 266-268) ve kabotaj hakkının yerli sermayeye verilmesi bu konudaki en önemli gelişmelerdir. Millileştirmenin en temel gerekçesi yabancı sermayenin milli sermaye üzerindeki baskınlığını kırmak ve milli bir ekonomi oluşturmaktır (Susam, 2009:91).

Lozan anlaşmasına bağlı "Ticaret Sözleşmesi" gereğince Türkiye 5 yıl boyunca gümrük tarifelerini değiştirme hakkından yoksun bırakılmıştı (Akşin, 2009:167). Bu sebepten devlet dış ekonomik ilişkileri istediği gibi ayarlama özgürlüğüne sahip değildi. 1929 Büyük buhranı da Türkiye'yi etkilemiştir. Tarım ürünleri ihracatçısı konumunda olan Türkiye'nin, tarım ürünlerinin fiyatlarının kriz sebebiyle çok düşmesi sebebiyle döviz gelirleri azalmıştır (Günsoy ve Erdinç, 2013:196).

Dünyayı kapsayan kriz sebebiyle diğer ülkeler sıkıntı çekerlerken Türkiye dışı kapanarak kendisini etkileyebilecek şoklardan korunmaya çalışmaktaydı. Milli bir ekonomi ve sanayi kurma girişimleri iç kaynaklardan finanse edilmeye çalışılmıştır. Bu kaynağın yaratılması adına bu dönemde yeni vergiler ihdas edilmiştir (Taş, 1995:363):

- Bina ve Arazi Vergileri (1931 - 1970)
- Hayvan Vergisi (1936 - 1961)
- İktisadi Buhran Vergisi (1931 - 1951)
- Hava Kuvvetlerine Yardım Vergisi (1936 - 1951)
- Muvazene Vergisi (1932 – 1951)²

Tablo 3. Vergilerin sınıflandırılması ve vergi yükü (1930-1939)

YILLAR	Gelirden Alınan	Servetten Alınan	Harcama Ver-	Vergi
1930	8,6	17,5	73,9	10,4
1931	13,0	17,0	70,0	10,2
1932	22,3	14,2	63,5	13,8
1933	22,2	14,2	63,6	13,7
1934	27,4	16,1	56,5	11,8
1935	28,5	15,6	55,9	11,8
1936	41,8	11,6	46,6	8,0
1937	17,1	10,8	72,1	9,0
1938	31,5	8,1	60,4	10,7
1939	35,7	8,6	55,7	9,5
1930-1939	24,8	13,4	61,8	10,9

Kaynak: Bütçe Gider ve Gelir Gerçekleşmeleri, 1924-2022

Yürürlüğe konulmuş olan bu vergiler sebebiyle dönem başında, 1930’da %8,6 olan gelir vergisi payı 1939’a gelindiğinde %35,7’ye ulaşmıştır. Ortalama gelir vergisi oranı da bir önceki dönemle kıyaslandığında ortalama %18’den %24,8’e çıkmıştır. Gelir vergisindeki değişikliğin sebebi ise yeni konulan vergilerin (Kazanç, İktisadi buhran, Muvazene ve Hava kuvvetlerine yardım vergisi) büyük oranda işçi ve memur kesimini kapsamasıdır. Vergi gelirlerinde gelir vergisinin payının artmasıyla harcama vergilerinin payında da azalış gözlemlenmiştir. Dö-

² Muvazene Vergisi 1929 yılında gerçekleşen ve küresel bir nitelikte olan ekonomik kriz neticesinde vergi gelirlerinin düşmesi üzerine işçi ve memur maaşlarından 1933’ten sonra alınmaya başlanan bir vergi çeşididir.

nem başında %73,9 olan harcama vergileri dönem sonunda %55,7'ye kadar düşmüştür. Dönem boyunca vergi yükü oranları % 10,9 dolaylarında kalmış ve fazla oynaklık göstermemiştir.

1940-1945 yılları arası savaş yılları olarak adlandırılmaktadır. 1939 yılında başlayıp 1945 yılına kadar süren II. Dünya Savaşı sebebiyle Türkiye ekonomisi en ciddi daralma dönemini yaşamıştır. Savaş sebebiyle ithalat olanakları ortadan kalktığı için malların fiyatlarında aşırı yükselmeler görülmüş enflasyon 1942'de %90 1943'te ise %75 olmuştur. Bu fiyat artışlarından doğan kazançları vergilendirmek adına da Varlık Vergisi çıkarılmıştır (Akşin,2009:218).

Bu dönemin en ciddi vergisel olayı 11 Kasım 1942 tarih ve 4305 sayılı kanunla konulan Varlık Vergisi'dir. Varlık vergisi kanununun 1. maddesi vergiyle ilgi olarak şu ifadeyi kullanmaktadır: "*Servet ve kazanç sahiplerinin servetleri ve fevkalade kazançları üzerinden alınmak ve bir defaya mahsus olmak üzere «Varlık Vergisi» adıyla bir mükellefiyet tesis edilmiştir*"(Resmi Gazete, 12/11/1942). Dolayısıyla, Varlık vergisine II. Dünya savaşının devam ettiği yıllardaki olağanüstü koşullarda bir defaya mahsus olmak üzere konulan bir servet vergisidir denilebilir. Verginin konusu, servet ve kazanç sahiplerinin servetleri ve olağanüstü gelirleriydi (Karabulut, 2005:325-326).

Varlık Vergisi temel olarak ayrımcı bir vergidir. Mükellefiyet bakımından gayrimüslim ve Müslüman ayrımı yapılmıştır. Verginin hesaplanması konusunda bir standart belirlenmemiş, yerel düzeyde kurulacak olan komisyonlara vergiyi hesaplama yetkisi verilmiştir. Bu durum da keyfiyete çok açık olmuştur. Tahakkuk ettirilen vergilere karşı da yargı yolu kapatılmıştır (Mıynat ve Kahriman, 2012:126-127). Bu hususlar göz önüne alındığında varlık vergisinin hasılatı yüksek olsa da eşitlik anlayışına büyük aykırılıklar teşkil etmiştir.

Tablo 4. Varlık vergisi tahsilatı

	1942	1943	Toplam
Tahsil Edilen Vergi (TL)	270.348.929,40	47.161.195,98	317.510.125,38

Kaynak: 4 Nisan 1949 Tarihli Resmi Gazete; 1943 Bütçe yılı Kesin Hesap Kanunu.

Varlık vergisinden il bazında en çok etkilenen İstanbul olmuştur (İnönü Vakfı, 2018). Toplam mükellef sayısının %54'ü, tahakkuk eden miktarın %68'i ve tahsil edilen miktarın da %70'i İstanbul'dan tahsil edilmiştir. Varlık vergisinden toplamda 317.5 milyon gibi önemli bir miktar tahsil edilmiştir.

Varlık vergisine ek olarak Toprak Mahsulleri Vergisi (1944) ve Ayni Muamele Vergisi (1942) geçici surette yürürlüğe konulmuştur. Toprak Mahsulleri Vergisi çiftçilerin yetiştirdiği ürünlerden %10 oranında ayni ya da nakdi olarak devlete vermesini gerektiriyordu. Oranı ve konusu bakımından aşar vergisine çok benzeyen bu vergiyi aşardaki gibi mültezimler değil devletin kendisi toplamıştır (Akşın, 2009:219). Aşar vergisinin kaldırılmasıyla tarım gelirleri vergi dışında kalan kesim bu vergiye karşı çok tepki vermiştir. Çok partili hayata geçişte de bu vergiye karşı verilen tepkiler etkili olmuştur.

Tablo 5. Vergilerin sınıflandırılması ve vergi yükü (1940-1945)

YILLAR	Gelirden Alınan Vergiler	Servetten Alınan Vergiler	Harcama Vergileri	Vergi Yüğü
1940	39,5	7,4	53,2	9,6
1941	35,9	8,2	55,9	10,5
1942	20,0	41,6	38,4	11,8
1943	36,4	10,5	53,1	8,2
1944	36,1	13,0	50,9	12,5
1945	42,6	6,2	51,2	9,6
1940-1945	35,1	14,5	50,4	10,4

Kaynak: Bütçe Gider ve Gelir Gerçekleşmeleri, 1924-2022.

Bu dönemde konulan varlık vergisi ve konulan diğer geçici vergilerin etkisiyle önceki dönemde %24,8 olan ortalama gelir vergisi oranı bu dönemde %35,1'e yükselmiştir. Savaş sebebiyle artan fiyatlar yüzünden harcama vergilerinde bir önceki döneme göre ciddi azalışlar göze çarpmaktadır. Bir önceki dönemde ortalama %61,8 olan harcama vergileri bu dönemde %50,4'e gerilemiştir. Varlık vergisinin yürürlüğe konulduğu 1942 yılı ise servet vergilerinin zirve yaptığı dönemdir. 1941 yılında %8,2 olan servet vergilerinin payı, 1942 yılında %41,6'ya yükselmiştir. Vergi yükü bu dönemde ortalama %10,9 olarak bir önceki döneme paralel bir seyir izlemiştir.

1946 yılı Türkiye tarihinde bir dönüm noktası olmuştur. Çok partili hayata geçişin ilk adımının atıldığı bu dönemde hem iktisat hem de demokrasi alanında çok köklü başlangıçların temeli atılmıştır. 1946'ya iktisadi olarak dönüm noktası özelliğini kazandıran konu 16 yıl süren dışa kapalı, korumacı ekonomi modelinin yerine dışa açık, ithalatçı bir ekonomi modeline geçişin ilk adımları atılmıştır (Boratav, 2009:94).

Ekonomik değişimle birlikte vergi sisteminin de değişmesi gerektiği ihtiyacı ortaya çıkmıştır. Mevcut vergi sisteminin dönem gereklerine cevap veremiyor

oluşu da değişim için önemli bir güdü olarak ortaya çıkmıştır. Bu gerekçeye binaen bakanlar kurulu kararıyla bir komisyon vergi reformu çalışmalarına başlamış ve çalışmalar sonucunda da Gelir Vergisi, Kurumlar Vergisi ve Esnaf Vergisi kanunlaşmıştır. Fakat tespitinin zor olduğu gerekçesiyle zirai kazançlar gelir vergisi içerisine dâhil edilmemiştir. Bu tasarıya atfedilen en büyük zafiyet olarak göze çarpmaktadır (Taş, 1995: 368-369).

Tablo 6. Vergilerin sınıflandırılması ve vergi yükü (1946-1953)

YILLAR	Gelirden Alınan Vergiler	Servetten Alınan Vergiler	Harcama Vergileri	Vergi Yüğü
1946	37,3	4,8	57,9	10,8
1947	34,5	6,2	59,2	14,6
1948	37,1	3,9	59,0	11,4
1949	33,4	2,8	63,8	15,4
1950	33,0	3,0	64,0	12,8
1951	23,9	2,8	73,3	10,6
1952	24,4	2,3	73,3	11,8
1953	27,9	4,0	68,1	10,9
1946-1953	31,4	3,7	64,8	12,3

Kaynak: Bütçe Gider ve Gelir Gerçekleşmeleri, 1924-2022.

Bir önceki dönemde konulmuş olan varlık vergisi gibi olağanüstü vergilerin kaldırılması sonucunda servet vergileri büyük ölçüde azalmıştır. 1940-1945 döneminde %14,5 olan servet vergilerinin payı bu dönemde %3,7'ye düşmüştür. Zirai kazançların gelir vergisinin kapsamının dışında bırakılmasıyla gelirden alınan vergilerin payında küçük bir azalma meydana gelmiştir. Bu dönemde en hızlı büyüyen zirai kazançların gelir vergisi kapsamına alınmaması sonucu gelirden alınan vergilerin payında %3,7 oranında bir azalma olmuştur. Harcama vergilerinde meydana gelen artışa esas sebep dönem itibariyle gelir gruplarının tamamındaki gelir artışlarının sonucunda ortaya çıkan harcama vergilerinin artışıdır. Yeni vergi sisteminin artan oranlı oluşu ve talep artışı dolayısıyla vergi yükünde yaklaşık %2'lik bir artış meydana gelmiştir. 1940-1945 dönemi ortalaması %10,4 iken bu dönemde vergi yükü ortalaması %12,3 olarak gerçekleşmiştir.

1954-1961 döneminde bir önceki dönemde uygulanan liberal bir dış ticaret rejimine dayalı şekilde dış dengenin sağlanamayacağı anlaşılmış ve dış ticaret kontrollerine gidilmiştir. 1954 yılından başlayıp 1958 yılına uygulanan Dış Ticaret Rejimi ile dış ticaret açığı düşürülebilmiştir. Dönemin enflasyonist karakteristiği sebebiyle ücretler gelir vergisinin üst dilimlerine girmiş ve bu durum da vergi yükünü artırıcı bir etki yapmıştır.

Tablo 7. Vergilerin sınıflandırılması ve vergi yükü (1954-1961)

YILLAR	Gelirden Alınan Vergiler	Servetten Alınan Vergiler	Harcama Vergileri	Vergi Yüğü
1954	33,3	2,2	64,5	12,2
1955	34,3	2,0	63,7	11,8
1956	38,5	2,0	59,5	11,7
1957	36,9	2,1	61,0	10,3
1958	36,3	2,0	61,7	10,2
1959	35,2	1,4	63,4	11,6
1960	40,4	1,6	58,0	11,1
1961	41,0	2,2	56,8	12,3
1954-1961	36,9	1,9	61,0	11,4

Kaynak: Bütçe Gider ve Gelir Gerçekleşmeleri, 1924-2022.

1957 yılında İstihsal Vergisi adıyla harcama vergileri konulmuştur. Özellikle 1960-1961 yıllarında bütün vergilerin oranları artırılmıştır. 1960 yılında yapılan gelir vergisi değişikliği ile muafiyet sınırını aşan zirai kazançlar vergilendirme kapsamına alınmıştır. Vergi artışlarıyla birlikte gelirden alınan vergilerin payı 1940-1945'i kapsayan dönemde % 31,4 iken bu dönemde % 36,9 olmuştur. Harcama vergilerinde ise %3,8'lik bir azalma meydana gelmiştir. Servet vergilerinde de bir önceki döneme nazaran %1,8'lik bir düşüş olmuştur. Oran bakımından küçük olsa da servet vergilerinde yarı yarıya azalma söz konusu olmuştur. Vergi yükü ise bir önceki döneme göre %0,9 oranında azalmıştır. Bu azalışta servet ve harcama vergilerinin azalmasının neden olarak gösterilmesi mümkündür.

27 Mayıs 1960 askeri darbesinin ardından ekonomi planlı bir evreye geçmiştir. Önceki dönemdeki ekonomi politikası açık koşullar üzerine kurulu bir sistemdeyken bu yeni dönem korumacı, ithal ikameci bir çerçeveye oturmuştur. 5 yıllık kalkınma planları hazırlanmış ve eleştirilere rağmen bu planlara sadık kalınmaya çalışılmıştır (Boratav,2009:118).

Bu dönemin vergisel olaylarının temelleri darbe sonrasında girişilen vergisel düzenlemeler oluşturulmuştur. Büyük bir vergi reformu yapılması adına bir komisyon kurulmuştur. 31 Aralık 1960 tarihinde yeniden çıkarılan Gelir Vergisi ile birlikte vergi tarifesi yeniden düzenlenmiş, ayrıcalıklı uygulamalar daraltılmıştır. Bu kanunun getirmiş olduğu en büyük yenilik ise tarım kazançlarının tekrar gelir vergisinin kapsamına alınmasıdır. Gelir Vergisi ile aynı tarihte çıkarılan Kurumlar Vergisi ile de sermaye şirketleri ile kooperatiflerin vergi oranı %10'dan %20'ye çıkarılmıştır (Susam, 2009:158). Önceki dönemlerdeki tarıma dayalı bü-

yüme stratejilerinin yerine bu dönemde sanayiye yönelik büyüme üzerinde durulmuştur. Sermaye birikimine önem verilmiştir. Sermaye birikimine önem verildiğinden vergi yükü büyük oranda maaşlı-ücretli kesim üzerine kaymıştır.

Tablo 8. Vergilerin sınıflandırılması ve vergi yükü (1962-1979)

YILLAR	Gelirden Alınan	Servetten Alınan	Harcama Ver-	Vergi
1962	35,5	1,0	63,5	11,1
1963	31,5	1,0	67,5	12,6
1964	31,0	1,7	67,3	13,0
1965	31,2	1,9	66,9	13,4
1966	31,8	1,8	66,4	13,6
1967	32,3	1,7	66,0	14,7
1968	33,2	1,9	64,9	14,4
1969	33,6	1,9	64,5	15,3
1970	35,5	2,0	62,5	15,6
1971	35,9	1,6	62,5	16,3
1972	37,3	1,3	61,4	16,2
1973	41,3	1,1	57,6	16,8
1974	45,1	1,1	53,8	15,2
1975	45,8	0,9	53,3	17,7
1976	46,7	0,8	52,5	18,8
1977	51,9	1,1	47,0	19,3
1978	56,4	0,9	42,7	19,1
1979	57,5	0,7	41,8	18,4
1962-1979	40,8	1,3	57,9	15,7

Kaynak: Bütçe Gider ve Gelir Gerçekleşmeleri, 1924-2012.

Gelirden alınan vergiler dönem başında %30'lar seviyesinde iken dönem sonunda bu oran %57,5'e kadar yükselmiştir. Gelir vergilerinin ortalama payı da bir önceki döneme kıyasla artış göstermiştir. Harcama vergileri de dönem başında %67'ler seviyesindeyken dönem sonunda %41,8'e kadar gerilemiştir. Vergi kompozisyonundaki bu değişimini artan enflasyon sebebiyle fiyatların artması ve vergi tarifesinde üst dilimlere girme sonucunda artan vergilerle açıklamak mümkün olacaktır. Vergi yükü dönem boyunca artış göstermiştir. Dönem başında %11 olan vergi yükü dönem sonunda %19 seviyesine ulaşmıştır.

1980 yılı 1946 yılına benzer şekilde hem Türk ekonomisi hem de demokrasisi açısından dönüm noktalarından birisidir. 24 Ocak Kararları Türkiye ekonomisini kökten etkilemiş, 12 Eylül Askeri Darbesi de demokrasiye önemli bir zarar ver-

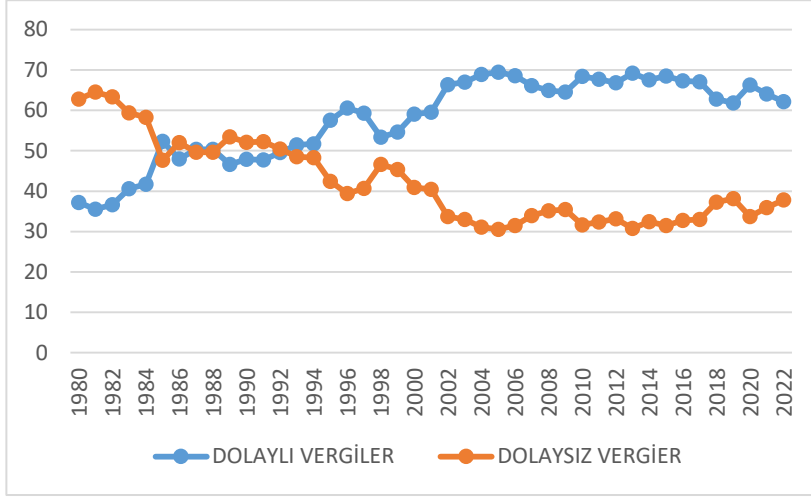
miştir. 24 Ocak kararları neoliberal politikanın bir tezahürü niteliğindedir. Bu kararlarla devletin ekonomideki ağırlığının azaltılması, döviz alım satımının serbest bırakılması, dış ticaretin serbestleştirilmesi gibi önemli adımlar atılmıştır. 24 Ocak kararları o dönem dünyaya hâkim olan ekonomik görüşün ülkemize uygulanmasıdır (Susam, 2009:169).

1980 sonrası dönemde vergileme alanında yapılan düzenlemelerde ulaşılmaya çalışılan amaçları sıralarsak eğer (Nadaroğlu, 1998:409):

- Vergilerin piyasa ekonomisine uygun hale getirilmesi, vergilerin tasarrufları artırıcı ve yatırımları teşvik edici şekilde düzenlenmesi
- Vergi yükünün dengeli ve adaletli dağıtılması
- Döviz kıtlığının önüne geçilebilmesi adına ihracatı destekleyici vergi politikalarının uygulanması
- Enflasyonla mücadelede vergi politikalarından yararlanılması

Bu dönemden itibaren vergi kanunları tek tek gözden geçirilmeye ve dönem ihtiyaçlarına uygun hale getirilmeye çalışılmıştır. 1984 yılında KİT'ler kademeli olarak kurumlar vergisi kapsamına dâhil edilmiştir. % 50 olarak uygulanan kurumlar vergisi oranı 1986 yılına kadar kademeli olarak %40'a indirilmiş 1986 yılında da %46 olmuştur. Kurumlar vergisine tabi mükelleflere tanınan indirim ve muafiyetler önemli ölçüde artırılmıştır. Sanayi üzerindeki yükün azaltılması, enflasyonist baskının önlenmesi gibi ekonomik amaçlarla; vergi adaletinin sağlanması, vergi hasılatının artırılması ve kayıp-kaçakçı önlemek gibi mali nedenlerle Katma Değer Vergisi Kanunu yürürlüğe konulmuştur (Susam,2009:182-183). Bu kanunun yürürlüğe konulmasıyla beraber vergi dağılımı bir daha dengeye gelmemek üzere dolaylı vergiler lehine bozulmuştur.

Şekil 1. Dolaylı ve Dolaysız Vergilerin Dağılımı-% (1980-2022)



Kaynak: Hazine ve Maliye Bakanlığı Bütçe Gider ve Gelir Gerçekleşmeleri, 2022.

1984 yılında KDV modelinin kabul edilmesi ile birlikte vergilendirme dolaylı vergiler üzerine yoğunlaşmıştır. Özel İletişim Vergisi ve Özel Tüketim Vergisi ile de dolaylı vergilerin payı giderek artmıştır. 1990’lardan itibaren de dolaylı dolaysız vergiler arasındaki fark giderek dolaysız vergiler aleyhine bozulmuştur. 2000’li yıllara gelindiğinde ise dolaylı vergilerin payı %70’ler sınırına dayanmıştır. Vergi gelirleri içerisinde dolaylı vergi gelirlerinin artması vergi kompozisyonunun tüketim malları ağırlıklı olduğunu göstermektedir. Bu durumda da vergi yüküne alt gelir gruplarının katlanıldığını söylemek mümkün olacaktır.

17 Ağustos Depremi sonrasında depremin yaralarını sarmak adına konulmuş olan fakat daha sonra kaldırılmayan Özel İletişim Vergisi ve 2002 yılında Avrupa Birliği müktesebatına uyum adına konulan Özel Tüketim Vergisi dolaylı vergilerin hasılatının artmasında önemli bir rol oynamıştır. 2005 yılında %30 olan Kurumlar Vergisi oranı 2006 yılında %20’ye düşürülmüş bu da dolaysız vergilerin payının azalmasında bir faktör olmuştur.

1990’lı yıllardaki koalisyon hükümetlerinin izlemiş oldukları popülist politikalar da kamu kesiminin giderlerini artırmış, bu giderlerin vergilerle karşılanmaya çalışılması da vergi yükünü artırıcı bir etki yapmıştır.

Tablo 9. Toplam vergi gelirlerinin GSYH içindeki payı

	1965	1990	2000	2010	2015	2020	2021	2022
Avusturalya	20,6	28,0	30,4	25,2	27,8	28,4	29,5	29,5
Avusturya	33,5	39,3	42,3	41,0	43,1	42,1	43,3	43,1
Belçika	30,8	41,4	43,8	42,9	44,1	42,3	42,5	42,4
Kanada	25,0	35,1	34,7	31,0	32,8	34,7	33,9	33,2
Şili	..	16,8	18,7	19,7	20,5	19,3	22,2	23,9
Kolombiya	..	11,3	15,7	18,1	19,9	18,8	19,2	19,7
Kosta Rika	..	22,4	21,1	22,1	22,9	22,6	25,0	25,5
Çek Cumhuri-	..	..	32,3	32,2	33,1	34,8	34,7	33,9
Danimarka	29,1	44,4	46,9	44,8	46,1	47,3	47,4	41,9
Estonya	..	..	31,1	33,2	33,3	33,3	33,5	32,8
Finlandiya	30,0	42,9	45,8	40,6	43,5	41,8	43,2	43,0
Fransa	33,7	41,2	43,4	42,1	45,3	45,4	45,2	46,1
Almanya	31,7	34,8	36,4	35,5	37,3	37,9	39,3	39,3
Yunanistan	17,1	25,2	33,4	32,3	36,6	38,8	39,4	41,0
Macaristan	..	..	38,5	36,8	38,7	36,0	33,7	33,2
İzlanda	25,7	30,5	35,9	32,2	35,1	36,4	35,1	34,9
İrlanda	24,5	32,4	30,8	27,7	23,1	19,7	20,7	20,9
İsrail	..	..	34,1	30,2	31,1	29,7	32,5	32,9
İtalya	24,6	36,3	40,5	41,7	43,0	42,6	42,4	42,9
Japonya	17,3	27,7	25,3	26,2	30,2	33,0	34,1	34,1
Kore	..	18,6	20,9	22,4	23,7	27,7	29,8	32,0
Letonya	..	..	29,1	28,5	29,8	30,9	30,5	30,2
Litvanya	..	..	30,8	28,3	28,9	31,2	32,1	31,9
Lüksemburg	27,3	34,7	37,0	35,7	34,8	38,2	38,4	38,6
Meksika	..	12,1	11,5	12,8	15,9	17,7	17,3	16,9
Hollanda	30,5	39,7	36,9	35,7	37,0	40,0	39,2	38,0
Yeni Zelanda	24,5	36,2	32,5	30,3	31,5	33,7	34,6	33,8
Norveç	29,4	40,2	41,6	41,6	38,2	38,7	42,4	44,3
Polonya	..	..	32,9	31,6	32,5	35,6	36,7	35,2
Portekiz	15,7	26,5	30,9	30,4	34,4	35,2	35,3	36,4
Slovakya	..	..	33,6	27,9	32,5	34,8	35,4	34,8
Slovenya	..	..	37,7	37,8	37,3	37,2	37,9	37,4
İspanya	14,3	31,5	33,1	31,3	33,8	36,8	37,8	37,5
İsveç	30,9	48,8	50,0	42,9	42,6	42,4	42,7	41,3
İsviçre	16,0	23,2	27,0	25,8	27,0	28,0	28,5	27,2
Türkiye	10,6	14,5	23,5	24,7	25,0	23,9	22,8	20,8
İngiltere	30,1	32,9	32,6	32,0	31,9	32,8	34,4	35,3
ABD	23,6	26,0	28,3	23,4	26,2	25,7	26,5	27,7
OECD-Ortalama	24,9	30,8	32,9	31,5	32,9	33,6	34,2	34,0

Kaynak: OECD Vergi İstatistikleri, 2023.

Tablo 9 1980 sonrası OECD ülkelerindeki vergi yükü rakamlarını göstermektedir. Dönem başında Türkiye %13,3 ile vergi yükü sıralamasında OECD ülkeleri

içerisinde son sırada bulunmaktadır. Türkiye o yıl itibariyle OECD ortalaması olan %30,1'in çok altında bir vergi yüküne sahiptir. 1990 yılında da %14,5'lik oranıyla son sıralardaki yerini korumuştur. 2015 yılına gelindiğinde ise Türkiye yeni konulan vergilerin de yardımıyla bu oranı %25'e yükseltmeyi başarmıştır. Vergi yükü artışı performansı ile birçok ülkeyi geride bırakan Türkiye buna rağmen hala OECD ortalamasının altında yer almaktadır. Türkiye'nin vergi yükü oranı süreç boyunca düzenli bir artış süreci izlemiştir.

Türkiye'nin OECD vergi yükü rakamları sıralamasında alt sıralarda yer alması değerlendirilirken diğer ülkelerin siyasi, sosyal, ekonomik ve mali durumlarının da göz önünde bulundurulmasında fayda vardır. Karşılaştırılan ülkelerin refah düzeyi ve yaşam standartları, gelir düzeyi, ödenen vergilerin yol açtığı vergi kayıpları yani gelir düzeyine kıyasla ödenen vergiler dolayısıyla ortaya çıkan fedakârlık farklılıkları gibi faktörlerin ülkeler bazında farklı olduğunu göz önünde bulundurmak faydalı olacaktır (Akdoğan, 2009:498).

OECD üyesi diğer ülkelerle karşılaştırıldığında Türkiye'nin vergi yükü oranı düşük gibi görünse de karşılaştırılan ülkeler bazında bakıldığında birçok ülkenin kişi başına düşen hasılası Türkiye'nin çok üzerindedir. Bu sebeple bireyler vergilerini ödedikten sonra ellerinde kalan miktarlar ile çok rahat bir şekilde hayatını sürdürebilmektedir. Örneğin Dünya Bankası verilerine göre Danimarka'da yaşayan bir insanın kişi başına düşen yıllık geliri 2022 yılı itibariyle 46 356 dolardır. Bu birey vergisini ödedikten sonra kalan miktar ile yaşamını rahatlıkla sürdürebilmektedir. Dünya Bankası verilerine göre Türkiye'de ise kişi başına düşen hâsıla 2022 yılı itibariyle 14 055 dolardır. Türk bireyin refah düzeyi Danimarkalı bireye göre daha düşük olduğundan vergi ödemekten dolayı hissettikleri yük de farklı olacaktır.

Türkiye'nin vergi yükünü etkileyen bir diğer husus ise kayıt dışı ekonominin GSYH'ye oranıdır. Ilgın (2002) 1985-2001 yıllarını kapsayan çalışmasında ortalama kayıt dışı oranını %66,75 olarak tespit etmiştir. Tütüncü (2013) ise 1998-2009 yıllarını kapsayan çalışmasında kayıt dışı oranını ortalama %52,07 olarak tespit etmiştir. Demir ve Küçükilhan'ın (2013) anket yöntemi ile 14 ilde 1597 mükellef ile görüşerek yapmış olduğu çalışmalarında da kayıt dışı oranı % 41 olarak bulunmuştur. Bu veriler ışığında bakıldığında Türkiye'nin kayıt dışı oranı oldukça yüksektir. Bu durum ise vergi yükünün yasal sınırlar içerisindeki bireylerin üzerinde kalmasına sebebiyet vermekte dolayısıyla da bu yasal sınır içerisindeki mükelleflerin yükü çok fazla hissetmelerine sebep olmaktadır. Yasal sınırların dışında faaliyet gösterenlerin de yükleri yasal sınır çerçevesinde faaliyet gösterenlere yüklendiği için vergi yükleri istatistiki olarak ifade edilenden çok daha yüksek olmaktadır.

SONUÇ

Devletin ortaya çıkışından itibaren sorumluluk ve görevleri konusunda çeşitli tartışmalar olmuştur. Bu farklı görüşler devlete farklı boyutlarda görevler yüklemiştir. Devletin görev ve sorumluluklarının boyutu da ihtiyaç duyacağı kaynak miktarını da doğrudan etkilemiştir. Vergiler gerek modern dönemde gerekse de daha önceki dönemlerde devletlerin en olağan ve önemli gelir kaynağı olmuştur. Vergi toplanılması da toplum tarafından bir yük olarak algılanmıştır. Vergi sebebiyle harcanabilir gelirleri azalan bireyler bu yükü kabul edip vergilerini ödemişlerse de bazı dönemlerde tepki de göstermişlerdir. Devletler vergi politikalarını oluştururken bu tepkileri dikkate almışlardır. Türkiye tarihinde bunun en önemli örneklerinden birisi Aşar Vergisinin kaldırılması olmuştur. Çok uzun dönemde halkın ödemiş olduğu bu vergi yeni cumhuriyet tarafından kaldırılmıştır. Bir diğer örnek olan Varlık Vergisi bir defaya mahsus uygulanmış ve bir daha bu yola başvurulmamıştır.

Türkiye tarihinde vergi yükü rasyoları dünya örneklerine benzer olarak sürekli artış göstermiştir. Devletin sunmuş olduğu mal ve hizmetler, devlete atfedilen görev ve sorumluluklar arttıkça devletin kaynak ihtiyacı da artmıştır. Birinci ve ikinci dünya savaşının etkileri, yaşanan ekonomik krizler de devletin vergi politikalarını şekillendirmiştir. Özellikle ilk kuruluş döneminde gereken altyapı yatırımlarının finansmanı için bütçe fazlası verilmeye çalışılmıştır. Bu da vergilere başvurulmasını zorunlu kılmıştır. İlerleyen dönemlerde de vergi yükü artış yönlü hareket etmiştir.

Günümüze gelindiğinde ise Türkiye'nin vergi yükü %20'ler seviyesinin üzerine çıkmıştır. OECD ortalaması olan %30'lar seviyesinin halen altında olsa da vergi yükü önemli derecede hissedilmektedir. Kayıtdışı ekonominin varlığı bu yükü fazlaca hissettiren kavramların başında gelmektedir. Toplam vergi yükü yalnızca kayıtlı ekonomi üzerine yıkılmakta ve kayıtlı çerçevedeki bireyler bu yüke katlanmaktadır. Çeşitli çalışmalarda farklı oranlarda kayıtdışılık tespit edilse de Türkiye'de kayıtdışı ekonominin varlığı yadsınamaz bir gerçektir. Bu durum da her ne kadar makro anlamda OECD ortalamasının altında bir vergi yükü olduğunu gösterse de vergiyi ödeyenler açısından bu yükün çok daha fazla olduğu anlamına gelmektedir. Bu açıdan devlet tarafından kayıtdışı ekonominin boyutunun azaltılması çok hayatidir. Bu sayede vergi gelirlerinde bir artış yaşanacağı gibi yasal çerçevede hareket eden bireylerin de yüklerinde de azalma olacaktır. Harcanabilir geliri artan bireylerin tasarruf, tüketim ve yatırım kararlarında da değişimler yaşanabilecektir.

KAYNAKLAR

- 1943 Bütçe yılı Kesinhesap Kanunu, https://www5.tbmm.gov.tr/tutanaklar/KANUN-LAR_KARARLAR/kanuntbmmc032/kanuntbmmc032/kanuntbmmc03205443.pdf.
- Akdoğan, A. (2009). *Kamu Maliyesi*, Gazi Kitabevi, Ankara.
- Akşin S. (2009). *Ana Çizgileriyle Türkiye'nin Yakın Tarihi*, İmaj Yayınevi, Ankara.
- Boratav, K. (2008). *Türkiye İktisat Tarihi, 1908-2007*. İmge Kitabevi, Ankara.
- Çelebi, A. K. (2012). *Mali sosyoloji üzerine denemeler*. TC Maliye Bakanlığı Strateji Geliştirme Başkanlığı.
- Demir, İ. C. ve Küçükilhan M. (2013). “Vergi Mükelleflerinin Kayıt Dışı Ekonomi Algısı: Türkiye Üzerine Ampirik Bir Çalışma,” *Ekonomik ve Sosyal Araştırmalar Dergisi*, Cilt 9, Sayı 1, s.31-48.
- Dünya Bankası (2024). Dünya Kalkınma Göstergeleri, <https://data-bank.worldbank.org/source/world-development-indicators>, (Erişim Tarihi: 10.10.2024).
- Ergen, E. ve Tepekule, U. (2022). Vergi Yüğü Ekonomik Büyüme İlişkinin Westerlund ve Edgerton (2007) Panel Eşbütünleşme Testi İle Analizi , *Uluslararası Sosyal, Siyasal ve Mali Araştırmalar Dergisi (USSMAD)*, C:2 S:1 , 34-48.
- Gökbunar, R., ve Bursalıoğlu, S. A. (2002). Âşar Vergisi Uygulamasının Sosyo-Ekonomik Sonuçları, (Ed.) A. Kemal Çelebi, Mali Sosyoloji Üzerine Denemeler İçinde, T.C. Maliye Bakanlığı Strateji Geliştirme Başkanlığı.
- Gölçek, A. G. (2023). Cumhuriyet'ten Bugüne Türkiye'de Yoksulluğun 100 Yıllık Görünümü: Kamu Maliyesi Bağlamında Bir Değerlendirme, *Akademik Hassasiyetler*, C: 10, 118-151.
- Güdek-Gölçek, Ş., Gölçek, A. G. (2019). Erken Cumhuriyet Dönemi Tekel Uygulamaları: 1920-1950 Döneminde Tuz, İspirto ve İspirtolu İçkiler ile Kibrit, *CTAD*, C:15, S:30, 253-288.
- Günsoy G., Erdiñç, Z. (Editörler), (2013). *İktisadi Büyüme*, Anadolu Üniversitesi Açık öğretim Fakültesi Yayını No: 1855, 1. Baskı, Eskişehir.
- Hazine ve Maliye Bakanlığı Bütçe Gider ve Gelir Gerçekleşmeleri (2023). https://ms.hmb.gov.tr/uploads/2023/10/3_butce_gelirleri-1.xls, (Erişim Tarihi: 9.10.2024)
- Ilgın, Y. (2002). “Kayıt dışı Ekonomiyi Tahmin Yöntemleri ve Türkiye’de Durum,” *Planlama Dergisi*, 42.Yıl Özel Sayısı, s.145-155.
- İnönü Vakfı (2018). Varlık Vergisi 1942, <https://www.ismetinonu.org.tr/varlik-vergisi-1942/>. (Erişim Tarihi: 10.10.2024)
- Karabulut, K. (2005). 11 Teşrinisani 1942 Tarihli Varlık Vergisi'ne Bir Bakış, *Atatürk Üniversitesi Türkiyat Araştırmaları Enstitüsü Dergisi*, 11(27).

- Miynat, M., ve Kahrıman, H. (2002). Türkiye’de Mali Sistemin Toplumsal Tabakalaşma Üzerindeki Etkileri (1923–1950), (Ed.) A. Kemal Çelebi, Mali Sosyoloji Üzerine Denemeler İçinde, T.C. Maliye Bakanlığı Strateji Geliştirme Başkanlığı.
- Nadaroğlu H. (1998). *Kamu Maliyesi Teorisi*, Beta Yayınları, 10. Baskı, İstanbul.
- OECD (2023), Revenue Statistics 2023: Tax Revenue Buoyancy in OECD Countries, OECD Publishing, Paris, <https://doi.org/10.1787/9d0453d5-en>.
- Organ, İ., ve Ergen, E. (2017). Türkiye’de vergi yükünün ekonomik büyümeye etkileri üzerine bir çalışma. *Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, (27), 197-207.
- Susam, N. (2009). *Türkiye’de uygulanan maliye politikaları, 1923-2008* (Vol. 156). Derin yayınları.
- T.C. Anayasası (1982). <https://www.anayasa.gov.tr/tr/mevzuat/anayasa/>.
- T.C. Resmi Gazete (1949). 4 Nisan 1949 Tarihli 7173 sayılı Resmi Gazete, <https://www.resmigazete.gov.tr/arsiv/7173.pdf>. (Erişim Tarihi: 10.10.2024)
- Taş R., (1995). “Türk Mali Sisteminin Uzun Dönem (1923-1980) Gelişiminin Yapısal ve Oransal Analiz Yöntemleriyle Değerlendirilmesi”, *AÜ SBF Dergisi*, Cilt:50, Sayı:1, s.355-382, <http://dergiler.ankara.edu.tr/dergiler/42/468/5415.pdf>, (Erişim Tarihi: 10.01.2017).
- Tütüncü, A. (2013). “Kayıtdışı Ekonomi ve Türkiye’de Kayıtdışı Ekonomi Boyutunun Tahmini,” Yüksek Lisans Tezi, Karadeniz Teknik Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Trabzon.
- Yereli, A. B., Köktaş, A. M., Gölçek, A. G. (2021). Milli Mücadele Döneminde Çıkarılan Vergi Kanunlarının Vergi Adaleti ve Vergi Zihniyeti Açısından Değerlendirilmesi, *CTAD*, C:17, S:33, 67-94.



BÖLÜM 33

Pazarlama 5.0

Resul Öztürk¹ & Fatma Kuzukerpiç²

¹ Doç. Dr., Selçuk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, ORCID:0000-0003-1493-7315

² Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Yüksek Lisans, ORCID: 0000-0002-3631-4947

Giriş

Bilgi ve iletişim teknolojilerindeki gelişmeler dijital dönüşümü etkilemiştir. Dijital dönüşüm modern dünyada insan yaşamını yeniden şekillendirmiştir. İnsanlar üretim ve tüketim alışkanlıklarını hızla değiştirmiştir. Geleneksel pazarlama anlayışı modern tüketiciyi anlamakta yetersiz kalmıştır. İşletmeler tüketici isteklerinin karşılanması için daha esnek hale gelmiştir. Çünkü küresel rekabet ortamında tüketici istediği ürün veya hizmete anında ulaşabilmekte ve karşılaştırmalar yapabilmektedir (Spangenberg ve Lorek, 2019). Dolayısıyla tüketici davranışlarının analizi ve üretici-tüketici iş birliği kaçınılmaz hale gelmiştir. Geleneksel pazarlama yaklaşımları dijital kombinasyonlarla yeni bir form almıştır. Gelişim süreci gözönüne alındığında modern dünyada pazarlama 1.0'dan 5.0'a evrilmiştir (Ödemiş ve Hassan, 2019). Geleneksel pazarlama yaklaşımının yetersizliği nedeniyle işletmeler kendilerini yenilemek zorunda kalmıştır. Tüketici ve üretici alışkanlıkları değişmiştir. Dolayısıyla işletmeler yaşanan gelişmeler nedeniyle dijital dönüşüme zorlanmıştır. İşletmelerin günümüzde yaşanan değişimleri hızlı bir şekilde algılayıp iç çevre ve dış çevreye ayak uydurabilmeleri ve bu yönde tüketicilerin istek ve ihtiyaçlarını doğru şekilde ve zamanda karşılamaları gerekmektedir (Dizman, 2022). Pazarlama süreçleri dijital pazarlama araçlarıyla iyileştirilmiş ve bu süreçlere tüketiciler de dahil olmuştur. Sanal gerçeklik, e-ticaret siteleriyle tüketicilerin mal ve ürünlere ulaşımını kolaylaştırmıştır (Altundal, 2022).

1900'lü yıllardan beri farklı zamanlarda pazarlama faaliyetleri farklı uygulamalarla gerçekleştirilmiştir. Son zamanlarda hızla gelişen teknoloji de pazarlama faaliyetlerini hızlı bir şekilde değişime uğratmıştır (Aydın, 2022). Bu doğrultuda “ne üretirsem onu satarım” anlayışı günümüzde yerini nesnelerin internetine bırakmıştır. Küreselleşmenin de etkisinin bulunduğu bu değişimlerin asıl nedeni internet kullanımının yaygınlaşması ve teknolojinin ileri seviyeye ulaşmasından kaynaklanmaktadır. Bu çağda, büyük veri, yapay zekâ (AI) ve artırılmış gerçeklik (AR) gibi teknolojiler yalnızca araçlar değil, aynı zamanda işletmenin her yönünü etkileyen stratejik güçlerdir. Son yıllarda, dijital dönüşüm pazarlama alanının temelini yeniden şekillendirerek geleneksel yaklaşımları değiştirdi ve şirketleri değişen tüketici davranışları ve teknolojik gelişmelerle uyumlu yeni teknolojileri benimsemeye itmiştir (Kotler vd., 2017).

Pazarlama tarihsel süreçleri, ürün odaklı olan Pazarlama 1.0, müşteri odaklı olan Pazarlama 2.0, insan odaklı olan Pazarlama 3.0, dijitalleşme odaklı olan Pazarlama 4.0 ve 2020 yılından itibaren büyük veri kullanımı, hızlı teknolojik gelişmeler ve tüm cihaz ve nesneleri birbirine bağlayabilen teknolojilerin kullanıl-

masıyla ortaya çıkan Nesnelerin İnterneti diğer bir ifadeyle Pazarlama 5.0 dönemlerinden oluşmaktadır. Pazarlama 5.0 “insan için teknoloji” ifadesi ile başlamıştır. Pazarlama 5.0 diğer pazarlama aşamalarının olduğu tüketicinin, ürünün, dijitalin birbirine bağlı ve merkezde olduğu bir pazarlama biçimidir. Bu nedenle Pazarlama 5.0 diğer pazarlama evrelerinden ayrı düşünülmemesi gerekmektedir (Uygurtürk, 2022). Günümüzde Pazarlama 5.0, bu temeller üzerine inşa edilerek, modern dijital ekonominin taleplerini karşılayan son derece kişiselleştirilmiş, sorunsuz müşteri deneyimleri sağlamak için yapay zeka (AI), veri analitiği ve otomasyon gibi gelişmiş teknolojilerin kullanımına vurgu yapmaktadır (Kotler vd., 2021).

Pazarlama 5.0, işletmelerin dijital çağda tüketicilerle etkileşim kurma biçiminde önemli bir paradigma değişikliğini temsil etmektedir. Bu modern pazarlama yaklaşımı, Yapay Zeka (AI), Büyük Veri Analitiği (BDA), Nesnelerin İnterneti (IoT), Artırılmış Gerçeklik (AR), Sanal Gerçeklik (VR), Blockchain Teknolojisi (BT) ve Sesli Arama Optimizasyonu (VSO) gibi gelişmiş teknolojileri entegre ederek daha önceki kavramlar üzerine inşa etmektedir. Bu teknolojiler tüketiciler için daha kişiselleştirilmiş ve etkileşimli deneyimler yaratmak üzere birlikte çalışarak öncelikle müşteri edinme ve müşteriye elde tutmaya odaklanan geleneksel yöntemlerin ötesine geçmektedir. Pazarlama 5.0 geleneksel yöntemlerin aksine, rekabetçi bir pazarda uzun vadeli başarı için gerekli olan müşterilerle derin ve anlamlı ilişkiler geliştirmeyi vurgulamaktadır. İşletmelerin, yapay zeka ve makine öğrenimi algoritmalarından yararlanarak büyük miktarda müşteri verisini gerçek zamanlı olarak analiz edebilir hale gelmesi bireysel tercihlere ve davranışlara göre uyarlanmış son derece kişiselleştirilmiş pazarlama stratejilerinin geliştirilmesini sağlayabilmektedir (Bharadiya, 2023). Pazarlama 5.0 tüm dönemlerden ayrı olarak teknolojinin derinlemesine kullanıldığı, değer yaratan ve insan odaklı olan bir dönemdir. Ayrıca işletmelerin karşılaştıkları engellere karşı çözüm üreten bir anlayış olarak değerlendirilebilmektedir. Bu doğrultuda Pazarlama 5.0 yeni iş modellerini, tüketici istek ve ihtiyacında değişimleri ve teknolojik gelişmelerini bütünleştirmektedir (Uygurtürk, 2022).

Bu bilgiler çerçevesinde bu bölümde, geçmişten günümüze doğru pazarlamanın evreleri olan Pazarlama 1.0, Pazarlama 2.0, Pazarlama 3.0, Pazarlama 4.0 ve Pazarlama 5.0 incelenmeye çalışılmıştır Ayrıca Pazarlama 5.0 kavramı ve Pazarlama 5.0’ın beş temel bileşenleri ve Pazarlama 5.0 sistemlerinin dijital ortamdaki işlemleri ayrıntılı olarak açıklanmaya çalışılmıştır.

1. Pazarlama 5.0 Kavramı ve Özellikleri

Teknolojide geçmişten günümüze kadar gelişmiş ve bu gelişmeler doğrultusunda pazarlamada da büyük bir değişim gözlenmiştir. Bu gelişmeler de pazarlama uygulamalarının farklı stratejiler ve kavramlarla değişmesine ve gelişmesine neden olmuştur (Durukal, 2019).

Pazarlama 1.0 döneminde işletmeler pazara yeni giriş yaptıysa pazar payı elde etmek, eğer pazardaysa pazar paylarını artırmak maksadıyla ürün geliştirme süreçlerine ve üretim verimliliğine odaklanmıştır. Pazarlama 1.0 döneminden sonra internet ve bilgi teknolojilerinin değişmesi ve gelişmesiyle ortaya pazarlama 2.0 yaklaşımı ortaya çıkmıştır. Pazarlama 2.0’da rekabet edilen markalardan ayrışmak ve pazarda yer edinebilmek maksadıyla marka deneyimlerini ve marka iletişimlerini dikkate etmekte ve müşteri sadakatini kazanabilmek amacıyla müşteriyle ilgili verilerin toplanabilmesi için veri tabanları kullanılmaktadır. Pazarlama 3.0 döneminin pazarlama yaklaşımı ise tüketici odaklı anlayıştan zamanla değer odaklı anlayışa doğru evrilmiştir. Bu dönemde firmalar müşteri değerini ön plana çıkarmakta ve bu doğrultuda insana odaklanarak sorumluluk, karlılık ve müşteriyi dengede tutmaktadır (Wongmonta, 2021). Pazarlama 3.0’dan sonra dijital pazarlama anlamına gelen pazarlama 4.0 ortaya çıkmıştır. Pazarlama 4.0, teknolojilerin hızla geliştiği, küresel rekabetin yoğun olduğu dönemde ortaya çıktığı söylenebilir (Vassileva, 2017). Pazarlama 4.0 bilgi teknolojilerinin gelişmesiyle yeni bir nesil pazarlama türüdür. Burada müşteriler üretim sürecine dahil olmaktadır. Son olarak pazarlama 5.0, insanı taklit eden teknolojilerin kullanılarak müşteri tecrübelerinde değer yaratmak, iletmek, sunmak ve geliştirmektedir (Çoban ve Kaya, 2022).

Gelişen bu teknoloji dünyanın döngüsünü değiştirirken, endüstriyi de yeniden şekillendirmiştir. Endüstriye hizmet eden ve endüstriyi oluşturan işletmelerin, tamamlayıcı ve bütünleştirici konumunda olan pazarlama unsurlarında bir evrim gerçekleşmiştir. Dolayısıyla bu evrimin bir parçası da pazarlamadır. Buharlı makineler, tekerlek, tarım, elektrikli matbaa, petrol, kimyasallarla gelişen pazarlarda artık mikro işlemcilerin daha fazla kullanılır hale gelmesi gündelik hayatta ve teknolojide yaşanan evrim olaylarını ön plana çıkarmaktadır. Özellikle koronavirüs salgınının 2020 yılında hayatımıza girmesiyle birlikte dijitalleşmeye hızlı bir geçiş yapılmış, iletişimden sağlığa, eğitimden iş yaşamına, rekreasyondan alışverişe kadar gündelik yaşam tarzı dijital dünyaya hızlı bir giriş yapmıştır. Dijital ortamlardaki işlemlerin, Robot Teknolojileri, Sanal Gerçeklik, Nesneleri İnterneti (IoT), Artırılmış Gerçeklik, Blockchain gibi etkileşimi sınırsız olan teknolojilerle entegre olmasıyla iş süreçlerinin başlangıcı ve devamında pazarlama stra-

tejilerinin canlılık kazanması ve geri bildirim mekanizmasının gerçekleştirilmesi gibi pazarlamayla ilişkisi içerisinde olan konularda daha faydalı olunacağı ön görülmektedir. Bu sebeple gelecekte Pazarlama 5.0 uygulamalarının dünya yaşamını büyük değişikliklere doğru götüreceği düşünülmektedir (Yıldırım Ersoy, 2021).

Pazarlama 5.0 birbirinden farklı davranış, tercih ve tutumlara sahip olan beş ayrı neslin aynı dönemde bir araya toplanılmasından yola çıkılarak tartışılmaya başlanmıştır. Pazarlama 5.0 insan, Pazarlama 3.0 ile daha çok teknoloji odaklı olan Pazarlama 4.0'ın birbirleriyle entegre olma biçimini ifade etmektedir. Pazarlama 5.0 işletmelerin iş süreçlerinde ve pazarlama stratejilerinde ileri teknolojiyi kullanabilmeleri adına Teknoloji 5.0'ı (Toplum 5.0) dikkate almalarıyla meydana gelmiştir. Bu noktada Pazarlama 5.0 teknolojiyi insan refahı ve iyiliği için kullanılması gerektiğini ifade etmektedir (Ok ve Kağıtçı, 2023; Kotler vd., 2021).

Günümüzün pazarlama anlayışı olan Pazarlama 5.0 (Özden, 2022), genel müşteri tecrübesinde sunmak, geliştirmek, iletmek ve değer yaratmak için ileri teknolojilerin kullanılmasıdır. Kısacası Pazarlama 5.0 pazarlamacıları taklit eden teknolojiler olarak tanımlanabilmektedir. Pazarlama 5.0 dönemi, müşterilerin esnek ve akıllı bir dijital ortamın başı olan yapay zekayla etkileşimin gerçekleştiği dönemdir (Zozul'ov ve Tsarova, 2020). Ayrıca Pazarlama 5.0 pazarlama teknolojileriyle değer yaratarak ve müşteri yolu haritası çıkararak işletmelerin pazarlama stratejilerinin başarısını artırmaktadır (Çoban ve Kaya, 2022; Kotler vd., 2021). Kotler vd. (2018) pazarlama 5.0 döneminin diğer pazarlama dönemlerinden ayıran özellikleri şu şekilde belirtmektedir (Özden, 2022):

- Potansiyel müşterilerin duygusal durumlarına kadar anlaşılabilmesi ve tüm duyu organlarını etkileyebilmesi,
- Gerçek zamanlı müşterilerin geçmiş ve mevcut eylemlerinin irdelenmesi, gelecekteki gerçekleşecek eylemlerinin tahmin edilmesi, eldeki verilerle araştırmaların yapılabilmesi ve elde edilen sonuçların gerçek zamanlı denetlenmesi,
- Dijital ortamlarda kişisel etkileşim ortamları yaratılması, kişisel tutundurma faaliyetlerinin yürütülmesi ve tüketicilere yönelik kişisel hedefler belirlenebilmesi,
- Yapay zekanın tüketicilerin yerine karar vermesi ve pazarlama işlevlerini üstlenmesi,
- Sanal gerçekliklerin yapay zekâ aracılığıyla oluşmasına imkân tanıyan teknolojilerin gelişmesi,

- İşbirliğin ve etkileşimin nesnelerin interneti ile artması,
- İşletmelerin tüketiciye ürünün faydasının yanında hizmet sunabilmeleri, geleneksek ürünlerden ziyade ürünlerle birlikte sunulan hizmetlerin ön plana çıkması.

2. Pazarlama 5.0 Tarihsel Süreci

Pazarlamanın evreleri aşağıdaki bölümde Pazarlama 1.0, Pazarlama 2.0, Pazarlama 3.0, Pazarlama 4.0, Pazarlama 5.0 olarak sınıflandırılmakta ve klasik sınıflandırmadan ziyade Kotler'in sınıflandırma biçimi kullanılmıştır (Çoban ve Kaya, 2022; Kotler vd., 2021).

2.1. Pazarlama 1.0: Ürün Odaklı Yaklaşım

Pazarlama 1.0 üretim kavramları, sanayi devriminin bir sonucu olarak başlamaktadır. Pazarlama 1.0'ın başlarında işletmelerin amacı düşük maliyetle yüksek üretim verimliliğine ulaşmakla birlikte piyasada üretim yapan işletme sayısının da az olduğu görülmektedir (Kotler ve Keller, 2016). İşletmeler düşük maliyetle yüksek üretim verimliliğini başarabilmek için standartlaşmış ürünleri, endüstriyel makineler kullanarak büyük ölçüde üretebilmektedirler. Pazarlama 1.0 dönemin üretim sürecinde, müşteriler işletmeler üzerinde pasif bir konumda olmakta birlikte herhangi bir etkiye sahip olmamaktadırlar (Büyükkalayci ve Karaca, 2019; Mucuk, 2017).

Pazardaki alternatif ürünlerin sayısının zaman içerisinde hızla arttığı görülmüştür. Bu kapsamda işletmeler, müşterilerin daha yüksek kaliteli ürünlerin seçileceğini düşünmüşlerdir. Rekabet avantajı elde etmek isteyen işletmeler daha yüksek kaliteli ürünler üretmiş ve ürünlerini rakip işletmelerden farklılaştırmaya yoğunlaşmışlardır. İşletmeler, ilerleyen günlerde ürünleri satmak için yeniliğin ve kalitenin yeterli olmadığı fark etmişlerdir. İşletmeler bunun sonucu olarak satışları reklamlar ve promosyonlar aracılığıyla yoğun bir şekilde gerçekleştirmişlerdir. Zaman ilerledikçe işletmeler başarının temel faktörünün müşteri memnuniyeti olduğunu fark etmiş ve stratejilerini pazarlama odaklı bir şekilde oluşturmaya başlamıştır (Ok ve Kağıtçı, 2023; Kotler ve Keller, 2016).

2.2. Pazarlama 2.0: Müşteri Odaklı Yaklaşım

Pazarlama anlayışındaki gelişmeler küreselleşmenin hız kazanmasına neden olmakla birlikte pazarlarda da önemli değişimlerin olduğu görülmektedir. Bundan dolayı teknolojik gelişmeler sebebiyle bilgi ve iletişime erişim kolaylaşmış, diğer yandan müşterilerin tercih edecekleri mal seçenekleri çoğalmıştır. Üstelik

Web 2.0 teknolojileri, iletişimi diyaloglara dönüştürmüş, tek yönlü olmaktan çıkarmıştır (Ok ve Kağıtçı, 2023; Kotler ve Keller, 2016). Bundan ötürü pazarlama 2.0 döneminde ilişki ve iletişime odaklanılmakta ve ilişkisel pazarlama anlayışı hâkim olmaktadır (Durukal, 2019).

Müşterilerin bilgiye daha kolay ulaşabilmeleri işletmelere karşı olan beklentilerini değiştirmiştir. Bu sebeple işletmelerin temel amacı, müşterilerin ihtiyaç ve isteklerine odaklanarak onları tatmin etmektir. Müşterilerin seçeneklerinin artması, müşterinin bu seçenekler arasından istediklerini rahatça kıyaslayabilmekte ve dijital ortamlarda diğer tüketicilerle fikir alışverişinde bulunabilmektedirler. Tüketiciler Pazarlama 1.0 döneminde pasif konumunda kalırken Pazarlama 2.0 döneminde pazarlama faaliyetleri içinde birebir yer almaktadırlar (Kotler vd., 2018). Web 2.0 ile etkileşim içerisinde olan dijital ortam, pazarlamadaki gelişmelerde önemli bir etkisi bulunmaktadır. Pazarlama 2.0 döneminde, Pazarlama 1.0 elde edilen fonksiyonel faydanın yanı sıra duygusal fayda da bu dönemde önem kazanmıştır (Büyükkalaycı ve Karaca, 2019).

Pazarlama, Pazarlama 2.0 döneminde köklü bir değişime uğramıştır. Bu değişim 4P’den (product, place promotion, price) 4C’ye (customer value, customer cost, customer convenience, customer communication) ve ürün odaklı kitlesel pazarlamadan ilişkisel pazarlama anlayışına doğru bir geçişin olduğu görülmektedir (Corbae vd., 2003). Bunun nedeni ise günümüz tüketicilerinin bilgiye kolayca ulaşabilmelerinden dolayı istedikleri ürün alternatiflerini kolayca karşılaştırabilmektedirler ve bu da pazarlamanın işini zorlaştırmaktadır. Pazarlamacılar bu noktada, “müşteri kraldır” düşüncesiyle istek ve ihtiyaçlarını iyi bir şekilde karşılayarak, belirli hedef pazar için üst düzey bir ürün geliştirmeli ve pazarı bölümlere ayırmalıdır. Bu kapsamda pazarlamacıların tüketicinin yüreğine ve zihnine dokunmaya çalışmaları gerekmektedir (Çoban ve Kaya, 2022; Jara vd., 2012; Kotler vd., 2010).

2.3. Pazarlama 3.0: İnsan Odaklı Yaklaşım

Pazarlama 3.0 döneminde müşteri odaklı pazarlama anlayışı yerini zamanla değer odaklı pazarlama anlayışına bırakmıştır. İşletmelerin yaratmış oldukları değer unsuru, tüketicilerin ürün satın almaları için motive etmektedir. Tüketiciler ruh, zihin ve kalbe sahip varlıklardır (Erragcha ve Romdhane, 2014). Bu nedenle işletmelerin tüketicileri kazanabilmek için tüketicilerin sahip olduğu her özelliğe hitap etmeleri gerekmektedir. Tüketicilerin kültürleri, seçimleri, öz referansları ve duyguları önem kazanmıştır. Bu hususta tüketiciler bu noktada sadece tüketenden ziyade tasarıma ve üretime müdahale etmeye başlamışlardır. Tüketiciler bilgiye kolayca ulaşabilmeleri, gelişen dijital dönüşüm ekonomik seviyenin ve

eğitim seviyelerinin artmasıyla birlikte topluma karşı daha hassas hale gelmişlerdir. Bu sebeple tüketiciler markaların hümanist ve sosyal yönlerine karşı daha duyarlı davranmaya özen göstermişlerdir (Kotler vd., 2018). Tüketicileri satın almaları için ikna ederek onların güvenini kazanmaya yönelik yaklaşım, pazarlama faaliyetlerinin hem topluma hem de tüketicilere değer yaratacak ve pazarlama karmasının da bu yönde ilerlemesine neden olmuştur. İşbirlikçi pazarlama, Pazarlama 3.0'ın temelini oluşturmaktadır. Web 3.0 hayatımıza girdiğinden beri iletişim faaliyetlerinin tüketicileri ikna etmekten ziyade süreklilik gerektiren bir sürece dönüştüğü görülmektedir. Erragcha ve Romdhane (2014) Pazarlama 3.0 dönemini özelliklerini:

- İşletmeler bütün paydaşları ile iş birliği içerisine girmeleri gerekmektedir. Ayrıca bütün paydaşların süreç içerisindeki görevlerine ilişkin bilinçli olmaları gerekmektedir,
- Aynı değerleri benimseyen bir grup varlık arasında Pazarlama 3.0 bir iş birliğinin sonucudur,
- İşletmeler, küreselleşmenin ortaya çıkmasıyla beraber küresel ve yerel tüketicilere daha rahat ulaşabilmek için kültürel değerleri ön planda tutmaları gerekmektedir,
- Teknolojinin gelişmesiyle tüketiciler sosyal medyayı yoğun bir şekilde kullanmakta ve dolayısıyla psikolojik faydaya odaklanmaktadır. İşletmeler bu nedenle tüketicilerin değer ve anlam arayışını tatmin etmeye odaklanmaları gerekmektedir,
- İşletmelerin hem doğaya hem de insana karşı birtakım sorumluluklarının olması şeklinde sıralamaktadır (Erragcha ve Romdhane, 2014; Özden, 2022).

Özetle Pazarlama 3.0 insani değerlerin daha ön planda olduğu bir pazarlama çağıydı. İşletmeler dünyayı ve insan yaşam tarzını daha iyi bir konuma gitmeyi amaçlamakta ve kurumsal sosyal sorumluluğu ön planda tutmaktadırlar (Wongmonta, 2021).

2.4. Pazarlama 4.0: Dijital Pazarlama

Pazarlama 4.0, pazarlamaya farklı bir açıdan bakılabilmesini sağlamaktadır. Geleneksel pazarlamada iletişim tek yönlüken teknolojinin gelişmesiyle birlikte pazarlamada da birtakım değişiklikler olmuştur (Krauss, 2017). Pazarlama 4.0 bireysel ve dışlayıcı anlamı taşıyan dikey kavramından: sosyal ve kapsayıcı anlamı taşıyan yatay kavramına dönüşmüştür. Teknolojinin gelişmesiyle beraber

yaygınlaşan sosyal medyanın demografik ve coğrafi engelleri ortadan kaldırması, işletmelerin birbirleriyle iş birliği içerisinde girerek inovasyon yapmaları; insanların ise iletişim ve bağlantı kurmalarına imkân tanımaktadır. Müşteriler bu noktada yatay yönelime sahiptirler. Ayrıca ürünü satın alma karar aşamasında sosyal çevrelerini dikkate alarak hem internetteki hem de gerçek yaşamdaki değerlendirmeleri göz önünde bulundurmaktadırlar (Büyükkalaycı ve Karaca, 2019; Kotler vd., 2017).

Teknolojinin sürekli bir gelişim içerisinde olması nedeniyle sosyal ve iş yaşamları da bu durumdan etkilenmektedir. Pazarlama 4.0 temel amaçlarından birisi gelecekte yaşanabilecek gelişmelere odaklanan pazarlama faaliyetlerindeki gelişmeleri öngörmektir. Bu sebeple ileri düzey analitik kavramlar, veri yönetimi ve müşteri görüşleri faktörleri gelecekteki yönelimleri tahmin etmek için Pazarlama 4.0'ın kilit noktalarıdır (Vassileva, 2017). Pazarlama 4.0, Pazarlama 1.0 ve Pazarlama 2.0 yaklaşımlarında yer alan müşteri beklenti ve ihtiyaçlarını tatmin etmek ve Pazarlama 3.0 yaklaşımındaki gibi müşteri değeri yaratmaya odaklanmaktadır. Pazarlama 4.0 bunlara ek olarak müşterilerin gelişmiş ürün ve teknolojilerle etkileşim içerisinde olmaya çalışmaktadır (Jara vd., 2012).

Pazarlama 4.0 müşterilerle işletmeler arasında offline ve online bağlantıları birleştirmek için köprü görevi gören bir pazarlama yaklaşımıdır. Ayrıca insandan insana etkileşim müşteri katılım oranını artırırken, makineden makineye etkileşim pazarlama faaliyetlerindeki verimliliği artırmaktadır. Başka bir deyişle, müşteri savunuculuğunu kazanmak ve katılımını artırmak için dijital ve geleneksel pazarlamanın farklılaşan rollerini benimsemektir (Kotler vd., 2017; Onurlu ve Çelik, 2021).

2.5. Pazarlama 5.0: Nesnelerin İnterneti

Z ve Alfa kuşaklarının meydana gelmesiyle beraber pazarlama da yeniden değişime uğramıştır. Bu dönem, insanlığın yaşam kalitesini artırmak, insana faydalı olan teknolojik gelişmelerin devamlılığını getirmek ve insanlık için pozitif bir değişim yaratma üzerinedir. Bu kapsamda işletmelerin, tüketicilerin beklenti, istek ve ihtiyaçlarını karşılayabilmek için sürekli olarak gelişen teknolojileri takip edip benimsemeleri gerekmektedir. Pazarlama 5.0, müşteri odaklı olan pazarlama 3.0 ile dijital pazarlama olarak adlandırılan pazarlama 4.0'ı içeren bir yaklaşım olarak ortaya çıkmıştır (Kotler vd., 2021). Pazarlama 5.0, makine ve insanların iş birliği içerisinde olduğu, insanlık için teknoloji çağı olarak ifade edilmektedir (Wongmonta, 2021). Bu dönemde Pazarlama 5.0'ın yoğun olarak kullanılmasının en önemli işaretlerinden biri de insan zekasına göre üst seviyelerde olan cihazlar

ve yazılımlar kullanılarak pazarlamacıların becerilerini taklit eden gelişmiş teknolojilerin gelişmesidir. Bunlar artırılmış gerçeklik, yapay zekâ, sanal gerçeklik, blok zincir, doğal dil işleme ve nesnelerin interneti olarak sayılabilir. Pazarlama 5.0 bütün bu gelişmiş teknolojilerden yararlanarak, müşteride değer yaratma, bu değeri artırma, sunma ve değeri iletmek için yapılan faaliyetler olarak tanımlanabilmektedir (Uygurtürk, 2022).

Pazarlama 5.0, çeşitli platformlardaki müşteri etkileşimlerini geliştiren kusursuz çok kanallı deneyimler oluşturarak fiziksel cihazları bağlamak için nesnelerin internetinden yararlanmaktadır. Artırılmış gerçeklik ve sanal gerçeklik gibi teknolojiler, tüketicilerin markalarla etkileşime girmesi için sürükleyici yollar sunarak sanal ürün denemeleri, gelişmiş hikâye anlatımı ve etkileşimli marka deneyimleri sağlamaktadır. Bu teknolojiler, satın alma kararlarını önemli ölçüde etkileyebilen ve markalarla duygusal bağlar kurabilen unutulmaz etkileşimler sağlamaktadır (Gupta ve Bansal, 2022). Ayrıca, Blockchain teknolojisi işlemlerde şeffaflık ve güvenlik sağlayarak markalar ve tüketiciler arasında güven oluşturmaktadır. VSO, sesle etkinleştirilen cihazlar aracılığıyla müşteri etkileşimlerini optimize ederek tüketicilerin bilgi araması ve satın alma işlemi yapması için kullanışlı ve sezgisel yollar sunmaktadır. Pazarlama 5.0'in önemi, müşteri katılımını ve marka başarısını devrim niteliğinde değiştirmek için gelişmiş teknolojileri ve veri odaklı içgörülerini kullanma becerisinde yatmaktadır. Yapay zeka ve makine öğrenimini entegre ederek, işletmeler tüketici davranışları ve tercihleri hakkında derin içgörüler ortaya çıkarmak için kapsamlı veri kümelerini analiz edebilir ve pazarlamacıların bireysel müşterilerle yankı uyandıran kampanyaları uyarlamasını sağlayabilmektedir (Ahmed, 2024). Bu teknolojiler, alaka düzeyini, etkileşimi ve kolaylığı artırarak işletmelerin daha güçlü müşteri ilişkileri kurmasını, marka sadakatini artırmasını ve dinamik ve rekabetçi bir pazar ortamında sürdürülebilir büyüme elde etmesini sağlamaktadır.

Pazar ilişkilerine hükümet (G), müşteri (C) ve işletmenin (B) beraberinde yapay zekâ sistemi de (A) dahil olduğu görülmektedir. Bu anlamda yapay zekâ ile işletme arasındaki ilişki (B2A) hükümet ile yapay zekâ arasındaki ilişki (G2A), yapay zeka ile müşteri arasındaki ilişki (C2A) gibi belirli sistemler meydana gelmiştir (Draganov vd., 2018; Ok ve Kağıtçı, 2023). Pazarlamam 5.0'ın olumlu bir sonuç alabilmesi için her gruptan insan tarafından ulaşılabilir ve her gruptan insana hizmet edilebilmesi gerekmektedir. Pazarlama 5.0'ın gerçekleşmesi için bazı gerekli şartlar bulunmaktadır. Bu şartlar şu şekilde sıralanmaktadır:

- Yapay zekâ sistemlerinin düzenleyici ve kurumsal nitelikte tanımlanması gerekmektedir,
- Gelişmiş dijital ortamlarının, çeşitli yapay zekâ sistemlerinin ekonomik sisteme entegre edilebilmesi için bulunması zorunlu olmaktadır,
- Kapsayıcı ve yüksek hızda internet erişimi için bazı gerekli altyapıların bulunması gerekmektedir (Ok ve Kağıtçı, 2023; Kotler vd., 2021).

Şekil 1.: Pazarlama Evreleri



Kaynak: Öz ve Arslan, 2019: 247

3. Pazarlama 5.0'ın Bileşenleri

Pazarlama teknolojisinde ileri teknolojiler doğrudan pazarlama, reklamcılık, dağıtım kanalı, içerik pazarlama, müşteri-satış ilişkileri yönetimi, müşteri ilişkileri yönetimi, mal ve hizmetler alanlarında kullanılmaktadır (Kotler vd., 2021). Teknolojinin reklamcılık alanında en yaygın olarak kullanımı bağlamsal ve hedefleme reklamcılıktır. Firmalar en uygun ve doğru müşteri kitlesini tespit etme ve bu kitleye yönelik uygunluk algısını artırma aracılığıyla verilmek istenen etkiyi en iyi şekilde sunabilirler. Ayrıca kişiselleştirme açısından reklamcılık ve dinamik yaratıcılık alanları da önemli faktörlerdir (Ok ve Kağıtçı, 2023).

Teknolojinin gelişmesi, pazarlamanın tahmine ve veriye dayalı, artırılmış, çevik ve bağlamsal olmasını sağlamaktadır. Pazarlama 5.0'ın gelişmiş teknolojinin pazarlamaya değer katma faktörlerine dayalı olarak beş temel bileşeni olduğu kabul edilmektedir. Pazarlama 5.0 aralarında ilişkisi bulunan bağlamsal pazarlama, artırılmış pazarlama ve tahmine dayalı pazarlama olmak üzere üç temel uygulanmaya odaklanmaktadır. Ancak bu uygulamalar iki örgütlenme disiplini üzerine kurulmuştur. Bunlar; çevik pazarlama ve veriye dayalı pazarlamadır (Kotler vd., 2021).

3.1. Veri Destekli Pazarlama

Pazarlama 5.0'ın ilk disiplini olarak bilinen (Kotler vd., 2021) veriye dayalı pazarlama çeşitli kanallar yardımıyla verilerin toplanarak pazarlamacıların daha kişiselleştirilmiş bir strateji geliştirebilmesi amacıyla hedeflediği müşteri grubuyla ilişki içerisine girebilmek için elde edilen bu verilerin tüketicilerin satın

alma davranışlarının daha anlaşılır hale gelebilmesi için analiz edilme süreci olarak tanımlanmaktadır (Grandhi vd, 2020). Veriye dayalı pazarlamada alınan her kararın mevcut olan veriler ile alınması gerekmektedir (Ok ve Kağıtçı, 2023; Kotler, 2021).

Veriye dayalı pazarlamanın merkezinde her daim müşteri yolculuğu bulunmaktadır. Müşteri odaklılığın, pazarlama faaliyetlerindeki hedeflerin ön sıralarında yer alması bu disiplini kuvvetlendirmektedir. 1980 ve 1990 yıllarından beri işletme ve müşteri arasında pazarlama veri tabanları, toplanan müşteri verilerinden oluşturulmuştur. O yıllarda yalnızca müşterinin posta kodu, cinsiyeti ve faturalandırma gibi çok az müşteri verisi bulunmasına rağmen çoğu müşterinin yaş bilgisi bile yer almamaktaydı. Bu durum dijitalleşmenin artması ve dijitalleşmenin oluşturduğu avantajlar nedeniyle günümüzde değişiklik göstermektedir (Micheaux ve Bosio 2019). Böylelikle elde edilen veriler pazarlama stratejilerinin daha verimli olması açısından veriye dayalı tahminlerin yapılabilmesi ve sadece geçmişe değil geleceğe yönelik analizlerin de yapılabilmesi açısından önemlidir (Ok ve Kağıtçı, 2023).

Kotler vd. (2021) veri destekli pazarlamanın uygulama aşamasında daha verimli olabilmesinin üç aşamada mümkün olabileceğini belirtmektedir. Bu aşamalar (Ok ve Kağıtçı, 2023):

1. Pazarlama hedeflerinin açık bir şekilde tanımlanması: Bu aşamada işletme ve pazarlama yönetimi tarafından belirlenen hedefler açık bir şekilde belirtilerek çalışanların pazarlama faaliyetlerini benimsemeleri ve harekete geçmeleri daha kolay hale gelmektedir. Hedeflere odaklanarak kısa vadede kazanç elde edilmesine yardımcı olmakla birlikte etkili performans araçlarına öncelik verilerek performans değerlendirilmesine imkân sağlanmaktadır. Böylelikle elde edilen verilerin analiz edildikten sonra ortaya çıkan fikir ve sonuçlar uygulanabilir hale gelecek ve elde edilen veriler anlamlı olacaktır.

2. Veri ihtiyacının tespit edilmesi, toplanması ve gruplandırılması: Pazarlama hedefleri belirlendikten sonra ihtiyaç duyulan verilerin tespit edilmesi gerekmektedir. Verilerin doğru bir şekilde tespit edilmesi ve makul kanallardan toplanılması gerekmektedir. Veriler toplandıktan sonra verilerin kaynağına ve kullanım şekline göre çeşitli yönlere gruplandırılması sağlanmalıdır.

3. Entegre veri ekosistemi oluşturulması: Veri destekli pazarlama uygulamalarının uzun dönemde alışılmış bir stratejiyle içselleştirilmesi gerekmektedir. Toplanan verilerin müşteri segmentlerine veya bireysel müşterilere göre sınıflandırılarak muhafaza edilmesi önem arz etmektedir. Yeni pazar hedefleri belirlen-

diğinde ise yeni hedeflere uygun olarak toplanan verilerin eski verilerle bütünleştirilmesi veri ekosisteminin zenginleşmesine olanak sağlayacaktır (Ok ve Kağıtçı, 2023; Kotler vd., 2021).

Veri destekli pazarlama, işletmelerin pazarlama karması unsurlarını desteklemekle birlikte potansiyel müşterilerle bireysel olarak bir bağ kurmayı amaçlamaktadır. Bu amaç, hizmetlerin kişiselleştirilmesi açısından müşteri odaklı bir pazarlama oluştururken, işletmelere güvenli bir fiyatlandırma yöntemi de sunmaktadır (Camilleri, 2020). Pazarlamacılar veriye dayalı pazarlama ile büyük verilerle pazar talebini tahmin edebilmek ile birlikte yeni mal ve hizmet fikirleri ortaya koyabilmek için kullanılmaktadırlar. Fiyatlandırma modelini oluştururken daha dinamik hale getirmek ve fiyatlandırmayı doğru bir şekilde hesaplamak veriye dayalı bir yaklaşım gerektirmektedir (Kotler vd., 2021). İşletmeler ise müşteri hakkında daha detaylı bilgiler elde edebilmek ve bu müşterilerle ilişkilerinin boyutlarını özelleştirebilmektedirler (Aydın, 2022; Camilleri, 2020).

3.2. Kestirimci Pazarlama

Kestirimci pazarlama diğer bir adıyla tahmine dayalı pazarlama olarak da ifade edilebilmektedir. Kestirimci pazarlama, pazarlama faaliyetlerini gerçekleştirmeden önce faaliyetlerin sonuçları için makine öğrenimi ile farklı veriler kullanılarak tahmine dayalı bir analitik oluşturma ve bunu kullanma süreci olarak tanımlanabilmektedir. Bu verilerin kullanılması ile birlikte işletmeler pazarın proaktif olarak nasıl etkileneceğini ve pazarda nasıl bir tepki vereceğini tahmin etmelerini sağlar (Kotler vd., 2021). Teknolojiyi ön planda tutan işletmeler, yeni pazarlar oluşturmak, gelirlerini artırmak, müşteri ilişkilerinde verimliliği artırmak, ihtiyaç duyulduğunda müşteri ilişkilerinde değişiklik yapmak, yeni pazarlara girmek için tahmine dayalı pazarlamadan yararlanmaktadırlar (Munnia vd., 2020). Bunlara ek olarak kestirimci pazarlama, gelirleri arttırabilmek ve müşteri sadakatini sağlayabilmek için müşteri yaşam süresi boyunca bütün müşteri temas noktalarında daha anlamlı ve alakalı müşteri deneyimlerini sunarak tahmine dayalı analitiği kullanmaktadır (Artun ve Levin, 2015).

Pazarlamacılar geleneksel olarak, geçmişteki tavırları baz alan istatistiklere güvenmekte ve daha sonraki aşamalarda hangi olayların gerçekleşeceğini doğru tahmini için sezgilerini kullanmaktadırlar. Kestirimci analitikte, yapay zekâ analizler için çoğunlukla kullanılmaktadır (Kotler vd., 2021). Son yıllara bakıldığında, yapay zekâ olarak da bilinen algoritma kullanımının daha önceki dönemlere göre benzersiz bir şekilde yayıldığı görülmektedir (Kotras, 2020). Kestirimci pazarlama çoğunlukla verilere dayanmaktadır. Bu nedenle işletmeler önceden oluşturdukları veri ekosistemine dayanarak kapasiteyi oluşturlar (Kotler vd.,

2021). Tahmine dayalı pazarlama amaçlı verilere, nesnelerin internet teknolojisi yardımıyla ulaşılabilmektedir. Veri kaynakları belirli sensörde, sosyal ağda, cihazda, arama motorunda veya işletim sisteminde bulunabilir. Günlük yaşantımızda kullandığımız bağlantılı ve akıllı nesneler hayatımızı veri toplayan teknoloji ve altyapılar ile devamlı olarak izlemektedir. Toplanan veriler büyük veriler haline dönüşmekte ve insanların günlük hayatlarının farklı açılarını ilgilendiren çeşitli kaynaklardan gelmektedir. Bunlar elektronik belgeler, forumlar ve bloglar, taranan belge arşivleri, bilimsel araçlardan veriler, mali veriler, radyo frekansı tanımlama, sağlık bilgileri, finansal piyasalardaki işlemler ve fiyat teklifleri, web sunucusu günlüğü, mülk verileri ve bankacılık, coğrafi veriler vd.dir (Aydın, 2022; Munnia vd., 2020).

3.3. Bağlamsal Pazarlama

Bağlamsal pazarlama özelleştirilmiş ve bağlamsallaştırılmış bazı durumlardaki pazarlama uygulamaları ve yaklaşımlarıdır (Carson vd., 2002). Ayrıca bağlamsal pazarlama, müşterilerin istek ve ihtiyaçlarına odaklanarak gerçek zamanlı pazarlama faaliyeti olarak tanımlanabilmektedir (Kenny ve Marshall, 2000). Bağlamsal pazarlama tanımlardan da anlaşılacağı üzere ortaya yeni çıkan bir alan değildir. Fakat günümüzde yeni teknolojiler nedeniyle ortamını daha geniş bir şekilde otomatik olarak gerçekleştirdiği ve yapay zekâ ve nesnelerin interneti desteğiyle bakıldığında temeli daha yeni atılan Pazarlama 5.0 uygulamalarına dahil edilmektedir (Kotler vd., 2021). Bağlamsal pazarlama tüketiciye mevcut halde ilgi duydukları mal ve hizmetleri ön planda olan reklamlar vermeyi amaçlamaktadır. Bağlamsal pazarlama geçmiş kullanıcı davranışlarına veya kullanıcı bilgilerine dayalı özelleştirilmiş ve kişiselleştirilmiş özel mesajlar ve reklamlar sağlayan mobil pazarlama ve çevrimiçi pazarlama araçları aracılığıyla yapılabilmektedir (Vanessa ve Japutra, 2018).

Bağlamsal pazarlama uygulamalarında bilgi etkileşimlerinin doğru zamanda gerçekleştirilmesi temel özelliklerinden biri olarak kabul edilmektedir. Çeşitli verileri kullanarak nesnelerin interneti, yapay zekâ, mobil uygulamalar ve akıllı sensörler yardımıyla müşterilerin aradıkları ürün bilgilerine nerede, ne zaman ve nasıl bir şekilde ulaşabileceklerine tespit etmektedir. Böylelikle senaryolara göre farklı durumlarda müşterilerin anlık bilgi etkileşimi üçüncü kişi verilerinden faydalanarak sağlanmaktadır. Bu durumda bağlamsal pazarlama doğru zamanda tüketici ve müşterilerin satın almalarını plansız bir şekilde gerçekleştirmesine yardımcı olmakta ve müşteri ilişkilerini daha sıkı tutmasını sağlamaktadır. Bilgi etkileşimi doğru zamanda gerçekleştirerek aktif katılım için müşterileri teşvik eder ve müşteri deneyimini geliştirmektedir (Ok ve Kağıtçı, 2023; Zheng vd., 2021).

Bağlamsal pazarlamanın daha başarılı olabilmesi için öncelikle tüketici ve müşterilerin düşünce ve duygularını belirleyebilmek üzere yapay zekâ vasıtasıyla işlenebilecek ipuçlarını toplayabilecek farklı sensörlere ihtiyaç duyulmaktadır. İhtiyaç duyulan bu sensörler çeşitli yerlerde kullanılarak tecrübeleri gözlemlemektedir. Yapay zekâ kullanımının bağlamsal pazarlamada öncelikle olarak satış noktasında ilk adım çeşitli ortamlarda cihazların ve sensörlerin kurulmasıdır. Akıllı sensörlerin satış noktalarında yer almasıyla müşterilerin hareketleri ve yerleri sinyal vericiler ile takip edilebilmektedir. Burada en çok destek alınan sinyal vericiler müşterilerin kullandıkları akıllı telefonlardır. Buradaki en önemli detay akıllı telefonlarda gerekli mobil uygulamaların yüklü olmasıdır. Diğer bir bağlamsal pazarlama tetikleyicisi ise ses ve yüz tanıma teknolojilerinden hareketle gelişim gösteren biyometri kullanımıdır. Biyometri teknolojilerini kullanan işletmeler yüz tanıma sistemleri sayesinde, müşterilerin akıllı telefonlarına ihtiyaç olmadan müşteri veri tabanlarına kaydedilerek kimlikleri tespit ve takip edilebilmektedir. İşletmeler böylece müşterilerin duygu, düşünce ve tepkilerini analiz edebilecek verileri toplayabilmektedirler (Ok ve Kağıtçı, 2023).

3.4. Artırılmış Pazarlama

Artırılmış pazarlama, kurumsal amaçlara ulaşmak için tüketici faydalarını ortaya çıkarmak, göstermek ve ifade etmek amacıyla nesneleri veya dijital bilgileri müşterilerin fiziksel dünyaya ilişkin algılarıyla, genellikle diğer medyalarla birleştiren stratejik bir kavramdır (Rauschnabel vd., 2019). Artırılmış pazarlamayı Kotler vd. (2021) şu şekilde tanımlamıştır: “Sohbet robotları ve sanal asistanlar gibi insanı taklit eden teknolojilerle müşteriye dönük pazarlamacıların üretkenliğini artırmak için dijital teknolojinin kullanılmasıdır.” Ayrıca pazarlamacıların insan merkezli temas noktalarının empatisi ve sıcaklığıyla dijital ara yüzün rahatlığını ve hızını artırılmış pazarlamada birleştirdiğini ifade etmiştir.

Artırılmış pazarlama gereksinimi Y ve Z kuşaklarının güçlenmesiyle artmakta ve her geçen gün bu gereksinim artmaya devam etmektedir. Bu kuşaklar teknolojiyle özdeşleşmiş, interneti ise yaşamlarının vazgeçilmezi olarak görmektedirler. Y ve Z kuşakları dijital ve fiziksel dünyayı birleştirerek fijital bir dünya oluşturmaktadırlar (Kotler vd., 2021). Pazarlama faaliyetleri de bu fijital dünyadan yararlanmaktadır. Fiziksel ortamlarda gerçekleştirilen alışverişler fijital pazarlamayla birlikte gelişmiş ve zenginlik kazanmıştır (Çelik, 2021). Devamlı olarak tüketiciler alışverişlerini sanal içerik ile geliştirilen gerçeklik içerisinde yapacaklardır. Pazarlamacılar bu gerçeklikleri pazarlama stratejiler yardımıyla bütünleştirmeye çalışmalıdırlar (Aydın, 2022; Rauschnabel vd., 2019).

3.5. Çevik Pazarlama

Küreselleşme ve teknolojik gelişmelerle, pazarlarda, tüketici tercihlerinde ve ihtiyaçlarında olduğu kadar işletmelerde veya kuruluşlarda da değişiklikler meydana gelmiştir. Pazarlama uygulamalarındaki ve bunların altında yatan faktörlerdeki değişiklikler hızla değişime uğrayabilmektedir. İşletmelerin çevrelerinde gerçekleşen değişimleri fark etmeleri ve bu duruma entegre olmaları gerekmektedir (Tan vd., 2022). Çevik pazarlama, pazarlama alanında şirketlerin yenilikçi faaliyetler ve rekabetçi eylemler gerçekleştirebilmesi için müşteri odaklı fırsatları belirleme ve belirlenen fırsatlara hızlı şekilde tepki verebilme derecesi olarak tanımlanabilmektedir (Roberts ve Grover, 2012). Bu tanıma göre firmalar çevik pazarlama anlayışı çerçevesinde müşteri istek ve ihtiyaçlarına odaklanmaları gerekmekte ve bu doğrultuda firmalar hedef, kaynak ve amaçlarını daha esnek bir şekilde kullanabilmeleri gerekmektedir (Ok ve Kağıtçı, 2023).

Gelişen teknolojilerin ön plana çıkardığı sektörlerin ana özellikleri ürün yaşam döngülerinin kısa vadeli bir şekilde ilerlemeleridir. İşletmeler bu sektörlerde ürünlerini pazarda ilk kez sunan ve kullandıkları teknoloji eskimeden üründen maksimum fayda elde etmeleri gerekmektedir. Böylece sektörde rekabet etmektedirler. Bu işletmelerin rekabet avantajı sağlayabilmeleri için de hızlı ve sürekli değişen müşteri talep ve trendlerini takip etmeleri ve bunlara hızlı bir şekilde entegre olmaları gerekmektedir. Bu sebeple işletmelerin çevik pazarlamayı benimsemekle beraber teknolojide gelişmiş sektörlerde kullandıkları görülmektedir (Kotler vd., 2021). Çevik pazarlama işletmelerin hızlı ve sürekli gelişimini, esneklik artışı ve müşteri odaklı tepki verme oranını artırmaktadır (Moi ve Cabiddu, 2021).

Temel olarak çevik pazarlamanın beş bileşeni bulunmaktadır. Öncelikle işletmelerin eş zamanlı analiz sistemlerini geliştirmesi ve sonrasında bu sistemler vasıtasıyla oluşturulan bilgilerden çıkarımlar elde eden çevik ekipmanlar oluşturması gerekmektedir. Çevik pazarlama ekipmanları, pek çok farklı kampanya veya ürün kombinasyonu esnek olacak şekilde geliştirirler. Bu kampanya veya ürün kombinasyonları için geliştirilen prototip çıkarımlar ve fikirler doğrultusunda çeşitli deneyler gerçekleştirilmektedir. Kombinasyonların her biri pazar analizleri ile eş zamanlı olarak test edilmekte ve hayata geçirilmek üzere hangisinin uygun olduğuna karar verilmektedir. Bu aşamada dış ve iç kaynakların kullanıldığı açık inovasyon yaklaşımlarının benimsenmesi en önemli hususlardan bir tanesi haline gelmektedir. İşletmeler uzmanlaşarak çevik pazarlama aşamasını Pazarlama 5.0'da uygulayabilmektedir (Ok ve Kağıtçı, 2023; Kotler vd., 2021).

4. Pazarlama 5.0 Uygulama Alanları

Blok zincir, sanal gerçeklik, yapay zekâ, robotbilim, nesnelerin interneti, sensörler ve doğal dil işleme gibi teknolojiler Pazarlama 5.0'ı daha kullanılabilir hale getirmektedir. Dijital pazarlama alanında ilgili başlıklardan kısaca bahsedilmeye çalışılmıştır (Kotler vd., 2021).

4.1. Artırılmış ve Sanal Gerçeklik: Sanal gerçeklik, bilgisayar ve diğer teknolojileri kullanarak beş duyu organının hislerini gerçeğe çok yakın olacak bir şekilde dijitalle aktarılmasında yer alan teknoloji olarak tanımlanabilmektedir. İlgili dijital ortama dahil olabilmek için başlık, gözlük gibi görüntüleme ve ses aygıtları kullanılmaktadır. Gerçeğe çok yakın olan bu ses ve görüntüler insanların gerçek duygularını hissetmelerine yol açmaktadır (Schwap, 2019). Artırılmış gerçeklik ise gerçek ile sanalın bir arada olmasıyla sanal ortamda gerçek verilerin çeşitlendirilmesine imkan sağlamaktadır (Fidan ve Yıldırım, 2020). Artırılmış ve sanal gerçeklik pazarlaması eğitim, tıp, psikoloji, spor, keşif gezileri, havacılık, turizm, inşaat gibi çok geniş sektörlerle ve alanlara hitap etmektedir (Yıldırım Ersoy, 2021). Sanal ve artırılmış gerçeklik en az düzeyde insan katılımıyla cazip ürünler sunmaya yardımcı olmakta ve tüketicilere hayallerinin ötesinde, ihtiyaç duyduklarından fazlasını sosyal etkileşimler yardımıyla sunmaya odaklanmaktadır (Kotler vd., 2021).

4.2. Yapay Zekâ

Yapay zekâ makinelerin insan davranışlarını taklit etmesi olarak tanımlanabilmektedir (Akkan, 2022). İşletmeler tekrarlayan işlerinin standart ve düzenli hale getirerek bu işlerden standart bir şekilde verimliliklerini artırmak isterler. Yapay zekâ bu noktada işletmelerin odak noktası denilebilmektedir. Yapay zekâ işletmelerin işlerini otomatikleştirerek derinliklerini ve miktarını artırmaktadır. Yapay zekâ her alan ve sektörde yer almaktadır. Özellikle pazarlama birimlerinde yapay zekâ diğer alanlara göre daha yaygın kullanılmaktadır. Bunun en büyük sebeplerinden birisi de işletmeler müşterilerin verilerini toplayarak bu verileri elinde bulundurmasıdır. Yapay zekâ teknolojisi sayesinde pazarlamacılar tüm temas noktalarını yönetebilmektedir (Davenport vd., 2020). Müşteri verilerinin çokluğu yapay zekaya imkân veren bir adımdır. İnternet bağlantısı ile müşteri verileri sayesinde müşteri istek ve ihtiyaçları tahmin edilebilmekte ve müşteri beklentilerinin de üstünde ürünler sunulabilmektedir. Bu nedenle makine öğrenmesi ve yapay zeka kullanımının pazarlama alanında büyük bir önem taşıyacağı düşünülmektedir (Yıldırım Ersoy, 2021; Wirth, 2018).

4.3. Nesnelerin İnterneti (IoT): Nesnelerin interneti, internet temelli teknolojilerle nesnelerin ve bilginin dijital ortamlara ve birbirlerine bağlanabildiği ağ

platformu olarak ifade edilebilmektedir (Greengard, 2017). Nesnelerin interneti, birbirine bağı nesnelerin ve internetin müşteri verilerinin işlenmesi ve depolanmasına önemli ölçüde katkı sağlamaktadır. Nesnelerin interneti teknolojisi gayrimenkul, eğitim, mühendislik, turizm, mimar, sağlık ve inşaat gibi birçok alanda yaygın olarak kullanılmaktadır. Pazarlama bu alanların başında gelmektedir. Nesnelerin interneti teknolojisiyle işletmeler, maliyet ve zaman tasarrufu, operasyonel verimliliklerde gelişme ve iyileşme, eldeki verilerin güncel ve kayıt altında olmasıyla olaylara hızlı bir şekilde müdahale edebilme imkânı sağlayabilmektedirler (Fidan ve Yıldırım, 2020). Nesnelerin interneti teknolojisine sahip sensörler ve cihazlar sayesinde alışveriş yapan tüketicilerin verilerini perakendecilere aktarabilmektedir (Öz ve Arslan, 2019). Ayrıca yapay zekâ aracılığıyla niyet ve tutumlar hakkında fikir geliştirmekte ve işletmelere aktarabilmektedir. Bunun sonucunda işletmeler müşterilerine öneriler, anlık indirimler ve özel deneyimler sunabilecektir. Bundan dolayı pazarlamacılar nesnelerin teknolojisiyle büyük rekabet avantajı sağlayabilmektedirler (Yurcu, 2023). Nesnelerin interneti ürün (product), kanallar ve kurumlar olarak yer (place), promosyon (promotion) ve fiyattan (price) oluşan pazarlama karması (4P) unsurlarının daha entegre ve akıllı bir şekilde yürütülmesini kolaylaştırmaktadır. Nesnelerin interneti çevresi ve kendisi ile ilgili bilgi veren akıllı ürünlerin ortaya çıkmasını ve gelişmesini sağlamaktadır. Örnek olarak fitbit bileklikleriyle kullanan bireylerin uygu düzeni, kalori harcaması, yiyecek tüketimi gibi pek çok bilgiyi sensörler yoluyla sanal bulutlara veya mobil uygulamalara aktarabilmektedir (Öz ve Arslan, 2019; Sarnı, vd, 2016).

4.4. Ses ve Yüz Tanıma Teknolojisi

İnsanların eşsiz biyolojik özelliklerini analiz etme ve izleme bilimi olan biyometrik pazarlamacılar içinde farklı imkanlar sunmaktadır. İlgili teknolojiler genellikle güvenlik alanlarında kullanılmaktadır. Ancak pazarlamacıların müşterileri tanıyıp daha kişisel mesajlar oluşturmaya imkân sağlamaktadır. Son yıllarda pazarlama çalışmalarında yüz tanıma teknolojileri, deneyimsel pazarlama ve etkileşimli pazarlamada sıkça kullanıldığı görülmektedir (Binbir, 2021). Yüz tanıma ve ses teknolojileri pazarlama için makine öğrenmesi aracılığıyla işlevsellik kazanmaktadır. Yüz tanıma teknolojiyle fotoğrafları ayırt ederek kime ait olduğunu belirleme imkânı bulunmaktadır. Bazı platformlarda yüz tanıma teknolojiyle kimlik kartına ihtiyaç duyulmadan kimlik belirlenmektedir. Bazı sosyal medya uygulamaları ise bu teknoloji yardımıyla kullanıcıların adlarını etiketleme önerisinde bulunabilmektedir (Ok ve Kağıtçı, 2023; Kumar, 2019). Sesli komutlar, akıllı cihazlar ve bilgisayarlar tarafından algılanarak Google Asistant gibi uy-

gulamalarla akıllı cihazlar ve bilgisayarlardan sesli yanıt alınabilmektedir. Örneğin ses teknolojilerinden olan Alexa'yı yetişkinler, onlarla konuşan, eğlendiren, bilgi veren, dinleyen bir yardımcı; çocuklar ise bir arkadaş veya kardeş olarak görmektedir (Yıldırım Ersoy, 2021; King, 2020). Birçok platformda sesli asistanların kullanımı giderek artmaktadır. Bu sesli asistanlar yapay zekâ teknolojilerinden faydalananarak kullanıcıların beklentilerine uyum düzeylerini iyileştirmekte ve geliştirmektedirler (Charlesworth, 2018,). Yapılan bir araştırmada, kullanıcı deneyimlerini geliştirmek için pazarlama departmanlarının yaklaşık %20'si ses teknolojisi hizmetlerini kullanmaktadır (Mari ve Algesheimer, 2022).

Sonuç

Bireylerin dijital dönüşüm çağındaki tercihleri, tüketimleri, alışveriş alışkanlıkları ve beğenileri eskiye göre sıklıkla değişkenlik göstermektedir. Hızlı bir şekilde gerçekleşen değişimlere işletmeler ayak uydurmalı ve mevcut pazarlama noktasını yakalamaları gerekmektedir (Derinözlü, 2023). İnsan için teknoloji olarak ifade edilen Pazarlama 5.0 diğer pazarlama süreçlerinden ayrı bir şekilde düşünülmemelidir. Aksine pazarlamanın geçirdiği her evre bir önceki pazarlama aşaması üzerine bir şeyler ekleyip yükselen yeni bir anlayışı ifade ettiği görülmektedir. Pazarlama 5.0 (nesnelerin interneti), Pazarlama 1.0 (ürün merkezli), Pazarlama 2.0 (tüketici merkezli), Pazarlama 3.0 (insan merkezli) ve Pazarlama 4.0(dijital merkezli) evreleri birleştirilir ve bu evrelerden daha gelişmiş bir evreyi ifade etmektedir (Öz ve Arslan, 2019). Pazarlama 5.0 kavramı her ne kadar dijital dönüşümün sonucu olarak teknolojiyle daha bağlantılı bir pazarlama anlayışı olduğu görülse de bununla birlikte empatik yaklaşımların, müşteri ve tüketici odaklılığın, insancıllaşmanın ve insani duyguların ön plana çıkaran bir pazarlama yaklaşımı olduğu görülmektedir (Derinözlü, 2023).

Nesnelerin interneti ve yapay zekâ gibi yeni teknolojiler pazarlamayı keyifli kullanıcı deneyimleri sunabilmekte ve kişiselleştirebilmektedir. Yapay zekanın faydalarından biri de müşterilerin tepkilerini tahmin edebilen pazarlama kişiselleştirmesidir (Hopkinson vd., 2022). Büyük veri ve yapay zekâ gibi yeni teknolojiler pazarlamayı uygulamak için yeni yönlemlere olanak sağlamıştır (Varmavuo, 2020). Geleceğin dünyasında, yeni teknolojiler muhtemelen muhteşem kullanıcı deneyimleri yaratmada çeşitli uygulamalar bulacağı ön görülmektedir. (Ak-hunova & Abdusattorova, 2023). Bazı teknolojiler Pazarlama 5.0'da kullanılabilir. Pazarlama 5.0 sensörler, yapay zekâ, doğal dil işleme, blockchain, robotlar, artırılmış gerçeklik ve sanal gerçeklik gibi teknolojilerin birlikte veya tek başına insanları taklit ederek pazarlama faaliyetlerinin daha verimli ve etkin şekilde yürütülmesine olanak tanımaktadır. Pazarlama da doğal dil işleme, blockchain, robotlar, artırılmış gerçeklik, sanal gerçeklik gibi teknolojiler hayati öneme

sahiptir (Movahed vd., 2024). Ayrıca daha önce bu teknolojilerle yapılması planlanan fakat gerçekleştirilmesi mümkün olmayan pazarlama faaliyetleri de yerine getirilebilmektedir. Örneğin fiziksel mağazalarda veya online mağazalarda gelişmiş teknolojilerle işletmeler, müşterilerin alışveriş alışkanlıklarını saptayabilmekte ve müşterilerin ailevi, kişisel, demografik gibi özelliklerini belirlemektedirler. Bununla birlikte yapay zekâ sayesinde nasıl bir ürün alınacağı, ne zaman alınacağı, alındıysa bu ürünün yanında alınabilecek başka bir ürün tavsiyesi etme gibi müşteriye yönelik kişiye özel indirimler, tutundurma faaliyetleri gibi etkili pazarlama faaliyetleri gerçekleştirilebilmektedir (Aydın, 2022).

Dijitalleşme bağlamında, Pazarlama 5.0 tüketici davranışları, tercih ve eğilimleri hakkında içgörüler elde etmek için büyük miktarda veriyi anlama ve analiz etmenin önemini vurgulamaktadır. Büyük veri analitiği şirketlerin müşteri memnuniyetini ve elde tutmayı artıran bilinçli, gerçek zamanlı kararlar almasını sağlayarak merkezi bir rol oynamaktadır. Özellikle sohbet robotları aracılığıyla müşteri hizmetlerini otomatikleştirmesini ve bireysel tercihlere uyum sağlayan dinamik içerikler tasarlanmasını sağlamaktadır. Tüketici davranışını gerçek zamanlı olarak tahmin etme ve yanıtlama yeteneği, daha geniş, daha az kişiselleştirilmiş stratejilere dayanan önceki pazarlama modellerinden önemli bir değişimi yansıtmaktadır (Davenport vd., 2020). Pazarlama 5.0 ayrıca etik hususları entegre eder ve dijital gelişmeler insan merkezli değerlerle dengelemeye odaklanmaktadır. Bu pazarlama dönemi, dijital olarak bağlantılı bir dünyada tüketiciler tarafından giderek daha fazla önceliklendirilen gizlilik, veri koruması ve tüketici onayının önemini kabul etmektedir. Son araştırmalar, tüketicilerin veri uygulamaları konusunda şeffaf olan ve teknoloji kullanımında etik standartları koruyan markalarla etkileşime girme olasılıklarının daha yüksek olduğunu göstermektedir (Wedel & Kannan, 2016). Bu nedenle, Pazarlama 5.0, markalar ve tüketiciler arasında güven oluşturmayı ve daha derin bağlantılar kurmayı amaçlayarak yapay zekâ ve verilerin sorumlu kullanımını teşvik ederek bu endişeleri gidermeyi amaçlamaktadır. Pazarlamada dijital dönüşüm üzerine literatür, dijitalleşmenin şirketlerin sorunsuz bir müşteri deneyimi yaratmak için dijital ve fiziksel kanalları entegre ettiği çok kanallı pazarlamayı nasıl mümkün kıldığını da vurgulamaktadır (Nugraha, 2024).

Yapay zekâ ve veri analitiğinin yardımıyla, pazarlamacılar artık her kampanyanın etkisini gerçek zamanlı olarak ölçebiliyor, tüketici geri bildirimlerine ve davranışsal verilere göre ayarlamalar yapabilmektedir. Bu uyarlanabilirlik, tüketici beklentilerinin ve teknolojik yeteneklerin sürekli olarak geliştiği hızla değişen bir dijital ortamda büyük önem taşımaktadır (Huang ve Rust, 2021). Özetle, Pa-

zarlama 5.0, daha kişiselleştirilmiş, anlamlı ve etik tüketici deneyimleri yaratmayı amaçlayan gelişmiş dijital araçların ve insan merkezli bir yaklaşımın bir araya gelmesini temsil etmektedir. Pazarlamanın dijitalleşmesi, şirketlerin daha güçlü müşteri ilişkileri geliştirmek, operasyonel verimliliği artırmak ve etik endişeleri daha önceki pazarlama paradigmalarının başaramadığı bir şekilde ele almak için büyük veri, yapay zekâ ve çok kanallı stratejilerden yararlanmalarını sağlamaktadır. Pazarlamadaki bu evrim, dijital olarak doymuş bir pazarda modern tüketicilerin ihtiyaçlarını karşılamak için dinamik ve duyarlı bir yaklaşıma duyulan ihtiyacı vurgulamaktadır (Nugraha, 2024).

Pazarlama 5.0'ın; artırılmış pazarlama, tahmine dayalı pazarlama, bağlamsal pazarlama, çevik pazarlama ve veriye dayalı pazarlama olmak üzere beş bileşeni bulunmaktadır. Bu bileşenlerden artırılmış pazarlama, tahmine dayalı pazarlama ve bağlamsal pazarlama birbirleriyle ilişkilidir, geriye kalan iki bileşen ise iki kurumsal disiplin üzerine kurulmuştur. Günümüzde Pazarlama 5.0, teknolojinin gelişmesiyle farklı özelliklerde ve çok sayıda verilere rahatlıkla ulaşılabilir. Alınacak her bir karar da yeterli veri olabilmesi için elde edilen veriler oldukça önemlidir. Pazarlama 5.0 dönemi geçişine bakıldığında baş döndürücü hızda bir değişimden söz edilebilmektedir. İşletmeler bu hızdaki değişimde uzun ömürlü olabilmeleri için bu değişimlere ayak uydurmaları gerekmektedir. Gelişen teknolojiyle Pazarlamacılar için bu noktada büyük avantajlar bulunmaktadır. Teknolojiyle insanların gerçekleştiremediğini gerçekleştiren teknolojiler de olsa da teknolojinin de yapamadığı pazarlama faaliyetleri gibi faaliyetler bulunmaktadır. Dolayısıyla pazarlamacılar, pazarlama faaliyetlerini gerçekleştirirken teknolojiden yararlanması gerekmektedir (Aydın, 2022).

Kaynakça

- Ahmed, F. (2024). Artificial İntelligence And İts İmpact On Customer Service: Enhancing Experiences Or Eroding Trust. *Review Journal For Management & Social Practices*, 1(3), 10- 19. <https://doi.org/10.32479/İrm.8166>
- Akhunova, S., & Abdusattorova, M. (2023). Digital Marketing: Near Future And Perspectives. *European Journal Of Economics. Finance And Business Development*, 1(2), 18–25.
- Akkan, E. (2022). Dijital Pazarlamanın Gelişimi ve Pazarlama 5.0. In *Örnek Olaylarla Dijital Pazarlama Yönetimi*. Gazi Kitabevi.
- Altundal, G. (2022). *Pazarlama 4.0 üzerine nitel bir araştırma* (Master's thesis, İstanbul Gelişim Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü).
- Artun, O., & Levin, D. (2015). Predictive Marketing: Easy Ways Every Marketer Can Use Customeranalytics And Big Data. John Wiley & Sons.
- Aydın, İ. (2022). İnsanları Taklit Eden Teknolojiler Bağlamında Pazarlama 5.0. In Ş. Karabulut (Ed.), *Ulusal Ve Küresel Ölçekte Tüm Yönleriyle Pazarlama*.
- Bharadiya, J. P. (2023). Machine Learning And AI İn Business İntelligence: Trends And Opportunities. *International Journal Of Computer (IJC)*, 48(1), 123-134
- Binbir, S. (2021). Pazarlama Çalışmalarında Yapay Zeka Kullanımı Üzerine Betimleyici Bir Çalışma. *Yeni Medya Elektronik Dergisi*, 5(3), 314-328. <https://doi.org/10.17932/Iau.Ejnm.25480200.2021>
- Büyükkalayci, G., & Karaca, H. M. (2019). Pazarlama 4.0: Nesnelerin İnterneti. *Third Sector Social Economic Review*, 54(1), 463-477. <https://doi.org/10.15659/3.Sektor-Sosyal-Ekonomi.19.03.1105>
- Camilleri, M. A. (2020). The Use Of Data-Driven Technologies For Customer-Centric Marketing. *International Journal Of Big Data Management*, 1(1), 50-63. <https://doi.org/10.1504/IJBDM.2020.106876>
- Carson, D., Enright, M., Tregear, A., Copley, P., Gilmore, A., Stokes, D., ... & Deacon, J. H. (2002). Contextual Marketing. In *Proceedings Of The Academy Of Marketing/AMA Annual Research Symposium*, January, Oxford: Oxford Brookes University.
- Charlesworth, A. (2018). *Digital Marketing: A Practical Approach*. Routledge. <https://doi.org/10.4324/9780203493717>
- Corbae, G., Jensen, J. B., & Schneider, D. (2003). *Marketing 2.0: Strategies For Closer Customer Relationships*. Springer Science & Business Media.
- Çelik Z. (2021). Fijital (Phygital) Pazarlama- Dijitalleşen Dünyada Pazarlama, SAĞLAM MEHMET, Editör, Nobel Yayınevi, Ankara, Ss.297-317, 2021. <https://doi.org/10.5281/Zenodo.8364534>

- Çoban, S., & Kaya, H. (2022). Teknolojik Gelişmeler Ve Pazarlamaya Yansımaları (Ed. Çoban, S., Erkutlu, H. V., Köse, E. & Derici, S.). İşletmecilikte Güncel Yaklaşımlar İçinde (Ss. 5-23). Nevşehir: Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi Yayınları.
- Davenport, T., Guha, A., Grewal, T., & Bressgott, T. (2020). How Artificial İntelligence Will Change The Future Of Marketing. *Journal Of The Academy Of Marketing Science*, 48(1), 24-42. <https://doi.org/10.1007/S11747-019-00696-0>
- Derinözlü, E. (2023). Pazarlama 5.0'da Marka İletişimini Geliştiren Uygulamalar. Efe Akademi Yayınları.
- Dizman, H. (2022). Pazarlama 1.0'dan Pazarlama 5.0'a Tarihsel Bir İnceleme. *Social Sciences Studies Journal (Sssjournal)*, 7(87), 3866-3871.
- Draganov, M., Panicharova, M., & Madzhirova, N. (2018, June). Marketing 5.0. Transactions Of Artificial İntelligence Systems İn The Digital Environment. In *2018 International Conference On High Technology For Sustainable Development (Hitech)* (Pp. 1-3). IEEE. <https://doi.org/10.1109/Hitech.2018.8566547>
- Durukal, E. (2019). Pazarlama 1.0'dan Pazarlama 4.0'a Doğru Değişim. İnsan Ve Toplum Bilimleri Araştırmaları Dergisi, 8(3), 1613-1633. <https://doi.org/10.15869/İtobiad.549402>
- Erragcha, N., & Romdhane, R. (2014). New Faces Of Marketing İn The Era Of The Web: From Marketing 1.0 To Marketing 3.0. *Journal Of Research İn Marketing*, 2(2), 137-142. <https://doi.org/10.17722/Jorm.V2i2.46>
- Fidan, K., & Yıldırım, F. (2020). DİJİTAL PAZARLAMA STRATEJİLERİ ÜZERİNE NİTEL BİR ARAŞTIRMA. *İstanbul Ticaret Üniversitesi Girişimcilik Dergisi*, 4(8), 137-150.
- Grandhi, B., Patwa, N., & Saleem, K. (2020). Data-Driven Marketing for Growth and Profitability. *EuroMed Journal of Business*.
- Greengard, S. (2017). Internet Of Things (Nesnelerin İnterneti). Çev: Müge Çavdar, *Optimist Yayınları: İstanbul*, 30-31.
- Gupta, T., & Bansal, S. (2022). Immersive Horizons: VR And AR İn Digital Marketing. *Journal Of Marketing & Supply Chain Management*, 1(2), 1-7. 1 [https://doi.org/10.47363/JMSCM/2022\(1\)134](https://doi.org/10.47363/JMSCM/2022(1)134)
- Hopkinson, P. J., Singhal, A., Perez-Vega, R., & Waite, K. (2022, May). The Transformative Power Of Artificial Intelligence For Managing Customer Relationships: An Abstract. In *Academy Of Marketing Science Annual Conference* (Pp. 307-308). Cham: Springer Nature Switzerland. 1 https://doi.org/10.1007/978-3-031-24687-6_124
- Huang, M. H., & Rust, R. T. (2021). A Strategic Framework For Artificial İntelligence İn Marketing. *Journal Of The Academy Of Marketing Science*, 49, 30-50. <https://doi.org/10.1007/S11747-020-00749-9>

- Jara, A. J., Parra, M. C., & Skarmeta, A. F. (2012, July). Marketing 4.0: A New Value Added To The Marketing Through The Internet Of Things. In 2012 Sixth International Conference On Innovative Mobile And Internet Services In Ubiquitous Computing (Pp. 852-857). IEEE. <https://doi.org/10.1109/IMIS.2012.203>
- Kenny, D., & Marshall, J. F. (2000). Contextual Marketing. *Harvard Business Review*, 78(6), 119-125.
- King, K. (2020). Pazarlamada Yapay Zekâ Kullanımı (S. Arslanpay, Çev.). *İstanbul: The Kitap*.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management*, 15thn Edition New Jersey: Pearson Prentice Hall.
- Kotler, P., Kartajaya, H., & Setiawan, I. (2010). *Marketing 3.0: From Products To Customers To The Human Spirit*. Hoboken, NJ: John Wiley Sons. <https://doi.org/10.1002/9781118257883>
- Kotler, P., Kartajaya, H., & Setiawan, I. (2017). *Pazarlama 4.0: Gelenekselden Dijitale Geçiş*. Optimist Yayın Grubu.
- Kotler, P., Kartajaya, H., & Setiawan, I. (2021). *Pazarlama 5.0: İnsan İçin Teknoloji*, Çev. Taner Ge-Zer, 2. Baskı, İstanbul: Nişantaşı Üniversitesi Yayınları
- Kotler, P., Kartajaya, H., & Setiawan, I. (2018). *Marketing 3.0: From Products To Customers To The Human Spirit*. Springer. <https://doi.org/10.1002/9781118257883>
- Kotras, B. (2020). Mass Personalization: Predictive Marketing Algorithms And The Reshaping Of Consumer Knowledge. *Big Data & Society*, 7(2), 2053951720951581. <https://doi.org/10.1177/2053951720951581>
- Krauss, M. (2017). Marketing 4.0 Argues The Marketplace Has Changed, And The Customer Is In Control. *Marketing News*, 51(4), 26-27.
- Kumar, V., Rajan, B., Venkatesan, R., & Lecinski, J. (2019). Understanding The Role Of Artificial Intelligence In Personalized Engagement Marketing. *California Management Review*, 61(4), 135-155. <https://doi.org/10.1177/00081256198593>
- Mari, M., & Algesheimer, R. (2022). AI-Based Voice Assistants For Digital Marketing: Preparing For Voice Marketing And Commerce, O. Niininen (Ed.), In *Contemporary Issues In Digital Marketing* (Pp.72-82)., Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781003093909-9>.
- Micheaux, A., & Bosio, B. (2019). Customer journey mapping as a new way to teach data-driven marketing as a service. *Journal of Marketing Education*, 41(2), 127-140.
- Moi, L., & Cabiddu, F. (2021). An Agile Marketing Capability Maturity Framework. *Tourism Management*, 86, 104347. <https://doi.org/10.1016/J.Tourman.2021.104347>

- Movahed, A. B., Movahed, A. B., & Nozari, H. (2024). Opportunities And Challenges Of Marketing 5.0. *Smart And Sustainable Interactive Marketing*, 1-21. <https://doi.org/10.4018/979-8-3693-1339-8.Ch001>
- Mucuk, İ. (2017). Pazarlama İlkeleri. Türkmen Kitabevi 21. Baskı.
- Munna, A., Nicotra, M., & Romano, M. (2020). Big Data, Predictive Marketing And Churn Management In The Iot Era. *The Internet Of Things Entrepreneurial Ecosystems: Challenges And Opportunities*, 75-93. https://doi.org/10.1007/978-3-030-47364-8_5
- Nugraha, Erie. (2024). Digital Transformation in Marketing: From Marketing 3.0 to Marketing 5.0. *Global International Journal of Innovative Research*. 2. 2528-2544. 10.59613/global.v2i10.348.
- Ok, Ş., & Kağıtçı, S. (2023). Endüstri 5.0'a Doğru Pazarlama 5.0: İnsan Ve Teknoloji. In Ş. Karabulut (Ed.), *Ulusal Ve Küresel Ölçekte Tüm Yönleriyle Pazarlama*. Nobel Yayınevi. <https://doi.org/0000-0001-7955-6404>
- Onurlu, Ö., & Çelik, S. U. (2021). Pazarlama 4.0 Açısından Doğal Reklamların İncelenmesi Ve Marka Farkındalığına Etkisi Üzerine Bir Araştırma. *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 13(4), 2927-2944. <https://doi.org/10.20491/İsarder.2021.1299>
- Ödemiş, M. & Hassan, A. (2019). Pazarlama Felsefelerinin Tarihsel Gelişimine Yönelik Bir İnceleme. *Gümüşhane Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Elektronik Dergisi*, 10(1), 128-139.
- Öz, A., & Arslan, B. (2019). Pazarlama 5.0: Nesnelerin İnterneti Pazarlaması. *Journal Of Strategic Research In Social Science*, 5(1), 243-266. <https://doi.org/10.26579/Josress-5.1.15>
- Özden, A. T. (2022). 1.0'dan 5.0'a Dünya: Web, Pazarlama, Endüstri Ve Toplum. *Journal Of Business In The Digital Age*, 5(1), 29-44. <https://doi.org/10.46238/Jobda.1003371>
- Rauschnabel, P. A., Felix, R., & Hinsch, C. (2019). Augmented Reality Marketing: How Mobile AR-Apps Can Improve Brands Through Inspiration. *Journal Of Retailing And Consumer Services*, 49, 43-53. <https://doi.org/10.1016/J.Jretconser.2019.03.004>
- Roberts, N., & Grover, V. (2012). Investigating Firm's Customer Agility And Firm Performance: The Importance Of Aligning Sense And Respond Capabilities. *Journal Of Business Research*, 65(5), 579-585. <https://doi.org/10.1016/J.Jbusres.2011.02.009>
- Sarnı, W., Mariani, J., & Kaji, J. (2016). "From Dirt To Data The Second Green Revolution And The Internet Of Things", *Deloitte Review*, Issue 18.
- Schwap, K. (2019). Dördüncü Sanayi Devrimi. (Çev. Ed. Dicleli, Z.) İstanbul: Optimist Yayınları.

- Spangenberg, J. H., & Lorek, S. (2019). Sufficiency And Consumer Behaviour: From Theory To Policy. *Energy Policy*, 2019, 129, 1070-1079. <https://doi.org/10.1016/j.enpol.2019.03.013>
- Tan, Y.-C., Chandukala, S. R., & Reddy, S. K. (2022). Augmented Reality In Retail And Its Impact On Sales. *Journal Of Marketing*, 86(1), 48-66. <https://doi.org/10.1177/0022242921995449>
- Uygurtürk, H. (2022). "Pazarlama 5.0 Ve Kestirimci Pazarlama Yaklaşımı", Kitap: İşletme Biliminde Muhasebe, Pazarlama Ve Organizasyon Konuları, Bursa/Türkiye: Ekin Yayınevi, Bölüm Sayfaları: 267 / 278, ISBN: 978-625-8117-41-7
- Vanessa, N., & Japutra, A. (2018). Contextual Marketing Based On Customer Buying Pattern In Grocery E-Commerce: The Case Of Bigbasket. Com (India). *ASEAN Marketing Journal*, 56-67. <https://doi.org/10.21002/Amj.V9i1.9286>
- Varmavuo, E. (2020). Factors Affecting The Success Of AI Campaigns In Marketing: Data Perspective. Academic Press.
- Vassileva, B. (2017). Marketing 4.0: How Technologies Transform Marketing Organization. *Obuda University E-Bulletin*, 7(1), 47. <http://dx.doi.org/10.16992/ASOS.14151>
- Wedel, M., & Kannan, P. K. (2016). Marketing Analytics For Data-Rich Environments. *Journal Of Marketing*, 80(6), 97-121. <https://doi.org/10.1509/Jm.15.0413>
- Wirth, N. (2018). Hello marketing, what can artificial intelligence help you with. *International Journal of Marketing Research*, 60 (5), 435-438.
- Wongmonta, S. (2021). Marketing 5.0: The Era Of Technology For Humanity With A Collaboration Of Humans And Machines. *Nimitmai Review Journal*, 4(1), 83-97.
- Yıldırım Ersoy, A. (2021). Pazarlama 5.0: Pazarlamanın Dijital Ortamdaki İşlemleri In Erdoğan Tarakçı, İnci Ve B. Gökteş (Eds.), *İşletmecilikte Dijital Dönüşüm* (Vol. 1, Pp. 460). Efe Akademi Yayınevi.
- Yurcu, M. E. (2023). Pazarlama Ve Dijital Teknolojiler: Uygulama Örnekleri, Sentez Ve Araştırma Ajandası. *Pazarlamanın Dijital Dönüşümü: Pazarlama 5.0*, 25. [doi: 10.58830/Ozgur.Pub254.C1336](https://doi.org/10.58830/Ozgur.Pub254.C1336)
- Zheng, X., Lin , F., & Xinyi, C. (2021). Exploration Of Contextual Marketing Model Based On Mobile Apps. *Proceedings Of The 6th Annual International Conference On Social Science And Contemporary Humanity Development (SSCHD 2020)*, 517, 81-84. <https://doi.org/10.2991/Assehr.K.210121.017>
- Zozul'ov, O., & Tsarova, T. (2020). The Marketing Epochs By Key Elements Of Enterprise Competitiveness. *МАРКЕТИНГ*, 1(17), 315-330. <https://doi.org/10.20535/2307-5651.17.2020.214917>



BÖLÜM 34

Yapay Zekâ Okuryazarlığının Tüketici Davranışları Üzerindeki Etkisi: Dijital Çağda Yeni Eğilimler

Gonca Köse¹

¹ Doç. Dr., Dokuz Eylül Üniversitesi Bergama MYO, ORCID: :0000-0001-6464-4014

GİRİŞ

Son yıllarda, ChatGPT, DALL-E, Gemini gibi üretken yapay zekâ teknolojileri, toplumun her kesiminde etkisini hızla hissettirmeye başlamıştır. Eğitimden sağlığa, sanattan iş dünyasına kadar birçok alanda kullanılan bu yenilikçi sistemler, insanların günlük yaşamında devrim niteliğinde değişikliklere yol açmıştır. Üretken yapay zekâ (Generative AI), sadece bilgiye erişimi kolaylaştırmakla kalmamış, aynı zamanda bireylerin yaratıcı süreçlere katılımını da arttırmıştır (Wolf-ram, 2023; Feuerriegel ve diğ., 2024). Bu kapsamlı dönüşüm, teknolojiye olan güven ve anlayışın daha da önemli hale gelmesine neden olmaktadır (Jain ve diğ., 2023).

Dijital çağ, tüketicilerin teknolojiyle etkileşim biçimlerinde köklü değişiklikler yaratmıştır. Öneri sistemleri, kişiselleştirilmiş reklamcılık ve sohbet robotları gibi yapay zekâ destekli araçlar, tüketici ortamını dönüştürmüştür. Bu araçlar daha karmaşık hale geldikçe, tüketicilerin deneyimlerini şekillendiren teknolojileri anlamaları da aynı oranda önem kazanmaktadır. Bu noktada, yapay zekâ okuryazarlığı, tüketicilerin giderek daha fazla otomatikleşen bir pazarda gezinebilmesi için kritik bir bileşen haline gelmiştir (Long ve Magerko, 2020). Ayrıca, dijitalleşmenin hız kazanmasıyla birlikte yapay zekâ teknolojilerinin tüketici davranışlarını yönlendirme gücü de artmıştır (Babatunde vd., 2024). Örneğin, sosyal medya platformlarında yapay zekâ tabanlı algoritmalar kullanıcı davranışlarını izleyerek kişiye özel içerik ve reklam önerileri sunmaktadır. Bu durum, tüketici deneyimini optimize ederken, tüketicilerin yapay zekânın çalışma prensiplerini anlamasını ve verilerin nasıl kullanıldığını bilmesini zorunlu kılmaktadır. Yapay zekâ okuryazarlığı bu noktada, tüketicilerin kendi veri mahremiyetlerini koruma ve bu teknolojilere güvenme düzeylerini artıracak bir farkındalık sağlamaktadır (Kronemann vd., 2023). Dijital çağda yapay zekânın rolünün daha da genişlemesiyle, bu okuryazarlığın tüketiciler arasında yaygınlaştırılması hem işletmeler ve markalar, hem de politika yapıcılar açısından stratejik bir önem arz etmektedir. Bu bağlamda, yapay zekâ teknolojilerinin hızla gelişmesi ve toplumun her alanında etkisini göstermesi, yapay zekâ okuryazarlığını önemli bir yetkinlik haline getirmektedir. Bireylerin, bu sistemlerin işleyişini anlaması, etik ve sosyal sonuçlarını değerlendirmesi ve doğru kararlar alabilmesi, dijital dünyanın geleceğinde belirleyici olacaktır. Bu nedenle, yapay zekâ okuryazarlığının yaygınlaştırılması hem bireysel kullanıcılar hem de toplumsal düzeyde teknolojiye olan güvenin artırılması açısından kritik bir öncelik haline gelmiştir. Bu bağlamda çalışmada; yapay zekâ okuryazarlığının, kişiselleştirilmiş öneri sistemleri ve pazarlama stratejilerindeki rolü ve tüketici güveni üzerindeki etkisi güncel bulgularla ele alınacaktır.

Yapay Zekâ Okuryazarlığı: Kavramsal Çerçeve

Yapay zekâ, ilk kez 1956 yılında "zeki makineler yapma bilimi ve mühendisliği" olarak tanımlanmıştır (McCarthy, 2007). 20. yüzyıl boyunca yapay zekâ, insan zekâsını taklit eden, kurallara ve çevreye dayalı olarak akıl yürütebilen ve uyum sağlayabilen zeki makineler ve algoritmalar olarak evrilmiştir. Wang'ın (2019) genişlettiği tanıma göre, yapay zekâ, makine öğrenimi ve sinir ağları gibi heyecan verici teknolojik yenilikler sayesinde, özellikle öğrenme ve problem çözme gibi bilişsel görevleri yerine getirebilmektedir. Günümüzde yapay zekâ; iş, bilim, sanat ve eğitim gibi çeşitli endüstrilerde kullanıcı deneyimini iyileştirmek ve verimliliği artırmak amacıyla yaygın bir şekilde kullanılmaktadır (Kurian ve diğ., 2023). Yapay zekâ okuryazarlığı, bireylerin yapay zekâ teknolojilerinin nasıl çalıştığını anlamalarını, bu teknolojileri eleştirel bir şekilde değerlendirebilmelerini ve yapay zekânın toplum üzerindeki etkilerini kavrayabilmelerini gerektiren bir dizi bilgi ve beceriyi içermektedir (Ng ve diğ., 2021). Eğitim yoluyla yanlış anlamalar giderilmeye çalışılmakta, vatandaşların bu teknolojilerin karar verme süreçlerindeki rolünü anlaması sağlanmakta ve yapay zekânın toplumsal etkileri hakkında farkındalık oluşturulmaktadır (Benton, 2023). Klasik okuryazarlık (örneğin, okuma/yazma ve matematiksel yetenekler) gibi, yapay zekâ okuryazarlığı da bu yeni dijital çağda önemli bir beceri seti olarak ortaya çıkmaktadır. Giderek dijitalleşen dünyada yapay zekânın yaygınlaşması, dijital okuryazarlığın geliştirilmesini zorunlu kılmakta ve bireylerin bu teknolojilere karşı bilinçli bir yaklaşıma sahip olmalarını gerektirmektedir (Ng ve diğ., 2021). Yapay zekâ okuryazarlığı çeşitli yazarlar tarafından farklı açılardan ele alınmış, ancak ortak olarak yapay zekâ ile güçlü etkileşim ve eleştirel değerlendirme yeteneği üzerinde durulmuştur. Long ve Magerko (2020), yapay zekâ okuryazarlığını bireylerin yapay zekâ teknolojilerini eleştirel bir şekilde değerlendirmelerine olanak tanıyan bir yetenekler kümesi olarak tanımlamaktadırlar. Ayrıca, yapay zekâyla etkili iletişim kurmalarına, iş birliği yapmalarına ve yapay zekâyı hem çevrimiçi ortamlarda hem de günlük hayatta bir araç olarak kullanmalarına yardımcı olacağını vurgularlar. Bu tanım, yapay zekânın bireysel ve profesyonel alanlarda etkin bir şekilde kullanılmasının yanı sıra, eleştirel düşünme becerilerini geliştirme süreciyle de ilgilidir. Wang ve diğerleri (2023a) yapay zekâ okuryazarlığını daha çok pratik uygulamalar bağlamında ele alarak, yapay zekânın farkında olma ve bu teknolojiyi etkin kullanabilme yeteneği olarak tanımlarlar. Yapay zekânın sunduğu veri ve bilgileri analiz edebilme, seçebilme ve eleştirel bir şekilde değerlendirebilme yeteneğini ön plana çıkarırlarken, yapay zekâ okuryazarlığının etik boyutuna da değinirler. Bu tanım, yapay zekâ okuryazarlığını dört ana yapı altında

inceler: farkındalık, kullanım, değerlendirme ve etik. Bu bağlamda, Wang'ın tanımını yapay zekânın işlevselliği kadar, bireylerin kişisel sorumluluklarını anlamalarını ve karşılıklı haklara saygı göstermelerini de içeren bütüncül bir perspektif sunmaktadır. Diğer yazarlar, yapay zekâ okuryazarlığını farklı alanlarda tanımlamışlardır. Örneğin, Wang ve diğerleri (2023b), yapay zekâ okuryazarlığını eğitim sürecinde edinilen bilgi ve becerilerle ilişkilendirirken, Kong ve Zheng (2021) yapay zekâ kavramlarını anlama ve değerlendirme yeteneğini vurgulamaktadır. Onlara göre, yapay zekâ okuryazarlığı, yapay zekâ kavramlarının gerçek dünyayı anlama aracı olarak kullanılmasını da içerecek şekilde genişletilmiştir. Zhao ve diğerleri (2022) ise, bu okuryazarlığın dijital dünyada yapay zekâ tabanlı teknolojilerin yardımıyla öğrenme ve yaşam becerileri geliştirmek için gerekli olduğunu belirtir. Çetindamar ve diğerleri (2022), yapay zekâ okuryazarlığını daha çok iş yerinde yapay zekâ tasarımı ve kullanımı ile ilişkilendirirken, Pinski ve Benlian (2023) ise, bu kavramı sosyoteknik bir yetkinlik olarak tanımlar ve bilgi ve deneyime dayalı iki farklı yetenek türü ile açıklamaktadırlar. Genişleyen dijital dünya, yapay zekâ okuryazarlığını sadece bir teknik bilgi seti olmaktan çıkarıp, aynı zamanda eleştirel düşünme ve etik bilinci artıran bir araç haline getirmiştir (Mensah, 2023). Yapay zekâ teknolojilerinin toplumsal adalet ve eşitlik üzerinde olası etkileri giderek daha fazla tartışılmakta ve bu noktada bireylerin teknolojiyi sadece kullanmakla kalmayıp, onu sorgulama ve analiz etme yetkinlikleri de büyük önem kazanmaktadır. Bu nedenle, yapay zekâ okuryazarlığı bireylerin dijital okuryazarlık becerilerini geliştirmesinin yanı sıra, onları toplumsal ve etik sorumluluklar taşıyan teknoloji kullanıcılarına dönüştürmektedir.

Tüketici Davranışları Bağlamında Yapay Zekâ Okuryazarlığı

Yapay zekâ okuryazarlığı, tüketicilerin yapay zekâ sistemlerinin karar alma süreçlerini nasıl etkilediğini tanıma yeteneğini içermektedir. Örneğin, ürün önerileri, hedefli reklamlar veya kişiselleştirilmiş fiyatlandırmalar yapay zekâ destekli sistemler tarafından yönlendirilmekte ve bu sistemler, büyük veri analizlerine dayalı olarak tüketici davranışlarını şekillendirmektedir (Wang ve Benbasat, 2007; Jain ve diğ., 2024; Wibowo ve Ariyanti, 2023). Yapay zekâ hakkında yeterli bilgiye sahip olmayan tüketiciler, bu sistemleri manipülatif veya müdahaleci olarak algılayabilmektedirler (McKnight ve diğ., 2011). Yapay zekâ okuryazarlığı ayrıca tüketicilerin yapay zekâ teknolojilerinin etik ve sosyal boyutlarına ilişkin farkındalıklarını arttırabilmektedir. Örneğin, yapay zekânın karar alma süreçlerindeki önyargılar ve adalet konuları, özellikle sağlık, finans ve işe alım gibi alanlarda tüketici güvenini etkileyebilmektedir (Eslami ve diğ., 2018). Yapay zekâ okuryazarlığı yüksek olan tüketicilerin, bu sistemlerin nasıl çalıştığını anlayarak daha bilinçli kararlar aldıkları gözlemlenmiştir (Wachter ve diğ., 2017).

Abrardi, Cambini ve Rondi (2022) alışmalarında, yapay zekânın markalar ve tüketicici davranışları üzerindeki çok yönlü ekonomik etkilerini ele alırken, yapay zekâ okuryazarlığı kavramına dolaylı olarak değinmektedirler. Çalışma; yapay zekâ teknolojilerinin tüketicici davranışlarını şekillendirirken önyargıları azaltma veya yeni önyargılar oluşturma potansiyeline sahip olduğunu vurgulamaktadırlar. Bu noktada yapay zekâ okuryazarlığı, tüketicilerin bu teknolojilerin işleyişini anlamalarına ve karar alma süreçlerinde daha bilinçli olmalarına katkı sağlayan önemli bir unsur olarak değeriendirilebilir. Tüketicici davranışlarını yapay zekânın nasıl yönlendirdiğini ve tüketicilerin yapay zekâyı bilinçli kullanma düzeylerinin pazardaki rekabete nasıl etki ettiğini anlamak, yapay zekâ okuryazarlığının geliştirilmesine duyulan ihtiyacı ortaya koymaktadır. Kamu politikalarının; bu teknolojilerin tüketicici üzerindeki etkilerini değeriendirme ve yapay zekâ okuryazarlığını artırma yolunda şekillendirilmesi gerektiği sonucuna varılmaktadır.

Benzer şekilde, Kim, Usman, Garvey ve Duhachek (2023) alışmalarında yapay zekâ teknolojilerinin pazarlama ve tüketicici davranışlarına olan etkilerini ele alırken, tüketicilerin yapay zekâ ile etkileşimlerini değeriendirme düzeyine dikkat çekmektedir. Yazarlar, yapay zekâ okuryazarlığını artırmanın tüketicilerin bu teknolojileri daha bilinçli kullanmasını sağladığını ve pazarlama stratejilerine daha olumlu tepkiler verilmesine yol açtığını belirtmektedirler. Tüketicilerin yapay zekâyı olan tepkileri, onların bu teknolojiyi ne kadar anladıklarıyla yakından ilişkilidir; bu da yapay zekâ okuryazarlığının önemini bir kez daha ortaya koymaktadır. 2018-2023 yılları arasındaki literatür taraması, yapay zekânın tüketicici psikolojisi üzerindeki etkilerinin derinlemesine incelenmesini sağlamış ve tüketicilerin yapay zekâ teknolojilerine eleştirel yaklaşma yeteneklerinin, bu teknolojilerin pazarlama süreçlerinde nasıl kullanıldığına bağlı olarak geliştiğini göstermektedir.

Xie (2023) alışmasında, e-ticaret platformlarındaki tüketicici davranışlarını tanımlamak ve analiz etmek için yapay zekânın ve otomatik tanıma teknolojilerinin nasıl kullanıldığını incelerken, yapay zekâ okuryazarlığının bu süreçteki rolüne dolaylı olarak vurgu yapmaktadır. Çalışma, yapay zekânın B2C (Business to Consumer) platformlarında veri madenciliği algoritmalarını kullanarak tüketicici davranışlarını analiz etmenin önemine dikkat çekerek, tüketicilerin bu teknolojileri anlama düzeylerinin (yapay zekâ okuryazarlığı) işletmelerin yönetim verimliliğini artırma ve operasyonel maliyetleri düşürme potansiyelini nasıl etkilediğini ele almaktadır. E-ticaret kullanıcılarının yapay zekânın sağladığı fırsatları ve riskleri daha iyi kavrayabilmesi, yapay zekâ okuryazarlığı ile doğrudan ilişkilidir. Tüketicici davranışlarını doğru tanımlama ve analiz etme sürecinde yapay zekâ okuryazarlığı, hem tüketiciler hem de firma ve markalar için kritik bir farkındalık

aracı olarak karşımıza çıkmaktadır. Olan ve diğerleri (2021), yapay zekâ teknolojilerinin ve bilgi paylaşımının tüketici davranışları üzerindeki etkilerini ele alırken, yapay zekâ okuryazarlığının bu süreçlerdeki rolünü incelemektedir. Çevrimiçi toplulukların, yapay zekâ destekli bilgi paylaşımı yoluyla tüketici davranışlarını şekillendirdiği ve bu süreçte yapay zekâ okuryazarlığının nasıl bir rol oynadığı araştırılmaktadır. Tüketicilerin, yapay zekâ ile etkileşimde bilgi paylaşımı yoluyla daha bilinçli tercihler yapma kapasitesi kazandıkları ve yapay zekâ okuryazarlığının bu etkileşimlerde bilgiye dayalı kararlar alma yeteneğini artırdığı vurgulanmaktadır. Bu bağlamda yapay zekâ okuryazarlığı, tüketicilerin dijital ortamda bilinçli bilgi paylaşımı yapmalarını ve bu bilgileri ürün ve hizmetler üzerinde kullanmalarını sağlayan bir beceri seti olarak kabul etmek mümkündür.

Hermann ve Puntoni (2024), tüketici davranışları üzerindeki yapay zekânın etkisini ele alırken, özellikle üretken yapay zekânın yükselişiyle birlikte yapay zekâ okuryazarlığının yeni bir boyut kazandığını vurgulamaktadır. Üretken yapay zekânın tüketici davranışlarını yönlendirme kapasitesi göz önünde bulundurulduğunda, bu teknolojinin etkin bir şekilde kullanılabilmesi için tüketicilerin yapay zekâ okuryazarlığına sahip olması gerektiği belirtilmektedir. Makale, yapay zekânın algoritmik tahminlerden üretken yapay zekâya evrildiğini ve bu süreçte tüketicilerin yapay zekâ okuryazarlığının, teknolojiyi bilinçli kullanma becerilerini geliştirdiğini göstermektedir. Hermann ve Puntoni, Generative AI'nin yaratıcı çözümler sunduğunu ve tüketici deneyimlerini yeniden tanımladığını vurgularken, bu teknolojinin etkili kullanımının yapay zekâ okuryazarlığına bağlı olduğunu ifade etmektedir. Tüketicilerin, üretken yapay zekâyı anlama ve eleştirel değerlendirme becerileri, bu teknolojilerin pazarlama süreçlerinde nasıl kullanıldığını şekillendirmektedir. Kimura'nın (2024) "Exploring the Frontier" başlıklı çalışma da, üretken yapay zekânın çevrimiçi tüketici davranış analitiğinde nasıl kullanıldığını ele alırken, yapay zekâ okuryazarlığının bu süreçlerdeki kritik rolünü vurgulamaktadır. Çalışma, tüketici davranışlarını anlamak ve analiz etmek için generative yapay zekânın nasıl bir devrim yarattığını belirtmekle kalmayıp, bu teknolojilerin etkili kullanımının tüketicilerin yapay zekâ okuryazarlığına bağlı olduğunu da değerlendirmektedir. Yapay zekâ okuryazarlığının, tüketicilerin çevrimiçi alışveriş süreçlerinde doğru kararlar almasını ve pazarlama stratejilerinin daha etkin hale gelmesini sağlayan bir araç olarak kullanıldığı vurgulanmaktadır.

Öte yandan, yapay zekâ teknolojilerinin toplumsal etkileri de tüketici güveni ve etkileşimlerini derinden etkilemektedir. Yapay zekânın özellikle pazarlama ve satış süreçlerinde yaygın kullanımı, tüketicilerin farkındalık seviyesini artırmış ve daha bilinçli tercih yapma ihtiyacını doğurmuştur. Bu noktada, yapay zekâ

okuryazarlığı, tüketicilerin algoritmik süreçlerin şeffaflığını ve işleyişini anlamalarına, daha adil ve kişiselleştirilmiş hizmet taleplerini dile getirmelerine olanak tanımaktadır. Algoritmik pazarlama stratejilerinin toplumsal sonuçlarına karşı duyarlılık geliştiren bireyler, bu teknolojilerin daha etik kullanımı için talepte bulunarak, dijital tüketici davranışlarının şekillenmesinde aktif bir rol oynamaktadır (Ameen ve diğ., 2021; Trawnih ve diğ., 2022).

Yapay Zekâ Okuryazarlığı ve Tüketici Güveni

Yapay zekâ destekli teknolojilerin benimsenmesinde tüketici güveni son derece önemli bir faktördür. Hoff ve Bashir'in (2015) belirttiği gibi tüketiciler; yapay zekâ sistemlerine duyulan güven, şeffaflık, açıklanabilirlik ile algılanan yetkinlik gibi faktörlerden etkilenmektedir. Yapay zekâ konusunda daha okuryazar olan tüketiciler, bu sistemlerin nasıl çalıştığını ve olası önyargıların ne olabileceğini daha iyi anladıkları için yapay zekâ sistemlerine daha yüksek düzeyde güven duyma eğilimindedirler (Gursoy ve diğ., 2019). Buna karşılık, yapay zekâ okuryazarlığının eksikliği şüphecilik ve güvensizlik yaratabilmektedir. McKnight ve diğerlerinin (2011) vurguladığı gibi, yapay zekâ sistemlerinin nasıl çalıştığını tam olarak anlamayan tüketiciler, bu sistemleri manipülatif veya müdahaleci olarak algılayabilirler. Bu durum özellikle veri gizliliği bağlamında geçerlidir; sınırlı yapay zekâ okuryazarlığına sahip tüketiciler, yapay zekâ destekli platformlar tarafından kişisel bilgilerinin toplanması ve kullanılması konusunda rahatsız olabilmektedirler.

Hasan, Shams ve Rahman (2021) çalışmalarında, Siri gibi ses kontrollü yapay zekâ teknolojilerinde tüketici güveni ve algılanan riskin marka bağlılığı üzerindeki etkilerini incelemektedirler. Çalışmanın sonuçları, yapay zekâ destekli cihazlarda tüketici güveninin ve algılanan riskin tüketici davranışları üzerinde büyük bir etkiye sahip olduğunu göstermektedir. Özellikle, algılanan riskin tüketicilerin yapay zekâ destekli cihazlara olan güvenini azaltarak, marka bağlılığı üzerinde olumsuz bir etkiye neden olduğu vurgulanmaktadır. Bu bulgu, tüketicilerin Siri gibi yapay zekâ tabanlı sesli asistanlar karşısında duyduğu endişelerin, teknolojiyi benimsemelerini zorlaştırdığını göstermektedir. Algılanan risk, özellikle kişisel verilerin gizliliği ve güvenliği konularında belirgin hale gelmekte ve bu riskin tüketici davranışları üzerindeki olumsuz etkisi, yapay zekâyâ yönelik güvenin inşa edilmesi gerektiğini ortaya koymaktadır.

Çalışmada, yapay zekânın tüketici güveni üzerindeki olumlu etkileri de incelenmiştir. Hasan ve diğerleri (2021), etkileşim ve yenilik değerinin tüketici güvenini artırarak marka bağlılığına olumlu katkıda bulunduğunu tespit etmişlerdir.

Tüketicilerin Siri gibi yapay zekâ destekli cihazlarla kurduğu etkileşimler, cihazların günlük hayatta sağladığı faydalar ile birlikte değerlendirildiğinde, güven duygusunu pekiştirmekte ve tüketicilerin bu teknolojilere olan ilgisini artırmaktadır. Bununla birlikte, çalışmanın bulgularına göre, yenilik değeri tüketici güvenini güçlendiren bir faktör olarak öne çıkmaktadır. Tüketiciler, Siri gibi yenilikçi yapay zekâ çözümlerini faydalı ve etkili bulduklarında, bu teknolojilere olan güven artmakta ve marka bağlılığı sağlamlaştırmaktadır.

Ancak, yenilik değerinin marka bağlılığı üzerindeki etkisinin, tüketicinin markaya olan bağlılığı ve yeniliklere açıklığıyla değiştiği gözlemlenmiştir. Özellikle Hasan, Shams ve Rahman (2021), markaya daha az bağlı ve daha yenilikçi olan tüketicilerde yenilik değerinin marka bağlılığı üzerindeki etkisinin daha yüksek olduğunu belirtmişlerdir. Bu durum, yapay zekâ okuryazarlığının önemine işaret etmektedir; tüketiciler yapay zekâ teknolojilerini ne kadar iyi anlar ve bu teknolojilerle etkileşim kurarsa, yapay zekâyâ olan güven o kadar artmakta ve marka bağlılığı daha güçlü hale gelmektedir. Çalışma, yapay zekâ destekli cihazların güven oluşturabilmesi için şeffaflık, veri güvenliği ve risk yönetimine odaklanması gerektiğini vurgulamaktadır. Buna ek olarak, tüketicilerin yapay zekâyâ güven duymasını sağlayan bir diğer önemli faktör, sistemlerin sürekli olarak geliştirilmesi ve kullanıcı geri bildirimlerine dayalı olarak güncellenmesidir. Tüketiciler, yapay zekâ tabanlı sistemlerin yetkinliğini artırmak için yapılan iyileştirmeleri fark ettiklerinde, bu sistemlere olan güvenleri artmaktadır. Özellikle yapay zekânın kişisel verileri nasıl işlediği ve hangi amaçlar için kullandığı konusundaki belirsizlikler giderildiğinde, tüketiciler bu teknolojilere daha olumlu yaklaşmaktadırlar. Yapay zekâ okuryazarlığının artması, kullanıcıların bu sistemlerin çalışma prensiplerini anlamasına ve bu sistemlerin toplumsal faydalarını ve risklerini daha iyi kavramalarına olanak tanımaktadır. Bu süreç, aynı zamanda yapay zekâ teknolojilerinin daha etik ve şeffaf bir şekilde geliştirilmesini sağlayarak, uzun vadede tüketici güvenini pekiştirecektir.

Tüketici Karar Verme Sürecine Yapay Zekânın Etkisi

Yapay zekâ okuryazarlığı, tüketici karar verme süreçlerinde önemli bir rol oynamaktadır. Yapay zekâ destekli teknolojiler e-ticarette daha yaygın hale geldikçe, tüketiciler giderek daha fazla yapay zekâ destekli önerilere, ürün incelemelerine ve fiyatlandırma algoritmalarına güvenmektedir (Luo ve diğ., 2019). Yapay zekâ destekli araçların, özellikle de Chatbots gibi teknolojilerin kullanımı, müşteri etkileşimlerinde önemli bir yer edinmiştir. Luo ve diğerlerinin (2019) araştırması, Chatbots ile yapılan satış görüşmelerinin deneyimli insan çalışanlar kadar etkili olabileceğini ve deneyimsiz çalışanlardan dört kat daha fazla satın

alma sağlayabileceğini göstermiştir. Ancak, Chatbot'ların kimliklerinin ifşa edilmesi durumunda, tüketicilerin satın alma oranlarının önemli ölçüde azaldığı gözlemlenmiştir. Bu durum; tüketicilerin yapay zekâ tabanlı sistemleri, insan çalışanlara kıyasla daha az bilgili ve empati yoksunu olarak algıladığını ortaya koymaktadır. Yapay zekâ okuryazarlığı burada devreye girerek, tüketicilerin yapay zekânın yeteneklerini ve sınırlamalarını daha iyi anlamalarını sağlamaktadır. Yapay zekâ deneyimi olan tüketiciler, Chatbot'larla daha pozitif etkileşimler kurmakta, bu da yapay zekâyâ yönelik algısal önyargıların azalmasına yol açmaktadır. Sonuç olarak, yapay zekâ okuryazarlığının artması, tüketicilerin bu teknolojilere daha fazla güven duymasını sağlarken, e-ticaret alanında yapay zekâ destekli teknolojilerin daha yaygın bir şekilde benimsenmesine olanak tanımaktadır. Chen ve Zheng (2023) çalışmalarında, yapay zekânın tüketici karar verme süreçlerine etkisini, özellikle öneri sistemlerinin açıklanabilirliği bağlamında değerlendirmektedirler. Çalışma, tüketicilerin yapay zekâ tabanlı önerilerden ne zaman daha fazla yorumlanabilirlik (interpretability) talep ettiğini araştırmakta ve karar verme sürecinin karmaşıklığının bu talebi nasıl etkilediğini incelemektedir. Yapay zekânın tüketici kararlarına yön verdiği; ancak tüketicilerin belirli koşullarda, özellikle etnik giysiler gibi özel kategorilerde daha fazla şeffaflık ve açıklama talep ettiği vurgulanmaktadır. Bu durum, tüketicilerin kararlarını daha bilinçli bir şekilde alabilmeleri için yapay zekâ önerilerinin altında yatan mantığı anlamaya ihtiyaç duyduklarını ortaya koymaktadır. Yani, yapay zekâ tabanlı karar destek sistemleri, tüketicilere yalnızca öneriler sunmakla kalmamalı, aynı zamanda bu önerilerin nasıl ve neden yapıldığını da açıklamalıdır. Tüketicilerin karar alma sürecinde, yapay zekâ tabanlı önerilerin açıklanabilirliği sağlandığında, tüketicilerin bu teknolojilere olan güveni ve kabulü de artmaktadır. En nihayetinde tüketicilerin, yapay zekâ önerilerini yalnızca pasif bir şekilde kabul etmek yerine, sürece daha aktif katılım göstermelerine olanak tanıyan bir yapay zekâ okuryazarlığı gerektirdiğini göstermektedir.

Çalışmanın bulguları, yapay zekânın tüketici psikolojisi üzerindeki etkisinin daha geniş bir boyutta incelenmesi gerektiğini de ortaya koymaktadır. Chen ve Zheng'e (2023) göre, tüketicilerin yapay zekâ önerilerini daha rahat benimseyebilmesi ve bu öneriler doğrultusunda karar alabilmesi için yapay zekânın sunduğu çözümler hakkında daha fazla bilgi sunulması gerekmektedir. Yani, yapay zekânın karar destek sistemlerinde açıklanabilirliğin sağlanması, tüketici güvenini artıran önemli bir faktör olarak değerlendirilmektedir. Bu bulgu, yapay zekânın tüketici karar verme sürecine etkin bir şekilde entegre edilmesi için açıklanabilir yapılar ve şeffaf algoritmaların kullanılmasının önemini vurgulamaktadır.

Yapay Zekâ Destekli Hizmetlerle Tüketici Etkileşimi ve Tüketici Davranışlarındaki Yeni Eğilimler

Yapay zekâ okuryazarlığı, sadece karar verme süreçlerini değil, aynı zamanda yapay zekâ destekli hizmetlerle genel etkileşimi de etkilemektedir. Sohbet robotları, sanal asistanlar ve otomatik müşteri hizmetleri platformları dijital pazarda yaygın hale gelmiştir. Gnewuch ve diğerlerinin (2017) araştırmasına göre, daha yüksek düzeyde yapay zekâ okuryazarlığına sahip tüketiciler, bu hizmetlerle daha etkili bir şekilde etkileşime girme ve alışveriş deneyimlerini optimize etme eğilimindedirler. Ancak, daha düşük yapay zekâ okuryazarlığına sahip tüketiciler, yapay zekâ destekli platformlarla etkileşimde zorluk yaşayabilir ve bu durum hayal kırıklığı yaratabilmektedir (Nordheim ve diğ., 2019). Bu zorluklar, özellikle yapay zekânın sunduğu hizmetlerin karmaşıklığına bağlı olarak artabilir. Örneğin, bir müşteri hizmetleri Chatbot'u ile etkileşimde bulunan bir tüketici, bu sistemin sınırlamalarını anlamazsa yanlış yönlendirilebilir veya tatminsizlik yaşayabilir. Bu tür etkileşimler, tüketici memnuniyetsizliğine yol açabileceği gibi, yapay zekâ destekli hizmetlerin benimsenmesini de zorlaştırabilir. Bu nedenle, tüketicilerin bu teknolojilerden tam anlamıyla yararlanabilmesi için yapay zekâ okuryazarlığının artırılması gereklidir. Yapay zekâ okuryazarlığının artması, tüketicilerin bu hizmetlerle daha etkili ve verimli bir şekilde etkileşim kurmasına olanak tanırken, hizmet kalitesini de iyileştirebilir.

Yapay zekâ okuryazarlığının artmasıyla birlikte tüketici davranışlarında birkaç önemli eğilim ortaya çıkmaktadır. Bu eğilimlerden biri, şeffaflık ve etik yapay zekâ uygulamalarına yönelik artan taleptir. Tüketiciler, yapay zekâ sistemlerinde var olan önyargıların farkına varmakta ve yapay zekâyı kullanan şirketlerden daha fazla hesap verebilirlik talep etmektedir (Obermeyer ve diğ., 2019). Bu talepler, tüketicilerin yapay zekânın karar alma süreçlerini daha iyi anlamasını ve bu süreçlerin daha adil ve şeffaf olmasını sağlamaktadır. Yapay zekâ sistemlerinin karmaşıklığı arttıkça, tüketicilerin bu sistemlerin işleyişine dair bilgi edinme isteği de artmaktadır. Tüketiciler, veri toplama ve analiz süreçlerinde kullanılan yapay zekâ algoritmalarının nasıl çalıştığını daha yakından öğrenmekte ve bu bilgiyi, tüketici haklarını koruma yönünde kullanmaktadırlar.

Loureiro ve diğerleri (2024), yapay zekâ destekli tüketici etkileşimi üzerine odaklanarak, yapay zekânın tüketici deneyimlerine nasıl etki ettiğini incelemektedir. Araştırma, tüketicilerin markaya özel yapay zekâ araçlarıyla etkileşimlerinde, kendilerini nasıl daha benzersiz hissettiklerini ve harcama eğilimlerinin nasıl değiştiğini ele almaktadır. Özellikle, bağımsız bir benlik algısına sahip olan

bireylerin, yapay zekâ araçlarını kullanırken daha fazla tanınma ve haz değerleri algıladıkları vurgulanmaktadır. Bu durum, tüketicilerin yapay zekâ ile etkileşim kurduklarında farklı olma arzusunu (similarity avoidance) artırmakta ve yapay zekânın önerdiği ürünler için daha fazla ödeme yapma eğiliminde olduklarını göstermektedir. Yapay zekânın tüketicilere sağladığı kişisel ve psikolojik değerler, sadece ürün önerilerinde değil, aynı zamanda markaya olan bağlılıkta da önemli bir rol oynamaktadır. Bu çalışma, yapay zekâ tabanlı hizmetlerle tüketici etkileşiminin kişiselleştirme ve psikolojik değerler üzerinden yürütüldüğünü ve bu etkileşimin tüketici davranışlarını derinlemesine değiştirdiğini göstermektedir. Yapay zekânın yalnızca tüketiciye hizmet sunma aracı değil, aynı zamanda benzersizlik hissi yaratan bir deneyim sunduğu ve tüketici kararlarını etkilediği ifade edilmektedir.

Wen ve diğerleri (2022), yapay zekânın tüketici değer yaratım sürecinde nasıl rol oynadığını inceleyerek, yapay zekâ destekli hizmetlerle tüketici etkileşimi üzerinde etkili olan faktörleri araştırmaktadır. Çalışma, "insandan insana" etkileşimlerin yerini "insandan yapay zekâyâ" (human-to-non-human) etkileşimlerin aldığını ve bu etkileşimlerin tüketici değer yaratım sürecini nasıl değiştirdiğini ele almaktadır. Araştırmada tüketici kişiselleştirme algısı, özerklik, topluluk kimliği, yapay zekâyâ güven ve öz yeterlik gibi faktörlerin, yapay zekâ destekli hizmetlerle tüketici değer yaratımını etkilediği bulunmuştur. Yapay zekâ ile etkileşimde olan tüketicilerin, yapay zekânın sunduğu kişiselleştirilmiş hizmetler sayesinde markalara daha fazla bağlılık geliştirdiği ve bu durumun tüketici katılımını artırdığı belirtilmektedir. Bu çalışma, tüketicilerin yapay zekâ teknolojileri ile kurduğu etkileşimlerin kişisel ve topluluk odaklı faktörler tarafından şekillendiğini ve bu faktörlerin tüketici değer yaratım süreçlerinde önemli bir rol oynadığını ortaya koymaktadır. Yapay zekânın bu süreçte tüketicilere daha fazla özerklik ve kişisel kontrol sağladığı, bu sayede tüketici davranışlarında yeni eğilimler yarattığı vurgulanmaktadır.

Chen ve diğerleri (2022), yapay zekâ öneri sistemlerinin tüketici davranışlarını nasıl etkilediğine dair önemli bir tartışma sunmaktadır. Çalışma, yapay zekâ tabanlı öneri sistemlerinin tüketici tercihlerini güçlendirdiğini; ancak bunun bazı olumsuz sonuçlar doğurabileceğini de ortaya koymaktadır. Yapay zekâ öneri sistemleri, tüketicilere ürün seçiminde hız ve maliyet avantajı sağlarken, aynı zamanda kullanıcılara sürekli olarak ilgi alanlarına ve önceki tercihlerine dayalı içerik sunarak bir "sınırlı bilgi evreni" oluşturma potansiyeline sahiptir. Bu durum, tüketicilerin farklı görüş ve seçeneklere erişimini kısıtlayarak, bilgi edinme süreçlerinde çeşitliliği azaltabilir. Bu, tüketicilerin çeşitlilikten uzaklaşarak, yalnızca önceden belirlenmiş tercihlerine bağlı kalmalarına neden olabilir. Chen ve

diğerleri, yapay zekânın sunduğu önerilerin tüketici kararlarını hızlandırdığı; ancak aynı zamanda tüketici tercihlerini dar bir çerçevede sınırladığı ve bu durumun karar kalitesini düşürdüğünü göstermektedir. Çalışma, yapay zekâ tüketici karar süreçlerinde hem olumlu hem de olumsuz etkiler yarattığını ve yapay zekâ öneri sistemlerinin daha etik ve dengeli bir şekilde düzenlenmesi gerektiğini vurgulamaktadır. Bu değerlendirmeler ışığında, yapay zekâ destekli hizmetlerle tüketici etkileşimi alanında, Loureiro ve diğerlerinin (2024) çalışması, yapay zekânın kişisel ve psikolojik değer yaratarak tüketici deneyimlerini nasıl dönüştürdüğünü ortaya koymaktadır. Wen ve diğerleri (2022), yapay zekânın tüketici değer yaratımında kişiselleştirme, topluluk kimliği ve güven gibi faktörlerin önemini vurgularken, Chen ve diğerleri (2022) ise yapay zekâ öneri sistemlerinin hem karar hızını artıran hem de bilgi kozalığı yaratma riski taşıyan etkilerini incelemektedir. Tüketici davranışlarındaki yeni eğilimler bağlamında, bu çalışmalar yapay zekânın tüketici etkileşimlerini nasıl şekillendirdiğini ve bu süreçte ortaya çıkan fırsatlarla birlikte potansiyel riskleri değerlendirmektedir.

Buna paralel olarak, tüketicilerin giderek daha fazla bilinçli alışveriş yapma eğiliminde oldukları görülmektedir. Bu durum yapay zekâ okuryazarlığına sahip tüketicilerin, yapay zekâ tabanlı öneri ve reklam sistemlerinin hangi kriterlere göre çalıştığını anlamalarına olanak tanımaktadır. Örneğin, bir tüketici kişiselleştirilmiş bir reklam gördüğünde, bu reklamın hangi veri analizi süreçleri sonucunda ortaya çıktığını ve kendi kişisel verilerinin nasıl kullanıldığını bilmek istemektedir. Bu farkındalık, tüketicilerin daha etik ve bilinçli seçimler yapmasına olanak tanırken, yapay zekâ destekli pazarlama stratejilerinin de daha şeffaf hale gelmesini sağlamaktadır. Dolayısıyla şirketler ve markalar, tüketici güvenini sağlamak adına daha hesap verebilir ve şeffaf yapay zekâ uygulamalarını benimsemek zorunda kalmaktadırlar. Bu noktada *Yapay Zekâ Destekli Hizmetlerle Tüketici Etkileşimi ve Tüketici Davranışlarındaki Yeni Eğilimler ile ilgili Çalışmalarda Öne Çıkan Hususlar* Tablo-1’de gösterilmiştir.

Tablo 1. Yapay Zekâ Destekli Hizmetlerle Tüketici Etkileşimi ve Tüketici Davranışlarındaki Yeni Eğilimler ile ilgili Çalışmalarda Öne Çıkan Hususlar

Yazarlar	Araştırma Konusu	Sonuçlar	Öneriler
Gnewuch ve ark. (2017)	Yapay zekâ okuryazarlığı düzeyi ile tüketici etkileşimi ve alışveriş deneyimi arasındaki ilişki.	Yüksek yapay zekâ okuryazarlığına sahip tüketiciler, yapay zekâ destekli hizmetlerden daha fazla fayda sağlıyor ve alışveriş deneyimlerini optimize ediyor.	Tüketicilere yapay zekâ teknolojileri hakkında eğitim verilerek okuryazarlık seviyeleri artırılmalı.
Nordheim ve ark. (2019)	Düşük yapay zekâ okuryazarlığına sahip tüketicilerin zorlukları ve yapay zekâ hizmetlerine adaptasyonu.	Daha düşük yapay zekâ okuryazarlığı, tüketicilerin yapay zekâ ile etkileşimde zorluk yaşamasına ve memnuniyetsizlik oluşmasına neden oluyor.	Yapay zekâ hizmetlerinin karmaşıklığı azaltılarak, daha geniş bir tüketici kitlesine hitap etmesi sağlanmalı.
Obermeyer ve ark. (2019)	Tüketicilerin yapay zekâ sistemlerine duyduğu güven, şeffaflık talepleri ve etik uygulamalara yönelik beklentiler.	Tüketiciler, yapay zekâ sistemlerinin şeffaf ve hesap verebilir olmasını talep ediyor; etik yapay zekâ uygulamaları önem kazanıyor.	Yapay zekâ uygulamalarında şeffaflık ve etik ilkelere uyulmalı; tüketicilerin güvenini artıracak stratejiler geliştirmeli.
Loureiro ve ark. (2024)	Yapay zekâ tabanlı hizmetlerin kişiselleştirilmiş deneyimler ve tüketici harcamaları üzerindeki etkisi.	Yapay zekâ ile kişisel ve psikolojik değerler yaratmak, tüketicilerin benzersizlik algısını artırarak harcama eğilimlerini güçlendiriyor.	Yapay zekâ sistemlerinin kişiselleştirilmiş öneri ve hizmetler sunma yeteneği artırılarak tüketici harcamaları teşvik edilmeli.
Wen ve ark. (2022)	Yapay zekâ destekli hizmetlerle tüketici değer yaratımı sürecinde kişiselleştirme ve özerklik algısının rolü.	Kişiselleştirme ve özerklik algısı, yapay zekâ ile etkileşimde tüketici bağlılığını ve değer yaratımını artırıyor.	Tüketicilere daha fazla kişisel kontrol ve özerklik sunan yapay zekâ çözümleri geliştirilerek bağlılık artırılmalı.
Chen ve ark. (2022)	Yapay zekâ öneri sistemlerinin hız, maliyet avantajı ve bilgi kozalığı yaratma potansiyeli.	Yapay zekâ öneri sistemleri hız ve maliyet avantajı sağlarken, bilgi kozalığı yaratma riski taşıyor, bu da karar kalitesini düşürebiliyor.	Bilgi eksikliği riskini azaltmak için öneri sistemlerinin çeşitlendirilmesi ve şeffaflığı artırılmalı.

Sonuç ve Değerlendirme

Yapay zekâ okuryazarlığı, dijital çağda tüketici davranışlarını etkileyen en kritik faktörlerden biri haline gelmiştir. Teknolojinin hızla gelişmesiyle birlikte, tüketicilerin yapay zekâ destekli hizmetlerle nasıl etkileşim kuracaklarını anlamaları, karar verme süreçlerini daha bilinçli hale getirmektedir. Yapay zekâ okuryazarlığının artması, sadece bireylerin bu teknolojilere yönelik güvenini artırmakla kalmayıp, aynı zamanda tüketici memnuniyetini, katılımını ve marka bağlılığını da güçlendirmektedir. Yapay zekâ okuryazarlığına sahip tüketiciler, yapay zekânın sunduğu önerilerle ve hizmetlerle daha etkili bir şekilde etkileşim kurabilmekte, böylece bilinçli ve eleştirel seçimler yapma yeteneklerini geliştirebilmektedirler.

Yapay zekâ okuryazarlığının artırılması, tüketici güveni üzerinde olumlu bir etkiye sahiptir. Hasan, Shams ve Rahman (2021) çalışmalarında, Siri gibi ses kontrollü yapay zekâ teknolojilerinde tüketici güveninin marka bağlılığı üzerindeki etkilerini ele almış ve algılanan riskin marka bağlılığını olumsuz etkilediğini vurgulamıştır. Bu bağlamda, tüketicilerin kişisel verilerinin nasıl kullanıldığını anlamaları ve yapay zekâ sistemlerinin nasıl çalıştığını kavrayabilmeleri, onların bu teknolojilere yönelik güvenini artıracaktır. Özellikle veri gizliliği ve şeffaflık gibi unsurların açık ve net bir şekilde sunulması, tüketicilerin yapay zekâ sistemlerine duydukları güvenin inşa edilmesinde hayati rol oynamaktadır. Yapay zekâ okuryazarlığı, tüketicilerin bu sistemlerin nasıl çalıştığını anlamalarına ve verilerin nasıl kullanıldığını bilmelerine olanak tanımakta, bu durum ise algılanan riski azaltarak tüketici güvenini artırmaktadır.

Yapay zekâ teknolojilerinin tüketici karar verme süreçlerine olan etkisi de yapay zekâ okuryazarlığı ile doğrudan ilişkilidir. Özellikle, karmaşık ve kişisel tercihler gerektiren alanlarda, tüketicilerin yapay zekânın nasıl çalıştığını anlamak istedikleri ve bu konuda daha fazla şeffaflık talep ettikleri belirtilmiştir. Yapay zekâ okuryazarlığının yüksek olduğu durumlarda, tüketiciler bu önerileri daha bilinçli kabul etmekte ve karar verme süreçlerinde daha etkin rol oynamaktadırlar. Bu, şirketlerin ve markaların yapay zekâ tabanlı öneri sistemlerini daha şeffaf ve açıklanabilir hale getirmeleri zorunluluğunu doğurmaktadır.

Yapay zekâ okuryazarlığı aynı zamanda tüketicilerin yapay zekâ destekli hizmetlerle olan etkileşimlerini de geliştirmektedir. Wen ve diğerleri (2022) yaptıkları çalışmada, yapay zekânın tüketici değer yaratım sürecinde nasıl bir rol oynadığını incelemişler ve kişiselleştirilmiş hizmetlerin tüketici memnuniyetini ve marka bağlılığını artırdığını bulmuşlardır. Tüketiciler, yapay zekâ teknolojilerini

ne kadar iyi anlarlarsa, bu hizmetlerle o kadar etkili etkileşim kurmakta ve alış-veriş deneyimlerinden daha fazla memnuniyet duymaktadırlar. Bu bağlamda, yapay zekâ okuryazarlığının yaygınlaştırılması, tüketicilerin bu sistemlerden tam anlamıyla faydalanabilmelerini sağlamakta ve markaların da hizmetlerinin kalite algısını olumlu yönde etkilemektedir.

Tüketici davranışlarındaki yeni eğilimler arasında, şeffaflık ve etik yapay zekâ uygulamalarına yönelik talepler öne çıkmaktadır. Loureiro ve diğerleri (2024) yaptıkları çalışmada, yapay zekâ tabanlı araçların tüketiciye sağladığı psikolojik değerlerin, tüketici deneyimlerini ve harcama alışkanlıklarını nasıl dönüştürdüğünü incelemişlerdir. Yapay zekâ sistemlerinin tüketiciye sağladığı benzersizlik hissi ve kişisel değer, tüketici davranışlarını olumlu yönde etkilemekte ve tüketicilerin bu sistemlere olan güvenini artırmaktadır. Ancak, bu teknolojilerin etik kullanımının sağlanması ve şeffaf algoritmaların geliştirilmesi, tüketicilerin bu sistemlere duyduğu güveni pekiştirecek ve onların daha bilinçli kararlar almalarına olanak tanıyacaktır. Sonuç olarak, yapay zekâ okuryazarlığı dijital pazarlarda rekabet avantajı sağlayan önemli bir unsur haline gelmektedir. Tüketicilerin yapay zekâ teknolojilerini anlamaları, bu sistemlerle nitelikli etkileşim kurabilmeleri ve yapay zekâ destekli hizmetlerle daha bilinçli seçimler yapabilmeleri, markaların pazarlama stratejilerini daha şeffaf ve etik bir şekilde şekillendirmelerine olanak tanımaktadır. Ayrıca, yapay zekâ okuryazarlığının artırılması, tüketici haklarının korunmasını ve dijital dünyada daha adil ve etik bir ekosistemin oluşturulmasını destekleyecektir. Bu nedenle, işletmeler ve kanaat önderleri, yapay zekâ okuryazarlığını yaygınlaştırmaya yönelik stratejiler geliştirmeli ve bu teknolojilerin toplumsal etkilerine karşı tüketicileri bilinçlendirmelidirler. Çünkü yapay zekâ okuryazarlığının artırılması hem bireysel hem de toplumsal düzeyde fayda sağlayarak, tüketici davranışlarını şekillendiren temel bir faktör olmaya devam edecektir.

Kaynakça

- Abrardi, L., Cambini, C., & Rondi, L. (2022). Artificial intelligence, firms and consumer behavior: A survey. *Journal of Economic Surveys*, 36(4), 969-991.
- Ameen, N., Tarhini, A., Reppel, A., & Anand, A. (2021). Customer experiences in the age of artificial intelligence. *Computers in human behavior*, 114, 106548.
- Babatunde, S. O., Odejide, O. A., Edunjobi, T. E., & Ogundipe, D. O. (2024). The role of AI in marketing personalization: A theoretical exploration of consumer engagement strategies. *International Journal of Management & Entrepreneurship Research*, 6(3), 936-949.
- Benton, P. (2023). AI Literacy: A Primary Good. In Southern African Conference for Artificial Intelligence Research (pp. 31-43). Cham: Springer Nature Switzerland.
- Cetindamar, D., Kitto, K., Wu, M., Zhang, Y., Abedin, B., & Knight, S. (2022). Expli-cating AI literacy of employees at digital workplaces. *IEEE transactions on en-gineering management*, 71, 810-823.
- Chen, S., Qiu, H., Zhao, S., Han, Y., He, W., Siponen, M., ... & Xiao, H. (2022). When more is less: The other side of artificial intelligence recommendation. *Journal of Management Science and Engineering*, 7(2), 213-232.
- Chen, C., & Zheng, Y. (2023). When consumers need more interpretability of artificial intelligence (AI) recommendations? The effect of decision-making domains. *Behaviour & Information Technology*, 1-9.
- Eslami, M., Vaccaro, K., Karahalios, K., & Hamilton, K. (2018). "I Always Assumed That I Wasn't Really That Close to [Her]": Reasoning About Invisible Algo-rithms in News Feeds. Proceedings of the 2018 CHI Conference on Human Fac-tors in Computing Systems, 1-12.
- Feuerriegel, S., Hartmann, J., Janiesch, C., & Zschech, P. (2024). Generative ai. *Business & Information Systems Engineering*, 66(1), 111-126.
- Gnewuch, U., Morana, S., & Maedche, A. (2017). Towards Designing Cooperative and Social Conversational Agents for Customer Service. In Proceedings of the In-ternational Conference on Information Systems (ICIS).
- Gursoy, D., Chi, O. H., Lu, L., & Nunkoo, R. (2019). Consumers acceptance of artifi-cially intelligent (AI) device use in service delivery. *International Journal of In-formation Management*, 49, 157-169.
- Hoff, K. A., & Bashir, M. (2015). Trust in automation: Integrating empirical evidence on factors that influence trust. *Human factors*, 57(3), 407-434.
- Hasan, R., Shams, R., & Rahman, M. (2021). Consumer trust and perceived risk for vo-ice-controlled artificial intelligence: The case of Siri. *Journal of Business Rese-arch*, 131, 591-597.
- Hermann, E., & Puntoni, S. (2024). Artificial intelligence and consumer behavior: From predictive to generative AI. *Journal of Business Research*, 180, 114720.
- Jain, V., Wadhwani, K., & Eastman, J. K. (2024). Artificial intelligence consumer beha-vior: A hybrid review and research agenda. *Journal of Consumer Behaviour*, 23(2), 676-697.
- Jain, S., Hitzig, Z., & Mishkin, P. (2023). Contextual Confidence and Generative AI. *arXiv preprint arXiv:2311.01193*.
- Kim, T., Usman, U., Garvey, A., & Duhachek, A. (2023). Artificial Intelligence in Mar-keting and Consumer Behavior Research. *Foundations and Trends® in Marke-ting*, 18(1), 1-93.

- Kimura, T. (2024). Exploring the Frontier: Generative AI Applications in Online Consumer Behavior Analytics. *Cuadernos de Gestión*, 1-14.
- Kong, S. C., & Zheng, G. (2021). A conceptual framework for designing artificial intelligence literacy programmes for educated citizens. In *Conference proceedings (English paper) of the 25th Global Chinese Conference on Computers in Education (GCCCE 2021)* (pp. 11-15). Centre for Learning, Teaching and Technology, The Education University of Hong Kong.
- Kronemann, B., Kizgin, H., Rana, N., & K. Dwivedi, Y. (2023). How AI encourages consumers to share their secrets? The role of anthropomorphism, personalisation, and privacy concerns and avenues for future research. *Spanish Journal of Marketing-ESIC*, 27(1), 3-19.
- Kurian, N., Cherian, J. M., Sudharson, N. A., Varghese, K. G., & Wadhwa, S. (2023). AI is now everywhere. *British Dental Journal*, 234(2), 72-72.
- Long, D., & Magerko, B. (2020). What is AI literacy? Competencies and design considerations. In *Proceedings of the 2020 CHI conference on human factors in computing systems* (pp. 1-16).
- Loureiro, S. M. C., Jiménez-Barreto, J., Bilro, R. G., & Romero, J. (2024). Me and my AI: Exploring the effects of consumer self-construal and AI-based experience on avoiding similarity and willingness to pay. *Psychology & Marketing*, 41(1), 151-167.
- Luo, X., Tong, S., Fang, Z., & Qu, Z. (2019). Frontiers: Machines vs. humans: The impact of artificial intelligence chatbot disclosure on customer purchases. *Marketing Science*, 38(6), 937-947.
- McCarthy, J. (2007). From here to human-level AI. *Artificial Intelligence*, 171(18), 1174-1182.
- McKnight, D. H., Carter, M., Thatcher, J. B., & Clay, P. F. (2011). Trust in a Specific Technology: An Investigation of its Components and Measures. *ACM Transactions on Management Information Systems (TMIS)*, 2(2), 1-25.
- Mensah, G. B. (2023). Artificial intelligence and ethics: a comprehensive review of bias mitigation, transparency, and accountability in AI Systems. *Preprint, November, 10*.
- Ng, D. T. K., Leung, J. K. L., Chu, K. W. S., & Qiao, M. S. (2021). AI literacy: Definition, teaching, evaluation and ethical issues. *Proceedings of the Association for Information Science and Technology*, 58(1), 504-509.
- Nordheim, C. B., Følstad, A., & Bjørkli, C. A. (2019). An Initial Model of Trust in Chatbots for Customer Service—Findings from a Questionnaire Study. *Interacting with Computers*, 31(3), 317-329.
- Obermeyer, Z., Powers, B., Vogeli, C., & Mullainathan, S. (2019). Dissecting Racial Bias in an Algorithm Used to Manage the Health of Populations. *Science*, 366(6464), 447-453.
- Olan, F., Suklan, J., Arakpogun, E. O., & Robson, A. (2021). Advancing consumer behavior: The role of artificial intelligence technologies and knowledge sharing. *IEEE Transactions on Engineering Management*.
- Pinski, M., & Benlian, A. (2023). AI literacy-towards measuring human competency in artificial intelligence.
- Trawnih, A., Al-Masa'eed, S., Alsoud, M., & Alkufahy, A. (2022). Understanding artificial intelligence experience: A customer perspective. *International Journal of Data and Network Science*, 6(4), 1471-1484.

- Wachter, S., Mittelstadt, B., & Floridi, L. (2017). Why a Right to Explanation of Automated Decision-Making Does Not Exist in the General Data Protection Regulation. *International Data Privacy Law*, 7(2), 76-99.
- Wang, W., & Benbasat, I. (2007). Recommendation agents for electronic commerce: Effects of explanation facilities on trusting beliefs. *Journal of Management Information Systems*, 23(4), 217-246.
- Wang, P. (2019). On defining artificial intelligence. *Journal of Artificial General Intelligence*, 10(2), 1-37.
- Wang, B., Rau, P. L. P., & Yuan, T. (2023a). Measuring user competence in using artificial intelligence: validity and reliability of artificial intelligence literacy scale. *Behaviour & information technology*, 42(9), 1324-1337.
- Wang, X., Li, X., & Huang, J. (2023b). Junior High School Artificial Intelligence Literacy: Connotation, Evaluation and Promotion Strategy. *Open Journal of Social Sciences*, 11(5), 33-49.
- Wen, H., Zhang, L., Sheng, A., Li, M., & Guo, B. (2022). From “human-to-human” to “human-to-non-human”—influence factors of artificial intelligence-enabled consumer value co-creation behavior. *Frontiers in psychology*, 13, 863313.
- Wibowo, L. A., & Ariyanti, M. (2023). Utilization Of Artificial Intelligence Systems to Predict Consumer Behavior. In *Journal of Jabar Economic Society Networking Forum*, 1(1), 45-53.
- Wolfram, S. (2023). *What Is ChatGPT Doing:... and Why Does It Work?*. Wolfram Media.
- Xie, T. (2023). Artificial intelligence and automatic recognition application in B2C e-commerce platform consumer behavior recognition. *Soft Computing-A Fusion of Foundations, Methodologies & Applications*, 27(11).
- Zhao, L., Wu, X., & Luo, H. (2022). Developing AI literacy for primary and middle school teachers in China: based on a structural equation modeling analysis. *Sustainability*, 14(21), 14549.



BÖLÜM 35

Belediye Hizmetlerinin Seçmen Davranışı Üzerindeki Etkisi: Bayrampaşa Örneği

A. Baran Dural¹ & Bahriye Eseler²

¹ TC Trakya Üniversitesi İİBF, SKYB Öğretim Üyesi, Orcid no: 0000-0003-2126-3419

² Üsküdar Üniversitesi SHMYO, Sosyal Güvenlik Programı, Sağlık Kurumları İşletmeciliği Böl.,
Orcid no: 0000-0001-7728-4433

Giriş: Kavramsal Çerçeve

Siyaset, insanların hayatlarının bazı kesimlerinin geçici veya kalıcı olarak ortak karar alınması, asgari müştereklerde uyuşulması sistemine dayanır. Bu keşişme yüzünden siyaset aynı zamanda, alınması gereken ve uyulmaları ahlaki bir müeyyideden ziyade, hukuki bir yaptırımla veya buna benzer maddi temeli olan geri- dönüşümlerle desteklenen, kararları alma sürecidir (Yayla, 2005: 208).

Siyasetin karar alma süreci olması, siyasal eylemin, siyasal katılım gerçekleştirme ve siyasal tercihte bulunma zorunluluğu getirmesine neden olur. Bu siyasi kararlar sadece sandığa gidip oy kullanmak/kullanmamakla sınırlandırılabilceğı gibi (dar anlamda katılım), çok daha ileri boyutlarda katılım türlerini de kapsamaktadır. Siyasal parti etkinliklerine katılım, sivil toplum kuruluşları ekseninde siyasette varlık göstermek, bildiri dağıtıp rozet takmak, siyasal partilere üye olmak- onların içinde çalışmak, parti yayınlarını takip etmek, belli başlı katılım türlerini oluşturur. Siyasal tartışmalara girmek, bunları izlemek, hatta belli siyasal görüş doğrultusunda pasif direniş yapmak bile siyasal katılım türlerine verilebilecek örneklerdendir (geniş anlamda katılım). Gerek diğer katılım türlerinde, gerekse oy verme davranışı olarak, seçmeni verili partilere yönelten tek bir neden olabileceğı gibi birden fazla- çok daha karmaşık sebepler de olabilir. Bu amaçla en temel şekilde seçmen teorileri, ekonomik ya da toplumsal seçmen davranışı olarak nitelendirilebilir.

Siyasal katılımın ilk aşamasını tutumlar oluşturmaktadır. Tutumların ardından ise davranışlar gündeme gelmektedir. Ancak seçim dönemlerinde çeşitli sebeplerle, tutumlar ve davranışlar her zaman aynı şekilde gerçekleşmeyebilir. Her tutumun karşılığı, oy verme davranışına yansımamaktadır. Nitekim bu çalışmada, aslında tutumlarla davranışların her zaman birbiri ile örtüşmediğinde, özellikle seçmen iktidar partisini eleştirirken, bunu yerel yönetim sonuçlarına yansıtılabildiğı gibi adayın, tanınırlık/bilinirlik durumuna göre partisine yöneltilen eleştiriler oklarından kendisini koruyarak, şahsi oy çizgisini koruyabildiğı görülmektedir. Ya da benzer şekilde, yerel yönetimlerden zaman zaman memnun olmamalarına rağmen, herhangi bir bölge seçmenin, genel seçimlerde, geleneksel olarak oy verdikleri partiyi, desteklemeyi sürdürdükleri kaydedilebilmektedir.

Aynı zamanda yerel seçimlerde adayla kurulan bağ genel seçimlerden daha önemlidir. Zira kısıtlı seçmen kitlesine sahip yerel yöneticilerin, seçmenle birebir ilişkiler kurma imkanı daha fazladır. Bu aynı zamanda seçmenin görüşlerinin de bu doğrultuda değişmesine, hemşerilik- akrabalık-ahbaplık gibi kimi bağlantılarla oy verilmesine neden olmaktadır.

Farklı Oy Verme Saikleri

Küçük yerleşim yerlerinde sözü geçen kişilerin, yerel seçimlere yön verme olasılığı çok daha fazladır (Sayarı, 1975:1). Bu sebeple kırsal yerleşim bölgele-
rinde, özellikle de yerel seçimlerde, hem dayanışmanın hem de sosyal baskının
yüksek olması nedeniyle, yerel eşrafın; tutumlarıyla, genel kanaatleriyle, seçmeni
azımsanmayacak oranda etkileme yeteneği vardır (Özbudun, 1975:147). Bu du-
rum benzer şekilde, az gelişmiş ilçelerde de görülmektedir. Zira nüfus azaldıkça,
genel sorunlarda yurttaşlar, başvurabilecekleri kanaat önderleri arama eğilimine
girerler ve yerel eşraf, öğretmen, kimi zamanlar imam, köy muhtarı, köyün oku-
muşları bu boşluğu doldururlar. Öte yandan az gelişmiş ilçe yerleşimlerinde,
“mahalle baskısı” gözlenmekte, bu da seçmen davranışları üzerinde etkili olmak-
tadır (Kalaycıoğlu, 1984:24).

Şerif Mardin'in bilimsel olarak bilim dağarına kattığı, "mahalle baskısı" ol-
gusu, günümüzde pekçok dip siyasal dalgalanmayı açıklamak üzere kullanılmak-
tadır. Türkiye'de sivil toplumun geç şekillenmesi ve bu olumsuzluğun siyasete
yansımaları işleyen Prof. Mardin, ülkedeki hakim geleneği, küçük ve büyük ge-
lenek üzerinden çözülemeye kalkışır. Türk halk kültürünün yarı- siyasallaşmış
yapısı temelinde, Türk küçük geleneğinde hoşgörü unsurunun, belirtildiğinin ak-
sine çok düşük seyrettiğine değinen Mardin'e göre, devrimci- Türkçü düşünür Ali
Suavi'nin demokrasi anlatısı, bu anlatının sağladığı hoşgörü uzgörüsüyle birlikte
ele alındığında, son derece yetersizdir (Mardin, 2008:182-186). Bu olsa olsa de-
mokrasiden ziyade, modernleştirilmiş bir merkezizettir. Nitekim Mardin Ar-
tıkku Üniversitesi Sosyoloji Bölümü Öğretim Üyesi Doç. Dr. Adnan Çetin, Kon-
gar'dan hareketle, "mahalle baskısı" olgusunu şöyle ele almaktadır:

"Kongar'a göre, Mardin'in 'Mahalle baskısı', 'Mahalle havası', 'Mahalle İs-
lam'ı' dediği olgu, bireyi biçimlendiren, onun tutum ve davranışlarını belirleyen,
sosyal psikolojinin 'grup dinamiği' alanına giren ünlü 'grup baskısı' kavramının,
tüm ilişkileri de kapsayarak topluma egemen olması, bireyleri ve toplumu belli
bir yöne sevk etmesidir. Mardin'in ortaya attığı mahalle baskısı kavramıyla bera-
ber dinin modern Türkiye'deki konumu yeni bir tartışma sürecine girmiştir. Bu
süreç içerisinde daha çok dindar insanların oyuyla iktidara gelen Adalet ve Kal-
kınma Partisi tartışmaların merkezine kondu. Bu bağlamda mahalledeki baskının
AKP iktidarıyla ilintisinin olduğu yüksek sesle dillendirilmeye başlandı" (Çetin,
2010: 86-88) (Kongar, 2010)..

Bayrampaşa ilçesi yukarıda tanımlanan ilişki ağına benzer özellikler göster-
mektedir. Bu noktada araştırma yapılırken, ilçenin hem kırsalına, hem de kentsel
dinamiklerinin ayrıntılarına bakmak yerinde olacaktır. Ancak araştırma evreninin

"kök mekanı"nı oluşturan Bayrampaşa ilçesine dair verilere geçmeden evvel, tam da bu noktada durup, kuramsal çerçevenin bitirilmesi yerinde olacaktır.

Siyasal Katılma Nedir?

Siyasal katılım kavramının birden çok tanımı yapılmıştır. En özet haliyle siyasal katılım türleri, dar anlamlı siyasal katılım ve geniş düzeyde siyasal katılım şeklinde ayrılmaktadır. Dar anlamda siyasal katılım, katılım türlerinin kimilerini kapsam dışında tutmaktadır. Bu anlamda sadece tutarlı, planlı ve örgütlü katılım türlerini siyasal katılım türlerine dahil etmektedir (Kalaycıoğlu: 200).

Siyasi kimlikler, iyi yönetimlerinin karşılığını sandık başında yüksek oylarla alabilirken, aynı zamanda seçmenin, kendilerini cezalandırarak, düşük düzeyde oy kullanımıyla da karşılaşabilmektedirler. Seçmenler çeşitli şekillerde birbirinden farklı tavır göstermekte ve aslına bakılırsa sandığa gitmeden evvel, siyasi tercihleri belirginleştirmektedirler. Birey oy kullanırken siyasi olayları izleme, siyasal olaylar hakkında tavır takınma ve siyasal olayların içine karışma şeklinde tepki vermektedir (Baykal, 1970:31-32).

Genel olarak incelendiğinde mahalli seçimlerle genel seçimler arasında gerek katılan siyasal parti ve bağımsız adayların, gerekse seçmenlerin göz ettiği farklı ölçütlerin, seçimi kazanma/ oy toplama- verme noktasında etkili olduğu gözlenir. Örneğin gelişmiş demokrasilerde parti programları- parti yayın organlarının yayınları ve hizmete dönük vaatlerle, partilerin sahada yaptıkları çalışmalar, birebir görüşmeler önplana çıkar.

İdeoloji Partilerinden Kitle Partilerine

Türkiye tipi az gelişmiş ülkelerdeyse, 1965-1980 yılları arasında, AP-CHP-MHP-MSP-TİP'in, "programlarıyla savaşıma" politikaları haricinde, parti programları- sosyal adalet/ sosyal devletin kazanımlarına dair teorik söylem- ideolojik eğitim gibi unsurlar, pek dikkate değer bulunmamaktadır. Bunun nedeni anılan siyasal partilerin, ideolojik omurgalı kitle partileri veya ideolojik partiler olmaları, kitlelere kendi bütünleşik programları üzerinden ulaşma niyeti taşımalarıydı. Hazır programla seçmene seslenme tutumunu değiştirmemeyse, ilgili partilerin, dünyayla bütünleşme kaygusu gütmelerinden ziyade, dünyanın yeni sorunlarını da eski programlar- hazır reçetelerle, çözebileceklerini sanma "nafile" çabalarıydı. Adı geçen partiler, seçmenden temel olarak, Soğuk Savaş şartlarının dayattığı kuramsal/ jeo-stratejik zemin üzerinden, "Ak Günlere Doğru, Yeniden Büyük Türkiye, 9 Işık, Adil Düzen, Gülyüzlü Sosyalizm" başlıklı, ideolojik/ nispeten ideolojik programlarla oy istemekteydiler. (Dural, 2011)

Siyasete ciddiyet kazandıran bu özellik, 1990'lı yıllarda Avrupa tipi gelişmiş demokrasilerde sürerken, Amerikan tipi, “oy avcısı/ toplayıcısı” parti anlayışına geçişlerle birlikte, yok olmuş ve ülkede, kitleleri birbiri aleyhine tahrik edip-kamplara bölmekten başka bir işlevi olmayan, siyasal ayrımcılık- kutuplaştırma politikaları ülke siyasetine hakim olmuştur. Bunun sonucu olarak 1970'li yılların, en sağından en soluna tümüyle ağır sanayi yanlısı partileri içinden, 21. yüzyıla geçişle birlikte çağcıl- güçlü bir Yeşiller Hareketi çıkamamış, dezavantajlı grupların haklarını savunabilecek güçlü sağ- sol bir parti türememiştir. Siyasal partiler cinsiyetçilik- çevre/ rant politikaları karşısında, “duruma” göre tavır alma kolaycılığını paylaşır hale gelmişlerdir. Bu anlamda, günümüzde yaşanan siyasal darboğazın en ciddi sebeplerinden birisi, ideolojik bağlamda farklılıklar göstermeler de, siyaset tarzı, deyim yerindeyse “yoğurt yeme” tarzları bakımından tamamen aynileşmiş siyasal almasıklık tablosudur.

Sosyal devlet ve onun kazanımları muhalefetin dilinde, mutluluk veren eski türkülere dönüşürken, “himmet-nepotizm” sarmalı, devletten yeniden özel ellere devredilen, yardımlaşma siyasetiyle birleşmiştir. Böylelikle yeni düzenlemeler, sosyal adalet ilkesinin, yeni bir “ortaçağ rejimini”yle yer değiştirme tehdidini çağırıştırır olmuştur. Böylelikle eskinin mücadeleci, hedef sahibi ama durağan ideolojik, ideolojik omurgalı kitle partilerinin kendilerini düzenleyip çarelerini çeşitlendirmelerini bekleyen seçmen, bu sefer de düşünce- paylaşım- siyasal derinlik üçgenini tamamıyla dışlayan, sorumsuz kitle partilerinin eline düşmüştür.

Seçmen Davranışı: Dar- Geniş Anlam

Seçmen davranışı ya da daha dar anlamda oy verme davranışı, toplumsal hareketlerden, sosyo-ekonomik etkenlerden, hatta biyolojik gereksinimlerden bile çeşitli seviyelerde etkilenmektedir. Bu sebeple hem seçmenin kendisine yönelik, hem de topluma yönelik sosyal konumlandırılması, seçmen davranışını etkilemektedir. Diğer bir deyişle seçmenin oy verme davranışını; politik tercihleri, ekonomik durumu, ülkenin genel politik ortamı, kişinin bizzat ya da dolaylı olarak şahit olduğu sosyolojik olaylar ve bununla beraber, bireyin psikolojik durumu, güdülemektedir (Eseler, 2024:22).

Bu bağlamda ilk olarak seçmen davranışını etkileyen, sosyo-ekonomik bireysel unsurlardan bahsetmek yerinde olacaktır. Bu bireysel etmenler, genellikle, seçmenin eğitim düzeyinden, mesleğinden ve gelir seviyesinden kaynaklanmaktadır (Özdemir, 2009:12). Eğitim, bilinçli seçmen olma noktasında büyük önem taşımaktadır. Ayrıca seçmene bağlı bulunduğu çevrenin değişmesi ya da yeni çevre edinmesini de farklı bakış açısı sağlamaktadır. Tüm bunlar seçmen davranışı üzerinde etkin olmaktadır (Turan, 1977:78).

Bir başka önemli değişkense, eğitimle bağlantılı olan meslek faktörüdür. Kişinin toplumsal statüsü arttıkça, bilinçli tercihte bulunma olasılığı ve akılcı (rasyonel) seçmen olma özelliği yükselmektedir. Yine bazı durumlarda birey, mesleki statüsü kaybını önlemeye yönelik seçmen davranışı da gösterebilmektedir. Bu kapsamda ne açıdan bakılırsa bakılsın meslek, seçmen davranışının evrimi noktasında önemlidir (Tekin, 2009:26). Aynı zamanda mesleğe bağlı sosyal statü ve mesleğin saygınlığı da, bireye, siyasal oyuncu olarak, diğer seçmenleri etkileyebilme gücü bağışlamaktadır (Kalaycıoğlu: 31) Yapılan çalışmalarda, benzer mesleklere sahip kişilerin, benzer siyasi partileri destekledikleri görülmektedir (Sitembölükbaşı, 1995:42).

Meslek- Gelir Seviyesi

Örneğin avukatlar- din adamları- orta derece eğitimci kadroların, genellikle muhafazakar sağ eğilimli partileri destekledikleri bilinir. Bu meslek grupları toplumsal saygınlıklarıyla, aristokrasinin tarihe karıştığı bir zaman kesitinde, muhafazakarlığın, "Bir ülkede aristokrasi yoksa bile icat edilmeli" mantığına uygun olarak, geleneksel sağ partilerin seçkin kadrolarını doldururlar. Buna karşılık sendika liderliği, üniversite eğitimciliği, yine avukatlık- basın mensupluğu, mimarlık, doktorluk tipi meslekler, sol partilerin kadrolarında sıklıkla rastlanılan beyaz yakalı meslek gruplarıdır.

Seçmene bağlı bir başka değişken ise gelir seviyesidir. Bireyin gelir seviyesi arttıkça, siyasi seçimlere olan ilgisi ve oy kullanırken, akılcı karar verme oranı artmaktadır. Yine belirli siyasi dönemlerde, bireyin gelir seviyesi artarsa, o verili dönemde iktidarda yer alan siyasi partiyi/ partileri destekleme eğilimi öne çıkmaktadır. Benzer şekilde hane gelir durumu düşerse, bunun müsebbibi olarak görülen siyasi partiyi/ partileri, cezalandırma eğilimi yaygınlıkla görülmektedir (Omay, 2007:233).

Öte yandan seçmen davranışında etkili diğer unsursa, sosyo-kültürel öğelerdir. Yaş-cinsiyet ve aile bu öğelerin başında sayılmaktadır. Değişkenlerden ilki olan yaş hususudur. Zira seçmenlerde yaş arttıkça, ussal- akılcı tercih yapma olasılıklarının arttığı bilinmektedir. Yaş ile ilgili olan bir başka öğe, bireyin doğduğu dönem, yani ait olduğu kuşağın, seçmen davranışına olan etkisidir. Genellikle aynı kuşakta olanlar, yakın siyasal eğilimlere sahiptirler. Örneğin aynı ailelerin farklı kuşakları irdelendiğinde, bazı kuşakların sağa ondan sonra gelenlerin sola, sonra tekrar sağa destek verdikleri görülebilir. Benzer şekilde günümüzde a-politikleşme eğilimi de artmaktadır (Çavuşoğlu ve Pekkaya, 2016:21). 12 Eylül'ün ardından ülkede esen liberalizm rüzgarları, askeri rejimden çıkmanın baskısıyla

birleştğinde, o dönemin gençliğinde gözlemlenen, bir önceki kuşağın tersine siyasal alandan bilinçli kaçış eğilimi, uzunca bir dönem sürmüş, siyasal geri dönüş (recall) ancak Gezi Olayları'yla mümkün olabilmektedir. Bu noktadaysa siyasal eylemliliğin, kuşak atlayarak değiştiğinden ziyade, katılım yollarının çeşitlenmesi üzerinde durulmalıdır. "Flash- mob" (anlık siyasal eylem), pasif direniş yollarının kolaylaşması, bazı gelişmiş Avrupa demokrasilerinden yok sayma (neglecting) tepisinin de, etkin siyasal hareket olarak algılanması, örgütlü sanal ağ kampanyaları, bireye, evinden çıkmadan veya kendisini riske atmadan eylemlilik seçeneği sunmaktadır. Bu da hem gelişmiş hem de gelişmekte olan dünyada, siyasal alana görece dönüş psikozunun ardında yatan itiyi anlamlandırmaktadır.

Ailenin Oy Verme Üzerindeki Etkisi

Cinsiyet ögesine dair çalışmalar, genellikle kadın çalışmaları özgülünde yürütülmektedir. Bu kapsamda cinsiyetten daha önemli olan, toplumsal cinsiyettir. Ataerkil toplumlarda kadınlar, genellikle seçmen davranışı gösterirken, eşlerinin ya da babalarının destekledikleri partileri destekleme eğilimindedir (Kalaycıoğlu, 1984:19). Oysa gelişmiş demokrasilerde, siyaset bireysel düzlemde aktığından, kişi özgür birey olarak, bireysel inisiyatif kullanıp, çevresinin etki alanını alt düzeye indirerek, katılım ağlarına girebilmektedir.

Aile, bireye hatıraların aktarımını ve kolektif belleğin oluşumunu sağlamaktadır. Özellikle sosyal açıdan dış dünyaya kapalı, sosyal etkileşimi az olan ailelerde, birey genellikle ailesiyle benzer seçmen örüntüleri göstermektedir (Assmann, 2001:57). Bununla beraber ancak aile ile sosyo-ekonomik seviyesi farklılaşan bireylerden, aileden farklı seçmen davranışı alınabildiği ortaya çıkmaktadır (Yücekök, 1987: 72).

Tüm bunların yanında, seçmen davranışını etkileyen kuramsal teoriler mevcuttur. Bu teorilerden ilki, seçmen davranışı üzerindeki sosyolojik etkileri açıklayan, "Columbia Ekolü" dür. Bu ekol oy verme davranışını açıklarken, sosyal değişkenlerin üzerinde durmaktadır (Heywood, 2007:311). Bir diğeri oy verme davranışı üzerinde bireysel etkileri araştıran, "Michigan Ekolü"dür (Eseler, 2016: 26). Son olarak seçmenin bilinçli olduğunu varsayan, "Akılcı- Ussal Seçim Teorisi"dir.

Bu teoride, değişkenlerin herbiri, çeşitli seviyelerde seçmen davranışını etkilemektedir (Zuckerman 2006:75). Ancak bununla beraber, tüm bu kuramları akılda tutarak, yerel seçimlerde seçmen davranışının, nasıl dalgalandığına göz atmak faydalı olacaktır.

Yerel Seçimlerde Hizmet mi, Parti mi?

Genel olarak incelendiğinde mahalli seçimlerle genel seçimler arasında gerek katılan siyasal parti ve bağımsız adayların, gerekse seçmenlerin göz ettiği farklı ölçütlerin, seçimi kazanma/ oy toplama- verme noktasında etkin rol oynadığı gözlenir. Ayrıca yerel yönetimler seçimlerinin, vatandaşlar tarafından önem verilen ve benimsenen seçimler olduğu görülmektedir (Göker ve Doğan, 2010:60).

Genel seçimlerde, ideolojik tercihler yerel seçimlerde ise hizmete göre oy verildiği, en genel seçim "mitolojileri" arasındadır. Oysa oy kullananlardan bir kısmı, genel ve yerel seçimlerde, genelde aynı partiye oy verir. Bu sayı önemsenmeyecek düzeydedir. Genellikle yerel yönetimlerden alınan hizmetler, ideolojik tercihlerin gerisinde kalmaktadır (Altan, 2005:176). Diğer seçmen kitlesiye, "hizmet odaklı" tercih kullanma eğilimlerine rağmen, sıklıkla arasında bölündüğü, bazı seçimlerde "hizmet" unsuru önplana çıkarken, diğerlerinde ülkenin siyasal yapısını belirleyen sorunların, yerel seçimlerin önüne geçtiği, dolayısıyla seçmenlerin siyasal kaygılar ekseninde kümелendiği fark edilir.

Gelişmiş ülkelerde, "hizmet odaklı" karar alma süreçlerinin salt siyasal seçeneği bastırdığı doğruysa bile, az gelişmiş ülkelerde görüldüğü gibi genel seçimlerde gözlemlenen oy kayıplarının, yerel seçimlere de yansması ya da tam tersi durumlar, her iki model için de geçerlidir. Örneğin Türkiye'de AKP'nin artık tek başına ülkeyi yönetemeyeceği, iktidar partisinin hiç istemese bile, yanına yandaş partiler bulma zorunluluğu duyduğu sonucu, yerel- genel seçimlerde birbirini tekrarlayan bir sonuç olarak, süreklilik göstermiştir. Bu da AKP'nin ülkede siyasal iktidarın yanısıra sosyal iktidara da hakimiyet sağladığına, tipik hizmet partisi görüntüsü çizdiğine, halkın AKP belediyelerine diğer partilerden çok daha fazla güvendiğine dair, hakim İslamcı paradigmanın iflasını sağlamıştır.

Yine de yerel seçimlerde seçmenlerin, hizmet odaklı oy kullanma eğiliminde bulunduğunu savlayanlar öyle az buz bir kitleyi oluşturmazlar. Bu kapsamda, yerel yönetimlerin ilçe genelinde gerekli altyapı çalışmalarını yerine getirmeleri önemlidir. Nitekim temelde yol hizmetleri, temizlik hizmetleri gibi yerine getirmekle ilçenin sorumlu olduğu temel hizmetlerin, halk arasında söylendiği gibi "savsaklanmadan" kısa zamanda çözümlenmesi, oy verme davranışında önem taşımaktadır. Yerel yönetimlerin sosyal projelere verdikleri önem, seçmen tercihlerini etkileyen cazibe unsurlarındandır. Bu bakımdan yerel yönetimler, eğitim, sağlık ve diğer sosyal değişkenlere ilişkin projeler geliştirmektedir. Benzer şekilde yerel yönetimlerin temel görevlerinden biri olan, çevre düzenlemelerine özenmeleri, o yerleşim birimini hava- görüntü kirliliğinden arındırıp, yaşanabilir

hale getirmeleri, seçmenin oy verme davranışını değiştirebilmektedir (Teyyare ve Avcı, 2016:59).

Bu değişkenlere rağmen, seçmenin yerel yönetimlerde oy verme davranışını etkileyen temel ögenin, parti bağımlılığı-ideoloji olduğu görülmektedir. Çoğunlukla bir partiyle kurulan bağ ya da ideolojik değişkenler, seçmeni güdüleyen ana unsur gibidir. İdeolojik bağlılık, yerel seçimlerde farklı dengelerin kurulmasına neden olmaktadır. Bu durumun iki biçimde gerçekleştiğini söylemek mümkündür. Eğer seçmen genel seçimlerde oy verdiği partiden memnunsa, yerel seçimlerde aynı partiye oy vermeye devam eder. Yok, seçmen genel seçimlerde oy verdiği partiden memnun değilse, o partiyi genel seçimler yerine, yerel seçimlerde cezalandırmayı seçer (Altan, 2005:176).

Siyasal Paydaşı Destekleyerek Cezalandırma

Böylelikle kendi ideolojik konumuyla tenakuza düşmeden (ters düşmem), belki ailesinin birkaç kuşaktır oy verdiği geleneksel partiden büsbütün uzaklaşmamış olur. Fakat bilinçli seçmen olduğunu, oy farklılığı üzerinden sandığa yansıtır. Örneğin koalisyon hükümetlerinde, koalisyonun herhangi bir yanında kalan paydaşlardan birisinin seçmeni, kendi partisine yönelik ciddi tepki geliştirmesi durumunda, siyasal değerleriyle yeni talepleri arasında sıkışır. Sıkışmayı aşma yollarından biri, koalisyonda yer alan diğer partilere kısa dönemli destek sağlayarak, kendi partisinin, "aklını başına getirmektir". Genelde AKP- MHP arasında gidip gelen oyların, sınırlı bir kesimin muhalefet partilerine yönelmesinin, altında yatan saiklerden birisi budur. Kimi zaman seçmenlerin hiçbir zaman oy veremeyecekleri partiyi, sadece yerel yönetimlerdeki başarısından dolayı desteklediği de görülebilmektedir.

Aday kimliği, hem yerel hem de genel seçimlerde önem arz eder. Genel seçimlerde özelinde liderlik vasıfları etkinken, yerel seçimlerde yerel ölçekte tanınırlık, hemşerilerle kurulan bağ, toplumda aday kişi hakkında geçerli dürüstlük-çalışkanlık algıları son derece etkilidir. İlçenin ekonomik durumu, seçmen davranışı konusunda etkilidir. Ekonomik düzeyi yüksek olan ilçelerde, hem belediye gelirlerinin gereksinimleri karşılaması, hem de sosyal yardım gibi giderlere duyulan kalemlerin az olmasından kaynaklı, seçmenler yerel seçimlerde adayın kişisel özelliklerine çok bakmazlar. Bu gibi yerleşim birimlerinde, seçmen genel seçimlerde desteklediği siyasi partiyi destekleme eğilimdedir. Ancak ekonomik düzeyi düşük olan ilçelerde hem belediyelerin mali kaynakları azalmakta, hem de ilçeye yönelik beklentiler artmaktadır. Bu sebeple seçmen ilçeye en çok hizmet getiren/ getirme potansiyelini barındıran siyasi partiyi destekleme eğilimine girer (Negiz ve Akyıldız, 2012:173). İstanbul Şişli, Beşiktaş, Kadıköy, Bakırköy'ün,

Ankara'da Çankaya ve İzmir genelinin, iktidarda kimin bulunduğuna pek de dikkat etmeksizin, sürekli muhalefeti; İstanbul Sultanbeyli, Fatih, İzmir Kiraz- Kınık, Ankara Çubuk, Kızılcahamam'da AKP'nin seçim alması boşuna değildir. (AA, 2023)

Özellikle bir ilçe için benimsenen büyük projelerde vatandaşlar, kaynak aktarımı noktasında ulusal yönetimden çekinirlerse, yerel seçimlerde-genel seçimlerle aynı partiye oy verme eğilimindedirler. Aynı zamanda, daha önce de belirtildiği gibi, ulusal siyasete yönelik memnuniyet ya da şikayetler de, yerel seçimlerde tercihleri etkilemektedir. Deprem, afet tipi sosyal felaketlerle karşılaşmış, kısa zamanda yaralarının sarılmasından yana talepkar yerleşim birimi seçmeni, çoğunlukla, "musluğu" elinde bulunduran, iktidar partisi/ partileri doğrultusunda oy kullanmayı benimserler. Genelde muhalefet partilerini destekleyen seçim birimlerinde, halkta kimi zaman oluşan, "Bir kez iktidar partisini seçelim de ilçeye hizmet gelsin" yaklaşımı da, yukarıdaki düşünce tipiyle paralellik arz etmektedir.

Etnik yapı yerel seçimlerde etkilidir. Bir yerel yönetim seçim bölgesinde, belli bir etnik kimliğe mensubiyetin yarattığı ağırlık varsa, bu doğrultuda oy verme tercihi gösterilmesi olasıdır. Benzer şekilde azınlıkların yaşadığı bölgelerde, din ve mezhebe yönelik oy verme davranışı son derece önemli dinamiklerdendir (Göker ve Doğan, 2010:60). Ülkenin Güneydoğu- Doğu Anadolu'sunda Kürt partilerinin oldukça taraftar toplaması, dillendirilen teze, en önemli kanıttır.

Bayrampaşa ilçesi Rumeli göçmenlerinin yoğun olduğu, birçok farklı açıdan özellikli bir ilçe konumundadır. Bu sebeple çalışmanın yerel yönetimler düzeyinde araştırılması, son derece önemlidir. Balkan ağırlıklı göçmen nüfusuyla deyim yerindeyse, tipik bir "göçmen barınağı"nı andıran Bayrampaşa, kültür düzeyi- sosyal etkileşim açısından da çevresindeki ilçelere galebe çalmaktadır.

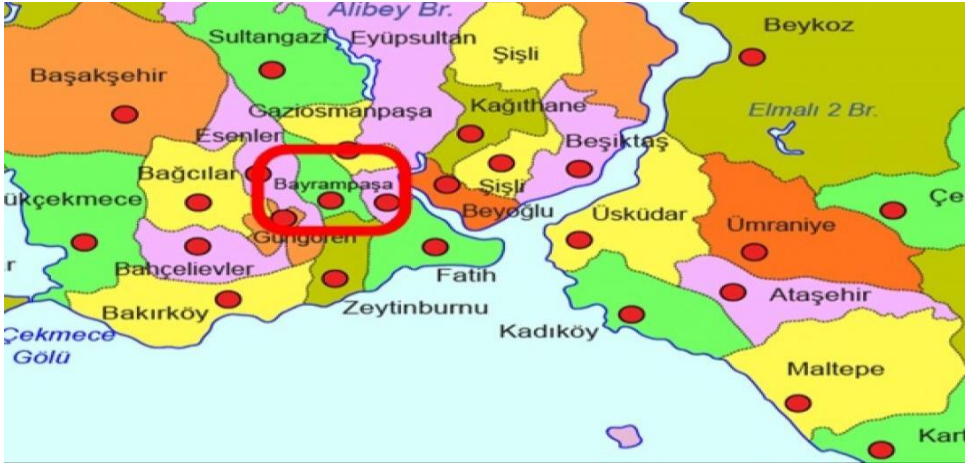
Bayrampaşa İlçesine Genel Bir Bakış

Bu kitap bölümünde siyasal katılım olgusu, İstanbul'un tarihi yarımadasının hemen yanbaşıda kurulmuş, Bayrampaşa ilçesi özgülünde işlenecektir. Daha önce de vurgulandığı üzere, tipik bir "göçmen barınağı" şeklinde biçimlenen Bayrampaşa ilçesi, adeta iç ve dış göç dalgalarının birikimiyle, bugünkü halini almış, çok- kültürlü seçim bölgesidir. İlk olarak 1960 sonrasında Balkanlardan gelen göçlerle şekillenen ilçenin, demografik yapısında; daha sonraları Karadenizliler varlık göstermişlerdir. Otogarın Bayrampaşa- Esenler hattına taşınması hasebiyle, otogar/ hal çalışanları, durumu iyice olan Güneydoğulu yurttaşlar ve son on yıl içinde de, az sayıda Suriye sığınmacı nüfus, ilçe dinamiklerini şekillendirmektedirler (Dural ve Eseler, 2016:75).

1990'lı yıllara kadar, Eyüp ilçesine bağlı bir mahalleyken, daha sonra ayrı bir ilçe olmuştur. 2024 verilerine göre nüfusu, 268 bin 850 kişidir (Nüfus.com, 2024). İlçe mevcut nüfusun yanı sıra, sınırları içerisinde yer alan hal, otogar gibi yapılarla birlikte, günde 1 milyondan fazla yurttaşın gelip- geçtiği, hareketli bir uğrak noktası olarak dikkat çekmektedir. İlçe nüfusu, gün içerisinde, neredeyse, yerleşimcilerinin üç katına erişmektedir.

Kadın- erkek nüfusu başabaş seyreden ilçede yaşayan Bulgar- Boşnak- Makedonya- Arnavut Türklerinin, ilçeye yerleşimleri sırasında nispeten fakir bir bölge olsa da, Bayrampaşa; bu grupların ekonomik konum- güçlerinin artmasıyla beraber, orta gelirliilerin ağırlıkta bulunduğu bir yapıya kavuşmuştur.

Balkan ve Karadenizli yerleşimcilerin ikinci kuşaklarının eğitim düzeylerinin yükselişiyle beraber, hem beyaz yakalı Bayrampaşalı nüfus artmış, hem de ilçe arazi/ konut fiyatları hızlı bir tırmanışa geçmiştir: “İlçenin Balkanlardan göç almasının en önemli nedenlerinden birisi de ilçenin temellerini 1927 yılında Filibe’den göç eden iki ailenin atması, ailelerin bu bölgede tarım ve hayvancılık faaliyetlerine başlamasıdır. Böylece ucuza alınan geniş arazilerle birlikte, Bulgaristan’da yaşayan akrabalarını, bu topraklara göç etmelerini sağlamışlardır. Daha bu tarihten itibaren ilçe Balkan göçmenleri ile anılmaya başlamıştır” (Bayrampaşa Tarihsel Gelişimi, 2015) (Eseler, 2016).



Resim 1: Bayrampaşa İlçe Haritası (İstanbultuzla.com, 2021).

İlçenin Demografik Yapısı

İlçenin çoğunluk nüfusunu ağırlıklı biçimde, Balkan– Rumeli göçmenleri oluşturmaktadır. Aynı zamanda Rumeli göçmenlerinin çoğunluğu, özellikle 1950-1980 yılları arasında Türkiye'ye göç eden, eski Yugoslavya Türkleri'dir. Ne var ki kamuoyuna hakim genel bir görüş, Bayrampaşa'nın gerçek niteliği üzerine kaplanan "şal" etkisi göstermekte, ilçenin politik dağılımı üzerine yanlış bilgilerin yayılımına yol açmaktadır. Zira kamuoyuna genelde hakim olan, Balkan göçmenlerinin çoğunlukla CHP ve sol partilerin oy deposu oldukları yönündeki, ciddi yanılgıya düşülmemelidir. Bilinen genellemelerin ötesinde, göçmenler, belli bir partinin oy deposu gibi davranmaktan ziyade, kendilerini ülkeye kabul eden, onların "itilmişlik- yalnızlık" duygularını okşayan partilere yönelmektedirler. Tıpkı 1990 sonrası dağılan Yugoslavya göçmenlerine yuva sağlayarak, gelişen Bayrampaşa'da olduğu gibi sağ partiler de, eskinin CHP'si ile aynı saiklerle, göçmen- muhacir oylarının ortaklarıdır.

Bu metinde ülkede mahalli seçimlerde, yerel hizmetlerin başarısının, seçmen davranışına etki edip etmediği sorusu, Bayrampaşa örneğinde araştırılacak. Bu araştırma sırasında kaynak taraması, katılımcı gözlemin yanı sıra, metin yazarlarının önceki saha araştırmalarının verileri esas alınarak, yeni dar niteliksel alan araştırması gerçekleştirilecektir. .

Araştırmanın yönteminde ilk olarak yazın araştırması- literatür taraması yöntemleri kullanılmıştır. Bu amaçla seçmen davranışını etkileyen unsurlara değinilmiş, ardından Bayrampaşa ilçesinin coğrafi- demografik dağılımına geçilmiştir. Çalışmanın devamında ilçe seçmenlerinin bir kısmına, nitel araştırma tekniklerinden, derinlemesine görüşme- mülakat yöntemi uygulanmıştır. Nitel analiz yöntemi bilginin derinliğini, bilginin detaylarını ve bilgi verenin samimiyeti gibi temel çıktıları sağladığından (Neuman, 2006:585); seçmen davranışı çalışmaları, bu yöntemden yararlanmak, çalışmanın özgünlüğünün sağlanması, noktasında önemli katkılar sağlamıştır.

Bu kapsamda, Bayrampaşa ilçesinde yaşayan, farklı demografik özelliklere sahip 15 kişiyle derinlemesine görüşmeler yapılmıştır. Katılımcılar rassal olarak seçilmiş, ancak, yaş-cinsiyet-sosyo-demografik dağılımların, evreni yansıtacak düzeyde olmasına özen gösterilmiştir. Oy verme- seçmen davranışı çalışmaları, genellikle seçmen davranışının ayrıntılı olarak analiz edilebilmesi amacıyla, nitel araştırma yapılmasına uygun görülmektedir.

Ek olarak, bu konuda uzman yazarların, bilimadamlarının daha önce gerçekleştirmiş olduğu çalışmalardan da alıntılara başvurulmuştur. Araştırma evrenine

benzer çalışmaları yurtiçinde ve evrensel düzeyde yürüten araştırmacılar, kuramsal çerçevenin itinayla düzenlenmesinde ön- ayak olmuşlardır. Araştırmacıların metni kaleme almadan evvel, benzer konularda araştırmalar tamamlaması, bölgeye bütünüyle yabancı kalmamaları, nitel araştırmalarda olumlu sonucu beraberce getiren unsurlardandır hiç kuşkusuz. Nitekim elinizdeki çalışmanın oluşturulmasında, Eseler'in 2016 yılında konuya ilişkin hazırladığı tezin dışında, Dural- Eseler'in ilçeye yönelik farklı bir çalışması etkili olmuştur. Buradan elde edilen veriler araştırmacılara, bir "ön saha" niteliğini tanımış, ardından bölgeye yönelik olarak, yerel yönetimlerde seçmen davranışını etkileyen, değişkenler incelemeye başlanmıştır.

Saha Bulgularının Değerlendirilmesi

İlçenin seçim sonuçları incelendiğinde, 1990 yılında ilk yerel seçiminde Demokratik Sol Parti'nin (DSP), Belediye Başkanı aday olan Necdet Özkan seçilmiştir. Ardından 2024 yılında Cumhuriyet Halk Partisi (CHP) Hasan Mutlu seçilene kadar, hep sağ parti adayları seçimi kazanmıştır. 1994-2009 yılları arasında dört dönem sırasıyla Refah Partisi (RP)- Fazilet Partisi (FP) ve son iki dönem ise Adalet ve Kalkınma Partisi (AKP) aday Hüseyin Bürge, seçimlerden yengiyile çıkmışlardır. Ardından Hüseyin Bürge'nin TBMM'de görev almasıyla, iki dönem yine AKP'den Atilla Aydın, belediye başkanı olmuştur. Bu çerçeveden bakılınca ilçe seçim sonuçları, Balkan göçmenlerinin, genelde sol partilere, özelde CHP' ye oy verdiğine dair, yaygın kanıyı boşa çıkarmaktadır.

2016'da gerçekleştirilen, "Rumeli Göçmenlerinin Siyasal Katılımı ve Davranışları" çalışmasında, gerçekleştirilen saha araştırması sırasında, ilçe belediyesine yoğun eleştirilerde bulunulmasına rağmen, seçmen tarafından tekrarlayan şekilde aynı partiye ve hatta aynı adaya oy verildiği görülmüştür. Eleştirilerin yegane hedefi, belediye başkanı değildir kuşkusuz. Genel olarak ilçe belediye yönetimi de yoğun eleştiri dalgasından nasibini almış, Bayrampaşa'nın komşu ilçeleri olan Gaziosmanpaşa ve Esenler ile kıyaslamalara işaret edilerek, yerel yönetim mekanizmasının yönetici paydaşları, adeta yayılım ateşine tutulmuşlardır.

65 Yaşında ev hanımı kadın katılımcı: *"Taşıtlarla (Gaziosmanpaşa kastediliyor) olsun, Esenler olsun Bayrampaşa'dan çok daha geri kalmıştı, Bayrampaşa olduğu yerde saydı, onlar çok gelişti"* şeklinde görüş belirtmiştir. Bir diğer katılımcıysa (40 yaşında- Erkek -Esnaf) *"İlçede hiçbir sosyal ya da kültürel faaliyet yok. Öğrencisi ve genci çok olan bir ilçe olmamıza rağmen eğitim faaliyetleri olsun, kültür, sanat faaliyetleri olsun diğer ilçelere göre çok kötü durumda"* diye konuşmaktadır. Ancak bu görüşmelerin ardından yapılan seçimlerde, AKP aday Atilla Aydın'ın seçimi yine kazandığı gözlenmiştir.

Yaşanan zorunluluktan ötürü, yeni saha araştırmasında, yerel seçimlerde hizmetlerin önemini tartışmak yerinde bulunmuştur. İlçe yönetiminden kaynaklı benzer hizmet şikayetlerine karşın, ilçe yönetiminin aday dahi değiştirmemesine rağmen, seçilmeye devam etmesi; yerel yönetimler noktasında, seçim dinamiklerinin neler olduğu konusunda, yeni bir beyin fırtınasını zorunlu kılmıştır.

Bayrampaşa’da ilçe sakinleri birkaç kuşaktır, ilçede yaşayan yerleşik halktan ve onların yeğledikleri, aile apartmanı tarzı yapılanmalardan oluşmaktadır. Bu sebeple sakinler, genel anlamda ilçenin gelişimsel seyrine hakimdirler. Gerek bütçelerinin paylaşımlarını duyarak yetişen, gerekse doğma-büyüme Bayrampaşa’da yaşayan genç nesil de, ilçe hizmetleri hakkında son derece bilgi sahibidir. Yapılan çalışmada özellikle 30 yaş- altı seçmen grubu gençlere yönelik faaliyetlerin, eksik-az olmasından dolayı şikayetlerle karşılaşmıştır. Öte yandan aynı araştırmaya katılan 30 yaş- üzeri katılımcılar ise ilçenin yeterince gelişmemesinden yakınmaktadır.

Belediye Eleştirilerin Merkezinde

30 Yaş-altında 6 katılımcı ile görüşülmüştür. Sadece tek katılımcı hariç, diğerleri belediye hizmetlerinden memnun olmadıklarını ifade etmektedirler. Memnun olan kadın katılımcı (23-öğrenci), *“İlçe merkezi, ulaşım kolay, o yüzden ilçe içerisinde sosyalleşmek gibi bir zorunluluğumuz yok. Yine de Forum İstanbul gibi bir yerin ilçemizde bulunması, bizler için avantaj. Ayrıca Baygem (Belediye’ye ait kurs merkezi) var, burada İngilizce kursu aldım. Memnunum”* şeklinde görüş bildirmektedir.

Buna karşın diğer genç katılımcılar, *“Spor merkezleri bulunmuyor” “İlçe Belediyesi ne bir spor salonu ne de kütüphane yapmamıştır”* diyerek, lehte bildirilen görüşlere itirazlarını sunmaktadır. Katılımcılar belediyeyi, genel olarak sosyalleşme noktasında hizmet görememekten dolayı eleştirmektedirler. Genç katılımcıların azımsanmayacak kısmı, ilçede konser-tiyatro faaliyetlerinin kısıtlı olmasından dolayı, şikayetçi olduklarını ifade etmektedir. Bununla beraber görüşmeye katılan genç seçmenlerin, yaklaşık yarısının, AKP adayı Atilla Aydın’er’e oy verdiğini belirtmesi ilginç bir bulgu olarak öne çıkmaktadır. Bunun temel nedenini şöyle açıklamışlardır: *“Ailemin talebiydi”, “Diğer partilere güvenmiyorum.”* Dolayısıyla gençlerin neredeyse tamamı, hizmetlerinden memnun olmamalarına rağmen, kendilerine sosyal- toplumsal kesinlikle tatmin sağlamayan adayı oylama eğilimindedirler. Aydın’er’in ailenin baskısı değil ama talebiyle oyları toplaması, mahalle- aile baskısının türevi midir, değil midir hususu, tartışmada elbette kritik eşiği temsil etmektedir.

Katılımcılardan 30 yaş üzerindeki seçmenler ise genellikle ilçenin gelişimsel seyrinden memnun olmadıklarını ifade etmektedirler. Katılımcıların azımsanmayacak bir kısmı, bu duruma yönelik eleştiride bulunmuştur. 57 Yaşında erkek işçi katılımcı, konuyla ilgili olarak, şunları dile getirmiştir: *“Bayrampaşa tüm çevre ilçelere göre çok gelişmişti. Şimdi aralarında en geri kalmış, İlçe halkı diğer ilçelere göre çok daha düzenli vergi ödüyor, genel olarak eğitim seviyesi ve ev sahipliği düzeyi yüksek bir ilçeyiz. Buna rağmen diğer ilçelere göre az gelişmesi çok yanlış”*. Aynı görüşü paylaşan diğer katılımcılar da, *“İlçeye neredeyse 30 yıldır bir çivi çakılmadı, o kadar boş arazisi bulunan bir ilçe olmamıza rağmen, ilçeyi kalkındıracak hiçbir yapı yok. Bayrampaşa Cezaevi yıkıldı, oraya ‘üniversite yapılacak’ denildi, yapılmadı, ‘sosyal alanlar yapılacak’ dendi, o da yapılmadı. ‘Öğrenci yurdu yapılacak’ dendi o da yok. En son ne olduğu belirsiz saçma-sapan binalar yapıldı”* demektedirler.

Sosyalleşememe Sorunu

İşin ilginç "sosyalleşememe" sorununun, sadece belirli yaş gruplarınca değil, ilçe genelinde paylaşılan, çok genel- geçer bir vargı olmasıdır. Örneğin 65 yaş üzeri katılımcılarla, genç katılımcıların üzerinde kolaylıkla uzlaştıkları noktanın, "sosyalleşememe sıkıntısı"ndan kaynaklanması, ilçede "boş zaman değerlendirme aygıtları"nın kısıtlılığına işaret ediyor. Bu unsur bölge yerleşimcilerine, o ya da bu şekilde tatmin edilmesi gereken bir "yoksunluk" kapısı olarak geri dönüyor. Kimi kadın katılımcılar, *“Komşularımızla oturup sohbet edecek yer yok. Hava alabileceğimiz, yürüyüş yapılacak hiçbir alan yok”* diye konuşmaktadırlar.

Bütün bunların yanında temel belediye hizmetlerinden sokakların bakımsızlığı, ilçe genelinde yeterli park-bahçe bulunmaması en çok eleştirilen konular arasındadır. *“Sokaklar perişan halde. Bir çukur oluşsa tamir edilmesi haftalar buluyor”* *“sokaklarımız çok dar, deprem olsa toplanacak alan dahi yok”* şeklinde eleştiriler, hemen her katılımcının dile getirdiği, yakınma konuları arasındadır.

Eleştirileri yapanlara oy verme davranışları sorulduğundaysa, genelde işbaşındaki mevcut siyasal partiyi desteklediklerini belirtmektedirler. Katılımcıların neredeyse tamamı, bugüne kadar aynı partiye oy vermektedirler. Bunun genel gerekçesi ise *“Siyasal iktidardan memnun olmam”* şeklinde ifade edilmektedir. Katılımcılar, *“Ak Partiye güveniyoruz”, “sol partiye oy vermem sağda başka partiye oy verirsem de, ‘CHP kazanacak’ diye mecbur oy veriyoruz”* şeklinde ifadelerde bulunmaktadır.

Sonuç: İktidarın Kredisi Tükeniyor mu?

Ne var ki Türk seçmeni, özellikle kendisine mikrofon tutulduğunda, “karnın-dan konuşma” eğilimine sahiptir. Dolayısıyla gelişmiş Batı demokrasilerinin aksine, Türkiye’de yapılan araştırma sonuçları, tanınan hata paylarına oranla, çok daha yanıltıcı sonuçlar vermektedir. Bu sebeple, özellikle kamuoyuna yansıyan siyasal anket sonuçlarında, “kararsızlar” sürekli “birinci parti” çıkar. Gerçekte ise sanılanın aksine çoğu zaman, “kararsızlar” birinci parti değildir. Bu sonuç insanların ciddi bir kısmı, yöneltilen sorulara sürekli laf oyunları ve yanıltıcı cevaplar sundukları için çıkmaktadır. Nitekim hem bir partinin yönetim anlayışından, bu denli yoğun olarak rahatsızlık duyacak, şikayetlerinizi dile getireceksiniz hem de gidip aynı partiye oy vermeyi srdreceksiniz. Bu bir şark demokrasisinde (Türkiye rneği) bile ancak 2 veya 3 kez olur. Nitekim araştırmada birinci çıkan AKP, seçmen tarafından oyuna getirilmiş ve kamuoyuna yansıyanın aksine, son mahalli seçimlerde, Bayrampaşa’yı kaybetmiştir. Dolayısıyla 2024 Mahalli Seçimleri’nde, İstanbul’un diğer bazı ilçelerinde olduğu gibi Bayrampaşa’da da, baştaki siyasal parti değişimi, AKP’den CHP’ye doğru gerçekleşmiştir.

Seçimin hemen ardından görüşlerine başvurulan aynı katılımcı grubun ye-leri, oynadıkları seçim oyununun mazeretlerini, çoktan hazırlayıp içselleştirmişlerdir. Bazı katılımcılar, *“Belediye’den zaten memnun değildik ama AK Parti’den memnun olduğumuz için oy veriyorduk, ama ekonomik açıdan da zorlanıyoruz o yüzden, ‘Bu defa da diğer partiyi destekleyelim’ dedik”* şeklinde ifade etmektedirler. Kimileriyse, *“Biz partiye göre oy verdik, ama hiçbir hizmet göremedik”* diyerek, karar değişikliğinin sebebini kestirip atmaktadır.

Sonuçta 2024 Yerel Seçimleri’nde ilçede yönetim değişmiş, belediye başkanı CHP’nin adayı Hasan Mutlu olmuştur. Katılımcıların oy verme davranışlarındaki farklılıklar incelendiğinde, CHP % 2 oy arttırırken, AKP yaklaşık % 9 oranında oy kaybetmiştir. Burada aslında seçmenlerin de ifadelerinde kullandığı gibi sağdan-sola ya da soldan-sağa oy kayması gerçekleşmemiştir. Bunun yerine AKP seçmeni, partisini, sandığa gitmeyerek cezalandırmıştır. Öte yandan ilçede oyunu arttıran bir diğer siyasal parti de, Yeniden Refah Partisi (YRP) olmuştur. değişimine ilişkin ilçe seçmenleri, *“lkenin genel gidişatından memnun olmadığımız için tepki için bu defa YRP’ye oy verdik”, “Belediye’den hizmet göremedik, yine de destekledik ama şimdi bu pahalılıktan elimiz gitmedi”* görüşlerini dillendirmektedirler.

Bayrampaşa’da katılımcılar yerel hizmetlere göre değil, ülkenin genel gidişatına göre oy verme eğilimi göstermektedirler. Genel yönetimden memnun olduk-

larında, aynı partiye oy verme eğilimleri mevcuttur. Bununla beraber hem belediye hizmetlerinden, hem de siyasal yönetimden memnun olmadıklarında, eskiden oy verdikleri partiyi, ilk önce yerel yönetimler üzerinden cezalandırmaktadırlar ki, bu muhafazakar bir davranıştır. Hizmetlerden yaklaşık 20 yıldır memnun olmamalarına rağmen, sürekli aynı partiye oy verdiklerini belirtmeleri, muhafazakarlığın boyutlarını ortaya koyarken, sol ve liberal ilçe seçmeninin de, aynı yönde oy kullanması, mevcut tavrın, siyasal muhafazakarlıktan ziyade, sosyal muhafazakarlıkla ilintili olduğunu günyüzüne çıkarmaktadır.

İlçe genelinde oy kaymalarının küçük bir kısmı CHP'ye yönelirken, genelde YRP, AKP'nin oy kayıplarından nemalanan parti olmuştur. Genellikle iktidar bileşenlerine oy veren seçmen, kendi partisini uyarmak amacıyla, diğer bileşene (AKP'den kaçan oyların MHP'ye gitmesi veya tersi) akarken, bu sefer iktidar bileşenlerinin dışarısında kalan, YRP gibi Erdoğan'a kuşkuyla bakan bir siyasal partinin seçilmesi, iktidar partilerinin oy kayıplarının, ileride muhalefet partilerinde de birikeceği sonucunu dikkat çekmektedir. Bu bağlamda iktidar bileşenlerinin yerel yönetimlere tekrar ciddiyetle eğilmesi ve ülkedeki ekonomik kötü gidişe- mutfaktaki yangına, “dur” demesi lazımdır. Aksi takdirde, yerel seçimler, iktidarda genel anlamda bir erimenin başgöstereceğine kapı aralayabilir. İlçe genç nüfusu son derece yüksek seyrettiğinden, “Z kuşağı” seçmen davranışına bağlı olarak, ilçede parti değişiminde kalıcılık yaşanabilir. Bayrampaşa genelinde en çok şikayet edilen konular, yereldeki hizmet yetersizliği, ekonomik sıkıntılar ve sığınmacılara yönelik tepkilerdir. Dile getirilen şikayetlerden sadece bir tanesi, yerel sorunlarla ilgili olmasına karşın, diğer sorun alanlarının, direkt siyasal iktidarı hedef alması ve sadece ilçenin değil, ülkenin de kötü yönetildiğine dair gerçekleştirilen uyarılar, mevcut “cezalandırmanın”, ilçe sınırlarında durdurulamayabileceğini akıllara getirmektedir..

KAYNAKÇA

- Altan, Cemal (2005), “Genel Seçimler-Yerel Seçimler İlişkisi (1983-2004)”, Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi, c:3 s:12.
- Assmann, Jan. (2001), Kültürel Bellek, İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Baykal, Deniz, (1970), “Siyasal Katılım: Bir Davranış İnceleme”, Ankara: Ankara Üniversitesi Siyasal Bilimler Fakültesi Yayınları.
- Çavuşoğlu, Hüseyin ve Pekkaya, Mehmet (2016), “Yerel Seçimlerde Gençlerin Siyasal Davranışlarına İlişkin Bir İnceleme: Bülent Ecevit Üniversitesi Örneği”, Uluslararası Yönetim İktisat ve İşletme Dergisi, c: 12, s: 29.
- Çetin, Adnan (2010), "Bir Kavramın Kısa Tarihi: 'Mahalle Baskısı'", <https://dergipark.org.tr/en/download/article-file/184113>, ET:14.10.2024.
- Doğan, Adem ve Göker Göksel (2010), Yerel Seçimlerde Seçmen Tercihi (29 Mart Yerel Seçimleri Elazığ Seçmeni Örneği), Eskişehir Osmangazi Üniversitesi İİBF Dergisi, c:5 s:2.
- Dural, A. Baran (2013), Türk Modernleşmesinde Temel Tartışmalar, Edirne: Paradigma Akademi Yayınları.
- Dural, A Baran– Eseler Bahriye (2016), “Rumeli Göçmenlerinin Siyasal Katılımı ve Davranışı Bayrampaşa İlçesi Örneği”, SOBİDER Sosyal Bilimler Dergisi, c:3 s:6.
- Eseler, Bahriye (2016), “Rumeli Göçmenlerinin Siyasal Katılımı ve Davranışı Bayrampaşa İlçesi Örneği”, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Edirne.
- Eseler, Bahriye (2024), “İstanbul’da Kentsel Dönüşümün Oy Verme Davranışına Etkisi, Marmara” Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü Yayınlanmamış Doktora Tezi.
- Heywood, A. (2006), Siyaset, Ankara: Adres Yayınları.
- Kalaycıoğlu, E. (1984), Çağdaş Siyasal Bilim Teori Olgu ve Süreçler, İstanbul: Beta Basım Yayım.
- Kongar, Emre (2010), "Mahalle Baskısı Nedir?", www.kongar.org, ET: 08.04.2017.
- Mardin, Şerif (2008), Türk Modernleşmesi: Makaleler-4, İstanbul: İletişim.
- Negiz, Nilüfer ve Akyıldız Fulya (2012), “Yerel Seçimlerde Seçmenin Tercihi Üzerinde Aday İmajının Etkisi: Uşak Örneği”, Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, Sayı 15.
- Neuman, W. L. (2006). “Toplumsal Araştırma Yöntemleri Nitel ve Nicel Yaklaşımlar I (Cilt I)”, Ankara: Yayın Odası

- Omay, Umut (2007), “Tüccar Sınıfın Protestan Hareketi Desteklemesinin Maslow'un İhtiyaçlar Hiyerarşisi Yaklaşımı Açısından Değerlendirilmesi”, Sosyal Siyaset Konferansları Dergisi, s: 57.
- Özbudun Ergun (1975), Türkiye’de Sosyal Değişme ve Siyasal Katılma, Ankara: AÜHFY Yayınları.
- Özdemir B. ve Yavuz Özen A. (2019), “The Impact of Different Implementations of Urban Transformation to Spatial Set-Up: Example: Mamak in Ankara Province”, Gazi University Journal Of Science Part B: Art Humanities Design and Planning, c:7 s:2.
- Sayarı, Sabri (1971), “Some Notes on the Beginnings of Mass Political Participation in Turkey.” *Political Participation in Turkey: (Historical Background and Present Problems)*, İstanbul: Boğaziçi Üniversitesi Yayınları.
- Sitembölükbaşı, Şaban (1995). Türkiye'de İslamın Yeniden İnkişafı, Ankara: Türkiye Diyanet Vakfı Yayınları.
- Tekin, Nazlı (2009) , “Ev Kadınları ve Çalışan Kadınlar arasında Siyasal Davranış Farklılıkları: Isparta Örnek Olay Araştırması”, Baasılmamış Yüksek Lisans Tezi, Isparta: T.C. Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Teyyare, Erdoğan ve Avcı Mehmet (2016), “Yerel Seçimlerde Seçmen Davranışları: 2014 Yerel Seçimleri ve Zonguldak İli Örneği, Siyaset Ekonomi ve Yönetim Araştırmaları Dergisi, C: 4 S:1.
- Turan, İ. (1977), *Siyasal Sistem ve Siyasal Davranış*, İstanbul: Güryay Matbaacılık.
- Yayla, Atilla (2005), Siyasi Düşünceler Sözlüğü, Ankara: Adres Yayınları.
- Yücekök, A. Naki (1987), Siyasetin Toplumsal Tabanı (Siyaset Sosyolojisi), Ankara: Ankara Üniversitesi Siyasal Bilgiler Fakültesi Yayınları.
- Zuckerman, Phil (2006), Din Sosyolojisine Giriş, Ankara: Birleşik Kitabevi.
- _____ (2023), "Mahalli İdareler Genel Seçimlerinin Kesin Sonuçları Açıklandı", <https://www.aa.com.tr/tr/gundem/mahalli-idareler-genel-secimlerinin-kesin-sonuclari-aciklandi/3211498>, ET: 12.12.2024.
- _____ (2021), Bayrampaşa Haritası, <https://istanbultuzla.com.tr/bayrampasa-istanbul/> ET: 11.11.2024.



BÖLÜM 36

İş Sözleşmesinin İkale Yoluyla Sona Ermesi

İbrahim Görücü¹ & Muzaffer Demirbaş²

¹ Doç. Dr., İnönü Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Çalışma Ekonomisi ve Endüstri İlişkileri Bölümü, 0000-0003-0640-4180

² Dr.Öğretim Üyesi, İnönü Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Çalışma Ekonomisi ve Endüstri İlişkileri Bölümü, 0000-0002-8919-0415

GİRİŞ

İkale sözleşmesi Türk Hukukunda düzenlenmemiş bir sözleşme türü olmakla birlikte, Cumhuriyet öncesi dönemde İslâm Dünyasının ilk Medeni Kanunu özel ligini taşıyan Mecelle’de yer alan bir uygulamadır (Şen,2001,176 vd.).

Cumhuriyet döneminde ikale uygulaması 2002 tarih ve 4773 sayılı Kanunun ve 2003 tarihli 4857 sayılı İş Kanunu ile getirilen iş güvencesi uygulaması sonucunda gündeme gelmiş bir uygulamadır (Caniklioglu, 2019: 185; Keser, 2017: 633; Özdemir, 2017: 373; Astarlı, 2016: 6).

2003 yılından sonra işe iade davası sayılarındaki artış, dava sonucunda işçinin işe başlatılmaması durumunda işçiye ödenecek tazminatlar, boшта geçen sürelerle ilişkin ücret, SGK primleri, 4-8 aylık tazminatlar işverenler için ikale sözleşmesinin uygulanmasında önemli bir neden olmuştur.

Uygulamanın sıklıkla kullanılması beraberinde sorunlar yaratmış ve konuya olan ilginin artmasına neden olmuştur. Konuya ilişkin eksiklikler yargısal ve bilimsel içtihatlar yoluyla giderilmeye çalışılmaktadır.

1.İKALE SÖZLEŞMESİ KAVRAMI

Türk hukukunda kavramsal olarak tanımı bulunmayan ikale sözleşmesi uygulamada yer bulması nedeniyle farklı şekillerde tanımlanmış bir kavramdır. Bu konuda farklı tanımlar bulunmakla birlikte konuya ilişkin en sık kullanılan tanımlar şu şekilde yapılmıştır.

İkale, tarafların daha önce kurdukları bir hukuksal ilişkiyi, başka bir hukuksal işlemle ortadan kaldırmaları anlamını taşır ya da daha önce yapılmış olan bir sözleşmenin, tarafların karşılıklı anlaşmaları ile yeni bir sözleşme yapılması suretiyle bozularak ortadan kaldırılmasına ikale denir (Akyiğit,2018:256).

Bir sözleşmenin ve bu sözleşme ile kurulan hukuki ilişkinin, sözleşme özgürlüğü kapsamında tarafların karşılıklı iradelerine dayanan yeni bir sözleşme ile ortadan kaldırılmasına bozma, buna ilişkin sözleşmeye de bozma sözleşmesi veya ikale” denmektedir (Astarlı, 2016:6).

Bu konuda Yargıtay 22. Hukuk Dairesinin kararında ikale sözleşmesi şu şekilde tanımlanmaktadır.

Bozma sözleşmesi (ikale) kanunlarımızda düzenlenmiş değildir. Sözleşme özgürlüğünün bir sonucu olarak daha önce kabul edilen bir hukuki ilişkinin, sözleşmenin taraflarınca sona erdirilmesi mümkündür. Sözleşmenin, doğal yollar dışında tarafların ortak iradesiyle sona erdirilmesi yönündeki işlem ikale olarak adlandırılır (22.HD.,E.2014/5656 K. 2015/16878).

4857 sayılı İş Kanunu kapsamında geçerli ve devam eden bir iş ilişkisine dayanılarak uygulanmakta olan bir iş sözleşmesini, tarafların açık ya da zımni şekilde karşılıklı olarak başka bir sözleşme ile işçiye sağlanan bazı ek yararlar karşılığında sona erdirmeleri konusunda anlaşmaları haline, bozma sözleşmesi ya da ikale denir.

1.1.İkale Sözleşmesinin Unsurları

İkale Sözleşmesi iki taraflı bozucu yenilik doğuran bir sözleşmedir: Bu sözleşme ile iş sözleşmesinin tarafı olan işçi ve işveren, sözleşmenin kurulması ile bu ilişkiye ilişkin işçi ve işveren sıfatlarını kaybetmektedirler.

İkale sözleşmesi 4857 sayılı İş Kanuna tabi geçerli bir iş sözleşmesinin sona erdirilmesine yöneliktir: İkale sözleşmesi tarafların özgür iradeleriyle kurmuş oldukları bir iş sözleşmesinin yine özgür ve birbirine uyumlu iradeleriyle sonlandırılmasına yöneliktir.

İkale sözleşmesi uygulanmakta yani devam etmekte olan bir sözleşmenin sonlandırılmasına yönelik olup sona ermiş bir sözleşme için kurulamaz.

İkale sözleşmesi tarafların açık iradeleriyle kurulabildiği gibi zımni olarak da kurulabilir (Çelik, vd.,2020:441).

İkale sözleşmesi ile işçiye Yargıtay kararlarında istikrarlı bir şekilde yer alan makul bir ek ödeme yapılması gerekmektedir.

2.İKALE SÖZLEŞMESİNİN KONUSU

Tarafların üzerinde uzlaştıkları bir anlaşmayı yapmalarının nedeni, sözleşmeyle ulaşmak istedikleri amacın gerçekleşmesidir. Bu amaç iki taraf için de bir takım faydalar sağlamaktadır.

İkale sözleşmesinde tarafların varmak istedikleri ortak amaç geçerli bir hukuki ilişkiye dayanan ve devam etmekte olan bir sözleşmenin sona erdirilmesidir. Bu amaç farklı şekillerde görülebilir. İşçi için yeni bir iş bulması, iş kurması, ekonomik ihtiyaçların giderilmesi, ailevi nedenler olabildiği gibi, işveren açısından iş yerinde insan kaynaklarının yeniden düzenlenmesi, işçi ihtiyacının gerektiğinden fazla olması olabildiği gibi bazen de muvazaalı bir işlem olan işçinin işe iade davası açmasının önlenmesi gibi görülebilmektedir. Fakat her iki taraf içinde temel amaç iş akdinin dava süreci gibi uzun ve karmaşık ve sorunlu bir aşamaya varmadan sonlandırılmasıdır.

3.İKALE SÖZLEŞMESİNİN YASAL DAYANAĞI

İkale Sözleşmesi Türk Hukukunda düzenlenmiş bir sözleşme değildir. Fakat Anayasamızın “Çalışma ve Sözleşme Hürriyeti” başlıklı 48. Maddesinde “Herkes, dilediği alanda çalışma ve sözleşme hürriyetlerine sahiptir...” düzenlemesi ile tarafların Kanunlarla düzenlenmemiş olsa da içeriğini kendilerinin belirleyeceği sözleşmeye taraf olabilmelerine izin vermektedir.

İkale sözleşmesinin bir diğer yasal dayanağı, 6098 sayılı TBK. 26. maddesidir. “Taraflar, bir sözleşmenin içeriğini kanunda öngörülen sınırlar içinde özgürce belirleyebilirler” hükmü ile sözleşme yapma konusunda serbesti tanımaktadır.

Gerek Anayasamızın gerekse Türk Borçlar Kanunun bu düzenlemeleri ikale sözleşmesi konusunda bireylere geniş bir özgürlük alanı bırakmaktadır. Şüphesiz bu özgürlük sınırsız değildir. Fakat bireylerin yapmak istedikleri sözleşmelerin kanunlarla tek tek belirlenmesi ve günün ve bireylerin ihtiyaçlarının kanuni düzenlemelerle izlenmesi de mümkün olmamaktadır.

İşte kanuni düzenlemelerde bulunmayan bir sözleşme türünün uygulamada olması nedeniyle konun tanımı ve düzenlenmesi Yargısal ve bilimsel içtihat yoluyla doldurulmuş olmaktadır.

4.İKALE SÖZLEŞMESİNİN ŞARTLARI VE GEÇERLİLİĞİ

İkale sözleşmesinin kurulabilmesi için sözleşmeye taraf olanların ve sözleşmenin tabi olduğu bir takım durumlar vardır. Aşağıda bu durumlar açıklanmıştır.

4.1. Fiil Ehliyetine Sahip Olma

İkale sözleşmesinin bir hukuki işlem olması nedeniyle her şeyden önce sözleşmeye taraf olanların hukuki işlem ehliyetine yani fiil ehliyetine sahip olmaları gerekmektedir. 4721 sayılı Türk Medeni Kanun’unun 9. maddesine göre “Fiil ehliyetine sahip olan kimse, kendi fiilleriyle hak edinebilir ve borç altına girebilir.” demek suretiyle sözleşmeye taraf olanların öncelikle fiil ehliyetine sahip olmaları gerektiğini ortaya koymaktadır. Kanun fiil ehliyeti için zorunlu unsurlarına bakıldığında şu özellikler öne çıkmaktadır. Ergin olma, ayırt etme gücü ve kısıtlı olmama.

4837 sayılı İş Kanuna göre çalışma yaşı olarak 15 yaşını doldurmuş olma gerekmesi birlikte, 2015 yılında 6645 sayılı kanunun 38. Maddesi ile İş Kanunun

71. Maddesinin birinci ve dördüncü fıkralarında değişiklik yapılarak ergin olmayan çocuklarında çalışmalarına ilişkin düzenlemeler yapılmıştır.³ Bu kapsamda fiil ehliyetine haiz olmamakla birlikte iş sözleşmesine taraf olan çocuklarında ikale yoluyla sözleşmeyi sona erdirmeleri mümkündür. Bu durumda ikale tekli-finin geçerliliği sözleşmeye taraf olan küçüğe değil onun yasal temsilcisi olan veli veya vasisine ait olacaktır.

Gerek işveren gerekse işçinin ikale sözleşmesini bizzat yapabilecekleri gibi yasal temsilcileri aracılığı ile yapmaları mümkündür. Fakat özellikle vekil aracılığı ile sözleşmeye taraf olabilmeleri için bu konuda vekillerine özel bir yetki vermeleri gerektiği kanaatindeyiz.

İşçi açısından gerekli şartların benzeri gerçek kişi işverenler içinde geçerlidir. Fakat işverenin tüzel kişilik olması durumunda sözleşmeye taraf olacak tüzel kişi temsilcisinin bu sözleşmeyi imzalama konusunda yetki sahibi olması ve bu durumu belgelemesi gerekmektedir. Yetki sahibi olmayan işveren vekilinin ikale sözleşmesi imzalama yetkisi geçerli olmayacaktır.

4.2.İrade Beyanlarının Uygunluğu

Türk Borçlar Kanununa göre sözleşmenin kurulması için tarafların karşılıklı birbirine uygun iradelerini açıklamalarıyla kurulur demektir. İrade açıklamasının açık ya da örtülü olması sözleşmenin kurulması için geçerlilik şartı değildir.

İkale sözleşmesinde de sözleşmenin kurulması için her şeyden önce tarafların iradelerinin (sözleşmeyi sona erdirmeye konusunda) uyuşması gerekmektedir. İrade açıklaması sözleşmenin taraflarının her birinden gelebilir. Yani mutlaka işçi veya işverenden gelmesine gerek bulunmamaktadır. Sözleşmeye yönelik ilk irade açıklaması öneri olup, karşı tarafa ulaşır karşı tarafça uygun şekilde kabul edilmesiyle tamamlanmış olmaktadır.

Sözleşmenin sona ermesine yönelik öneri sözleşmenin sona ermesi için yeterli olmayıp öneriye uygun şekilde kabul edilmesi gerekmektedir. Önerinin ulaştığı tarafın öneriyi değiştirerek veya şart ileri sürerek kabul etmesi sözleşmeyi kabul ettiği anlamına gelmemekte aksine yeni bir öneri olmaktadır.

³ **MADDE 38 – ...**

“On beş yaşını doldurmamış çocukların çalıştırılması yasaktır. Ancak, on dört yaşını doldurmuş ve zorunlu ilköğretim çağını tamamlamış olan çocuklar; bedensel, zihinsel, sosyal ve ahlaki gelişmelerine ve eğitime devam edenlerin okullarına devamına engel olmayacak hafif işlerde çalıştırılabilirler. On dört yaşını doldurmamış çocuklar ise bedensel, zihinsel, sosyal ve ahlaki gelişmelerine ve eğitime devam edenlerin okullarına devamına engel olmayacak sanat, kültür ve reklam faaliyetlerinde yazılı sözleşme yapmak ve her bir faaliyet için ayrı izin almak şartıyla çalıştırılabilirler.”

İrade açıklamasında bulunan tarafın bu açıklamayı açıkça yazılı veya sözlü olarak yapabileceği gibi örtülü (zımni) şekilde (davranışlarıyla) yapması da mümkündür.

Aynı şekilde önerinin yöneldiği kişinin öneriyi aynı şekilde açıkça veya örtülü şekilde kabul eden irade beyanında bulunması da mümkündür.

İkale sözleşmesinde örtülü irade beyanının bulunması sözleşmenin kurulmasına engel değildir. Zira taraflardan herhangi birinden gelen iş sözleşmesinin sona erdirilmesine yönelik teklif karşı tarafça açıkça kabul edilmese de davranışlarıyla kabul edilebilir. İşverenin iş sözleşmesini sona erdirmek isteğinin işçi tarafından işe ilişkin ekipmanın bırakılarak işyerinin terkedilmesi gibi örtülü olarak da kabul edilebileceği gibi işçinin işi bırakma şeklindeki açık irade beyanının işverence işçiye tahsis edilen aracın anahtarının işçiden alınmasını istemesi gibi zımni şekilde kabul edilebilir. Her iki durumda da ikale sözleşmesi kurulmuş olacaktır.

Tarafların açık ya da zımni ikale sözleşmesi kurma iradeleri arasında uyumsuzluk olması durumunda yani her konuda anlaşılmaması durumunda sözleşme kurulmamış olmaktadır.

İrade özgürlüğünden bahsedebilmek için tarafların sözleşmenin sona ermesine ilişkin unsurların tamamı üzerinde anlaşmaya varmış olmaları ve işçinin sözleşmeye ilişkin ihtirazi kayıt koymamış olması gerekmektedir. Sözleşmenin esaslı unsurları olarak şunlar üzerinde taraflarca açıkça anlaşılmış olması gerekmektedir.

5. İKALE SÖZLEŞMESİNİN İÇERİĞİ

Tarafların özgür iradeleriyle imzalamış oldukları ikale sözleşmesinin nelerden oluştuğu da önem kazanmaktadır. Sözleşmenin içeriği sözleşmenin taraf iradelerine uygun olarak yapıldığının en önemli göstergelerinden biridir. Bu nedenle asgari düzeyde bir ikale sözleşmesi şu hususları içermelidir.

İkale sözleşmesinin hangi sözleşme için yapıldığı: Taraflar arasındaki ikale sözleşmesinin iş ilişkisine dayanan bir sözleşme olduğu konusunda tarafların açıkça anlaşmaları gerekmektedir. Sözleşmenin hangi tarihte yürürlüğe giren sözleşme olduğu açıkça belirtilmelidir. Henüz yürürlüğe girmemiş bir sözleşme için ikale sözleşmesinin varlığı söz konusu olamayacaktır.

İkale sözleşmesinin yürürlük tarihi: İkaleye taraf olan işçi ve işveren sözleşmenin ne zaman sona ereceğini açıkça kararlaştırmış olmalıdırlar. Tarafların sözleşmenin ileri bir tarihte geçerli olacağı yönündeki kararlarının özellikle işçinin iş güvencesi hükümlerine tabi olup olmaması açısından önemli olması nedeniyle geçerli

Sözleşmenin Hangi şartlarla Sona Ereceği: Taraflar ikale sözleşmesini imzalarken hangi menfaatler karşılığında geçerli olacağı hususunda anlaşmış olmaları da gerekmektedir.

Sözleşmenin sona ermesi karşılığında tarafların yükümlülükleri önem kazanmaktadır. İ kale sözleşmesi sonucunda işverence işçiye ödenmesi gereken kıdem ve ihbar tazminatları, yıllık izin ücreti ve dava konusu somut olayın durumun göre (9. HD., E. 2017/23432 K. 2018/8361) belirlenen bir tutardır. İşçinin iradesinin sakatlanmamış olması kaydıyla işverenin işçiye işçilik alacakları ve kıdem ve ihbar tazminatları haricinde ne kadar bir ek ödeme yapacağını da sözleşmeyle belirlenmiş ve işçinin bu ödemelere ilişkin ihtirazı bir kaydının bulunmaması önemli bir unsurdur. Zira ikale ile taraflar arasında sözleşmeden doğan borçlar konusunda taraflar arasında bir uyuşmazlık söz konusu değildir (Günay,2009:7). İşçi tarafından ihtirazı kayıt konulması durumunda taraflar arasında irade uyuşmasının bulunmayacağı açıktır.

İşçinin ihtirazı kaydının sözleşmeyi geçersiz kılması için sözleşme konusuna ve alacaklara ilişkin olmalıdır. Miktar olarak yapılacak ihtirazı kayıtlar sözleşmenin geçerliliğini etkilemeyecektir.

6.İKALE SÖZLEŞMESİNDE ŞEKİL

İ kale sözleşmesinin Türk Hukukunda düzenlenmemiş olması nedeniyle, nasıl bir şekle sahip olacağı da kesinlik içermemektedir. Literatürde ikale sözleşmesinin TBK md.13 yapıldığı şekle tabi olması gerektiğini (Narmanlıoğlu, 2014, Molamahmutoğlu vd.2020) savununlar olduğu gibi, TBK md.13'ün ikale sözleşmesine uygulanamayacağını savunan görüşler de (Ekonomi,2006:40) bulunmaktadır.

Burada önemli olan nokta 4857 sayılı İş kanunun 8. Maddesi uyarınca süresi bir yıl ve daha fazla olan sözleşmeler ile Belirli süreli, Çağrı Üzerine Çalışma, Uzaktan Çalışma ve Takım sözleşmelerinin yazılı yapılması zorunludur. Bu nedenle yazılı yapılma zorunluluğu olan sözleşmeleri sona erdirmeye yönelik ikale sözleşmelerinin de yapılmasına uygun olarak yazılı yapılması gerekmektedir.

İ kale sözleşmesi Türk Hukukunda düzenlenmemiş olması nedeniyle TBK md.17'deki iradi şekle göre yapılması kanaatindeyiz. TBK. md.12'de belirtildiği gibi” Sözleşmelerin geçerliliği, kanunda aksi öngörülmedikçe, hiçbir şekle bağlı değildir.” Hükmü gereğince taraflar herhangi bir şekle tabi değildirler ve diledikleri gibi (TBK md.27'deki durumlar hariç) sözleşme yapabilirler. Burada önemli olan ikale sözleşmesinin yapılmasından sonra ortaya çıkacak uyuşmazlıklarda yazılı şeklin ispat açısından önemli olmasıdır.

7.İKALE SÖZLEŞMESİNİN İPTALİ VE GEÇERSİZLİĞİ

İkale sözleşmesinin geçerliliği ve geçersizliğine ilişkin temel düzenlemeler Türk Borçlar Kanundaki düzenlemelere tabidir. Bu nedenle ikale sözleşmesi de diğer sözleşmelerde olduğu gibi aşağıdaki durumlarda geçersiz olacak ve taraflar açısından hüküm ifade etmeyecektir.

7.1.Genel Geçersizlik Halleri

Türk Borçlar Kanunun “ Kesin hükümsüzlük” başlığı altında düzenlenen durumların varlığı durumunda ikale sözleşmesi tüm sözleşmeler için olduğu gibi ikale sözleşmesi içinde geçerlidir. Kanunun emredici hükümlerine, ahlaka, kamu düzenine, kişilik haklarına aykırı sözleşme konusunun imkansızlığı söz konusu olan tüm sözleşmeler geçersizdir.

Sözleşmenin konusunun imkansızlığı iş sözleşmeleri için farklı bir durumdur. Buradaki imkansızlık edime konu olan şeyin taraflar için imkansızlığıdır. Taraflardan biri için imkansızlık sözleşmeyi geçersiz kılmaz. İş sözleşmelerinde işçinin iş görme edimini yerine getirememesi veya işverenin sözleşmeden doğan temel borç olan ücret ödeme borcunu yerine getirememesi ikaleyi değil tek taraflı feshi gerektiren bir durumdur.

7.2.Özel Geçersizlik Halleri

İkale sözleşmesini geçersiz kılan diğer durumlar TBK 28.madde ile düzenlenen “aşırı Yararlanma” , ile m4.30-39 arasında düzenlenen ve “irade Bozukluğu başlığı altında yer alan durumlardır.

Gerek aşırı yararlanma gerekse iradeyi sakatlayan durumlar (Aldatma, Korkutma, Hata” doğrudan sözleşmenin sonucuna etki etmemektedir. Etkili olabilmesi için sözleşmenin taraflarından birinin bu durumları öğrendiği andan TBK 39.madde’ye göre aşırı yararlanmada beş yıl, İradeyi sakatlayan durumlarda ise hata ve aldatmada öğrendiği andan itibaren bir yıl korkutmada ise korkutmanın ortadan kalktığı andan itibaren bir yıl içerisinde karşı tarafa sözleşmeyle bağlı olmadığını bildirmez veya verdiği şeyi geri istememesi durumunda sözleşmeyi onamış sayılır. Yani taraflardan biri bu durumlardan birini süresi içerisinde karşı tarafa bildirmemesi durumunda ikale sözleşmesi varlığını sürdürecektir.

7.3.İkale Sözleşmesinin Geçerliliğinde Makul Yarar

İş sözleşmesinde tarafların anlaşarak kurdukları bir sözleşmeyi yine kendi aralarında anlaşarak sona erdirmeleri normal bir durumdur. Yargıtay kararlarında sözleşmenin geçerliliği konusunda yapılan denetimlerin başında makul yarar

kavramı gelmektedir. Makul yarar ile ilgili gerek yargı kararlarında gerekse literatürde varılan ortak sonuç, işçinin iş sözleşmesini iradi olarak sona erdirmesi için bir takım ek menfaatler elde etmesi olarak vurgulanmaktadır. Fakat bu kavramın sözleşmenin geçerliliğini etkileyebilmesi için teklifin kimden geldiğine bakmak gerekmektedir.

İkale önerisinin İşçiden Gelmesi Durumu: Sözleşmenin karşılıklı olarak anlaşılarak sona erdirilmesi önerisinin işçiden gelmesi durumunda işçinin sözleşmeyi sona erdirmesinde hayatın doğal akışı içerisinde haklı bir nedeninin olması gerekmektedir.

İşsizlik oranının yüksek olduğu, işçinin mesleki niteliğinin düşük olması, geçerliliğini yitirmiş olması, ileri yaşta olması gibi nedenlerin olduğu bir durumda işçinin iş akdini sona erdirmesi normal bir durum değildir. Bu durumda işçinin gerçek iradesinin araştırılması gerekmektedir. Bu gibi bir durumda işçinin işveren tarafından mobbinge maruz bırakılması sonucu olması muhtemel bir durumdur.

Örneğin işveren tarafından işçiye iş verilmemesi, tazminatlarından mahrum kalacağının söylenmesi, alsa dahi çok geç alacağı yönündeki söylemleri, özellikle küçük bir yerleşim yerinde ya da kısıtlı iş imkanlarının bulunduğu bir yerde başka işyerlerinde işe girmesinin zorlaştırılacağı şeklindeki söylemleri işçiye bu yönde bir anlaşılmaya zorlamış olması güçlü bir ihtimaldir. Bu gibi durumlarda gerek iş güvencesinin olduğu gerekse olmadığı durumlarda ikale sözleşmesinin geçersizliği düşünülmelidir.

Bir diğer yönden işçiden gelen teklif durumu ise işçinin kişisel nedenlerle olması durumudur ki, bu durumda işçinin tazminatlarının verilmesi durumunda işten ayrılmak isteğidir. Bu teklif aslında öneri teklifidir. Yani işçi şarta bağlı olarak işverene sözleşmeyi sona erdirmeye teklifinde bulunmaktadır ve işverenin kabul etmesi ile sözleşme tamam olmaktadır. İşçinin bu teklifi bazen yeni bir iş bulması, işyeri açması, borçlarını ödemek istemesi, bazı ailevi ihtiyaçların karşılanmasını amaçlamış olabilir. Bu gibi durumlarda işverenin işçiye tazminatlara ek olarak ek bir yarar sağlaması gerekmediği düşüncesindeyiz.

Teklifin işverenden gelmesi durumu: İkale teklifinin işverenden geldiği durumlar, aslında ikale sözleşmesinin iş hukukunda uygulanmasının temelini oluşturan 4857 sayılı İş kanunu ile uygulama bulan iş güvencesi düzenlemesini devre dışı bırakarak işçinin işe iade davası açmasını önlemektir.

İşverenin bu yöndeki teklifinin geçerliliği bir takım şartların gerçekleşmesine bağlıdır. Bunlar:

-İşverenin iş sözleşmesinden doğan işçiyi gözetme borcunun sonucu olarak işçiyi sözleşmenin sonuçları hakkında aydınlatması gerekmektedir. Aydınlatma yükümlülüğü yansira Medeni Kanunumuzda yer alan “Dürüstlük kuralı” çerçevesinde de işçiyi bilgilendirmek zorundadır.

İkale sözleşmesinin ağırlıklı olarak işverenden gelen teklif ile gerçekleştiği ve onun belirlediği koşullarda gerçekleştiği bilinmektedir. Bu nedenle sözleşmenin yorumlanmasında işçi lehine yorum ilkesinin göz ardı edilmemesi gerekmektedir.

7.4.Sözleşmenin Geçerliliğini Etkileyen Makul Yararın Miktarı

İkale sözleşmesi ağırlıklı olarak iş güvencesine sahip işçinin işe iade davasını açmasını engelleme amacıyla kullanılmaktadır. İş akdinin işçi veya işveren tarafından hangi nedenle feshedilirse edilsin işçinin işverenden alacaklarını zamanında ve yargı yoluna gitmeden alması her zaman için mümkün olmadığı açıktır.

İş akdinin tazminat gerektiren durumlardan herhangi birine dayanmaksızın işverence feshi halinde, iş güvencesine sahip işçiye ödenmesi gereken tazminat miktarı 4857 sayılı İş Kanunun 21. Maddesine göre ; çalışmadan boşta geçen süreler için en çok dört ay, feshin geçerli sebebe dayanmaması nedeniyle de en az dört en çok sekiz aylık ücreti tutarında tazminat ödeme olarak belirlenmiştir.

Kanunun 17. Maddesine göre İşçinin iş güvencesine sahip olmaması durumunda, işçiye bildirim sürelerine ilişkin ücret ve feshin kötü niyetli olması durumunda fesih süresinin üç katı tutarında tazminat ödenmesi gerekmektedir.

Kanunun feshin geçersizliği durumunda işçiye verilmesini emrettiği tutar üst sınırdan hesaplanacak olursa işçinin bir yıllık ücreti tutarını (boşta geçen süreler ve en çok sekiz aylık ücret tutarı tazminat) aşmamaktadır. Bu tutarın verileceği kabul edilse dahi işçinin bunu alması için ortalama 631 gün (Adli Sicil ve İstatistik Genel Müdürlüğü,2020:189) süren bir dava sürecine katlanması gerekeceği açıktır.

Yargıtay kararlarında makul yarar konusunda net bir uygulama bulunmamaktadır. Bazı durumlarda boşta geçen süreye ek olarak dört aylık ek bir menfaat yeterli sayılırken, bazen bunun altında veya üstünde bir ödeme makul yarar olarak kabul edilmiştir.

Kanımızca makul yararın hesaplanmasında işçinin tazminatların dışında aldığı ek ödemeler hesaplanırken, işçinin iradi olarak iş sözleşmesini sona erdirmesi nedeniyle alamayacağı işsizlik sigortası yardımları ve yine işsizlik sigortası kapsamında alacağı hizmetlerden (GSS primlerinin ödenmesi, Meslek geliştirme, edinme ve yetiştirme yardımı, yeni bir iş bulunması) yararlanamaması nedeniyle

kişisel olarak yapacağı harcamalar yapılan ek ödemenin hesabına dahil edilmelidir kanaatindeyiz.

İşçiye yapılacak makul yarar kapsamında ödemede ayrıca işçinin ücreti de dikkate alınmalıdır. ve kişinin son geliri özellikle dikkate alınmalıdır. Zira Ülkemizde Asgari ücret düzeyinde veya bunun %20 altı ve fazlası bir ücretle çalışanların oranı %54,8 olarak hesaplanmıştır (DİSK,2024:32). Yüksek ücret alan işçi ile Asgari ücretle çalışan ve iş bulma ümidi makul yarar hesabında dikkate alınmalıdır.

8.İKALE SÖZLEŞMESİNİN SONUÇLARI

İş sözleşmesinin işçi veya işveren tarafından (Haklı nedenlerle fesih hariç) fesih yoluyla sona erdirilmesi 1475 sayılı mülga İş kanunun 14. Maddesinde sayılan hallerden biri ile sona ermesi durumunda işçi kıdem ve ihbar tazminatına hak kazanmaktadır.

Ayrıca işçi İş kanunun 25/2 fıkrasındaki sebepler hariç olmak üzere işsizlik sigortasından yararlanma hakkına sahiptir. Bu hakların sözleşmenin ikale ile sona ermesi durumunda işçinin bu haklarına dönük durumu incelenmesi gereken bir durumdur.

8.1.İşçinin Kıdem ve İhbar Tazminatı Hakkı

İkale ile iş sözleşmesinin sona ermesi durumunda işçiye yapılan ödemelerin tazminat olup olmadığı ilk ele alınması gereken bir durumdur.

Zarar karşılığı ödenen ödenen para olarak (TDK,sozluk.gov.tr) tanımlanan tazminat, ikale sözleşmesi sonrasında işverence işçiye yapılan ödeme için kullanılması yerinde olmayan bir kavramdır. Çünkü ikale tarafların karşılıklı birbirine uygun iradeleri ile yaptıkları bir sözleşmedir ve bu sözleşmede taraflardan herhangi kişinin diğer tarafa yönelik olumsuz bir yaklaşımı ve zarar vermesi söz konusu değildir.

Kıdem ve ihbar tazminatı kapsamında ödenen miktarların tazminat değil ücret olduğu 193 sayılı Gelir Vergisi Kanunun 61/7.fıkrasında düzenlenmiştir.⁴

İkale sözleşmesi sonucunda tarafların anlaşması ile işveren tarafından işçiye ödenen tutarların tazminat olması taraflarca bu isim altında kabul etmelerinden kaynaklanmaktadır. İkaleda tarafların haklı veya haksız bir fesihleri söz konusu değildir. İşverenin iş sözleşmesinin sona erdiğini SGK'ya bildirimde kullandığı

⁴ 7. (Ek: 21/3/2018-7103/7 md.) Hizmet sözleşmesi sona erdikten sonra; karşılıklı sonlandırma sözleşmesi veya ikale sözleşmesi kapsamında ödenen tazminatlar, iş kaybı tazminatları, iş sonu tazminatları, iş güvencesi tazminatları gibi çeşitli adlar altında yapılan ödemeler ve yardımlar.

kodlara bakıldığında 22. Madde (Diğer Nedenler) dışındaki bildirimlerin tazminat yoluyla veya tazminatsız sona erme nedeni olarak ortaya çıktığı görülmektedir (sgk.gov.tr.). Oysa ikale sözleşmesinde tarafların karşılıklı iradeleri vardır ve bu nedenle fesihe ilişkin bir bildirim kodu bulunmamaktadır.⁵

8.2.İşsizlik Sigortası

İkale tarafların aralarında anlaşarak iş sözleşmesini sona erdirmeleri nedeniyle işsizlik sigortasından yararlanma hakkı bulunmamaktadır. Bu durum 4447 sayılı yasanın işsizlik ödeneği ödenmesine ilişkin şartlardan kaynaklanmaktadır. Fakat işsizlik sigortası ödemelerinden ikale çerçevesinde işçinin mahrum bırakılması sigortanın amacına uygun düşmemektedir. Sigortanın amacı işçinin işsiz kalması sonucu uğrayacağı ekonomik kayıpları yine kendisinin de katıldığı bir sistem içerisinde yeni bir iş buluncaya kadar belirli bir oranda karşılamaktır. İkale sözleşmesinde işçinin işsizlik sigortasından yararlanmasına ilişkin şartlar, sözleşmenin kurulması teklifinin kimden ve hangi şartlarda geldiği dikkate alınarak yeniden gözden geçirilmelidir.

İkale Sözleşmesi teklifinin işçiden gelmesi durumu: Burada işçinin ikale teklifinin sonucuna bakılması gerektiği kanaatindeyiz. Zira işçi sözleşme sonucunda yeni bir iş bulmuş, işyeri kurmuş, ise işsizlik sigortasından yararlandırılmaması doğru bir uygulama olacaktır. Fakat işçinin sözleşme sonucunda işsiz kalması, iş bulma şansının düşük olması gibi durumlarda (Bu durumlarda işçinin ekonomik nedenler, borç ödeme, ailevi nedenler vb.) işsizlik sigortasından yararlandırılması gerekmektedir. Bu durum, işsizlik sigortanın asıl amacı olan, işsizliğin getirdiği olumsuzlukları belirli bir süre gidermek ve kişinin tekrar işgücü piyasasına dönmelerini sağlamak amacına hizmet edecektir.

- İkale sözleşmesinde teklifin işverenden gelmesi durumu: Bu durumda işçinin ikale sözleşmesini kabul etmemesi (gerek iş güvencesinin bulunduğu gerekse iş güvencesinin bulunmadığı durumlarda) nedeniyle uğrayacağı hak kayıpları göz önüne alınarak işsizlik sigortasından yararlandırılması gerektiği düşüncesindeyiz.

9.İKALE SÖZLEŞMESİNİN YARARLARI

İkale sözleşmesi gerek iş güvencesi kapsamında gerekse iş güvencesine sahip olmayan işçi için bazı yararlar sağlamaktadır. Bunları şu başlıklar altında toplamak mümkündür:

⁵ Ayrıntılı bilgi için <https://uyg.sgk.gov.tr/SigortaliTescil/jsp/nedenleryeni.html>

İş Sözleşmesinden Kaynaklanan Uyuşmazlıkların çözümünde zaman Kaybının Önlenmesi: İş uyuşmazlıkları sonucunda yargılama sürecinin uzunluğu, kazanılması durumunda elde edilecek tazminatların zaman içerisindeki değer kayıplarının önlenmesi ikale yoluyla önemli ölçüde önlenmektedir. Ülkemizde yıllar itibariyle iş mahkemelerinde açılan davaların sonuçlanmasına ilişkin süreler bakıldığında yargılama süreci sonunda işçinin haklarını elde etmesi için uzun süre beklemesi gerekmektedir. İş güvencesi çerçevesinde işe iade davası sonucunda işçiye verilecek tazminat ve boşta geçen sürelerle ilişkin hakların bu sürelerle karşılaştırıldığında yetersiz kaldığı görülmektedir.

İş Mahkemelerinde görülen iş uyuşmazlıklarına ilişkin davaların görülme süreleri 2013 yılında ortalama 381 gün iken, 2020 yılında bu süre 631 gün olarak gerçekleşmiştir (Adli Sicil ve İstatistik Genel Müdürlüğü, 2020:189).

Bu nedenle ikale sözleşmesi zayıf taraf olan işçinin dava sürecinin sonucunu beklemeden alacaklarına daha hızlı kavuşması ve yeni bir iş bulma sürecine girmesi açısından önemli bir yarar sağlamaktadır. Gerçekte İş kanunu ile getirilen iş güvencesi tam anlamda bir güvence değildir. İşverenin işçiyi çalıştırmamak istemişi durumunda açılacak işe iade davası sürecinin uzaması, işçinin bu süreçte çalışmadan yaşamını sürdürmesi mümkün değildir. Ayrıca uzun yargılama süreci sonunda davayı kazansa dahi işverenin işe başlatması zorunlu değildir. İşveren iş başlatma yerine işe başlatmama tazminatı ödeyerekten istediği sonuca ulaşabilmektedir. Bu durumda ikale sözleşmesi çalışma hayatında tarafların zoraki bir iş ilişkisi içerisine girmelerinin önüne geçmesi açısından önemli bir uygulama olarak ortaya çıkmaktadır.

Uyuşmazlıkların her geçen gün artması mahkemelerdeki dava sayılarının çokluğu yargılama sürecinin uzunluğunun temel nedenidir. 2013 yılında İş Mahkemelerinde 406.986 yeni açılan ve geçen seneden devreden dava sayısı 2020 yılında 567.187 olmuştur.

Bu artan ve uzayan yargılama süreçleri zayıf taraf olan işçinin hakkını elde etmesi için çok uzun süre beklemesini gerektireceği açıktır. Bu nedenle ikale sözleşmesi işçinin haklarını kendi rızasıyla alması ve hayatına yine bir yön vermesini sağlaması açısından önemli bir araç olarak görülebilir kanaatindeyiz.

İş Uyuşmazlıklarının Azalmasına Olan Etkisi: İş sözleşmesinin sona ermesi sürecinde tarafların haklarını almak için yargı sürecine başvurmaları tarafların normal günlük işleri dışında hukuki bir süreçle uğraşmalarını gerektirmektedir. Yargılama giderleri, yargı sürecine katılma vb. sorunlar tarafların fazladan uğraşmasına ve birbirleriyle sürekli çekişme içerisinde olmalarına neden olmaktadır.

Bu çekişmenin özellikle küçük yerleşim yerlerinde polisiye uyuşmazlıklara dönüşme ihtimali yükselmektedir. İ kale sözleşmesiyle taraflar aralarında anlaşarak olayı bitirmekte ve herkes kendi hayatına dönmektedir.

Tarafların ekonomik açıdan getiri ve götürüsü konusunda kesin bilgi sahibi olmaları: İ kale sözleşmesi ile taraflardan işçi sözleşme sonucu ne kadar alacağını, işveren ise ne kadar ödeyeceğini bilmesi nedeniyle ileriye dönük bir sorun yaşamamaktadırlar. İki tarafında iradi olarak sözleşmeyi kabul etmeleriyle gelecekte olacaklar konusunda endişe duymamaları sözleşmenin bir diğer yararı olarak görülebilir.

Yargı Organları Üzerindeki Yükün Azalması: İş uyuşmazlıklarının artması yargı organlarının üzerindeki yükü artırdığı gibi geç gelen adalet kişileri tatmin etmemesi nedeniyle adalete olan güven sarsılmakta, kişiler haklarını tam olarak elde edemedikleri duygusu yaşamaktadırlar. Bu durum ise devlete olan güvenin azalmasıyla sonuçlanmaktadır. İ kale sözleşmesi bu yönüyle de tarafların dışında adalet sistemin üzerindeki yükü azaltarak toplumdaki adalete olan inancın zayıflamasını engellemektedir.

10.İKALE SÖZLEŞMESİNİN SAKINCALARI

Her sözleşmenin olduğu gibi ikale sözleşmesinin de bazı sakıncaları bulunmaktadır. Bu sözleşmenin sakıncaları şu başlıklar altında toplanabilir:

İşçi Açısından Sakıncaları: İ kale sözleşmesi uygulamada ağırlıklı olarak işe iade davalarının önlenmesine yönelik kullanılmaktadır. İşçinin hukuki yetersizliği veya zorda kalması gibi durumlarda bazı haklarından mahrum kalması bu uygulamanın en büyük sakıncasını oluşturmaktadır.

Bu konudaki bir diğer sakınca ise ikale sözleşmesinin ileri bir tarihe dayanılarak imzalanması durumudur. Bu urumda özellikle işçinin işe iade davası açmasının önlenmesine yönelik olarak yapılması durumunda işçinin işe iade davası açması mümkün olmayacağından sorun yaratacağı açıktır.

SONUÇ

İ kale sözleşmesi, yasal düzenlemeye tabi olmamakla birlikte iş hukukunda uygulama bulan bir sözleşmeyi sona erdirme şeklidir. Yasal düzenlemenin bulunmaması, uygulamada ciddi sorunlar yaratmakta ve bu sorunlar yargı kararlarıyla aşılıpma çalışılmaktadır.

Sözleşmenin yasal çerçeveye kavuşturulmasının çalışma barışının sağlanması ve yargı organları üzerindeki yükün azaltılmasında ciddi bir katkı sağlayacağı açıktır.

Mevcut durumda yaşanan sorunlar ilgili kesimlerin bu konuda yeterli bilgi sahibi olmamasından kaynaklanmaktadır. Bu sorunların aşılması için yasal düzenleme yapıncaya kadar işveren ve işçilere ikale sözleşmesi konusunda işçi ve işveren sendikaları aracılığı ile eğitimler verilmesi yanı sıra sendikalı olmayan işçi ve işverenler için konunun uzmanlarınca seminerler verilmek suretiyle tarafların bilinçlenmesi sağlanmalıdır. Her iki kesiminde konu hakkında bilgilendirilmesi çalışma barışı için hayati önem taşımaktadır.

KAYNAKÇA

- Adli Sicil ve İstatistik Genel Müdürlüğü,(2020), Adli İstatistikler 2020, <https://adlisicil.adalet.gov.tr/Resimler/SayfaDokuman/22420211449082020HİZMETEÖ-ZELKİTAP.pdf>. (Erişim Tarihi:25.11.2024)
- Akyiğit, E. (2018). *İş Hukuku*, 12.Baskı, Ankara: Seçkin Yayıncılık
- Astarlı, M. (2016). *İş Hukukunda İkale (Bozma Sözleşmeleri)* 2. Baskı, Ankara:Turhan Kitabevi.
- Caniklioglu, N. (2019). “Yargıtayın İş İlişisinin Sona Ermesi ve Kıdem Tazminatı”, Yargıtay’ın İş Hukuku ve Sosyal Güvenlik Hukuku 2017 Yılı Kararlarının Değerlendirilmesi, İstanbul: On İki Levha Yayınları.
- Çelik, N., Caniklioglu,N., Canbolat, T., Özkaraca, E. (2020). *İş Hukuku Dersleri*, 35. Baskı. İstanbul: Beta.
- DİSK,(2024),Asgari Ücret Araştırması 2024, /<https://arastirma.disk.org.tr/wpcontent/uploads/2023/12/ASGARI-UCRET-2024-RAPOR.pdf> (E.Tarihi:30.11.2024)
- Ekonomi, M.(2006). İş Sözleşmesinin Sona Erdirilmesinde Tarafların Anlaşması, İbraname İl İş Güvencesi Davasından Feragat ve Sulh. *Legal Yargı Kararları ve İncelemeleri Dergisi*, 1.
- Günay, C.İ. (2009). İkale Sözleşmesi, *Çimento İşveren Dergisi*, 23(5), 4-25.
- Keser, H. (2017). Yargıtay Kararları Işığında İş Sözleşmesinin İkale (Bozma Sözleşmesi) ve Bildirim Süreli Fesih Yoluyla Sona Erdirilmesi Ayrımına İlişkin Bir Değerlendirme, *Legal İş Hukuku ve Sosyal Güvenlik Hukuku Dergisi*, 14(54), 633-670.
- Mollamahmutoğlu, H., M.Astarlı ve U. Baysal. (2020). *İş Hukuku Ders Kitabı*, C. 1: Bireysel İş Hukuku. Güncellenmiş 4. Baskı. Ankara: Lykeion Yayınları.
- Narmanlioğlu, Ü.(2014). *İş Hukuku - Ferdi İş İlişkileri I*. İstanbul: Beta Yayıncılık.
- Özdemir, E. (2017). Sulh Sözleşmesi İkale Uygulamalarının Olumsuzluklarına Çözüm Olabilir Mi?. Demir, E. & Gemici Filiz, B. (Eds.) *Prof. Dr. Turhan Esener II. İş Hukuku Uluslararası Kongresi*, Seçkin Yayıncılık.
- Şen, M. (2001). Mecelle’de Hizmet Akdinin Fesih Dışındaki Sona Erme Halleri, *Erzincan Binalı Yıldırım Üniversitesi Hukuk Fakültesi Dergisi*, 5, 1-4.
- Yargıtay 14. Hukuk Dairesi. (2015). E:2014/5656,2015/16878 No’lu Kararı, <https://karararama.yargitay.gov.tr/#> (E.T: 20.10.2024)
- Yargıtay 22. Hukuk Dairesi, E. 2014/5656 K. 2015/16878 , <https://www.lexpera.com.tr/ictihat/yargitay/22-hd-e-2014-5656-k-2015-16878-t-11-05-2015> (Erişim Tarihi:14.10.2024)



BÖLÜM 37

İnsani Gelişme, Ekonomik Küreselleşme Ve Ekonomik Büyüme İlişkisi:E-7 Ülkeleri İçin Ampirik Bir Analiz

Hilal BudakBiçer¹ & Emine Dilara AktekinGök²

¹ Arş. Gör., Niğde Ömer Halisdemir Üniversitesi, ORCID:0000-0003-2599-8586

² Arş. Gör., Niğde Ömer Halisdemir Üniversitesi, ORCID:0000-0002-4112-2456

1. Giriş

Ekonomik büyüme ülkelerin temel amacı olarak gösterilmektedir. Ancak ülkelerin ekonomik büyümeye ile birlikte kalkınma göstergelerini de dikkate alması gerekmektedir. Ekonomik sürdürülebilirlik ve kalkınma iktisadi yaklaşımı açısından insani gelişme gibi göstergelerin ekonomik göstergeler ile olan ilişkisi de değerlendirilmektedir. Ekonomik küreselleşme ekonomik aktörlerin kararları üzerinde etkili olduğu için ekonomik faaliyetlerin şekillenmesinde dikkat çekici bir öneme sahip olmaktadır. Sürdürülebilir bir ekonomi için insani gelişme ve küreselleşme kavramları önem arz etmekte; ekonomik küreselleşme, reel gelir ve insani gelişme arasındaki ilişkinin incelenmesini gerekli kılmaktadır.

Teknolojik yeniliklerdeki artış sonucunda ekonomik küreselleşme ve ekonomik büyüme artmakta ve hızlanmaktadır. İktisat bilimi ekonomik büyümeyi tarihsel süreç içinde açıklamaya çalışmaktadır. Ekonomik faaliyetlerin temel amacı gelir artışını sağlamak olarak kabul edilmektedir (Smith, 1776: 455). Ekonomik büyüme kavramı, 1776 yılında Adam Smith'in yazdığı Milletlerin Zenginliği kitabı ile başlamış olup günümüzde de devam etmektedir. Ekonomik büyüme kavramı, ekonomik performansını açıklamada kullanılan en önemli değişkendir (Yeldan, 2011: 5-8). Ekonomik büyümenin diğer ekonomik göstergeler ile olan ilişkisinin incelenmesi ise gerek politika önermeleri gerekse uygulanması açısından farklı yaklaşımlar ile değerlendirilen bir konu olarak literatürde yer almaktadır.

İnsani gelişme endeksi, ülkeleri insani kalkınma düzeylerine göre sınıflandırmak üzere doğuştan beklenen yaşam süresi, eğitim düzeyi, kişi başına gayri safi yurt içi hasıla gibi değişkenler ile hesaplanmaktadır. İnsani gelişme endeksi, 0 ile 1 arasında değer alan ve Birleşmiş Milletler Kalkınma Programı tarafından yayımlanan bir endekstir. Bu endeksin 1'e yaklaşması yüksek gelişmişlik düzeyini, 0'a yaklaşması ise düşük gelişmişlik düzeyini göstermektedir (Seyidoğlu, 2017: 826-827). İnsani gelişme endeksi sağlık, eğitim ve yaşam standardı olarak belirlenen üç endeksin geometrik ortalaması alınarak hesaplanmaktadır (UNDP, 1990: 11). İnsani gelişme kavramı, insan gelişiminin temel boyutlarındaki ortalama başarının özet bir ölçüsü olarak kabul edilmekte ve ülkelerin yaşam koşulları hakkında bilgi edinilmesini sağlamaktadır.

Küreselleşme uluslararası bütünleşme sürecini ifade etmektedir. Ülkeler ekonomik, sosyal veya politik açıdan birbirlerine yakınlaşmaktadır. Bu durum küresel boyutta ekonomi politikalarının şekillenmesini sağlamıştır (Şenses, 2017: 17). Küreselleşme, farklı gelişme düzeyinde olan ülkelerin ekonomik faaliyetlerini artırmış ve ekonomik performans açısından olumlu bir sonuç sağlamaktadır. Literatürde küreselleşmenin insani gelişme üzerindeki etkisini inceleyen az sayıda

çalışmada bulunmaktadır. Bu çalışmada, insani gelişmenin E-7 ülkelerinde ekonomik küreselleşmeye ve ekonomik büyüme ile olan ilişkisini incelemeyi amaçlamaktadır. İnsani gelişme endeksi, ekonomik büyüme ve ekonomik küreselleşme arasındaki dinamik ilişkiyi inceleyen az sayıda çalışma bulunması çalışmanın itici gücünü oluşturmaktadır.

Gelişme hızının yüksek olduğu E-7 ülkelerinin (Çin, Hindistan, Rusya, Brezilya, Meksika, Endonezya ve Türkiye) ekonomik faaliyetlerinin artış göstermesinde ekonomik küreselleşmenin önemli bir etkisi bulunmaktadır. Ekonomik küreselleşme ekonomik büyümeyi olumlu etkilemektedir. Ancak ekonomik küreselleşmenin insani gelişme üzerindeki etkisi konusunda bir ortak bir fikir birliği bulunmamaktadır.

Bu çalışmanın amacı, E-7 ülkeleri için insani gelişme, ekonomik büyüme ve ekonomik küreselleşme arasındaki ilişkiyi 1990-2022 dönemine ait veriler ile inceleyerek belirlemektir. Bu kapsamda ülkeler arasındaki bağımlılığa izin veren ekonometrik yöntemler kullanılmaktadır. Ekonometrik bulgular, ekonomik büyümenin insani gelişmeyi teşvik etmede olumlu bir etkisinin olduğunu, ekonomik küreselleşmenin ise insani gelişme üzerinde istatistiksel olarak anlamlı bir etkisinin olmadığını göstermektedir. Çalışmanın ikinci bölümünde mevcut literatürü incelenmektedir. Üçüncü bölümde çalışmanın analiz kısmı ve bulgular yer almaktadır.

2. Literatür Taraması

İnsani gelişmenin ekonomi üzerindeki etkisini inceleyen çalışmalar ekonomik büyüme üzerine yoğunlaşmaktadır. Ekonomik büyüme, insani gelişme ve küreselleşmenin ilişkili olduğu ampirik literatür incelendiğinde tespit edilmektedir. Bu ilişkinin yönü ve boyutu ise çalışmada seçilen ülke veya ülke grubu, analiz kapsamında incelenen dönem ve analizin yöntemine göre farklılık göstermektedir.

Ranis vd. (2000), geliştirmekte olan ülkeler için ekonomik büyüme ve insani gelişme ilişkisini 1970-1992 arası dönem için incelediği çalışmada iki yönlü bir ilişkinin mevcudiyetini tespit etmiştir.

Ghosh (2006), Hindistan'ın 15 eyaletinin ekonomik büyüme ve insani gelişme ilişkisini 1981-2001 yılları arasını kapsayan dönem için incelemiştir. Bu çalışmada elde edilen sonuç ekonomik büyüme insani gelişme endeksi üzerinde pozitif etkiye sahip olduğu şeklinde tespit edilmiştir.

Shome ve Tondon (2010), ASEAN 5 Ülkeleri için 2000-2009 yılları arasında iktisadi kalkınma göstergeleri ve ekonomik büyüme ilişkisini incelemiştir. İnsani

gelişme endeksinin üç bileşeninden biri olan gelir endeksinin çıkarılarak hesaplandığı çalışmada eğitim harcamaları ile ekonomik büyüme arasında ilişkinin bulunduğu belirlenmiştir.

De ve Pal (2011), ekonomik büyüme, küreselleşme ve insani gelişmenin 1970-2007 yılları için 75 ülkeden oluşan geniş bir panel ile incelediği çalışmada ekonomik büyüme, küreselleşme ve insani gelişmenin yakından ilişkili olduğu sonucuna ulaşmıştır.

Hafner and Mayer-Foulkes (2013), ekonomik kalkınma, yüksek gelir, insani gelişme ve düşük doğurganlık ilişkisini 1980 ile 2007 yılları arasında 72 ülke için incelemiştir. Çalışmanın ampirik sonuçları yüksek gelir, yüksek insani gelişme ve düşük doğurganlık arasında nedensel bir uzun dönemli ilişki olduğuna dair kanıtlar sunmaktadır.

Rivera (2017), Ekvador için insani gelişim endeksi, ekonomik büyüme ve turizm arasındaki dinamik ilişkiyi incelemiştir. Uzun dönemli ilişkinin bulunduğunu gösteren ampirik sonuçlar; turizmin insani gelişmeyi etkilemediği, insani gelişme endeksi ve ekonomik büyüme arasında ilişki olduğu ve ekonomik büyüme ile turizm arasında tek yönlü bir nedensellik bulunduğunu göstermektedir.

Castells-Quintana vd. (2018), gelir eşitsizliği ile insani gelişme endeksi arasındaki ilişkiyi 1970-2010 döneminde 117 ülkeden oluşan bir panelde incelemiştir. Çalışmada yapılan analizler sonucunda gelir eşitsizliği ve insani gelişme endeksi arasında uzun dönemde negatif bir ilişki olduğu tespit edilmiştir.

Chikalipah and Okafor (2019), insani gelişmedeki olumlu gelişmelerin ekonomik büyümeye etkisini Nijerya için 1961- 2015 dönemi verileriyle incelemiştir. Ekonomik büyüme ve insani gelişme arasında uzun dönemli bir ilişkin olduğu ve pozitif bir ilişki bulunduğu tespit edilmiştir.

Sinha ve Sengupta (2019), doğal kaynaklar rantı, insani gelişme endeksi ve küreselleşme ilişkisini Asya-Pasifik ülkeleri 1996-2016 dönemi için incelemiştir. Doğal kaynak rantının insani gelişim üzerinde etkisi pozitif iken, küreselleşmenin dahil edilmesiyle negatif ilişki olduğu sonucuna varılmıştır.

Zhang and Danish (2019), bilgi ve iletişim teknolojisinin, daha iyi insani gelişme endeksine sahip ülkelerde, daha düşük endekse sahip ülkelere kıyasla ekonomik büyümeye katkıda bulunup bulunmadığını geliştirmekte olan Asya ülkelerindeki 1990-2016 arası dönem için panel veri tahmin yöntemlerini kullanarak incelemiştir. Analiz sonuçları bilgi ve iletişim teknolojisi daha ileri düzeyde olan ülkelerin ekonomik büyümeyi desteklediğini göstermekte ve İnsani gelişme endeksinin Asya ülkelerinde ekonomik büyümeye katkıda bulunduğunu göstermektedir.

Ulucak ve Danish (2020), ekonomik küreselleşme sürecinin ve ekonomik büyümenin insani gelişme endeksine olan etkisini 1990-2015 yılları arasında Asya ülkeleri için incelemek amacıyla yatay kesit bağımlılığına izin veren gelişmiş ekonometrik yöntemleri kullanmıştır. Ampirik sonuçlar; ekonomik küreselleşme, ekonomik büyüme ve insani gelişme endeksine arasında uzun dönemli ilişkinin mevcut olduğunu ve ekonomik küreselleşmenin insani gelişme üzerinde önemli bir etkisinin olmadığını, reel gelirin ise Asya ülkelerinde insani gelişmeyi teşvik ettiğini göstermektedir.

3. Ampirik Bulgular

3.1. Veri ve Model

Çalışmada gelişme hızının yüksek olduğu ülkeler olarak adlandırılan E-7 ülkeleri için ekonomik küreselleşme ve insani gelişme arasındaki ilişki 1990-2022 dönemi için incelenmektedir. Çalışmada ekonomik küreselleşme, insani gelişme ve ekonomik büyüme verileri sırasıyla KOF İsviçre Ekonomi Enstitüsü, Birleşmiş Milletler Kalkınma Programı (UNDP) ve Dünya Bankası'ndan alınmıştır. Çalışma dönemi verinin eksiksiz olmasına dayanmaktadır.

İnsani gelişme endeksi sağlık, eğitim ve yaşam standartları olmak üzere üç önemli boyutun birleşimini ifade etmektedir (Tüylüoğlu ve Karalı, 2006: 57). Bu endeks, bir ülkenin hem sosyal hem de çevresel göstergelerinin birleşimini göstermektedir. İnsani gelişme endeksi sürdürülebilir büyüme ve gelişmenin temel bir göstergesidir.

Çalışmada bağımlı değişken olarak insani gelişme endeksi kullanılırken, ekonomik küreselleşme ve ekonomik büyüme açıklayıcı değişkenler olarak kullanılmıştır. Ekonomik küreselleşme, ülkelerin ekonomik açıdan birleşmesini ifade etmektedir. Ulucak vd. (2020) tarafından yapılan çalışma modeli dikkate alınarak çalışmanın modeli aşağıdaki gibi kurulmuştur:

$$\ln \hat{I}_{it} = \alpha_0 + \alpha_1 \ln E_{it} + \alpha_2 K_{it} + \mu_{it}$$

Burada $\hat{I}$ insani gelişme endeksini, E ekonomik büyüme ve K ekonomik küreselleşmeyi göstermektedir. Ayrıca, t zamanı, i ülkeleri ve μ hata terimini belirtmektedir. Modelde kullanılan her değişkenin logaritması alınmıştır.

Literatürde, ekonomik büyümenin insani gelişme üzerindeki etkisinin teorik açıdan, olumlu olması beklenmektedir. Fakat ampirik açıdan, ekonomik büyümenin insani gelişim üzerindeki etkisinin belirsizdir. Literatürde ekonomik büyümenin insani gelişimi olumlu yönde etkilediğini çalışmaların aksine ekonomik büyümenin insani gelişimi olumsuz yönde etkilediği sonucuna ulaşan çalışmalarda bulunmaktadır.

Ekonomik küreselleşmenin insani gelişmeyi olumlu açıdan etkilemesi beklenmektedir. Bu durum ülke veya ülke grupları arasındaki ekonomik küreselleşmenin artmasının makroekonomik değişkenler üzerinde olumlu bir etki yaratacağını göstermektedir. Ekonomik küreselleşme insan sağlığı, eğitimi ve yaşam standardını doğrudan etkilemektedir. Buna bağlı olarak insani gelişme düzeyi artmaktadır.

3.2. Bulgular

Panel veri analizlerinde, sahte regresyon önemli bir sorundur. Bu sorununun oluşmaması için serilerin durağanlıklarının test edilmesi gerekmektedir. Fakat durağanlıktan testinden önce serilerin öncü test olarak ifade edilen homojenlik ve yatay kesit bağımlılığının test edilmesi gerekmektedir. Homojenlik testi, ülkelerin birinde ortaya çıkan ani bir şokun diğer ülkeler üzerinde aynı etkileri yaratıp yaratmadığını test etmektedir. Bu bağlamda, ekonomik, sosyal ve kültürel yapıları birbirinden farklı olan ülke veya ülke grupları için kurulan modellerde katsayıların heterojen olması beklenirken, ekonomik yapıları birbirine benzer ülke veya ülke grupları için kurulan modellerde katsayıların homojen olması beklenmektedir.

Bu çalışmada, ülke veya ülke gruplarının homojen mi heterojen mi olduğunu test etmek için Pesaran ve Yagamata (2008) tarafından geliştirilen Slope Homogeneity testi kullanılmıştır. Bu testin hipotezleri şu şekildedir:

H_0 : Homojendir.

H_1 : Heterojendir.

Tablo 1’de homojenite test sonuçları yer almaktadır.

Tablo 1. Homojenite Test Sonuçları

Testler	Test İstatistiği	Olasılık Değeri
Delta-Tilde	8.241 ^{***}	0.000
Delta-Tilde_{adj}	8.643 ^{**}	0.000

Not: “***” işareti %1 seviyesinde anlamlılığı ifade etmektedir.

Tablo 1’de yer alan test sonuçlarına göre, katsayıların homojen olmadığı belirlenmiştir. Buna bağlı olarak, ekonomik büyümeye ve ekonomik küreselleşmede meydana gelen bir artış veya azalışın insani gelişme üzerindeki etkisinin her ülke için farklı sonuçlar ortaya çıkaracağı ifade edilmektedir.

Küreselleşmenin etkisiyle beraber, bir ülke veya ülke grubunda ortaya çıkan ani bir şok diğer ülke veya ülke gruplarını etkileyebilir. Bu durum, ampirik olarak yatay kesit bağımlılık testleri ile test edilmektedir. Yatay kesit bağımlılığının hipotezleri şu şekildedir:

H_0 : Yatay kesit bağımlılığı yoktur.

H_1 : Yatay kesit bağımlılığı vardır.

Tablo 2’de yatay kesit bağımlılığı test sonuçları yer almaktadır.

Tablo 2. Yatay Kesit Bağımlılığı Test Sonuçları

Testler	Test İstatistiği	Olasılık Değeri
Breusch ve Pagan (1980) LM testi	655.963***	0.000
PUY (2008) LM_{adj} testi	97.689***	0.000

Not: “***” işareti %1 seviyesinde anlamlılığı ifade etmektedir.

Tablo 2’de yer alan yatay kesit bağımlılığı test sonuçlarına göre yatay kesit bağımlılığının olduğu sonucu elde edilmiştir. Yatay kesit bağımlılığının olması durumunda birim kök testleri arasında yer alan birinci nesil testler uygulanmaktadır. Fakat yatay kesit bağımlılığının olması durumunda ikinci nesil testler kullanılmaktadır (Baltagi, 2008:284). Bu çalışmada yatay kesit bağımlılığının bulunması ikinci nesil panel birim kök testlerinin kullanılması gerektiğini göstermektedir (Nazlıoğlu, 2010: 142). Çalışmada ikinci nesil panel birim kök testleri arasında yer alan Pesaran (2007) tarafından geliştirilen CIPS testi uygulanmıştır. CIPS testi, paneli oluşturan tüm birimler için testlerin ortalaması alınarak hesaplanmaktadır. Bu test yatay kesit bağımlılığını ve heterojenliği dikkate almaktadır. Bu testin hipotezleri şu şekildedir:

H_0 : Birim kök vardır.

H_1 : Birim kök yoktur.

Tablo 3’de CIPS birim kök test sonuçları gösterilmektedir.

Tablo 3. Birim Kök Testi Sonuçları

	Seviye	1.Fark
lnİ	-2.165	-3.125***
lnE	-2.503	-2.978***
lnK	-2.378	-3.900***

Not: “***” işareti %1 seviyesinde anlamlılığı ifade etmektedir.

Tablo 3’ de gösterilen birim kök test sonuçlarına göre, seriler birim kök içermektedir. Bu durum, seriler arasında eşbütünleşme ilişkisinin olup olmadığının belirlenmesini sağlamaktadır. Seriler arasında eşbütünleşme ilişkisinin belirlenmesi için Westerlund ve Edgerton (2007) tarafından geliştirilen LM eşbütünleşme testi uygulanmıştır. Bu testin hipotezleri şu şekildedir:

H_0 : Eşbütünleşme ilişkisi vardır.

H_1 : Eşbütünleşme ilişkisi yoktur.

Tablo 4’de LM eşbütünleşme test sonuçları gösterilmektedir.

Tablo 4. Eşbütünleşme Test Sonuçları

LMN +	LM İstatistiği	Bootstrap p-değeri
	0.976	0.752

Tablo 4’de seriler arasında eşbütünleşme test sonuçları verilmektedir. Eşbütünleşme ilişkisinin belirlenmesinden sonra eşbütünleşme katsayılarının belirlenmesi gerekmektedir. Eşbütünleşme katsayıları, CCE (Common Corelated Effects) yöntemi kullanılarak test edilmiştir. Bu test Pesaran (2006) tarafından geliştirilmiştir. Tablo 5’de değişkenlerin eşbütünleşme katsayılarının tahmin sonuçları verilmiştir.

Tablo 5. Eşbütünleşme Katsayılarının Tahmini (CCE)

CCE	Katsayı	Std. Hata	p-değeri
lnE	0.099	0.021	0.000***
lnK	0.002	0.014	0.905

Not: “***” işareti %1 seviyesinde anlamlılığı ifade etmektedir.

Tablo 5’de yer alan eşbütünleşme tahminci bulguları, E-7 ülkelerinde ekonomik büyümenin insani gelişmeyi teşvik etmede olumlu bir etkisinin olduğunu,

ekonomik küreselleşmenin ise insani gelişme üzerinde istatistiksel olarak anlamlı bir etkisinin olmadığını göstermektedir.

SONUÇ

Bu çalışmada, E-7 ülkeleri için ekonomik küreselleşmenin ve ekonomik büyümenin insani gelişme üzerindeki etkisini incelenmektedir. Çalışmada 1990'dan 2022'a kadar olan dönem için panel veri yöntemi uygulanmıştır. Analiz bulgularına göre, ekonomik büyümenin insani gelişimi teşvik etmede olumlu bir etkisinin olduğunu, ekonomik küreselleşmenin ise E-7 ülkelerinde insani gelişme üzerinde istatistiksel olarak anlamlı bir etkisinin olmadığını göstermektedir.

Çalışmada incelen E-7 ülke grubu için, politika önerilerine yönelik bazı bulgular üretmektedir. E-7 ülkelerindeki politika yapıcılar insani gelişimi teşvik etmek için ekonomik büyümeyi artırmaya daha fazla önem vermeleri gerekmektedir. Ekonomik büyümeyle birlikte, insani gelişme düzeyi sürdürülebilir kalkınmanın başlıca belirleyicileri arasında kabul edilebilmekte ve sürdürülebilir bir ekonomi için teşvik edilmesi gereken unsurlar arasında yer almaktadır.

Çalışmanın bulguları, ekonomik küreselleşmenin insani gelişmeye katkı sağlamadığını göstermektedir. Fakat ekonomik küreselleşme, ülkelerin küresel ekonomiden faydalanılmasını ve ekonomik anlamda gelişme imkânına erişilmesini sağlamaktadır. Çalışmada ekonomik küreselleşmenin insani gelişmeye katkı sağlamamasının nedeni olarak E-7 ülkelerindeki ekonomik küreselleşme düzeyinin insani gelişimi teşvik etmek için düşük düzeyde olabileceği gösterilmektedir. Bu nedenle, E-7 ülkelerinde politika yapıcılar tarafından ekonomik küreselleşmenin artırılması için uygulamalar yapılması gerekmektedir.

Kaynakça

- Baltagi, B.H. (2008). *Econometric Analysis of Panel Data*. Fourth Edition, West Sussex: John Wiley & Sons.
- Birleşmiş Milletler Kalkınma Programı (UNDP). <https://hdr.undp.org/data-center> (Erişim Tarihi: 10.10.2024).
- Castells-Quintana D, Royuela V, Thiel F (2018). Inequality and sustainable development: Insights from an analysis of the human development index. *Sustainable Development*, 27 (3), 448-460.
- De, U. K. and Manoranjan, P. (2011) Dimensions of Globalization and Their Effects on Economic Growth and Human Development Index (December 29, 2011). *Asian Economic and Financial Review*, 1(1), 1-13.
- Dünya Bankası. <https://databank.worldbank.org/> (Erişim Tarihi: 10.10.2024).
- Ghosh, M. (2006). Economic Growth and Human Development in Indian States. *Economic and Political Weekly*, 41(30), 3321-29.
- Hafner, K. A., & Mayer-Foulkes, D. (2013). Fertility, economic growth, and human development causal determinants of the developed lifestyle. *Journal of Macroeconomics*, 38, 107-120. <https://doi.org/10.1016/j.jmacro.2013.04.001>
- Khan NH, Ju Y (2019) Investigating the determinants of human development index in Pakistan: an empirical analysis. *Environ Sci Poll Res* 26(19):19294–19304
- KOF İsviçre Ekonomi Enstitüsü. <https://kof.ethz.ch/en/forecasts-and-indicators/indicators/kof-globalisation-index.html> (Erişim Tarihi: 09.10.2024).
- Nazlıoğlu, Ş. (2010). *Makro İktisat Politikalarının Tarım Sektöründe Üzerindeki Etkileri: Gelişmiş ve Gelişmekte Olan Ülkeler için Bir Karşılaştırma*. Yayınlanmamış Doktora Tezi, TC Erciyes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Kayseri.
- Pesaran, M. H. (2006). Estimation and inference in large heterogeneous panels with a multifactor error structure. *Econometrica*, 74(4), 967-1012.
- Pesaran, M. H. (2007). A Simple Panel Unit Root Test in the Presence of Cross-Section Dependence. *Journal of Applied Econometrics*, 22, 265–312.
- Pesaran, M. H., Ullah, A. ve Yamagata, T. (2008). Bias-adjusted LM Test of Error Cross-Section Independence. *Econometrics Journal*, 11, 105-127.
- Ranis, G., Stewart, F. & Ramirez, A. (2000). Economic Growth and Human Development. *World Development*, 28(2), 197-219.
- Rivera, M. A. (2017). The synergies between human development, economic growth, and tourism within a developing country: An empirical model for ecuador. *Journal of Destination Marketing & Management*, 6(3), 221-232. <https://doi.org/10.1016/j.jdmm.2016.04.002>.
- Seyidoğlu, H. (2017). *İktisat Biliminin Temelleri*. Güzem Can Yayınları, İstanbul. Geliştirilmiş 3. Baskı.

- Shome, S., and Tondon, S. (2010). Balancing human development with economic growth: a study of ASEAN 5. *Annals of the University of Petroşani, Economics*, 10(1), 335-348.
- Sinha, A. ve Sengupta, T. (2019). Impact of natural resource rents on human development: What is the role of globalization in Asia Pacific countries? *Resources Policy*, 63, 101413.
- Smith, A. (2009). *Milletlerin Zenginliği*, (Çev: Haldun Derin) İstanbul: Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları.
- Şenses, F. (2017). *Küreselleşmenin Öteki Yüzü: Yoksulluk*. İletişim Yayınları, İstanbul, 8. Baskı.
- Tüylüoğlu, Ş. ve Karalı, B. (2006). İnsani Kalkınma Endeksi ve Türkiye için Değerlendirilmesi. *Sosyal Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 6 (12), 53-88.
- Ulucak, R., Danish, D. ve Li, N. (2020). The nexus between Economic Globalization and Human Development in Asian Countries: an Empirical Investigation. *Environment Science Pollution Research*, 27, 2622–2629.
- UNDP (United Nations Development Programme). (1990). *Human Development Report. Work for Human Development*. New York, Oxford University Press.
- Westerlund, J. ve Edgerton, D. L. (2007). A Panel Bootstrap Cointegration Test. *Economics Letters*, 97, 185–190.
- Yeldan, E. (2011). *İktisadi Büyüme ve Bölüşüm Teorileri*. Efil Yayınevi, Ankara. 2. Baskı.
- Zhang, J. ve Danish (2019). The Dynamic Linkage between Information and Communication Technology, Human Development Index, and Economic Growth: Evidence From Asian Economies. *Environmental Science Pollution Research*, 26, 26982-26990.



BÖLÜM 38

Sürdürülebilir Kalkınma Amaçları Çerçevesinde Çocuk Edebiyatının Önemi

Zeynep Z. Sonkaya ¹

¹ Doç.Dr., Ankara Üniversitesi Eğitim Bilimleri Fakültesi, ORCID: 0000-0001-5307-1791

Giriş

Sürdürülebilir Kalkınma Amaçları (SKA) (diğer bir deyişle Küresel Amaçlar), Birleşmiş Milletler üyesi ülkeler tarafından 2030 sonuna kadar ulaşılması amaçlanan hedefleri içeren evrensel bir eylem çağrısıdır.

SKA, Birleşmiş Milletlere üye ülkeler tarafından Eylül 2015'te Birleşmiş Milletler Genel Kurulu'nda kabul edilip 1 Ocak 2016 tarihinde yürürlüğe girmiştir. Hükümetler tarafından 2001 yılında kabul edilip Aralık 2015 tarihinde geçerliliğini yitiren Binyıl Kalkınma Hedeflerini takiben bu hedefler üzerine inşa edilmiştir.

Birleşmiş Milletlerin (BM) 25 Eylül 2015 tarihinde New York'ta düzenlenen Sürdürülebilir Kalkınma Zirvesi'nde bir araya gelen ülke liderleri; 2030 yılına kadar dünyada yoksulluğun tüm boyutlarıyla ortadan kaldırılması, gezegenimizin korunması, eşitsizlik ve adaletsizlikle mücadele etmek hedefiyle insanlığın ortak refahının sağlanması için 17 amaç ve 169 hedeften oluşan Sürdürülebilir Kalkınma Amaçlarını kabul etmişlerdir.

UNESCO'nun aktif katılımıyla belirlenen söz konusu amaçlarla; evrensel, iddialı, sürdürülebilir kalkınma gündemi inşa edilerek “insanlar tarafından insanlar için” bir gündem oluşturulması hedeflenmiştir.

BM'nin çalıştığı SKA; Yoksulluğa Son, Açlığa Son, Sağlık ve Kaliteli Yaşam, Nitelikli Eğitim, Toplumsal Cinsiyet Eşitliği, Temiz Su ve Sanitasyon, Erişebilir ve Temiz Enerji, İnsana Yakışır İş ve Ekonomik Büyüme, Sanayi Yenilikçilik ve Altyapı, Eşitsizliklerin Azaltılması, Sürdürülebilir Şehirler ve Topluluklar, Sorumlu Üretim ve Tüketim, İklim Eylemi, Sudaki Yaşam, Karasal Yaşam, Barış Adalet ve Güçlü Kurumlar, Amaçlar için Ortaklıklar olmak üzere on yedi ana başlıktan oluşmaktadır (UNESCO).

SKA 1. Yoksulluğun tüm biçimlerini her yerde sona erdirmek: Yoksulluğun her biçiminin ortadan kaldırılması günümüzde insanlığın karşı karşıya olduğu en büyük sorun olmaya devam etmektedir. İklim değişikliği, çatışmalar ve gıda güvensizliğinin getirdiği yeni tehditler, insanları yoksulluktan kurtarmamız için çok daha fazla çalışmamız gerektiğine işaret etmektedir. Sürdürülebilir Kalkınma Amaçları, yoksulluğun her biçimi ve boyutunu ortadan kaldırma yönünde oldukça cesur bir taahhüttür. En korunmasız durumda olanların hedeflenmesi, temel kaynaklar ve hizmetlere erişimin artırılması ve çatışmalar ile iklim temelli afetlerden etkilenen toplumların desteklenmesini içermektedir.

SKA 2. Açlığı bitirmek, gıda güvenliğine ve iyi beslenmeye ulaşmak ve sürdürülebilir tarımı desteklemek: Aşırı açlık ve yetersiz beslenme, birçok ülkede

kalkınmanın önünde büyük bir engel olarak durmaktadır. 2014 yılı itibarıyla genellikle çevrenin bozulması, kuraklık ve biyoçeşitliliğin kaybının doğrudan sonucu olarak çok sayıda insanın sürekli biçimde yetersiz beslendiği tahmin ediliyor. Sürdürülebilir Kalkınma Amaçları, 2030 yılına kadar açlık ve yetersiz beslenmenin her biçimini sona erdirmeyi, başta çocuklar olmak üzere tüm insanların yıl boyunca yeterli besine sahip olmasını hedeflemektedir. Amaçlar, sürdürülebilir tarım uygulamalarının teşvik edilmesini kapsamaktadır. Sürdürülebilir Kalkınma Amaçları kapsamında konulan diğer hedeflerle birlikte, 2030 yılına kadar açlığı ortadan kaldırmak hedeflenmektedir.

SKA 3. Sağlıklı ve kaliteli yaşamı her yaşta güvence altına almak: Sürdürülebilir Kalkınma Amaçları; AIDS, verem, sıtma ve diğer bulaşıcı hastalık salgınlarını 2030 yılına kadar ortadan kaldırmaya yönelik cesur bir taahhüttür. Amaç, herkesin genel sağlık hizmeti, güvenli ve erişilebilir ilaç ve aşıya kavuşmasını sağlamaktır. Aşı araştırma ve geliştirmelerinin desteklenmesi, bu sürecin vazgeçilmez bir parçasıdır.

SKA 4. Kapsayıcı ve hakkaniyete dayanan nitelikli eğitimi sağlamak ve herkes için yaşam boyu öğrenim fırsatlarını teşvik etmek: 2000 yılından bu yana, herkes için ilköğretim hedefinin başarılması yönünde büyük ilerleme kaydedilmiştir. Kalkınmakta olan bölgelerde toplam okullaşma oranı 2015 yılında %95'e ulaşmış; dünya genelinde de okula gitmeyen çocuk oranı yarı yarıya azalmıştır. Ayrıca, okuryazarlık oranlarında da büyük artış olmuş; okula giden kız çocuklarının sayısı en yüksek düzeye çıkmıştır. Bunların tümü çok önemli başarılardır. Herkes için kapsayıcı ve nitelikli eğitimin başarılması, eğitimin sürdürülebilir kalkınma için en güçlü ve denenmiş araçlardan biri olduğuna dair inancı yeniden vurgulamaktadır. Bu hedef, 2030 yılına kadar tüm kız ve erkek çocuklarının ücretsiz ilköğretim ve ortaöğretimi tamamlamasını sağlayacaktır. Ayrıca, uygun maliyetli mesleki eğitime eşit erişim sağlamayı, cinsiyet ve varlık eşitsizliklerini ortadan kaldırmayı, nitelikli yükseköğretime herkesin erişmesini sağlamayı da hedeflemektedir.

SKA 5. Cinsiyet eşitliğini sağlamak ve tüm kadınlar ile kız çocuklarını güçlendirmek: Kadınlar ve kız çocuklarına karşı her türlü ayrımcılığın ortadan kaldırılması yalnız temel insan hakkı değildir, aynı zamanda sürdürülebilir kalkınmayı hızlandırmak için kritik önem taşır. Sürdürülebilir Kalkınma Hedefleri, bu başarıların üzerine inşa ederek, kadınlar ve kız çocuklarına karşı ayrımcılığı her yerde ortadan kaldırmayı hedeflemektedir.

SKA 6. Herkes için erişilebilir su ve atıksu hizmetlerini ve sürdürülebilir su yönetimini güvence altına almak: Su kıtlığı, dünya genelinde insanların %40'tan

fazlasını etkilemektedir; iklim değışikliği sonucunda küresel ısınma nedeniyle, zaten kaygı verici düzeyde olan bu oranın daha da yükseleceği tahmin edilmektedir. 1990 yılından bu yana 2,1 milyar insanın daha iyi su ve sıhhi koşullara erişmesi sağlanmış olmakla birlikte, güvenli içme suyu kaynaklarının azalması, tüm kıtaları etkileyen büyük bir sorundur. 2030 yılına kadar herkesin güvenli ve erişilebilir içme suyuna kavuşmasını sağlamak için, altyapıya yatırım yapmak, sıhhi tesisler inşa etmek ve her düzeyde hijyeni teşvik etmek gerekmektedir. Su kıtlığının hafifletilmesi için ormanlar, dağlar, sulak alanlar ve nehirler gibi suyla bağlantılı eko-sistemler korunmalı ve eski hâline getirilmelidir. Ayrıca, gelişmekte olan ülkelerde su verimliliğini teşvik etmek ve arıtma teknolojilerini desteklemek için uluslararası iş birliğine de ihtiyaç duyulmaktadır.

SKA 7. Herkes için karşılanabilir, güvenilir, sürdürülebilir ve modern enerjiye erişimi sağlamak: 2030 yılına kadar erişilebilir enerjiye herkesin kavuşmasını sağlamak için güneş, rüzgâr ve termal gibi temiz enerji kaynaklarına yatırım yapmak gerekmektedir. Gelişmekte olan ülkelerin tümünde temiz enerji sağlayacak altyapının genişletilmesi ve teknolojinin yükseltilmesi hem büyümeyi teşvik edebilecek hem de çevreye katkıda bulunabilecek kritik önem taşıyan bir hedeftir.

SKA 8. İstikrarlı, kapsayıcı ve sürdürülebilir ekonomik büyümeyi, tam ve üretken istihdamı ve herkes için insana yakışır işleri desteklemek: Sürdürülebilir Kalkınma Amaçları, sürdürülebilir ekonomik büyüme, daha yüksek verimlilik düzeyleri ve teknolojik yenilikleri teşvik etmektedir. Girişimcilik ve iş imkanlarının teşvik edilmesi bunun anahtarıdır; zorla çalıştırma, kölelik ve insan ticaretini ortadan kaldırmanın anahtarı da etkin önlemlerdir. Amaç, bu hedefler doğrultusunda 2030 yılına kadar tam ve üretken istihdam, tüm kadınlar ve erkekler için insana yakışır iş sağlamaktır.

SKA 9. Dayanıklı altyapılar tesis etmek, kapsayıcı ve sürdürülebilir sanayileşmeyi desteklemek ve yenilikçiliği güçlendirmek: Altyapı yatırımı ve yenilik, ekonomik büyüme ve kalkınmanın kritik itici güçleridir. Dünya nüfusunun yarıdan fazlası kentlerde yaşadığından, toplu taşımacılık ve yenilenebilir enerji her zamankinden daha çok önem kazanmıştır. Aynı şekilde, yeni endüstriler ve bilgi ve iletişim teknolojilerinin büyümesi de önemlidir.

Teknolojik ilerleme, yeni iş imkanları yaratma ve enerji verimliliğini artırma gibi ekonomik ve çevresel sorunlara kalıcı çözümler bulmanın anahtarıdır. Sürdürülebilir endüstrilerin desteklenmesi ve bilimsel araştırma ve yeniliğe yatırım yapılması, sürdürülebilir kalkınmayı mümkün kılan önemli yollardır.

Bilgi ve birikime eşit erişimi sağlamanın yanı sıra yenilik ve girişimciliği geliştirme açısından, dijital eşitsizliği gidermek kritik önem taşımaktadır.

SKA 10. Ülkelerin içinde ve arasındaki eşitsizlikleri azaltmak: Gelir eşitsizliği, küresel çözümler isteyen küresel bir sorundur. Çözüm, mali piyasalar ve kurumların düzenlenmesi ve izlenmesini iyileştirmeyi, kalkınma yardımları ve doğrudan yabancı yatırımları en çok ihtiyaç duyulan bölgelere yönlendirmeyi içerir. İnsanların güven içinde göç ve hareket etmesini sağlamak da büyüyen eşitsizliğin azaltılmasında önemlidir.

SKA 11. Şehirleri ve insan yerleşimlerini kapsayıcı, güvenli, dayanıklı ve sürdürülebilir kılmak: Aşırı yoksulluk genellikle kentsel alanlarda yoğunlaşmakta; ulusal ve yerel yönetimler, bu alanlarda artan nüfusu barındırmak için çaba vermektedir. Kentleri güvenli ve sürdürülebilir kılmak demek, güvenli ve erişilebilir konut sağlamak, gecekonduları dönüştürmek anlamına gelmektedir. Ayrıca, toplu taşımacılığa yatırım yapmak, kamusal yeşil alanlar yaratmak, kentsel planlama ve yönetimi hem katılımcı hem de kapsayıcı olacak şekilde iyileştirmek anlamını da taşımaktadır.

SKA 12. Sürdürülebilir üretim ve tüketim kalıplarını sağlamak: Ekonomik büyüme ve sürdürülebilir kalkınmayı başarmak için, malları ve kaynakları üretme ve tüketme biçimlerimizi değiştirmek suretiyle ekolojik ayak izimizi azaltmamız gerekmektedir.

Ortak doğal kaynaklarımızın verimli yönetimi ve zehirli atık ve kirleticileri bertaraf etme biçimimiz de bu amaca ulaşmada önemli hedeflerdir. Endüstriler, işletmeler ve tüketicileri geri dönüştürme ve atıkları azaltmaya teşvik etmek, gelişmekte olan ülkelerin 2030 yılına kadar daha sürdürülebilir tüketim örüntülerini benimsemeye teşvik etmekle eşit derecede önemlidir.

Dünya nüfusunun büyük bir kısmı hâlâ kendi temel ihtiyaçlarını karşılamaya yetmeyecek düzeyde düşük tüketime sahiptir. Daha verimli üretim ve tedarik zincirlerinin yaratılmasında, satıcı ve tüketici düzeyinde küresel kişi başına gıda atığının yarı yarıya azaltılması da çok önemlidir. Bunun yapılması, gıda güvenliğini artırabilir ve kaynakları daha verimli kullanan ekonomiye doğru geçişi sağlayabilir.

SKA 13. İklim değişikliği ve etkileri ile mücadele için acilen eyleme geçmek: Dünya üzerinde iklim değişikliğinin ağır etkilerini bizzat yaşamayan tek ülke yoktur. Sera gazı emisyonları artmaya devam etmektedir. Batı Balkanlardaki sel felaketi binlerce evi yıkmış ve insanları yerinden etmiştir. Küçülen buzullar ve Orta Asya'da azalan su kaynakları, sulama ve hidroelektrik üretimini ciddi biçimde etkileyebilir. Dünyanın çeşitli yerlerinde deniz seviyelerinin yükselme-

siyle kasırga, şiddetli fırtına ve su baskınları yaşanmıştır. Yaşanan ağır kuraklıklar büyük zirai kayba neden olmaktadır. Küresel ısınma, insanların hayatını ciddi ölçüde etkilemektedir.

Belirlenen amaç; iklim değişikliğini azaltma, uyum sağlama, doğal afetlerden doğabilecek etkilere karşı hazırlıklı olma ve erken uyarı konusunda planlamaların yapılması, gıda üretimini tehdit etmeyen düşük sera gazı emisyonu geliştirme, topluma farkındalık kazandırma ve karbon ayak izini düşürme gibi birçok alt hedef barındırmaktadır.

SKA 14. Sürdürülebilir kalkınma için okyanusları, denizleri ve deniz kaynaklarını korumak ve sürdürülebilir kullanmak: Sahip oldukları sıcaklık, kimya, akıntılar ve yaşam nedeniyle dünyadaki okyanuslar, Yerküre’yi insanlar için yaşanabilir kılan küresel sistemleri yaşatır. Bu yaşamsal kaynağı yönetme biçimimiz, bir bütün olarak insanlık için ve aynı zamanda iklim değişikliği etkilerini dengelemek için vazgeçilmez önem taşır.

Üç milyarı aşkın insan, geçimlerini sağlamak için deniz ve kıyılardaki biyoçeşitliliğe bağımlıdır. Ancak günümüzde dünyadaki balık stokları aşırı kullanıldığı için sürdürülebilir ürün vereceği düzeyin altına inmiş durumdadır.

Büyük kısmı karada yerleşik kaynaklardan gelen deniz kirliliği ise kaygı verici düzeylere ulaşmıştır.

Sürdürülebilir Kalkınma Hedefleri; deniz ve kıyı ekosistemlerini sürdürülebilir biçimde yönetmeyi, kirlenmeden korumayı ve ayrıca okyanus asitlenmesinin etkilerini ele almayı hedeflemektedir.

SKA 15: Karasal ekosistemleri korumak, iyileştirmek ve sürdürülebilir kullanımını desteklemek, sürdürülebilir orman yönetimini sağlamak, çölleşme ile mücadele etmek, arazi bozunumunu durdurmak ve tersine çevirmek, biyolojik çeşitlilik kaybını engellemek: İnsan yaşamı gıda ve geçim kaynakları bakımından okyanuslara olduğu kadar karaya da bağımlıdır. Bitkiler, insanların besin kaynaklarının %80’ini sağlar, önemli bir ekonomik kaynak ve kalkınma vasıtası olarak tarıma dayanırız. Ormanlar, Yerküre’nin yüzeyinin %30’nu kaplıyor; milyonlarca tür için hayati önem taşıyan yaşam alanları ve önemli temiz hava ve su kaynakları sağlamakta ve aynı zamanda iklim değişikliği ile mücadele açısından kritik önem taşımaktadır.

Günümüzde, bugüne kadar eşine benzerine rastlanmamış ölçekte toprak bozulmasına tanık olmaktayız. Kuraklık ve çölleşme de her yıl artmakta ve yoksul toplumları etkilemektedir. Bilinen 8.300 hayvan ırkının %8’inin soyu tükenmiş, %22’si ise soyunun tükenmesi tehlikesiyle karşı karşıyadır.

Sürdürülebilir Kalkınma Hedefleri, 2020 yılına kadar ormanlar, sulak alanlar, kurak alanlar ve dağlar gibi karasal ekosistemleri korumayı ve eski hâline getirmeyi hedeflemektedir. Ormansızlaşmanın durdurulması da iklim değişikliğinin etkilerinin azaltılması açısından hayati önem taşımaktadır. Ortak mirasımızın bir parçası olan doğal yaşam alanları ve biyoçeşitliliğin kaybını azaltmak için hemen eyleme geçilmelidir.

SKA 16. Sürdürülebilir kalkınma için barışçıl ve kapsayıcı toplumlar tesis etmek, herkes için adalete erişimi sağlamak ve her düzeyde etkili, hesap verebilir ve kapsayıcı kurumlar oluşturmak: Barış, istikrar, insan hakları ve hukukun üstünlüğüne dayalı etkin yönetim olmadan, sürdürülebilir kalkınma olmasını bekleyemeyiz. Gittikçe artan ölçüde bölünmüş bir dünyada yaşıyoruz. Bazı bölgelerde barış, güvenlik ve refah sürekliyken diğer bazı bölgelerde ise bitmek bilmeyen çatışma ve şiddet sarmalı bulunmaktadır. Ancak bu, hiçbir şekilde kaçınılmaz sonuç değildir ve mutlaka çözümlenmelidir.

Yüksek şiddette silahlı çatışma ve güvensizlik, ülkelerin kalkınması üzerinde yıkıcı etkiye sahiptir; ekonomik büyümeyi etkilemekte ve çoğunlukla nesiller boyu sürebilen haksızlıklar yaratmaktadır. Çatışmanın olduğu veya hukukun üstünlüğünün olmadığı yerlerde şiddet, suç, istismar ve işkence de yaygındır ve ülkeler, en çok risk altında olanları korumak için önlem almak zorundadır.

Sürdürülebilir Kalkınma Hedefleri, şiddetin her biçimini önemli ölçüde azaltmayı, çatışma ve güvensizliğe kalıcı çözümler bulmak için hükümetler ve toplumlar ile çalışmayı hedeflemektedir. Hukukun üstünlüğünün güçlendirilmesi, bu sürecin anahtarıdır.

SKA 17. Uygulama araçlarını güçlendirmek ve sürdürülebilir kalkınma için küresel ortaklığı canlandırmak: Sürdürülebilir Kalkınma Hedefleri ancak küresel ortaklık ve iş birliği için güçlü taahhüt ile gerçekleştirilebilir.

Dünyamız günümüzde, tüm zamanlardan daha fazla birbiriyle bağlantılı hâle gelmiştir. Teknoloji ve bilgi birikimine erişimin artırılması, fikirleri paylaşma ve yeniliği desteklemede önemli bir yöntemdir. Gelişmekte olan ülkelerin borçlarını yönetmelerine yardım edecek politikaların koordine edilmesi ve en az gelişmiş ülkelere yatırımların teşvik edilmesi, sürdürülebilir büyüme ve kalkınmanın başarılmasında hayati önem taşımaktadır.

Uluslararası ticaretin geliştirilmesi ve gelişmekte olan ülkelerin ihracatını arttırmalarına destek verilmesi, adil ve açık, herkesin yararına olan, evrensel kurallara dayalı ve hakkaniyetli bir ticaret sistemini oluşturmanın unsurlarıdır.

Sürdürülebilir kalkınmanın başarılı olabilmesi için kavramın ekonomik, sosyal ve çevresel boyutu üzerinde durulmakta ve eş zamanlı olarak iş birliğinin sağlanması gerekmektedir. Kavramın çevresel boyutu, biyolojik ve fiziksel sistemlerin dengeli olmasını öngörmekte, ekosistemin değişen koşullara uyum sağlamasını savunmaktadır. Dolayısıyla kalkınma ve çevrenin ayrılmazlığı, sürdürülebilir kalkınmanın ise günümüz ve geleceğin kalkınma modeli olduğu artık kabul edilmektedir (Tıraş, 2012).

Sürdürülebilir kalkınma için küresel amaçlar ne kadar çok kişiye ulaşırsa, iklim değişikliğine karşı koyan, biyolojik çeşitliliğe yönelik tehditlerin farkında olan, sürdürülebilir tüketim ve üretimin yapıldığı, daha adil bir düzende ve eşit haklara sahip insanların yaşadığı sağlıklı bir dünyayı geleceğe taşımak da o kadar mümkün olacaktır. Bu doğrultuda belirlenen bu amaçların daha geniş kitlelere ulaştırılması oldukça önemlidir. Bunun da ancak etkili bir eğitimle mümkün olacağı düşünülmektedir. Zira eğitim, bireylere yaşamlarının her alanında duyarlılık ve farkındalık kazandırma konusunda yararlanılan en temel araçtır. Nitekim, küresel sorunların farkında olan, gelişmeleri okuyabilen, doğa için çalışan yenilikçi, yaratıcı ve eleştirel düşünce becerisine sahip, yerel ve küresel vatandaşlık sorumluluğunu yerine getirebilecek bilgi ve beceriyle donatılmış bireylerin yetiştirilmesi ancak etkili bir eğitimle mümkün olacaktır (Bulut ve Çakmak, 2018). Bu anlamda kişiliğin temellerinin atıldığı çocukluk döneminde sürdürülebilir kalkınma hedeflerine yer verilmesi bireylerin bu hedeflere daha kolay ve sağlam adımlarla ulaşabilmesine katkıda bulunacaktır. Yine sürdürülebilir kalkınma hedeflerine yönelik tutum ve davranışların çocukluk döneminde kazandırılması, bireylerin yetişkinlik dönemlerinde de bu hedeflere ulaşma konusunda olumlu ve istendik tutum sergilemelerini sağlayacaktır.

Dünyanın sınırları, gelecek nesilleri de kapsayan sürdürülebilir bir yaşam düşüncesi giderek önem kazanmıştır. 1970'lerden beri Dünya'da ve Türkiye'de sürdürülebilirlik ve çevre eğitimi konusunda çalışmalar yapılmaktadır. Ancak bu konu uluslararası iş birliği ve hükümetler düzeyinde yürütülmeye çalışılsa da toplumda ortak bir kültüre dönüşmesi gerekmektedir. Dünyanın artan nüfusu ve tüketim gücü düşünüldüğünde insanoğlunun bireysel olarak konuya duyarlı bir yaklaşımda bulunması ve yaşam şeklini bu temeller üzerine oturtması gerekmektedir. Bu bağlamda çocukları da yaşadığımız çevreden ve toplumdan kopuk kabul edemeyiz (Kuşçuoğlu, 2022). Bu bilincin çocuklara kazandırılması noktasında çocuk edebiyatı yapıtlarının büyük bir rolü bulunmaktadır.

Edebiyat (yazın), duygu, düşünce, hayal ve izlenimlerin sözlü veya yazılı olarak güzel ve etkili bir biçimde anlatılması sanatıdır. Edebiyat, sözcüklerle yapılan bir güzel sanattır, dil sanatıdır. Bu bakımdan edebiyat, bütün güzel sanatlar gibi

insanlık düşüncesine öncülük eder (Kavcar, 1999:123). Sever (2010:11)’ e göre, edebiyat bize, sanatçı duyarlılığı ile kurgulanmış bir yaşam sunar. Yaşamımıza yeni anlamlar katar. İnsan ve yaşam gerçekliğini sanatçı duyarlılığı ile kavramamıza, bu gerçekliğe sanatçının penceresinden bakmamamıza olanak sağlar. Bu bağlamda her yeni pencere, yaşama ve insanlara ilişkin deneyimlerimizi zenginleştirir; onlara derinlik katar. Dilin en yetkin kullanım örnekleriyle bizi başkalarının deneyimlerine ortak eder.

Edebiyat değişik insanlık durumlarını, serüvenlerini yansıtarak insan doğasını tanıtır, bu yolla yaşantımızı zenginleştirir, güzelin tadına ve farkına varma gücünü geliştirir. Edebiyat eserleri ise insanın iç dünyasını yumuşatır. İnsan, yurt, yaşama, doğa ve daha nice sevgilerle yumuşatır. İyilik, dostluk, hoşgörü, bağışlama, dayanışma, çalışkanlık, dürüstlük... gibi insana özgü temel duyguları geliştirip pekiştirir (Kavcar, 1999:6).

Bu bağlam çerçevesinde, çocuk edebiyatının amacı da bu doğrultuda şekillenir. Çocuk edebiyatı, çocuğun dilsel, bilişsel ve duyuşsal gelişimine katkıda bulunan, insanın iç dünyasına hitap eden, düşünen ve duyarlı bireyler yetiştirmeyi amaçlayan, çocukları sorgulamaya ve düşündürmeye yönelten sanatsal niteliğe sahip, görsel ve dilsel metinler olarak tanımlanabilir.

TDK (2023) çocuk edebiyatını, “Çocukların hayatı kavramasına yardımcı olacak, hayal gücünü geliştirici, okuma sevgisini aşıl原因an, eğitici bir edebiyat türü, çocuk yazını” olarak tanımlamıştır.

Çocuk edebiyatı, erken çocukluk döneminden başlayan ve ergenlik dönemini de kapsayan bir yaşam evresinde, çocukların dil gelişimi ve anlama düzeylerine uygun olarak duygu ve düşünce dünyalarını sanatsal niteliği olan dilsel ve görsel iletilerle zenginleştiren, beğeni düzeylerini yükselten ürünlerin genel adıdır (Sever, 2010:17). Oğuzkan (2010:3) ise “çocuk edebiyatı” deyiminin, çocukluk çağında bulunan kişilerin hayal, duygu ve düşüncelerine yönelik sözlü ve yazılı bütün eserleri kapsadığını belirtmiştir. Şirin ise çocuk edebiyatı kavramını “Çocukların büyüme ve gelişmelerine, hayâl, duygu düşünce ve duyarlılıklarına, zevklerine eğitilirken eğlenmelerine katkıda bulunmak amacı ile gerçekleştirilen çocuksu bir edebiyattır.” şeklinde tanımlar (Şirin, 2000).

Sever (2010:198)’ e göre, çocuk edebiyatı ürünleri; sorgulayan, tartışan, bilime ve sanata saygı duyan, duygu ve düşünce boyutlarıyla dengeli, okuma kültürü edinmiş duyarlı bireylerin yetiştirilmesi sürecinde etkili birer uyaran olmalıdır (Sever, 2010). Bu bağlamda, çocukların bilişsel, duyuşsal, kişilik ve dilsel

gelişimlerinde karşılaştıkları çocuk edebiyatı yapıtlarının görsel ve dilsel nitelikleri önemli bir paya sahiptir. Çocukların ilk karşılaştıkları kitaplar olması nedeniyle, çocuk edebiyatı yapıtlarının üzerinde önemle durulması gereklidir.

Çocuk edebiyatını, yetişkin edebiyatından ayıran en önemli sınır, hedef kitle-sinin özellikleridir. Başka bir deyişle çocuğun anlama koşulları, dil düzeyi, eğitim gereksinimi, dünya ile olan ilişkisi çocuk edebiyatının belirleyici etkenleridir (Dilidüzgün, 2004:40).

Çocuklar duygu, düşünce ve hayal dünyalarını dinledikleri metinler, gördükleri çizgiler ve görseller aracılığıyla inşa ederler. Bu çerçevede, karşılaştıkları nitelikli çocuk edebiyatı ürünleri çocukların çevresini tanımalarına, anlamlandırmasına, yorum yapabilmesine, anlama ve anlatma becerilerinin gelişimine olanak sağlamaktadır.

Aslan (2010:129)’a göre dil ve edebiyat öğretimi ortamlarında çocuklarla buluşturulacak metinler öğrencilerin düşünce üretmelerine olanak verecek, onları düşünmeye yöneltecek nitelikte olmalıdır. Çocuk düşünme becerilerinin önündeki engelleri barındıran metinlerle değil, duyma ve düşünme sorumluluğunu ona bırakan, onun yorumlamasına, kestirimde bulunmasına, değerlendirme ve yorumlar yapmasına ve yaşamla ilişki kurmasına olanak sağlayacak yazınsal metinlerle buluşturulmalıdır.

Çocukların bilişsel, duyuşsal, kişilik ve dilsel gelişimlerini tamamlama süreçleri onların dünyalarına giren nitelikli görsel ve dilsel metinler ile doğru orantılıdır. Bu noktada ailelerin, yakın çevrede yer alan kişilerin bilinçli olması ve bu dönem çocuklarını nitelikli çocuk edebiyatı ürünleri ile buluşturması gerekmektedir. Oğuzkan (2010:4)’a göre, çocukların zihinsel ve duyuşsal gelişmelerinden sorumlu olan kişilerin, çocuklara rehberlik ederken daha dikkatli olmaları gerekmektedir (Oğuzkan, 2001).

Çocuğun yaş ve gelişim düzeyine uygun yazınsal nitelikli çocuk kitapları, özellikle erken çocukluk döneminde çocukların bilişsel, duyuşsal, kişilik ve toplumsal gelişimi açısından önemli bir yere sahiptir. Kitaplardaki karakterlerin yorumları, değerlendirmeleri, açıklamaları, eleştirel bakışları çocuklara model oluşturarak onların düşünce becerilerinin gelişmesine de katkıda bulunur (Aslan, 2013).

Çocuk edebiyatı çocuğu yetişkin edebiyatına ve yetişkin dünyasına hazır hâle getiren yazınsal ürünlerdir. “... çocuk edebiyatı, bir geçiş edebiyatı olduğu için

çocukları bir yandan yazınsal düzlemde yetişkin edebiyatına hazırlarken öte yandan toplumsal anlamda da yetişkin dünyasına hazırlamaya yardımcı olur” (Kuşcu, 2014, s. 122).

Çocuklar, çeşitli yazınsal türleri okumaya ve yazınsal bir deneyim kazanmaya açtırlar. Çocukların, yazınsal metinlerle elde ettikleri insanı ve yaşamı tanımaya yönelik deneyimlerinin giderek çeşitlenmesi gerekir. Bunun için de yazınsal türlerin en özgün ürünlerine gereksinim vardır (Sever, 2010).

Çocuklara yönelik çevresel farkındalık yaratacak, çevre eğitime destek olacak materyallere ihtiyaç duyulmaktadır. Çocukların; çevre, doğal kaynaklar, ekosistemlerin işleyiş biçimleri ya da sürdürülebilir yaşam alanlarının önemini anlayabilmesi için onların gelişim özelliklerine uygun bir şekilde bilgiyi sunmak gerekmektedir. Çocukların herhangi bir konuda duyarlılık kazanmaları için sadece ailede ya da okulda verilen bilgi yeterli olmayabilir. Çevreye karşı duyarlılık kazandırabilmek için öncelikle çocukların çevreyi ve doğayı tanıması ve doğadaki olayları belli ölçülerde deneyimlemesi gerekmektedir. Buna ek olarak duyarlılık kazanmaları için sanatsal uyaranlara ihtiyaç vardır (Kuşçuoğlu, 2022). Bu doğrultuda çocukların çevreye karşı duyarlı bir birey olmaları yolunda sanatsal bir uyaran olan çocuk edebiyatı yapıtlarının önem arz ettiği düşünülmektedir.

Sürdürülebilir Kalkınma Amaçları, çocuk edebiyatı yapıtları çerçevesinde incelendiğinde alan yazında ülkemizde yeterli bir çalışma olmadığı görülmektedir. Dünyada ilgili konuya ilişkin farklı çalışmalar yapılmakla birlikte ülkemizde bu konuda yeterli akademik çalışmanın bulunmaması alanda boşluk yaratmaktadır. Ülkemizde ilgili konuya yönelik sağlık, ekonomi gibi farklı alanlarda çalışmalar yapılmış olsa da eğitim ve çocuk edebiyatı alanında konunun yeterli olarak ele alınmadığı gözlenmiştir. Bu nedenle çocuk edebiyatı yapıtlarının bu bağlamda incelenmesinin alana katkı sağlayacağı düşünülmektedir. Dolayısıyla çocukların bulunduğu edebi yapıtların Sürdürülebilir Kalkınma Amaçları çerçevesinde incelenmesi; Birleşmiş Milletler üyesi ülkeler tarafından ulaşılması amaçlanan evrensel eyleme katkı sunacak, daha yaşanabilir bir dünya yaratmak için bilinçli, üreten bireylerin yetişmesine olanak sağlayacak ve ortak hedefler için çocuk edebiyatı alanında sağlam temeller atılmasının yolunu açacaktır. Yazar sayısına bağlı olarak yukarıda verilen düzende tüm bilgiler eklenmelidir. Yazar(lar)ın email, telefon ya da posta adresinin yazımına gerek bulunmamaktadır.

KAYNAKLAR

- Aslan, C. (2010). “Düşünme Becerilerini Geliştirici Dil ve Edebiyat Öğretimi Ortamları- Bir Eğitim Durumu Örneği-”Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, (13)24,127-152.
- Aslan, C. (2013). Çocuk edebiyatı yapıtlarının temel işlevleri. Eğitimci Öğretmen Dergisi, ISSN: 2146-202X, 17, 6-9.
- Balcı, A. (2001). Sosyal bilimlerde araştırma yöntem, teknik ve ilkeler. Ankara: Pegem A Yayıncılık.
- Baltacı, A. (2019). Nitel araştırma süreci: Nitel bir araştırma nasıl yapılır?. Ahi Evran Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 5(2), 368-388.
- Bayazıt, Z. Z. (2019). Dil ve Anlatım Derslerinde Karşılaşılan Sorunlar ve Bu Sorunlara Yönelik Çözüm Önerileri. *International Journal of Language Academy*, (7)3: 42-53.
- Bayazıt, Z. Z. (2019). Yabancı Dil Olarak Türkçe Öğrenen Bireylerin Yaptıkları Sözdizimi Hatalarının İncelenmesi. *Ana Dili Eğitimi Dergisi*, 7 (1) , 130-140 .
- Bulut, B. ve Çakmak, Z. (2018). Sürdürülebilir kalkınma eğitimi ve öğretim programlarına yansımaları. *Uluslararası Türkçe Edebiyat Kültür Eğitim Dergisi*, 7(4), 2680-2697.
- Dilidüzgün, S. (2004). İletişim odaklı Türkçe derslerinde çocuk kitapları. İstanbul: Morpa Yayıncılık.
- Dilidüzgün, S. (2008). Ana Çizgileriyle Çocuk ve Çocuk Edebiyatı. (s. 37-54). Z. Güneş (Ed.). Okulöncesinde Çocuk Edebiyatı. (6.Baskı). Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayını.
- Karasar, N. (2002). Bilimsel araştırma yöntemi: Kavramlar-ilkeler teknikler. Ankara: Nobel Yayınları.
- Karasar, N. (2011). Araştırmalarda Rapor Hazırlama. Ankara: Nobel Akademik Yayıncılık.
- Kavcar, C. (1999). Edebiyat ve Eğitim, Genişletilmiş 3. Baskı, *Engin Yayınevi, Ankara*.
- Kuşçu, N. K. (2014). Büyülü gerçekçilik ve çocuk edebiyatı: “Garajdaki Giz” örneği. *HAYEF Journal of Education*, 11(1), 119-127.
- Kuşçuoğlu, A. (2022). *6 Yaş ve Üzeri Çocuk Kitapları için Sürdürülebilirlik Kavramı Çerçevesinde Bir Örnek Uygulama. (Yüksek lisans tezi).* (<https://tez.yok.gov.tr/UlusalTezMerkezi> adresinden indirilmiştir.)
- Oğuzkan, A. F. (2001). Çocuk Edebiyatı, Anı Yayıncılık, Ankara.
- Sever, S. (2010). Çocuk ve edebiyat (5. bs.). *İzmir: Tudem*.

- Sonkaya, S., Yiğiter, S. & Sonkaya, Z.Z. (2021). Dil öğretimi açısından okul öncesi ders kitapları üzerine karşılaştırmalı bir çalışma: Türkiye-ABD örneği. *Journal of Social and Humanities Sciences Research*, 8(77), 2928-2935.
- Şirin, M. R. (2000). 99 Soruda Çocuk Edebiyatı. İstanbul: Çocuk Vakfı Yayınları.
- Tavşancıl, E. ve Aslan, E. (2001). İçerik analizi ve uygulama örnekleri. İstanbul: Epsilon Yayıncılık.
- TIRAŞ, H. H. (2012). Sürdürülebilir Kalkınma ve Çevre: Teorik Bir İnceleme. *Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 2(2): 57-73.
- Türk Dil Kurumu (2011). Türkçe sözlük. Ankara: Türk Dil Kurumu Yayınları.
- [Çevrimiçi]: <https://www.globalcompactturkiye.org/surdurulebilir-kalkinma-amaclari/> adresinden 24.04.2023 tarihinde yararlanılmıştır.
- [Çevrimiçi]: <https://www.kureselamaclar.org/> adresinden 21.03.2023 tarihinde yararlanılmıştır.
- [Çevrimiçi]: <https://www.unesco.org.tr/Pages/108/219/S%C3%BCrd%C3%BCr%C3%BClebilir-Kalk%C4%B1ma-2030-Hedefleri-%C4%B0htisas-Komitesi> adresinden 21.03.2023 tarihinde yararlanılmıştır.
- [Çevrimiçi]: <http://www.surdurulebilirkalkinma.gov.tr/> adresinden 24.04.2023 tarihinde yararlanılmıştır.
- [Çevrimiçi]: <https://avesis.metu.edu.tr/sustainability> adresinden 21.03.2023 tarihinde yararlanılmıştır.
- [Çevrimiçi]: <https://turkiye.un.org/tr/sdgs> adresinden 21.03.2023 tarihinde yararlanılmıştır.
- [Çevrimiçi]: <https://sozluk.gov.tr/> adresinden 21.03.2023 tarihinde yararlanılmıştır.



BÖLÜM 39

Türkiye Kıyı Bölgeleri "Mavi Yolculuk" Turizm İşletmeciliği Potansiyelinin Uluslararası Rekabet Stratejisi Ve Markalaşma Süreci (Muğla İli Örneği)

Mehmet Ali Akkaya¹

¹ Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi, Fethiye İşletme Fakültesi, İşletme Bölümü, ORCID:0000-0002-7754-671X

“Denizciliği Türk’ün büyük ülküsü olarak düşünmeli ve onu az zamanda başarmalıyız.”

Mustafa Kemal Atatürk

GİRİŞ

Türkiye 8 bin 272 kilometre kıyı şeridine sahip bir deniz ülkesidir. Ülkemiz, üç tarafının denizlerle kaplı olması nedeniyle deniz turizmi açısından ön plana çıkmaktadır. Aynı zamanda coğrafi konumu, iklimi, doğal kaynakları, sosyal ve kültürel mirasları bakımından turizm sektöründe diğer Akdeniz kıyısı ülkelerle kıyaslandığında küçümsenemeyecek bir potansiyele sahiptir. Ülkemizde turizmin önemli bir parçasını deniz turizmi oluşturmaktadır. Deniz turizmi içerisinde ise “mavi yolculuk” faaliyetleri geniş bir yer tutmaktadır. Mavi yolculuk, deniz turizminin lokomotif ürünüdür. Deniz turizm potansiyeline sahip bölgelerde mavi yolculuk faaliyetlerinin son yıllarda oldukça artmakta olduğu görülmektedir. Bu tatil anlayışı gerek yurtiçi gerekse yurtdışında ciddi bir kitleye hitap etmeye başlamıştır. Mürettebatlı ve mürettebatsız tekne kiralamaya günümüzde yerli ve yabancı talep oldukça fazladır. Ulusal ölçekte mavi yolculuk yapılan yerler sıralamasında Ege Kıyıları ilk sıralarda yer almaktadır. Araştırmada ulusal ölçekte mavi yolculuk turizm işletmeciliğinin; mevcut durumu, Akdeniz kıyısı devletler ile olan uluslararası rekabet stratejisi ve markalaşma sürecinin gerekliliği ve önemi irdelenecektir.

Anahtar Kelimeler: Deniz Turizmi, Mavi Yolculuk, Turizm İşletmeciliği, Markalaşma, Marka Yönetimi

ÇALIŞMANIN AMACI

Ülkemizdeki turizm sektörünün en temel parçalarından biri olan mavi yolculuk önemli bir gelir kaynağıdır. Bu çalışmanın en temel amacı bu iş kolunun sürdürülebilirliğinin sağlanması için neler yapılması gerektiğini belirlemektir. Ayrıca uluslararası alanda bölgenin rekabet gücünü arttırmak konusunda stratejiler belirlemeye yardımcı olmak ve bu sektördeki işletmelerin sorumluluklarını ortaya çıkarmak amaçlanmıştır. Ülkemizi uluslararası alanda bir marka yapan “mavi yolculuk” sektörü ekonomik, siyasal ve sosyal anlamda da çok önemli bir yere sahiptir. Bu nedenle sürdürülebilir mavi yolculuk turizmi için işletmelere, tüketicilere ve devlete düşen görev ve sorumluluklar açısından farkındalığın artırılması gerekmektedir. Bu çalışma ile sektörde yaşanan sorunlara farklı çözüm alternatifleri sunmaya çalışılmıştır.

Kavram ve Tanımlar

Deniz Turizmi: Denizde deniz araçları ile yapılan, turizm amaçlı meslek faaliyetleri ve onu doğrudan destekleyen diğer meslek faaliyetleri deniz turizmi olarak tanımlanmaktadır (Anonymus, 2018).

Deniz Turizmi İşletmeleri: Türk ya da yabancı uyruklu gerçek ya da tüzel kişilerce, birlikte ya da ayrı ayrı gerçekleştirilen deniz turizmi tesisleri ile deniz turizmi araçlarını işleten ticari işletmeler şeklinde tanımlanmaktadır.²

Deniz Turizm Bileşenleri: Deniz turizmini, insanların sürekli yaşadıkları yerlerden deniz odaklı (içinde, altında, üstünde, kıyısında) rekreasyonel aktivitelere katılmak veya deniz alanlarında tatillerini geçirmek üzere yaptıkları seyahatlerden doğan ilişkiler bütünü şeklinde tanımlamak olanaklıdır. UNWTO'nun raporlarına göre turizm faaliyetlerine katılan her iki kişiden biri seyahatini deniz veya deniz kıyısında bulunan alanlara yapmaktadır. Bu durum, deniz turizmini, oldukça çeşitli tesis ve aktiviteden oluşan bir bileşen olarak karşımıza çıkarmaktadır (Çakmak ve Dinçer, 2016: 18). Avrupa Komisyonu'na göre deniz turizmi, haftalık tatil dönemlerinde yelken, su sporları ve seyir gibi çoğunlukla Akdeniz ve Baltık Bölgelerini kapsayan su bazlı faaliyetlerdir.

MAVİ YOLCULUK DENİZ TURİZMİ ÖZELİNDE TÜRKİYE'NİN BÖLGESEL KONUMU

Mavi Yolculuğun Ortaya Çıkışı

Mavi yolculuk 70 yıl kadar önce Halikarnas Balıkçısı³ ve arkadaşlarının küçük balıkçı teknelerine binerek denize açılması ile başladı. Çağın teknolojik imkanları ile gelişerek, ülkemiz deniz turizminin temel taşlarından biri olmuştur (Kurtluoğlu, 2016, s. 3). İlk yolculuk 1945'de yapılır. Bu yolculukta edebiyata biraz meraklı olan herkesin tanıyacağı dönemin en ünlü yazarları, sanatçıları vardır. Sabahattin Eyüboğlu, Bedri Rahmi Eyüboğlu, Erol Güney, Sabahattin Ali, Necati Cumalı, Fuat Ömer Keskinoğlu ve tabi Balıkçı ile Bodrumlu balıkçı dostu Paluko.1945'ten sonra nedeni belirsiz bir ara verilir ve asıl Mavi yolculuklar 57-58'den itibaren tekrar başlar, geometrik olarak katlanarak artar ve büyür. 1957'de hemen ikinci yolculukta Mavi yolculuk bayrağını balıkçıdan Eyüboğulları ile birlikte devralacak Azra Erhat vardır (Tezcan, 2016, s.5).

² Deniz turizm işletmeleri için detaylı bakınız: www.yigm.kulturturizm.gov.tr (Erişim Tarihi: 02.11.2024)

³ Halikarnas Balıkçısı adıyla tanınan Cevat Şakir Kabaağaçlı Bodrum'a olan aşkı ile tanınan ünlü roman ve hikâye yazardır.

Türkiye Deniz Turizm Potansiyeli ve Coğrafi Konumu

Ülkemiz, üç tarafı denizlerle çevrili bir yarımadadır. Ülkemizin coğrafi konumu ve yarımada olması denizcilik sektöründe avantajlı bir konum sağlamaktadır. Kruvaziyer turizm, deniz taşımacılığı, mavi yolculuk, balıkçılık, günümüzde çok yapılamasa da eski zamanlarda yapılan süngercilik gibi sektörler ülkemizde faaliyet göstermektedir. Denizci ülke olmamız diğer sektörlerin gelişimi için de oldukça önemlidir. İthalat ve ihracat tarafında deniz yolu kullanılması ülkemiz işletmelerine daha az maliyet oluştururken dünya ülkeleri ile olan ilişkimizi de güçlendirmektedir. Ülkemizin ekonomisine en çok katkı sağlayan turizm sektörünün büyük bir bölümü deniz turizminden oluşmaktadır.

Akdeniz, Ege, Karadeniz ve Marmara denizleri ile çevrelenmiş olan Türkiye, 8333 km sahil şeridi uzunluğu ve yat turizm sektörü açısından önemli olan yat limanlarına uygun kıyılarıyla, korunaklı koy, körfez ve plaj seçenekleri bakımından yeterli potansiyele sahiptir (Olgaç, 2001: 4). Bu potansiyel doğru kullanıldığı takdirde deniz turizmi alanında gelişmemizi sürdürebiliriz.

Üç tarafı denizlerle çevrili bir ülke olmamız büyük bir avantaj olsa da bu bize sınırsız olanaklar sunmaz. Örneğin Karadeniz’de mavi yolculuk turizmi yapılması mümkün değildir. Çünkü kıyı şeridinin düz olması, deniz suyu sıcaklığı, sert kuzey rüzgârları bu sektör için uygun bir bölge yapmamaktadır. Marmara Bölgesinde ise kirlilik ve sezonun kısılgı faktörleri vardır. Akdeniz Bölgesinde yapılabiliyor olsa da tamamı uygundur diyemeyiz. Özellikle Akdeniz’in orta ve doğu bölgelerinde çok az sayıda koy olması ve buna benzer koşullar binlerce kilometrelik alanı deniz turizminde ve özellikle mavi yolculuk turizminde tercih sebebi olmaktan çıkarmıştır.

İklim koşulları, mevsim rüzgârları, coğrafi konum ve koylardaki fiziksel yapı gibi özellikler göz önüne alındığında, Yatçılık için en uygun alan Çanakkale Boğazı çıkışındaki Baba Burnu ile Antalya Phaselis’ten sonraki kıyı şerididir.⁴ Bu bölgede mavi yolculuk turizmine uygun toplam 239 adet koy bulunmaktadır (Yılmaz, 2016: 8-9).

Mavi yolculuğun yapılabilmesi için gereken kriterler doğal bakir koyların olması, ılıman iklim, temiz denizler ve şehirlerin kültürel, tarihi ve sosyal açıdan çekici yapacak özelliklerinin olması şeklinde sıralayabiliriz. Birçok Avrupalı yatçının Tuna nehri üzerinden Akdeniz’e inmesine rağmen, Karadeniz de yatçılığın

⁴ Phaselis’ten sonraki kıyı, mavi yolculuk için elverişli koylar olmaması, rüzgâra açık ve korunaklı olmaması sebebiyle yatçılık için uygun değildir.

gelişmemiş olmasının nedeni iklimin elverişli olmamasıyla birlikte dağların kıyı-lara paralel olması sebebiyle korunaklı koylara sahip olmaması gibi önemli bir coğrafi faktörden kaynaklanmaktadır. Marinaların tercih edilmesini ilgili bölgede ilgi çekecek korunaklı bakir koyların olması önemli derecede etkilemektedir. Coğrafi ürün farklılaştırılırken mavi yolculuk turizmi işletmelerinin müşteri taleplerini doldukça önemlidir. Ancak müşterilerin her talebini yerine getirmek arzusuyla hareket etmek bu sektörde her zaman için doğru bir yaklaşım olmayabilir. Örneğin; müşterilerin yeni yerler görme isteğiyle farklı bölgelere tur talep etmesi durumunda talep edilen bölgenin özelliklerinin bu turu gerçekleştirmeye izin verip veremeyeceği değerlendirilmelidir.

Coğrafya, iklim, hâkim rüzgârların verilen mavi yolculuk turizmi hizmetini olumsuz yönde etkileyecek yapıdaysa müşteri bu tatilden memnun kalamayacaktır. Bu durumda müşteri isteğini sorgulamadan yerine getirmek ve müşteriye tur süresince gitmek istediği bölgede yaşanabilecek ihtimalleri anlatmamak yanlış bir karar olabilir. Örneğin kuzey ege bölgesine bazı işletmelerin mavi yolculuk programı düzenlediği görülmüş Kuşadası, Efes, Assos, Bozcaada, Ayvalık gibi bölgelerin tarihi değerlere sahip olması nedeniyle talep oluşmuştur. Ama gelen turistler geleneksel mavi yolculuğun sunmuş olduğu korunaklı koylardan yararlanılarak denizden istifade edememeleri ve hava şartlarının rahatsız edici olması müşterilerin bu mavi yolculuk tatilinden memnun olmadan tekreden ayrılmaları gibi sonuçları doğurmaktadır. Bu durum coğrafi olarak farklılaştırılan ürünün tekrardan tercih edilmemesine neden olmaktadır. Çünkü insanlar kötü bir tatil deneyimlediklerinde tekrar bunu tercih etmek istemeyeceklerdir ve yeni bir arayış içerisinde gireceklerdir. Sonuçta da mavi yolculuk işletmeleri açısından talep düşüşüne sebebiyet verecektir. Ayrıca mini kruvaziyer diyeceğimiz 50 -100 kişi arasında kapasitesi olup yolcu taşıyan yatlar ile kuzey ege denizinde turlar yapılmaktadır. Mini kruvaziyer olarak adlandırılan bu deniz aracı ilgili bölgedeki şartlara daha uygun olacağı için müşteri memnuniyetsizliğini minimum seviyeye taşıyacaktır. Dolayısıyla coğrafi ürün farklılaştırmasında bölgeye uygun deniz aracının kullanılması gerekmektedir aksi takdirde sektöre yansımaları olumsuz olacaktır (Muslu, 2015, s.40).

Mavi Yolculuk Turizmi ve Türkiye

Mavi yolculuk tanımı, mürettebatlı-mürettebatsız mavi yolculuk, günlük-haftalık yapılan mavi yolculuk aktiviteleri, mavi yolculuk yapılan yat (tekne) türleri özellikleri bu bölümde değerlendirilmiştir. Mavi yolculuk, deniz turizminin en önemli parçasıdır. Özel ve/veya ticari yatların belli bir noktadan denize açılmasıyla başlayıp belirlenmiş rota üzerinden her gün farklı bir koyda demirleyerek

birkaç gün hafta belki de ay boyunca süren yine bir noktada bitirilmesiyle gerçekleştirilen deniz tatilidir şeklinde açıklanabilir. Ülkemizde Ege ve Akdeniz kıyılarında yapılmaktadır. Bu bölgeler korunaklı koy, körfez ve plajlar bakımından zengin bölgelerimizdir ve mavi yolculuğa uygundur. Bu yolculuk ilk olarak küçük balıkçı tekneleriyle başlamış olup günümüzde çoğunlukla modern ahşap guletlerle yapılmaktadır. Teknoloji, sosyal yaşam ve ekonomik gelişmelerin etkisiyle şartlar ve talepler her geçen gün değişiklik göstermektedir. Bu her sektörü etkilediği gibi mavi yolculuk sektörünü de etkilemektedir. Temelde insanların farklı yerler görmek, farklı ve temiz koylarda denize girmek ve birazda antik kentler gibi tarihi izleri görmek gibi beklentileri olsa da değişimler insanların beklentilerini de yukarıya çıkarmaktadır. Önceden mavi yolculuk yapılan teknelerde çok fazla özellik aranmazken günümüzde standartların yüksek olması beklenmektedir (her odada tuvalet, duş, klima bulunması, daha geniş ve konforlu odalar, jakuzi, havuz, internet ve bunun gibi kriterler tekneleri farklılaştırmaktadır)

Kültür ve Turizm Bakanlığı tanımına göre; deniz yolculuğu, kişilerin kara yerine deniz perspektifinden tarihi deneyimi, körfezlerde ve denizlerde rüzgâra doğru yelken açmak ve doğa ile iç içe olmaktır. Bu yolculuk, aynı zamanda, sizi Cleopatra' nın özel plajına, Olympos Dağı'nın ebedi ateşine ve Knidos Antik Kenti gibi ve buna benzer bir çok eski uygarlıkların binlerce arkeolojik kalıntısına götüren bir yolculuktur⁵. Genel olarak toplamak gerekirse; ‘‘ insanların günlük rutininden uzaklaşıp eğlence, dinlenme, yeni yerler keşfetme arzusu ile çeşitli rota alternatiflerinden birini veya birkaçını seçerek, günlük veya haftalık olarak yat/tekne sahiplerinin veya kiralayanların her gün farklı bir koya demir attıkları tatil biçimidir’’.

MAVİ YOLCULUK TURİZM POTANSİYELİ

Günümüzde denizcilik sektörü, gelişen teknolojiyle birlikte; yük ve yolcu taşımacılığı basta olmak üzere, gemi inşa sanayi, liman hizmetleri, marina hizmetleri, deniz turizmi, mavi yolculuk turizmi, yat bakım ve onarım hizmetleri, yat ihracatı ile bir ticaret ve hizmet endüstrisidir (Elbirlik, 2008:23). Bu bölümde Dünya Ülkeleri'nin yat turizm faaliyetleri detaylı olarak incelenmiştir.

Uluslararası Ölçekte Mavi Yolculuk Turizm Potansiyeli

Yat turizmi, uygun koşullara sahip kıyı özelliklerine ve iklime bağlı olarak Akdeniz Çanağı'ndaki Fransa, İtalya, İspanya, Hırvatistan, Yunanistan, Türkiye,

⁵ Mavi yolculuk kavramı hakkında bakınız: <http://yigm.kulturturizm.gov.tr/TR,11525/yat-turizmi.html> (Erişim Tarihi: 20.11.2024)

Malta gibi ülkelerin kıyıları ile Kuzey ve Güney Amerika'da bulunan bazı ülke ve adaların kıyılarında gelişmiştir. Uzak Doğu'da ise iklimsel özelliklerin elverişli olmaması sebebiyle mavi yolculuk turizmi önemli bir gelişme gösterememiştir. Mavi yolculuk, denize kıyısı olan, coğrafi özellikleri uygun olan, iklim ve kıyı yapısı elverişli olan ülkelerin ekonomilerine önemli derecede katkı sağlamaktadır (Ercanik,2003:7).

Dünyada yat turizminin en çok yaygın olduğu denizler, birbirine yakın mesafede adaların olduğu, matematik konumu açısından iklimin tüm yıl yatçılığa uygun olduğu, kuzey ve güney yarımkürede 10-20° enlemleri arasında yer almaktadır. Bundan dolayı dünyada yat turizminin en çok gelişmiş olduğu yerler kuzey yarımkürede Karayip Denizinde Büyük ve Küçük Antiller (özellikle Grenada Adası), Amerikan Virjin Adaları (başta St. Thomas Adası), İngiliz Virgin Adaları, Bahama Adaları, Güneydoğu Asya'da Güney Tayland'ın Andaman Denizi kıyıları (Puket adası vb.) Malezya kıyıları, güney yarımkürede, Güney Pasifik Denizi'nden Fiji ve Tonga Adaları kıyılarıdır. Bu yerlerin Avrupa ülkelerine uzak konumda bulunması Avrupalı yatçıları, bu yerlere göre daha kuzeyde (30-46° enlemleri arasında) bulunan, bu sebeple yat turizminin yılda yaklaşık 6-7 ay yapıldığı Akdeniz Kıyılarına yöneltmiştir. (Ercanik,2003:75)

Akdeniz Ülkeleri Mavi Yolculuk Turizm Potansiyeli

Akdeniz Bölgesi, ılıman iklimi, korunaklı koyları, kıyı şeridi boyunca farklı kültürlerle sahip birçok ülkeden oluşan coğrafyası, doğal, kültürel ve tarihi zenginlikleri ile dünyanın önemli mavi yolculuk merkezlerinden biridir. 20. yüzyılın başından itibaren mutedil rüzgarlara, korunaklı doğal koyalara sahip turizm mevsiminin uzun olduğu Akdeniz kıyılarına talep artmış ve ilk önce Fransız Rivyerası 20 sonrasında İtalya, İspanya mavi yolculuk alanında önde gelen, tanınan yerler olmuştur. Charter olayına talep artıkcça, yatçılar Avrupa'da daha sakın ve daha ucuz kıyılar arayarak İtalya, İspanya daha sonra ise döviz arayışında olan Yugoslavya ve Yunanistan kıyılarını charter piyasasına dahil etmişlerdir. Mavi yolculuk turizminde yeterli bilgi ve tecrübesi olmayan Avrupa ülkeleri, geçici olarak Fransa modelini uygulayarak hızlı altyapı çalışmalarını bitirmiş ve her biri kendi menfaatleri doğrultusunda ulusal yat turizmi politikalarını belirlemişlerdir. Yunanistan 1963 senesinde yat turizmine başlamış, kıyıları Yunanlılar tarafından pazarlanarak bu turizm çeşidi ile tanışan Türkiye'de ise ilk turist teknesi aynı sene görülmüştür. Sektörün yapılabilmesi için gereken özellikler sebebiyle sınırlı sayıda ülkede mavi yolculuk sektörü hakimdir. Bu da rekabet eden ülke sayısının diğer sektörlere göre daha az olması anlamına gelmektedir. Sektöre yapılan yatırımlar, doğru tanıtım etkinlikleri ve sürdürülebilir mavi yolculuk stratejileriyle bir ülkenin rekabet avantajı sağlayabilmesi mümkündür. (Açıkbaz, 2006: 20)

İtalya, Fransa ve İspanya gibi Batı Akdeniz ülkelerinin kıyı şeridinde görülen yapılaşma ve deniz kirliliği ile Tunus, Cezayir, Fas gibi ülkelerin kapalı toplum görüşleri sebebiyle yat seyir rotaları keşfedilmeye daha açık olan Doğu Akdeniz kıyılarına doğru yönünü çevirmiştir. Coğrafi özellikleri, tarihi ve kültürel değerleri, temiz ve korunaklı koyları açısından potansiyel Doğu Akdeniz ülkelerinden biri olan Türkiye avantajlı konumdadır.

Türkiye’de Mavi Yolculuk Turizm Potansiyeli

Ülkemiz üç tarafı denizlerle çevrili bir yarımada olmasına rağmen ülkenin tüm kıyı şeridinde mavi yolculuk turizm sektörü faaliyet gösterememektedir. Çünkü daha öncede belirtmiş olduğumuz gibi bölgenin kıyı şeridinin yapısı, iklimsel özellikleri, koyların çeşitliliği ve korunaklı olması, denizlerin temiz olması, doğal kaynakların tahrip olmaması gibi birçok özellik mavi yolculuk sektörünü etkilemektedir. Ülkemizde de yoğun olarak Ege ve Akdeniz Kıyılarında yapılmakta olup Karadeniz ve Marmara Bölgeleri mavi yolculuk turizmi için elverişli bölgeler değildir.

Ege Kıyılarında Mavi Yolculuk Turizm Potansiyeli

Ege Bölgesi turizm bakımından zengin doğal, kültürel ve tarihi kaynaklara sahiptir. Dağların kıyıya dik olarak uzanması, oldukça girintili çıkıntılı bir kıyı şeridi yaratmıştır (Ege denizi kıyılarının toplam uzunluğu 593km’dir.) ve doğal kumsalların denize girmeye son derece uygun olmalarının yanı sıra, yüksek kıyılarda da çekici görünümleriyle ilgi çekmektedir. Ayrıca yöredeki bük (Akbük, Gökçeler bükü, Değirmen bükü, Palamut bükü, Kargıbük, vb.), özellikle son yıllarda iyice yaygınlaşan yat turizminde, yatlara doğal liman işlevi gören; “mavi yolculuk” adıyla yaygınlaşan ve kıyının Kuşadası’ndan Antalya’ya kadar olan koylarını dolaşan yat turizmi, bölgeye önemli miktarda yerli ve yabancı turist çekmektedir; ülkemizin başlıca üç yat limanı (Kuşadası, Çeşme ve Bodrum yat limanları) da bu kıyılardadır.

Akdeniz Kıyılarında Mavi Yolculuk Turizm Potansiyeli

İsmi komşu olduğu denizden alan Akdeniz Bölgesi, genişliği 120- 180 km arasında değişen bir şerit halindedir. Bölgenin kıyı kesimindeki uygun iklim koşulları, doğal, kültürel ve tarihi zenginlikler deniz turizmin gelişmesini sağlamıştır. Özellikle Antalya; Akdeniz Bölgesi’nin en temiz kıyılarından biridir ve içinde bulunduğu bölgenin arkeolojik ve doğal güzellikleri sayesinde mavi yolculuk turizmi gelişmiştir. Alanya, Side, Kaş, Kalkan bu bölümde mavi yolculuk turizminin geliştiği merkezlerdir. Antalya’da Akdeniz medeniyetini simgeleyen Olym-

pos, Patara gibi tarihi şehir kalıntıları bölgeye çok sayıda turist çekmektedir. Bölgede geniş alan kaplayan karstik şekiller, özellikle Damlataş ve İnsuyu ile Cennet – Cehennem doğa harikasıdır. Pek çok millî park ile uluslararası yarışma ve festivallere duyulan aşırı talep bölge turizminin gelişmesine fayda sağlamaktadır.

Karadeniz Kıyılarında Mavi Yolculuk Turizm Potansiyeli

Karadeniz Bölgesi; tarihi değerleri, doğal güzellikleri, yaylaları, kaplıcaları, içmeleri ve plâjları turizm yönünden önemli bir avantaj sağlamaktadır. Ama, bölgenin her mevsim yağış alması, yaz aylarının serin geçmesi, korunaklı koyların mevcut olmaması mavi yolculuk turizmini olumsuz etkilemektedir. Ayrıca bölgede turistik tesisler de oldukça yetersizdir. Buna rağmen bölgenin batı kıyılarında, deniz turizmi gelişmeye başlamıştır.

Marmara Kıyılarında Mavi Yolculuk Turizm Potansiyeli

Marmara Bölgesi; doğal kaynakları, tarihî, kültürel eserleri ve turistik varlıkları ile ülkemizin ve dünyanın sayılı turizm merkezlerindendir. Doğal güzellikler ve tarihî eserler yönünden oldukça zengin olan İstanbul ve Bursa, bölge sınırları içinde yer almaktadır. Bölgeyi her yıl yerli ve yabancı turistler ziyaret etmektedir. Ayrıca, Avrupa'yı Orta Doğu'ya bağlayan İstanbul ve Çanakkale Boğazları'nın burada yer alması, turizmin canlanmasına önemli katkı sağlamaktadır. Fakat mavi yolculuk turizmi için gerekli nitelikleri tam anlamıyla taşıdığı söylenemez. Özellikle denizlerde meydana gelen kirlilik bu sektörü oldukça olumsuz etkilemektedir.⁶

Muğla Bölgesi Mavi Yolculuk Turizm Potansiyeli

Muğla ili⁷, Türkiye'nin Ege Bölgesi'ne dahil olan, topraklarının küçük bir kısmı Akdeniz'e giren Ortaca, Dalaman, Fethiye, Marmaris, Datça ve Bodrum gibi tatil bölgeleri ile tanınmış ildir. Türkiye'nin güneybatı ucunda yer alan Muğla, kuzeyinde Aydın, kuzeydoğusunda Denizli ve Burdur, doğusunda Antalya ile komşu olup, güneyinde Akdeniz, batısında Ege Denizi ile çevrilidir.

Toplam uzunluğu 1100 km'yi biraz geçen deniz kıyıları ile Muğla, ülkemizin en uzun sahil şeridine sahiptir. En büyük ilçesi Fethiye'dir. Antik Karya bölgesinin en eski yerleşim yerlerinden biri olan Muğla, bilinen tarihi boyunca başlangıçta Anadolu'nun yerli halkı Karyalıların, ardından kısmen ve kısa halinde Mı-

⁶ Marmara Kıyıları mavi yolculuk potansiyeli için bakınız: MEB, Konaklama ve Seyahat Hizmetleri, Turizm Coğrafyası-1, s.46

⁷ Muğla İli hakkında detaylı bilgi için bakınız: <http://www.mu.edu.tr/tr/genel-bilgiler/bilgiler/mugla-hakkinda> (Erişim Tarihi: 11.12.2024)

sır, Asur ve İskit işgallerinin, zamanla da özellikle kıyılarda Helenlerin egemenliği altında kalmıştır. Önce Medler, daha sonra Persler Muğla'yı idareleri altında almışlar ve bölgeyi bir satrap aracılığıyla yönetmişlerdir. Büyük İskender'in ordularıyla gelişinde, Muğla bölgesi bir Karya i 'Karya' adının bölgeye M.Ö. 3400 yıllarında gelen kavimlere liderlik etmiş 'Kar' isimli bir komutandan kaynaklandığına ilişkin tezler öne sürülmektedir. Bölge, çağlar boyunca Karya olarak anılmıştır. Kuzeyde Söke, Aydın, Nazilli'den başlayıp, güneyde Dalaman çayının denize döküldüğü yerde biten Karya bölgesi, kuzeyinde Lidyalıların, güneyinde Likyalıların ve Anadolu içlerinde de Frigyalıların hüküm sürdüğü bölgelere komşu olmuştur. Muğla ili tarihi değerler açısından son derece zengin olup, sınırları içinde 103 ören yeri bulunmaktadır. Sahip olduğu doğal kaynaklar, kültürel ve tarihi yapısı ile önemli bir turizm şehridir. En önemli gelir kaynaklarından biri turizmdir. Bodrum, Marmaris, Fethiye, Ölüdeniz, Göcek, Dalaman, Datça yurtiçi ve yurtdışından turistlerin en çok rağbet ettiği turistik ve marka değeri yüksek yerleridir.

Muğla Bölgesi'nde Mavi Yolculuk Turizminin Gelişimi

“Mavi Yolculuk” denildiğinde ilk akla gelen Ege ve Akdeniz Kıyılarıdır kuşkusuz. Bunu biraz daha özele indirdiğimizde ise Muğla İli'nin İlçeleri Bodrum, Marmaris, Fethiye, Datça olarak sıralanabilmektedir. Daha öncede bahsedildiği gibi Halikarnas Balıkçısı ve aralarında Sabahattin Eyüboğlu ve Azra Erhat'ın da bulunduğu arkadaş gruplarıyla yaptıkları birkaç günlük geziler ile ilk mavi yolculuklar Bodrum'da yapılmaya başlanmıştır. Başlarda ilkel balıkçı tekneleriyle yapılan bu geziler zamanla teknolojinin de gelişmesiyle birlikte lüks tekneler, guletler, motorlu yatlar, yelkenliler ile günümüzde yapılmaya devam etmektedir. Ancak Mavi Yolculuk guletler ile özleştirilmektedir. Bodrum Guletleri oldukça meşhurdur. Bunun yanı sıra Marmaris, Bozburun Guletleri de ön plana çıkmaktadır. Yaklaşık yetmiş yıl önce başlayan bu yolculuk özünü hiç kaybetmeden günümüze kadar büyüyerek ve gelişerek gelmiştir. Mavi yolculuk ülkemizde her geçen yıl yat sayılarının artması, teknik yapılarının ve hizmet standartlarının yükselmesine paralel olarak rekabet ettiğimiz pazarda bize avantaj sağlamaktadır.

Muğla İli'nin Mavi Yolculuk Yapılan İlçeleri

Muğla İli'nde toplam 13 ilçe mevcuttur. Bunlar; Bodrum, Dalaman, Datça, Fethiye, Kavaklıdere, Köyceğiz, Marmaris, Menteşe, Milas, Ortaca, Seydikemer, Ula, Yatağan'dır. Akyaka, Ortaca, Dalaman, Fethiye, Marmaris, Datça ve Bodrum gibi tatil bölgeleri ile ünlü ildir. Mavi yolculuk denildiğinde ilk akla gelen yerler Bodrum, Marmaris, Fethiye ve Datça ilçeleridir. Özellikle Bodrum İlçesi ilk mavi yolculuk gezilerinin başlangıcı olarak kabul edilir.

Şekil 1. Mavi Yolculuk Kıyı Şeridi



Kaynak: Yunusemre Coşan, Akdeniz Bölgesi'nin Doğal Turizm Özellikleri, 2014, s.48

Bodrum⁸

Bodrum M.Ö. 192'de Romalıların egemenliğine geçmiş ancak bu dönemde önemli bir gelişme göstermemiştir. M.S. 395 senesinde Bizanslıların, M.S. XI. yüzyılda Türklerin egemenliğine geçmiştir. I. Haçlı savaşlarında Bizanslıların, XIV. yüzyılda tekrar Türklerin eline geçmiştir. 1415 senesinde Rodos Şövalyelerinin eline geçmiş, 1522 yılında ise (Kanuni Sultan Süleyman döneminde) tekrar Osmanlı İmparatorluğuna katılmıştır. Cumhuriyetin ilanından sonra ismi Bodrum olarak değiştirilmiştir.

Bodrum, tarihten bugüne denizcilik sektöründe hep ön sıralarda olmuş. Belki bu nedenle, Türkiye'nin tek önemli su altı ve batık müzesi Bodrum'da, kalede yer alıyor. Müzenin en önemli parçası ise bir batık ahşap tekne. Batık bir ticaret gemisine ait. Bodrumda balıkçı tekneleriyle başlayan mavi yolculuk serüveni şu an Bodrum'u markalaştıran bir sektör haline gelmiştir. Bodrum ustalarının el yapımı ahşap guletleri her geçen gün değişen boyutları ve modern yapılarıyla dünya çapında dikkat çekmektedir. Bodrum guletleri⁹ yurtiçinde ve yurtdışında oldukça talep görmektedir. Bodrum'da gulet yapımının olduğu tersaneler Çiftlik, Tavşan

⁸ Bodrum hakkında bakınız: <https://bodrum.bel.tr/bodrum-tarihi.html> (Erişim Tarihi: 11.12.2024)

⁹ Bodrum Guletleri için detaylı bakınız: <http://www.muglakulturturizm.gov.tr/TR-159813/bodrum-guletleri.html> (Erişim Tarihi: 14.12.2024)

Burnu, Gündoğan, hâttâ Gümüşlük ve Yalıkavak'ta mevcuttur. Bir bölümünde, örneğin İçmeler'de tersaneler günümüzde faaliyetlerini devam ettirmektedirler. Bodrum'un ilk sahiplerinden Karyalıların tirhandil tekneleri günümüzün geleksel ya da modern yapılı guletleri, bugün hem Türkiye ve hem de Dünya denizlerinde boy gösteriyor. Dolayısıyla ülkemizde mavi yolculuk sektörünün en önemli merkezlerinden biri Bodrum'dur. Müşteriler genellikle Bodrum'dan tekne kiralarak şu örnek rotaları tercih edebilmektedir.

Bodrum-Gökova-Bodrum Rotası: Bodrum Limanı'ndan hareket edilerek Karaada Poyraz Limanı veya Kisebükü'nde geceleme, sonraki günlerde hava şartları dikkate alınarak kaptanın önerisine ya da müşteri taleplerine göre Yediadalar, Küfre Koyu, Sedir Adası, Karacasöğüt, Tuzla, İngiliz Limanı, Akbük, Çökertme, Kisebükü, Çiftlik Koylarında belirli bir sıraya göre demirlenir ve en son yine cumartesi sabahı Bodrum Limanı'nda tur tamamlanır.

Bodrum-Hisarönü-Marmaris Rotası: Bodrum Limanı'ndan hareket edilir, Karaada Poyraz Limanı, Tavşanburnu, veya Akvaryum'da geceleme, Knidos, Palamutbükü, Kargı, İnceburun, Datça, Aktur, Dişliceada Bencik, Orhaniye, Seli miye, Bozburun, Bozukkale Limanı, Serçe Limanı, Çiftlik, Kadırga Koyları yine hafta boyunca belli bir sıraya göre ziyaret edilir, Cuma geceleme için ise Turunç, Cennet Adası veya Marmaris Limanı tercih edilir ve cumartesi sabah tur tamamlanır.

Marmaris¹⁰

Bilinen tarihi MÖ 900'lere kadar uzanan kent, Helenistik Dönem'de belli bir süre için Seleukos egemenliğine, sonra sırasıyla Roma, Bizans, 13. yy.da Menteşoğulları'nın eline geçmiştir. Osmanlı Padişahı Kanuni Sultan Süleyman 1522'de fethediyor bu bölgeyi. Buradan da Rodos'a sefer düzenliyor ve aynı yıl ele geçiriyor. Marmaris'e, Osmanlılar döneminde Mimaras ismi verilmiş, daha sonra Mermeris adıyla anılmış ve sonunda Marmaris adını almış. İşgal yıllarında (1919-1921 arası) kısa bir süre İtalyanların kontrolüne giren Marmaris, Cumhuriyet Dönemi'nde 80'li yıllara kadar balıkçı kasabası hüviyetinde kalmış, sonrasında ise hızla turizm kentine dönüşmüştür. Günümüzde mavi yolculuk turizminin önemli merkezlerindendir. Birçok mavi yolculuk teknelerine, liman, marina, tersane ve acentelerine ev sahipliği yapmaktadır. Marmaris'ten hareket eden tekneler Göcek, Fethiye, Kalkan, Kaş ve Antalya taraflarına ya da Datça, Bodrum taraflarına rota oluşturabilmektedirler.

¹⁰ Marmaris için detaylı bakınız: <http://www.muglakulturturizm.gov.tr/TR-157653/tarih.html> (Erişim Tarihi: 14.12.2024)

Fethiye¹¹

Antik Çağ'daki adı Telmessos olan Fethiye, Anadolu uygarlıklarının en eskilerinden biri olan Likya uygarlığının batıdaki en önemli kentidir. Kuruluşuna ilişkin kesin bir bilgi bulunmamasına karşın eldeki belgelerden, kentin geçmişinin MÖ 5. yy'a kadar uzandığı tahmin edilmektedir. Telmessos'lu kahinler kehanette bulunacakları zaman kayaların üzerine çıkar Akdeniz'in mavi sularından ilham alırlarmış. Belki de bu yüzdendir ki Fethiye'ye ait efsaneler oldukça fazladır. MÖ 344-343 kışında Büyük İskender kenti ele geçirir. MÖ 189 yılında Romalılar tarafından Bergama Krallığı'na katılır. MÖ 133'de Likya federasyonuna girer ve federasyonun en önemli altı kentinden biri olur. 8. yy'da Bizans İmparatoru II. Anastasios onuruna adı Anastasiapolis olarak değiştirilir. 1284'de Menteşeoğulları, 1424'de Osmanlı topraklarına katılır ve Meğri adını alır. Bugünkü adı 1934'de Şehit Pilot Fethi Bey'e izafeten verilmiştir. Fethiye, doğal güzellikleri ve dikkat çeken kültürel, tarihi mirasları ile önemli bir deniz turizm merkezidir. Mavi yolculuğun hâkim olduğu Göcek, Dalaman ve Fethiye etrafındaki korunaklı ve kapalı koylar doğal liman olarak mavi yolculuk teknelerinin durak noktalarıdır. Yakın civarındaki İztuzu, Sarıgerme, Çalış, Fethiye Oyuk Tepe Koyu Plajları, Ölüdeniz, Karadere, Kumluova, Patara ve Kaputaj plajları en meşhur yerlerdir. ¹²

Fethiye-Göcek-Marmaris-Fethiye ve Fethiye-Kalkan-Kaş-Finike-Fethiye rotaları en çok yapılan rotalar olsa da müşteri talepleri doğrultusunda rotalar şekillenebilmektedir. Yunan Adaları ile de çeşitlendirilen seçenekler mevcuttur. Şekil 3.5'te örnek bir Fethiye rotası gösterilmektedir.

MAVİ YOLCULUĞUN SÜRDÜRÜLEBİLİRLİĞİ VE MARKALAŞMA SÜRECİ

Mavi Yolculuğun Sürdürülebilirliği¹³

Birleşmiş Milletler Çevre ve Kalkınma Komisyonu sürdürülebilirlik kavramını “ *İnsanlık, gelecek nesillerin ihtiyaçlarını karşılama yeteneğinden ödün vermeden günümüzün ihtiyaçlarını karşılmasını sağlamak için kalkınmayı sürdürülebilir kılma yeteneğine sahiptir.*” tanımlamaktadır. ¹⁴

Sürdürülebilir Turizm

¹¹ Fethiye için detaylı bakınız: <http://www.muglakulturturizm.gov.tr/TR-157654/tarih.html> (Erişim Tarihi: 14.12.2024)

¹² <http://www.muglakulturturizm.gov.tr/TR-157582/tarih.html> (Erişim Tarihi: 14.12.2024)

¹³ Sürdürülebilirlik kavramı için bakınız: <https://yesilekonomi.com/surdurulebilirlik-nedir/>, (Erişim Tarihi: 09.04.2024)

¹⁴ WCED (1987), Report of the World Commission on Environment and Development: Our Common Future (Brundtland Report) , www.un-documents.net/our-common-future.pdf, (Erişim Tarihi 7.12. 2024).

Sürdürülebilir turizm; turizm sektörünü oluşturan unsurların ve kaynakların nitelik ve niceliklerini kaybetmeden, özünü koruyarak sürekliliğinin sağlanması anlamına gelmektedir. Giderek yükselmekte olan turizm faaliyetleri; ekolojik, jeolojik ve estetik sorunları beraberinde getirmektedir. İhtiyaç duyulan tedbirler alınmadığı takdirde doğal süreçler ile sürdürülebilirlik imkanlarını ortadan kaldırmaktadır. İyi bir turizm-çevre ilişki dengesinin kurulup sürdürülebilmesi açısından ülkenin turizm ve kaynak koruma ile ilgili amaçlarının uyumlu olması gerektiği gibi konu ile ilgili diğer amaçlarla da tutarlılığı olmalıdır. Sürdürülebilir turizm politikasının amaçları; doğal çevreye ve ekolojik süreçlere zarar vermemek; yurtiçi ve yurtdışı talep artışı sağlamak, turistik yoğunlaşmanın tek bir mekâna ve zamana yayılmasını engelleyerek kaynakların tahribini önlemek, turizm faaliyetlerinde istikrarı korumak; ulaşım ve kentsel altyapıyı kuvvetlendirmek gibi sıralanabilir (Gündüz, 2004, S.60).

Turizm sektörü ülkemizin en önemli gelir kaynaklarından biridir. Turizm sektörünün en önemli parçasını deniz turizm sektörü oluşturmaktadır. Doğal kaynakların bilinçsizce kullanılması, kültürel mirasın zarar görmesi, koyların ve denizlerin kirletilmesi gelecek nesillerin bu sektörden faydalanamamasına sebep olacaktır. (Akkaya ve Diğerleri, s.98). Sürdürülebilir bir deniz turizmi için kaynaklarımızı korumak zorundayız. Koyların ve denizin kirlenmesi demek acımasız rekabet ortamında talebin diğer ülkelere kayması demektir.

Sürdürülebilir Mavi Yolculuk

Deniz turizminin önemli bir parçası olan mavi yolculuk sektörü günümüzde popülerliğini artırarak ülke ekonomisini canlandırmaya devam etmektedir. Mavi yolculuk turizmine artan ilgi ve talep nedeniyle ve buna bağlı olarak sektörün genişlemesi beraberinde birtakım sorunları da getirmektedir. En önemli konulardan biri de mavi yolculuğun sürdürülebilirliğidir. Ege ve Akdeniz Kıyılarında yoğun olarak yapılmakta olan mavi yolculuk tatili ilgili destinasyonların ve işletmelerin en önemli geçim kaynağıdır. Doğal çevrenin ve denizlerin verdiği avantaj sayesinde bölgeler dünya çapında birçok turistin ilgi odağıdır. Ancak koylar, denizler ve tarihi, kültürel değerlerin yeterince korunamaması durumunda sektörün sürdürülebilir olması beklenemez. Uluslararası boyutta bir marka değeri yaratan ülkemiz mavi yolculuğun sürdürülebilirliği için koylarımızı ve denizlerimizi korumak zorundayız.

Mavi Yolculuğun Sürdürülebilirliğini Etkileyen Faktörler

Örneğin; Yunanistan, Hırvatistan ve Malta gibi sektörün var olduğu ülkeler sürdürülebilirlik stratejilerini bizden daha iyi uyguladıkları takdirde mavi yolculuk yapmak isteyen tatilcilerin rotalarını bu ülkelere çevirmeleri kaçınılmazdır.

Deniz ve kıyı turizminde sürdürülebilirlik; uluslararası ilişkiler, sosyal, ekonomik ve çevresel unsurlardan etkilenmektedir. Sosyal, ekonomik ve teknolojik gelişmeler çevre sorunlarına bağlı deniz ve kıyı turizminin sürdürülebilirlik kapasitesini etkilemektedir. Dolayısıyla sürdürülebilir deniz turizminin amacı; söz konusu kaynaklardan maksimum fayda sağlarken doğal çevreye olabildiğince minimum zarar vermek olmalıdır.

Mavi yolculuk sektörü son yıllarda ivme kazanan deniz turizmi alt sektörü olarak karşımıza çıkmaktadır. İnsanlar standart her şey dâhil otel tatil anlayışından farklı bir arayış içine girmekte olup mavi yolculuk tatil anlayışına yönelmektedirler. Artan talep, tekne sayısında artış, marina ve çekek yerlerinin yetersiz kalması, koyların ve doğal çevrenin bozulması, deniz işletmelerinde haksız rekabet gibi sorunlara yol açmaktadır. Bu nedenle toplum olarak doğal kaynak tüketiminde bilinçli davranılması ve mümkünse yenilenebilir kaynaklar tercih edilmesi gerekmektedir. Çünkü mavi yolculuk sektörünün devamlılığı ancak ve ancak temiz denizler, temiz çevre ve zarar görmemiş kültürel ve tarihi miras ile mümkün olabilir.

Mavi yolculuk turizm işletmelerinin izleyebileceği bazı kurallar; petrol, asit veya diğer zararlı maddelerin denize sızmasının engellenmesi, güçlü bir geri dönüşüm programı, yeterli miktarda geri dönüşüm ve çöp kutuları bulundurmak ve bunların gereken sıklıkla boşaltılması ve temiz ve işlevsel tuvaletler kullanılmasıdır. Bu kurallar uygulandığında işletmeler hem kendileri için hem de deniz turizminin geleceği adına önemli adımlar atmış olacaktır. Herkes kendine düşen görevi yerine getirir ise uzun yıllar bu sektör devam ettirilebilir ve geliştirilebilir. Denizcilik sektörü ülkemiz ve dünya için hayati bir önem taşımaktadır. Denizlerin tahrip olması ekolojik, ekonomik, sosyal ve kültürel açıdan da ülkeye olumsuz olarak etki etmektedir.

Mavi Yolculuk Turizminin Sürdürülebilirliği için Yapılan Çalışmalar ve Projeler

Ülkemizde sürdürülebilir mavi yolculuk turizmi ile ilgili birtakım çalışmalar ve projeler yürütülmektedir. Bunlar;

Mavi Bayrak Uygulamaları

Mavi Bayrak¹⁵, belirli standartları taşıyan nitelikli plaj, marina ve yatlara verilen uluslararası bir çevre ödülüdür. Temiz, bakımlı, donanımlı, güvenli, kaliteli ve dolayısıyla uygar, sürdürülebilir bir çevrenin sembolüdür. Plajlar için özünde temiz deniz suyu sonrasında da çevre eğitimi ve bilgilendirmeye önem gösteren, gerekli donanımına sahip düzgün bir çevre yönetimini temsil etmektedir.¹⁶ Marinalardan deniz suyu analizleri istenmemekte olup diğer kriterler benzerlik göstermektedir. Mavi Bayrak, uluslararası niteliği ile de deniz ve kıyı turizmi özellikle de mavi yolculuk açısından ayrı bir önem taşımaktadır. Çünkü tatil yapmak için bilmediği, yeni tanıyacağı bir yere giderken, insanların uluslararası standartları içeren ve özelliklerini bildiği bir plaja gitmek için plan yapması kolay olmaktadır. Bu açıdan ‘Mavi Bayrak’ deniz turizm işletmelerini etkileyen önemli bir faktördür. Ülkemiz 2018 yılında 459 mavi bayraklı plajları ve 22 mavi bayraklı marinaları ile dördüncü sırada yer almaktadır. 2023 yılı verilerine göre ise ülkemizde mavi bayraklı 463 plaj, 22 marina ve 15 yat bulunmaktadır. Ülkemiz mavi bayraklı plaj sayısı ile Dünya genelinde üçüncü sırada yer almaktadır.¹⁷

Mavi Bayrak uygulaması 30’u Avrupa ülkesi olmak üzere dünya çapında toplam 45 ülkede uygulanmaktadır. Mavi Bayrak Programı Uluslararası Çevre Eğitim Vakfı (Foundation for Environmental Education, FEE) tarafından koordine edilmekte ayrıca Türkiye temsilciliğini Türkiye Çevre Eğitim Vakfı-TÜRÇEV yapmaktadır.¹⁸ 1985 yılında ilk defa Fransa’da ulusal boyutta uygulanmaya başlanmıştır. Avrupa Birliği’nde 1987 senesinin Çevre Yılı olarak kabul edilmesiyle birlikte Avrupa Birliği’nde güvenli yüzme alanlarının teşvik edilmesi amacıyla, Uluslararası Çevre Eğitim Vakfı’na (FEE) kampanyayı yürütmesi için devrederek uluslararası boyuta taşınmıştır. Öncelikle Avrupa Birliği üyesi olan ülkelerde

¹⁵ Mavi bayrak hakkında geniş bilgi için bakınız: <http://www.mavibayrak.org.tr/tr/Default.aspx> (Erişim Tarihi: 25.04.2024)

¹⁶ Günümüz marinaların yıllar içindeki dönüşümleri çevreye olan zararlı etkilerin de artışına sebep olabilmektedir. Çevre yönetimi uygulamaları marinaların ekonomik ve çevresel sürdürülebilirliklerini korumaları için her geçen gün daha önemli hale gelmektedir: <http://denizturizmi2018.deu.edu.tr/wp-content/uploads/2024/02/016.pdf> (Erişim Tarihi: 02.05.2024)

¹⁸ Detaylı bilgi için bakınız: http://www.turcev.org.tr/V2/icerikDetay.aspx?icerik_id=10 (Erişim Tarihi: 02.05.2024)

uygulanmaya başlanmış olup, 1992 yılı itibariyle Avrupa Birliği ülkelerinin dışındaki ülkelere Uluslararası Çevre Eğitim Vakfı'na üye kabul edilmeye başlanmıştır.¹⁹

Uluslararası bir çevre ödülü olan Mavi Bayrak sembolü bir ülkenin deniz turizm sektörünü önemli seviyede etkilemektedir. Mavi Bayrak ödül sayısı yüksek olan ülkeler, deniz, marina ve yatlarının kaliteli ve çevre dostu hizmet anlayışıyla çalıştığını gösterir. Bu da talebi artırırken deniz turizminin canlanmasına dolayısıyla ülke ekonomisine katkı sağlamaktadır.

Mavi Kart Uygulamaları

Türkiye'nin deniz yetki alanlarında 2872 sayılı Çevre Kanunu ve bu kanun uyarınca yayımlanan "Gemilerden Atık Alınması ve Atıkların Kontrolü Yönetmeliği" kapsamında düzenlenmiştir.²⁰

Mavi Kart Elektronik Atık Takip Sistemi; küçük deniz araçlarından sintine, pis su, zararlı madde ve çöplerin denize boşaltılmasının engellenmesi, ne kadar atık olduğu, atığın cinsi, miktarı, tarihi ve ihtiyaç duyulan diğer bilgiler ve hangi kıyı tesisine verildiğinin elektronik olarak web ortamında online görüntülenebilmesidir. Denizlerimizin korunması ve temiz kalabilmesi için, koy ve körfezlerde oluşturulan mavi kart sistemi uygulamasının önem arz etmesi konusunda İMEAK Deniz Ticaret Odası Fethiye, Bodrum, Marmaris, Antalya Şubemiz ev sahipliğinde, sektör temsilcileri, ilgili kurum kuruluşlar ve İMEAK DTO organizasyonu ile, koordinasyon toplantıları yapılmakta sistemin daha iyi işleyebilmesi için ihtiyaçlar belirlenmektedir. Bu ihtiyaçların giderilmesine ilişkin gerekli çalışmalar Çevre ve Şehircilik Bakanlığı'mızca koordine edilmektedir. Muğla ve Antalya bölgelerinde uygulanmakta olup, ilgili genelge kapsamında diğer kıyı illerimizde de Mavi Kart uygulamasına geçilmesi tavsiye edilmekte ve bu konuda bakanlık bir takım çalışma yürütmektedir.

Mavi Kart sistemi mavi yolculuk sektörünün sürdürülebilirliği açısından yürütülen önemli bir çalışmadır. Artan tekne ve mavi yolculuk turist sayısına bağlı olarak atık miktarı da artmaktadır. Bu atıkların denize boşaltılması sektörü doğrudan baltalamak anlamına gelir. Bu sektörün devamlılığını ana faktörü temiz denizlerdir. Bunun içinde teknelerden sintine, pis su, mutfak atıkları gibi denizlere zarar verecek her türlü madde ilgili atık toplama merkezlerine verilmelidir.

¹⁹ Mavi Bayrak ödülleri için bakınız: http://www.mavibayrak.org.tr/tr/plajListesi.aspx?il_refno=48 (Erişim Tarihi: 02.05.2024)

²⁰ Bakınız geniş bilgi için "Gemi Atık Takip Sistemi-GATS" ve "Mavi Kart Sistemi "

Turmepa²¹

Ülkemizin denizlerini ve su yollarını koruma hususunda önemli bir aktör olan TURMEPA, ülkemizin bu alanda faaliyet gösteren lider sivil toplum kuruluşudur. Türkiye, deniz ve kıyıların doğal güzellikleri, tarihi ve kültürel kaynakları, biyolojik çeşitliliği ile hem sualtı hem de su üstü canlı ve cansız varlıkları açısından dünyanın en zengin ülkelerinden biridir.

Deniz Temiz Derneği/ TURMEPA, kurulduğu günden bugüne deniz ve kıyılarımızın korunmasını ulusal bir amaç haline getirerek gelecek kuşaklara, kalkınmada sürdürülebilirlik hedefine ulaşmış, yaşanabilir bir Türkiye bırakmak hedefiyle çalışmalarını yürütmektedir. Mavi yolculuk sektörünü destekleyen kuruluşlardan TURMEPA'nın ulusal ve uluslararası boyutlarda proje ve çalışmaları bulunmaktadır. Örneğin; Akdeniz ülkelerinin deniz kirliliğini önlemek amacıyla başlatılan “Akdeniz'i Temiz Turalım”(Clean Up The Med) Projesinin Türkiye temsilciliğini yapmaktadır. Proje ile deniz kirliliğine neden olan etmenlere dikkat çekmek ve bu etmenleri ortadan kaldırmak amaçlanmaktadır.

Turmepa, denizlerimizin ve kıyılarımızın kirlenmesine sebep olan tüm faktörlere savaş açmıştır. Çeşitli proje ve çalışmalarla ulusal ve uluslararası platformlarda kirlilikle mücadeleyi teşvik etmektedir. Yapılan ve yapılacak olan tüm projelere tüm halkın katılımı sağlamaya eş zamanlı bu çalışmaları geliştirmeye çalışmaktadırlar. Gelecek nesillere temiz, yaşanabilir ve sürdürülebilir bir çevre taşımayı hedeflemektedirler. Yapılan tüm bu etkinlikler ve kampanyalar ülkemiz deniz turizminin devamlılığına, mavi yolculuk sektörünün kaliteli, profesyonel ve güvenilir bir hizmet anlayışı ile yapılmasına fayda sağlamaktadır. TURMEPA'nın “Her Kulaç Denize Bir Nefes” projesine ait olup hem engellilerin su sporlarına katılımını sağlamayı hem de deniz kirliliği ile mücadele edilmesini amaçlamaktadır.

Deniz Turizm Birliği Çalışmaları

Deniz turizmi sektöründe yatırım ve işletmecilik yapan kuruluşlar ve mensupları arasında birliği sağlamak, sektörde disiplini oluşturmak ve ülkemiz deniz turizminin gelişmesine fayda sağlamak, uluslararası rekabet gücünü yükseltmek, ülkemizin ve deniz turizminin tanıtımı konusunda ortak girişimlerde bulunmak, ilgili kamu kurum ve kuruluşları ile iş birliği yapmak suretiyle alt yapının gelişimini ve bu kapsamda diğer ortak hizmetlerin yürütülmesini sağlamaktır.

²¹ TURMEPA için detaylı bakınız: www.turmepa.org.tr (Erişim Tarihi: 10.05.2024)

Dernek, deniz turizm sektörünün iyileştirilmesi ve geliştirilmesi için sektör ile ilgili politikaların oluşuma destek olmak, yatırımların gelişmesine fayda sağlamak bürokratik işleyişe yardımcı olmak ve sektörün sürdürülebilirliği konusunda çalışmalar yapmak gibi amaçlar belirlemiştir. Bunlara ilave olarak yat liman işletmelerinde profesyonel hizmet anlayışı, yat çekek yerlerinde sunulan bakım ve onarım hizmetlerinin kaliteli ve sürekliliğinin olması ile ilgili destekler sağlamaktadır.

Bu alanda yapılan yatırımlarının şehir/bölge ile bütünleşmesini sağlayarak deniz turizm işletmelerinde sektörün uluslararası rekabet gücünün artırılması amaçlanmıştır. Bu anlamda deniz turizm sektöründe haksız rekabeti önlemek ve uluslararası faaliyetlerde daha etkin rol almak için çalışmalar yürütmektedirler.²² Örneğin; dünya genelinde tanınmak amacıyla fuarlar düzenlemektedirler. Bu fuarlar sayesinde birliğe üye deniz turizm işletmeleri dünya ülkelerinden katılımcıların olduğu platformlarda vermiş oldukları hizmet ve faaliyetler hakkında bilgilendirme yapma imkânı sağlamışlardır.

Türkiye Çevre Sorunları Vakfı

Türkiye Çevre Vakfı (TÇV), Medenî Kanun hükümlerine bağlı olarak çalışan, kâr amacı gütmeyen, bağımsız bir gönüllü kuruluştur. Türkiye Çevre Vakfı'nın çevre ile ilgili araştırma, yayın ve kamuoyu bilgilendirme gibi hizmetleri sıralanabilir. Çevre konusunun detaylı olarak ele alındığı kitaplar yayınlamaktadır. Yayımlanan kitaplar ülkemizin çevre literatürünün temelini oluşturmaktadır. Bugüne kadar yayınladığı kitap sayısı 192'dir. TÇV, kuruluşundan iki yıl sonra, çevre hukuku kavramının yeteri kadar bilinmediği ve tanınmadığı ülkemizde, bu hukuk dalının yerleşmesi için çaba göstermiş, yayınladığı kitaplarla, Türkiye'de çevre hukuku dalının temelini oluşturmuştur.

Sürdürülebilir kalkınma ve biyolojik zenginlikler gibi yeni kavramların Türkiye'de yerleşmesini sağlayan TÇV; Birleşmiş Milletler, Avrupa Birliği, Avrupa Güvenlik ve İş Birliği Teşkilâtı ve Dünya Bankası gibi uluslararası kuruluşlarla yakın temas ve iş birliği içinde olmuştur. Başlangıçta çalışmaları daha çok kamuoyunu bilgilendirme ve uyarma şeklinde yürüten Vakıf, özellikle son zamanlarda bu tarzı değiştirmiş, çevre kavramının toplumda kabul edilmesi ve önemsenmesi karşısında; daha çok teknik ayrıntılara yer veren ve başka kuruluşların fazla ilgilendiği alanlardaki hizmetlere yoğunlaşmaya başlamıştır.²³

²² Deniz Turizm Birliği hakkında bakınız: <https://www.denizturizmbirligi.org.tr/dernek-tuzugu/> (Erişim Tarihi: 10.5.2024)

²³ Türkiye Çevre Vakfı hakkında bakınız: <http://www.cevre.org.tr/tr/kurumsal#hakkimizda> (Erişim Tarihi: 10.05.2024)

Vakıf, çevre hukukuna önem vermesi, çevre ile ilgili birçok kitap yayınlaması ve kamuoyunu bilgilendirmesi çalışmalarıyla ülkemizde bu konunun ciddiye alınmasını sağlamıştır. Vakıf yayınladığı çevre sorunları envanteri ile de uluslararası alanda ülkemizin çevre konusuna ne kadar önem verdiğini göstermiştir. Çevre bilincinin oluşmasına katkı sağlayan bir vakıf doğrudan deniz turizmine ve alt sektörü olan mavi yolculuk sektörüne destek vermektedir.

Mavi Yolculuk Turizminin Sürdürülebilirliği Konusunda Hedefler ve Projeler

Ülkemizde mavi yolculuk turizm sektörünün sürdürülebilirliğine ilişkin stratejiler ve buna göre oluşturulan hedefler belirlenmiştir.

Türkiye Turizm Stratejisi-2025 Hedefleri

Turizm Bakanlığı 2025 Turizm vizyonu çerçevesinde bazı hedef ve stratejiler belirlemiştir. Bu kapsamda ‘‘Sürdürülebilir turizm yaklaşımına odaklanılarak istihdamın artırılmasında ve bölgesel gelişmede turizmin lider bir sektör konumuna ulaştırılması ve Türkiye’nin 2025’e kadar uluslararası alanda turist sayısı turizm geliri bakımından ilk beş ülke arasında önemli bir noktaya ulaşması ve uluslararası bir marka haline gelmesi sağlanması hedeflenmiştir.’’²⁴

Deniz turizmde sürdürülebilirlik ve rekabetçilik arasında güçlü bir ilişki olduğu kesinlikle unutulmamalıdır. Türkiye’nin rekabetçilik endeksinde üst sıralara çıkması ve gelişen turizm sektörünü uzun vadeli planlar ile desteklemesi için turizm politikasının sürdürülebilirlik konusu etrafında geliştirilmesi gerekmektedir. Bu da turizmin gelişmesinin çevresel doğal dengeye uygun biçimde şekillenmesidir. Son zamanlarda sürdürülebilir turizmin gelişmesi turizm sektöründe önemli bir pozisyona sahiptir. Sürdürülebilir turizm, turizm faaliyetlerinin, doğal, kültürel, biyolojik, ekolojik varlıklara zarar vermeden, tüm yenilenebilen ve yenilenemeyen kaynakların sürekliliğini sağlayarak oluşturulması ve yürütülmesi anlamına gelir. Sürdürülebilir turizm, temelde çevre ile ilgili bir durumdur. Sürdürülebilir kalkınma ile deniz turizm arasında yakın bir ilişki vardır. Çevresel, doğal kaynaklar üzerinde odaklanılır ise deniz turizm değerlerini korumak, artırmak ve gelecek kuşaklara taşımak bu süreçte herhangi bir problem olmadan gerçekleşecektir. Sürdürülebilirlik-çevre- insan ilişkisinde turizm kaynaklarının reklamının yapılması, kullanımı, potansiyel müşteriler ve yerel halkla ilişkiler bu süreçte ele alınmalıdır. (Karacan, 2016, s.14)

24 Türkiye Turizm Stratejisi-2025 Hedefleri içerisinde deniz turizmi ve yat turizmine ilişkin ilkelere yer verilmiştir. Detaylı bilgi için bakınız: www.kultur.gov.tr (Erişim Tarihi: 11.05.2024)

İnsanoğlu, doğal çevreyi kullanırken zarar vermemeye özen göstermelidir. Verdiği zarar doğrudan kendisini ve tüm toplumu etkilemektedir. Doğal kaynaklar, doğal çevre, insan, sürdürülebilirlik, deniz turizmi bir zincirin halkaları gibidir. Halkanın birinin kopması tüm zincirin bozulmasına sebep olacaktır. Yukarıda bahsedilen tüm proje ve çalışmalar ancak herkesin katılımıyla ve destekleriyle başarı sağlayabilir. Toplum olarak sürdürülebilir deniz turizmi ve doğal kaynaklar için doğru strateji ve adımlarla ilerlemeliyiz.

Mavi Yolculuğun Markalaşması

Marka Kavramı²⁵

Amerika Pazarlama Derneği markayı “ürünlerini satışa sunan kişilerin sözü konusu bu ürünleri tanımlamak ve piyasadaki diğer benzerlerinden ayırabilmek amacıyla kullandıkları isim, sembol, tasarım, logo ya da bunların çeşitli kombinasyonlarıdır.” şeklinde tanımlamaktadır. Diğer bir tanıma göre ise; bir ticari malı, herhangi bir nesneyi tanıtmaya, benzerlerinden ayırmaya yarayan özel ad veya işaret. Marka; ürün veya hizmetin, kişinin veya kurumun (kamu ya da özel sektör işletmesi); tüm özelliklerinin bir yansıması veya sonucudur. Daha açık bir ifadeyle marka; bir ürün, hizmet, kişi ya da kurumun taşıdığı özelliklerin tamamını ifade eder. Bunlar; imaj, bilinirlik, güvenilirlik, kültür, sürdürülebilirlik, itibar ve vaat şeklinde sıralanabilir. O halde buradan hareketle marka eşittir kişisel/kurumsal değerler bütünüdür tezini de öne sürebiliriz.

Markalaşmanın Önemi

Markanın ana görevi tüketicilerin bir işletmeye ait bir ürünü (mal veya hizmet) rekabet edilen firmalar tarafından üretilen aynı ya da benzer ürünlerden ayırt edilebilmesini sağlamaktır. Belli bir ürün veya hizmetten memnun olan tüketiciler, gelecekte söz konusu ürünü büyük ihtimalle yeniden satın alacaklar veya kullanacaklardır. Bu nedenle tüketicilerin aynı veya benzer ürünlerden hangisini seçeceği konusunda kolaylıkla karar vermesi sağlanmalıdır. İşte bu noktada “marka” ön plana çıkmaktadır. Tüketici hangi ürün veya hizmeti satın alacağına diğerlerinden daha akılda kalıcı olan, bilinirliği yüksek, diğerlerinden farklı duran hangisidir sorusuna yanıt arayarak karar verir. Bir firmanın imajı ve şöhreti bir tüketici kitlesinin oluşturulmasında ve firmanın ticari itibarının artırılmasında önemli olan güveni yaratır. Tüketiciler genellikle belirli markalarla, o markayı taşıyan ürünlerde var olan kalite veya özelliklerden oluşan nitelikler setine dayalı bir duygusal bağ oluştururlar.

²⁵ Marka kavramı ile ilgili bakınız: www.pazarlamamakaleleri.com ; www.brandingturkiye.com
Türk Dil Kurumu’nun marka tanımı için bakınız: www.tdk.gov.tr (Erişim Tarihi: 12.05.2024)

Markalar; firmaları kendi markalarını taşıyan ürünlerin olumlu bir şöhreti olmasını sağlamak amacı doğrultusunda ürünlerinin kalitelerini sürdürme ve artırmaya yönelik yatırım yapmaya da teşvik eder. Bir ürün veya hizmetin marka değeri nasıl önem arz ediyorsa aynı şekilde bir şehrin veya ülkenin de marka değeri aynı ölçüde önemlidir. Ülkelerin sahip olduğu kaynakları acımasız rekabet ortamında pazarlaması açısından marka değerinin yüksek olması gerekmektedir. Bu durum doğrudan ülke ekonomisine etki etmektedir. Bir bölge, ülke veya şehrin deniz turizminde rekabet etme stratejisine, pazardan pay alma çabalarına ve üstünlük kazanma yarışına etki eden temel faktör markalaşmadır. Günümüzde ekonomi ve siyaset algılar üzerinden şekillenmektedir. Buradan hareketle piyasayı ve tüketiciyi yanıltmadan ama algıları iyi bir biçimde yöneterek, ürün, hizmet firma veya ülkenin markalaşması kaçınılmaz olacaktır.

İktisadi anlamda güçlü olmak ve ticari faaliyetlerde yeni pazarlara açılmak için güçlü, güvenilir bir imaja ihtiyaç vardır. Eğer acımasız rekabet ortamında, ülke güven endeksiniz düşük ve siyasi, ekonomik politikalarda istikrarsızlık söz konusu ise o ülkenin ayakta kalabilmesi çok zordur. Kötü bir imaja sahip olan ülkede kimse yatırım yapmak istemeyecektir. Kendi içinde karışıklıklar yaşanan bir ülke her ne kadar turizm açısından zengin kaynaklara sahip olsa dahi yurtdışı müşterileri tarafından tercih edilmesi mümkün olmayacaktır. Bu nedenle ülkenin veya şehrin markalaşması ve güçlü bir imaja sahip olabilmesi için tarihi, coğrafi, kültürel, siyasi ve iktisadi tüm özellikleriyle rekabet ortamında güçlü bir izlenim vermesi gerekmektedir (İnanç ve Yacan, 2018, s.328)

Markalaşma Süreci

Marka, ürün veya hizmetin benzerlerinden daha yüksek fiyatla daha geniş kitleye satılmasını sağlamaktadır. Günümüzde insanlar bir ürün veya hizmeti talep ederken neredeyse sadece marka değerine göre değerlendirmektedir. Tüm dünyada tanınan güvenilir bir marka yaratma uzun bir süreçten geçmektedir. Bu ister bir ürün olsun ister bir hizmet ya da şehir aynı veya benzer aşamalardan geçmektedir. Bir ürün, hizmet ya da şehrin markalaşması tesadüf değildir. Uzun bir süreç ve emek gerektirmektedir. Dünyanın tanınmış marka uzmanları Al & Laura Ries'in markalaşma sürecine ilişkin yaklaşımları aşağıda belirtildiği gibidir;

Yayılma Kuralı

Marka adınızı her şeyde kullanmak yanlış bir stratejidir. Çünkü belli bir iş için kullandığınız marka adı tüketicilerin hafızasında daha güçlü yer edinir. Markayı genişletmeniz belki kısa vadede ek satışlara yardımcı olur ancak uzun vadede markayı zayıflatır. Bu şehirler için de geçerlidir. Bir şehir hangi özelliği ile dikkat

çekiyor ise o özelliğine odaklanılmalıdır. Örneğin; Kapadokya-Peri Bacaları, Denizli-Pamukkale Travertenleri, Konya-Mevlâna Müzesi gibi şehir ile özdeşleşmiştir. Buna göre Muğla İli'nde mavi yolculuk turizmi yapılan yerler bu sektörle ön plana çıkarılmalıdır. Yurtdışı ve yurtiçi tüketiciler bu hizmeti almak istediklerinde mavi yolculuk ile marka olmuş şehirleri tercih etmelidir. Bodrum, Marmaris veya Fethiye'yi düşünmelidir.

Daralma Kuralı

Markanın hedefini daraltması onu daha güçlü yapar. Tek bir kategoriye odaklanılırsa hedefe giden yolda daha başarılı olunabilir. Örneğin; insanlar deniz-kum-güneş tatili talep ettiğinde akıllara gelen ilk şehirler Antalya, Muğla gibi şehirler gelmektedir.

Tanıtım Kuralı

Bir markanın doğuşu tanıtımla sağlanır. Reklamla değil. Mcdonald's ve coca-cola gibi ünlü firmaların marka değerini korumak amacıyla yüksek reklam bütçeleri ayırmaları gerekebilir. Ama genellikle reklam yeni bir markanın oluşumunu sağlamayacaktır. İlk aşamada başkalarının markanızla ilgili söyledikleri daha önemlidir. Bu nedenle ürün veya hizmetten memnun kalan tüketicilerin diğerlerine markanızın tanıtımını yapmasını sağlamak öncelik arz etmektedir. Mavi yolculuk sektöründe de bu kural hayati önem taşımaktadır. Çünkü bu sektörde müşteriler hizmet aldığı işletmeden tekmeden ve personelden memnun kalırsa mutlaka aile ve arkadaş çevresinde tanıtımını yapacaktır. Bu da işletmeye ücretsiz tanıtım imkânı sağlamaktadır ki en avantajlı olanıdır. Tekmeden memnun ayrılmış bir tüketici bir sonrakinde işletmeye mutlaka yeni müşteriler kazandıracaktır.

Reklam Kuralı

Markanız doğduktan sonra reklama da ihtiyaç duyulmaktadır. Markanızı hatırlatmak ve piyasada rekabetten daha üstün olmak adına reklam bütçesi oluşturmakta fayda vardır. Marka değeriniz oluştu, tanıtım faaliyetleri de iyi gidiyor olabilir ama reklam etkinlikleri ile de desteklenmesi gerekmektedir. Diğer rakiplerden öne çıkmak durumundadır. Mavi yolculuk turizminde işletme, acente, tekne sayısı her geçen gün artmaktadır. Ancak bunlardan bazıları diğerlerine göre daha ön plandadır. Çünkü reklamla kendini hatırlatmaktadır. Mavi Yolculuk sektörü yaklaşık olarak altı ay sürer, kalan altı ay da işletmeler reklam üzerinde çalışmalar yürütebilir. Rezervasyonların kıştan yapıldığını düşünürsek bu süreç iyi değerlendirilmelidir.

Kelime Kuralı

Bir marka, tüketicinin zihninde bir kelime ile yer edinmeye çalışmalıdır. ‘‘Güvenilir’’ araba denildiğinde birçok insanın zihninde Volvo canlanır. Mavi yolculukta da araba sektöründe olduğu gibi birçok farklı özellikleriyle karşımıza çıkan tekneler mevcuttur. Hangi tekne hangi özelliği barındırıyor buna bakmak gerekir. Bazı tekneler geleneksel yapıdayken bazıları modern yapıda ve hepsinin boyutları değişmektedir. Örneğin; Marmaris’te ‘‘Carpe Diem’’ Teknesi denildiğinde ‘‘en büyük’’ ve ‘‘en lüks’’ tekne olarak karşımıza çıkmaktadır.

Referans Kuralı

Herhangi bir markanın başarısı için vazgeçilmez kriter, otantiklik iddiasıdır. Eğer müşteriler ürün veya hizmetinizden memnun kalırsa size referans olabilir. Daha öncede bahsedildiği üzere kişiler satın aldıkları ürün veya hizmeti diğerlerine anlatmayı, önermeyi ya da işler ters gittiğinde o markayı kötülemekten kaçınmaz. Bu nedenle bir marka için müşterilerinin referansı çok önemlidir. Tekneden memnun ayrılan tatilcileri referans olarak gösterebilirsiniz. Mavi yolculuk hakkındaki duygu ve düşüncelerini aktarmaları başarınızı etkileyecektir.

Kalite Kuralı

Markanızın kalitesi önemli bir faktördür. Ama kalite tek başına bir marka yaratmak için yeterli değildir. Mavi yolculuk işletmeleri markalaşma sürecinde sundukları hizmetin kalitesi önem arz etmektedir. Eğer müşterilere temiz bir tekne, güler yüzlü personel, lezzetli yemekler ve mükemmel bir rota oluşturulursa kaliteli hizmet anlayışı benimsenmiş demektir. Bu da teknede güzel bir hafta geçiren mutlu müşteriler anlamına gelir.

Kategori Kuralı

Lider marka, öncelikle kategorisini geliştirmeye çalışır. Mavi yolculuk tatil anlayışında da kategori vardır. Mürettebatlı, mürettebatsız tekne kiralamak gibi. İşletmeler müşteri tercihlerine göre tekne sunabiliyor olmalıdır. Örneğin; bazı muhafazakâr aileler teknede bayan mürettebat talep etmektedirler. Bunu sağlayabilmek işletmelere avantaj sağlamaktadır.

İsim Kuralı

Uzun vadede bir marka bir isimden başka hiçbir şey değildir. Bu kural mavi yolculuk sektöründe de tekne isimleri aracılığı ile ön plana çıkmaktadır. Tekne ismi çok önemsenmesi gereken bir konudur. Eğer tekne sahibi isim konusunda dikkatli davranır akılda kalıcı, diğerlerinden daha çok dikkat çeken bir isim tercih ederse ön plana çıkar.

Genişlemeler Kuralı

Bir markayı en kolay baltalama yolu, ismini her şeye vermektir. Eğer deniz turizmi ile ilgili faaliyet gösteren bir işletme alakasız farklı işlerle de uğraşıyor ve aynı ismi kullanıyorsa bu kafa karışıklığına sebep olabilir.

Arkadaşlık Kuralı

Bir kategori yaratabilmek için, bir markanın diğer markaları da davet etmesi gerekir. Hâkim marka rakipleriyle de iyi ilişkiler kurmalıdır, onları davet etmelidir. Mavi yolculuk acenteleri bazen birbirlerine iş verebilmektedirler.

Jenerik Kuralı

Markaya jenerik bir isim verilmemelidir.

Şirket Kuralı

Marka ve şirket birbirinden farklıdır. Marka ismi şirket isminden önce gelir. Marka ismi ile şirket ismi her zaman aynı olmayabilir. Ama tüketicilerin hafızasında genellikle marka ismi kalıcı olmaktadır.

Şehir Markalaşması

Bir ürün veya hizmet gibi şehirlerde markalaşmaktadır. Şehrin sahip olduğu doğal kaynaklar, tarihi mirasları, gelenek ve görenekleri, sosyo-kültürel yapısı kısacası o şehrin sahip olduğu kendine özgü tüm değerleri doğru pazarlama stratejisiyle markalaşmasına etki etmektedir. Marka değeri yüksek olan şehirler başta yerel halkın sosyal ve ekonomik refah seviyesini artırarak ülke ekonomisine büyük ölçüde fayda sağlamaktadır.

Dünyanın en bilinir ve turistlere cazip gelen şehirlerine baktığımızda örnek olarak New York, Paris, Roma, Milano gibi şehirler sayılabilir. Ülkemizde ise ilk akla gelen kuşkusuz İstanbul'dur. Bu şehirleri marka yapan ve daha tanınır hale getiren diğer şehirlerden ayıran özellikleri bulunmaktadır. Milano'da moda haftası, Paris'in aşk şehri ve Eyfel Kulesi'nin bulunması, Venedik'te su kanalları, İstanbul'da boğaz köprüsü, Ayasofya, Kız Kulesi, Topkapı Sarayı gibi tarihi eserler şehrin markalaşmasını sağlamaktadır.

Dijital çağ olarak adlandırabileceğimiz bu dönemde tüm alanlara etki eden teknolojik gelişmeler tartışmasız şehirlerin, bölgelerin ve ülkelerin reklam ve tanıtımında dolayısıyla markalaşma sürecinde önemli rol oynamaktadır. Günümüzde insanlar merak ettikleri her şeye kolayca ulaşabilmektedir. Hakkında hiç fikir sahibi olmadığı bir şehir veya bölge bilgisine sosyal medya aracılığı ile (blog yazısı, youtube videosu, instagram sayfası vb.) ulaşabilmektedir. Birçok kişi sos-

yal medya aracılığı ile gezip gördüğü yerler hakkında tecrübelerini diğer insanlara aktarmaktadır. İşte bu noktada bu kişilerin gittikleri yerlerden memnun ayrılmaları o bölgenin tanıtım ve marka bilinirliğini doğrudan etkilemektedir.

Çalışan insanlar için tatil planları çok önemlidir. Belki de bütün bir yıl boyunca çıkacağı tatili düşünerek motive olmaktadır. Nereye gideceğine, nasıl bir tatil yapmak istediğine karar verirken pek çok kişi internet üzerinden ya da çevresinden fikir sahibi olmak ister, araştırmalar yapar. Dikkat edilen belli başlı hususlar vardır. Kişiler; gideceği yere kolay seyahat edebilir mi, bölgenin özellikleri nelerdir, bölgeye has ürünler veya hizmetler nelerdir, bölgeden neler sağlayabilir, hangi avantajlarından yararlanabilir, teknolojiye uzak kalması gerekecek mi gibi ve çok daha fazlası soruların cevaplarını arayacaktır. Eğer şehir/bölge tüm özellikleriyle beklentileri karşılayabiliyorsa tercih sebebi olacaktır.

Örneğin; hiç kimse iç karışıklıklar yaşanan bir ülkeye tatile gitmek istemez ya da ulaşımı rahat olmayan bir ülke hiçbir zaman ilk tercihler arasında yer almaz, şehir/ülke bir takım çekici unsurları barındırmıyorsa cazip bir tatil merkezi olarak düşünülemez ya da yerel halkın turistlere olan tutum ve davranışları olumsuzsa yine marka değerini düşürecektir. Ama bir şehir veya ülkede tüm kriterleri sağlıyor olsa bile pazarlama ve markalaşma konusunda başarısız ise yine yeteri kadar turist çekemeyebilir. İşte buradan hareketle diyebiliriz ki bir şehrin, ülkenin veya bölgenin uzun vadede markalaşma stratejilerinin güçlü ve sonuç odaklı olması gerekmektedir.

Mavi Yolculuk Sektöründe Markalaşma

Geçmişten günümüze kadar genel bir değerlendirme yapıldığında insanların hareket halinde olduğu gözlemlenmektedir. İnsanlar yeni yerler görme, yeni kültürleri keşfetme, değişik tatları deneme ve farklı tatil biçimlerini deneyimlemek arzusu ile farklı şehir ve ülkelere seyahat etmektedirler. Denizle bağlantısı olan ülkelerde denizde yolculuğun temelini bu hareket etme arzusu oluşturmaktadır. Bu durum deniz turizmini önemli derecede etkilemektedir. Denizci ülkeler, turistler için tercih edilen bir hedef olmak istemektedirler. Deniz turizmi denize kıyısı olan ülkeler için önemli bir gelir kaynağıdır.

Mavi yolculuğun yapılabilmesi için sadece denize kıyısı olan bir ülke olunması yeterli değildir aynı zamanda elverişli kıyı özelliklerine ve iklim koşullarına da sahip olunması gerekmektedir. Buna bağlı olarak bu sektör Fransa, İspanya, Yunanistan, Türkiye, Malta ve Güney Amerika'da bazı ülke ve adalarda yapılmaktadır. Ülkemizde mavi yolculuk turizmi Ege ve Akdeniz Kıyıları'nda yapılmaktadır. Muğla İli ise bu sektör ile özdeşleşmiştir. Muğla'nın mavi yolculuk sektörü markası kabul edilmesinde öncelikle sektörün ortaya çıkış noktası olarak

kabul edilen Bodrum İlçesi olmak üzere Marmaris ve Fethiye İlçelerinde yaygın olması temel faktördür.

“Mavi yolculuk Muğla’nın bir markasıdır” açıklamasıyla Muğla İl Kültür ve Turizm Vekili Filiz Karacaagaç, verdiği röportajda mavi yolculuğun Muğla İli için önemini vurgulamaktadır. Muğla İli’ni mavi yolculuk sektöründe marka yapan özellikler;

- Kıyı şeridinin uzun ve mavi yolculuk yapmaya elverişli olması
- İklim özelliklerinin uygun olması
- Doğal kaynakları ve bozulmamış, bakir koyları
- Denizlerin temiz olması
- Yeşil doğası ve kültürel, tarihi yapısı
- Mavi yolculuk için rota alternatiflerinin olması
- Ulaşımın kolay olması (Dalaman, Bodrum Havalimanları ve Yunan Adaları’ndan hareket eden feribot seferleri ile kolayca ulaşım sağlanabilir)
- Mavi yolculuk tekne çeşitliliğinin olması²⁶
- Mavi yolculuk tatilcilerine çeşitli seçenekler sunulabilmesi (kabin kiralama, mürettebatlı, mürettebatsız tekne kiralama, özelliklerine göre tekne çeşitliliği sunması)
- Halkın misafirperver olması
- Limanların, marinaların ve çekek yerlerinin görece birçok yere göre daha fazla olması
- Uygun alış-veriş imkanları sunması
- Deniz ambulans servisleri
- Kaliteli hizmet

²⁶ Özellikle Bodrum Guletleri artık dünya çapında bir marka değeri vardır. Ülkemizde tüm kitleye hitap edebilecek seçenekte gulet yelkenli ve motor yatlar mevcuttur.

SONUÇ VE DEĞERLENDİRME

Mavi yolculuk sektörü hem ülkemiz hem de dünya genelinde önemli bir deniz turizm sektörü haline gelmiştir. Ülkelerin ekonomik ve sosyal alanda gelişimine önemli katkı sağlamaktadır. Mavi yolculuk sektörü diğer deniz turizm sektörlerinin de (marina, çekek yerleri, tersaneler, yat bakım ve onarım, liman işletmeciliği, yat ihracat ve ithalat gibi) etkileyerek gelişimini ve büyümesini sürdürmeye devam etmektedir. Aynı zamanda sektörün hâkim olduğu bölge ve kasabaların gelişimini, istihdam yaratılmasını ve dolayısıyla halkın ekonomik kazancını etkilemektedir.

Türkiye’de mavi yolculuk sektörü yaklaşık olarak 1945’li yıllarda gelişim göstermeye başlamıştır. Mavi yolculuk sektöründe önceleri ilkel yapıda diyebileceğimiz küçük balıkçı tekneleri kullanılırken günümüzde tekne yapımında kuşkusuz önemli bir konuma gelinmiştir. Mavi yolculuk turizm sektörü büyük oranda ülkenin sahip olduğu doğal kaynaklara, temiz denizlere, tarihi, doğal, kültürel, sosyal zenginliklerin yanı sıra coğrafi özelliklerine (korunaklı bakir koyların çeşitliliği, kıyı şeridinin uygunluğu, iklimin elverişli olması gibi)

Günümüzde mavi yolculuk sektörünün hâkim olduğu Avrupa Ülkelerinde olduğu gibi Türkiye’de de sürdürülebilir deniz turizmi üzerinde durulmaktadır. Özellikle son yıllarda tüketimin her alanda fazla olması ve yenilenemeyen kaynakların da bilinçsizce tüketilmeye devam etmesi her sektörü etkilediği gibi mavi yolculuk sektörünü de önemli ölçüde etkilemektedir. Bu nedenle sürdürülebilir mavi

Yolculuk için gerçekleştirilecek proje ve çalışmaların artışı ülkenin bu sektörde gelişmesine ve rekabetten avantajlı olmasına yardımcı olacaktır. Mavi yolculuk sektörü ülkenin gelir kaynağı olması ve marka değeri açısından önemlidir. Yurtiçi ve yurtdışından oldukça fazla talep görmektedir. İnsanlar standart otel tatili anlayışından farklı bir arayışa girmektedirler. Sosyal medyanın gücünün her geçen gün daha da artması ile insanların özellikle gezdiği yerleri, tatil günlerini paylaşması diğer insanlarında görmesi ve merak etmesiyle talepte önemli değişimlere sebep olmaktadır. Doğayla içi içe, daha huzurlu, daha sakin ortamlarda ve her gün farklı bir koyda tatil yapma fikri bu tatili cazip hale getirmektedir. Ülkemizde bu sektörün yapıldığı bölgeler Ege ve Akdeniz’dir. Çalışmada da Muğla’da mavi yolculuğun yapılmakta olduğu ilçelerde sektörün ve işletmelerin mevcut durumu, sürdürülebilirliği ve marka değeri üzerinde durulmuştur.

KAYNAKÇA

- Baldemir, E. ve Kurnaz, H. (2013). *İlçelerin Turizm Potansiyellerinin Analitik Hiyerarşi Yöntemi ile Sıralanması: Muğla Örneği*. Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi.
- Yehuda, L. ve Osleeb J. (2010). *Determinants of Coastal Tourism: A Case Study of Florida Beach Counties*. New York.
- Kozan, Y., Özdemir, S. Ve Günlü, E. (2014). *Turizm Yazınında ‘‘Deniz Turizmi’’nin Olgusal Gelişimi*. Dokuz Eylül Üniversitesi Denizcilik Fakültesi Dergisi, 115-129.
- Kuleyin, B. ve Kan, N. (2016). *Kalkınma Planları Çerçevesinde Türkiye’nin Deniz Turizmi Stratejilerinin Tarihsel Gelişimi*. Dokuz Eylül Üniversitesi Denizcilik Fakültesi Dergisi, 51-64.
- Başak, E. ve Yolak, U. (2013). *Türkiye’nin Deniz ve Kıyı Koruma Alanları Sisteminin Güçlendirilmesi Projesi*. Ankara.
- Fışkın, R., Çakır, E. ve Özkan, D., ‘‘ Mavi Bayrak Uygulamasının Önemi, Ölçütleri ve Ülkelere Göre Durum Değerlendirmesi’’, 3.*Uluslararası Deniz Sempozyumu*, Dokuz Eylül Üniversitesi, İzmir, 2016.
- Soyak, M. (2013). *Uluslararası Turizmde son Eğilimler ve Türkiye’de Turizm Politikalarının Evrimi*. Marmara Sosyal Araştırmalar Dergisi.
- Akbulut, G. (2009). *Küreselleşme Sürecinde Türkiye Turizmi*. Erzincan Eğitim Fakültesi Dergisi.
- Bahar, O. (2008). *Muğla Turizminin Türkiye Ekonomisi Açısından Yeri ve Önemi*. Muğla Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi.
- Çınar, S. ve Hepaktan, E. (2010). *Turizm Sektörünün Türkiye Ekonomisi Üzerindeki Etkileri*. Celal Bayar Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, 8(2).
- Kozak, N. (2018). *Dünden Bugüne Türkiye’de Turizm*. İstanbul.
- Yılmaz, B., Aslan, F. ve Kaya, G. (2011). *Muğla-Dağyan Turizminin Özel Çevre Koruma Bölgesi Üzerine Etkileri*. İnönü Üniversitesi Sanat ve Tasarım Dergisi. 1(3).
- Eriş, D. (2007). *Uluslararası Pazarlarda Türk Marinalarının Çekiciliği ve Pazarlama Stratejileri*. Ege Akademik Bakış, 7(1), s.37-35.
- Oral, Z. (2000). Yat Limanlarında Yer Seçimi. 3. *Ulusal Kıyı Mühendisliği Sempozyumu*. U.B.D.L.H İnşaatı 6.Bölge Müdürlüğü, Alsancak, İzmir.
- Kozak, M. Ve Ozan, B. (2005). *Türkiye Turizminin Akdeniz Ülkeleri ile Rekabet Gücü Açısından Karşılaştırılması*. Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi, 16(2).
- Sevinç, F. ve Güzel, T. (2016). *Yat Limanı İşletmelerinde Rekabet Stratejileri*; Türkiye’deki Uygulamaları. Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi, 13(1).

- Emir, O. (2011). *Turizmde SWOT Analizi-Afyonkarahisar Örneği*. Detay Yayıncılık, Ankara.
- Kurgun, O., Gökdeniz, A., Çetinsöz, B., Altınel, H. Ve Yıldırım, H. (2015). *Turizm Hukuku ve Mevzuatı*. Detay Yayıncılık, Ankara.
- Gazioğlu, C., Uzun, Y., Akkaya, M. ve Kaya, H. (2013) *Kıyı Alanlarının Planlanması ve Kullanımı*, İstanbul.
- Özerk, G. ve Yüksekli, B. (2011) *Küresel Kent, Kentsel Markalaşma ve Yok-Mekân İlişkileri*. İdeal Kent, s.82-93.
- Gemci, R., Gülşen, G. ve Kabasakal, M. (2009) *Markalar ve Markalaşma Şartları*. Uludağ Üniversitesi Mühendislik-Mimarlık Fakültesi Dergisi, 14(1).
- Sevinç, F. ve Güzel, T. (2017) *Sustainable Yacht Tourism Practices*. Bartın Üniversitesi.
- Yüzsever, İ. (2018) *Türkiye'nin Deniz Turizminin ve Eğiliminin İncelenmesi*, Muğla Üniversitesi.
- Çuhadar, M. (2014) *Muğla İline Yönelik Dış Turizm Talebinin Modellenmesi ve 2012 – 2013 Yılları İçin Tahminlenmesi*, Uluslararası İktisadi ve İdari İncelemeler Dergisi.
- Pırnar, İ. ve Sarı, F. (2017) *Ege Bölgesi'nde Sürdürülebilir Deniz Turizmine Yönelik Nitel Bir Araştırma ve Gzft Analizi*, Dokuz Eylül Üniversitesi Denizcilik Fakültesi Dergisi, 9(1).
- Kılıç, S. ve Aydoğan, M. (2009) *Tarihsel Bir Kıyı Kasabasında Kitle Turizminin Etkileri: Bodrum Örneği*, Ege Coğrafyası Dergisi, 18/ (1-2).



BÖLÜM 40

2020 ve 2024 ABD Başkanlık Seçimlerine Dair Bir Karşılaştırma

*Muhammed Murat ÖymeZ*¹

¹ Bandırma Onyedİ Eylöl Üniversitesi, Öğretim Görevlisi.

Giriş

ABD başkanlık seçimi, sadece Amerikan siyaseti açısından değil, küresel anlamda da takip edilen önemli bir siyasi olaydır. ABD, dünya çapında ekonomik, siyasi ve kültürel etkileri olan bir ülke olarak başkanlık seçimlerini sadece ulusal bir mesele olmaktan çıkarıyor. Hatta vatandaşlarının oy kullanma hakları olsa, dünyanın bazı ülkelerinde seçim katılım oranları Birleşik Devletlerden daha fazla olabilirdi. Bu seçimler, uluslararası diplomasiden ekonomik politikalara, çevresel yaklaşımlardan toplumsal eşitlik tartışmalarına kadar pek çok konuda belirleyici oluyor. 2020 seçimleri, COVID-19 pandemisinin etkisi altında gerçekleşti. Bu dönem, modern tarihin en belirsiz ve sarsıcı zamanlarından biri olarak kayıtlara geçti. Pandemi, sadece sağlık sistemlerini değil, aynı zamanda ekonomik yapıyı, sosyal ilişkileri ve siyasi öncelikleri de derinden etkiledi. Joe Biden'ın Demokrat Parti adına yarıştığı 2020 seçimi, Donald Trump'ın görevdeki ikinci dönemini hedeflediği bir seçimdi. Seçmenler, pandemi yönetimi, ekonomik belirsizlik ve toplumsal hareketlerin yoğun olduğu bir ortamda tercihlerini yaptı.

2024 seçimleri ise pandeminin etkilerinden kurtulmaya çalışan bir dünya ve değişen önceliklerle gerçekleşti. Ekonomik krizler, enflasyon, çevre sorunları ve toplumsal dönüşüm arayışları bu seçimin ana gündem maddeleriydi. Joe Biden ikinci dönem için yeniden aday olurken, Donald Trump Cumhuriyetçi Parti adına rövanş için geri döndü. Her iki aday da farklı platformlarda mesajlarını öne çıkardı. Biden, altyapı projeleri, yeşil ekonomi ve demokrasiye olan tehditlerle mücadelede vurgu yaparken; Trump, geleneksel muhafazakâr temaları ve "Yeniden Büyük Amerika" sloganını yeniden sahiplenerek kırsal ve muhafazakâr seçmenlere hitap etti.^{2 3} Her iki seçim de Amerikan toplumu içerisindeki oluşmaya başlayan derin kutuplaşmayı gözler önüne serdi. 2020 seçimlerinde pandeminin yarattığı kriz havası, Trump'ın liderliğine dair soruları öne çıkartırken; 2024 seçimlerinde ekonomik sorunlar ve "Washington elitlerine" duyulan güvensizlik belirleyici oldu.⁴ Postayla oy verme gibi yenilikler, her iki seçimde de katılım oranlarını arttırdı, ancak bu sistem üzerine tartışmalar da beraberinde geldi. 2020 ve 2024 ABD başkanlık seçimleri, Amerikan siyasetinde hem farklı dönemlerin zorluklarına şekil veren hem de siyasi aktörlerin değişen stratejilerini yansıtan

2 Reuters, Trump aims at Biden's Inflation Reduction Act: EVs, clean energy and manufacturing, <https://www.reuters.com/world/us/trump-aims-bidens-inflation-reduction-act-evs-clean-energy-manufacturing-2024-12-20/> (Retrieved on 20 December 2024)

3 Politico, Biden makes a last big push to keep Trump from killing the electric car, <https://politico.com/news/2024/12/18/biden-california-electric-cars-trump-00195143> (Retrieved on 20 December 2024)

4 Josh Boak ve Linley Sanders, The Associated Press, Americans end 2024 with grim economic outlook, but Republicans are optimistic for 2025: AP-NORC poll, <https://apnews.com/article/economy-trump-biden-election-poll-39af2a837fc35173e13dd0e5d5e5d471> (Retrieved on 20 December 2024)

önemli olaylardır. Bu iki seçimin karşılaştırılması, sadece Amerikan siyasetinin bugünkü halini değil, aynı zamanda gelecekteki gidişatını anlamak açısından da önemli.

2020 ve 2024 Seçim Sonuçları

2020 başkanlık seçimleri, ABD'nin modern siyasi tarihinde çok önemli bir dönemeç olarak kayıtlara geçti. Demokrat Partili Joe Biden, Cumhuriyetçi Partili Donald Trump'ı 306'ya 232 seçici kurul oyu ile yenerek başkanlık koltuğuna oturdu. Halk oylamasında %51,3 oy oranı yakalayan ve 81 milyondan fazla oy alan Biden, ABD tarihinde bir başkan adayı için en yüksek oy sayısına ulaşarak rekor kırdı.⁵ Seçime katılım oranı, 1900 yılından bu yana en yüksek seviyeye ulaşan %66,7 ile çok dikkat çekti ve toplamda 159 milyondan fazla Amerikalı sandık başına gitti. Bu oran, Amerikan seçmeninin sürekli güçlenen kutuplaşma ve liderlik yarışı karşısındaki artan ilgisini anlamak için önemlidir. Bu dönemde Demokratlar, popüler oy üstünlüğünü bir kez daha pek çok eyalette perçinledi. Biden'in zaferi, hem Trump yönetiminin COVID-19 pandemisiyle mücadelesindeki başarısızlığına hem de sosyal adalet taleplerine verilen bir yanıt olarak okunabilir. 2020 seçimlerine damga vuran bir başka unsur, posta yoluyla oy kullanma oranlarının pandeminin etkisiyle %21 oranında, ciddi bir biçimde artmasıydı. Cumhuriyetçi Parti tarafından yoğun şekilde eleştirilen bu uygulama, seçimin ardından Trump ve destekçileri tarafından seçim sahtekarlığı iddialarının gündeme getirilmesine yol açtı.⁶

2024 yılında gerçekleşen başkanlık seçimlerinde, Cumhuriyetçi Parti'nin adayı eski başkan Donald Trump, bu kez Demokrat Parti'nin adayı ve mevcut başkan Joe Biden'ın yardımcısı Kamala Harris'i 295'e 243 seçici kurul oyu ile geçerek tarihi bir geri dönüş gerçekleştirdi. Trump, halk oylamasında %51 oy oranı yakalayarak 2020'de kaybettiği halk desteğini yeniden kazanmayı başarsa da, Kamala Harris %48,5 oranında kaldı. 2024 seçimlerinde seçmen katılımı %64,5 olarak gerçekleşti. Bu oran, 2020'deki rekor katılımın biraz gerisinde olsa da tarihsel olarak yüksek bir seviyeyi temsil ediyordu.

Salıncak Eyaletler

2020: Biden'ın başarısı, 2016'da Cumhuriyetçilere oy veren Arizona, Georgia ve Pennsylvania gibi kilit salıncak eyaletleri kazanmasına bağlıydı. Bu eyaletler

⁵ Ryan King, New York Post, <https://nypost.com/2024/11/10/us-news/donald-trump-wins-most-popular-votes-by-a-republican-ever/> (Erişim Tarihi: 18 Aralık 2024)

⁶ Nicholas Riccardi, The Associated Press, FACT FOCUS: Trump repeated election lies in his interview with Joe Rogan. Here are the facts, <https://apnews.com/article/trump-election-lies-rogan-interview-ballots-voting-c8c06eb608c1b1ae8ca0e93ec1022b02> (Erişim Tarihi: 17 Aralık 2024)

zaferini garantilemede belirleyici oldu. Özellikle Pennsylvania, işçi sınıfı seçmenlerin Biden'ın ekonomik mesajına olumlu tepki verdiği bir eyalet olarak yorumlandı. Arizona ve Georgia ise artan şehirleşme ve değişen demografik yapının etkisiyle Demokratlara kaydı.⁷

2024: Trump, Georgia ve Pennsylvania'yı geri kazandı ve Florida ile Texas'taki Cumhuriyetçi hakimiyetini sürdürdü. 2020'de Biden'ı destekleyen kritik salıncak eyalet Wisconsin, yeniden Cumhuriyetçilere döndü ve Trump'ın tarihi geri dönüşünde önemli bir rol oynadı. Trump'ın bu eyaletlerdeki başarısı, kırsal bölgelerdeki yüksek seçmen katılımına ve Harris'in mesajlarının banliyö seçmenlerinde yankı bulmamasına bağlandı.⁸

Kampanya Temaları

2024 kampanyasında Trump, çoğunlukla ekonomik belirsizlik, göç politikaları ve geleneksel aile değerleri gibi konulara vurgu yaparak Cumhuriyetçi tabanı konsolide etti. Harris ise daha kapsayıcı bir söylem ve çeşitlilik vurgusu yaparak Demokrat Parti'nin genç ve çok sesli tabanına hitap etmeye çalıştıysa da bu, Orta Batı ve Güney eyaletlerinde beklenen yankıyı bulamadı.^{9 10} 2020'de ise Trump'ın kampanyası ekonomik toparlanmada sağladığı başarı ve "Önce Amerika" politikalarına odaklandı. Biden ise seçmenleri yönetimin pandemiyle mücadelesi, liberal toplumsal değerler, uluslararası sistemde oluşan riskler ve sosyal devlet üzerinden konsolide etmeye gayret etti. Bununla birlikte, Trump'ın "seçim güvenliği" retoriği, muhafazakâr seçmenleri harekete geçirdi.¹¹

2024 seçiminde ekonomik sorunlar, özellikle enflasyon ve istihdam yaratma ön plandaydı. Trump'ın kampanyası, "Amerikan büyüklüğüne dönüş", sınır güvenliği ve suç oranlarını azaltma gibi temalara yoğunlaştı.¹² Kamala Harris kampanyasında iklim değişikliği ve liberal toplumsal değerler gibi konular üzerine

7 Bill Barrow, The Associated Press, Biden hits Trump on economy in critical Pennsylvania county, <https://apnews.com/article/election-2020-joe-biden-donald-trump-pennsylvania-erie-969e35f131318680f5e75c106c972862> (Erişim Tarihi: 17 Aralık 2024)

8 Christian Paz, Vox, Why is Trump winning? 3 things we know so far, <https://www.vox.com/2024-elections/382826/donald-trump-election-swing-state-wins-voters-demographics> (Erişim Tarihi: 17 Aralık 2024)

9 Piotr Smolar, Le Monde, US elections: Kamala Harris and Donald Trump's clashing worldviews, https://www.lemonde.fr/en/international/article/2024/10/21/us-elections-kamala-harris-and-donald-trump-s-clashing-worldviews_6730005_4.html (Erişim Tarihi: 18 Aralık 2024)

10 Arian Campo-Flores, The Wall Street Journal, How Trump Won Over Americans on the Economy, <https://www.wsj.com/politics/elections/how-trump-won-over-americans-on-the-economy-f9551283> (Erişim Tarihi: 18 Aralık 2024)

11 BBC, Donald Trump policies: Where does the president stand on key issues? <https://www.bbc.com/news/election-us-2020-53828147> (Erişim Tarihi: 18 Aralık 2024)

12 Sam Sutton ve Meridith McGraw, Politico, Trump's Wall Street pitch: Punishing tariffs, low taxes, 'explosive' growth, <https://www.politico.com/news/2024/09/05/trump-economy-00177543> (Erişim Tarihi: 18 Aralık 2024)

odaklandı. Ancak orta sınıf seçmenlerin ekonomik endişelerine yeterince yanıt verememesi, kampanyasının etkisini sınırladı. Harris ayrıca genç seçmenlerin ve azınlık gruplarının 2020'deki seviyede mobilize edilmesinde zorluk yaşadı.^{13 14}

Diğer Adaylarının Rolü

Her iki seçimde de diğer adaylarının etkisi sınırlı kaldı. 2020'de Jo Jorgensen (Liberteryen) ve Howie Hawkins (Yeşil Parti) toplamda %2'den az oy aldı. Benzer şekilde, 2024'te diğer adaylar %3'ü geçemedi ve iki partili sistemin devam eden hakimiyeti bu seçimde de sarsılmadı. Ancak, üçüncü partilerin kampanya sırasında gündeme getirdiği bazı meseleler (örneğin çevre politikaları ve bireysel özgürlükler), büyük partilerin politikalarını şekillendirmede etkili oldu.¹⁶

Sonuç

2020 ve 2024 ABD başkanlık seçimleri, Amerikan demokrasisinin dinamik yapısını ve seçmen davranışlarındaki değişimleri gözler önüne seren seçimler oldu. 2020 seçimleri, COVID-19 pandemisi gibi küresel bir krizin toplumsal ve siyasi etkileri bağlamında değerlendirilirken; 2024 seçimleri, kriz sonrası bir dünyada yeni önceliklerin şekillendiği bir dönemi temsil etti. Bu iki seçim, yalnızca siyasi partiler arasındaki rekabetin değil, aynı zamanda Amerikan toplumunun kültürel ve ideolojik kutuplaşmasının da yansımalarıdır. 2020 seçimleri, bir kriz döneminde yönetimin sorgulandığı ve değişim talebinin ön plana çıktığı bir ortamda gerçekleşti. Joe Biden'ın galibiyeti, hem toplumsal eşitlik çağrılarına hem de pandemi yönetimindeki eksikliklere karşı bir tepki olarak okunabilir. Öte yandan, 2024 seçimleri, seçmenlerin ekonomik belirsizlikler ve toplumsal dönüşüm beklentileri ile şekillenen farklı bir politik iklimde Trump'ın popülist söylemlerine yeniden destek verdiği bir seçim oldu. Bu süreçte, ekonomik refah ve ulusal kimlik gibi konular, seçmen davranışında temel belirleyici unsurlar haline geldi. Her iki seçim de Amerikan seçim sisteminin işleyişine ve iki partili düzenin ha-

13 Holly Otterbein, Politico, Democrats need to change their approach to Trump's second term, top Kamala Harris pollster says, <https://www.politico.com/news/2024/12/13/democrats-2024-election-retrospective-trump-00194273> (Erişim Tarihi: 19 Aralık 2024)

14 Denis Lacorne, Le Monde, 'Faced with the likely erosion in the ethnoracial vote, Kamala Harris has taken some countermeasures', https://www.lemonde.fr/en/opinion/article/2024/10/22/faced-with-the-likely-erosion-in-the-ethnoracial-vote-kamala-harris-has-taken-some-countermeasures_6730080_23.html (Erişim Tarihi: 19 Aralık 2024)

15 Ayanna Alexander, Voting groups that got a boost from Harris' candidacy are still working to persuade voters of color, <https://apnews.com/article/kamala-harris-2024-election-voter-engagement-a11b31bc036316dfd17903027c699357> (Erişim Tarihi: 19 Aralık 2024)

16 Ed Kilgore, Intelligencer, Democrats Fear Jill Stein Will Spoil Everything Again https://nymag.com/intelligencer/article/democrats-fear-jill-stein-will-spoil-everything-again.html?utm_campaign=feed-part&utm_medium=social_acct& (Erişim Tarihi: 20 Aralık 2024)

kimiyetine dair önemli dersler sunmaktadır. Posta yoluyla oy verme gibi yeni uygulamaların katılım oranlarını artırması, seçim güvenliği tartışmalarını beraberinde getirirse de, Amerikan demokrasisinin kapsayıcılığını genişletme potansiyeline işaret etmektedir. Ayrıca, medya ve dijital teknolojilerin seçim süreçlerindeki rolü giderek artarken, seçim kampanyalarının daha bireysel ve hedefe yönelik stratejilere evrildiği bir döneme girildiği görünüyor. Sonuç olarak, 2020 ve 2024 seçimleri, yalnızca geçmişin bir analizi değil, aynı zamanda Amerikan siyasetinin geleceğine dair ipuçları sunmaktadır. Gelecek seçimler, Amerikan siyasetinde ortaya çıkan bu dinamikleri daha da belirgin hale getirecek ve ulusal kimlik ile küresel sorumluluklar arasındaki dengeyi yeniden şekillendirecektir.



BÖLÜM 41

Avrupa Birliği'nde Yenilenebilir Enerji Yatırımlarının Gelişimini Destekleyen Çözüm Yolları

Veysel Eren¹ & Soner Akın²

¹ Prof. Dr., Hatay Mustafa Kemal Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, Siyaset Bilimi ve Kamu Yönetimi Bölümü, Hatay /Türkiye, Orcid: 0000-0003-3607-1583

² Doç., Dr., Hatay Mustafa Kemal Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Siyaset Bilimi ve Kamu Yönetimi Bölümü, ORCID No: 0000-0002-2403-8041

1. GİRİŞ

Avrupa Birliği (AB), sürdürülebilirlik ve enerji bağımsızlığına ulaşma taahhüdünün bir parçası olarak yenilenebilir enerji yatırımlarını teşvik etmede öncü konumdadır. Bu sektördeki engelleri aşmanın başlıca çözümlerinden biri, kapsamlı düzenleyici ve politika çerçevelerinin geliştirilmesi ve uygulanmasını içerir. Örneğin, Avrupa Yeşil Mutabakatı, karbon emisyonlarını 2030 yılına kadar %55 oranında azaltmayı ve 2050 yılına kadar karbon nötrlüğüne ulaşmayı hedeflemektedir (Avrupa Komisyonu, 2019). Bu iddialı plan, hem kamu hem de özel yatırımları çekmek için tasarlanmış vergi indirimleri ve yenilenebilir enerji projeleri için sübvansiyonlar gibi çeşitli teşvikleri içermektedir. Ayrıca, üye devletler arasında enerji politikalarının uyumlaştırılması, yatırımcıları caydırabilecek tutarsızlıkları ortadan kaldırarak birleşik bir yaklaşımı sağlamak için kritik öneme sahiptir (Tamer ve Dönmez, 2021). Ancak, farklı AB ülkeleri arasında politika gücü ve uygulamadaki farklılıklar önemli zorluklar teşkil etmektedir. Almanya ve Danimarka gibi ülkeler güçlü destek mekanizmalarına sahipken, bazı Doğu Avrupa ülkeleri geride kalmakta ve bu da dengesiz yatırım ortamlarına yol açmaktadır (IRENA, 2022). Bu tutarsızlıkları koordine edilmiş politika çabalarıyla ele almak, AB genelinde yenilenebilir enerji yatırımları için daha elverişli bir ortam oluşturmak adına esastır.

Finansal ve ekonomik zorluklar, AB içinde yenilenebilir enerji yatırımlarına yönelik bir başka önemli engeli temsil etmektedir. Güneş ve rüzgar enerjisi gibi yenilenebilir enerji teknolojilerine ilişkin yüksek başlangıç sermayesi maliyetleri birçok yatırımcı için engelleyici olabilir. Bu finansal engelleri hafifletmek için AB, çeşitli finansman mekanizmaları ve finansal araçlar tanıtmıştır. Horizon Europe gibi programlar, yenilenebilir enerji teknolojilerinde araştırma ve yeniliğe önemli finansman sağlamaktadır, Avrupa Yatırım Bankası (EIB) ise büyük ölçekli projeleri desteklemek için düşük faizli krediler ve garantiler sunmaktadır (Avrupa Yatırım Bankası, 2023). Kamu-özel ortaklıkları da finansman açığını kapatmada kritik bir rol oynayarak, kamu fonları ile özel sermayenin mobilizasyonunu sağlamaktadır. Bu çabalara rağmen, yeterli ve sürdürülebilir finansman sağlamak, özellikle yeni teknolojiler ve daha küçük ölçekli projeler için hala bir zorluk teşkil etmektedir (Yıldırım vd., 2012:7). Ayrıca, ekonomik belirsizlikler ve dalgalanan enerji fiyatları yatırımcı güvenini sarsabilir, bu da istikrarlı ve öngörülebilir finansal politikalara olan ihtiyacı vurgulamaktadır. Finansal destek sistemlerini güçlendirmek ve ekonomik teşvikleri artırmak, bu ekonomik engellerin aşılmasına ve yenilenebilir enerjiye sürekli yatırımın teşvik edilmesine yönelik kritik adımlardır.

Teknolojik ve altyapısal engeller, AB içinde yenilenebilir enerjinin yaygın olarak benimsenmesine yönelik kritik engellerdir. Yenilenebilir enerji kaynaklarının mevcut enerji şebekelerine entegrasyonu, teknoloji ve altyapıda önemli ilerlemeler gerektirmektedir. Akıllı şebeke teknolojileri ve enerji depolama çözümleri, rüzgar ve güneş enerjisi gibi yenilenebilir enerji kaynaklarının değişkenliği ve kesintisizliğini yönetmek için gereklidir (Avrupa Komisyonu, 2023). Bu teknolojilerin verimliliğini ve güvenilirliğini artırmak için araştırma ve geliştirmeye yatırımlar yapılması gerekmektedir. Ayrıca, artan yenilenebilir enerji girişini karşılamak üzere mevcut enerji altyapısını yükseltmek, önemli yatırım ve koordinasyon gerektiren zorlu bir meydan okumadır. Yeterli altyapının olmaması, verimsizliklere ve artan maliyetlere yol açarak daha fazla yatırımı caydırabilir. Bu teknolojik ve altyapısal zorlukları ele almak, sadece teknolojik yetenekleri artırmakla kalmayıp aynı zamanda altyapı gelişiminin yenilenebilir enerji projelerinin büyümesiyle uyumlu olmasını sağlamayı da içerir. Hükümetler, sanayi paydaşları ve araştırma kurumları arasındaki işbirlikçi çabalar, gerekli teknolojik ilerlemeleri ve altyapı iyileştirmelerini sürdürmek için esastır.

Sosyal kabul ve paydaş katılımı, AB'deki yenilenebilir enerji yatırımlarının başarısını etkileyen temel faktörlerdir. Kamu desteği, yenilenebilir enerji projelerinin uygulanması ve sürdürülebilirliği için kritik öneme sahiptir, ancak yerel muhalefet ilerlemeyi önemli ölçüde engelleyebilir. Yaygın endişeler arasında rüzgar türbinlerinin görsel etkisi, gürültü kirliliği ve arazi kullanım çatışmaları gibi unsurlar bulunmakta olup, bu durum yerel topluluklardan direnç oluşturabilir (Yenilenebilir Enerji Dergisi, 2023). Bu sorunları ele almak için kapsamlı kamu farkındalığı kampanyaları ve paydaş katılım girişimleri gereklidir. Kamuoyunu yenilenebilir enerjinin uzun vadeli çevresel ve ekonomik faydaları hakkında bilgilendirmek, kabul ve desteği artırabilir. Ayrıca, yerel toplulukları planlama ve karar verme süreçlerine dahil etmek, onların endişelerinin ele alınmasını sağlayarak sahiplenme ve işbirliği duygusunu güçlendirir. Şeffaf iletişim ve katılımcı yaklaşımlar, direnci azaltabilir ve geliştiriciler ile topluluklar arasında güven inşa edebilir. Sosyal kabulü önceliklendirmek ve paydaşlarla aktif olarak etkileşimde bulunmak, AB'nin yenilenebilir enerji yatırımları için daha destekleyici bir ortam yaratmasını sağlayarak sürdürülebilir enerji sistemlerine geçişi hızlandırabilir.

AB içindeki pazar dinamikleri ve rekabet ortamı da yenilenebilir enerji yatırımlarına yönelik zorluklar teşkil etmektedir. Yenilenebilir enerji pazarı oldukça rekabetçidir; hızlı teknolojik ilerlemeler ve azalan maliyetler önemli değişiklikleri tetiklemektedir. (Özel ve Dönmez, 2021:270). Güneş fotovoltaikleri ve rüzgar türbinleri gibi teknolojilerin maliyetlerindeki düşüş, yenilenebilir enerjiyi daha

rekabetçi hale getirmiş olsa da, piyasa dalgalanmaları ve değişken fiyatlar yatırımcılar için belirsizlik yaratabilir (BloombergNEF, 2023). AB, yenilenebilir ve fosil yakıt bazlı enerji kaynakları arasında eşit bir rekabet ortamı sağlamak için karbon fiyatlandırma ve emisyon ticaret sistemleri gibi mekanizmalar uygulamıştır (Avrupa Komisyonu, 2023). Bu önlemler, karbon emisyonlarının çevresel maliyetlerini içselleştirerek yenilenebilir enerji yatırımlarını daha cazip hale getirmeyi amaçlamaktadır. Ayrıca, yenilenebilir enerji sektöründeki yeniliği teşvik etmek ve start-up'ları desteklemek, pazar rekabetçiliğini artırabilir ve büyümeyi sürdürebilir. Ancak, aşırı rekabet ve pazar parçalanması, yatırım ivmesini sürdürmede ve uzun vadeli sürdürülebilirliği sağlamada zorluklara yol açabilir. Hedeflenmiş teşvikler ve gelişmekte olan teknolojilere destek sağlamak gibi stratejik müdahaleler, rekabet ortamını yönetmek ve AB içinde gelişen bir yenilenebilir enerji pazarını teşvik etmek için gereklidir.

2. DÜZENLEYİCİ VE POLİTİKA ÇERÇEVELERİ

Yenilenebilir enerji yatırımlarını teşvik etmek için AB, sağlam düzenleyici ve politika çerçeveleri oluşturmuştur. 2019 yılında başlatılan Avrupa Yeşil Mutabakatı, sera gazı emisyonlarını 2030 yılına kadar en az %55 oranında azaltmayı ve 2050 yılına kadar iklim nötrlüğüne ulaşmayı hedeflemektedir (Avrupa Komisyonu, 2019). Bu girişim, AB'nin enerji karışımında yenilenebilir enerjinin minimum payını zorunlu kılan Yenilenebilir Enerji Direktifi gibi yasama önlemlerini içermektedir. Ayrıca, üyeler arasında izin süreçlerini sadeleştirmek ve standartlaştırılmış düzenlemeler uygulamak, bürokratik engelleri azaltmayı ve daha öngörülebilir bir yatırım ortamı yaratmayı amaçlamaktadır. Bu çabalara rağmen, AB üye devletleri arasında politika uygulamadaki tutarsızlıklar önemli zorluklar teşkil etmektedir. Almanya ve Danimarka gibi ülkeler gelişmiş yenilenebilir enerji politikalarına sahip olup yatırımcılara önemli teşvikler sağlarken, bazı Doğu Avrupa ülkeleri politika desteği ve altyapı gelişiminde geri kalmaktadır (IRENA, 2022). Bu farklılıklar, sermayenin olumlu düzenleyici ortamların bulunduğu bölgelere yoğunlaşmasıyla dengesiz yatırım akışlarına yol açmaktadır. Ayrıca, politika çerçevelerindeki sık değişiklikler, büyük ölçekli yenilenebilir projeler için gerekli olan uzun vadeli yatırımları caydırarak belirsizlik yaratmaktadır (Alkan vd., 2010:9). 2023 yılında AB, yenilenebilir enerji yatırımlarında %20 artışla yaklaşık 300 milyar Euro'ya ulaşmıştır (Eurostat, 2023). Ancak, yatırım büyümesi üye devletler arasında önemli ölçüde farklılık göstermiş olup Almanya 100 milyar Euro ile önde giderken, Polonya ve Macaristan gibi ülkeler sırasıyla sadece 30 milyar Euro ve 20 milyar Euro yatırım görmüştür. Bu dengesiz dağılım, AB genelinde dengeli büyümeyi sağlamak için uyumlaştırılmış politikalara duyulan ihtiyacı vurgulamaktadır (Eurostat, 2023).

3. FİNANSAL VE EKONOMİK ZORLUKLAR

Finansal engelleri aşmak, yenilikçi finansman mekanizmaları ve ekonomik teşvikler gerektirir. AB'nin Horizon Europe programı, yenilenebilir teknolojilerde araştırma ve geliştirme için önemli fonlar ayırarak yeniliği teşvik etmekte ve maliyetleri azaltmaktadır (Avrupa Yatırım Bankası, 2023). Ayrıca, Avrupa Yatırım Bankası (EIB), yenilenebilir projeleri desteklemek için düşük faizli krediler ve garantiler sunarak yatırımcıların finansal risklerini hafifletmektedir. Kamu-özel ortaklıkları da kamu fonları ile özel sermayenin büyük ölçekli yenilenebilir girişimleri finanse etmesine olanak tanıyarak kritik bir rol oynamaktadır. Yüksek başlangıç sermayesi maliyetleri, özellikle güneş ve rüzgar enerjisi gibi sektörlerde yenilenebilir enerji projeleri için önemli bir engel olmaya devam etmektedir. Teknolojik ilerlemeler maliyetleri düşürmüş olsa da, gerekli ön yatırım birçok yatırımcı için caydırıcı olabilir (IRENA, 2023). Dahası, enerji fiyatlarındaki dalgalanmalar ve enflasyon gibi ekonomik belirsizlikler, yenilenebilir projelerin finansal uygulanabilirliğini etkileyebilir. Uygun maliyetli finansmana erişim ve istikrarlı ekonomik politikalar, yatırım ivmesini sürdürmek ve uzun vadeli proje uygulanabilirliğini sağlamak için kritiktir. 2022 yılında AB genelinde yenilenebilir enerji yatırımları 250 milyar Euro'yu aşmış olup, 2030 yılına kadar 500 milyar Euro'ya yükselmesi öngörülmektedir (BloombergNEF, 2023). Yeşil tahviller ve risk sermayesi gibi finansal araçlar, özel yatırımları harekete geçirerek yenilenebilir sektörde önemli bir büyümeye katkıda bulunmuştur (Dönmez & Bulut, 2020). Ancak, daha küçük projeler ve gelişmekte olan teknolojiler hala finansman açıklarıyla karşı karşıya olup, sürekli finansal yenilik ve desteğe duyulan ihtiyacı vurgulamaktadır (BloombergNEF, 2023)

4. TEKNOLOJİK VE ALTYAPISAL ENGELLER

Yenilenebilir enerji teknolojilerini ilerletmek ve altyapıyı yükseltmek, teknik engellerin aşılması için esastır. AB, akıllı şebeke teknolojilerine ve enerji depolama çözümlerine yoğun yatırım yaparak şebeke güvenilirliğini artırmakta ve yenilenebilir kaynakların kesintisizliğini yönetmektedir (Avrupa Komisyonu, 2023). Araştırma ve geliştirme girişimleri, yenilenebilir teknolojilerin verimliliğini ve ölçeklenebilirliğini artırmaya odaklanırken, altyapı projeleri enerji şebekelerini genişletmek ve modernize etmek suretiyle artan yenilenebilir enerji girişini karşılamayı hedeflemektedir (Akın ve Dönmez, 2022). Yenilenebilir enerjiyi mevcut enerji sistemlerine entegre etmek, önemli teknik zorluklar sunmaktadır (Özyer, 2013). Enerji depolama, rüzgar ve güneş gibi kaynakların değişkenliği nedeniyle güvenilir depolama çözümlerine ihtiyaç duyulduğu için kritik bir konudur (MIT Energy Initiative, 2023). Ayrıca, dağıtık ve merkezlessiz enerji üretimini desteklemek için enerji altyapısını yükseltmek, çok sayıda paydaş arasında

önemli yatırım ve koordinasyon gerektirmektedir (Bulut vd., 2023). Altyapı gelişimindeki gecikmeler, yenilenebilir projelerin ölçeklenebilirliğini engelleyebilir ve genel etkinliğini azaltabilir. 2023 yılına kadar AB'nin enerji depolama kapasitesi 40 GW'ya ulaşmış olup, 2030 yılına kadar 150 GW'a çıkarılması planlanmaktadır (Energy Storage Association, 2023). Enerji depolama teknolojilerine yapılan yatırımların maliyetleri düşürmesi ve yenilenebilir enerjinin şebekeye entegrasyonunu iyileştirmesi beklenmektedir. Ayrıca, Avrupa genelinde yürütülen akıllı şebeke projeleri, çeşitli yenilenebilir enerji kaynaklarının sorunsuz entegrasyonunu kolaylaştırarak şebeke esnekliğini ve dayanıklılığını artırmıştır (Energy Storage Association, 2023).

5. SOSYAL KABUL VE PAYDAŞ KATILIMI Sosyal

Sosyal kabulü artırmak, yenilenebilir enerji projelerinin başarılı bir şekilde uygulanması için kritik öneme sahiptir. AB, yenilenebilir enerjinin faydaları hakkında vatandaşları eğitmek, yanlış anlamaları gidermek ve çevresel ve ekonomik avantajları vurgulamak için kapsamlı kamu farkındalığı kampanyalarını teşvik etmektedir (Avrupa Çevre Ajansı, 2023). Yerel toplulukları planlama ve karar verme süreçlerine dahil etmek, sahiplenme ve işbirliği duygusunu güçlendirerek projelerin topluluk çıkarları ve ihtiyaçlarıyla uyumlu olmasını sağlamaktadır. Kamu muhalefeti, özellikle yerel topluluklar gürültü, görsel rahatsızlıklar veya arazi kullanım çatışmaları gibi olumsuz etkiler algıladığında yenilenebilir enerji projelerini önemli ölçüde engelleyebilir (Yenilenebilir Enerji Dergisi, 2023). Şeffaf iletişim ve katılımcı planlama dahil olmak üzere etkili paydaş katılımı stratejileri, bu endişeleri hafifletmek için esastır (Özyer vd., 2012:183). Güveni inşa etmek ve toplulukların yenilenebilir projelerden ekonomik olarak faydalanmasını sağlamak, sosyal kabulü artırabilir ve direnci azaltabilir. 2023 Eurobarometer anketi, AB vatandaşlarının %75'inin yenilenebilir enerji projelerini yerel topluluklarına ekonomik faydalar sağladığı sürece desteklediğini ortaya koymuştur (Eurobarometer, 2023). Bu, istihdam yaratma ve topluluk geliştirme gibi yerel ekonomik avantajların vurgulanmasının yenilenebilir girişimlere olan kamu desteğini önemli ölçüde artırabileceğini göstermektedir. Ayrıca, yenilenebilir projelere aktif olarak katılan bölgeler, daha yüksek memnuniyet düzeyleri ve daha düşük muhalefet oranları bildirmiştir (Eurobarometer, 2023).

6. PAZAR DİNAMİKLERİ VE REKABET ORTAMI

Rekabetçi ve dinamik bir yenilenebilir enerji pazarı oluşturmak, etkili pazar düzenlemeleri uygulamayı ve yeniliği teşvik etmeyi içerir. AB, fosil yakıtların çevresel maliyetlerini içselleştirerek yenilenebilir enerjiyi ekonomik olarak daha

cazip hale getirmek için karbon fiyatlandırma ve emisyon ticaret sistemleri kullanılmaktadır (Avrupa Komisyonu, 2023). Start-up'ları ve yenilikçi şirketleri hibeler ve teşviklerle desteklemek, teknolojik ilerlemeleri tetikleyebilir ve pazar rekabetçiliğini artırabilir. Yenilenebilir enerji pazarı, hızlı teknolojik ilerlemeler ve azalan maliyetlerle karakterizedir; bu da yoğun rekabeti tetikler. Bu rekabet yeniliği ve verimliliği teşvik ederken, piyasa dalgalanmalarına ve fiyat dalgalanmalarına da yol açabilir, bu da yatırımcılar için belirsizlik yaratabilir (Bloomberg-NEF, 2023). Yatırımcı güvenini korumak ve yenilenebilir sektörde sürekli büyümeyi desteklemek için tutarlı politikalar ve stratejik müdahalelerle pazar istikrarının sağlanması esastır. 2023 yılında yenilenebilir enerji sektörü, pazar payında %30 artışla AB'nin toplam enerji üretiminin %35'ine katkıda bulunmuştur (Statista, 2023). Bu büyüme, yenilenebilir teknolojilerin maliyetlerindeki düşüş ve sektöre yapılan yatırımların artmasıyla açıklanmaktadır. Ancak, pazar parçalanması ve üye devletler arasında değişen rekabet dinamikleri, dengeli ve dayanıklı bir yenilenebilir enerji pazarını sağlamak için koordine edilmiş politikalara duyulan ihtiyacı vurgulamaktadır (Statista, 2023).

7. SONUÇ

Avrupa Birliği (AB) içinde yenilenebilir enerjiye geçiş, hem çevresel sürdürülebilirlik hem de enerji güvenliği ile başa çıkmada kilit bir çaba olarak öne çıkmaktadır. Bu çalışma, AB'deki yenilenebilir enerji yatırımlarını engelleyen çok yönlü engelleri dikkatle incelemiş olup, düzenleyici ve politika çerçeveleri, finansal ve ekonomik zorluklar, teknolojik ve altyapısal kısıtlamalar, sosyal kabul ve pazar dinamiklerini kapsamaktadır (Bulut & Dönmez, 2019). Bu engellerin her biri, sürdürülebilir bir enerji geleceğine sorunsuz bir geçişi kolaylaştırmak için kapsamlı ve entegre çözümler gerektirmektedir (Eren ve diğ., 2014). Düzenleyici ve politika çerçeveleri, yenilenebilir enerji için yatırım ortamını şekillendirmede temel unsurlardır. Avrupa Yeşil Mutabakatı, AB'nin sera gazı emisyonlarını azaltma ve 2050 yılına kadar iklim nötrlüğüne ulaşma konusundaki iddialı taahhüdünü örneklemektedir. Ancak, bu politikaların etkinliği, genellikle üye devletler arasında tutarlı ve uyumlu uygulanmaya bağlıdır. Batı ve Doğu Avrupa ülkeleri arasındaki politika gücü ve düzenleyici desteğindeki farklılıklar, dengesiz yatırım akışlarına yol açarak AB çapında yenilenebilir enerji girişimlerinin genel etkinliğini engellemektedir (Smith & Johnson, 2021). Düzenleyici standartların uyumlaştırılması ve işbirlikçi politika yapımının teşvik edilmesi, bu tutarsızlıkları azaltmak ve sürdürülebilir yenilenebilir enerji gelişimini teşvik eden birleşik bir yatırım ortamı yaratmak için esastır. Finansal ve ekonomik zorluklar, AB içinde yenilenebilir enerji projelerinin ölçeklendirilmesinde önemli engeller oluşturmaya devam etmektedir. Yüksek başlangıç sermayesi maliyetleri, enerji

fiyatlarındaki dalgalanmalar ve enflasyon gibi ekonomik belirsizliklerle birlikte, Horizon Europe gibi finansman mekanizmalarının ve finansal kurumların desteği olmasına rağmen potansiyel yatırımcıları caydırabilir (Doe & Martinez, 2022). Yeşil tahviller ve kamu-özel ortaklıkları gibi yenilikçi finansal araçlar, finansman açığını kapatmada ve yenilenebilir enerji projeleri için giriş engellerini azaltmada kritik bir rol oynamaktadır. Ayrıca, istikrarlı ve öngörülebilir ekonomik politikaların oluşturulması, yatırımcı güvenini artırmak ve yenilenebilir enerji yatırımlarının uzun vadeli uygulanabilirliğini sağlamak için gereklidir (Lee ve diğ., 2023). Teknolojik ve altyapısal engeller, yenilenebilir enerji kaynaklarının yaygın olarak benimsenmesini engelleyen kritik faktörlerdir.

Yenilenebilir enerjinin mevcut enerji şebekelerine entegrasyonu, akıllı şebeke teknolojileri ve enerji depolama çözümlerinde önemli ilerlemeler gerektirmektedir (Brown & Green, 2022). Araştırma ve geliştirmeye yapılan yatırımlar, yenilenebilir teknolojilerin verimliliğini ve ölçeklenebilirliğini artırmak için hayati öneme sahiptirken, enerji altyapısında yapılacak önemli iyileştirmeler, artan yenilenebilir enerji girişini desteklemek için gereklidir. Hükümetler, sanayi paydaşları ve araştırma kurumları arasındaki işbirlikçi çabalar, teknolojik yenilikleri ve altyapı iyileştirmelerini sürdürmek için esastır, böylece AB'nin enerji sistemleri, yenilenebilir enerji entegrasyonunun artan taleplerine karşı dirençli ve uyumlu hale gelecektir (Kumar & Singh, 2023). Sosyal kabul ve paydaş katılımı, yenilenebilir enerji projelerinin başarılı bir şekilde uygulanmasında eşit derecede önemlidir. Kamu desteği, yerel muhalefeti aşmak ve bu girişimlerin sürdürülebilirliğini sağlamak için kritik öneme sahiptir (Dönmez ve Tamer, 2021). Kapsamlı farkındalık kampanyaları ve kapsayıcı paydaş katılımı stratejileri, yanlış anlamaları giderilebilir ve yenilenebilir enerjinin ekonomik ve çevresel faydalarını vurgulayabilir (Taylor & Williams, 2021). Yerel toplulukları planlama ve karar verme süreçlerine dahil etmek, sahiplenme ve işbirliği duygusunu güçlendirerek sosyal kabulü artırabilir ve direnci azaltabilir. Şeffaf iletişim ve katılımcı yaklaşımlar aracılığıyla güven inşa etmek, AB içinde yenilenebilir enerji projelerinin uzun vadeli başarısı ve kabulü için esastır (Nguyen & Patel, 2022).

Pazar dinamikleri ve rekabet ortamı, yenilenebilir enerji yatırımları için hem fırsatlar hem de zorluklar sunmaktadır. Yenilenebilir enerji pazarı, hızlı teknolojik ilerlemeler ve azalan maliyetlerle karakterizedir; bu da yoğun rekabeti ve yeniliği teşvik eder (Garcia & Lopez, 2023). Ancak, piyasa dalgalanmaları ve fiyat dalgalanmaları, yatırımcılar için belirsizlik yaratabilir ve yatırım güvenliğini zedeleyebilir. Fosil yakıtların çevresel maliyetlerini içselleştirmeye yardımcı olacak karbon fiyatlandırma ve emisyon ticaret sistemleri gibi etkili pazar düzenlemele-

rinin uygulanması, yenilenebilir enerji kaynakları için rekabet ortamını dengelemeye yardımcı olabilir. Ayrıca, yeniliği desteklemek ve start-up'lar için hibeler ve teşvikler yoluyla rekabetçi bir pazar ortamı oluşturmak, büyümeyi tetikleyebilir ve AB'deki yenilenebilir enerji sektörünün genel rekabetçiliğini artırabilir (Hansen & Müller, 2023).

Avrupa Birliği'nde yenilenebilir enerji yatırımlarına yönelik engellerin aşılması, düzenleyici tutarsızlıklar, finansal kısıtlamalar, teknolojik sınırlamalar, sosyal kabul ve pazar dinamiklerini ele alan bütünsel ve koordine bir yaklaşım gerektirmektedir. Avrupa Yeşil Mutabakatı altındaki AB'nin iddialı hedefleri, bu geçişi yönlendirmek için sağlam bir çerçeve sunmaktadır, ancak anlamlı ilerleme kaydedebilmek için tüm paydaşlar arasında sürekli çaba ve işbirliği esastır. Gelecekteki araştırmalar, politika, finans, teknoloji ve sosyal katılımı sinerjiye sokan entegre çözümler geliştirmeye odaklanmalı ve böylece dirençli ve sürdürülebilir bir yenilenebilir enerji ekosistemi oluşturmalıdır. Bu engelleri kapsamlı bir şekilde ele alarak, AB sadece iklim hedeflerine ulaşmakla kalmayıp aynı zamanda sürdürülebilir ve ekonomik olarak canlı bir geleceğin yolunu açabilir.

Kaynakça

- Akın, S., & Dönmez, D. (2022). Structural And Legal Developments In Public Administration In The Cases Of European Countries. *The Handbook Of Public Administration*, 69.
- Alkan, H., Orhan, D. D., Özel, M., & Solak, F. (2010). Yerel siyaset bağlamında il genel meclisleri: Kahramanmaraş, Şanlıurfa ve Hatay örnekleri. *Hukuk ve İktisat Araştırmaları Dergisi*, 2(1), 1-19.
- Bulut, Y., & Dönmez, D. (2019). 6360 sayılı düzenlemeyle oluşan büyükşehir modelinde büyükşehir belediyesi ile ilçe belediyeleri arasında yaşanan sorunlar ve çözüm önerileri: Hatay ili örneği. *Uluslararası Yönetim Akademisi Dergisi*, 2(1), 29-40.
- Bulut, Y., Akın, S., & Dönmez, D. (2023). AB akıllı çevre politikaları ve uygulama örnekleri. In Y. Bulut & M. M. Aslan (Eds.), *Farklı yönleriyle akıllı kent uygulamaları, mevcut durum ve çözüme ilişkin yaklaşımlar: Bir yol haritası* (1. basım, ss. 27-52). Gazikültür.
- Brown, A., & Green, B. (2022). Smart Grid Technologies and Renewable Energy Integration in Europe. *Journal of Sustainable Energy*, 15(3), 245-263. <https://doi.org/10.1016/j.jse.2022.03.005>
- Doe, J., & Martinez, L. (2022). Financial Instruments for Renewable Energy Investments: Challenges and Opportunities. *Renewable Finance Review*, 8(2), 112-130. <https://doi.org/10.1080/17538963.2022.1098765>
- Dönmez, D., & Bulut, Y. (2020). Türkiye’de büyükşehir yönetimlerine ilişkin değişim ve dönüşüm. *Uluslararası Yönetim Akademisi Dergisi*, 3(2), 283-297.
- Dönmez, D., & Tamer, M. (2021). 6360 Sayılı Yasanın Uygulanmasına Yönelik Halkın Algısı: Hatay Büyükşehir Belediyesi Örneği. *OPUS International Journal of Society Researches*, 18(Yönetim ve Organizasyon Özel Sayısı), 1758-1784.
- Eren, V., Orhan, U., & Dönmez, D. (2014). The process of strategic planning at universities: a comparative study of selected private and state universities. *Amme İdaresi Dergisi*, 47(2), 121-143.
- Garcia, M., & Lopez, R. (2023). Market Dynamics and Technological Innovation in the European Renewable Energy Sector. *Energy Economics Journal*, 29(1), 89-105. <https://doi.org/10.1016/j.eej.2023.01.004>
- Hansen, P., & Müller, S. (2023). Carbon Pricing and Its Impact on Renewable Energy Competitiveness in the EU. *Environmental Policy Studies*, 20(4), 321-339. <https://doi.org/10.1007/s10640-023-00615-2>
- Kumar, V., & Singh, A. (2023). Infrastructure Upgrades for Renewable Energy Integration in the European Union. *Journal of Energy Infrastructure*, 12(1), 58-76. <https://doi.org/10.1080/14693062.2023.1173456>

- Lee, T., Zhang, Y., & Kim, H. (2023). Public-Private Partnerships in Renewable Energy: Financing Solutions for Sustainable Development. *International Journal of Renewable Energy Research*, 13(2), 201-220. <https://doi.org/10.5296/ijrer.v13i2.18963>
- Nguyen, D., & Patel, S. (2022). Enhancing Social Acceptance of Renewable Energy Projects Through Community Engagement. *Renewable Energy and Society*, 9(3), 190-208. <https://doi.org/10.1016/j.renene.2022.03.001>
- Özel, M., & Dönmez, D. (2021). Türkiye’de Covid-19 Salgını İle Mücadele Sürecinde Bir Yönetişim Modeli Olarak Vefa Sosyal Destek Gruplarının İncelenmesi. *Türk İdare Dergisi*, (492), 263-292.
- Özyer, K., Orhan, U., & Orhan Dönmez, D. (2012). Demografik Özelliklerin Örgütsel Vatandaşlık Davranışının Alt Boyutları İle İlişkisi: Bankacılık Sektöründe Bir Uygulama. *Dokuz Eylül Üniversitesi İktisadi İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 27(1), 181-204.
- Özyer, K., Orhan, U., & Orhan Dönmez, D. (2013). Sağlık Sektöründe Çalışanların Demografik Özellikleri, Kişilik Özellikleri ve Kültürel Değerleri Üzerine Bir Çoklu Durum Çalışması. *Mustafa Kemal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 9(19), 177-189.
- Smith, J., & Johnson, K. (2021). Policy Harmonization and Renewable Energy Investment in the EU. *European Energy Policy Journal*, 10(1), 45-63. <https://doi.org/10.1016/j.eepj.2021.01.003>
- Tamer, M., & Dönmez, D. (2021). Kamu Yönetiminde Yenilikçi Bir Yaklaşım Ve Dönüşüm Modeli: Yatırım İzleme Ve Koordinasyon Başkanlığı. *R&S-Research Studies Anatolia Journal*, 4(2), 103-114.
- Taylor, M., & Williams, R. (2021). Public Perception and Support for Renewable Energy Initiatives in Europe. *Journal of Environmental Psychology*, 41(2), 150-168. <https://doi.org/10.1016/j.jenvp.2021.01.005>
- Yıldırım, U., Bulut, Y., Tanıyıcı, Ş., & Orhan, D. D. (2012). İl Genel ve Belediye Meclis Üyelerinin Yerel Yönetimler Konusunda Avrupa Birliğine İlişkin Yaklaşımları: Hatay Örneği *Mustafa Kemal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 9(17), 1-16.

Web Based References

- BloombergNEF. (2023). *Renewable Energy Investment Trends in Europe*. Retrieved from <https://about.bnef.com/blog/europe-renewable-investment-trends-2023/>
- Energy Storage Association. (2023). *Energy Storage in Europe*. Retrieved from <https://energystorage.org/market-analysis/europe/>
- Eurobarometer. (2023). *Public Opinion on Renewable Energy in the EU*. Retrieved from <https://ec.europa.eu/commfrontoffice/publicopinion/index.cfm/Survey/getSurveyDetail/instruments/SPECIAL/surveyKy/2555>
- Eurostat. (2023). *Renewable Energy Investments in the EU*. Retrieved from https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php?title=Renewable_energy_investments
- European Commission. (2019). *The European Green Deal*. Retrieved from https://ec.europa.eu/info/strategy/priorities-2019-2024/european-green-deal_en
- European Commission. (2023). *Carbon Pricing and Emission Trading*. Retrieved from https://ec.europa.eu/clima/policies/ets_en
- European Commission. (2023). *Smart Grids and Energy Storage*. Retrieved from https://ec.europa.eu/energy/topics/technology-and-innovation/smart-grids-and-energy-storage_en
- European Environment Agency. (2023). *Public Acceptance of Renewable Energy*. Retrieved from <https://www.eea.europa.eu/themes/energy/public-acceptance-renewable>
- European Investment Bank. (2023). *Financing Renewable Energy Projects*. Retrieved from <https://www.eib.org/en/projects/sectors/renewable-energy/index.htm>
- IRENA. (2022). *Renewable Energy Policies in Europe*. Retrieved from <https://www.irena.org/publications/2022/Jan/Renewable-Energy-Policies-in-Europe>
- IRENA. (2023). *Renewable Power Generation Costs in 2022*. Retrieved from <https://www.irena.org/publications/2023/Jun/Renewable-Power-Costs-in-2022>
- Journal of Renewable Energy. (2023). *Social Barriers to Renewable Energy Projects*. Retrieved from <https://www.sciencedirect.com/journal/journal-of-renewable-energy>
- MIT Energy Initiative. (2023). *Challenges in Renewable Energy Integration*. Retrieved from <https://energy.mit.edu/research/challenges-renewable-integration>
- Statista. (2023). *Renewable Energy Market Share in the EU*. Retrieved from <https://www.statista.com/statistics/renewable-energy-market-share-eu/>



BÖLÜM 42

Kamusal Alan, Vatandaşlık ve Mekânsal Adalet: Hannah Arendt Perspektifiyle Türkiye'de Kentsel Planlama

Veysel Eren¹ & Soner Akın²

¹ Prof. Dr., Hatay Mustafa Kemal Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, Siyaset Bilimi ve Kamu Yönetimi Bölümü, Hatay /Türkiye, Orcid: 0000-0003-3607-1583

² Doç., Dr., Hatay Mustafa Kemal Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Siyaset Bilimi ve Kamu Yönetimi Bölümü, ORCID No: 0000-0002-2403-8041

Giriş

Kentsel planlama, modern toplumların sosyal, ekonomik ve çevresel dinamiklerini şekillendiren en önemli araçlardan biri olarak karşımıza çıkmaktadır. Özellikle hızlı kentleşmenin yaşandığı ülkelerde, kentsel planlama süreçleri, şehirlerin sürdürülebilirliği, sosyal adaletin sağlanması ve vatandaşların yaşam kalitesinin artırılması açısından kritik bir öneme sahiptir. Türkiye, son yıllarda yaşadığı hızlı kentleşme ve kentsel dönüşüm süreçleriyle bu alanda önemli değişiklikler geçirmiştir. Ancak, bu süreçlerin mekânsal adalet ve vatandaşlık bilinci üzerindeki etkileri, halen tartışılmakta ve değerlendirilmekte olan bir konudur.

Hannah Arendt, kamusal alan ve vatandaşlık kavramları üzerine yaptığı çalışmalarla, modern kentsel yaşamın sosyo-politik boyutlarını derinlemesine incelemiştir. Arendt'e göre, kamusal alan, bireylerin politik eylemlerde bulunabildiği, fikir alışverişinde bulunabildiği ve toplumsal ilişkiler kurabildiği bir mekandır. Bu bağlamda, kamusal alanın sağladığı demokratik katılım ve sosyal bütünleşme olanakları, mekânsal adaletin sağlanmasında temel bir rol oynamaktadır. Arendt'in bu kavramları, kentsel planlama süreçlerinde mekânsal adaletin sağlanmasına yönelik önemli bir teorik çerçeve sunmaktadır.

Türkiye'deki kentsel planlama uygulamaları, genellikle ekonomik kalkınma ve altyapı yatırımları üzerine odaklanmakta, kamusal alanların sosyal işlevlerine yeterince önem verilmeyebilmektedir. Bu durum, kamusal alanların sosyal çeşitliliği ve mekânsal adaleti destekleyecek şekilde tasarlanmasını engellemekte ve sosyal eşitsizliklerin derinleşmesine neden olmaktadır. Örneğin, büyükşehirlerde gerçekleştirilen kentsel dönüşüm projeleri, çoğunlukla özel konut projelerine öncelik vermekte ve kamusal alanların azalmasına yol açmaktadır. Bu da, farklı toplumsal grupların bir arada yaşama ve etkileşimde bulunma fırsatlarını kısıtlamakta, mekânsal adaletsizlikleri artırmaktadır.

Hannah Arendt'in kamusal alan ve vatandaşlık kavramları, Türkiye'deki kentsel planlama süreçlerinin mekânsal adalet perspektifinden değerlendirilmesinde önemli bir araç olarak kullanılabilir. Arendt'in perspektifinden bakıldığında, kamusal alanların herkes için erişilebilir ve katılıma açık olması, mekânsal adaletin sağlanmasında elzemdir. Bu bağlamda, Türkiye'deki kentsel planlama politikalarının, kamusal alanların sosyal işlevlerini güçlendirecek şekilde yeniden yapılandırılması gerekmektedir. Böylece, kamusal alanlar aracılığıyla vatandaşlık bilincinin ve demokratik katılımın artırılması, sosyal bütünleşmenin sağlanması mümkün olacaktır.

Türkiye’deki hızlı kentleşme ve kentsel dönüşüm süreçleri, kamusal alanların planlanmasında karşılaşılan zorlukları gözler önüne sermektedir. Nüfus yoğunluğunun artması, ekonomik baskılar ve altyapı ihtiyaçları, kamusal alanların yeterince korunamamasına ve yenilenmemesine neden olmaktadır. Bu durum, Arendt’in mekânsal adalet anlayışı ile çelişmektedir. Kamusal alanların sadece estetik veya ekonomik birer araç olarak görülmesi, bu alanların politik ve sosyal işlevlerini yerine getirmesini engellemekte, mekânsal adaletsizlikleri derinleştirmektedir.

Bu çalışma, Hannah Arendt’in kamusal alan ve vatandaşlık kavramları ışığında Türkiye’deki kentsel planlama ve mekânsal adalet süreçlerini incelemeyi amaçlamaktadır. Arendt’in teorik katkıları, Türkiye’nin kentsel politikalarının daha adil ve kapsayıcı bir hale getirilmesinde rehberlik edebilir. Bu bağlamda, kamusal alanların sosyal işlevlerini güçlendirecek şekilde tasarlanması ve yönetilmesi, mekânsal adaletin sağlanmasına katkıda bulunacaktır. Ayrıca, bu çalışma, Türkiye’deki kentsel planlama politikalarının demokratik katılım ve sosyal bütünleşme açısından nasıl geliştirilebileceğine dair öneriler sunmayı hedeflemektedir. Hannah Arendt’in kamusal alan ve vatandaşlık kavramları, Türkiye’deki kentsel planlama süreçlerinin mekânsal adalet perspektifinden değerlendirilmesinde önemli bir teorik çerçeve sunmaktadır. Bu çalışma, Arendt’in kavramlarını Türkiye’nin özgün kentsel dinamiklerine uyarlayarak, daha adil ve sosyal olarak dengeli şehirlerin inşa edilmesine katkı sağlamayı amaçlamaktadır.

1. Kamusal Alan ve Vatandaşlık Perspektifinden Kentsel Planlama ve Adalet

Hannah Arendt’in kamusal alan kavramı, bireylerin politik ve sosyal etkileşimlerde bulunduğu, fikir alışverişinde bulunduğu ve toplumsal ilişkiler kurabildiği bir mekan olarak tanımlanır. Bu bağlamda, kamusal alanlar sadece fiziksel mekanlar olmanın ötesinde, vatandaşlık bilincinin ve demokratik katılımın geliştiği alanlardır. Türkiye’de özellikle büyükşehirlerde, hızlı kentleşme ve kentsel dönüşüm süreçleri, kamusal alanların planlanması ve yönetilmesi konusunda önemli zorluklar yaratmaktadır. İstanbul ve Ankara gibi metropollerde, kamusal alanların sosyal çeşitliliği ve mekânsal adaleti destekleyecek şekilde tasarlanması, demokratik şehircilik açısından kritik bir öneme sahiptir.

Türkiye’de kentsel planlama politikaları genellikle ekonomik kalkınma ve altyapı yatırımları üzerine odaklanmakta, bu da kamusal alanların sosyal işlevlerine yeterince önem verilmemesine neden olmaktadır. Örneğin, İstanbul’un bazı bölgelerinde gerçekleştirilen kentsel dönüşüm projeleri, kamusal alanların yerini ala-

cak şekilde özel konut projelerine öncelik vermekte ve bu durum, kamusal alanların azalmasına yol açabilmektedir. Bu da, farklı toplumsal grupların bir arada yaşama ve etkileşimde bulunma fırsatlarını kısıtlamakta, mekânsal adaletsizlikleri derinleştirebilmektedir (Kristeva, 2001).

Kamusal alanların mekânsal adalet üzerindeki etkisi, sosyal sınıf ayrışmalarının yoğun olduğu bölgelerde daha belirgin hale gelmektedir. Lüks konut projeleri ve özelleşmiş alanlar, düşük gelirli grupların kamusal alanlara erişimini kısıtlamakta ve bu durum, sosyal eşitsizlikleri artırmaktadır. Arendt'in kamusal alanın herkes için eşit erişilebilir olması gerektiği ilkesine dayanarak, kamusal alanların sosyal olarak kapsayıcı ve erişilebilir hale getirilmesi, mekânsal adaletin sağlanmasında önemli bir adımdır (McGowan, 1998).

Türkiye'deki kentsel planlama süreçlerinde, kamusal alanların sosyal adalet hedefleri doğrultusunda yeniden yapılandırılması gerekmektedir. Kamusal alanların sadece estetik veya ekonomik birer araç olarak görülmemesi, aynı zamanda politik ve sosyal etkileşim için bir zemin oluşturmaları, demokratik katılımın ve sosyal bütünleşmenin sağlanması açısından elzemdir. Bu bağlamda, kentsel planlamada kamusal alanların daha fazla sosyal işlev taşıyacak şekilde tasarlanması, mekânsal adaletin sağlanmasına katkıda bulunacaktır. Hannah Arendt'in kamusal alan ve vatandaşlık kavramları, Türkiye'de kentsel planlama ve mekânsal adaletin incelenmesinde önemli bir teorik çerçeve sunmaktadır. Kamusal alanların adil ve kapsayıcı bir şekilde planlanması, mekânsal adaletin sağlanmasında kritik bir rol oynamaktadır. Türkiye'nin hızlı kentleşme süreçlerinde, Arendt'in önerdiği kamusal alan anlayışının benimsenmesi, daha demokratik ve sosyal olarak dengeli şehirlerin inşa edilmesine katkı sağlayabilir (Aslan, 2023).

2. Hannah Arendt ve Mekânsal Adalet: Kamusal Alanın Rolü

Hannah Arendt'in mekânsal adalet kavramına katkısı, kamusal alanın politik ve sosyal işlevlerine verdiği önemle öne çıkmaktadır. Arendt'e göre, kamusal alan bireylerin özgürce ifade bulabildiği, politik eylemde bulunabildiği ve toplumsal bağlar kurabildiği bir alanı ifade eder. Türkiye'de kentsel dönüşüm projeleri kapsamında gerçekleştirilen birçok çalışma, kamusal alanların yeniden yapılandırılması sürecinde mekânsal adaletin sağlanmasında yetersiz kalmaktadır. Özellikle, geçim kaybı yaşayan mahallelerin kamusal alanlarına erişimin kısıtlanması, sosyal eşitsizlikleri derinleştirmektedir (Özen, 2015).

Türkiye'nin hızlı kentleşme süreci, kamusal alanların planlanmasında önemli zorluklar yaratmaktadır. Büyükşehirlerde artan nüfus yoğunluğu ve ekonomik baskılar, kamusal alanların yeterince planlanamamasına yol açmaktadır. Bu durum, Arendt'in mekânsal adalet anlayışı ile çelişmektedir. Arendt, kamusal alanın

herkes için erişilebilir ve katılıma açık olması gerektiğini savunurken, Türkiye’deki mevcut planlama yaklaşımları bu ilkeyi tam olarak yansıtmamaktadır. İstanbul’daki kentsel dönüşüm projeleri, mekânsal adaletin sağlanmasında sıkça eleştirilen bir konu olmuştur. Bu projeler genellikle elit kesimlerin taleplerine yanıt verirken, düşük gelirli kesimlerin kamusal alanlara erişimini kısıtlamaktadır. Örneğin, Kadıköy ve Beşiktaş gibi semtlerde gerçekleştirilen dönüşüm projeleri, kamusal alanların yerini alacak şekilde özel konut projelerine odaklanmakta ve bu da kamusal alanın sosyal işlevlerini zayıflatmaktadır. Bu durum, Arendt’in mekânsal adalet anlayışı ile uyumsuzluk göstermektedir. Arendt’in mekânsal adalet kavramının Türkiye’de uygulanabilirliği, kamusal alanların planlanmasında daha katılımcı ve kapsayıcı yaklaşımların benimsenmesi ile mümkündür. Toplumun tüm kesimlerinin ihtiyaçlarının dikkate alındığı, kamusal alanların sosyal etkileşim ve demokratik katılım için zemin oluşturduğu şehirler, mekânsal adaletin sağlanmasına katkı sağlayacaktır. Bu bağlamda, kentsel planlama süreçlerinde Arendt’in teorik katkılarının dikkate alınması, daha adil ve dengeli şehirlerin inşa edilmesine yardımcı olabilir (Aslan, 2023).

3. Kentsel Planlama Üzerine Hannah Arendt’in Gözünden Mekânsal Adalet

Arendt’in kamusal alan ve vatandaşlık kavramları, kentsel planlama süreçlerinde mekânsal adaletin sağlanmasında önemli bir çerçeve sunmaktadır. Arendt’e göre, kamusal alan bireylerin politik yaşamlarını sürdürebildikleri, fikirlerini paylaşabildikleri ve toplumsal ilişkilerini geliştirebildikleri bir sahadır. Türkiye’de kentsel planlama uygulamalarında, özellikle hızlı kentleşmenin yaşandığı bölgelerde kamusal alanların yeterince planlanamaması, mekânsal adaletsizliklere yol açmaktadır. Örneğin, İzmir’de bazı semtlerde yeşil alan eksikliği, sosyal etkileşimin ve toplumsal katılımın azalmasına neden olmaktadır (Aslan, 2023).

Türkiye’nin büyük şehirlerinde yaşanan hızlı kentleşme, kamusal alanların planlanmasında ciddi sorunlara yol açmaktadır. Arendt’in perspektifinden bakıldığında, kamusal alanların bu hızlı değişim sürecinde korunamaması ve yenilenmemesi, mekânsal adaletin sağlanmasını engellemektedir. İzmir’deki bazı kentsel dönüşüm projeleri, kamusal alanların yerini alacak şekilde gerçekleştirildiğinde, sosyal etkileşim alanlarının azalması kaçınılmaz hale gelmektedir. Bu durum, Arendt’in kamusal alanın demokratik katılım ve sosyal bütünleşme için gerekli olduğu düşüncesi ile çelişmektedir (Savut, 2016).

Kentsel planlamada mekânsal adaletin sağlanması, kamusal alanların herkes için erişilebilir ve kullanılabilir olması ile mümkündür. Ancak, Türkiye’deki

mevcut planlama yaklaşımları genellikle ekonomik ve altyapısal hedeflere odaklanmakta, kamusal alanların sosyal işlevlerine yeterince önem vermemektedir. Bu da, kamusal alanların adil bir şekilde dağıtılmaması ve çeşitli toplumsal grupların bu alanlardan eşit şekilde yararlanamaması ile sonuçlanmaktadır. Arendt'in mekânsal adalet anlayışı, bu tür sorunların çözülmesinde önemli bir rehber olabilir. Örnek olarak, İzmir'in Bornova ilçesinde gerçekleştirilen bazı kentsel dönüşüm projeleri, yeşil alanların azalmasına ve kamusal alanların özelleşmesine neden olmuştur. Bu durum, yerel halkın sosyal etkileşim alanlarına erişimini kısıtlamakta ve toplumsal bağların zayıflamasına yol açmaktadır. Arendt'in perspektifinden, kamusal alanların bu şekilde daralması, mekânsal adaletin sağlanmasını engellemektedir. Bu nedenle, kentsel planlama süreçlerinde kamusal alanların korunması ve genişletilmesi, mekânsal adaletin sağlanmasında kritik bir rol oynamaktadır (Nalbant, 2016).

4. Vatandaşlık, Kamusal Alan ve Kentsel Planlama: Arendt'in İzinde

Arendt ile ifade bulan vatandaşlık ve kamusal alan kavramları, kentsel planlama süreçlerinde mekânsal adaletin sağlanmasında temel bir rol oynamaktadır. Arendt'e göre vatandaşlık, bireylerin kamusal alanda aktif bir şekilde katılım göstermesi ve politik eylemlerde bulunabilmesiyle tanımlanır. Türkiye'de kentsel planlama uygulamalarında, vatandaşların bu kamusal alanlarda aktif katılımını sağlamak, mekânsal adaletin sağlanması açısından büyük önem taşımaktadır. Ancak, mevcut uygulamalarda bu katılım genellikle sınırlı kalmakta ve planlama süreçlerinde vatandaşların sesi yeterince duyulmamakta Türkiye'nin büyük şehirlerinde yaşanan hızlı kentleşme ve kentsel dönüşüm süreçleri, kamusal alanların planlanmasında vatandaşların katılımını zorlaştırmaktadır. Arendt'in izinde, kamusal alanların vatandaşlar tarafından aktif olarak kullanılabilmesi için katılımcı planlama süreçlerinin benimsenmesi gerekmektedir. Örneğin, İstanbul'daki bazı semtlerde gerçekleştirilen kentsel dönüşüm projelerinde, yerel halkın görüşlerinin dikkate alınmaması, projelerin mekânsal adalet açısından sorunlu olmasına neden olmaktadır. Bu durum, vatandaşların kentsel planlama süreçlerine olan güvenini zedelemekte ve mekânsal adaletsizlikleri artırmaktadır (Kristeva, 2001).

Kamusal alanların vatandaşlık bilincini ve katılımını artırmadaki rolü, kentsel planlamada mekânsal adaletin sağlanmasında kritik bir öneme sahiptir. Türkiye'deki birçok kamusal alan, sosyal etkileşim ve politik katılım için yeterince teşvik edici olmamakta, bu da vatandaşlık bilincinin zayıflamasına yol açmaktadır. Arendt'in perspektifinden bakıldığında, kamusal alanların bu işlevi tam olarak yerine getirmesi, mekânsal adaletin sağlanması için elzemdir. Bu nedenle, kentsel planlama süreçlerinde kamusal alanların bu işlevi destekleyecek şekilde

tasarlanması gerekmektedir. Örnek olarak, Ankara’da gerçekleştirilen bazı park ve meydan projeleri, vatandaşların sosyal ve politik etkinliklerde bulunabileceği alanlar olarak tasarlansa da, kullanım yoğunluğunun düşük olması ve erişim zorlukları, bu alanların potansiyelini tam olarak gerçekleştirmesini engellemektedir. Bu durum, Arendt’in vatandaşlık ve kamusal alan kavramları çerçevesinde, mekânsal adaletin sağlanmasında eksiklikler olduğunu göstermektedir (Young-Bruehl, 2006).

Kamusal alanların daha işlevsel ve katılımcı bir şekilde planlanması, vatandaşlık bilincinin ve katılımının artırılmasına katkı sağlayacaktır. Hannah Arendt’in vatandaşlık ve kamusal alan kavramları, Türkiye’deki kentsel planlama ve mekânsal adalet süreçlerinin değerlendirilmesinde önemli bir perspektif sunmaktadır. Kamusal alanların vatandaşlar tarafından aktif olarak kullanılabilmesi ve katılımcı planlama süreçlerinin benimsenmesi, mekânsal adaletin sağlanmasında kritik bir rol oynamaktadır. Türkiye’nin kentsel politikalarında Arendt’in teorik katkılarının dikkate alınması, daha demokratik ve sosyal olarak dengeli şehirlerin inşa edilmesine katkı sağlayabilir (Nalbant, 2016).

5.Mekânsal Adaletin Temelleri: Hannah Arendt’in Kamusal Alan Yaklaşımı

Hannah Arendt’in kamusal alan yaklaşımı, mekânsal adaletin temellerini anlamada önemli bir rol oynamaktadır. Arendt’e göre, kamusal alan bireylerin politik ve sosyal yaşamlarını sürdürebildikleri, fikir alışverişinde bulunabildikleri ve toplumsal ilişkiler kurabildikleri bir sahadır. Türkiye’de kentsel planlama süreçlerinde, kamusal alanların bu işlevi yerine getirecek şekilde tasarlanması, mekânsal adaletin sağlanması açısından büyük önem taşımaktadır. Ancak, mevcut uygulamalarda bu alanların yeterince planlanamaması ve sosyal işlevlerinin zayıflaması, mekânsal adaletsizliklere yol açmaktadır (McGowan, 1998).

Türkiye’nin büyük şehirlerinde yaşanan hızlı kentleşme ve ekonomik baskılar, kamusal alanların planlanmasında ciddi zorluklara neden olmaktadır. Arendt’in kamusal alan anlayışı, bu süreçlerde kamusal alanların korunması ve geliştirilmesi gerektiğini vurgular. Ancak, Türkiye’deki kentsel planlama politikaları genellikle ekonomik kalkınma ve altyapı yatırımları üzerine odaklanmakta, kamusal alanların sosyal işlevlerine yeterince önem verilmemektedir. Bu durum, kamusal alanların mekânsal adalet açısından yetersiz kalmasına neden olmaktadır.

Mekânsal adaletin sağlanması, kamusal alanların adil ve eşit bir şekilde dağıtılması ile mümkündür. Ancak, Türkiye’deki kentsel planlama uygulamalarında bu ilke genellikle göz ardı edilmektedir. Özellikle, düşük gelirli bölgelerde kamusal alanların yeterince bulunmaması, sosyal etkileşimin ve toplumsal katılımın

azalmasına yol açmaktadır. Arendt'in perspektifinden bakıldığında, kamusal alanların herkes için erişilebilir ve kullanılabilir olması, mekânsal adaletin sağlanması için elzemdir (Honig, 2017).

İstanbul ve Ankara gibi büyük şehirlerde, kamusal alanların yetersizliği, sosyal eşitsizlikleri derinleştirmekte ve mekânsal adaletsizliklere yol açmaktadır. Örneğin, İstanbul'da bazı semtlerde yeşil alanların ve parkların eksikliği, vatandaşların sosyal etkileşim ve dinlenme ihtiyaçlarını karşılamasını engellemektedir. Bu durum, kamusal alanların mekânsal adalet açısından yetersiz kalmasına neden olmaktadır. Arendt'in kamusal alan yaklaşımı, bu tür sorunların çözülmesinde önemli bir rehber olabilir. Hannah Arendt'in kamusal alan yaklaşımı, Türkiye'de kentsel planlama ve mekânsal adaletin incelenmesinde temel bir teorik çerçeve sunmaktadır. Kamusal alanların adil ve eşit bir şekilde planlanması, mekânsal adaletin sağlanmasında kritik bir rol oynamaktadır. Türkiye'nin kentsel politikalarında Arendt'in teorik katkılarının dikkate alınması, daha adil ve sosyal olarak dengeli şehirlerin inşa edilmesine katkı sağlayabilir (Tekin, 2018).

6. Kamusal Alan ve Vatandaşlık Kavramlarıyla Kentsel Planlamayı Anlamak

Kamusal alan ve vatandaşlık kavramları, kentsel planlamayı anlamada önemli bir rol oynamaktadır. Hannah Arendt, kamusal alanı bireylerin politik ve sosyal etkileşimlerde bulunduğu bir mekan olarak tanımlamıştır. Türkiye'de kentsel planlama süreçlerinde, bu kavramların dikkate alınması, mekânsal adaletin sağlanması açısından büyük önem taşımaktadır. Ancak, mevcut planlama yaklaşımları genellikle ekonomik ve altyapısal hedeflere odaklanmakta, kamusal alanların sosyal işlevlerine yeterince önem vermemektedir (Altan, 2022).

Türkiye'nin büyük şehirlerinde yaşanan hızlı kentleşme, kamusal alanların planlanmasında ciddi sorunlara yol açmaktadır. Arendt'in kamusal alan anlayışı, bu süreçte kamusal alanların korunması ve geliştirilmesi gerektiğini vurgular. Ancak, Türkiye'deki kentsel planlama politikaları genellikle kamusal alanların sosyal işlevlerine yeterince odaklanmamaktadır. Bu da, kamusal alanların mekânsal adalet açısından yetersiz kalmasına neden olmaktadır. Kamusal alanların vatandaşlık bilinci ve katılımını artırmadaki rolü, kentsel planlamada mekânsal adaletin sağlanmasında kritik bir öneme sahiptir. Türkiye'deki birçok kamusal alan, sosyal etkileşim ve politik katılım için yeterince teşvik edici olmamakta, bu da vatandaşlık bilincinin zayıflamasına yol açmaktadır. Arendt'in perspektifinden bakıldığında, kamusal alanların bu işlevi tam olarak yerine getirmesi, mekânsal adaletin sağlanması için elzemdir. Bu nedenle, kentsel planlama süreç-

lerinde kamusal alanların bu işlevi destekleyecek şekilde tasarlanması gerekmektedir. Ankara’da gerçekleştirilen bazı park ve meydan projeleri, vatandaşların sosyal ve politik etkinliklerde bulunabileceği alanlar olarak tasarlansa da, kullanım yoğunluğunun düşük olması ve erişim zorlukları, bu alanların potansiyelini tam olarak gerçekleştirmesini engellemektedir (Özen, 2015).

Bu durum, Arendt’in vatandaşlık ve kamusal alan kavramları çerçevesinde, mekânsal adaletin sağlanmasında eksiklikler olduğunu göstermektedir. Kamusal alanların daha işlevsel ve katılımcı bir şekilde planlanması, vatandaşlık bilincinin ve katılımının artırılmasına katkı sağlayacaktır. Katılımcı planlama süreçlerinin benimsenmesi, kamusal alanların sosyal işlevlerini güçlendirecek ve mekânsal adaletin sağlanmasına katkıda bulunacaktır. Hannah Arendt’in kamusal alan ve vatandaşlık kavramları, Türkiye’deki kentsel planlama ve mekânsal adalet süreçlerinin değerlendirilmesinde önemli bir perspektif sunmaktadır. Kamusal alanların vatandaşlar tarafından aktif olarak kullanılabilmesi ve katılımcı planlama süreçlerinin benimsenmesi, mekânsal adaletin sağlanmasında kritik bir rol oynamaktadır. Türkiye’nin kentsel politikalarında Arendt’in teorik katkılarının dikkate alınması, daha demokratik ve sosyal olarak dengeli şehirlerin inşa edilmesine katkı sağlayabilir (Aslan, 2023).

7. Hannah Arendt Perspektifinden Adil Mekânlar ve Kentsel Politikalar

Hannah Arendt’in perspektifinden adil mekânların oluşturulması, kentsel politikaların şekillenmesinde önemli bir rol oynamaktadır. Arendt, kamusal alanı bireylerin politik eylemde bulunabildiği, fikir alışverişinde bulunabildiği ve toplumsal ilişkiler kurabildiği bir mekan olarak tanımlamıştır. Türkiye’de kentsel planlama süreçlerinde, bu tür adil mekânların oluşturulması, mekânsal adaletin sağlanması açısından kritik öneme sahiptir. Ancak, mevcut kentsel politikalar genellikle ekonomik ve altyapısal hedeflere odaklanmakta, kamusal alanların sosyal işlevlerine yeterince önem vermemektedir (Kristeva, 2001).

Türkiye’nin büyük şehirlerinde yaşanan hızlı kentleşme, adil mekânların oluşturulmasında ciddi zorluklar yaratmaktadır. Arendt’in perspektifinden bakıldığında, kamusal alanların korunması ve geliştirilmesi, demokratik katılımın ve sosyal bütünleşmenin sağlanması için elzemdir. Ancak, Türkiye’deki kentsel planlama politikaları genellikle kamusal alanların sosyal işlevlerine yeterince odaklanmamaktadır. Bu da, adil mekânların oluşturulmasını engellemekte ve mekânsal adaletsizliklere yol açmaktadır. Adil mekânların oluşturulması, kamusal alanların herkes için erişilebilir ve kullanılabilir olması ile mümkündür. Türkiye’deki birçok kamusal alan, sosyal etkileşim ve politik katılım için yeterince

teşvik edici olmamakta, bu da vatandaşlık bilincinin zayıflamasına yol açmaktadır. Arendt'in perspektifinden, kamusal alanların bu işlevi tam olarak yerine getirmesi, mekânsal adaletin sağlanması için elzemdir. Bu nedenle, kentsel planlama süreçlerinde kamusal alanların bu işlevi destekleyecek şekilde tasarlanması gerekmektedir (Altan, 2022).

İstanbul'da gerçekleştirilen bazı park ve meydan projeleri, vatandaşların sosyal ve politik etkinliklerde bulunabileceği alanlar olarak tasarlansa da, kullanım yoğunluğunun düşük olması ve erişim zorlukları, bu alanların potansiyelini tam olarak gerçekleştirmesini engellemektedir. Bu durum, Arendt'in adil mekânlar ve kamusal alan kavramları çerçevesinde, mekânsal adaletin sağlanmasında eksiklikler olduğunu göstermektedir. Adil mekânların oluşturulması, kamusal alanların daha işlevsel ve katılımcı bir şekilde planlanmasını gerektirmektedir. Hannah Arendt'in perspektifinden adil mekânların oluşturulması, Türkiye'deki kentsel planlama ve mekânsal adalet süreçlerinin değerlendirilmesinde önemli bir perspektif sunmaktadır. Kamusal alanların adil ve kapsayıcı bir şekilde planlanması, mekânsal adaletin sağlanmasında kritik bir rol oynamaktadır. Türkiye'nin kentsel politikalarında Arendt'in teorik katkılarının dikkate alınması, daha adil ve sosyal olarak dengeli şehirlerin inşa edilmesine katkı sağlayabilir (Savut, 2016).

8. Kamusal Alanın Gücü: Vatandaşlık ve Kentsel Planlamada Adaletin İzleri

Kamusal alanın gücü, vatandaşlık ve kentsel planlamada adaletin izlerini belirlemede önemli bir faktördür. Hannah Arendt, kamusal alanı bireylerin politik eylemde bulunabildiği, fikir alışverişinde bulunabildiği ve toplumsal ilişkiler kurabildiği bir mekan olarak tanımlamıştır. Türkiye'de kentsel planlama süreçlerinde, kamusal alanların bu işlevi yerine getirmesi, mekânsal adaletin sağlanması açısından kritik öneme sahiptir. Ancak, mevcut planlama yaklaşımları genellikle ekonomik ve altyapısal hedeflere odaklanmakta, kamusal alanların sosyal işlevlerine yeterince önem vermemektedir (Nalbant, 2016).

Türkiye'nin büyük şehirlerinde yaşanan hızlı kentleşme, kamusal alanların planlanmasında ciddi sorunlara yol açmaktadır. Arendt'in perspektifinden bakıldığında, kamusal alanların korunması ve geliştirilmesi, demokratik katılımın ve sosyal bütünleşmenin sağlanması için elzemdir. Ancak, Türkiye'deki kentsel planlama politikaları genellikle kamusal alanların sosyal işlevlerine yeterince odaklanmamaktadır. Bu da, kamusal alanların mekânsal adalet açısından yetersiz kalmasına neden olmaktadır (McGowan, 1998).

Kamusal alanların vatandaşlık bilincini ve katılımını artırmadaki rolü, kentsel planlamada mekânsal adaletin sağlanmasında kritik bir öneme sahiptir. Türkiye’deki birçok kamusal alan, sosyal etkileşim ve politik katılım için yeterince teşvik edici olmamakta, bu da vatandaşlık bilincinin zayıflamasına yol açmaktadır. Arendt’in perspektifinden bakıldığında, kamusal alanların bu işlevi tam olarak yerine getirmesi, mekânsal adaletin sağlanması için elzemdir. Bu nedenle, kentsel planlama süreçlerinde kamusal alanların bu işlevi destekleyecek şekilde tasarlanması gerekmektedir. Örnek olarak, Ankara’da gerçekleştirilen bazı park ve meydan projeleri, vatandaşların sosyal ve politik etkinliklerde bulunabileceği alanlar olarak tasarlanırsa da, kullanım yoğunluğunun düşük olması ve erişim zorlukları, bu alanların potansiyelini tam olarak gerçekleştirmesini engellemektedir. Bu durum, Arendt’in kamusal alanın gücü ve mekânsal adalet kavramları çerçevesinde, mekânsal adaletin sağlanmasında eksiklikler olduğunu göstermektedir. Kamusal alanların daha işlevsel ve katılımcı bir şekilde planlanması, vatandaşlık bilincinin ve katılımının artırılmasına katkı sağlayacaktır (Özen, 2015).

Neticede, Hannah Arendt’in kamusal alan kavramı, Türkiye’de kentsel planlama ve mekânsal adalet süreçlerinin değerlendirilmesinde önemli bir perspektif sunmaktadır. Kamusal alanların adil ve kapsayıcı bir şekilde planlanması, mekânsal adaletin sağlanmasında kritik bir rol oynamaktadır. Türkiye’nin kentsel politikalarında Arendt’in teorik katkılarının dikkate alınması, daha adil ve sosyal olarak dengeli şehirlerin inşa edilmesine katkı sağlayabilir (Aslan, 2023).

9. Mekânsal Adaletin Felsefi Temelleri: Hannah Arendt’in Katkıları

Hannah Arendt’in mekânsal adaletin felsefi temellerine katkıları, kentsel planlama ve sosyal adalet alanlarında önemli bir rol oynamaktadır. Arendt, kamusal alanı bireylerin politik ve sosyal yaşamlarını sürdürebildiği, fikir alışverişinde bulunabildiği ve toplumsal ilişkiler kurabildiği bir mekan olarak tanımlamıştır. Bu tanım, mekânsal adaletin sağlanmasında kamusal alanın kritik bir rol oynadığını vurgulamaktadır. Türkiye’de kentsel planlama süreçlerinde, Arendt’in bu kavramları dikkate alması, mekânsal adaletin sağlanmasında önemli bir perspektif sunmaktadır (McGowan, 1998).

Arendt’in mekânsal adalet anlayışı, kamusal alanların demokratik katılım ve sosyal bütünleşme için gerekli olduğunu savunur. Türkiye’deki hızlı kentleşme ve kentsel dönüşüm süreçleri, kamusal alanların yetersiz kalmasına ve sosyal işlevlerinin zayıflamasına neden olmaktadır. Bu durum, mekânsal adaletin sağlanmasını engellemekte ve sosyal eşitsizlikleri derinleştirmektedir. Arendt’in perspektifinden bakıldığında, kamusal alanların bu süreçte korunması ve geliştirilmesi, mekânsal adaletin sağlanması için elzemdir. Türkiye’deki kentsel planlama

uygulamaları, genellikle ekonomik ve altyapısal hedeflere odaklanmakta, kamusal alanların sosyal işlevlerine yeterince önem vermemektedir. Bu da, kamusal alanların mekânsal adalet açısından yetersiz kalmasına neden olmaktadır. Arendt'in mekânsal adalet anlayışı, bu tür sorunların çözülmesinde önemli bir rehber olabilir. Kamusal alanların adil ve eşit bir şekilde dağıtılması, mekânsal adaletin sağlanması için gereklidir (Nalbant, 2016).

İstanbul'daki bazı park ve meydan projeleri, kamusal alanların yetersizliği nedeniyle sosyal etkileşim ve politik katılım için yeterince teşvik edici olmamaktadır. Bu durum, Arendt'in mekânsal adalet kavramları çerçevesinde, kamusal alanların mekânsal adaletin sağlanmasında yetersiz kalmasına neden olmaktadır. Kamusal alanların daha işlevsel ve katılımcı bir şekilde planlanması, mekânsal adaletin sağlanmasına katkı sağlayacaktır. Hannah Arendt'in mekânsal adaletin felsefi temellerine katkıları, Türkiye'de kentsel planlama ve sosyal adalet süreçlerinin değerlendirilmesinde önemli bir perspektif sunmaktadır. Kamusal alanların adil ve kapsayıcı bir şekilde planlanması, mekânsal adaletin sağlanmasında kritik bir rol oynamaktadır. Türkiye'nin kentsel politikalarında Arendt'in teorik katkılarının dikkate alınması, daha adil ve sosyal olarak dengeli şehirlerin inşa edilmesine katkı sağlayabilir (Özen, 2015).

10. Kentsel Planlamada Vatandaşlık ve Adalet: Arendt'in Kamusal Alan Teorisi

Hannah Arendt'in kamusal alan teorisi, kentsel planlamada vatandaşlık ve adaletin sağlanmasında önemli bir çerçeve sunmaktadır. Arendt, kamusal alanı bireylerin politik ve sosyal etkileşimlerde bulunabildiği bir mekan olarak tanımlamıştır. Türkiye'de kentsel planlama süreçlerinde, bu kavramların dikkate alınması, mekânsal adaletin sağlanması açısından büyük önem taşımaktadır. Ancak, mevcut planlama yaklaşımları genellikle ekonomik ve altyapısal hedeflere odaklanmakta, kamusal alanların sosyal işlevlerine yeterince önem vermemektedir (Nalbant, 2016).

Türkiye'nin büyük şehirlerinde yaşanan hızlı kentleşme ve kentsel dönüşüm süreçleri, kamusal alanların yetersiz kalmasına ve sosyal işlevlerinin zayıflamasına neden olmaktadır. Arendt'in perspektifinden bakıldığında, kamusal alanların korunması ve geliştirilmesi, demokratik katılımın ve sosyal bütünleşmenin sağlanması için elzemdir. Ancak, Türkiye'deki kentsel planlama politikaları genellikle kamusal alanların sosyal işlevlerine yeterince odaklanmamaktadır. Bu da, kamusal alanların mekânsal adalet açısından yetersiz kalmasına neden olmaktadır (Özen, 2015).

Kamusal alanların vatandaşlık bilincini ve katılımını artırmadaki rolü, kentsel planlamada mekânsal adaletin sağlanmasında kritik bir öneme sahiptir. Türkiye’deki birçok kamusal alan, sosyal etkileşim ve politik katılım için yeterince teşvik edici olmamakta, bu da vatandaşlık bilincinin zayıflamasına yol açmaktadır. Arendt’in perspektifinden bakıldığında, kamusal alanların bu işlevi tam olarak yerine getirmesi, mekânsal adaletin sağlanması için elzemdir. Bu nedenle, kentsel planlama süreçlerinde kamusal alanların bu işlevi destekleyecek şekilde tasarlanması gerekmektedir (Tekin, 2018).

Örnek olarak, Ankara’da gerçekleştirilen bazı park ve meydan projeleri, vatandaşların sosyal ve politik etkinliklerde bulunabileceği alanlar olarak tasarlansa da, kullanım yoğunluğunun düşük olması ve erişim zorlukları, bu alanların potansiyelini tam olarak gerçekleştirmesini engellemektedir. Bu durum, Arendt’in kamusal alan teorisi çerçevesinde, mekânsal adaletin sağlanmasında eksiklikler olduğunu göstermektedir. Kamusal alanların daha işlevsel ve katılımcı bir şekilde planlanması, vatandaşlık bilincinin ve katılımının artırılmasına katkı sağlayacaktır. Hannah Arendt’in kamusal alan teorisi, Türkiye’de kentsel planlama ve mekânsal adalet süreçlerinin değerlendirilmesinde önemli bir perspektif sunmaktadır. Kamusal alanların adil ve kapsayıcı bir şekilde planlanması, mekânsal adaletin sağlanmasında kritik bir rol oynamaktadır. Türkiye’nin kentsel politikalarında Arendt’in teorik katkılarının dikkate alınması, daha adil ve sosyal olarak dengeli şehirlerin inşa edilmesine katkı sağlayabilir (Savut, 2016).

Sonuç

Bu çalışma, Hannah Arendt’in kamusal alan ve vatandaşlık kavramları çerçevesinde Türkiye’de kentsel planlama ve mekânsal adaletin incelenmesini amaçlamıştır. Arendt’in teorik perspektifi, kamusal alanın demokratik katılım ve sosyal bütünleşme süreçlerindeki kritik rolünü vurgularken, bu kavramların Türkiye’nin özgün kentsel dinamiklerine nasıl entegre edilebileceği üzerine odaklanmıştır. Türkiye’deki hızlı kentleşme ve kentsel dönüşüm süreçleri, kamusal alanların sosyal işlevlerinin yeterince dikkate alınmaması sonucu mekânsal adaletsizliklere zemin hazırlamaktadır.

Arendt’in kamusal alan anlayışı, kamusal mekanların yalnızca fiziksel birer alan olmanın ötesinde, bireylerin politik ve sosyal etkileşimlerde bulunabildiği, fikir alışverişinde bulunduğu ve toplumsal ilişkiler kurabildiği dinamik mekanlar olarak değerlendirilmesini önermektedir. Bu perspektif, Türkiye’deki kentsel planlama politikalarının yeniden yapılandırılmasında önemli bir rehber niteliği taşımaktadır. Kamusal alanların sosyal işlevlerinin güçlendirilmesi, vatandaşlık

bilincinin artırılması ve demokratik katılımın teşvik edilmesi, mekânsal adaletin sağlanmasında temel unsurlar olarak ortaya çıkmaktadır.

Türkiye’deki mevcut kentsel planlama yaklaşımları, genellikle ekonomik kalkınma ve altyapı yatırımları üzerine odaklanmakta olup, kamusal alanların sosyal işlevlerine yeterince önem vermemektedir. Arendt’in teorisi, bu durumun düzeltilmesi için kamusal alanların tasarım ve yönetiminde sosyal adaletin ön planda tutulmasını gerektirmektedir. Kamusal alanların herkes için erişilebilir, kapsayıcı ve katılıma açık hale getirilmesi, sosyal bütünleşme ve demokratik değerlerin güçlendirilmesi açısından elzemdir. Bu bağlamda, Türkiye’deki kentsel planlama politikalarının Arendt’in kamusal alan ve vatandaşlık kavramları ışığında yeniden gözden geçirilmesi oldukça önemli olup, gelecek nesiller için daha adil, esnek, dirençli ve sosyal olarak da daha dengeli şehirlerin inşa edilmesine katkı sağlayacaktır. Kamusal alanların sosyal işlevlerinin artırılması, mekânsal adaletin sağlanması ve vatandaşlık bilincinin güçlendirilmesi, Türkiye’nin kentsel gelişiminde sürdürülebilir ve demokratik bir yaklaşımın benimsenmesini mümkün kılacaktır.

Hannah Arendt’in kamusal alan ve vatandaşlık kavramları, Türkiye’deki kentsel planlama ve mekânsal adalet süreçlerinin teorik ve pratik açıdan değerlendirilmesinde önemli bir çerçeve sunmaktadır. Benzer çalışmalar, Arendt’in kavramlarının Türkiye’nin kentsel dinamiklerine uyarlanması, mekânsal adaletin sağlanması ve demokratik katılımın artırılması açısından ne kadar değerli olduğunu ortaya koyabilir. Gelecekteki kentsel planlama politikalarının, Arendt’in kavramlarını dikkate alarak daha kapsayıcı ve adil bir yapı kazanması, Türkiye’deki şehirlerin sürdürülebilir ve demokratik bir şekilde gelişmesine önemli katkılarda bulunacaktır.

Kaynakça

- Appadurai, A. (1996). *Modernity at Large: Cultural Dimensions of Globalization*. University of Minnesota Press.
- Altan, A. (2022). Hannah Arendt'te Haklara Sahip Olma Hakkı. *Marmara Üniversitesi Hukuk Fakültesi Hukuk Araştırmaları Dergisi*, 28(2), 650-661.
- Aslan, A. (2023). Demokrasi Üzerine Düşünmek: Fatmagül Berktaş ile Söyleşi. 4. *BOYUT Medya ve Kültürel Çalışmalar Dergisi*, (23), 217-227.
- Honig, B. (2017). Arendt, identity, and difference. In Hannah Arendt (pp. 225-246). Routledge.
- Kristeva, J. (2001). *Hannah Arendt (Vol. 1)*. Columbia University Press.
- McGowan, J. (1998). *Hannah Arendt: an introduction*. U of Minnesota Press.
- Nalbant, M. (2016). Türkiye'de Kentsel Mekânlarda Kamusal Alanın Konumu: Tarihsel Perspektiften Bir Değerlendirme. *Akademik İzdüşüm Dergisi*, 1(1), 12-27.
- Özen, E. (2015). *Hannah Arendt'In Haklara Sahip Olma Hakkı Kavramı Kapsamında Avrupa Birliği'nin Kaçak Göçmenlere ve Sığınmacılara Yönelik Politikaları* (Master's thesis, Ankara Üniversitesi (Turkey)).
- Savut, E. (2016). Kültür Endüstrisi: Kamusal Alanın Tüketimi. *Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, (23), 15-28.
- Tekin, S. (2018). Hannah Arendt ve Haklara Sahip Olma Hakkı. *Toplum ve Hekim Dergisi*, 33(4), 254-248.
- Young-Bruehl, E. (2006). *Why Arendt Matters*. Yale University Press.



BÖLÜM 43

Tekrar Edilemeyen Bir Süreç: Avrupa Bütünleşmesinin Dinamikleri

Mustafa Yıldız¹

¹ Arş. Gör., Kocaeli Üniversitesi, ORCID: 0000-0003-1947-6909

GİRİŞ

Avrupa Birliği'nin kuruluşundan itibaren kendine özgü bir sürecin ürünü olup başka yerde tekrarlanamayacak bir entegrasyon modeli mi olduğu, yoksa ulus-devleti kurtarmak için bir proje bir olduğu sorusuyla karşı karşıya kalmıştır. Bu çalışma, sürecin kendine özgülüğünü ortaya koymaya çalışan bir deneme olma misyonunu almıştır. Birliğin farklı zamanlarda farklı teorilerle açıklanmaya ihtiyaç duyduğu aşikardır. Ancak geniş açıdan bakıldığında büyük savaşların sonucunda devletlerin egemenliklerinin bir kısmını devrederek yeni bir yapıya bırakmaları hatırı sayılır bir olaydır ve eşsizdir.

Avrupa Birliği, II. Dünya Savaşı'nın bıraktığı yıkımın ardından artık bir daha bu denli bir savaşı istemeyen Avrupalı devletlerin inisiyatifıyla tohumlarını atmıştır. Almanya'nın tekrar bir savaşa sebebiyet vermesinin önüne geçilmesi ve II. Dünya Savaşı'nın kazanılmasında önemli katkısı olan Amerika'nın böyle bir oluşumu desteklemesi, oluşumun gerçekleşmesinde ve gelişiminde itici etmenler olmuştur. Ancak 1950'lerin Avrupa'sında ekonomik alanların dışında gerçekleşecek bir işbirliği ve entegrasyon hayata geçirilememiştir. Bu yüzden ekonomik anlamda meydana gelecek bütünleşmenin diğer alanlara da sirayet edeceği düşünülmüş ve bu alanda ilerlemeler kaydedilmiştir. 1957 yılında Roma Antlaşması ile altı ülke bir çatı altına gelerek ekonomik bütünleşme hedefiyle yola çıktıklarında bu girişimler en somut halini almıştır. Kuşkusuz bu türde bir girişimin bu kadar somut bir zeminde karşılık bulması oldukça kendine has ve yenilik getiren bir adımdır. Kabul etmeliyiz ki bu adımın atılması konusunda Avrupalı devletler geç de kalmışlardır. Örneğin; 19. yüzyılda Almanya ve İtalya'daki bütünleşme ve birleşme denemelerinden ilham alan Victor Hugo tam olarak şunları söylemiştir:

“Bir gün Almanya, Rusya, İtalya, Almanya, bu kıtanın bütün milletleri ayırıcı vasıflarınızı ve bireyselliğinizi kaybetmeden daha üstün bir otoritenin şemsiyesi altında olacaksınız” (D'Appollonia, 2012).

Böyle bir bütünleşmenin ekonomik alanda olması da şaşırtıcı değildir. Çünkü II. Dünya Savaşı'nın sonrasında Avrupa'da ciddi altyapı sorunları, 30 milyondan fazla insanın ölmesi, enflasyon problemleri, gıda fiyatlarının artması ve gıdaya erişimin güçleşmesi gibi gelişmeler ortaya çıkmıştı ve siyasi problemlerden fazla kendisini hissettirmeye başlamıştır. Ancak yine de ekonomik bütünleşme dahi olsa bu adımlar kolay ve kendiliğinden atılmamıştır. Amerika Birleşik Devletleri'nin Marshall Planı sonucunda yapacağı yardımları ve diğer yardımları bütünleşik bir Avrupa oluşması durumunda yapacağını açıklaması ve Avrupa'dan bu

yönde bir oluşumu gerçekleştirmelerini istemesi önemli bir etki yaratmıştır. Sonuçta bir devletten ve bir uluslararası örgütten ayrılan yönleri olan, kendine has (sui generis) bir oluşum meydana gelmiştir. Bu türden bir oluşumun dünyanın herhangi bir coğrafyasında meydana gelebilmesi zordur. Çünkü en başta uluslararası örgütle olan ayrımında Avrupa Birliği'nin daha fazlasına sahip olduğu görülmektedir. Neill Nugent'a göre Avrupa Birliği, yalnızca ülkeler arasında karşılıklı yarar sağlamak için gönüllü olarak işbirliği yapan uluslararası bir organizasyondan ibaret değildir. Daha ziyade, devletlerin kamu politikalarının belirlenmesinden ve uygulanmasından bağımsız olarak, geniş bir yelpazede önemli sektörlerde gönüllü olarak kendi haklarına razı oldukları bir organizasyondur (Nugent, 1995). Avrupa Birliği üyelerinin yetkilerinden bir kısmını uzun vadede kendi refahları için devretmeleri Birliğin bir anlamda uluslararası örgütten fazla yanını simgelemektedir.

Avrupa Birliği gibi bir oluşum bir ulus-devletten de farklılıklar içerir. Brian White bu farklılıkları üç ana temelde vurgulamaktadır:

2. Avrupa Birliği, yapmış olduğu ticaret anlaşmaları ile kendisini diğer ülkelerden belirgin şekilde ayıran sınırlara sahiptir.
3. Avrupa Birliği'nin ulus-devlette olduğu gibi merkezi ve otoriter bir hükümetle karar almaması
4. Yetki devri konusunda Birliğe üye devletlerden aktarılan haklar vardır (White, 2001).

BÜTÜNLEŞME TEORİLERİ

Avrupa entegrasyon süreci çok karmaşıktır. Genişleme süreçleri boyunca Avrupa Birliği daha fazla gelenek, din ve daha fazla dili içinde barındırmaya başlamış, bu da kendi kimliğine sahip bir Avrupa'nın meydana getirilmesini daha zor ve karmaşık hale getirmiştir (Ultan, 2016). Avrupa bütünleşmesinin kendine özgülüğünü anlayabilmek ve açıklayabilmek için bütünleşme teorileri geliştirilmiştir. Uluslararası ilişkilerde olayları tek bir teorik perspektiften değil de farklı teorilerle daha geniş açıdan ve aydınlatıcı bir şekilde inceleyebildiğimiz gibi Avrupa merkezli bütünleşme teorilerin bir tanesi de kendi başına bütün bir süreci açıklamamaktadır. Bütünleşme bir süreç olduğu için ve devamında federatif bir düzen öngörüldüğü için süreç boyunca farklı teorilerin geliştirildiğini görülmektedir.

Avrupa Bütünleşmesinin ilk yıllarında bütünleşme üzerine ilk büyük tartışma olan yeni işlevselcilik-hükümetlerarasıcılık tartışması ortaya çıkmıştır. Yeni iş-

levselciler supranasyonel bir yapı oluşturarak bütünleşme sürecinin devamını savunurlarken hükümetlerarasıcılar ulus-devletin kontrolünde bir bütünleşmenin sağlanması gerektiği inancında olmuşlardır. Bununla birlikte hükümetlerarasıcılığı savunanların bütünleşme karşıtı olmadığını da vurgulamak gerekmektedir.

Yeni işlevselcilik 1958 yılında Ernst Haas'ın yayınladığı "The Uniting of Europe" isimli eserle temelini bulmuştur. Bütünleşme sürecine kattığı en önemli kavram spillover (yayılma) kavramıdır. Buna göre endüstrinin gelişmesiyle bir alanda meydana gelen gelişme bir diğerini de etkilemektedir. Bu nedenle bir alanda yetki devriyle gerçekleşmiş bir bütünleşme diğer alanlarda da bir bütünleşmeye yol açabilir (Haas, 1958). Avrupa bütünleşmesinin kaynağı da ekonomik bir tabanda başladığı için bu tarz bir bütünleşmenin henüz bütünleşmenin sağlanmadığı alanlara kanalize olabileceğini vurgulanmıştır. Ayrıca devlet dışı aktörler de önemsenmekte, ulusüstü çıkar gruplarının ve elitlerin sosyalleşmesinin etkisiyle sorunların bölgesel düzeyde çözülebileceği iddia edilmiştir. Ancak 1960'ların ortasından yaşanmaya başlanan durgunluk ve bütünleşmedeki yavaşlama, yeni işlevselciliğin önce kendini reforme etmesine ve her zaman yayılmayla sonlanamayacağının kabulüne sebep olmuştur. Nitekim 1980'lerde teorinin kurucusu Ernst Haas tarafından da bu durum kabul edilmiş ve teorinin bazı noktalarda eksik kaldığı söylenmiştir. Yine de görülebilir ki teori mevcut olduğu dönemdeki bütünleşme olgusuna bir cevap olabilmiş, ancak geniş açıdan bakıldığında Avrupa sınırlarında kalan bir teori olmuştur. Bunun bir nedeni teorinin başka alanlara ve coğrafyalara uyarlanmasının zorluğu olabileceği gibi Avrupa bütünleşmesinin kendine has yapısını incelemeye dönük girişimlerin doğal olarak kendi dağarcığında incelenme zorunluluğu doğmuştur. Bütünleşmede yaşanan gerilemeyle etkisini kaybeden yeni işlevselci bakış açısı daha sonraki süreçlerde revizyona uğrayarak yeniden gün yüzüne çıkmış, bunun dışında da süreç içinde gelişen diğer teorileri etkilemiştir.

Yeni işlevselciliğe hükümetlerarasıcı teorinin kurucusu olan Stanley Hoffman'dan bazı eleştiriler gelmiştir. Hoffman, bu eleştirileri yaparken Boş Sandalye Krizi ve Fransa'nın İngiltere'nin Avrupa Birliği üyeliğini reddetmesinden de ilham almıştır. İlerleyen yıllarda bu eleştiriler hükümetlerarasıcı bakış açısının çıktılarını oluşturma noktasındadır:

1. Avrupa bütünleşmesini ele alırken dıştan gelen baskılar ele alınmalıdır. Yeni işlevselcilik içsel etmenlere de önem vermektedir.
2. Ulusal hükümetler bütünleşmenin derecesini ve yönünü kontrol ederler ve bu güce sahip olma konusunda benzersizdirler. Dolayısıyla devlet dışı aktörlerin etki gücünü yadsımaktadır.

3. Bütünleşme sınırlı bir alanda ilerler. Bütünleşme sürecinde ekonomik bir birlikten siyasal bir birliğe evrimle ancak ulusal çıkarların izin vereceği ölçüde gerçekleşebilecek bir durumdur (Hoffmann, 1964).

Daha sonraki süreçte öne çıkan bütünleşme teorilerinden bir diğeri liberal hükümetlerarasıcılıktır. Kurucusu Andrew Moravcsik olan bu teori gerçekçilikle liberalizmi bir potada buluşturur. Bütünleşme sürecinin üç aşamadan oluştuğunu iddia eder: Ulusal tercihlerin oluşturulması, devletlerarası pazarlıklar ve kurumsal yetkilendirme (Moravcsik, 1995).

Üç aşamadan ilki olan ulusal tercihlerin oluşmasında önemli olan grup devletlerin içinde hedefleri belirleyen baskı gruplarıdır. Bu grupların birbirine karşılıklı bağımlılığı devletlerin de birbiriyle uluslararası alanda işbirliği yapmasını meydana getirmektedir. Dolayısıyla devletlerin içindeki baskı grupları bütünleşme yolunda ilk adımı atan taraftır. Devlet bu taleplerin itici gücüyle harekete geçmektedir. Bu da bizi devletlerarası pazarlıkların başladığı ikinci bir sürece götürmektedir. Bu aşamada üç temel nokta ele alınmaktadır: Birliğe üye devletlerin bütünsel eylemleri, düşük işlem maliyetleri ve Nash pazarlık dinamikleri (Moravcsik, 1993). Buna göre devletlerarası pazarlıklar icra edilirken üye ülkeler bir bütünün parçaları gibi davranırlar ve bu kendini has yapının üyeleri olmanın ayrıcalıklarından yararlanmak istemektedir. Kimi yerlerde bağımsız politikalarını uygulasalar da genel manada bütünsellik devam ettiği müddetçe bir sorun teşkil etmemektedir. Düşük işlem maliyetleri etkin pazarlıklar söz konusu olduğunda meydana gelecektir ve Birliğe üye devletler kendiliğinden pazarlıkların etkin bir şekilde sürdürülebilmesi için ellerinden geleni yapacaklardır. Nash pazarlık dinamiklerindeyse bir anlaşmaya AB seviyesinde ulaşmak cazipse bir Birlik hükümetinin de pazarlığın etkin sürdürülmesi için elinden geleni yapacağını vurgulamaktadır. Pazarlıklardaki belirleyici etken ise devletlerin sahip olduğu güce bağlıdır. Gücü elinde bulunduran ülkeler işbirliğine gitme konusunda daha az istekli olacakken işbirliği sonucu gücünü fazlaştıracak ülkeler tam aksine işbirliğine gitme eğilimindedir. Güç kavramına bu aşamada bu denli fazla eğilmesi liberal hükümetlerarasıcılığın realizme daha fazla kaydığını göstermektedir. Geniş açıdan bakıldığında da her alanda dengeli bir dağılımdan söz edilememektedir. Kimi zaman realist perspektif ağır basarken kimi zaman liberalist bakış açısı başı çekmektedir. Nitekim son aşama olan kurumsal yetkilendirme aşamasında bu sefer liberalist söylem kuvvetli hale gelmektedir. Pazarlıklar sonucu ortaya çıkan kurumlar devletlerin yetki devriyle oluşturdukları kurumlardır ve uzun süreli işbirliğini model alırlar.

Kısacası liberal hükümetlerarasıcı bakış açısının özünde Avrupa ülkelerinin birlikte sıkı bir oluşum içinde girdiklerinde kazançlı çıkacaklarına dair bir görüş

bulunmaktadır. Moravcsik bunu çoğu zaman ticari verileri örnek vererek somutlaştırır. Tek başlarına dünyanın önde gelen ülkelerinden Rusya, Çin, Amerika Birleşik Devletlerinin seviyelerine çıkamayan Avrupalı devletlerin birleşip tek vücut olabildiklerinde bu ülkelerin potansiyel rakiplerinden birini oluşturabileceklerini vurgulamaktadır. Böyle bir bütünleşmenin ancak bu coğrafyada olabileceği de burada bir sonuç olarak ortaya çıkmaktadır. Günümüzü de dahil edersek sürecin tamamında devletlerin bütünleşme karşısı öznel bakış açılarıyla hareket ettikleri zamanlar bulunmaktadır. Fakat buna rağmen Avrupalı devletler böyle bir bütünleşme sürecine girmişlerdir. İşte liberal hükümetlerarası görüşün ortaya koyduğu bu görüş ancak böyle bir bütünleşmenin sonucu olarak mümkün olabilecektir.

BÜTÜNLEŞME SÜRECİNİN EVRİMİ

Başladığımız noktaya geri dönersek savaş II. Dünya Savaşı'nın sonrasında ulusal düşüncelerin geri plana bırakılıp ulusüstü bir sürece geçiş için adımlar atılırken hızlı bir ilerleme öngörülmüştür. Ekonomik alanda böyle bir bütünleşmeyi ilerletirken teknik konular olduğundan fazla sorunla karşılaşılmayacağı düşünülmüştür. Fakat Boş Sandalye Krizi ve arkasından gelen 1966 Lüksemburg uzlaşısı ile ulusal hükümetler Topluluk bünyesinde karar alırken kendilerine merkezde bir yer sağlamışlardır. 1970'lerle başlayan bütünleşmedeki yavaşlama her parçanın aynı oranda bütünleşip bütünleşemeyeceğine dair sorular sorulmasına neden olmuştur. Çünkü dış politika, para politikaları, iç güvenlik ve ekonomi politikaları gibi hassas konularda bütünleşmenin pek yakında olmadığına dair düşünceler baş göstermeye başlamıştır. Devamında Avrupa Tek Pazarının uygulanmaya başlanmasıyla bir sağ-sol ayrışması meydana getirmiştir. 1992 Maastricht Antlaşması ve devamındaki süreç de Birliğin meşruiyetini sorgulatan gelişmeler olmuştur. Komisyonun denetlenemez gücü ve geniş yetkilerle donatılmış olması, karar alma sürecinin yeterince gözle görülür olmaması ve halkın yeterince bu sürece dahil olamaması, Avrupa Parlamentosu'nun yeterince gözle görülür yetkiye sahip olmaması ve halkın Avrupa Parlamentosu seçimlerine göstermiş olduğu ilgisizlik gibi sorunlar yeni dönemde Birliğin karşısına çıkmıştır. 2000'li yıllarla beraber Avrupa bütünleşmesi üzerine çatışmalar artmış, ulusal kimlik konusu gün yüzüne çıkmıştır. Amsterdam Antlaşması, Nice Antlaşması ve Lizbon Antlaşması Parlamente'nin yetkilerini fazlalaştıran adımlar atmış, halkın daha fazla temsil edilebildiği, Birlik içinde daha şeffaf politikaların uygulandığı, daha refah yayan bir kurum haline geldiğine dair çıktılar getirmiştir. Bunun sonucunda örneğin Avrupa Parlamentosu'nun nitelikli çoğunlukla karar verdiği konuların sayısında artış gözlenmiş, Avrupa'da yaşayan insanların imza toplayarak yasa öne-

risinde bulunabilmelerinin yolu açılmıştır. Bu tip adımlar birlik içindeki demokrasi açığını da kapatmaya dönük adımlardır. Fakat günümüzde bütün bu adımlara rağmen bütünleşme süreci iyice siyasileştirilmiş ve iç politikaların bir malzemesi haline getirilmiştir. Burada vurgulanması gereken bütünleşme sürecinin başından beri yavaşlasa da bir seviyede ilerletildiği ve bu zamana kadar getirildiğidir. Bütünleşme karşıtlığının böyle bir bütünleşmenin burada olabileceğine helal getirmeyeceğini tekrar etmek gerekir. Bilindiği üzere Avrupa Birliği'nin ana hatlarını oluşturan ülkelerde dahil bütünleşme karşıtı partiler önemli oylar almaktadırlar. Bununla birlikte Büyük Britanya'nın Avrupa Birliği'nden ayrılma süreci de Birlik bütünleşmesi sürecinde ilk defa görülmektedir ve önemle izlenmelidir.

Bütünleşme teorilerinin yanında birkaç yaklaşımdan da burada söz edebiliriz. Bunlardan biri Yeni Kurumsalcılıktır. Avrupa Birliği politikaları üzerinde kurumların etkisini vurgulayan Yeni Kurumsalcılık 1990'lardan itibaren etkisini göstermiş ve çalışmalarda yer almıştır (Akçay ve Göçmen, 2016). Örneğin Simon Bulmer, Avrupa Birliği yapısı içindeki araç ve kurumların yönetim rejimleri içinde farklı özellikle gösterdiğini iddia etmiştir (Bulmer, 1993). Tarihsel kurumsalcılık, rasyonel tercih kurumsalcılığı ve sosyolojik kurumsalcılık gibi analitik yaklaşımları bulunan Yeni kurumsalcılık yaklaşımında kurumlar önemli bir aktör olarak varsayılmıştır. Tarihsel kurumsalcılıkta kararların o anın getirdiklerine göre değil daha önceki kurumsal ilişkilerin oluşturduğu sınırlar dahilinde alınabileceği vurgulanmıştır (Bache, Bulmer ve George, 2016). Bu da bizi "izlek bağımlılığı" kavramına götürecektir. Daha önceki seçilen yolun seçimi sonraki karar ve davranışların sınırını çizer (Akçay ve Göçmen, 2016). Rasyonel tercih kurumsalcılığı hangi şartlar dahilinde üye devletlerin yetki devrinde bulunduğunu inceler. Örneğin Burley ve Mattli'ye göre ABAD aldığı kararlarla ulusüstü bir yapının oluşmasına ve ulus-devletin aleyhine dönük adımların atılmasına sebep olmaktadır (Burley ve Mattli). Rasyonel tercih kurumsalcılığı yetki devrinin sınırlanıp sınırlanamayacağına dair bir belirleme yapmaktadır. Ancak bunu yaparken resmi kurumlarla sınırlı kalması ve sosyolojik meselelere yeteri kadar değinmemesi oldukça eleştiri almasına ve etki gücünün azalmasına sebep olmuştur. Sosyolojik kurumsalcılık ise etkinlikten ziyade sosyal meşruiyeti önemserler. Avrupa Birliği içinde Avrupa Parlamentosu'na verilen yetkilerin fazlalaştırılarak Birliğin meşruiyetinin sağlanması isteği sosyal kurumsalcılığın ilgi alanına girmektedir. Kültürel değer ve farklılıklar aktörlerin tercihlerini ve davranışlarını şekillendirdikleri için önemlidir (Nugent, 2010). Sosyolojik kurumsalcılık inşacılıkla oldukça yakından ilişkilidir ve kimi yerlerde birleşerek hareket eder. Bu şekilde hareket ettiği durumlarda bireysel kimlikler, roller ve değerler de işin içine girer ve etkili bir unsur olarak değerlendirilmeye başlanır.

Pollack'ın araştırması ise bu konuda oldukça önemlidir. Birliğe üye devletlerin ulusüstü kurumlara yetki devrini hangi koşullarla ve gerekçelerle gerçekleştirdiklerini araştırmıştır. Pollack'ın görüşüne göre Komisyon ve ABAD'a yetki devri söz konusuysen işlem maliyetlerini azaltma söz konusuysen, Avrupa Parlamentosu'na yapılan yetki devrinde ise Avrupa Birliği içindeki demokrasi açığını kapatma eğilimi esas tutulmuştur (Akçay ve Göçmen, 2016). Komisyon ve ABAD'a yapılan yetki devri rasyonel tercih kurumsalcılığına uyumlu olarak verilebilecek bir örnek iken Avrupa Parlamentosu'na yapılan yetki devri sosyolojik kurumsalcılığa uyumlu şekilde verilebilecek bir örnektir. Bu tür bir oluşumun da bu şekilde bir yetki devrinin de bir benzerinin yaratılması hayli güç olacaktır.

Sosyal İnşacılık yaklaşımı da 2000'li yıllarla beraber Avrupa Birliği ile ilgili yapılan analizlere girmiş ve bütünleşme konusuna getirdikleriyle önem kazanmıştır. Çünkü günümüze yaklaştıkça kimlik kavramı önemli bir yer edinmeye başlamıştır ve sosyal inşacı teoriler birbiri ardına ortaya çıkmaya başlamışlardır. Her ne kadar araştırmacılar arasında görüş ayrılığı olsa da bir nokta kesin ve nettir. O da sosyal etkileşimler sonucu çıkarların ve kimliklerin belirlenmesidir. Risse'ye göre sosyal inşacılığın Avrupa Birliğini ve Avrupa Birliği'nin bütünleşme sürecisini anlama konusunda üç katkısı bulunmaktadır: Bunlardan ilki yapı-yapan ilişkisinin karşılıklı oluştuğudur. Böylelikle Avrupalılaşıma ve Avrupa'daki devletin tanımlanması konularına daha yakından bakılması mümkün olacaktır. İkinci olarak Avrupa hukukunun, kurallarının ve politikalarının aktörlerin çıkarlarını ve politikalarını nasıl belirlediğini inceleme Avrupa bütünleşmesinin şekillendirici rolünü kavrayabilmemizi sağlamaktadır. Bu sayede bütünleşmenin neden eşsiz olduğunu ve tekrarlanmasının zor olduğunu bir kez daha görebilme şansı yakalarız. Üçüncü olarak Avrupa Birliği'nin bir söz-eylem olarak nasıl inşa edildiğini ve aktörlerinin nasıl bir şekilde Avrupa bütünleşmesini anlamlandırdıkları incelenebilmektedir (Risse, 2004). Bu sayede iletişim konusunda nasıl hamlelerle kendini meydana getirdiği gözlemlenebilmektedir.

Son dönemde Avrupa bütünleşmesi üzerine yapılan analizler ve çalışmalar Avrupa Birliği bünyesindeki oluşumların üye ülkelere ve siyasi süreçlerine nasıl etki ettiğiyle ilgilenmektedir. Çünkü üye ülkelerin iç yapıları önemli hale gelmiştir ve bütünleşme olgusu git gide siyasi bir anlama bürünmüştür. Avrupa Birliği sosyal kurumları kendisi dışında göremezler ve bu kurumlardan hatırı sayılır miktarda etkilenirler. Bu karşılıklı etkileşim aktörlerin bir kimlik oluşturma sürecini gerçekleştirir. Bu şekilde ontolojik olarak var olan Avrupa Birliği hem kurumlardan etkilenirken hem de etkileyici bir misyon üstlenir. Aynı zamanda toplumları dönüştürücü bir etkiye de sahip olmuş olur. Bu Birliğe üye ülkelerin tek başlarına yapmaları mümkün olmayan bir sürecin sonunda meydana gelir. Bu da Avrupa

Birliği'nin kendine haslığının bir sonucudur. Avrupa Birliği ekonomik amaçlar için kurulmuştur ve kendine özgü bir yapıya sahiptir. Avrupa Birliği için herhangi bir ulus devlet gibi demokratik bir düzeeye sahip olmak mümkün değildir (Ultan, 2018). Bu nedenle üye ölkelerin bireysel özelliklerini böylece bir potada eritip toplumlar üzerinde etki sahibi olması önemlidir. Dolayısıyla Birlik üyesi olabilir-
mek de oldukça önemlidir. Çünkü Birlik üyesi olduğunda bir ölkede doğrudan bu dönüştürücü etkinin bir parçası olabilmektedir (Christiansen, Jorgensen ve Wiener, 1999). Aslında üye olma eğiliminde olan bir ölkenin ilk bakışta önemse-
yeceği bir durum olan bu konu daha geniş bir perspektiften bakıldığında büyük bir öneme sahiptir. Türkiye özelinde bu konuda bilhassa vurgulanması gereken bir konu böyle bir sürecin ve dönüştürücü gücün bir parçası olmanın aslında ol-
dukça anlamlı dönüşlere sebebiyet vereceğidir.

Avrupa Birliği üyeliğinin bir anlam ifade etmesi ve üye olmak isteyen bir dev-
letin kendisine yöneltilen kısıtları bağlayıcı kabul etmesi önemli bir noktadır. Ve kendine haslığının bir başka yansımasıdır. Avrupa Birliği aynı zamanda ileti-
şimsel süreçlere de önem vermektedir ve söz – eylemle sosyal bir davranış sergi-
lemektedir. Anlaşmazlıklarda bir tartışma platformu kurulması ve ikna süreçleri Avrupa Birliği'nin ulusüstü düzeeye çekmeye çalıştığı bir iletişim toplumu
oluşturma denemesinin bir ürünüdür. Bununla birlikte son zamanlarda kimlik kavramı da oldukça önemli bir noktaya gelmiştir. Avrupa Birliği'nin bu konuda somut adımlar atması ve Avrupa kimliğini net bir şekilde daha çok insana duyurabilmesi oldukça önemlidir. Çünkü bütünleşmenin sekteye uğratmak isteyen ke-
simler Avrupa Birliği üye ölkelerinde oylarını fazlaştırmışlardır. Avusturya'da aşırı sağcı bir ittifakın koalisyon kurarak iktidara gelmesi oldukça kaygı vericidir ve Avrupalı kimliği bağlamında oldukça soru işaretlerine sahiptirler. Avrupa Bir-
liği bütünleşme sürecine olan karışıklıklarını bir dereceye kadar maskeleyebile-
cekleri düşünöldüğünde Avrupalı kimliğinin somut bir şekilde ifade edilmesinin önemi bir kez daha ortaya çıkmaktadır. Unutulmamalıdır ki çıkar ve kimlikler Avrupa Birliği'nin kendi içinde oluşmaktadır ve Avrupa kuşkuçularına karşı ta-
kınılacak tutum ve bütünleşmenin sahiplenilmesi anlayışı Birlik içinde etkin bir şekilde gösterilmelidir.

Bütünleşmenin siyasileşmesi yeni işlevselciğe göre olumluydu ve bu siyasileşme süreci beraberinde aktör sayısını fazlaştırmakla bütünleşmeyi hızlandırıcı bir etki yaratacaktı. Örneğin; Philippe C. Schmitter tam olarak bu şekilde düşü-
nürken son dönemdeki siyasileşmenin bunun tam tersi sonuçlara yol açtığını göz-
lemlemiştir (Schmitter, 2008). Bunun da yeni işlevselciliğin belirlediği siyasileş-
meye uymadığını vurgulamıştır. Son zamanlardaki siyasileşmeye karşı daha etkin

bir kimlik siyasetinin uygulanması gerektiğini ve kamu kurumlarının Avrupa Birliği bütünleşme sürecine dahil olmasının gerektiğini belirlemiştir. Bunun yanı sıra ulusüstü Avrupa Parti Sistemi kurulmalıdır (Akçay ve Göçmen, 2016). Ancak bunun oluşturulması pek de kolay gözükmemektedir. Çünkü; farklı seviyelerde Avrupa bütünleşmesini savunan taraflar vardır ve bu tarafların bir parti çatısı altında bir araya gelip politikalar üretmeleri pek kolay değildir. Nitekim kendi ulusal seçimlerinde ve Avrupa Birliği karar alma mekanizmalarında bu farklı seviyede bütünleşmeyi destekleyen oluşumlar bu özelliklerini gözle görülür şekilde ortaya koymaktadırlar. Kısacası Avrupa Birliği karar alma mekanizmalarının mümkün olduğunca halkları da içeren bir yapıda formüle edilmesi beklenmektedir. Ancak bu sayede yönetim modelini kitlelere yayabilir ve daha fazla seviyede kendini gösterebilir. Böylece Birlik çapında kararları sadece elitlerin verdiği algısı da bir miktar da olsa kırılabilir.

SONUÇ

Sonuç olarak; Avrupa bütünleşme kuramları ve çeşitli yaklaşımlar Avrupa kıtasında meydana gelen böyle bir oluşumu açıklamaya çalışmışlardır ve çalışmaktadırlar. Bunlardan bazıları dünyanın geneline uyarlama çabasıyla yola çıkmışlar ancak gerek vaka eksikliğinden, gerek bu sürecin genç bir süreç olmasından, gerekse Avrupa Birliği gibi bir bütünleşmenin incelenmesinin başka bir coğrafyadaki bir bütünleşmeye uyarlanamayacak kadar kendine has oluşundan dolayı Avrupa Birliği ile sınırlı kalmışlardır. Tek bir bütünleşme kuramıyla veya yaklaşımla bütün bir bütünleşme sürecini açıklamak mümkün değildir. Bu yüzden sürecin değişik bölümlerinde farklı teoriler ve yaklaşımlar geliştirilmiştir. Bütünleşmenin yavaşladığı dönemlerde etki güçlerini yitiren kimi teoriler ve yaklaşımlar, daha sonraki hamlelerle birlikte yeniden formüle edilerek yeni versiyonlarıyla gün yüzüne çıkmışlar ve incelemelerini sürdürmüşlerdir.

Avrupa Birliği, aldığı kararlar, oluşturduğu kurumlar, çıkardığı yasalarla ulusüstü bir nitelik barındıran, bir ulus-devletten farklı özellikleri içinde barındıran ve bir uluslararası örgütten fazlasına sahip olan bir oluşumdur. Avrupa Birliği bütünleşme süreci ise kuruluş yıllarında en coşkulu taraftarlarının federalizmi savunduğu bir süreçtir ve gerek bütünleşmenin başlangıcındaki ekonomik atılımlarla gerek sonraki süreçteki atılımlarla bu amaca doğru gitmeye çalışmıştır. Monolitik olmayan bir oluşum yoluyla böyle bir bütünleşmeye imza atmış olabilmesi başlı başına bir başarıdır ve bu çapta bir örneğine 2017 sonu itibarıyla rastlanmamıştır. Bütünleşme yolunda bazı engellerle karşılaşılması bütünleşmenin doğasına bir zarar veremez. Çünkü böyle bir coğrafyada yaratılan bütünleşme başlatıldığından beri bu coğrafyada dünya savaşlarına benzer bir savaş meydana gel-

memiştir. Ekonomik anlamda ise üye ülkeler Birlik sayesinde daha iyi bir konuma gelebilmişlerdir. Bu da bize şunu göstermektedir ki Avrupa ülkeleri ancak kendilerinden bir miktar vererek bütünün iyiliğini sağlayabilirler. Yani kendi egemenliklerinden fedakarlık etmeleri uzun vadede hem Birliğin menfaatine hem de kendi yararlarına olmaktadır.

Son yıllarda Avrupa bütünleşmesi siyasileşmiştir ve Birlik bünyesinde sorgulamaların sayısı artmıştır. Başat Avrupalı ülkelerde dahi aşırı sağcı partiler hatırı sayılır oy almaya başlamışlar ve hükümeti zorlamaya başlamışlardır. Brexit süreci de bunun yanında olumsuz bir durum olarak bütünleşmenin gidişatının sorgulanmasına yol açmıştır. Ayrıca Avrupa Parlamentosu seçimlerine olan ilginin hala az olması ve Birlikte bulunduğu iddia edilen demokrasi açığı gibi kavramlar da Birlik hakkındaki soru işaretlerindendir. Bütün bunlara rağmen son yıllarda sosyal inşacı teorilerin sunmuş oldukları reçeteler anlaşılabilir görülmektedir. Çıkarların ve kimliklerin Birlik içinde şekillendiği bir ortamda Avrupalı politikacılar Avrupalı kimliğini geliştirecek ve kitlelere samimi gelmesini sağlayacak adımlar atmalıdırlar. Bunun yanında kamu kesiminin Birlik bünyesindeki politika yapım sürecine daha çok katılımının da sağlanması gerekir. Eğer bu sağlanırsa Birlik içinde yasama sürecinin elitler tarafından yapıldığı izlenimi bir nebze de olsa giderilmiş olabilir.

Avrupa Birliği'nin bütünleşme sürecine geniş bir açıdan bakarken olumsuz yanlarından çok kazandırdıklarına bakmak gerekir. Böyle bir bütünleşmeye neden gereksinim duyulduğu, hangi etkenlerin itici güç olduğu tekrar tekrar hatırlanmalıdır. Böyle bir aşamaya gelene kadar neleri feda etmek zorunda kaldıkları konusu oldukça önemlidir ve günümüzün bütünleşme karşıtlarından bazılarına baktığımızda feda edilenlerin sorumlularıyla benzer cümleler kurduklarını kolaylıkla görebiliriz. Büyük yıkımlar sonrasında da olsa bu coğrafyada böyle bir Birliğin kurulmuş olması bir lütuftur. Böyle ulusüstü bir yapıyı kurabilmiş olan bir üye ülkeler topluluğunun gerileyip ulus-devleti canlandıracak adımlar atması kendi varlıklarının devamı için olumsuz bir adım olacaktır.

KAYNAKÇA

- Akçay, B. ve Göçmen, İ. (2019). Avrupa Birliği: Tarihçe, Teoriler, Kurumlar ve Politikalar. Ankara: Seçkin Yayıncılık.
- Bache, I., Bulmer, S. ve George S. (2010). Politics in the European Union. Oxford: Oxford University Press.
- Bulmer, S. (1993). The Governance of the European Union: A New Institutional Approach, *Journal of Public Policy*, 13(4), 351-380.
- Burley, A. M. ve Mattli, W. (1993). Europe Before the Court: A Political Theory of Legal Integration. *International Organization*, 47(1), 41-76.
- Christiansen, T., Jorgensen, K.E., Wiener, A. (1999). The Social Construction of Europe, *Journal of European Public Policy*, 6(4), 528-544.
- D'Appollonia, A. C. (2002). European Nationalism and European Union. A. Pagden (Ed.), *The Idea of Europe: From Antiquity to the European Union* içinde (s. 171-190), (Cambridge: Cambridge University Press).
- Haas, E. (1958). *The Uniting of Europe: Political, Aocial and Economical Forces 1950-1957*, London: Stevens & Sons Limited.
- Hoffmann, S. (1964). The European Process at Atlantic Crosspurposes, *Journal of Common Market Studies*, 3(2), 85-101.
- Moravcsik, A. (1993). Preferences and Power in the European Community: A Liberal Intergovernmentalist Approach, *Journal of Common Market Studies*, 31(4), 473-524.
- Moravcsik, A. (1995). Liberal Intergovernmentalism and Integration: A Rejoinder, *Journal of Common Market Studies*, 33(4), 611-628.
- Nugent, N. (1995). *The European Union 1994*. Blackwell Publishing.
- Nugent, N. (2010). *The Government and Politics of the European Union*. Palgrave Macmillan.
- Risse, T. (2002). Social constructivism and European integration. A. Wiener, T. A. Börzel ve T. Risse (Ed.), *European Integration Theory* içinde (s. 171-190), (Oxford: Oxford University Press).
- Schmitter, P. (2008). On the Way to a Post-Functionalist Theory of European Integration, *British Journal of Political Science*, 39, 211-215.
- Ultan, M. Ö. (2016). European Cultural Integration: Theories and Practices, *International Journal of Culture and History*, 2(4), 146-149.
- Ultan, M. Ö. (2018). Democratisation Phases of the European Union, *Social Sciences Studies Journal*, 4(26), 5785-5791.
- White, B. (2001). *Understanding European Foreign Policy*. Red Globe Press.



BÖLÜM 44

Sosyal Hizmet Görüşmelerinde Metafor Kullanımı

Onur Keskin¹

¹ Öğr. Gör. Dr., Bingöl Üniversitesi, Sağlık Hizmetleri MYO, Çocuk Bakımı ve Gençlik Hizmetleri Bölümü, Bingöl, Türkiye, ORCID ID: 0000-0002-9407-2755

Giriş

Metaforlar danışan ve danışman ilişkisinin olduğu pek çok sosyal ve sağlık bilimleri kapsamında ele alınan ve bireylerin düşüncelerini, duygularını ve deneyimlerini anlamlandırmaya yardımcı olan bir çeşit araçlardır. Metaforları sadece semantik yani anlamsal olarak el almak yanlış olacaktır. Buna dilsel ve zihinsel süreçleri de dahil ederek metafor anlamı ile yüzeysel anlam arasındaki ilişkinin ortaya çıkarılması gerekmektedir. Pek çok uzman metaforun ne olduğunun yanında ne amaçla kullanıldığına da bakarak bu ilişkiyi ortaya çıkarmaya çalışmaktadır.

Sosyal hizmet mesleği de ruh sağlığı alanında çalışan profesyonellerden oluşmaktadır ve müracaatçılarına yardımcı olmak için bu dilsel ve zihinsel süreçleri sıklıkla kullanmaktadır. Sosyal hizmet uzmanlarının müracaatçılarla görüşmelerinde onların sorunlarını veya ifadelerini anlamak için metaforlardan faydalanması oldukça yaygındır. Mevcut çalışmada da bu görüşmelerde metaforlarla müracaatçılara nasıl iç görü kazandırılabilceği ve sorunları çözüme ulaştırılabileceğine ilişkin konular ele alınmıştır. Bu sayede sosyal hizmet uzmanlarının müracaatçılarıyla gerçekleştirdikleri görüşmelerde daha faydalı olabileceği varsayılmaktadır. Çünkü metaforlar, karmaşık ve soyut kavramları anlaşılır hale getirmek için kullanılan güçlü iletişim araçlarıdır. Sosyal hizmet görüşmelerinde metaforların kullanımı, müracaatçıların sorunlarını daha iyi anlamalarına ve kendilerini ifade etmelerine yardımcı olabilir. Uluslararası Sosyal Hizmet Federasyonunun da ifade ettiği gibi sosyal hizmet insanların iyilik halini artırmak için problem çözmeyi ve onları güçlendirmeyi amaçladığından (IFSW, 2024) metaforların kullanımı mesleki bir beceri olarak da ele alınabilir.

Metafor Kavramı

Bu çalışmada metaforun sosyal bilimlerde kullanılması bağlamı ele alınmıştır. Sosyal bilimlerde metafor kavramı, özellikle psikoloji, sosyoloji, sosyal hizmet ve dilbilim gibi alanlarda sıkça kullanılmaktadır. İnsanların dünyayı nasıl algıladıklarını, duygu ve düşüncelerini nasıl ifade ettiklerini anlamak için metaforların incelenmesi önemli bir araştırma alanıdır. Özellikle sosyal hizmette, müracaatçıların metaforlar aracılığıyla hayatlarına dair sorunları ve deneyimleri nasıl ifade ettikleri, terapötik süreçte önemli bir köprü görevi görmektedir.

Metaforlar Lakoff ve Johnson (1980)'e göre günlük yaşamımızın her alanında bulunur ve bir olgunun ya da deneyimin başka bir olgu veya deneyim aracılığıyla temsil edilmesi olarak tanımlanır. Deneyimlerimizi anlamlandırmamızda kritik bir rol oynar. Bu nedenle sadece dilsel bir araç değil, aynı zamanda düşünce ve

anlamlandırma süreçlerini şekillendiren önemli bir bilişsel mekanizmadır. Metaforlar, soyut veya karmaşık kavramları somutlaştırarak bireylerin gerçekliği algılamasını kolaylaştırmaktadır.

Metaforlara örnek verecek olursak, örneğin “etrafımda bir duvar var” diyen bir müracaatçının kendini sıkışmış hissettiği ve bir çıkış yolu bulamadığı anlaşılr. Yine bu metaforunda çaresiz ve sıkışmışlık hislerinin somutlaştığı görölmektedir. Bu tür metaforlar, müracaatçıların deneyimlerini anlamlandırırken sosyal hizmet uzmanlarının da empatik bir bakış açısı geliştirmesine katkıda bulunmaktadır. Bu sayede müracaatçılarla daha etkili bir iletişim kurularak sorunların çözümünde kolaylık sağlanabilir.

Metaforlar, sadece müracaatçının görüşmelerde anlık kullanabileceği bir kavram değildir. Bazen sosyal hizmet uzmanları da müracaatçıların duygularını doğrudan ifade etmekte zorlandığı durumlarda alternatif bir anlatım aracı olarak metafor kullanmalarını isteyebilir. Sosyal hizmet uzmanı, danışanın kullandığı metaforları dinleyerek onları analiz edebilir ve danışana yeni, güçlendirici metaforlar oluşturmada rehberlik edebilir. Böylece metaforlar, bireyin yaşadığı deneyimlere dair anlam yaratma ve değişim sağlama sürecinde aktif bir rol oynar.

Metafor, bir kavramın veya deneyimin başka bir kavram ya da deneyim aracılığıyla ifade edilmesidir. Lakoff ve Brugman (1986)’a göre, metaforlar, soyut ve karmaşık deneyimlerin anlaşılmasında köprü görevi görmektedir. Sosyal hizmet görüşmelerinde metaforlar, müracaatçıların duygusal ve psikolojik durumlarını daha somut ve anlaşılır hale getirmekte önemli bir rol oynarlar. Metaforlar, hem danışanın hem de sosyal hizmet uzmanının karmaşık duygusal deneyimleri ve sorunları daha iyi anlamalarına yardımcı olabilecektir (Payne, 2020).

Metaforların İşlevi

Metaforlar, bireylerin duygu ve düşüncelerini ifade etmelerine, anlamlandırmalarına ve iletişim kurmalarına yardımcı olan güçlü araçlardır. Sosyal hizmet alanında metaforların işlevi, müracaatçıların deneyimlerini daha anlaşılır hale getirmek ve sosyal hizmet uzmanlarının bu deneyimleri doğru anlamasına yardımcı olmaktır. Bu açıdan metaforların duyguları ifade etme işlevi olduğu söylenebilir. Yani müracaatçıların yoğun ve karmaşık durumları doğrudan ifade edemediğinde bu duyguları somutlaştırmada yardımcı olur. Örneğin bir müracaatçının “kendimi sıkışmış hissediyorum” demesinin, bireyin çaresizlik ve umutsuzluk durumunu ifade etmesidir. Metaforların bir başka işlevi de iletişimi kolaylaştırmaktır. Müracaatçı ile sosyal hizmet uzmanı arasındaki etkileşimi artırdığı söylenebilir. Böylece ortak bir zeminde anlam dünyası oluşturulur ve sosyal hizmet uzmanının

müracaatçısının deneyimlerine karşı bir empati oluşturmalarını kolaylaştırır. Bunun yanında metaforların yeni bakış açısı kazandırma işlevi de vardır. Sosyal hizmet uzmanları ve müracaatçıların farklı kişiler olarak olaylara farklı bir yönden bakması normaldir. Ancak metaforlar sayesinde sosyal hizmet uzmanı müracaatçısının bakış açısını keşfedebilir ve ona yeni bir bakış açısı kazandırabilir. Bu yeni bakış açısı yanı zamanda yeni metaforlar oluşturmak için de fırsatlar oluşturabilir. Böylece daha müracaatçının kendisini ifade ederken kullanabileceği güçlü ve yeni anlamlar oluşturmada yardımcı olunabilir. Metaforlara ait son işlev ise anlamlandırmadır. Bu işlev çok karmaşık ve soyut durumların metaforlar aracılığıyla daha anlaşılır ve somut bir hale getirilmesidir (Schön, 1993).

Sosyal Hizmet Görüşmelerinde Metafor Kullanımı

Sosyal hizmet uzmanları, müracaatçıların hayatındaki zorlukları anlamak, onlara yardımcı olmak ve empati kurmak için metaforlardan faydalanabilirler. Sosyal hizmet görüşmelerinde metaforların kullanıldığı başlıca alanlar vardır (White & Epston, 1990). Örneğin;

- *Duygusal İfadeler*: Müracaatçıların duygusal durumlarını ve deneyimlerini daha iyi ifade etmelerine yardımcı olmak.

- *Sorunların Anlaşılması*: Müracaatçıların yaşadığı sorunları ve bunların kökenlerini daha iyi anlamalarını sağlamak.

- *Çözümler Geliştirmek*: Sorunlara yaratıcı çözümler geliştirmek ve alternatif bakış açıları sunmak.

- *Doğal Konuşma*: Metaforları görüşme sırasında doğal bir şekilde kullanmak.

- *Danışan Katılımı*: Müracaatçıların kendi metaforlarını yaratmalarını teşvik etmek.

- *Metaforların Açıklanması*: Kullanılan metaforların danışan tarafından anlaşılmasını sağlamak.

Danışanın Metaforlarını Tanımak

Sosyal hizmet uzmanları görüşmeler yaparken, müracaatçılar yaşadıkları sorunları anlatırken doğrudan veya dolaylı metaforlar kullanabilirler. Örneğin;

"Kendimi bir çukurun dibinde gibi hissediyorum."

"Hayatım bir kaos içinde."

"Bu durumdan kaçışamıyorum, zincire vurulmuş gibiyim."

Bu gibi ifadeler, müracaatçının yaşadığı sorunların yoğunluğu ve algılanış biçimi hakkında bilgi verir. Bu sayede sosyal hizmet uzmanları müracaatçıların kullandığı metaforları anlamlandırarak onları anlamasını kolaylaştırır. Ayrıca bu metaforlar üzerine yapılan konuşmalarda daha derin anlamlar keşfedilerek müracaatçılarla iş birliği yapılması kolaylaşabilir (O'Brien, 2009).

Metaforlar Aracılığıyla Müracaatçının İçgörü Kazanması

Metaforların etkilerinden bir başkası da müracaatçıların duygusal yüklerini hafifletmelerini ve kendilerini daha rahat ifade etmelerini sağlamasıdır. Bu sayede metaforlar, müracaatçıların kendi yaşantılarını ve deneyimlerini yeniden çerçevelendirmelerine yardımcı olabilmektedir. Ayrıca, metaforlar müracaatçıların kendilerini anlaşılmış hissetmelerini sağlayarak, görüşmelerin daha etkili ve verimli olmasına katkıda bulunmaktadır.

Metaforlar, müracaatçıların sorunlarını daha somut ve anlaşılabilir hale getirmelerine yardımcı olacağından sosyal hizmet uzmanı, müracaatçının kullandığı metaforları sorgulayarak, yeni anlamlar ortaya çıkarmasını sağlayabilir. Örneğin:

Metafor: "Kendimi çukurun dibinde hissediyorum."

Soru: "Bu çukur nasıl bir yer? Ne kadar derin? Çukurdan çıkmak mümkün mü?"

Bu tarz derinlemesine sorular, müracaatçının içinde bulunduğu durumu daha derinlemesine düşünmesini ve çözüm yollarına dair farkındalık kazanmasını sağlamaktadır (Davis ve Jansen, 1998).

Yeni Metaforlar İnşa Etmek

Sosyal hizmet uzmanları, görüşmelerinde müracaatçıların kullandığı olumsuz metaforları fark ederek, onları olumlu ve güçlendirici metaforlarla değiştirmesine yardımcı olabilirler. Bu sayede müracaatçılar kendisini daha anlaşılmış ve çözüme odaklı hissedebilir. Aslında inşa edilen metaforların negatif bir duygu barındırmasını önleyerek daha iyimser bir yaklaşımla ifade edilmesi müracaatçıların sorun odaklı düşünmesini engelleyebilecektir. Bununla birlikte sosyal hizmet uzmanları, müracaatçının kullandığı metaforları dikkatlice dinlemeli ve olumsuz ya da çaresizlik içeren ifadeleri belirlemelidir (Long, Hodgkin, Gardner & Lehmann, 2018). Örneğin:

Olumsuz Metaforlar:

"Kendimi bir bataklıkta hissediyorum."

"Yüküm çok ağır, taşıyamıyorum."

"Sanki bir labirentin içinde kayboldum."

Bu tür metaforlar, danışanın mevcut durumunu çaresiz ve çözümsüz olarak algıladığını gösterebilir.

Metaforların yeniden inşa edilmesi, danışanın sorunlara dair algısını değiştirerek güçlendirici bir perspektif sunar. Metaforları yeniden inşa etme sürecinde müracaatçı, eski olumsuz metaforları fark ederken, kendisi için daha yapıcı ve çözüm odaklı metaforlar geliştirebilir.

- "Duygusal Bagaj": Danışanın geçmişte yaşadığı ve hala taşıdığı duygusal yükleri tanımlamak için kullanılan bir metafor.

- "Karanlık Bir Tünelden Geçmek": Danışanın zor bir dönemden geçtiğini ifade eden bir metafor.

- "Hayat Bir Yolculuktur": Danışanın yaşam sürecini ve karşılaştığı zorlukları anlatan bir metafor.

Bunların yerine yeni metaforlar inşa edilebilir:

Eski Metafor: "Zincire vurulmuş gibiyim."

Yeni Metafor: "Bu zincirleri çözmek için anahtarlar bulabiliriz."

Yeni metaforlar inşa etmek aynı zamanda güçlendirici metaforlar oluşturmaktır. Müracaatçıların yaşadığı sorunlara dair güçlendirici metaforlar oluşturmaları, psikolojik dayanıklılıklarını artırır ve çözüm odaklı düşüncelerini sağlar. Sosyal hizmet uzmanı, danışanın olumlu metaforlar oluşturmaya rehberlik edebilir (Liljegren & Saks, 2016).

Olumsuz Metafor: "Bu yük çok ağır."

Güçlendirici Metafor: "Bu yükü taşımak için bir araba ya da yardım alabiliriz."

Olumsuz Metafor: "Bu fırtınada savruluyorum."

Güçlendirici Metafor: "Fırtına geçici; bu süreçte sağlam bir sığınak bulabiliriz."

Sosyal Hizmette Metaforları Kullanma Teknikleri

Sosyal hizmet uzmanlarının metaforları etkili bir şekilde kullanabilmesi için bazı becerilere sahip olmaları gerekmektedir. Örneğin dinleme becerisi, müracaatçıların kullandığı metaforları dikkatle dinleyip anlayabilmek için önemlidir. Bunun yanında yaratıcılık da önemlidir. Bu sayede müracaatçıların durumlarını açıklayan yeni ve uygun metaforlar geliştirebilir. Aynı zamanda empati kurma

becerisin de yüksek olması gerekmektedir. Bu, müracaatçıların duygusal durumlarını anlamak ve bu durumu ifade eden metaforlar kullanmak için önemlidir. Bunun yanında sosyal hizmet uzmanlarının metaforları keşfetmelerine yönelik soru sorma becerisi olmalıdır (Beckett, 2003). Örneğin;

"Bu durumu bir resimle ifade etseniz, nasıl bir resim olurdu?"

"Yaşadığınız bu sorunu bir nesneye benzetseydiniz, ne olurdu?"

"Bu durum bir yolculuk olsaydı, nasıl bir yolculuk olurdu?"

Benzeri sorular, müracaatçıların metaforlarını daha açık hale getirmesine ve kendi deneyimini anlatmasına yardımcı olmaktadır. Metaforların anlamını dönüştürmek de metafor kullanma teknikleri arasındadır. Metaforları dönüştürmek, müracaatçılara yeni bir bakış açısı kazandırır. Sosyal hizmet uzmanı, müracaatçının var olan metaforunun anlamını değiştirmek için rehberlik edebilir (Applegate, 1997).

Örnek 1:

Olumsuz Metafor: "Kendimi bataklıkta hissediyorum."

Soru: "Bu bataklık nasıl bir yer? Bataklıktan çıkmak için neler yapılabilir?"

Yeni Metafor: "Belki de bu bataklıkta çıkmak için güçlü bir dal bulabilirim."

Örnek 2:

Olumsuz Metafor: "Sanki bir labirentin içinde kayboldum."

Soru: "Bu labirentin bir çıkışı var mı? Çıkışı bulmak için neler gerekli olabilir?"

Yeni Metafor: "Bu labirenti haritalandırarak çıkışı bulabilirim."

Bununla birlikte metaforları yeniden inşa etme süreci, müracaatçının aktif katılımını gerektirir. Müracaatçılar, kendi metaforlarını keşfederek ve dönüştürerek, çözüm üretme sürecinin bir parçası haline gelmektedir. Sosyal hizmet uzmanları bu süreçte rehberlik ederler, ancak nihai dönüşüm müracaatçının kendi farkındalığı ve gücüyle gerçekleşir (Papadopoulos & Hegarty, 2017).

Metafor kullanımının bazı güçlükleri şunlardır:

- Yanlış Anlama: Metaforların yanlış anlaşılma olasılığı.
- Kültürel Farklılıklar: Farklı kültürlerde metaforların farklı anlamlar taşıyabilmesi.

- Aşırı Kullanım: Metaforların aşırı kullanımı durumunda etkisini yitirme riski.

Sonuç

Metaforların sosyal hizmet görüşmelerinde etkin kullanımı, müracaatçıların duygularını anlamlandırmasına, iç görü kazanmasına ve çözüm odaklı düşünmesine yardımcı olmaktadır. Olumsuz metaforların tanınması ve yeniden inşa edilmesi, danışanın güçlenmesine ve hayatındaki zorluklarla başa çıkma kapasitesinin artmasına katkı sağlamaktadır.

Metaforlar, sosyal hizmet görüşmelerinde müracaatçıların duygusal ve psikolojik durumlarını anlamak ve ifade etmek için güçlü araçlardır. Metaforların etkili kullanımı, görüşmelerin başarısını artırabilir ve müracaatçıların sorunlarına daha yaratıcı çözümler bulmalarına yardımcı olabilir. Bu nedenle, sosyal hizmet uzmanlarının metafor kullanma becerilerini geliştirmeleri önemlidir.

KAYNAKÇA

- Applegate, J. S. (1997). The holding environment: An organizing metaphor for social work theory and practice. *Smith College Studies in Social Work*, 68(1), 7-29.
- Beckett, C. (2003). The language of siege: Military metaphors in the spoken language of social work. *British Journal of Social Work*, 33(5), 625-639.
- Davis, D. R., & Jansen, G. G. (1998). Making meaning of Alcoholics Anonymous for social workers: Myths, metaphors, and realities. *Social Work*, 43(2), 169-182.
- IFSW, <https://www.ifsw.org/sosyal-hizmet-nedir/> (erişim tarihi. 19.12.2024)
- Lakoff, G., & Brugman, C. (1986). Argument forms in lexical semantics. In K. Nikiforidou, N. Van Clay, & D. Feder (eds.), *Proceedings of the twelfth annual meeting of the Berkeley Linguistics Society*.
- Lakoff, G., & Johnson, M. (1980). *Metaphors We Live By*. University of Chicago Press.
- Liljegren, A., & Saks, M. (Eds.). (2016). *Professions and metaphors: Understanding professions in society*. Routledge.
- Long, N., Hodgkin, S., Gardner, F., & Lehmann, J. (2018). The social work hat as a metaphor for social work professional identity. *Advances in Social Work and Welfare Education*, 20(2), 115-128.
- O'Brien, G. V. (2009). Metaphors and the pejorative framing of marginalized groups: Implications for social work education. *Journal of Social Work Education*, 45(1), 29-46.
- Papadopoulos, A., & Hegarty, K. (2017). Moving beyond the metaphor, reaching beyond the rhetoric: Social work education in a changing environment. *Journal of Cleaner Production*, 168, 357-365.
- Payne, M. (2020). *Modern Sosyal Hizmet*, K. Karataş (Çev Ed.), Ankara: Nika Yayınevi.
- Schön, D. A. (1993). Generative Metaphor: A Perspective on Problem-Setting in Social Policy. In A. Ortony (Ed.), *Metaphor and Thought* (pp. 137-163). Cambridge University Press.
- Thompson, N. (2002). *Social Work with Adults*.
- White, M., & Epston, D. (1990). *Narrative Means to Therapeutic Ends*. W.W. Norton & Company.



BÖLÜM 45

Logoterapi ve Sosyal Hizmette Kullanımı

Özgür Altındağ¹

¹ Doç. Dr., Dicle Üniversitesi, ORCID: 0000-0002-4828-7501

Logoterapinin Tanımı ve Ortaya Çıkışı

Logoterapi, Avusturyalı nörolog ve psikiyatrist Viktor Frankl tarafından geliştirilen bir varoluş terapisi biçimidir. Bedeni, zihni ve ruhu bir bütün olarak ele alan bu yaklaşım, yaşamın en çetin koşullarda bile anlam ve amaç taşıdığı fikrine dayanır (Frankl, 2008; Schulenberg, 2003a). Viktor Frankl (2018) logoterapiyi “logoterapi, yaşamdaki anlam aracılığıyla şifa vermektir” olarak tanımlamaktadır.

Frankl tarafından geliştirilen ve Psikoterapinin Üçüncü Viyana Okulu olarak bilinen ekol, Yunanca “anlam” anlamına gelen “logos” kelimesi ile türetilmiştir. Logoterapi en basit şekilde “anlam yoluyla iyileşme” olarak ifade edilebilir (Kimble & Ellor, 2024).

Logoterapi, diğer psikoterapi yaklaşımlarından farklı olarak bireyin akılcı yönünü ön plana çıkararak insanı anlamaya yönelik özgün bir bakış açısı sunar. Diğer yaklaşımlar daha çok bireyin psikolojik yönü üzerinde yoğunlaşırken, logoterapi insanın tüm boyutlarını kabul eder ve genellikle bireyin akılcı yönü üzerinden çalışmalarını yürütür (Leontiev, 2016).

Logoterapi, 1930’larda Viktor Frankl tarafından Nazi toplama kamplarındaki çarpıcı deneyimlerinden esinlenerek geliştirilmiştir. Viyana Üniversitesi’nde nöroloji ve psikiyatri profesörü olan Frankl, Auschwitz ve diğer toplama kamplarında esir olarak Holokost’un korkunç boyutlarına ve milyonlarca insanın çektiği tarifsiz acılara tanıklık etmiştir. Buna rağmen, Frankl kendi yaşamında anlam ve amaç bulmayı başararak, bu derin deneyimlerden logoterapinin temel felsefesini oluşturmuştur (Frankl, 2008; Hutzell, 1986).

Logoterapinin Temel İlkeleri

Felsefe, antropoloji, fenomenoloji ve psikoloji bilimlerinden yararlanan logoterapi üç temel ilkeye dayanır; bunlar irade özgürlüğü, anlam iradesi ve yaşamın anlamıdır (Frankl, 2014; Frankl, 2008 Schulenberg, Hutzell, Nassif & Rogina, 2008; Schulenberg, 2003a, 2003b; Saraswathi, 2013, Längle, 2019).

- ***İrade özgürlüğü***

Bireylerin, zorluklarla karşılaştıklarında bile seçim yapabilme ve yaşamlarının sorumluluğunu alabilme yeteneğini ifade etmektedir. İrade özgürlüğü bireyin sahip olduğu imkânlar dahilinde kendi hayatını şekillendirebilme alanı olarak ifade edilebilir.

- **Anlam iradesi**

İnsanların, yaşamın en zor koşullarında bile anlam ve amaç bulma dürtüsünü temsil etmektedir. Anlam arayışı insanların birincil motivasyonu olarak görülür. Bir kişi hayatında "anlam isteğini" gerçekleştirmediğinde, anlamsızlık ve boşluk hissi yaşar. Anamlı hedeflere duyulan varoluşsal ihtiyacın yarattığı hayal kırıklığı belirli durumlarda saldırganlığa da yol açabilir.

- **Yaşamın anlamı**

Hayatın, dış koşullardan bağımsız olarak, doğasında bir anlam ve amaç taşıdığı fikrine dayanmaktadır. Burada sözü geçen anlam nesnel bir gerçeklik üzerine kuruludur. Bu ilke bağlamında yaşamın kayıtsız ve şartsız bir anlamı olduğu ve bu durumun hiçbir koşul altında değişmeyeceği kaybolmayacağı vurgulanır.

Logoterapi yukarıda sıralanan bu temel 3 ilke çerçevesinde oluşturulan 6 varsayım üzerine kuruludur. Bunlar (Saraswathi, 2013):

1. İnsan somatik, mental ve akılcı boyutlarıyla bir bütündür.
2. En acı dolu koşullar altında bile yaşam anlamlıdır.
3. İnsanın temel motivasyonu, yaşamında bir anlam arayışı ve bu anlamı bulma çabasıdır.
4. İnsan, her durumda ve koşulda anlam arayışını harekete geçirme özgürlüğüne sahiptir.
5. Yaşamın anlamı, bireyin yaşamdan ne beklediğiyle değil, bireyin yaşamın sunduğu koşullara nasıl yanıt verdiğiyle şekillenir.
6. Birey her zaman biriciktir.

Logoterapinin Teknikleri

Logoterapi, bireylerin hayatlarında bir anlam ve amaç bulmalarına yardımcı olmak için çeşitli teknikler kullanır. Frankl (2008) bunları 3 başlık altında ele almıştır:

- **Paradoksal Niyet**

Bu teknik ile bireylerin en çok korktukları şeye odaklanmaları sağlanarak, mi-zah ve alay gibi öğelerin kullanımıyla kaygı ve fobilerin aşılmasına yardımcı olunur. Paradoksal niyet korku ve takıntı durumlarında uygulanır. Hatalara karşı dikkatli bir şekilde önlem alma çabası ve küçük başarısızlıklara aşırı tepki verme, başlangıçta buna neden olan acizlik hissini güçlendirir. Korku, tam da korktuğunuz şeyin gerçekten gerçekleşmesine neden olan bir kısır döngü yaratır. Örneğin,

bir konuda başarısız olacağına dair korku başarısızlığa neden olur ve bu da korkuyu güçlendirir.

- ***Düşünce odağını değiştirme / Yeniden yansıtma (Dereflection)***

Bireylerin sorunlardan uzaklaşıp başkalarına odaklanmalarını teşvik ederek bağlanma ve bir topluluğa ait olma hissini artırır. Bu teknik bir soruna takıntı derecesinde bağlı olan bireylerin dikkatlerini sorunlarından ve endişelerinden daha büyük öneme sahip bir şeye kaydırmalarını teşvik eden temel bir kavramdır. Bireyler bunu yaparak, daha derin bir anlam ve amaç duygusu bulabilirler. Bir soruna takıntılı olan birinin yoğun içsel odaklanması, onların başkalarına nasıl göründükleri veya ne kadar iyi performans gösterdikleri ile tamamen meşgul olmalarına neden olur.

- ***Sokratik Diyalog***

Logoterapide kullanılan temel teknik Sokratik diyalogdur. Bu teknik, terapistin danışanın içsel keşfini kolaylaştırmak için sorular sormasını ve kişisel yaşam anlamlarını keşfetmesine yardımcı olmasını içerir. Bu süreç boyunca, danışanlar bu anlamların nasıl gerçekleştirilebileceğini keşfedebilir ve bu amaçlara yönelik her zaman seçimleri olduğunu fark edebilirler (Schulenberg, Hutzell, Nassif & Rogina 2008). Bu teknik ile açık uçlu sorular kullanarak bireylerin değerlerini, hedeflerini ve anlamlarını keşfetmelerine yardımcı olunur. Sokratik diyalog, danışanı kendi sözcükleriyle kendini keşfetme sürecinde yönlendiren bir araçtır.

Bilişsel Davranış Terapisi'nde sıklıkla kullanılan Sokratik sorgulamadan farklıdır. Sokratik sorgulama kaygılı veya olumsuz düşünceleri parçalarken, Sokratik diyalog bir konuşmada anlam bulmak için kullanılır. Danışanın amacına, anlamına ve özgürlüğüne dair cevaplara zaten sahip olduğunu fark etmesini sağlar.

Logoterapinin Güçlü ve Zayıf Yönleri

Logoterapi, bireylerin hayatlarında anlam bulmalarına yardımcı olmaya odaklanan bir varoluşçu psikoterapi biçimidir. Bu terapi türünün de kendi içine bazı güçlü ve zayıf yönleri vardır. Bunlar iki başlık altında ele alınabilir (Frankl, 2014; Frankl, 2008; Thir & Batthyány, 2016; Southwick, Lowthert & Graber, 2016; Ameli & Dattilio, 2013; Rahgozar & Giménez-Llort, 2020; Marshall & Marshall, 2012):

Logoterapinin Güçlü Yönleri

- Varoluşsal Boşluğu Ele Alır: Logoterapi, Frankl'ın birçok insanda gözlemlediği "varoluşsal boşluk" hissiyle yüzleşmelerine ve bunu aşmalarına yardımcı olur. Bu yaklaşım, psikolojik iyi oluşu artırarak bireylere bir amaç hissi kazandırır.
- Dayanıklılığı Artırır: Anlam arayışına odaklanarak logoterapi, bireylerin zorluklar, stres ve sıkıntılar karşısında direnç göstermesini teşvik eder. Bu özellikle büyük yaşam zorluklarıyla karşılaşan bireyler için faydalıdır.
- Kişisel Sorumluluğu Teşvik Eder: Logoterapi, bireylerin kendi yaşamları ve seçimleri için sorumluluk almalarını teşvik eder, bu da güçlenme ve özerklik duygusunu destekler.
- Diğer Terapilerle Uyumlu: Logoterapi, tedavi sonuçlarını geliştirmek için bilişsel davranışçı terapi (BDT) gibi diğer terapötik yaklaşımlarla entegre edilebilir.
- Kendini Keşfi Kolaylaştırır: Sokratik diyalog ve yön değiştirme (dereflection) gibi teknikler, bireylerin değerlerini ve inançlarını keşfetmelerine yardımcı olarak daha fazla öz farkındalık ve kişisel büyüme sağlar.
- Geniş Uygulama Alanı: Logoterapi, duygu durum bozuklukları, travma sonrası stres bozukluğu (TSSB), kronik ağrı ve yas gibi birçok psikolojik ve tıbbi duruma başarıyla uygulanmaktadır.

Logoterapinin Zayıf Yönleri

- Herkese Uygun Olmayabilir: Logoterapinin anlam bulmaya verdiği önem, özellikle varoluşçu veya manevi endişeleri olmayan bireyler için yankı uyandırabilir.
- Yoğun Öz Düşünüm Gerektirir: Anlam keşfetme süreci zorlayıcı olabilir ve önemli ölçüde öz düşünüm ve çaba gerektirir, bu da bazı danışanlar için zorlayıcı olabilir.
- Bilimsel Kanıt Eksikliği: Logoterapinin ampirik destekleri bulunmakla birlikte, bazı eleştirmenler, diğer terapötik yaklaşımlar kadar titizlikle test edilmediğini savunmaktadır.
- Hiyerarşik Dinamikler: Logoterapi, terapisti danışan üzerinde bir güç pozisyonuna yerleştirdiği için eleştirilmiştir. Bu durum terapötik ilişkiyi etkileyebilir.

- Manevi veya Dini Boyut: Logoterapi, doğası gereği manevi veya dini bir boyut içerir ve bu durum, manevi ya da dini olmayan bireyler için daha az etkili olabilir.
- Tamamlayıcı Yaklaşım Gerekliliği: Logoterapi, gelişimsel süreçler, sosyal dinamikler ve öznel ile nesnel deneyimlerin dengeli bir şekilde anlaşılmasını ele almak için diğer terapötik yaklaşımlarla desteklenmeyi gerektirebilir.

Logoterapinin Sosyal Hizmet Müdahalelerinde Kullanımı

Sosyal hizmet bir ruh sağlığı alanı olarak içinde pek çok bilim dalını ait öğeler barındırır. Bu eklektik alt yapısı onu güçlü kılan temel başlıklardan biridir. Logoterapi de sosyal hizmet müdahalelerinde sıklıkla kullanılan bir yaklaşımdır.

Guttman (1996), logoterapinin sosyal hizmet uygulamalarına nasıl entegre edilebileceğini tartışmıştır. Logoterapinin dikkati başka yöne çekme (dereflection) ve paradoksal niyet gibi tekniklerinin, danışanların varoluşsal krizlerin üstesinden gelmesine ve amaç duygularını artırmasına yardımcı olabileceğini vurgulamıştır.

Wong (2021) ise sosyal hizmette anlam odaklı varoluşçu felsefenin önemini vurgulamıştır. Logoterapinin anlam odaklı yaklaşımının, sosyal hizmet uzmanlarının müracaatçı sorunlarının varoluşsal yönlerini ele almasına yardımcı olarak daha bütüncül ve etkili müdahaleler geliştirilebileceğini belirtmiştir (Wong, 2021).

Batthyány (2019) sosyal hizmette logoterapinin etkili bir şekilde kullanılması için yapılması gerekenleri şu şekilde sıralamıştır:

- Terapötik bir ilişki kurarak müracaatçılarla güven ve yakınlık inşa ederek güvenli ve destekleyici bir ortam yaratın.
- Açık uçlu sorular kullanarak bireylerin kendilerini keşfetmelerine olanak tanıyın.
- Şu ana odaklanın ve müracaatçıların geçmişte takılı kalmalarını veya gelecekle ilgili endişelenmelerini engelleyerek, şu anda anlam ve amaç bulmalarını sağlayın.
- Güçlendirmeyi vurgulayarak müracaatçıları, yaşamlarının sorumluluğunu almaları ve değerleri ile hedeflerine uygun seçimler yapmaları konusunda teşvik edin.

- Bu sürecin tamamında sosyal hizmet uzmanları, danışanlarının kültürel ve bireysel farklılıklarını dikkate almalı ve yaklaşımlarını buna göre uyarlamalıdır.

Temel sosyal hizmet müdahalelerinde logoterapinin kullanımı 5 müracaatçı grubu temelinde açıklanabilir:

1. *Travma ve Kayıp Yaşamış Bireylerle Çalışma*

Logoterapinin travma ve kayıp yaşayan bireylerle çalışırken kullanımı sosyal hizmet uygulamaları için oldukça değerlidir. Travma ve kayıplar, bireylerde umutsuzluk, çaresizlik ve diğer insanlarla bağ kopukluğu gibi duygulara yol açabilir. Logoterapi, bireylerin zorluklara rağmen hayatlarında anlam ve amaç bulmalarına yardımcı olabilir.

Logoterapi, bireylerin acılarında anlam bulmalarına yardımcı olarak bireylerin dayanıklılığını artırdığı gibi ve travma sonrası büyüme de sağlar. Southwick, Lowthert ve Graber (2016), logoterapinin bireylerin içsel güçlerine ve dayanıklılıklarına erişmelerine yardımcı olarak kronik stresin azalmasına katkı sağladığını belirtmektedir.

Logoterapinin temel teknikleri bireyleri, deneyimlerini düşünmeye ve kişisel anlam keşfetmelerine teşvik eder. Marshall ve Marshall (2012), bu müdahalelerin TSSB, yas ve kronik ağrı ile başa çıkan kişiler için faydalı olabileceğini vurgulamaktadır.

Logoterapi, travmanın ötesinde bir yaşam hayal etmeye odaklanan bireyler için geleceğe yönelik hedefleri vurgular. Bu ileriye dönük bakış açısı bireyleri güçlendirebilir ve onlara bir yön ve amaç edinmeyi sağlayabilir (Rahgozar & Giménez-Llort, 2020).

Deneyimlerinde anlam bulan bireyler, daha güçlü başa çıkma mekanizmaları geliştirebilirler. Bu, özellikle önemli kayıplar yaşayan bireyler için önemlidir. Bu durum bireylerin yas süreçlerini yönetmelerine ve hayatlarını yeniden inşa etmelerine yardımcı olabilmektedir (Southwick, Lowthert & Graber, 2016).

Logoterapinin, travma mağdurları arasında yaygın olan depresyon ve anksiyete belirtilerini azalttığı gösterilmiştir. Bu terapi yaklaşımı, iyileşme için kritik olan umut ve güçlenme hissi sağlayabilir (Rahgozar & Giménez-Llort, 2020).

Genel olarak değerlendirildiğinde her birey logoterapiye aynı şekilde yanıt vermeyebilir. Yaklaşımı, her kişinin benzersiz deneyimlerine ve ihtiyaçlarına göre uyarlamak gereklidir (Marshall & Marshall, 2012).

Travma yaşayan birçok birey, Frankl'ın "varoluşsal boşluk" olarak adlandırdığı, boşluk ve anlamsızlık duygularının hâkim olduğu bir durumla karşılaşabilir. Logoterapi, bireyleri yaratıcı ifadeler, anlamlı ilişkiler ve manevi keşif yoluyla yaşamla aktif olarak ilgilenmeye yönlendirerek bu durumu değiştirmeyi hedefler.

Logoterapi, müracaatçıların korkularıyla yüzleşmelerini teşvik etmek için paradoksal niyet ve odağı problemlerden başka bir yöne kaydırmak için düşünce odağını değiştirme gibi teknikleri kullanır. Bu araçlar, bireylerin travmalarıyla daha etkili bir şekilde başa çıkmalarını sağlamak için bakış açılarını değiştirmelerine ve başa çıkma mekanizmalarını geliştirmelerine yardımcı olabilir.

Paylaşılan deneyimlerin tartışılmasını teşvik etmek ve destekleyici ilişkiler geliştirmek, bireylerin yas ve kayıp süreçlerini daha kolay yönetmelerine yardımcı olabilir. Bu bağlamda logoterapinin travma ve yas süreçlerinde kullanımında bireyin sosyal bağlantıları ve desteği de oldukça önemlidir.

2. Depresyonla Mücadele Eden Bireylerle Çalışma

Depresyon, sürekli üzüntü, ilgi kaybı ve amaçsızlık hissi ile karakterize edilen yaygın bir ruh sağlığı sorunudur. Viktor Frankl'ın logoterapisi, bireyin anlam arayışına odaklanarak benzersiz bir yaklaşım sunmaktadır.

Frankl (2008), depresyonun yaşamda algılanan anlam eksikliğinden kaynaklandığını öne sürmüştür. Depresyonu psikolojik, fizyolojik ve ruhsal olmak üzere üç seviyede ele almıştır. Logoterapi, bireylerin amaç bulmalarına ve ulaşılabilir hedefler belirlemelerine yardımcı olarak depresyonun 3 üç seviyesini ele almaktadır.

Logoterapinin temel kavramlarından biri olan "trajik iyimserlik," acı çekmenin kaçınılmazlığına rağmen umutlu kalmayı ve anlam bulmayı savunur (Frankl, 2014). Bu bakış açısı, depresyon yaşayan bireylerin deneyimlerini yeniden çerçevelendirerek daha umut dolu bir perspektif geliştirmelerine yardımcı olabilir.

Depresyon, umutsuzluk, çaresizlik ve insanlarla bağ kopukluğu gibi duygulara yol açabilir. Yapılan araştırmalar, logoterapinin, ilaç tedavisi ve geleneksel psikoterapi gibi yöntemlere ek olarak depresyon belirtilerini azaltmada ve genel ruh sağlığını iyileştirmede etkili olduğunu göstermektedir.

Robatmili ve arkadaşları (2015), depresyon yaşayan üniversite öğrencileriyle bir çalışma gerçekleştirmiş ve grup logoterapisinin depresif semptomları önemli ölçüde azalttığını ve anlamlılık duygusunu artırdığını bulmuştur. Müdahale, bilinçli farkındalığı genişletmek ve yaratıcı hayal gücünü teşvik etmek için egzersizler içermiştir.

Santos ve Petrick (2023), depresyonun logoterapik bir perspektiften etiyolojik anlayışını araştırmış ve varoluşsal boşluğun ele alınmasının önemini vurgulamıştır. Yapılan bu çalışma logoterapinin, bireylerin değerler geliştirmesine ve yapıcı tutumlar edinmesine yardımcı olarak depresyon tedavisinde etkili olduğunu göstermiştir.

Logoterapinin anlam oluşturma odaklı yaklaşımı, depresyon yaşayan bireyler için özellikle faydalı olabilir. Müracaatçıların anlamlı hedefler belirlemelerine ve bunları gerçekleştirmelerine yardımcı olarak, depresif belirtilerle birlikte oluşan varoluşsal boşluğu ortadan kaldırmak mümkündür (Frankl, 2008).

Sonuç olarak, mevcut çalışmalar logoterapinin depresyon tedavisinde gelecekteki yöntemlere değerli katkılar sağlayabileceğini göstermektedir. Hayatın anlam ve amacını bulmaya yaptığı vurgu ile bireysel ve grup temelli güçlendirme yaklaşımları, depresyon belirtilerini azaltmada ve genel psikolojik iyilik halini sağlamada logoterapiyi etkili bir yöntem haline getirmektedir.

3. Bağımlılık Yaşayan Bireylerle Çalışma

Bağımlılık, bireyde yarattığı zaman zaman ölümcül düzeyde zararlı sonuçlara rağmen zorlayıcı ve sürekli madde kullanımıyla açıklanan karmaşık bir durumdur. Frankl (2006), bağımlılığın genellikle varoluşsal bir boşluktan yani hayatta anlam eksikliği olarak algılanan bir durumdan kaynaklandığını öne sürmüştür. Logoterapi, bireylerin amaç bulmalarına ve anlamlı hedefler belirlemelerine yardımcı olarak bu boşluğu doldurmayı amaçlar.

Bağımlılık çoğunlukla bireylerin hayatlarında anlam veya amaç eksikliği hissetmeleriyle ilişkilendirilmektedir. Frankl (2006), "Acı, anlam bulunduğu anda acı olmaktan çıkar" diyerek, anlamın bağımlılık gibi zorlukları aşmada ne kadar güçlü bir araç olabileceğini vurgulamaktadır. Logoterapi, bireylerin yaşamlarındaki değerleri ve hedefleri keşfetmelerine yardımcı olarak bu eksikliği gidermeye çalışır.

Logoterapi kavramları üzerinden bakıldığında, bağımlılık sorunu yaşayan bireylerin sık sık hayatlarında anlam ya da amaç eksikliği hissettikleri ve bunun da madde bağımlılığına neden olduğu söylenebilir.

Mozarmpour ve Golestanipour (2021), madde bağımlılığı olan erkeklerde uyuşturucu isteğini azaltma ve nüksü önlemede bir logoterapi müdahale programının etkinliğini incelemiştir. Ön test-son test tasarımı ve kontrol grubuna sahip bu yarı deneysel çalışma, logoterapinin uyuşturucu isteğini ve nüks oranlarını anlamlı ölçüde azalttığını ortaya koymuştur.

Thompson (2019), bir logoterapi yöntemi olan anlam merkezli terapinin bir rehabilitasyon merkezinde erkekler için bağımlılık tedavisinde nasıl kullanıldığını incelemiş ve bu yaklaşımın, bağımlılığın temelinde yatan varoluşsal boşluğa

odaklanarak sorun yaşayan bireylerin daha tatmin edici bir yaşam sürmelerine yardımcı olduğunu ifade etmiştir.

Ameli ve Dattilio tarafından 2013 yılında yapılan çalışmada logoterapinin bilişsel davranışçı terapi (BDT) ile birlikte kullanımının bağımlılık tedavisi sonuçlarını ne ölçüde etkilediği araştırılmış ve logoterapinin temel tekniklerinin bağımlılığın varoluşsal yönlerini ele alarak BDT'yi tamamlayabileceğini ortaya koymuştur.

Logoterapinin anlam yaratmaya odaklanması, bağımlılığı olan bireyler için özellikle faydalı olabilir. Logoterapi müracaatçıların anlamlı hedefler belirlemelerine ve bu hedeflere ulaşmalarına yardımcı olarak, bağımlılık davranışlarıyla sıklıkla birlikte görülen varoluşsal boşluğun ortadan kaldırılmasına destek olabilir (Frankl, 2008).

Sonuç olarak, logoterapi anlam, sorumluluk ve kişisel büyüme üzerine odaklanarak bağımlılık ile mücadelede değerli bir çerçeve sunmaktadır. Uygulayıcıların yenilikçi tedavi yöntemlerini araştırmaya devam ettikleri bu dönemde, logoterapinin ilke ve yöntemlerini bağımlılık ile ilgili müdahalelerine dahil etmek, tedavi etkinliğini artırma potansiyeli taşımaktadır.

4. Kronik Hastalığı Olan Bireylerle Çalışma

Kronik hastalıklar, özellikle kronik böbrek hastalığı, akciğer hastalıkları ve kanserler hastaların yaşam kalitesini önemli ölçüde etkiler. Logoterapi, bireylerin anlamlı hedefler belirlemelerine ve bir amaç keşfetmelerine yardımcı olarak varoluşsal krizleri ele alır (Frankl, 2006). Bu bağlamda logoterapinin kronik hastalığı olan bireyler için, hayatta anlam bulmanın zihinsel iyilik hali açısından önemli bir yöntem olduğu söylenebilir.

Yapılan bazı çalışmalar logoterapinin kronik hastalığı olan bireyler üzerinde olumlu etkileri olduğu göstermektedir. Mugihartadi ve arkadaşları tarafından 2024 yılında yapılan çalışmada hemodiyalize giren kronik böbrek hastalarında logoterapinin yaşam kalitesini artırmadaki etkinliği üzerine sistematik bir inceleme yapılmıştır. Yapılan çalışmanın sonucunda logoterapinin kapsamlı bir psikolojik destek sağlayarak sağlıkla ilişkili yaşam kalitesini önemli ölçüde artırdığını görülmüştür (Mugihartadi, Said, & Nambiar, 2024).

Zarezadeh Mehrizi ve arkadaşları tarafından yapılan 2022 yılında yapılan bir başka çalışmada logoterapinin hastalık kabullenimi ve öz-farkındalık üzerindeki etkisi incelenmiştir. Çalışma sonunda logoterapi müdahalelerinin, kronik hastalıklarla başa çıkmada kritik olan öz-farkındalık ve hastalığı kabul etme düzeylerini artırdığı ortaya konulmuştur (Zarezadeh Mehrizi, Bagherian, Bahramnejad, & Khoshnood, 2022).

Logoterapi, anlam ihtiyacını ele alarak kronik hastalıklarda fiziksel tedavinin desteklemesi sürecinde önemli ve müracaatçılar için umut verici bir çerçeve sunmaktadır. Bu yaklaşım, hastaların yalnızca fiziksel değil, aynı zamanda psikolojik ve varoluşsal ihtiyaçlarını da karşılamaya yönelik bütüncül bir yol sunmaktadır.

5. Göçmenler ve Mültecilerle Çalışma

Göçmenler ve mülteciler, yerinden edilme travması ve yeni ortamlara uyum sağlama sürecinde yaşadıkları stres nedeniyle önemli ruh sağlığı sorunlarıyla karşı karşıya kalabilmektedir.

Logoterapi, göçmenler ve mültecilerle çalışırken sosyal hizmet uzmanları için değerli bir yaklaşım olabilir. Göçmenler ve mülteciler sıklıkla travma, kayıp ve ait oldukları toplumdan kopmuş olma hissi yaşarlar. Logoterapi, bireylerin tüm bu yaşanan zorluklara rağmen hayatlarında anlam ve amaç bulmalarına yardımcı olabilecek bir çerçeve sunabilir.

Yapılan bazı çalışmalar logoterapinin göçmenler ve mültecilerle çalışmada etkili sonuçlar ortaya koyduğunu göstermiştir. Rahgozar ve Giménez-Llort tarafından 2020 yılında yapılan çalışmada göçmenlerin yaşadıkları sorunlara dönük uygulanan logoterapi teknikleri değerlendirilmiş ve bu tekniklerin göçmenler ve mültecilerde depresyon ve anksiyete semptomlarını önemli ölçüde azalttığı görülmüştür. Çalışma, ayrıca logoterapi tekniklerinin belirli kültürel bağlamlara uyarlanmasının uygulamanın etkinlik düzeyini artırmadaki önemini de vurgulamıştır (Rahgozar & Giménez-Llort, 2020).

Nolf (2023) logoterapinin göçmenlerin ruh sağlığı üzerindeki etkisini tartışarak, bireylerin travma sonrası stres bozukluğu (TSSB) ve diğer ruh sağlığı sorunlarıyla başa çıkmalarına nasıl yardımcı olduğunu araştırmış ve sonuç olarak logoterapinin, kişisel gelişim ve dayanıklılığa odaklanarak göçmenlerin ve mültecilerin yeni ortamlarının zorluklarını aşmalarına yardımcı olduğunu ifade etmiştir.

Sonuç olarak logoterapinin göçmen ve mültecilerin sıklıkla karşı karşıya kaldığı yerinden edilmenin travmasıyla gelen varoluşsal boşluğun ortadan kaldırılması veya etkilerinin azaltılmasında etkili bir yöntem olabileceği ifade edilebilir.

SONUÇ

Sosyal hizmet alanında karşılaşılan müracaatçı gruplarının çoğunda derin varoluşsal sorunlar ve krizler vardır. Logoterapi bu bağlamda müracaatçıların bir yaşam anlamı ve amacı bulmalarında ciddi yol gösterici bir tarafı olan güçlü bir yaklaşımdır. Müracaatçıların psikolojik iyilik hallerinin oluşması ve devamının sağlanması etkili bir yaklaşım ile mümkündür. Bu da logoterapiyi sosyal hizmetin değişim müdahalelerinde önemli bir figür yapmaktadır.

Müracaatçıların yaşamlarındaki tüm öğeleri ve yaşam deneyimlerini yeniden çerçeveleştirerek yaşanan zorlukları ve olumsuzlukları birer büyüme fırsatı gibi görmelerinin sağlanması bireylerin dayanıklılığını artırmada etkilidir. Bu aynı zamanda pek çok sorunun üstesinden gelmede bireylere itici bir güç de sağlayabilmektedir. Sosyal hizmetin sorunların çözümünde kullandığı bütüncül bakış açısı logoterapinin ilkeleri ile uyumludur. Logoterapinin dahil olacağı bütünsel yaklaşımlar müracaatçıların yalnızca anlık sorunlarını değil, genel iyilik hallerini ve memnuniyet duygularını da ele alarak daha kapsamlı ve etkili bir destek sağlar.

Logoterapi, kültürel açıdan bakıldığında nötr bir yaklaşımdır. Bu bağlamda farklı nüfus grupları ile çalışmak için uygundur. Bu özelliği sosyal hizmette önemli bir müracaatçı grubu olan farklı kültürden gelen müracaatçılarla çalışmada ciddi bir kolaylık sağlamaktadır. Bir diğer konu da sosyal hizmetin vazgeçilmez başlıklarından biri olan müracaatçının kendi kaderini tayin hakkıdır. Logoterapi bu bağlamda bireylerin yaşamlarının sorumluluğunu almaya teşvik ederek bireylerin özerklik ve kendi kaderini tayin etme becerisini geliştirmede etkin bir güç sağlayabilir.

Bireylerin sorun yaşadıklarında güçlenerek tekrar toplum içinde işlevsel birer birey olmalarını temel amaç edinen sosyal hizmet mesleğinde logoterapi sağladığı geniş alan ve diğer sosyal hizmet müdahalelerine eklenme esnekliği ile müracaatçıların ihtiyaçlarını daha iyi karşılamak için geleneksel yöntemlerle birlikte kullanılabilir. Bu sayede geleneksel yöntemlerin etkililik gücü de artırılmış olur.

Diğer yandan alanda çalışan sosyal hizmet uzmanları logoterapi kullanarak yaptıkları müdahalelerde ulaşacakları sonuçla daha derin bir mesleki tatmin duygusu da yaşayabilirler. Bu durum sosyal hizmet uzmanları özelinde aslında tüm ruh sağlığı çalışanlarının karşı karşıya kalabildiği stres ve tükenmişliği azaltmada önemli bir faktördür.

KAYNAKÇA

- Ameli, M., & Dattilio, F. M. (2013). Enhancing cognitive behavior therapy with logotherapy: Techniques for clinical practice. *Psychotherapy*, 50(3), 387-391. <https://doi.org/10.1037/a0033394>
- Batthyány, A. (2019). *What is logotherapy/existential analysis? Logotherapy and existential analysis*. Viktor Frankl Institut. 21 Ekim 2024 tarihinde <https://www.viktorfrankl.org/logotherapy.html> adresinden alınmıştır.
- Frankl, V. E. (2008). *Man's search for meaning: The classic tribute to hope from the Holocaust*. London: Rider Books.
- Frankl, V. E. (2014). *The will to meaning: Foundations and applications of logotherapy*. Penguin.
- Frankl, V. E. (2018). *Anlam istenci; logoterapinin temelleri ve logoterapi uygulamaları*. Çev. Mustafa Yalçınkaya, İstanbul: Öteki.
- Guttmann, D. (1996). *Logotherapy for the Helping Professional: Meaningful Social Work*. New York: Springer.
- Hutzell, R. R. (1986). Meaning and purpose in life: Assessment techniques of logotherapy. *The Hospice Journal*, 2(4), 37-50. <https://doi.org/10.1080/0742-969X.1986.11882574>
- Kimble, M. A. & Ellor, J. W. (2014). Logotherapy: an overview. (Melvin A. Kimble Ed.), *Viktor Frankl's contribution to spirituality and aging* içinde (ss.9-24). London: Routledge.
- Längle A. (2019). The history of logotherapy and existential analysis. (Emmy van Deurzen, Erik Craig, Alfried Längle, Kirk J. Schneider, Digby Tantam, Simon du Plock Ed). *The Wiley World Handbook of Existential Therapy* içinde (ss. 309-323). New Jersey: John Wiley & Sons
- Leontiev, D. (2016). Logotherapy beyond psychotherapy: Dealing with the spiritual dimension. (Batthyány, A. Ed.) *Logotherapy and existential analysis: Proceedings of the Viktor Frankl Institute Vienna*, Cilt 1 (ss. 277-290). New York: Springer. https://doi.org/10.1007/978-3-319-29424-7_24
- Marshall, M., & Marshall, S. (2012). *Logotherapy revisited: Review of the tenets of Viktor E. Frankl's logotherapy*. *International Forum for Logotherapy, Ottawa Institute of Logotherapy*. 35(2), 89-97.
- Mozarpour, M., & Golestanipour, M. (2021). Effectiveness of logotherapy intervention program in reducing drug cravings and preventing relapse among males with substance dependence. *International Journal of Health Studies*, 7(3), 854. <https://doi.org/10.22100/ijhs.v7i3.854>
- Mugihartadi, M., Said, F. B. M., & Nambiar, N. (2024). Effectiveness of logotherapy in enhancing quality of life among chronic kidney disease patients undergoing hemodialysis: A systematic review. *Journal of Angiotherapy*, 8(8), 1-6. <https://doi.org/10.25163/angiotherapy.889846>

- Nolf, B. N. (2023). *Embracing change: Logotherapy and its impact on immigrant mental health*. International Network on Personal Meaning. 11 Ekim 2024 tarihinde <https://www.meaning.ca/article/embracing-change-logotherapy-and-its-impact-on-immigrant-mental-health/> adresinden alınmıştır.
- Rahgozar, S., & Giménez-Llort, L. (2020). Foundations and applications of logotherapy to improve mental health of immigrant populations in the third millennium. *Frontiers in Psychiatry*, 11, 451. <https://doi.org/10.3389/fpsyt.2020.00451>
- Robatmili, S., Sohrabi, F., Shahrak, S., & Hasani, J. (2015). The effectiveness of group logotherapy on existential vacuum and depression in female students. *Journal of Fundamentals of Mental Health*, 17(6), 274-281.
- Santos, S., & Petrick, L. R. (2023). Paths of depression: A look through logotherapy. *Research. Society and Development*, 12(11), 43734. <https://doi.org/10.33448/rsd-v12i11.43734>
- Saraswathi, K. N. (2013). Logotherapy. *Nursing Journal of India*, 104(1), 37.
- Schulenberg, S. E. (2003a). Empirical research and logotherapy. *Psychological Reports*, 93(2), 307-319.
- Schulenberg, S. E. (2003b). *Finding meaning in life, at midlife and beyond: Wisdom and spirit from logotherapy*. London: Praeger.
- Schulenberg, S. E., Hutzell, R. R., Nassif, C., & Rogina, J. M. (2008). Logotherapy for clinical practice. *Psychotherapy: Theory, Research, Practice, Training*, 45(4), 447-463. <https://doi.org/10.1037/a0014331>
- Southwick, S. M., Lowther, B. T., & Graber, A. V. (2016). Relevance and application of logotherapy to enhance resilience to stress and trauma. *Logotherapy and Existential Analysis: Proceedings of the Viktor Frankl Institute Vienna içinde*, Volume 1 (ss. 131-149). New York: Springer.
- Thir, M., & Batthyány, A. (2016). The state of empirical research on logotherapy and existential analysis. *Logotherapy and Existential Analysis: Proceedings of the Viktor Frankl Institute Vienna içinde*, Volume 1 (ss. 53-74). New York: Springer.
- Thompson, G. R. (2019). *Addiction treatment through the lens of meaning: Observations on a program developed in a residential facility*. International Network on Personal Meaning. 8 Eylül 2024 tarihinde <https://www.meaning.ca/web/wp-content/uploads/2019/10/232-13-559-1-10-20180925.pdf> adresinden alınmıştır.
- Wong, P. T. P. (2021). The imperative need for finding meaning and purpose in our troubled world. *The International Forum for Logotherapy*, 41(2), ss. 65-107.
- Zarezadeh Mehrizi, F., Bagherian, S., Bahramnejad, A., & Khoshnood, Z. (2022). The impact of logotherapy on disease acceptance and self-awareness of patients undergoing hemodialysis: A pre-test-post-test research. *BMC Psychiatry*, 22, 670. <https://doi.org/10.1186/s12888-022-04295-2>



BÖLÜM 46

Sağlık Turizminde Müşteri İlişkileri Yönetimi

Fatih Altan¹ & Ayşegül Aydın² & Demet Ünalın³

¹ Öğr. Gör. Dr., Erciyes Üniversitesi Halil Bayraktar Sağlık Hizmetleri Meslek Yüksekokulu,
ORCID: 0000-0003-3913-309X

² Öğr. Gör. Dr., Erciyes Üniversitesi Halil Bayraktar Sağlık Hizmetleri Meslek Yüksekokulu,
ORCID: 0000-0002-6965-610X

³ Prof. Dr., Erciyes Üniversitesi Halil Bayraktar Sağlık Hizmetleri Meslek Yüksekokulu,
ORCID: 0000-0002-7245-4592

GİRİŞ

Sağlık turizmi, günümüzde hızla büyüyen ve rekabetin yoğun olduğu bir sektör haline gelmiştir. Bu sektörde başarıyı yakalamak için sadece kaliteli tıbbi hizmetler sunulması yetersiz kalmaktadır. Aynı zamanda hastalarla güçlü ilişkiler kurmak, onların memnuniyetini en üst düzeye çıkarmak ve sadakatlerini sağlamak da büyük önem taşımaktadır. Bu nedenle müşteri ilişkileri yönetiminin de önemi artmaktadır.

Müşteri ilişkileri yönetim sistemleri, kuruluşların müşteri çekmesine ve elde tutmasına, hizmet kalitesini iyileştirmesine ve rekabet gücünü artırmasına yardımcı olmaktadır (Ivanović vd., 2011). İşletmelerin müşteri ilişkileri yönetim sistemlerinde, özellikle sağlık turizmi sektöründe, tedarikçi seçimi kritik öneme sahip olup hizmet sunumu ve yazılım geliştirme yetenekleri gibi faktörler temel hususları oluşturmaktadır (Hsu, Lan ve Tsai, 2013). Sağlık kuruluşları için müşteri ilişkileri yönetim sistemleri, hasta faaliyetleri hakkında kapsamlı bir görünüm sağlamak için birden fazla veri kaynağını entegre ederek sağlık hizmeti kalitesini ve müşteri sadakatini artırmayı amaçlamaktadır.

Sağlık turizm alanında müşteri ilişkileri yönetimi, iş performansı, müşteri memnuniyeti ve müşteri sadakatini üzerindeki etkisine odaklanacak şekilde uygulanmalıdır (Rahimi vd., 2017). Başarılı müşteri ilişkileri yönetimi uygulaması, tüm organizasyonel düzeylerde bağlılığın artması sağlamakta olup mevcut bilgi sistemleriyle entegrasyon gerektirmektedir. Bu durum potansiyel olarak iş performansının iyileştirilmesini ve işletme maliyetlerinin azalmasını sağlamaktadır (Ivanović vd., 2011).

1. Müşteri İlişkileri Yönetimi

Kökene ilişkisel pazarlamaya dayanan (Rabarah, Mohd ve Ibrahim, 2011) müşteri ilişkileri yaklaşımına olan ilgi 2010 yılından sonra daha da artış göstermiştir (Guerola-Navarro ve diğerleri, 2024). Öncelikle ilişki pazarlaması kavramı tanımlanması faydalı olacaktır. İlişki pazarlaması, seçilmiş müşterilerle uzun vadede kararlı, etkileşimli ve karlı ilişkiler kurmak, bu ilişkileri geliştirmek ve sürdürmekle ilgili çabaların tümü (Harker, 1999; Gummesson, 2002) şeklinde tanımlanmaktadır. İlişkisel pazarlama ve müşteri ilişkileri yönetiminin odağında uzun vadeli ilişki yer almaktadır. İki yaklaşım arasındaki fark incelendiğinde ise ilişki pazarlamasının stratejik boyutta, müşteri ilişkileri yönetiminin ise taktiksel boyutta olmasıdır. Bunun yanı sıra ilişki pazarlaması; bağlanma, empati ve güvene odaklandığı için duygusal ve davranışsal olarak kabul edilirken, müşteri iliş-

kileri yönetimi, müşterileri cezbetmek ve müşteri ilişkilerini geliştirerek sürdürülebilir kılmak amaçlı yönetim çabalarını içerdiği için daha çok yönetsel kabul edilmektedir (Sin, Tse ve Yim, 2005; Rabarrah, Mohd ve Ibrahim, 2011).

Müşteri merkezli bilgi yönetiminin sağlanmasında en modern yönetim araçlarından biri olarak değerlendirilen (Vicedo vd., 2020; Oltra-Badenes vd., 2019) müşteri ilişkileri yönetimi, müşteriler ve müşteri gruplarıyla güçlü ilişkiler kurarak firma değerini artırmayı amaçlayan stratejik bir yaklaşım olarak değerlendirilmektedir. İlişkisel pazarlama stratejileri ve bilgi teknolojilerinin potansiyelini birleştirerek, müşteriler ve diğer paydaşlarla uzun vadeli ilişkiler geliştirilmesini sağlamaktadır. Müşterilerden elde edilen verileri ve bilgileri kullanarak, onları daha iyi anlamak ve onlarla değer yaratmak için fırsatlar sunmaktadır. Bu yaklaşım, süreçlerin, insanların, operasyonların ve pazarlama yeteneklerinin entegre edilmesini sağlamaktadır. Aynı zamanda bilgi, teknoloji ve uygulamalarla desteklenmektedir (Payne ve Frow, 2005).

Müşteri değerini en üst düzeye çıkarmak için teknoloji odaklı bir yaklaşım olan müşteri ilişkileri yönetimi, iç süreçleri dış süreçlerle entegre eden bir temel bir iş stratejisi olarak görülmektedir (Srivastava, 2012). Günümüzde işletmeler hem mevcut müşterilerini memnun etmek ve elde tutmak hem de yeni müşteriler kazanmak durumundadır. Müşteri ilişkileri yönetiminin amacı müşteriye özel olarak değer artırılmasıdır. Müşteri değerinin sağlanabilmesi için de farklı müşterilere farklı şekilde tutum sergilemesi gerekmektedir (Özer Canarslan, 2022).

Müşteri ilişkileri yönetimi, birçok işletmenin iş stratejisinin önemli bir unsuru haline gelmiş ve karlılığın artması için müşterilerle kişiselleştirilmiş ilişkilerin oluşturulması ve geliştirilmesine dayanmaktadır. Bir müşteri ilişkileri yönetimi stratejisi, organizasyonel davranışın pazardaki değişikliklere hızla uyum sağlamasını sağlamaktadır. Böylece işletmeler müşterilerinin ihtiyaç ve beklentilerini çok daha iyi karşılayabilmektedir. İşletmeler, müşteriye elde tutmak ve rekabet üstünlüğü sağlamak için çeşitli yollar izlemektedir. Bunlar (Carmen ve Marius, 2016);

- **Sürekli İyileştirme ve Müşteri Katılımı:** İşletmeler, müşterilerinin ihtiyaçlarını öğrenmek ve bu ihtiyaçlara yönelik ürün ve hizmetler sunmak için sürekli iyileştirme yapması gerekmektedir. Bu nedenle hem üretim öncesi dönemde hem satış sürecinde hem de satış sonrası süreçlerde müşteri katılımı önem arz etmektedir.
- **Yaratıcılık ve Müşteri Beklentilerini Karşılama:** İşletmeler, müşterilerinin istek ve beklentilerini karşılamak için yaratıcı çözümler geliştirmesi gerektiği vurgulanmaktadır. Bu nedenle işletmeler tüketici

davranışlarının belirlenmesinde ve pazarlama stratejilerinin oluşturulmasında yaratıcı yaklaşımları tercih etmesi gerekmektedir.

- **Belirgin bir yarar vaat etmek ve bu vaadin yerine getirilmesi:** İşletmelerin müşteri ilişkilerinde güven inşa edebilmek için vaatlerini yerine getirmesi gerekmektedir. Pek çok işletme, vaatte bulunmaktan kaçınır. Ancak verilen vaatlerin yerine getirilmesi rekabet avantajı sağlamaktadır. Ayrıca kurum imajına olumlu katkı sağlayarak uzun vadeli başarı ve karlılığı da beraberinde getirmektedir.

Tüm işletmeler müşterilerle kârlı ilişkiler kurmak istemektedir. Bunun yanı sıra sektörel bazda ele alındığında hizmet sektörünün sahip olduğu en değerli varlıklardan birinin müşterileri olduğunu savunulmaktadır. Müşteri ilişkileri ekonomik açıdan değerlendirildiğinde ise düşük maliyetlerle kârlılığın artmasını sağlamaktadır (Goldsmith, 2010).

Payne ve Flow (2005)'un iş uygulamaları konusunda ele aldığı çalışmada müşteri ilişkileri yönetimi yöneticilerin zihninde; teknoloji, ilişki kurma, müşteri odaklılık ile ilişkilendirilmektedir.

Goldsmith (2010) müşteri ilişkileri yönetimini tüketim öncesi, tüketim sırası ve tüketim sonrası olmak üzere birbirine bağlı üç aşamadan oluşan beş temel amaç (müşteri kazanma, elde tutma, geliştirme, danışma ve dönüştürme) ile açıklamaktadır. Her bir amaç, bir önceki hedefin üzerine inşa edilerek birbiriyle bağlantılı bir yapı oluşturmaktadır. Bu amaçlar aşağıda açıklanmaktadır.

1.1. Müşteri Kazanma

Müşteri tabanı oluşturmanın ilk aşamasını oluşturan müşteri kazanma, bir işletmenin müşterileri bir teklife yönlendirmeye yönelik çabalar olarak ifade edilmektedir. Bu çabalar çeşitli pazarlama kanallarını ya da stratejilerini içerebilmektedir. Örneğin; bütünleşik pazarlama iletişimi, doğrudan pazarlama, sosyal medya pazarlaması, rekabetçi fiyatlandırma gibi çabalar olabilmektedir (Goldsmith, 2010).

Müşteri kazanma, bir işletmenin uzun vadeli karının temel itici güçleri arasında yer almaktadır (You ve Joshi, 2020). Ürün veya hizmeti deneyimlememiş tüketiciler müşteri olabilmek için tarafsız bilgi kaynaklarına ihtiyaç duymaktadır (Hoeffler, 2003). Yapılan çalışmalar, kaynak güvenilirliğinin ikna üzerinde önemli bir etkiye sahip olduğu belirlenmiştir (Pornpitakpan, 2004; Kareklas, Muehling ve Weber, 2015). Fakat yapılan araştırmalar işletmelerin daha önce ürün veya hizmeti deneyimlememiş tüketicileri etkileme olasılığının daha yüksek olduğunu vurgulamaktadır (Gotlieb ve Sarel, 1991). Ayrıca kaynağın ve tüketici

çıklarının birbiriyle uyumlu olması varsayımıyla, akran tüketici deneyimleri tüketiciler tarafından daha güvenilir bilgi kaynağı olarak görülmektedir Nieto, Hernández-Maestro, Muñoz-Gallego, 2014; López ve Sicilia, 2014).

Müşteri kazanmada iki temel faktöre vurgu yapılmaktadır. Birinci faktör, her müşteriyle işbirliği yapma ve onları dinleme arzusu; ikinci faktör ise karmaşık enformasyonu açabilme yeteneğidir. Müşteriyi dinlemek, endişelerine hak vererek gidermeye çalışmak ve empati yapmak işletmelerin müşteri kazanmasında yapması gereken davranışlar olarak nitelendirilmektedir (Pine, Peppers ve Rogers, 1995; Özer Canarslan, 2022).

1.2. Müşteriyi Elde Tutma

Müşteri kazanma aşamasından sonra kazanılan müşterileri elde tutma ya da mevcut müşterinin korunması için çabalar sarf etmesi gerekmektedir. Yeni müşteri kazanmaktan daha maliyetli olan müşterinin elde tutulması için sadık müşteriler yaratmak gerekmektedir. Müşterinin aynı işletmeyi, ürünü ya da hizmeti tercih etmesi sadakatin davranışsal yönünü temsil etmektedir (Lam ve diğerleri, 2004; Jones ve Taylor, 2007). Aaker (1991) müşteri sadakatini “müşterinin bir markaya olan bağlılığı” olarak tanımlamaktadır. Sadakatin bilişsel ve davranışsal olmak üzere iki farklı boyutu vardır (Gremler ve Brown, 1996). *Bilişsel sadakat*, tüketicilerin bir mal veya hizmeti satın alması gerektiğinde belirli bir markayı ilk tercihleri olarak görme eğilimini ifade etmekte; *davranışsal sadakat* ise, bir markayı yeniden satın alma sıklığını veya markayı birincil tercih olarak görme taahhüdünü ifade etmektedir (Keller, 2014). Reichheld ve Scheffer (2000), sadık müşterilerin, sadece düşük fiyat duyarlılığına sahip olmakla kalmayıp aynı zamanda yeni müşterilerin kazanılması konusunda daha yetenekli olduklarını belirtmiştir.

1.3. Müşteri Geliştirme

Müşteri geliştirme, kurumların yeni oluşturulan müşteri ilişkilerinden kârlılık elde etme çabasını ifade etmektedir. İşletmeler, müşterilere değerli teklifler sunarak kârlılıklarını artırabilmek için mümkün olduğunca fazla müşteri verisi toplamalıdır. Toplanan bu bilgiler, müşteri davranışlarını tahmin etmede bir araç olarak kullanılmaktadır. Olumlu davranışların teşvik edilmesini ve işletmeye zarar verebilecek olumsuz davranışların engellenmesini sağlamaktadır (Goldsmith, 2010; Özer Canarslan, 2022).

Bir işletmenin mevcut müşterilerinden daha fazla değer elde etme ve bu ilişkileri daha kârlı hale getirme sürecini içeren müşteri geliştirme, müşterilerle uzun vadeli ilişkiler kurmayı, onların ihtiyaçlarını daha iyi anlamayı ve onlara daha

fazla değer sunmayı hedeflemektedir. İşletmeler, müşteri geliştirme yoluyla mevcut müşterilerden gelirlerini artırabilmekte, sadakat oluşturabilmekte ve müşterilerin yaşam boyu değerini maksimize edebilmektedir.

1.4. Müşteriye Danışma

Müşterilere sunulan değerin artırılması için işletmelerin müşteriyle sürekli etkileşimde bulunması gerekmektedir. Müşterilerin geri bildirimlerini dinlemek, ihtiyaçlarını anlamak ve onlarla etkin bir iletişim kurmak işletmeler için değer yaratan hizmetler arasında değerlendirilmektedir. İşletmeler müşteri ilişkilerinde aşağıda belirtilen stratejileri inceleyerek rekabet üstünlüğü sağlayabilmektedir (Osei-Frimpong vd. 2015).

- Hem çevrimiçi hem de çevrimdışı platformlarda tüketici davranışlarını ve rakip faaliyetlerini izlemek,
- Müşteri geri bildirimlerini, endişelerini ve önerilerini dikkate almak,
- Müşterileri, değer yaratma sürecine aktif bir şekilde dâhil etmek.

Bu stratejiler, müşteri sadakati oluşturmada fayda sağlamaktadır. Sadık ve memnun müşteriler, zamanla marka elçileri haline gelerek, marka ve ürünler hakkında olumlu bir algı yaratmaktadır (Özer Canarslan, 2022).

1.5. Müşterileri Dönüştürme

Müşteriler, işletmeyi ya da markayı çevrelerindeki insanlara tanıtarak ve onları kullanıcı olmaya teşvik ederek ağızdan ağıza pazarlama sürecine katkıda bulunmaktadır. İşletmelerin, bu tür müşterilerini tanımlayarak promosyon stratejilerinde onlarla iş birliği yapması büyük önem taşımaktadır. Bazı durumlarda, bu sadık müşteriler, işletmenin desteğiyle markayı savunan ve diğer insanları markaya çekmeye odaklanan elçileri haline getirilebilmektedir. Bu müşterilerle yapılan iş birlikleri sayesinde işletmeler, markalarının tüketiciler için nasıl daha anlamlı hale gelebileceğini daha iyi anlayabilmektedir. Ayrıca, bu müşterilerin marka ile ilişkilerini güçlendirebilecekleri ve markayı çevrelerindeki kişilere tanıtabilecekleri bir platform veya ortam oluşturulabilmektedir (Goldsmith, 2010).

2. Sağlık Turizminde Müşteri İlişkileri Yönetimi

Bir hizmet sektörü olan sağlık turizminde müşteri ilişkileri yönetiminin potansiyel hastalarla etkili bir iletişim kurmak, süreçleri optimize etmek ve hasta memnuniyetini artırmak için kritik bir role sahiptir. Sağlık turizminde müşteri ilişkileri yönetimi, hasta kayıtlarının düzenlenmesi, randevuların takip edilmesi,

tedavi süreçlerinin planlanması ve müşteri memnuniyetini artırmak için kullanılmaktadır. Ayrıca, potansiyel hastalara yönelik pazarlama kampanyalarının yürütülmesinde etkili bir araç olarak değerlendirilmektedir (Demirci, 2024).

Sağlık turizmi kapsamında tıbbi tedavi ve hizmet aramanın kolaylığı, sağlık pazarının küreselleşmesine katkıda bulunmaktadır. Sağlık turizmde, gelişmiş ülkelerin vatandaşları kendi ülkelerinde sunulan hizmetlerden ziyade sağlık hizmeti almak için az gelişmiş ülkelere seyahat etmektedirler (Ormond ve Sulianti, 2017). Sağlık turizmi, müşterinin rahatlatma ve gençleşme gibi temel motivasyonlarla cezbedildiği geleneksel bir turizm deneyimi sunmaktadır (Tresidder, 2011).

Sağlık turizmi, dünya çapında birçok seyahat destinasyonunda yürütülen kazançlı bir sektör olarak değerlendirilmektedir (Heung, Kucukusta ve Song, 2010; Han ve Hyun, 2015). Sağlık turizmi sayesinde hastalar uluslararası seyahatler gerçekleştirerek çeşitli kalitelerde sağlık hizmeti alabilmektedir. Fakat son sağlık turizmi destinasyonlarının artması ve rekabetin daha da şiddetli hale gelmesiyle birlikte rakiplere üstünlük sağlamak için ülkeler hastaları çekmek için çeşitli stratejiler benimsemesi gerekmektedir. Sağlık turizmi pazarındaki rekabet yalnızca ülkeler arasında değil aynı zamanda her bir hedef ülkedeki sağlık turizmi faaliyeti yürüten kuruluşlar arasında da gerçekleşmektedir. Bu yoğun rekabet ortamında kuruluşlar müşteri kazanmak ve mevcut müşterilerini elde tutabilmek için çaba sarf etmektedir (Heung et al., 2011; Van Niekerk, 2014; Demicco, 2016). Bunu gerçekleştirmek için uygulanacak yönetim yaklaşımlarından biri müşteri ilişkileri yönetimidir.

Müşteriler ile uzun süreli ilişkiler geliştirmek ve kârlılığın artması için müşteri ilişkileri yönetiminin uygulanması sağlık turizmi sektöründe de önemli olarak görülmektedir. Sağlık turizmi faaliyeti sürdüren işletmelerde müşteri ilişkileri yönetimi, müşterinin memnuniyetinin, güveninin ve bağlılığının artmasına katkıda bulunmaktadır. Bu bağlamda sağlık turizminde müşteri ilişkileri yönetimi, müşterilerle faydalı ilişkilerin yaratılması, sürdürülmesi ve iyileştirmesini kapsamaktadır. Aynı zamanda olumsuz ilişkilerin de ortadan kaldırılması şeklinde de ifade edilmektedir (Miquel-Romero ve diğerleri, 2014).

2.1. Güven (Trust)

Güven kavramı uzun yıllardır pek çok disiplinde incelenmekte ve açıklanmaya çalışılmaktadır. Güven, karar almadaki en temel unsurlardan biri olarak kabul edilmektedir. Bir işlemden tarafların karşılıklı olarak riskleri ve beklentileri üstlenip, beklentilere göre hareket edilmesi olarak tanımlanan güven kavramı, aynı zamanda risk karşısında diğer tarafa inanma isteği olarak ifade edilmektedir (Önen, 2018).

Uzun vadeli bir ilişkiyi geliştirmek ve sürdürmek için temel unsur olarak kabul edilen güven, ilişki kalitesinin de belirleyicisi olarak değeriendirilmektedir. Hasta/müşteri memnuniyetinde güvenin önemli bir itici gücü olduğu ve bu güvenin sağık turizmi bağlamlarında tıbbi bakımla ilgili davranışsal niyetlerin oluşumunda temel bir rol oynadığı vurgulanmaktadır. Güven, hasta/müşteri ve hizmet sunucusu arasındaki ilişkide sürekliliğin sağılanması için kilit rol oynayan güven, sağık hizmeti sunucusuna olan sadakati de artırmaktadır.

2.2. Bağlılık (Commitment)

Bağılılık, bir ürün veya hizmeti satın aldıktan sonra tüketicilerin aynı markayı tercih etmeyi sürdürmesidir. Literatürde davranışsal ve tutumsal bağlılık olmak üzere iki tür bağlılık olduğuna vurgu yapan çalışmalar mevcuttur. Davranışsal bağlılıkta tüketicinin tekrar satın alması araştırma konusuyken; tutumsal bağlılıkta markaya karşı geliştirilen tutum ile tüketicinin psikolojik bağlılığı araştırma konusudur. Bağlılığın oluşması için belirli bir süreç gerekmektedir. Bu süreç aşağıda sıralanmıştır (Akalın ve Veranyurt, 2020).

- Bağlılığı olmayan müşteri (Rastgele tercih yapan)
- Değıştirebilen müşteri (Fiyata duyarlı müşteri)
- Alışmış müşteri (Değıştirmek için bir sebebi olmayan müşteri)
- Memnun müşteri (Değışimi maliyetli olan müşteri)
- Hoşlanan müşteri (benimseyip, arkadaş gibi gören müşteri)
- Sadık müşteri (Bağılılığı olan müşteri)

Bu süreçle bağlılık oluşmaktadır. Sonuç olarak bir ürün ya da hizmete ikame olacak başka bir markayı tercih etmeyi reddederek aynı ürün veya hizmeti satın almayı sürdürmektedir.

2.3. Memnuniyet

Sağık turizmde memnuniyet, hastaların veya sağık turistlerinin, aldıkları sağık hizmetlerinden ve bu hizmetlerin sunulduğu çevreden duydukları tatmin düzeyini ifade etmektedir. Memnuniyet, sağık turizmi sektöründe başarıyı ve sürdürülebilirliği belirleyen en kritik faktörlerden biri olarak değeriendirilmektedir.

Müşteri ilişkilerinin kalitesi belirleyen memnuniyet, tüketicilerin satın alınan bir ürün veya hizmetin performansını değeriendirmesine olanak tanımaktadır. İlişkinin gelişimine ilişkin olumlu ve olumsuz değeriendirmelerin toplamına işa-

ret etmektedir. Ayrıca memnuniyet, her durumda ilişkinin kişisel deneyimine dayanan bilişsel bir değerlendirme olarak kabul edilmektedir. Memnuniyet düzeyi yüksek olan tüketiciler işletmeler ile daha kaliteli ilişkiler kurma eğilimindedir (Ting, 2004). Bunun yanı sıra memnuniyetin; sadakat, işbirliği ve satıcıyla olan ilişkilerdeki müşteri katılımı da etkilediği ortaya koyulmuştur (Sousa ve Alves, 2019). Sağlık turizminde memnuniyeti etkileyen çeşitli kriterler vardır. Bunlar aşağıda açıklanmıştır.

- ***Sağlık Hizmetlerinin Kalitesi:*** Tıbbi hizmetlerin uzmanlık düzeyi, kullanılan teknolojinin modernliği ve tedavinin etkinliği memnuniyet üzerinde doğrudan etkilidir.
- ***Hasta Deneyimi:*** Tedavi sürecinde hastalara gösterilen ilgi, bilgilendirme düzeyi ve iletişim becerileri, memnuniyetin önemli bir parçasıdır.
- ***Konaklama ve Çevre Koşulları:*** Hastaların konaklama koşulları, hijyen, ulaşım kolaylığı ve tedavi süreçleri dışındaki sosyal deneyimler memnuniyet seviyesini artırabilmektedir.
- ***Fiyat ve Değer Algısı:*** Sağlık hizmetlerinin maliyetinin uygunluğu ve sunulan hizmetin bu maliyete değer olduğu algısı, sağlık turistlerinin tatmin düzeyini belirlemektedir.
- ***Uluslararası Standartlara Uygunluk:*** Akreditasyon, uluslararası sağlık standartlarına uygunluk ve yasal düzenlemeler, özellikle yabancı hastalar için güven oluşturmaktadır.

Sağlık turizminde memnuniyet hem bireysel düzeyde hasta deneyimini hem de sektörün uluslararası rekabet gücünü belirleyen stratejik bir unsur olarak görülmektedir.

SONUÇ

Sağlık turizminde müşteri ilişkileri yönetimi, sektördeki rekabet avantajını artıran ve uzun vadeli başarıyı destekleyen kritik bir unsurdur. Bu alanda müşterilerin ihtiyaç ve beklentilerini anlamak, kültürel farklılıkları göz önünde bulundurmak ve kaliteli bir hizmet sunumu sağlamak büyük önem taşımaktadır.

Hastaların sağlık hizmetlerinden memnun kalması, sadece tedavi sürecinin başarılı bir şekilde tamamlanmasıyla sınırlı değildir; aynı zamanda süreç boyunca gösterilen ilgi, iletişim kalitesi ve kolaylık gibi faktörlerle de yakından ilişkilidir. Müşteri ilişkileri yönetimi, hastaların deneyimlerini olumlu yönde etkileyerek güven duygusu oluşturur ve sadakati artırmaktadır.

Bu bağlamda, sağlık turizmi işletmelerinin şu temel stratejilere odaklanması gerekmektedir:

- **Kişiselleştirilmiş Hizmet:** Her hastanın bireysel ihtiyaçlarına özel çözümler sunarak memnuniyeti artırmak.
- **Dijital Teknolojiler:** İleri düzey müşteri ilişkileri yazılımları ve yapay zekâ tabanlı çözümlerle iletişim süreçlerinin optimize edilmesi,
- **Kültürel Hassasiyet:** Farklı kültürel ve dilsel ihtiyaçlara duyarlı bir hizmet sunulması,
- **İletişim Sürekliliği:** Hizmet öncesinde, hizmet verilirken ve sonrasında etkin iletişim kanallarının oluşturulması gibi.

Sonuç olarak, sağlık turizminde müşteri ilişkileri yönetimi, sadece ekonomik kazanç sağlamayı değil, aynı zamanda insanî değerleri ön planda tutarak hasta memnuniyetini artırmayı hedefleyen bütünsel bir yaklaşımdır. Bu doğrultuda başarılı bir müşteri ilişkileri stratejisi, sektörde sürdürülebilir büyüme ve uluslararası itibar için temel bir gereklilik olarak değerlendirilmektedir.

KAYNAKÇA

- Aaker, A. D. (1991). *Managing Brand Equity*. New York: The Free Press.
- Carmen, R., & Marius, S. (2016). Customer loyalty using customer relationship management. *Management Strategies Journal*, 31(1), 285-288.
- Demicco, F.J. (2016), "A Disney strategic approach to patient/guest services in hospitality bridging healthcare (H2H) and medical tourism and wellness", *The Routledge Handbook of Health Tourism*, p. 261.
- Demirci, R. (2024). Sağlık Turizminde CRM Sistemleri ve Müşteri Yönetimi. <https://www.uste.org.tr/saglik-turizminde-crm-sistemleri-ve-musteri-yonetimi/> (Erişim Tarihi: 10.12.2024).
- Gremler, D. ve Brown, S. W. (1996). The loyalty ripple effect: appreciating the full value of customers. *International Journal of Service Industry Management*, 10(3): 271-293
- Goldsmith, R. E. (2010). The goals of customer relationship management. *International Journal of Customer Relationship Marketing and Management (IJCRMM)*, 1(1), 16-27.
- Gotlieb, J. B., & Sarel, D. (1991). Comparative advertising effectiveness: The role of involvement and source credibility. *Journal of advertising*, 20(1), 38-45.
- Guerola-Navarro, V., Gil-Gomez, H., Oltra-Badenes, R., & Soto-Acosta, P. (2024). Customer relationship management and its impact on entrepreneurial marketing: A literature review. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 20(2), 507-547. <https://doi.org/10.1007/s11365-022-00800-x>
- Gummesson, E. (2002). Relationship Marketing in the New Economy. *Journal of Relationship Marketing*, 1(1), 37.
- Han, H. and Hyun, S.S. (2015), "Customer retention in the medical tourism industry: impact of quality, satisfaction, trust, and price reasonableness", *Tourism Management*, Vol. 46, pp. 20-29.
- Harker, M. J. (1999). Relationship marketing defined? An examination of current relationship marketing definitions. *Marketing Intelligence & Planning*, 17(1), 13 - 20.
- Heung, V.C., Kucukusta, D. and Song, H. (2010), "A conceptual model of medical tourism: implications for future research", *Journal of Travel & Tourism Marketing*, Vol. 27 No. 3, pp. 236-251.
- Hsu, P. F., Lan, K. Y., & Tsai, C. W. (2013). Selecting the optimal vendor of customer relationship management system for medical tourism industry using Delphi and AHP. *International Journal of Enterprise Information Systems (IJEIS)*, 9(1), 62-75.
- Hoeffler, S. (2003), "Measuring Preferences for Really New Products," *Journal of Marketing Research*, 40 (4), 406-20. doi:10. 1509/jmkr.40.4.406.19394

- Ivanovic, S., Mikinac, K., & Perman, L. (2011). CRM development in hospitality companies for the purpose of increasing the competitiveness in the tourist market. *UTMS Journal of Economics*, 2(1), 59-68.
- Kareklas, Ioannis, Darrel D. Muehling, and T.J. Weber (2015), "Reexamining Health Messages in the Digital Age: A Fresh Look at Source Credibility Effects," *Journal of Advertising*, 44 (2), 88–104. doi:10.1080/00913367.2015.1018461
- Keller, K. L. (2014). *Strategic brand management: Building, measuring, and managing brand equity*. Upper Saddle River: Prentice Hall.
- López, M., & Sicilia, M. (2014). eWOM as source of influence: the impact of participation in eWOM and perceived source trustworthiness on decision making. *Journal of Interactive Advertising*, 14(2), 86-97.
- Miquel-Romero, M. J., Caplliure-Giner, E. M., & Adame-Sánchez, C. (2014). Relationship marketing management: Its importance in private label extension. *Journal of Business research*, 67(5), 667-672.
- Nieto, J., Hernández-Maestro, R. M., & Muñoz-Gallego, P. A. (2014). Marketing decisions, customer reviews, and business performance: The use of the Toprural website by Spanish rural lodging establishments. *Tourism management*, 45, 115-123.
- Payne, A., & Frow, P. (2005). A Strategic Framework for Customer Relationship Management. *Journal of Marketing*, 69(4), 167-176.
- Pine, B. J., Peppers, D., & Rogers, M. (1995). Do you want to keep customer forever?. *Harvard Business Review*.
- Pornpitakpan, Chanthika (2004), "The Persuasiveness of Source Credibility: A Critical Review of Five Decades' Evidence," *Journal of Applied Social Psychology*, 34 (2), 243–81. doi:10.1111/j.1559- 1816.2004.tb02547.x
- Rahimi, R., Köseoglu, M. A., Ersoy, A. B., & Okumus, F. (2017). Customer relationship management research in tourism and hospitality: a state-of-the-art. *Tourism review*, 72(2), 209-220.
- Rababah, K., Mohd, H., & Ibrahim, H. (2011). A unified definition of CRM towards the successful adoption and implementation. *Academic Research International*, 1(1), 220-228.
- Reichheld, F. F., & Schefter, P. (2000). *The Economics of E-loyalty*. Harvard Business School Working Knowledge, 10.
- Sin, L. Y. M., Tse, A. C. B., & Yim, F. H. K. (2005). CRM: conceptualization and scale development. *European Journal of Marketing*, 39(11/12), 1264-90.
- Sousa, B. M., & Alves, G. M. (2019). The role of relationship marketing in behavioural intentions of medical tourism services and guest experiences. *Journal of Hospitality and Tourism Insights*, 2(3), 224-240.

- Srivastava, M. (2012). Customer Relationship Management (CRM): A Technology Driven Tool. *Samvad*, 4, 14-25.
- Tresidder, R. (2011), "19 health and medical tourism", *Research Themes for Tourism*, p. 266.
- Ormond, M. and Sulianti, D. (2017), "More than medical tourism: lessons from Indonesia and Malaysia on South-South intra-regional medical travel", *Current Issues in Tourism*, Vol. 20 No. 1, pp. 94-110.
- Oltra-Badenes, R., Gil-Gomez, H., Guerola-Navarro, V., & Vicedo, P. (2019). Is It Possible to Manage the Product Recovery Processes in an ERP? Analysis of Functional Needs. *Sustainability*, 11(16), 4380. <https://doi.org/10.3390/su11164380>
- Özer Canarslan N. (2022). Sağlık kurumlarında müşteri ilişkileri yönetimi. Sağlık kurumlarında güncel pazarlama araştırmaları (içinde ss.283-305). Çelik, B. ve Tor Kadioğlu, C. (Ed.). Ankara: Efe Akademi.
- Önen, V. (2018). Marka güveni, marka sadakati ve marka tercihi arasındaki ilişkinin incelenmesi: kırtasiye sektörü uygulaması. *Avrasya Uluslararası Araştırmalar Dergisi*, 6(15), 1031-1044. <https://doi.org/10.33692/avrasyad.510075>
- Ting, D.H. (2004), "Service quality and satisfaction perceptions: curvilinear and interaction effect", *International Journal of Bank Marketing*, Vol. 22 No. 6, pp. 407-420.
- Van Niekirk, M. (2014), "The role of the public sector in tourism destination management from a network relationship approach", *Tourism Analysis*, Vol. 19 No. 6, pp. 701-718.
- Vicedo, P., Gil-Gomez, H., Oltra-Badenes, R., & Guerola-Navarro, V. (2020). A bibliometric overview of how critical success factors influence on enterprise resource planning implementations. *Journal of Intelligent & Fuzzy Systems*, 38(5), 5475-5487. <https://doi.org/10.3233/JIFS-179639>
- You, Y., & Joshi, A. M. (2020). The impact of user-generated content and traditional media on customer acquisition and retention. *Journal of Advertising*, 49(3), 213-233.



BÖLÜM 47

Sağlık Turizminde Yenilikçilik ve Dijitalleşme

Murat Bayat¹ & Fuat Yalman²

¹ Doç. Dr., Düzce Üniversitesi, İşletme Fakültesi, Uluslararası Ticaret Bölümü,
ORCID:0000-0003-0029-948X

² Doç. Dr., Düzce Üniversitesi, İşletme Fakültesi, Sağlık Yönetimi Bölümü,
ORCID: 0000-0002-1041-1837

Giriş

Dijitalleşme ile birlikte tüketici kavramı son yıllarda dijital tüketici kavramına dönüşmüştür. Yeni teknolojik araçların gelişmesi, bireylerin işletmelerle doğrudan iletişim kurarak daha aktif hale gelmesine neden olmuştur (Happ ve Ivancso-Horvath, 2018). Dünya genelinde turizm alanındaki gelişmelerin hızla değişmesinde tüketicilerin birbirleriyle deneyimlerini paylaşmalarının yanı sıra dijital ortamların da etkisinin bulunduğu bildirilmiştir (Guttentag, 2010). Bunun yanı sıra araştırmalar, sosyal medyayı kullanan müşterilerin/tüketicilerin rakiplerinden daha etkili ve başarılı olduğunu ortaya koymuştur (Dülgaroğlu, 2021). Son yıllarda tüketicilerin Facebook, Twitter, Instagram gibi sosyal medya araçlarında belirli bir ürünleri/hizmetleri aradığı ve bu sosyal medya platformlarını kullanarak ürünler/hizmetler hakkında daha kolay bilgi toplayabildikleri, bunun yanı sıra deneyimlerini paylaşarak görüş alışverişinde bulundukları bildirilmiştir (Kapan, 2019).

Küreselleşme, insanların hizmet satın almak için arzu ettikleri ürünleri aramalarına olanak tanıyarak tüketici davranışları üzerinde etkili olmuştur. Bu doğrultuda sağlık turistlerinin hizmet satın almadan önce her türlü bilgiyi dijital ortamdan alıyor olması sağlık turizminde dijital iletişimin önemini ortaya koymuştur (Güzel ve Arı, 2022). Dünya nüfusunun artması ve yaşam standartlarının iyileşmesi ile birlikte insanların bir hastalık ile karşı karşıya kaldıklarında tedavileri için daha uygun maliyetli ve kaliteli sağlık hizmeti sunan ülkeleri tercih etmeleri sağlık turizminin ortaya çıkmasına neden olmuştur (Kantar ve Erdoğan, 2014). Sağlık turizmi temel olarak bireylerin koruyucu, tedavi edici, rehabilite edici ve sağlığı geliştirici hizmetler almak amacıyla yaşadıkları yerden başka bir yere seyahat etmesi olarak tanımlanmaktadır (Öksüz ve Altıntaş, 2017). Sağlık turizminde hedef kitle, sağlığı bozulmuş kişiler ile sağlığını korumak ve sağlıklı durumunu sürdürmek isteyen kişilerdir. Bu durumda söz konusu kişiler sadece sağlığını kaybedenler değil, sağlığını korumak ve geliştirmek isteyenlerin yanı sıra tatil ihtiyaçlarını karşılamak ve boş zamanlarında rekreasyonel faaliyetlerden yararlanmak isteyenleri kapsar (Tütüncü vd., 2011).

Günümüz dijital gelişmeleri ile birlikte sağlık turizminin de bu bağlamda değerlendirilmesi gerektiği vurgulanmıştır (Güzel ve Arı, 2022). Birçok sektörde olduğu gibi sağlık alanı da teknolojiye sürekli değişim ve gelişmelerden önemli derecede etkilenmektedir (Uysal ve Ulusinan, 2020). Aynı zamanda sağlık hizmetleri açısından internetin önemli bir bilgi kaynağı olarak görüldüğü belirtilmiştir (Toygar, 2018). Dijital sağlık hizmetleri ile bireyler ve sağlık profesyonelleri yer ve zamandan bağımsız olarak hızlı bir şekilde buluşabilmektedir (Özen, 2021). Bunun yanı sıra dijital sağlık uygulamalarının yaygınlaşmasıyla birlikte

hız, sürdürülebilirlik ve verimliliğin artmasıyla, bireylerin/hastaların beklentilerinin de artmakta olduğu ifade edilmiştir (Uysal ve Ulusinan, 2020).

Sağlık turizmi, inovasyon ve bilgi yönetimine büyük ölçüde bağımlı olan, büyüyen küresel bir olgudur. Sağlık turizminde hem yenilikçi hem sistematik olmak, sağlık kuruluşlarında bilgi yönetimi konusunda düşünce zenginleştirmeyi gerektirmektedir (Subasinghe vd., 2020). Bu mobil sağlık hizmetleri, sağlık hizmetlerini daha uygun fiyatlı, erişilebilir ve sağlık kayıtlarının kolayca ulaşılabilir ve güvenli hale getirmiştir. Geleceği şekillendirmeye yardımcı olan bazı mobil sağlık cihazları ve altyapısı arasında teletıp, giyilebilir cihazlar, dijital sensörler ve biyoteleometri, uzaktan hasta izleme, sanal rehabilitasyon ve yapay zeka yer almaktadır. Bu uygulamaların yalnızca birçok hastaya fayda sağlamakla kalmadığı, aynı zamanda sağlık hizmeti sağlayıcılarının süreçleri kolaylaştırmasına, bilgileri sentezlemesine ve gerçek zamanlı güncellemeler sağlamasına olanak sağladığı belirtilmiştir. Sağlık teknolojilerindeki en son yenilik, özellikle daha hızlı ve daha etkili tedavi geliştirmede çok daha fazla rekabet avantajı sağlayacağı öngörülmektedir (Bernasconi, 2016).

1. Sağlık Turizmi ve İnovasyon

Turizm, refahın üretilmesine veya iyileştirilmesine katkıda bulunabilecek bir faaliyettir. Sağlık turizmi ise, temel motivasyonu tıbbi ve sağlıklı yaşam temelli faaliyetler aracılığıyla fiziksel, zihinsel ve/veya ruhsal sağlığa katkı sağlayan, bireylerin kendi ihtiyaçlarını karşılama kapasitelerini artıran ve yaşamlarında birey olarak daha iyi işlev gösterebilen turizm türlerini kapsamaktadır. Sağlık turizmi, sağlıklı yaşam turizmi ve medikal turizm gibi alt türlerin şemsiye terimidir. Wellness turizmi, insan yaşamının fiziksel, zihinsel, duygusal, mesleki, entelektüel ve ruhsal olmak üzere tüm temel alanlarını iyileştirmeyi ve dengelemeyi amaçlayan bir turizm faaliyetidir. Wellness turistinin temel motivasyonu, fitness, sağlıklı beslenme, rahatlama ve iyileştirici tedaviler gibi önleyici, proaktif, yaşam tarzını geliştiren faaliyetlerle meşgul olmaktır. Medikal turizm ise, kanıta dayalı tıbbi iyileştirme kaynaklarının ve hizmetlerinin kullanımını içeren bir turizm faaliyeti türüdür. Bu sağlık turizmi türü; teşhis, tedavi, iyileştirme, önleme ve rehabilitasyonu içerebilir (World Tourism Organization and European Travel Commission, 2018).

Yenilikler, modern pazarların şekillenmesi ve geliştirilmesinde önemli bir faktördür. J. Schumpeter (1960) tarafından piyasanın işleyişine ilişkin olarak formüle edilen yenilik kavramına ilişkin geleneksel görüşlere göre yenilik terimi; yeni ürünler piyasaya sürmek veya mevcut olanları iyileştirmek, yeni hizmet sağ-

lama yöntemleri de dahil olmak üzere yeni veya gelişmiş üretim teknolojisi uygulamak ve uygun müşteri hizmetleri sistemleriyle birlikte müşterilerle etkileşim kurmanın yeni yolları da dahil olmak üzere yeni satış ve satın alma yöntemleri sunmak gibi faktörlerin işlevsel bağımlılıklarıyla birlikte birleşimi anlamına gelir (Niedzielski, 2008: 230–232).

Yenilikler, bilgiye dayalı ekonomide rekabet gücünü artırmanın ve pazar başarısına ulaşmanın temel unsurlarından biridir. Genel olarak bakıldığında inovasyon, yeni ürünlerin, fikirlerin veya davranış biçimlerinin ortaya konulması süreci olarak değerlendirilebilir (Kalinowski, 2010: 13–18). Aynı zamanda yenilikler, yeni pazar teklifleri üretmekle bağlantılıdır. Ancak normalde bunlar tamamen yeni ürünler değil, daha ziyade mevcut ürünlerin iyileştirmeleridir (Westland, 2008: 42–43). Bu nedenle, yeniliklerin büyük çoğunluğu mevcut çözümlerin üretken bir şekilde taklit edilmesinden ibarettir. Dolayısıyla üretken taklit özellikle tüketici ihtiyaçlarına odaklanır ve ürünü değil pazarı gözlemlemekle ortaya çıkar (Drucker, 2000: 254–255).

Literatürde hizmetler açısından tipik yenilikçi girişimlerin; yeni hizmet konseptleri ortaya koymak, müşteriyle yeni işbirliği biçimleri oluşturmak, hizmet sağlamak için yeni sistemler geliştirmek ve modern BT çözümlerini kullanmak gibi girişimleri içerdiği ifade edilmiştir (Den Hertog, 2002: 226–231). Benzer şekilde, diğer pazarlarda olduğu gibi, turizm pazarında da inovasyon, pazarın arz tarafındaki kuruluşların sürdürülebilir rekabet avantajı elde etmesinde kilit bir rol oynamaktadır (Szymańska, 2013: 146–148).

Devam eden küreselleşme süreçleri, yalnızca turizm işletmelerinden değil, aynı zamanda turistik destinasyonlardan da inovasyon faaliyetlerinin artmasını gerektirmektedir. Çünkü böyle inovasyon faaliyetlerinin onların hayatta kalmasında, daha fazla büyümesinde ve gelişmesinde önemli rol oynamaktadır. İşletmelerin turizm pazarındaki ticari faaliyetleri, farklı türdeki yenilikleri tamamlayıcı olarak geliştirme zorunluluğunu dayatmaktadır (Gołębski, 2007). Turizm işletmeleri (çoğunlukla mikro, küçük ve orta ölçekli), diğer faktörlerin yanı sıra kullanılan iş stratejisine, iş türüne, personel niteliklerine ve pazar ortamına bağlı olan yenilik düzeyleri bakımından farklılık göstermektedir (Gancarczyk, 2012: 105). Turizm işletmeleri, turizm pazarındaki inovasyonun geliştirilmesinde belirleyici bir role sahiptir. Turizm işletmelerinin yenilikçiliği, bu kuruluşların bağımsız eylemleri tarafından belirlendiği gibi aynı zamanda tedarikçilerden, rakiplerden, çalışanlardan, tüketicilerden ve danışmanlık firmalarından gelen yenilik kaynakları tarafından da belirlenir (Peters ve Pikkematt, 2005).

Turizm politikası kuruluşlarının eylemleri, turizm pazarını, özellikle de turizm girişimcilerini hedef alan yenilik yanlısı politikalar geliştirdikleri için bu durum turizm organizasyonları açısından bir yenilik kaynağı olabilir. Ayrıca turizm politikası birimleri kendi başlarına yenilikçi eylemler gerçekleştirebilirler. Turizm pazarı kuruluşlarının faaliyetlerine yenilik getirmenin ana araçlarından birinin modern bilgi teknolojileri olduğu unutulmamalıdır (Prahalad ve Krishnan, 2010: 15). Turizm pazarındaki yenilik süreçleri aynı zamanda turistik destinasyonların gerçekleştirdiği eylemlerin de bir sonucudur (Panasiuk, 2013: 267–277). Ayrıca turizm pazarındaki yenilik politikasının temel amacı, devletin stratejik eylemler yoluyla o pazarın yapısı üzerindeki etkisini içermelidir (Panasiuk, 2014a).

Bunun yanı sıra yenilikler, esas olarak kalite açısından, o pazarın sağlayıcılarının pazar konumunu belirleyen ve tüketicilerin-turistlerin ihtiyaçlarını daha büyük ölçüde karşılayan yeni bir turizm pazarının gelişmesine yol açmaktadır. Dolayısıyla yenilikler pazar yapısını doğrudan etkilemekte ve hem teklif yaratma hem de tüketim açısından pazar gelişimini yönlendirmektedir (Panasiuk, 2014b: 246–247). Ayrıca bir sağlık turizmi ürününün, sağlık turizmi pazarında yeniliklerin geliştirilmesine doğrudan etkisi bulunmaktadır. Bu tanım, sağlık tesisleri de dahil olmak üzere sağlık turizmi destinasyonlarında satın alınabilecek, turistlerin (hastalar, spa misafirleri) buraya gelip orada kalmalarını (turizm hizmetleri) ve sağlık hizmetlerinden (tıbbi hizmetler) yararlanmalarını sağlayacak tüm mal ve hizmetleri kapsamaktadır (Kraśniński, 2001: 29).

2. Sağlık Turizmi ve Dijitalleşme

Sağlık turizminin gelişmesi için verilen hizmetlerin uluslararası pazarlarda tanıtılması büyük önem taşımaktadır. Sağlık turizminin başarılı bir şekilde uygulanması, potansiyel hastayı; süreçler, prosedürler, alternatifler, tedavi hizmetleri, turizm fırsatları, seyahat organizasyonu ve hedef ülkeler hakkında bilgilendirmeye bağlıdır. (Crooks vd., 2011: 727). Bu bilgilendirmeler, broşür, el ilanı, fuar gibi geleneksel pazarlama araçlarının yanı sıra web siteleri, sosyal medya platformları ve mobil uygulamalar gibi dijital pazarlama araçları sağlık turizminin tanıtımına yardımcı olur (Kannan & Li, 2016: 23).

Dijital pazarlama en basit tanımıyla pazarlama faaliyetlerinin dijital ortamlarda yürütülmesi eylemidir (Kannan ve Li, 2016: 23). Holder (2008: 374) dijital pazarlamayı; “müşteri kazanmak, dijital teknolojileri kullanmak, müşteri tercihleri oluşturmak, markayı tanıtmak ve müşteri ile ilişkileri sürdürmek ve böylece satışları artırmak” olarak tanımlamaktadır. Bir başka deyişle dijital pazarlama; “müşteri bilgisini geliştirmeye yönelik planlı bir yaklaşımla müşteriyi elde tutma ve karlılığı hedefleyen pazarlama faaliyetlerine katkı sağlamak amacıyla dijital

teknolojileri oluşturan dijital kanalların pazara yönelik olarak kullanılması” olarak tanımlamaktadır (Yasmin vd., 2015: 71). Dolayısıyla dijital pazarlama; kanallar kullanarak müşteri ile tek taraflı iletişim kurmayı sağlayan geleneksel pazarlamanın aksine, çevrimiçi reklamlar, e-posta hazırlama, arama motorunu pazarlama, sosyal medya siteleri, web sitesi, mobil uygulama gibi çift yönlü etkileşime izin veren kanallar aracılığıyla müşterilere ulaşmaktadır (Güzel, 2017: 298).

Uluslararası hedef pazarlara yönelen sağlık kuruluşları için hedef pazardaki potansiyel müşterilere ulaşmak açısından web siteleri oldukça önemlidir. Bir sağlık kurumu için web sitesi, kendi dijital dünyasının merkezidir ve belki de tüm dijital pazarlama stratejisinin en önemli parçasıdır. Web sitesi, özelleştirilmiş metinler, resimler, animasyonlar, videolar ve uygulamalar aracılığıyla bilgi aktaran ve e-ticaret, sosyalleşme, haritalar, haberler, bloglar, bankacılık gibi çeşitli hizmetler sunan ve birbiriyle bağlantılı tüm sayfaları içeren belgeler bütünüdür. Burada amaç, müşteriye bir kez ziyaret için para ödeyip sonra ayrılmak değil, web sitesinin tekrar tekrar ziyaret edildiği ve ziyaretçilerin sayfa aktivitelerine dahil olduğu sürekli bir ilişki kurmaktır (Güzel, 2017: 316).

Web sitesi içeriği, ziyaretçiyi müşteriye dönüştürmek ve müşteriye elde tutmak açısından çok önemlidir. Perdue (2001) web sitesi içeriğinin ve pazarlama özelliklerinin, mesajların daha etkili olmasına, ürün ve hizmetlerin kalitesinin artmasına ve marka imajının iyileştirilmesine yardımcı olduğunu ifade etmiştir (Cormany ve Baloglu, 2011: 710). Aynı zamanda hedef pazar ve hedef kitlenin özelliklerini bilmek, onlarla ortak dil konuşmak kadar içeriğin oluşturulması ve istenilen hedeflere ulaşılması açısından önemlidir. Oluşturulan içeriğin profesyonel bir imaj iletmesi, güncel bilgiler içermesi, fotoğraf yayınlaması, dikkat çekecek başlıklar kullanması, kolay yönlendirmeler sağlaması, veri güvenilirliğini sağlaması ve süreçlerin basitliği gibi konuların ele alınması gerekmektedir. Bunun yanı sıra hekim ile online görüşme yapma, online rezervasyon yapma, sonuçları online öğrenme gibi çeşitli işlemlerin online olarak gerçekleştirilmesi de müşterilere kolaylık sağlamaktadır (Kemp, 2017).

Sonuç olarak dijital platformlar, işletmeler için önemli iletişim kanallarıdır ve kuruluşların aynasıdır. Bu platformlar, müşterilerin işletmeyle iletişime geçmesine ve bilgileri almasına olanak tanır. Bu etkileşim sonunda işletme ile müşteri arasında yaşanan deneyim, müşterilerin zihnindeki imajı olumlu ya da olumsuz etkileyebilmektedir. Sağlık turizmi açısından bu platformlar, herhangi bir zaman ve mekan kısıtlaması olmaksızın oldukça düşük maliyetli platformlardır ve dünyanın farklı bölgelerinde bulunan potansiyel müşterilere ulaşmak için birçok ka-

nala olanak sağlar. Ayrıca dijital platformlar, bilgi arayan ve bilgiye ihtiyaç duyan müşterilerle etkileşime geçmenin en kolay yollarından biridir (Osatuyi, 2013).

3. Sağlık Turizmi ve Yapay Zeka

Mobil sağlık hizmetleri, sağlık hizmetlerini daha uygun fiyatlı, erişilebilir ve sağlık kayıtlarının kolayca ulaşılabilir ve güvenli hale getirmiştir. Geleceği şekillendirmeye yardımcı olan bazı mobil sağlık cihazları ve altyapısı arasında teletıp, giyilebilir cihazlar, dijital sensörler ve biyoteleometri, uzaktan hasta izleme, sanal rehabilitasyon ve yapay zeka yer almaktadır. Bu uygulamaların yalnızca birçok hastaya fayda sağlamakla kalmadığı, aynı zamanda sağlık hizmeti sağlayıcılarının süreçleri kolaylaştırmasına, bilgileri sentezlemesine ve gerçek zamanlı güncellemeler sağlamasına olanak sağladığı belirtilmiştir. Sağlık teknolojilerindeki en son yenilik, özellikle daha hızlı ve daha etkili tedavi geliştirmede çok daha fazla rekabet avantajı sağlayacağı öngörülmektedir (Bernasconi, 2016).

Yapay zekanın zaman zaman var olmasına rağmen sağlık sektöründe uygulanması henüz başlangıç aşamasındadır (Liu vd., 2019). Davranışsal ve zihinsel sağlık hizmetleri alanları ve teşhis, test ve hasta bakım yönetimi gibi daha iyi klinik kararlar almak amacıyla öğrenmek, anlamak ve akıl yürütmek için yapay zekayı kullanır. Ayrıca yapay zeka teknolojileri ve teknikleri, gelişmiş kişisel bakım araçlarıyla hastaların yaşamlarını da iyileştirmektedir (Wong ve Hazley, 2020). Örneğin etkileşimli mobil sağlık uygulamaları kullanıcıların kalıplarını ve tercihlerini incelemektedir. Bunu yaparak yapay zeka, sağlık risklerini tespit ederek ve müdahaleler önererek halk sağlığını iyileştirebilir. Dolayısıyla yapay zeka kullanımı, sağlık profesyonelleri ile bakım arayanlar arasında uzaktan etkileşime olanak sağlayarak ve gerekli tedavi önerilerini sunarak, sağlık turistleri ile yurt dışındaki sağlık profesyonelleri arasında çok faydalı bir iletişim ve etkileşim aracı olabilir (Luxton, 2016).

Dünya Ekonomik Forumu (2018), yapay zeka teknolojilerinin sağlık hizmetlerini daha verimli ve uygun fiyatlı hale getirebileceği yönünde önemli önerilerde bulunmuştur. Bunlar; hasta sonuçlarını iyileştirecek ve dolayısıyla tedaviden kaynaklanan komplikasyonlarla ilişkili maliyeti azaltacak özel tedavi planları sağlamak; insan hatasını azaltan daha iyi ve daha erken teşhise izin vermek; hızlandırılmış ilaç geliştirmeleri sağlanmak ve hastaların sağlıklarını yönetmede daha aktif rol almalarını sağlamaktır. Yapay zeka, hastaların/tüketicilerin sağlık ve esenlik düzeylerini kontrol etmelerine olanak sağlar, sağlık profesyonellerinin önemsedikleri kişilerin günlük gereksinimlerini ve ihtiyaçlarını daha iyi anlama yete-

neklerini artırır ve bu anlayışla sağlıklı kalmak için daha iyi geri bildirim, rehberlik ve destek sağlar (Ghassemi vd., 2020, Horne vd., 2020). Ayrıca yapay zeka teknolojileri ve teknikleri, ileri öz bakım araçlarıyla hastaların yaşamlarını da iyileştirmektedir (Wong ve Hazley, 2020).

Yapay zekanın başlıca ilgi çekici noktalarından biri, sağlık sektörüne getirebileceği potansiyel tasarruflardır. Yapay zeka, önlenebilir ve düzeltilebilir sistem verimsizliklerini (aşırı tedavi, uygunsuz bakım sağlama veya aslında bakım sağlama hataları gibi) en aza indirmeye yardımcı olarak önemli ölçüde daha düzenli ve uygun maliyetli sağlık ekosistemleri sağlayabilir (Accenture, 2017). Sonuç olarak yapay zeka, tüketicilere sağlık ve refahın kontrolünü verir ve aynı zamanda sağlık profesyonellerinin, bakım verdikleri kişilerin günlük kalıplarını ve ihtiyaçlarını daha iyi anlama yeteneğini artırır, sağlıklı kalabilmeleri için rehberlik ve destek sağlar ve bu anlayışla tüketiciler de daha iyi bir geri bildirim sağlamış olurlar (Ghassemi vd., 2020, Horne vd., 2020). Yapay zeka sağlık endüstrisinin geleceği gibi görüldüğü için bu önemlidir (Mann, 2013). Ancak diğer rehabilitasyon teknolojileri arasında robotik ve yardımcı teknolojiler de yer almaktadır. Aslında yardımcı teknolojiler, engelli bireylerin (örneğin ağır felçlilerin) mesajlarını ve/veya niyetlerini çevrelerindeki diğer cihazlara (örneğin bilgisayarlar) iletmelerine olanak tanıyan aracı bir rol oynar (Ghovanloo ve Huo, 2014). Bu teknolojiler, Dünya Ekonomik Forumu (2020) zirvesinde tartışıldığı gibi, sağlık turistlerini cezbetmek için sağlık turizmi destinasyonlarının tekliflerini ve rekabet gücünü daha da artırmaktadır.

Bunun yanı sıra sağlık turizminde hizmet sunumu, tarih boyunca teşhis, tıbbi tedavi veya cerrahi işlem aracı olarak hasta ve doktorun fiziksel etkileşimini gerektirmiştir. Bu durum sağlık teknolojilerinde meydana gelen gelişmeler ile zamanla değişmiş ve farklı bir hasta-hekim ilişkisini (tele sağlık) gündeme getirmiştir. Günümüzde artırılmış ve sanal gerçeklik (AR/VR) gibi teknolojiler sağlık turizminde hizmet sunumuna yönelik var olan paradigmayı etkilemiştir. Bu teknolojilerin uyarılama, uyumluluk, maliyet, erişilebilirlik, motivasyon ve kolaylık açısından sahip olduğu avantajlar, sağlık hizmetlerinde kullanım potansiyelinin artmasına katkı sağlamaktadır. Bu durum kullanıcılara zengin, gerçeğe yakın etkileşimler ve deneyimler sağlayabilecek, inanılmaz bir potansiyele sahip olan bu teknolojilerin dijital bir gerçeklik olan Metaverse ile bütünleştirilmesine yönelik çabaların yoğunlaşmasına yol açmıştır (Balasubramanian, 2021; Liu vd., 2022).

Sağlık turizminde yapay zeka teknolojilerinin kullanımı sayesinde turistler ilgili sağlık hizmet programına daha önce katılmış kişilerin deneyimlerinden, destinasyon hakkındaki görüşlerine kadar birçok bilgiye ulaşabilmektedirler (Li vd.,

2017). Sağlık turistlerinin bilgiye kolay erişim sağlayabilmesi (Buhalis ve Amaranggana, 2015) ve turistlere kişiselleştirilmiş hizmet sunulması için yapay zeka önemli olmaktadır (Zhang ve Sun, 2019). Bu doğrultuda sağlık turizminde kullanılan yapay zekâ sistemleri dijital olanlar (chatbot-sohbet robotları) ve dijital-fiziksel (robot) olanlar şeklinde iki grupta incelenmektedir (Zlatanov ve Popescu, 2019; Geisler, 2018). Bu nedenle, yapay zeka tarafından yönlendirilen akıllı seyahat, turistlerin temel davranış ihtiyaçlarına ve psikolojik duygularına önem vermektedir. Yapay zeka gibi yeni teknolojilerin yardımıyla sağlık turizmi, sürdürülebilir kalkınma için daha büyük bir itici güç olabilir (Li vd., 2021).

Aynı zamanda yapay zeka, COVID-19 küresel salgını döneminde sağlık turizmi endüstrisinde kişiye özel hizmet sunmanın etkili bir yolu haline gelmiştir (Yuan vd., 2019). Teknik bir kalkan olarak akıllı robotlar, insanlar arasında yakın temas olmadan gerekli hizmeti sunabilir ve bu da turistlerin daha fazla güvenlik ve rahatlık duygusu kazanmasına yardımcı olabilir (Seyitolu ve Ivanov, 2021). Bu nedenle, yapay zeka tarafından gerçekleştirilen hizmet sunumu, sağlık turistlerinin beklentilerini karşılayabilir (Seyitolu ve Ivanov, 2020; Fan vd., 2020). Dolayısıyla yapay zekanın uygulanması, sağlık turizminde yıkıcı bir dönüşüme yol açabilir ve turistlerin beklentilerini önemli ölçüde değiştirebilir (Ivanov, 2020).

Wang vd. (2020) yapay zeka kullanarak hasta risklerinin belirlenmesi ve hastane kaynaklarının daha verimli kullanılması konusunda olumlu sonuçlar elde etmişlerdir. Benzer şekilde, Kim vd. (2021) yapay zeka tabanlı bir teşhis yöntemi geliştirerek akciğer kanserini erken aşamada tespit etmeyi başarmışlardır. Diğer taraftan hastaların tıbbi kayıtlarının yönetimi ve hastane envanterinin yönetimi gibi alanlarda yapay zeka teknolojilerinin kullanılarak işlemlerin daha hızlı ve daha doğru bir şekilde gerçekleştirilebildiği gözlemlenmiştir (Grimson vd., 2020). Yapay zeka teknolojileri ayrıca sağlık turizmi sektöründe hasta memnuniyeti artırıcı uygulamalar için de kullanılabilir. Örneğin, bir hastanın tedavisi sırasında yapay zeka algoritmaları ile takip edilerek, hastanın tedavi süreci hakkında geri bildirimler verilebilir ve bu sayede hastanın tedavi sürecindeki deneyimi iyileştirilebilir (Thompson vd., 2020).

Yapılmış bir araştırmaya göre, yapay zeka teknolojilerinin sağlık turizmi sektöründe tıbbi teşhis ve tedavi planlaması, hastane yönetimi ve tıbbi görüntüleme gibi alanlarda kullanılabileceği ifade edilmiştir (Chen ve Li, 2020). Ayrıca, yapay zeka teknolojileri sayesinde hastaların tedavi sürecinde karşılaştığı zorlukların çözülebileceği ve hastaların ihtiyaçlarına daha hızlı ve etkili bir şekilde cevap verilebileceği bildirilmiştir (Lin ve Yang, 2020). Yapay zeka teknolojileri ayrıca tıbbi görüntüleme alanında da kullanılarak daha doğru ve hızlı bir teşhis yapıl-

masını sağlayarak tedavi sürecini iyileştirebilir (Patel ve Patel, 2020). Sağlık turizmi sektöründe yapay zeka teknolojileri ayrıca hastaların tedavi planlaması için kullanılabilir. Bu sayede hastalara daha önceden belirlenmiş tedavi planları sunulabilir ve tedavi süreci daha verimli hale getirilebilir (Wang vd., 2020). Ayrıca yapay zeka teknolojilerinin sağlık turizmi sektöründe kullanımı hizmet kalitesini artırarak hastaların memnuniyetini sağlayabilir. Sonuç olarak yapay zeka teknolojileri sayesinde sağlık turizmi sektörü daha da gelişebilir ve hastaların tedavi süreci daha kolay hale gelebilir (Koufi ve Schroeder, 2021).

SONUÇ

Sağlık turizminde hizmet sunumu, tarih boyunca teşhis, tıbbi tedavi veya cerrahi işlem aracı olarak hasta ve doktorun fiziksel etkileşimini gerektirmiştir. Bu durum sağlık teknolojilerinde meydana gelen gelişmeler ile zamanla değişmiş ve farklı bir hasta-hekim ilişkisini (tele sağlık) gündeme getirmiştir. Günümüzde artırılmış ve sanal gerçeklik gibi teknolojiler sağlık turizminde hizmet sunumuna yönelik var olan paradigmayı etkilemiştir. Bu teknolojilerin uyarlama, uyumluluk, maliyet, erişilebilirlik, motivasyon ve kolaylık açısından sahip olduğu avantajlar, sağlık hizmetlerinde kullanım potansiyelinin artmasına katkı sağlamıştır. Bu gelişmeler kullanıcılara zengin, gerçeğe yakın etkileşimler ve deneyimler sağlayabilecek, inanılmaz bir potansiyele sahip olan bu teknolojilerin dijital bir gerçeklik olan “metaverse” ile bütünleştirilmesine yönelik çabaların daha da yoğunlaşmasına imkan sağlayacaktır.

Sanat, eğlence, spor ve eğitim gibi birçok alanda yapay zeka altyapısını kullanmaya yönelik çalışmalar gerçekleştirilmiş olup, bu girişimlere yeni yönler kazandırılmaya çalışılmaktadır. Bu kapsamda sağlık sektörü özelindeki gelişmeler incelendiğinde ise, dijitalleşme ve inovasyon uygulamalarından ziyade yapay zeka uygulamalarının oldukça sınırlı sayıda girişim tarafından hali hazırda yürütüldüğü ve henüz geliştirilmeye açık bir alan olduğu görülmektedir. Buna göre tıbbi gözlem ve takip, hasta-hekim görüşmeleri, hastalık kontrolü, tıbbi danışmanlık ve konsültasyon gibi hizmetlerin iki boyutlu olarak uzaktan sunulmasına yönelik girişimler mevcut olmakla birlikte, yapay zeka ortamında gerçeğe yakın deneyimler sunacak girişimler henüz yeterli düzeyde değildir. Bu kapsamda Türkiye’de sağlık hizmetlerinin yapay zeka ortamında sunulmasına yönelik henüz bilinen bir girişim mevcut olmamakla birlikte, dünyada XRHealth ve DeHealth gibi yapay zeka ortamında sağlık hizmeti sunumuna başlayan girişimler bulunmaktadır. Bu gelişmelerden yola çıkarak yapay zeka ortamında sağlık turizmi hizmetleri sunmaya yönelik girişimlerin hem ulusal hem de uluslararası düzeyde ciddi oranda artış göstermesi ve yakın gelecekte yapay zekanın sağlık turizmi hizmetleri sunumunda önemli bir yere sahip olması beklenmektedir.

KAYNAKÇA

- Accenture (2017). Artificial Intelligence: Healthcare's New Nervous System, https://www.accenture.com/_acnmedia/PDF-49/Accenture-Health-Artificial-Intelligence.pdf#zoom=50 Erişim Tarihi: 13.09.2023.
- Balasubramanian, S. (2021). The next frontier for healthcare: Augmented reality, virtual reality, and the metaverse. *Forbes*. <https://www.forbes.com/sites/saibala/2021/11/29/the-next-frontier-for-healthcareaugmented-reality-virtual-reality-and-the-metaverse/?sh=11b7f67c2894> Erişim Tarihi: 13.09.2023.
- Bernasconi, S. (2016). The role of medical technology in the 4th Industrial Revolution. <https://www.medtechviews.eu/articles/role-medical-technology-4th-industrial-revolution/> Erişim Tarihi: 13.09.2023.
- Buhalis, D. & Amaranggana, A. (2015). Smart tourism destinations enhancing tourism experience through personalisation of services. Tussyadiah, I. ve Inversini, A. (Ed.), *information and communication technologies in tourism içinde* (s. 377-389). Cham: Springer.
- Chen, J. & Li, H. (2020). Artificial intelligence in health tourism: Opportunities and challenges. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 43, 94-101.
- Cormany, D. & Baloglu, S. (2011). Medical travel facilitator websites: An exploratory study of web page contents and services offered to the prospective medical tourist. *Tourism Management*, 32, 709-716. doi:10.1016/j.tourman.2010.02.008.
- Crooks, V. A., Turner, L., Snyder, J., Johnston, R. & Kingsbury, P. (2011). Promoting medical tourism to India: Messages, images, and the marketing of international patient travel. *Social Science & Medicine*, 72, 726-732. doi:10.1016/j.socsci-med.2010.12.022.
- Den Hertog, P. (2002). Co-producers of innovation: on the role of knowledge-intensive business services in innovation. In: J. Gadrey, E. Gallouj, E. Elgar (eds.), *Productivity, innovation and knowledge in services*. MA, Cheltenham-Northampton: New economic and socio-economic approaches.
- Drucker, P. (2000). *Myśli przewodnie Druckera*. Warszawa: MT Biznes.
- Dülgaroğlu, O. (2021). Digitalization in Tourism: Smart Tourism Applications, Digital Tourism and Tourism 4.0. *Journal of Tourism and Management*, 2(1), 01-15. doi:10.29329/jtm.2021.421.1
- Gancarczyk, J. (2012). Innowacje w małych i średnich przedsiębiorstwach turystycznych. *Ekonomiczne Problemy Usług*, 91.
- Ghassemi, M., Nejad, M.G. & Aghaei, I. (2020). Knowledge management orientation and operational performance relationship in medical tourism (overview of the model performance in the COVID-19 pandemic and post-pandemic era). *Health Serv. Manag. Res.*, 1–15.

- Ghovanloo, M. ve Huo, X. (2014). 'Wearable and non-invasive assistive technologies, chapter 7.3. in Sazonov, E. and Neuman, M.R. (Eds), *Wearable Sensors: Fundamentals, Implementation and Applications*, Academic Press, MA.
- Gołembski, G. (ed.) (2007). *Przedsiębiorstwo turystyczne. Ujęcie statyczne i dynamiczne*. Warszawa: PWE.
- Grimson, J., Maeda, J. & Mandl, K. D. (2020). Harnessing digital health data for better health. *New England Journal of Medicine*, 383(10), 967-969.
- Guttentag, D.A. (2010). Virtual Reality: Applications and Implications for Tourism. *Tourism Management*, 31(5), 637-651. doi: 10.1016/j.tourman.2009.07.003
- Güzel ve Arı, (2022). *Int Journal Of Health Manag. And Tourism* 2022, 7(2),245-264.
- Güzel, A. (2017). Sağlık Turizminde Dijital Pazarlama. D. Tengilimoğlu içinde, *Sağlık Turizmi* (s. 297-328). Ankara: Siyasal Kitabevi.
- Happ, E. & Ivancso-Horvath, Z. (2018). Digital Tourism is the Challenge of Future a New Approach to Tourism. *Knowledge Horizons-Economics*, 10(2), 9-16.
- Holder, D. (2008). What do we mean by direct, data and digital marketing? M. J. Baker, & S. Hart içinde, *The Marketing Book* (s. 372-390). Butterworth-Heinemann, Elsevier.
- Horne, B.D., Nevo, D., Adali, S., Manikonda, L. & Arrington, C. (2020). Tailoring heuristics and timing AI interventions for supporting news veracity assessments. *Computers in Human Behavior Reports*, 3, 1-16.
- Ivanov, S. (2020). The impact of automation on tourism and hospitality jobs. *Information Technology & Tourism*, 22(2), 205– 215.
- Kalinowski, T.B. (2010). *Innowacyjność przedsiębiorstw a systemy zarządzania jakością*. Warszawa: Oficyna.
- Kannan, P. & Li, H. (2016). Digital marketing: A framework, review and research agenda. *International Journal of Research in Marketing*, 34, 22-45. doi:http://dx.doi.org/10.1016/j.ijresmar.2016.11.006.
- Kantar, G. & Erdoğan, I. (2014). Health tourism in Turkey. *Journal of Health Academics*, 1 (1), 15-20.
- Kapan, S. (2019). Health tourism in Turkey and in the world. Inspector's Thesis. Ministry of Health Inspection Board, Ankara.
- Kemp, S. (2017). Digital 2017: Global Digital Overview. <https://datareportal.com/reports/digital-2017-global-digital-overview> (Erişim Tarihi: 13.09.2023).
- Kim, D.W., Kim, K.A., Choi, J.Y., Lee, J.Y. & Kim, S. (2021). Artificial intelligence-based screening for lung cancer using thoracic computed tomography: A retrospective study. *PloS One*, 16(1), e0245604.

- Koufi, V. & Schroeder, J. (2021). Utilizing Artificial Intelligence in Health Tourism: An Overview of Opportunities and Challenges. *Journal of Hospitality and Tourism Insights*, 4(1), 69-78.
- Kraśński, Z. (2001). Rynek usług uzdrowiskowych w Polsce. Poznań: Wyższa Szkoła Zarządzania i Bankowości.
- Li, M., Yin, D., Qiu, H. & Bai, B. (2021). A systematic review of AI technology-based service encounters: Implications for hospitality and tourism operations. *International Journal of Hospitality Management*, 95(1), 102930.
- Li, Y., Hu, C., Huang, C. & Duan, L. (2017). The concept of smart tourism in the context of tourism information services. *Tourism Management*, 58, 293-300.
- Lin, J. & Yang, Y. (2020). Chatbot Application in Medical Tourism Service: A Literature Review. In Proceedings of the 2020 International Conference on Business, Management and Industrial Engineering (BMIE2020) (pp. 311-319).
- Liu, S. (2019). Artificial Intelligence (AI) worldwide - Statistics & Facts. Retrieved from: <https://www.statista.com/topics/3104/artificial-intelligence-ai-worldwide>.
- Liu, Z., Ren, L., Xiao, C., Zhang, K. & Demian, P. (2022). Virtual reality aided therapy towards health 4.0: A two-decade bibliometric analysis. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 19(3), 1525.
- Luxton, D.D. (2016). An introduction to artificial intelligence in behavioral and mental health care, chapter 1, in Luxton, D.D. (Ed.), *Artificial Intelligence in Behavioral and Mental Health Care*, Academic Press, MA, 1-26.
- Mann, S. (2013). Vision 2", 0', IEEE Spectrum, 50(3), 42-47, doi: 10.1109/MSPEC.2013.6471058.
- Niedzielski, P. (2008). Zarządzanie innowacjami w przedsiębiorstwach usługowych. In: B. Filipiak, A. Panasiuk (ed.), *Przedsiębiorstwo usługowe. Zarządzanie*. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.
- Osatuyi, B. (2013). Information sharing on social media sites. *Computers in Human Behavior*, 29, 2622-2631.
- Öksüz, B. & Altıntaş, V. (2017). Use of Digital Communication Channels in Health Tourism. *Journal of Travel and Hotel Management*, 14(1), 59-75. doi:10.24010/soid.303662
- Özen. H. (2021). Evaluation of Digital Health Services in Terms of Sustainable Development Goals, *OPUS International Journal of Society Researches*, 17(38), 5440-5472.
- Panasiuk, A. (2013). European Union funds in the development of regional sustainable tourism economy in 2007–2013. 2nd International Scientific Conference Tourism in Southern and Eastern Europe 2013. Opatija: University of Rijeka.
- Panasiuk, A. (2014b). Rynek turystyczny. Studium strukturalne. Warszawa: Difin.

- Panasiuk, A. (ed.) (2014a). Fundusze Unii Europejskiej w gospodarce turystycznej. Warszawa, Difin.
- Patel, N. & Patel, N. (2020). Role of Artificial Intelligence in Medical Imaging. In *Emerging Trends in Radiology and Imaging* (pp. 73-86).
- Peters, M. & Pikkematt, B. (eds.) (2005). *Innovation in hospitality and tourism*. New York: Routledge.
- Prahalad, C.K. & Krishnan, M.S. (2010). *Nowa era innowacji*. Warszawa: Wydawnictwa Profesjonalne PWN.
- Seyitolu, F. & Ivanov, S. (2020). A conceptual framework of the service delivery system design for hospitality firms in the (post-)viral world: The role of service robots. *International Journal of Hospitality Management*, 91, 102661.
- Seyitolu, F. & Ivanov, S. (2021). Servicerobotsasatoolforphysical distancing in tourism. *Current Issues in Tourism*, 24(12), 1631– 1634.
- Subasinghe, M., Magalage, D., Amadoru, N., Amarathunga, L., Bhanupriya, N. & Wijekoon, J.L. (2020). Effectiveness of artificial intelligence, decentralized and distributed systems for prediction and secure channelling for Medical Tourism. 11th IEEE Annual Information Technology, Electronics and Mobile Communication Conference (IEMCON), 314-319.
- Szymańska, E. (2013). Procesy innowacyjne przedsiębiorstw świadczących usługi w zakresie organizacji imprez turystycznych. Białystok: Oficyna Wydawnicza Politechniki Białostockiej.
- Thompson, T. A., Farahani, S. & Fedorov, A. (2020). Artificial intelligence in health-care: past, present and future. *American Journal of Roentgenology*, 215(1), 21-31.
- Toygar, Ş.A. (2018). E-Health Applications. *Legislative Journal*, (37), 101-123. TR. General Directorate of Health Services, General Presidency of Health Tourism.
- Uysal, B. & Ulusinan, E. (2020). Review of Current Digital Health Applications. *Selçuk Health Journal*, 1(1), 46-60.
- Wang, Y., Huang, J., Zhang, X. & Gao, H. (2020). Study on the Application of Artificial Intelligence in the Medical Tourism Industry. In 2020 International Conference on Information Science, Parallel and Distributed Systems (ISPDs) (pp. 368-371). IEEE.
- Wong, B.K.M., Hazley, S.A.S. (2020). The future of health tourism in the industrial revolution 4.0 era. *Journal of Tourism Futures*, 7(2). 267-272, <https://doi.org/10.1108/JTF-01-2020-0006>.
- World Economic Forum (2020). *Latin America and Caribbean Travel & Tourism Competitiveness Landscape Report: Assessing Regional Opportunities and Challenges in the Context of COVID-19*. Retrieved from: <https://www.wefo>

rum.org/reports/latin-america-and-caribbean-travel-tourism-competitiveness-landscape-report-in-the-context-of-covid-19.

- World Tourism Organization and European Travel Commission (2018). Exploring Health Tourism – Executive Summary, UNWTO, Madrid, <https://doi.org/10.18111/978928442030.8>.
- Yasmin, A., Tasneem, S. & Fatema, K. (2015). Effectiveness of Digital Marketing in the Challenging Age: An Empirical Study. *International Journal of Management Science and Business Administration*, 1(5), 69-80.
- Zhang, L. & Sun, Z. (2019). The Application of artificial intelligence technology in the tourism industry of Jinan. *Journal of Physics: Conference Series IOP Publishing*, 1302(3), 1-5.
- Zlatanov, S. & Popescu, J. (2019). Current applications of artificial intelligence in tourism and hospitality. *International Scientific conference on information technology and data related research içinde* (s. 84-90). Singidunum University.



BÖLÜM 48

Sağlık Turizminde Etik

Ayşegül Aydın³ & Fatih Altan⁴ & Demet Ünalın⁵

³ Öğr. Gör. Dr., Erciyes Üniversitesi Halil Bayraktar Sağlık Hizmetleri Meslek Yüksekokulu,
ORCID: 0000-0002-6965-610X

⁴ Öğr. Gör. Dr., Erciyes Üniversitesi Halil Bayraktar Sağlık Hizmetleri Meslek Yüksekokulu,
ORCID: 0000-0003-3913-309X

⁵ Prof. Dr., Erciyes Üniversitesi Halil Bayraktar Sağlık Hizmetleri Meslek Yüksekokulu,
ORCID: 0000-0002-7245-4592

GİRİŞ

Sağlık turizmi, bireylerin iyilik hallerini devam ettirmek veya mevcut hastalıklarının tedavisi ya da tedavi sonrası rehabilitasyonu için bulundukları ülkeden başka bir ülkeye seyahat ederek sağlık hizmetlerinden faydalanmalarıdır. Bu süreçte bireyler sağlık hizmet sunucularının yanı sıra gittikleri destinasyondaki turizm hizmeti sunan kurumlardan da hizmet satın almaktadırlar. Bireylerin yaşadıkları ülke dışında başka bir ülkeden sağlık hizmeti satın almaya yönlendiren unsurlar içerisinde; bulundukları ülkede kaliteli sağlık hizmetinin veya uzman sağlık profesyonellerinin olmayışı, uzun bekleme süreleri, tedavi maliyetlerinin yüksekliği, aldıkları sağlık hizmetini gizli tutma isteği gibi unsurların yanı sıra tedavi olurken tatil yapma arzusu da yer almaktadır. Tedavi sürecini tatil deneyimiyle birleştirme isteği, turizm ve sağlık sektörlerini bir araya getirerek sağlık turizmi kavramını ortaya çıkarmıştır.

Sağlık turizmi sektöründe faaliyet gösteren işletmeler, sağlıklarını iyileştirmek amacıyla seyahat eden kişilere, uzman personelleriyle klimatizm, termalizm, üvalizm, medikal tedavi gibi çeşitli sağlık hizmetlerini sunan kurumlardır. Ayrıca, engelli ve yaşlı bireylere yönelik sağlık hizmetleri de bu işletmelerin sunduğu hizmetler arasındadır. Bu sağlık hizmetlerini satın almak isteyen bireylerle uygun kuruluşları bir araya getiren aracı kurumlar da sağlık turizmi sektöründe yer alan işletmeler arasındadır. Bu işletmelerin verimli bir şekilde çalışabilmesi için sağlık turizmi, sağlık yönetimi ve turizmi işletmeciliği alanlarında bilgi sahibi, deneyimli yöneticilere ihtiyaç duyulmaktadır. Sağlık turizmi işletmeleri, faaliyetlerini yürütürken uluslararası hasta haklarına, tıbbi etik ilkelere ve aynı zamanda hizmet sektörüne özgü etik ilkelere de uymak zorundadır. Hem turizm hem de sağlık, hizmet sektörlerinin en önemli alanlarından olup, her iki sektörün de etik açıdan dikkat etmesi gereken birçok hassas noktası bulunmaktadır.

Sağlık turizmi sektöründe yer alan işletmeler, bireylere sağlık hizmeti sunulurken uyulması zorunlu olan yarar sağlama, zarar vermeme, özerkliğe saygı, adalet, aydınlatılmış onam gibi temel tıp ilkelerinin yanı sıra hasta ve yakınlarını bilgilendirmede, hasta mahremiyetinde, sağlık hizmetlerine erişimde, tedavide, fiyatlandırmada ve yasal düzenlemelerin uygulanmasında da etik uygulamalar gerçekleştirmekle yükümlüdürler. Uluslararası hasta kabulü yapan sağlık turizmi işletmeleri müşteri memnuniyeti sağlamak ve sektörde güvenilir bir marka oluşturarak rekabet üstünlüğü elde etmek için sağlık turizminde etik konusunda oluşabilecek sorunları önlemeye dikkat etmelidirler.

Bu bölümde sağlık turizmi yapan ülke vatandaşlarının ve sağlık turistlerinin uluslararası sağlık turizmi sürecinde karşılaştığı veya karşılaşması muhtemel etik

ihlaller, hasta hakları ve tıp etiği ilkeleri açısından değerlendirilerek sunulmaktadır.

TEMEL KAVRAMLAR

Sağlık Turizmi Kavramı

Sağlık kavramını Dünya Sağlık Örgütü (DSÖ) “*sadece hastalık ve sakatlığın olmayışı değil, bedence, ruhça ve sosyal yönden tam iyilik halidir*” şeklinde tanımlarken (DSÖ, 2021), Türk Dil Kurumu (TDK), “*Bireyin fiziksel, sosyal ve ruhsal yönden tam bir iyilik durumunda olması, vücut esenliği; keyif, sıhhat ve sağ, canlı, diri olma durumu*” olarak tanımlamaktadır (TDK, 2024).

Turizm kavramı ise TDK (2024) tarafından “*Dinlenme, eğlenme, görme, tanıma vb. amaçlarla yapılan gezi. Bir ülkeye veya bir bölgeye turist çekmek için alınan ekonomik, kültürel, teknik önlemlerin, yapılan çalışmaların tümü*” şeklinde tanımlanmıştır. Literatürde yapılan turizm tanımlamalarında yazarların farklı noktalara değindiği görülmüştür (Akat, 2008). Turizm kavramını ekonomistler tarafından "endüstri" veya "sektör" doğrultusunda, pazarlamacılar tarafından "pazar" odaklı bir yaklaşımla, toplum bilimciler ise daha çok "insan davranışları" açısından tanımlanmıştır. Uluslararası Bilimsel Turizm Uzmanları Birliği (AIEST) turizmi; “*insanların devamlı ikamet ettikleri, çalıştıkları ve her zamanki olağan ihtiyaçlarını karşıladıkları yerlerin dışına seyahatleri ve buralardaki, genellikle turizm işletmelerinin ürettiği mal ve hizmetleri talep ederek, geçici konaklamalarından doğan olaylar ve ilişkiler bütünü*” olarak tanımlamaktadır (Kozak, 2012). Turizm bireylerin boş zamanlarını değerlendirmek veya ihtiyaçlarını gidermek amacıyla, içsel (merak, tatil, sanat, spor, iş, inanç, sağlık vb.) veya dışsal (tanıtım, reklam vb.) bir motivasyon unsuruyla bulundukları bölgeden hedef bölge olarak seçtikleri destinasyona hareketlilikleridir. Seyahat etme amacı turizmin türünü belirlemektedir.

Günümüzde büyük bir ilgi gören ve alternatif turizm türlerinden biri olan **sağlık turizmi** “*sağlığın korunması, geliştirilmesi ve hastalıkların tedavi edilmesi amacıyla ikamet edilen yerden başka bir yere seyahat edilmesi ve gidilen yerde en az 24 saat kalarak sağlık ve turizm olanaklarından yararlanılması*” şeklinde tanımlanmaktadır (STDB,2013). Sağlık turizmi türleri genellikle 4 temel başlık altında sınıflandırılmaktadır.

6. **Termal Turizm:** Doğal mineralli sıcak su kaynaklarının ve bunların sağladığı unsurların (klimatizm, üvalizm, peloidoterapi vb.) sağlık ve iyileştirme amaçları için kullanılması.

7. **SPA ve Wellness Turizmi:** Sağlık veya turizm tesislerinde, masajlar, cilt bakımı, yoga, fitness gibi sağlık zindelik ve güzellikle ilgili hizmetlerin sunulmasıdır (Charlier & Chaineux, 2009).
8. **Medikal turizm:** Tıbbi tedavi ve sağlık hizmetleri almak için farklı bölgelere seyahat eden bireyleri içermektedir (Şak, 2021).
9. **Yaşlı ve Engelli Turizmi:** Kronik sağlık sorunlarına sahip, bakım ihtiyacı duyan 65 yaş üzeri bireyler ile özel gereksinimleri olan bireylerin yeterli alt yapıya sahip, farklı ülkelerde bulunan klinikleri ve geriatrik tedavi merkezlerini ziyaret ederek, sertifikalı profesyonellerin sunduğu bakım, rehabilitasyon ve tedavi hizmetlerine erişim sağladığı bir turizm türüdür (Ataman, Esen ve Vatan, 2017).

İnsanlar ilkçağdan itibaren sağlık hizmeti özellikle termal su tedavileri almak için seyahat etmeye başlamışlar, daha sonraları ise gelişmiş ülkelerdeki yeni tedavi yöntemleri ve teknolojiye dayanarak seyahat etmişlerdir. Günümüzde ise sağlık turizminin yönü değişmiş gelişmiş ülkelerden gelişmekte olan ülkelere sağlık hizmeti almak için hareketlilik başlamıştır. Gelişmiş ülkelerdeki yaşlanan nüfus sağlık hizmeti sunumunun hem yükünü artırmış, hem de maliyetlerin yükselmesine neden olmuştur. Uzun bekleme süreleri ve yüksek tedavi giderlerinden doğan sıkıntılar nedeniyle gelişmiş ülkelerin sosyal güvenlik ve özel sigorta kurumları tıbbi hizmet kalitesi yüksek olan ve coğrafi olarak yakında bulunan ülkelerle anlaşmalar yapmaya başlamışlardır (Dikmetaş Yardan vd., 2014).

Etik ve Tıp Etiği Kavramı

Etik, Aristoteles tarafından “*öncelikli olarak insanoğlunun refahı ve mutluluğu için çabalamak*” olarak tanımlanmıştır (Erim, 2018). Genel olarak etik, “*iyi-kötü, doğru-yanlış ile ilgili değerler ve kurallar seti*” olarak anlamlandırılmıştır (Eryılmaz, 2015). Bireylerin gerçekleştirdikleri toplumsal veya mesleki davranışları “iyi-kötü”, “doğru-yanlış” şeklinde değerlendirilir.

Etik, yalnızca genel ilkelere ibaret olmayıp, farklı yaşam ve eylem alanlarına (örneğin, meslek alanlarına) uygulanabilen bir disiplin olarak da ele alınabilir (Pieper, 2012). Bu bağlamda, tıp etiği, uygulamalı etiğin önemli bir dalı olup, etik değerlendirmeleri tıbbi karar süreçlerine entegre etmeyi amaçlar. Tıp etiği, tıbbi uygulamalardan doğan değer çatışmalarını ve sorunlarını analiz eder (Civaner, 2018). Tıp etiği, tıbbi uygulamalar sırasında ortaya çıkan etik sorunlarla ilgilenir ve hasta bireylerin yararına yönelik ahlaki standartların uygulanmasını ifade eder (Sert, 2020). Sağlık uzmanlarının tüm davranışlarını şekillendiren temel ilkeler, tıp etiğine dayanır. Tüm sağlık profesyonellerinin tıp etiği, biyoetik ve tıp hukuku

gibi disiplinlerle çalışmalarını yürütmeleri, duygu odaklı yaklaşımlardan uzak durarak, akıl ve mantık çerçevesinde sağlıklı kararlar alabilmelerine katkı sunacaktır. Bu nedenle hekimlerin ve diğer sağlık profesyonellerinin etik standartlara ve belirlenmiş davranış kurallarına uyması önemlidir (Fregmen, 2005).

Tıp Etiği İlkeleri

Tıbbi uygulamalarda etik, hasta bakımında ve tedavi süreçlerinde ortaya çıkabilecek etik sorunları belirlemek, değerlendirmek ve çözümllemek için sistematik bir yaklaşım sunan, kişiler arası düzeyde karar verme süreçlerini de kapsayan bir kavramdır (Taylan & Arslan, 2017).

Tıp etiğiyle ilgili uygulamaların kökeni bilinen ilk etik belge olarak kabul edilen Hipokrat Yemini'ne dayanmaktadır (Gökçe & Bulduklu, 2015). Bilimsel ve sosyo-ekonomik gelişmelerin etkisiyle 19. yüzyılda Hipokrat'ın tıbbi etik anlayışı temel alan, hekimlerin etik sorumluluklarını belirleyen yeni metinler kaleme alınmıştır. Bu metinler arasında, Hipokrat andının bir modern uyarlaması olarak değerlendirilen "Nuremberg Bildirgesi" ile 1964 yılında kabul edilen ve 1975, 1983, 1989 ve 1996 yıllarında güncellenen "Helsinki Bildirgesi", tıp alanındaki etik ilke ve kuralların temel taşları olarak kabul görmektedir (Aydoğan, 2015). Daha sonra biyoetikçi Beauchamp ve Childress tarafından 2001 yılında yayınlanan "Principles of Biomedical Ethics" çağdaş tıp etiği alanında sistematik ve kapsamlı ilk çalışma olarak görülmektedir (Güven & Ersoy, 2000).

Tıp etiği ilkeleri; Yararlılık, Zarar vermeme, Özerkliğe Saygı, Adalet, Aydınlatılmış Onam, Mahremiyete Saygı, Sır Saklama, Doğruluk, Sözünde Durma, Sözcülük Etme, Eşitlik, Gerçekliğe Uyuma olarak sıralanmaktadır (Beauchamp ve Childress, 1994).

Temel tıp etiği ilkeleri aşağıda kısaca açıklanmıştır.

Yararlılık İlkesi: Hipokrat'ın öğretilerine dayanan bu ilke tıbbi yardıma muhtaç kişilere yardım ederek onlar için yararlı uygulamalar yapmayı tüm sağlık profesyonelleri için yükümlülük haline getirmektedir. Bu ilkeye göre, davranış ve tutumlar "*mutlak yarar sağlama*" ile "*zarar ve yararın dengelenmesi*" prensipleri temelinde şekillenir (Aydın, 2001).

Zarar Vermeme İlkesi: Doğanın kendi yapısı içinde hastanın iyileşme olanağı varken, hekimin gereksiz bir müdahalede bulunarak hastanın iyileşme olasılığını ortadan kaldırması ve ek zararlar doğurması, bu anlayışın temelini oluşturmaktadır (Gillon, 1985). Bu ilke, yararlılık ilkesiyle koştur gitmektedir. Zarar vermeme ilkesi, yararlılığı da kapsayabilir veya yararlı olma, zarar vermemek olarak yorumlanabilir (Yaylı & Nebioğlu, 2017).

Özerkliğe Saygı İlkesi: “Özerklik” bireylerin bağımsız olarak kendi tedavi süreçleri hakkında karar vermeleridir. Bu ilke bireyin kendi özerkliğini ifade eden eylemlerine diğer bireylerin saygı göstermesini ve bireyin de bu saygıyı talep etme hakkına sahip olmasını temel alır (Beauchamp ve Childress, 1994). Hastanın, sağlık durumu ve uygulanacak müdahaleler hakkında bilgilendirilmesi ve bu bilgiler ışığında özgür iradesiyle karar alabilmesi sağlanmalıdır (Sert, 2020). Hastanın bilincinin açık olmaması, acil müdahalenin gerekliliği veya özerkliğini kullanma yeterliğinin ortadan kalkması gibi durumlarda hekim yararlılık ilkesi gereğince hastanın özerkliğini göz ardı edebilmektedir. Bazen de hekimin sahip olduğu tıbbi, bilimsel ve teknik bilgi ile hastaya karşı otoriter bir tutum geliştirmesi ve hastanın özerkliğini göz ardı ederek hasta adına karar vermesi bazı etik sorunların oluşmasına sebep olabilmektedir (Aktaran, Çankaya, 2020). Tıbbi kararlar ne kadar hastaların yararına olursa olsun, muhakkak hastaların özerkliğine saygı çerçevesinde değerlendirilerek verilmelidir.

Adalet İlkesi: Bu ilke sağlık alanındaki mevcut beşeri ve iktisadi kaynakların adil bir şekilde dağıtılmasıyla ilgilidir. Tıbbi kaynakların (araç ve gereçlerden tüm sağlık hizmetlerine kadar) ihtiyaçlara uygun şekilde, eşit ve dürüst bir şekilde dağıtılması şeklinde açıklanmış olan bu ilkeye “tıbbi kaynakların bireylere ve topluma adaletli şekilde nasıl paylaştırılacağı?”; “kaynakların koruyucu sağlık hizmetlerine mi yoksa tedavi edici tıp hizmetlerine mi aktarılacağı?” gibi sorun ve ikilemlerde başvurulmaktadır (Aydın, 2001). Adalet ilkesine klinik uygulamalarda hastaların sınırlı tıbbi kaynaklardan (yoğun bakım yatağı, diyaliz cihazı vb.) ne şekilde yararlandırılacağı, ameliyat önceliklerinin ne şekilde belirleneceği, organ nakillerinde hastaların öncelik sıralamalarının hangi kriterlere göre belirleneceği gibi etik sorunların ortaya çıkabileceği durumlarda sıklıkla başvurulmaktadır. Tüm bireylerin eşit bir sağlık seviyesine ulaşması veya tam iyilik haline erişmesi, farklı ruhsal durumlar ve öz kaynaklar nedeniyle gerçekçi bir hedef değildir. Ancak, bireylerin sağlığını olumsuz etkileyen eşitsizliklerin azaltılması, toplumların daha adil ve sağlıklı hale gelmesine önemli katkı sağlayabilir (Bilgin & Küçükazar, 2018).

SAĞLIK TURİZMİNDE ETİK KAVRAMI

Yabancı bir ülkeye seyahat eden sağlık turistlerinin temel beklentileri, yeterli tıbbi bilgiye ve tecrübeye sahip sağlık profesyonellerinden, uluslararası standartlarda ortak tedavi programlarının bulunduğu, yeterli fiziki ve teknolojik altyapıya sahip sağlık tesislerinden ekonomik açıdan ulaşılabilir sağlık hizmeti almaktır. Uluslararası sağlık turistlerinin ve yakınlarının kaliteli tedavi alma beklentilerinin yanı sıra farklı beklenti ve talepleri de bulunmaktadır (Yayla & Nebioğlu, 2017).

Bunlar arasında sağlık ve turizm hizmetlerini alırken tercüman desteği alabilmeyi, tesislerde kendi költür ve inançlarına uygun yiyecek ve içeceklerle ulaşabilmeyi, hem konaklama hem de tedavi sürecinde etik kodlara uygun şekilde hizmet almayı beklemektedirler. Farklı inanç, költür ve toplumlara mensup uluslararası sağlık turistlerine hizmet veren sağlık kuruluşları, personelinin bu konuda bilinçlendirmek için kurum içi çalıştaylar, hizmet içi eğitimler, kurslar ve seminerler düzenlemelidir (STDB, 2012a). Uluslararası hastalara sağlık hizmeti sunumunda yaşanan veya yaşanabilecek hukuki ve etik sorunların belirlenmesi, çözüm yollarının tespit edilmesi ve zaman kaybetmeden güncel ve uygulanabilir hukuki düzenlemelerin hayata geçirilmesi büyük bir önem taşımaktadır (Gönenç, 2016).

Ülkemizdeki sağlık kuruluşlarının, uluslararası hastalarının tedavilerinde yasal, költürel ve etik unsurları karşılamak için yerine getirmesi gerekenlere ilişkin önemli noktalar şu şekilde belirtilmiştir (STDB, 2012b):

1. *Hasta güvenliği ve emniyeti*
2. *Sigorta süreçleri: Malpraktis, kaza ve sorumluluk*
3. *İşyeri hekimliği ve çalışanın sağlığı*
4. *Uluslararası kodlar ve tıp etiğine uygunluk*
5. *Personel, hemşireler ve doktorların dile karşı esnekliği*
6. *Költür hassasiyeti ve bilinçlendirme programları*
7. *Uluslararası hastalara yönelik sunulan yemek hizmetleri*
8. *Engelli hastalar için protokoller ve altyapı*
9. *Költüre uygun ölüm sonrası (postmortem)protokolleri*

Tüm dünyada olduğu gibi Türkiye’de de sağlık turizmi sektörü hızla büyüyen, ülkeye döviz girişlerini sağlayan ve yeni yatırım olanaklarını da artıran önemli bir hizmet ihracatı kalemi olarak görölmekte ve 2015/8 Sayılı Resmi Gazete’de yayınlanan “Döviz Kazandırıcı Hizmet Ticaretinin Desteklenmesi Hakkında Karar’ın Uygulama Usul ve Esaslarına İlişkin Genelge Teşvikleri” kapsamında desteklenmektedir. Yapılan idari düzenleme ve ekonomik teşvikler hem sağlık turizmi sektörüne katılan sağlık kuruluşu sayısını hem de ülkeye gelen uluslararası sağlık turisti sayılarını artırmaktadır. Sağlık turizminin giderek artan faaliyet hacmi, hasta güvenliği ve malpraktisle (doktorun tedavi sırasında güncel standartları takip etmemesi, yetersiz beceri ya da tedavi sunmaması sonucu ortaya

çıkan zarar) ilgili hukuki sorunların daha fazla endişe yaratmasına neden olmaktadır (Loh, 2015). Bu nedenle tüm paydaşların hem tıbbi etik ilkelere uyum hem de uluslararası hastalara yönelik tüm faaliyetlerde özerklik, mahremiyet, bilgilendirme ve bilhassa da fiyatlandırma konusunda etik açıdan dikkatli davranmaları ortaya çıkabilecek etik sorunların önlenmesi için önem arz etmektedir.

SAĞLIK TURİZMİNDE ETİK İHLALLER

Sağlık turizmi sektöründe ekonomik olarak daha fazla pay sahibi olmak isteyen ülkeler arasında rekabet yaşanmaktadır. Türkiye bu konuda gerek doğal kaynaklarıyla gerekse de yetişmiş insan gücü ve hastaneleriyle almış olduğu ekonomik payı her geçen gün arttırmaktadır. Fakat bu noktada, almış olduğu ekonomik payla beraber hastayı ticari bir müşteri olarak görme eğilimi olabilmektedir (Yaylı & Nebioğlu, 2017). Bu noktada diğer kurumlarda olduğu gibi sağlık kurumlarında da etik kültürün gelişmesinde ve uygulamasında yöneticiler sorumludur. Sağlık kurumu yöneticileri hastalara müşteri olarak değil hasta olarak yaklaşmalı ve tüm tıbbi süreçlerinde haksız kazanç elde etme arzusu olmadan etik ve hukuki yükümlülüklerle uygun davranmalıdırlar. Ayrıca sağlık kurumlarının kendi etik değerleri evrensel tıbbi etik ilkelere uygun biçimde hayata geçirmeleri, fayda ve kâr politikasının kurumlarca dürüstlük, yaşama saygı ve adalet ilkesi etrafında sürdürmelidirler (Bilgin & Küçükharar, 2018, s. 146). Özellikle kamu sağlık kuruluşlarında karşılaşmış olan etik problemler birey kaynaklı ve organizasyon kaynaklı olmak üzere iki ana alanda ortaya çıkmaktadır (Elbeyoğlu, 2019, s. 281). Yöneticilerin kişisel ahlak anlayışı, birey kaynaklı etik problemlerde temel bir rol oynayarak yardımcı personel, hastalar, sigorta şirketleri ve diğer paydaşlarla ilişkilerde etik standartların belirlenmesine öncülük eder. Organizasyon kaynaklı etik sorunlarda ise hekim başına düşen hasta sayısının fazlalığı, sağlık kurumlarının aşırı kâr hedefleri ve kaynakların yetersizliği gibi faktörler, etik ihlallere zemin hazırlayabilir. Bu nedenle, yöneticilerin sergilediği etik liderlik, hem bireysel hem de kurumsal düzeyde etik iklimin oluşmasında belirleyici bir öneme sahiptir.

Sağlık turizminde etik sorunların ve ihlallerin ortaya çıkmaması için dikkat edilmesi gereken unsurlar; bilgilendirmede ve özerkliğe saygıda etik olma, hastaların kişisel bilgilerinin korunması ve mahremiyeti konusunda etik olma, sağlık hizmetlerine erişimde eşitlik, tedavi yöntemlerinin belirlenmesinde ve uygulanmasında etik olma ve fiyatlandırmada etik olma şeklinde açıklanacaktır.

Bilgilendirme ve Özerkliğe Saygıda Etik İhlaller

Her türlü tedavi ve tıbbi işlem öncesinde hastanın, uygulanacak araştırma ve işlemlerle ilgili olarak sürecin doğası, amacı, süresi, kullanılacak yöntemler, olası

riskler, karşılaşılabilecek potansiyel olumsuz sonuçlar, tedavi sonrası ortaya çıkabilecek sağlık sorunları hakkında ayrıntılı, doğru ve eksiksiz bir şekilde bilgilendirilmesi ve bu bilgilendirme sonrasında kendi özgür iradesiyle tedavi sürecine katılmayı kabul etmesi temel bir gerekliliktir (Doyal, 1997). Türk tabipler birliği tarafından yayınlanan “Hasta Hakları Uygulama Yönergesi”, hastaların haklarını güvence altına almayı ve teşhis ile tedavi süreçlerinin her aşamasında bilgilendirme yapılmasını, hastanın rızasının alınmasını, ayrımcılığa uğramadan sağlık hizmetlerine erişimini, mahremiyetinin korunmasını ve kurum ya da hekim değişikliği yapma hakkına sahip olmasını hedeflemektedir (TTB, 2005). Ancak, sağlık turistleri bu hakların farkında olmayabilir (Sert, 2014). Hastalarla etkili iletişimin temel unsurlarından biri olan bilgilendirme genel sağlık hizmetlerinin sunumunda ve sağlıkla ilgili araştırmalarda olduğu gibi, medikal turizmde de etik ilkeler açısından önemli bir rol oynamaktadır (Yirik & Ekici, 2014). Bilgilendirmede ve özerkliğe saygıda etik davranma, hastaya doğru ve yeterli bilgi sağlanması açısından karar verme sürecinde hem ahlaki bir sorumluluk hem de medikal turizm etiğinin temel bileşenlerinden biridir (Turner, 2011). Uluslararası hastalara aydınlatılmış onam verilirken, bilgilendirme ve tedaviye karar süreçlerinde dil bariyerinin olmamasına, gerekliyse tercüman desteğinin alınmasına önem verilmelidir. Sağlık turistlerinin yabancı bir ülkede yaşadığı dil ve kültür farklılıkları nedeniyle yeterince bilgi sahibi olamaması veya yanlış yönlendirilmesi özerkliklerini olumsuz yönde etkileyebilir.

Sağlık turistine ilk bilgilendirme genellikle hekim ya da sağlık tesisi yerine aracı kurumlar tarafından yapılmaktadır. Bu durum, tedavi alternatifleri, süreci ve olası komplikasyonlar konusunda yapılan bilgilendirmenin hukuka ve etiğe uygunluğunu tartışmalı hale getirmektedir. Uluslararası sağlık turizmde, aracı kurumların daha fazla gelir elde etme amacıyla sağlık turistinin özerkliğini manipüle etme riski değerlendirilmeli ve aydınlatma süreci dikkatle ele alınmalıdır (Kayar & Karaca Dedeoğlu, 2021). Türk hukukuna göre bu bilgilendirmenin tedaviyi gerçekleştirecek hekim tarafından yapılması gerekliliği vurgulanmaktadır. Özellikle dil ve kültür engelleri, doğru ve yeterli aydınlatmayı zorlaştırırken, aydınlatmaya ilişkin ihlallerden doğacak ihtilaflar sağlık turistinin mağduriyetine yol açabilecek etik ve hukuki sorunlara neden olabilecek bir süreç yaratmaktadır.

Kişisel Bilgilerinin Korunması ve Mahremiyette Etik İhlaller

Mahremiyet kelimesinin anlamı gizliliklidir. Tıp hukukunda, hastanın gizliliği, kimlik bilgilerinden tıbbi müdahalenin ayrıntılarına kadar hastaya ait tüm bilgileri kapsayan bir kavramdır. Sağlıklarıyla ilgili konular bireyler için hassas bir nokta olabileceği için mahremiyetlerine verdikleri önemi artırmaktadır. Hastaya ait bilgilerin, rızası olmadan başkaları tarafından öğrenilmesi, hastanın aile hayatı

ve özel yaşamı üzerinde olumsuz etkiler yaratabilir (Karakul, 2016). Yabancı bir ülkeden sağlık hizmeti almaya yönelten motivasyonların içinde mahremiyet isteği önemli bir rol almaktadır. Uluslararası hastalar bazen ülkelerinde duyulmasını istemedikleri bir hastalıklarının veya bağımlılıklarının tedavisi için, bazen sonlandırmak istedikleri gebelikleri veya kendi hayatları için, bazen de cinsiyet değiştirme arzuları nedeniyle başka bir ülkeye seyahat etmektedirler. Sağlık turistlerinin, mahremiyetlerinin kimse tarafından ihlal edilmemesini istemesi, özerkliklerinden doğan en doğal haklarıdır (Jesus, 2010). Ancak hastaların kişisel bilgilerinin elektronik ortamlarda kaydediliyor, işleniyor ve saklanıyor olması bu durum için bir tehdit oluşturmaktadır (Al-Lamki, 2011). Sağlık hizmeti sunucuları, kişisel verilerin güvenliğini sağlamakla yükümlüdür. Ancak, Türkiye'ye gelen uluslararası sağlık turistlerinin verileri, "Yabancı Hasta Takip Sistemi"nin kapatılmasının ardından sağlık kuruluşları tarafından doğrudan E-nabız entegrasyonu bulunan otomasyon sistemlerine kaydedilmektedir. Bu durum, sağlık turistlerinin kişisel ve tıbbi verilerinin yalnızca sağlık kuruluşlarıyla paylaşıldığını düşündükleri halde, aslında bu verilerin Sağlık Bakanlığı'na iletilmesine yol açmakta ve bu süreç, veri mahremiyetini tehdit etmektedir (Kayar & Karaca Dedeoğlu, 2021). Devlet, sağlık verileri ile mahremiyet arasındaki güçlü ilişkiyi gözeterek, bu verilerin korunması ve saklanması için Sağlık Bakanlığı tarafından özel düzenlemeler oluşturmaktadır (Danıştay, 2018).

Sağlık turistlerinin mahremiyetlerine ilişkin bir başka sorun aracı kurumların işleyişiyle karşımıza çıkmaktadır. Aracı kurumlar, sağlık hizmeti sunucularının sunduğu hizmetlerle ilgili doğru ve yeterli bilgiyi hastalara iletmekle sorumludur. Bu kurumlar, hastalardan tele-tıp veya web tabanlı yollarla aldıkları kişisel verileri ve tıbbi bilgileri sağlık kuruluşlarına iletmektedir. Sağlık turistlerinin özel nitelikli kişisel verileri, aracı kurumlar tarafından fiyat ve tedavi seçenekleri almak amacıyla çeşitli sağlık kuruluşlarına çevrimiçi olarak iletilmektedir. Bu durum, sağlık turistlerinin mahremiyetinin ihlal edilmesi endişesini doğurmaktadır (Kayar & Karaca Dedeoğlu, 2021). Turizm acentelerinden oluşan aracı kurumların "hasta hakları" ve "tıp etiği" gibi hassasiyetlere özen göstermesini beklenmek çok gerçekçi olmamaktadır (Uyanık Çavuşoğlu, 2018).

Yerel hastalara veya sağlık turistlerine ait verilerin gece nöbetlerinde, yan dal uzmanının bulunmadığı durumlarda, diğer uzman hekimlerden görüş alarak hızlı bir şekilde müdahale edip avantaj sağlamak için akıllı telefonlar aracılığıyla hekimler arasında WhatsApp vb. platformlarda paylaşıldığı durumlar olabilmektedir (Kayar & Karaca Dedeoğlu, 2021). Ancak, yerel hastaların ve sağlık turistle-

rinin onayı olmadan bu verilerin telefona kaydedilip paylaşılması, üçüncü kişilerin verilere kolayca erişebilmesine yol açarak, tıbbi etik ve mahremiyetin ihlaline neden olmaktadır (Dülger, 2018, s. 72).

Sağlık Hizmetlerine Erişimde Eşitlik

Sağlık turizminde hedef ülkenin yerel halkı ile sağlık turistlerinin sağlık hizmetlerine eşit erişim hakkına sahip olması, etik bir zorunluluk olarak değerlendirilmektedir (Al-Lamki, 2011). Ancak medikal turizmin olumsuz etkilerinden biri, hem destinasyon ülkede hem de ikamet edilen ülkede kamusal sağlık hizmetlerine erişimde eşitlik açısından etik sorunlara yol açmasıdır. Bu etkileri en aza indirmek için sağlık sistemi düzenlemelerinde, yerli ve yabancı hastaların ayrı ayrı ve ortak haklarını gözetken maddelere yer verilmesi önemlidir (Yirik & Ekici, 2014). Tıbbi kaynakların adil dağıtılmaması, sağlık hizmetlerinin kalitesinin ve çeşitliliğinin gruplar arasında eşit şekilde sunulmasını zorlaştırmakta, bu durum bir grubun kaliteli hizmet alırken diğerinin mağduriyet yaşamasına neden olmaktadır (Whittaker vd., 2010). Dışarıdan gelen sağlık turistleri ile ülke vatandaşlarına sunulan hizmetin dengesini korumak sağlık kuruluşlarının elindedir. Sağlık kuruluşlarının sağlık turistlerinden önce kendi vatandaşlarına hizmet vermeyi amaçladığı ve uyguladığı takdirde dengenin kurulacağına inanılmaktadır (Dürüstkan, 2020, s. 287-291).

Tedavide Etik Davranma

Tedavide etik olma dört temel boyut üzerinden değerlendirmiştir. Bu boyutlar, hastanın bilgilendirildikten sonra kendi kararlarını verme hakkına saygı duymayı ifade eden **otonomi**, olası riskleri en aza indirirken tedaviden sağlanacak faydayı ön planda tutmayı içeren **zarar vermeme**, tedavi süreçlerinde risk ve fayda dengesine özen göstermeyi gerektiren **denge**, benzer durumdaki hastaların aynı koşullarda tedaviyi almasında **eşitlik** olarak belirtilmiştir (Lunt & Manion, 2014).

Sağlık turizmi yapan kamu hastaneleri kendi hukuki düzenlemeleri ne olursa olsun sağlık turistine müdahale ederken özerkliğe saygı ilkesine uymaları gerekmektedir. *“Örneğin, tedavi olmak için gelen sağlık turistinin açıkça ‘‘Hayata döndürmeyin’’ diye bir talebi varsa, tıbbi müdahale esnasında gelişen bir komplikasyonda hastanın kalbi durduğunda hekimin müdahale etmemesi bireyin kendi geleceğini belirleme hakkının bir gereğidir. Bu durumda yerel hukuki düzenleme hekim ve kamu hastanesi için ne sonuç öngörürse öngörsün uygulanması mümkün olmayacaktır’’*(Dürüstkan, 2020). Bu durum çoğu zaman ülkemizde hekimlerin ikileme düşmesine neden olmaktadır.

Uluslararası hastalar, hekim desteğiyle kendilerine en uygun tedavi seçeneklerini özgürce seçebilmeli, hekimler, tedavi önerirken fayda ve riskleri eksiksiz açıklamayarak varsa alternatif yöntemleri de belirtmelidir. Ancak, bu alternatif yöntemlerin tedavinin uygulanacağı ülkede hukuken mümkün olmadığı durumlarda hekimlerin bu bilgiyi paylaşma zorunluluğu ve bunun etik bir sorun oluşturup oluşturmayacağı tartışmalıdır. Çünkü, hekimlerin hastanın yararına olacak tüm tedavi seçeneklerini açıklaması etik bir yükümlülüktür; aksi durumda sorumlulukları gündeme gelir (Dürüstkan, 2020). Ayrıca, tedavi sunulan ülkede yerel vatandaşlar ve sağlık turistlerinin aynı koşullarda eşit tedavi alması, adalet ilkesinin bir gereğidir, fiyatlandırma veya özerkliğe saygı gibi nedenlerle hastalar arasında ayırım yapılması etik açıdan kabul edilemez.

Fiyatlandırmada Etik İhlaller

Sağlık turistine sunulan hizmetlerde karşılaşılan bir diğer etik ihlal, fiyatlandırma ve ödeme süreçleriyle ilgilidir. Sağlık hakkı herkes için eşit olması gereken bir hak olmasına rağmen, bu hizmete erişim hızı ve kalitesi, yapılan harcamaların miktarına bağlı olarak artış göstermektedir (Dürüstkan, 2020). Sağlık turizminde, gereksiz teşhis ve tanılama yöntemlerinin uygulanması, tedavi uygulamalarının aşırı faturalandırması güven sorunlarının ortaya çıkmasına sebebiyet vermektedir.

Amerika Birleşik Devletleri'ndeki Sağlık Örgütleri Birleşik Akreditasyon Komitesi (JCAHO), sağlık kurum ve kuruluşlarının hasta hakları ve örgütsel etik konularında belirli standartlar oluşturmuştur. Ancak, bu standartlara rağmen bazı hastanelerin, ameliyatın gereksiz olduğu durumlarda bile ameliyat yapması ve hastaların taburcu edilme sürelerini uzatması gibi etik açıdan hatalı uygulamalara yöneldiğine dikkat çekilmiştir (Çankaya, 2020).

Bu durum araştırmacılarında dikkatini çekmiştir. Yirik ve Ekici (2014) sağlık turizmi amacıyla gelen hastaların tedavi öncesi ve sonrası süreçlerinde karşılaştıkları sorunları ortaya koydukları çalışmalarında, tedavi ve ücret politikalarının hastalara açık ve net bir şekilde belirtilmediğini, fiyatlarda çifte standart uygulandığını, gereksiz tedavi masraflarının hastalara yüklendiğini, hasta bilgilerinin gizliliğinin ihlal edildiğini ve yüksek gelirli yabancı turistlerin sağlık hizmetlerine daha kolay erişim sağlarken yerel halkın geri planda bırakıldığını belirtmişlerdir. Aydoğdu (2016) çalışmasında Türkiye'nin sağlık turizminde karşılaştığı tehditler arasında “yanlış fiyatlandırma politikalarının bulunması”nı belirtmiştir.

Türkiye, tedavi ücretleri açısından AB ve diğer ülkelerle rekabet edebilecek seviyede olsa da, özel sağlık kuruluşlarının sağlık turisti tedavilerinde uyguladıkları farklı fiyat politikaları güven sorunlarına yol açmaktadır (Olçay vd., 2018).

Sağlık Bakanlığı her yıl yayımladığı fiyat tarifesinde, sağlık turistlerinin tabi olacağı tedaviler ve fiyatlandırmalarla ilgili bilgileri sunmaktadır. Sağlık Turizmi ve Turistin Sağlığı Kapsamında Sunulan Sağlık Hizmetleri Fiyat Tarifesi 2024 yılında da güncellenerek “*Sağlık turizmi için belirlenen bu fiyatlar asgari fiyatlar olup, sağlık kuruluşları bu fiyatların altında olmamak koşuluyla kendi fiyatlarını belirleyebilirler*” şeklinde makam oluru alınmıştır. (STDB, 2024). Bu durum özel hastanelerin fiyatlandırma konusunda tavan fiyat uygulamasını sonlandırarak fiyatlandırmadaki etik sorunların daha da büyümesine yol açabilecektir.

SONUÇ

Türkiye’de sağlık turizmi, döviz kazandırıcı bir hizmet ihracatı kalemi olarak görülmekte ve sağlık turizminin geliştirilmesi için ekonomik teşvikler ile desteklenmektedir. Sağlık turizmi kapsamında yürütülen faaliyetlerin tek çatı altında toplanarak hukuki alt yapının oluşturulması devlet politikası haline gelmiştir. Ancak, sağlık turizminin kar amaçlı bir faaliyet olarak kabul edilmesi, sağlık hizmetlerinin piyasalaşmasına ve etik sorunlara yol açmaktadır. Yerel hastaların sağlık kaynaklarının zengin yabancı sağlık turistlerine aktarılması, yerel halkın sağlık hizmetlerine erişimini zorlaştırarak ve tıp etiğinin “adalet” ilkesine zarar verebilir. Ayrıca, dil ve kültür farklılıkları, sağlık turistinin özerkliğini zedeleyebilir ve aydınlatılmış onama konusunda sorunlar doğurabilir. Aracı kurumların, sağlık turistlerinin tıbbi bilgilerini farklı kurumlarla eş zamanlı paylaşması kişisel verilerin korunması ve mahremiyet ihlallerine yol açabilir. Gerçeğe aykırı ücretlendirme, gereksiz tedaviler ve tıbbi hatalar da sağlık turizminde etik ve hukuki sorunlar yaratabilmektedir. Ortaya çıkan birçok etik ihlalde aracı kurumların varlığı bu firmaların, belli bir eğitim ve özel bir akreditasyondan geçmelerini, etik ilkelерinin belirlenmesini ve muhakkak hastaya tedavi sürecini doğru anlatacak bir hekimle birlikte çalışmalarının gerektiğini düşündürmektedir.

Sağlık turizmi, Türkiye’de son yıllarda gelişmekte olan bir sektördür, ancak bu gelişimi engelleyen etik dışı uygulamalar bulunmaktadır. Araştırmalar, tedavi öncesi ve sonrası işlemlerle ilgili şeffaflık eksikliği, çifte fiyat uygulamaları, gereksiz tedavi masrafları, mahremiyet ihlalleri ve yerel halkın sağlık turizmi fırsatlarına erişimdeki zorluklar gibi sorunları ortaya koymuştur. Ayrıca, bazı sağlık kurumlarının yüksek faturalandırma, yanlış tedavi ve eksik hizmetler sunması, güven sorunları yaratmaktadır. Bu etik dışı uygulamalar, sağlık turizminin gelişimini olumsuz etkileyerek, ülkenin imajına zarar vermektedir.

Sonuç olarak, sağlık turizmi bir hasta hakkı olarak ele alınmalı ve yerel halkın sağlık ihtiyaçları göz ardı edilmemelidir. Yabancı dil ve kültür engelleri ile karşı

karşıya kalan sağlık turistlerinin dezavantajlarından faydalanılmamalı, ücretlendirme, aydınlatma ve mahremiyet konularına dikkat edilmelidir.

KAYNAKLAR

- Akat, Ö. (2008). Turizm İşletmeciliği. 4. Baskı. Bursa: Ekin Yayın Dağıtım.
- Al-Lamki, L. (2011). Medical tourism: Beneficence or maleficence? *Sultan Qaboos University Medical Journal*, 11(4), 444-447.
- Ataman, H., Esen, M. F., & Vatan, A. (2017). Medikal turizm kapsamında sunulan sağlık hizmetlerinde kalite ve hasta güvenliği. *Uluslararası Sağlık Yönetimi ve Stratejileri Araştırma Dergisi*, 3(1), 28-44.
- Aydın, E. (2001). Tıp Etiğine Giriş. (1. Baskı), Ankara: Pegem Akademi Yayıncılık.
- Aydoğan, A. (2015). Acilde çalışan sağlık personelinin etik duyarlılıklarının belirlenmesi. Erciyes Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü Hemşirelik Anabilim Dalı, Yayınlanmış Yüksek Lisans Tezi.
- Aydoğdu, A. L. F. (2016). Türkiye ve Brezilya'da Sağlık Turizmi: Bir Karşılaştırma. (Yayınlanmamış yüksek lisans tezi) İstanbul Üniversitesi, İstanbul.
- Beauchamp T.L. & Childress J.F. (1994). Principles of biomedical ethics. 4th ed. New York: Oxford University Press; 1994. p. 17-19.
- Bilgin, R., & Küçükazar, M. (2018). Türkiye'de kamu sağlık kuruluşlarında yaşanan etik dışı davranışlar ve uygulamaların genel görünümü. *Munzur Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 7(13), 119-140.
- Charlier, R. H., & Chaineux, M. C. P. (2009). The healing sea: A sustainable coastal ocean resource: Thalassotherapy. *Journal of Coastal Research*, 25(4), 838-856.
- Civaner, M. (2018). Meslek Örgütlerinin Deontolojik Görevleri. N. Bulut içinde, *TTB ve Tabip Odalarının Tıbbi Etik ve Deontolojiyi Koruma Sorumluluğu* (s. 9-19). Ankara: Türk Tabipler Birliği.
- Çankaya, M. (2020). Sağlık Turizminde Etik içinde Sağlık Turizmi (Ed. H. Eriş) İksad Yayınevi, Ankara.
- Danıştay 15. Hukuk Dairesi 17.01.2018 tarihli 2017/2258 Esas numaralı kararı.
- Dikmetaş Yardan, E., Dikmetaş, H., Coşkun Us, N. ve Yabana, B. (2014). Türkiye ve Dünya'da Sağlık Turizmi. *Sağlıkta Performans Ve Kalite Dergisi*, 8(2), 27-42.
- Doyal, L. (1997). Informed consent in medical research. Journals should not publish research to which patients have not given fully informed consent--with three exceptions. *BMJ. British Medical Journal*, 314:1107-1111.
- Dünya Sağlık Örgütü (DSÖ) (2021). World Health Organization. Erişim tarihi: 8 Şubat 2021, www.who.int
- Dürüstkan, S. (2020). Kamu hastanelerinin sağlık turizmindeki etik konumu. *Türkiye Klinikleri Tıp Etiği-Hukuku-Tarihi Dergisi*, 28(2), 285-291.

- Erim, G. (2018). Kamu yönetiminde etik anlayışı: Türk kamu yönetimi ve İngiliz kamu yönetiminde etik uygulamaların karşılaştırmalı analizi, Yüksek Lisans Tezi. Selçuk Üniversitesi.
- Eryılmaz, B. (2015). Kamu yönetimi, (8. Baskı). Kocaeli: Umuttepe Yayınları.
- Fregmen, F. B. (2005). *Medical and Ethics*. (2 b.). Prentice Hall.
- Gillon, R. (1985). “Primum non nocer” and the principle of non-maleficence. *British medical journal*, 291, 130-131.
- Gökçe, O., & Bulduklu, Y. (2015). Sağlık hizmetlerinin sunumunda “müşteri hasta” ve etik sorunlar, Selçuk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Sosyal Ekonomik Araştırmalar Dergisi, 15(29), 38-61.
- Gönenç, F.İ. (2016). Hukuki ve etik boyutuyla medikal turizm, *Marmara Üniversitesi Hukuk Fakültesi Hukuk Araştırmaları Dergisi* 22 (3), 1173 – 1184.
- Güven, T., & Ersoy, N. (2000). Tıp etiğinde yeni bir yaklaşım: Erdemler. *T Klin Tıbbi Etik*, 8(1), 51-59.
- Jesus J.E. (2010). Ethical challenges and considerations of short-term international medical initiatives: an excursion to Ghana as a case study. *Ann Emerg Med*.;55(1):17-22.
- Kayar, A. & Karaca Dedeoğlu A. (2021). Sağlık Turizminde Etik Sorunları. *Türkiye Biyoetik Dergisi*.; 8(4):178-86.
- Karakul S. (2016). Right to health in the decisions of the european court of human rights-I. *İstanbul Medipol üniversitesi Hukuk Fakültesi Dergisi*; 2(3):169-206.
- Kozak, N., Kozak, M.A. ve Kozak, M. (2012). *Genel Turizm*. (12. Baskı). Ankara: Detay Yayıncılık.
- Loh, C.P. A. (2015). Trends And Structural Shifts in Health Tourism: Evidence From Seasonal Time-Series Data on Health-Related Travel Spending by Canada During 1970-2010. *Social Science & Medicine* (132), 173-180.
- Lunt, N., & Manion, R. (2014). Patient mobility in the global marketplace: a multidisciplinary perspective. *International Journal of Health Policy and Management*, 2(4), 155-157.
- Olca, A., Özkan, B., & Göçebeler, M. F. (2018). Konaklama ve seyahat işletmelerinde yaşanan etik sorunlar üzerine kavramsal bir değerlendirme. *Gaziantep Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 17, 1-11.
- Pieper, A. (2012). *Etiğe Giriş* (2 b.). (V. Atıman, & G. Sezer, Çev.) İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Resmi Gazete, 2015/8 Sayılı Döviz Kazandırıcı Hizmet Ticaretinin Desteklenmesi Hakkında Karar’ın Uygulama Usul ve Esaslarına İlişkin Genelge
- Sert, G. (2014). Katkı-Tartışma. H. Oğan içinde, Kişisel Sağlık Verilerine Mesleki Yaklaşımlar (s. 29-50). İstanbul: Türk Tabipler Birliği Yayınları.

- Sert, G. (2020). *Tıp Hukuku ve Etiği Derslerine Giriş*. Ankara: Seçkin Yayıncılık.
- Şak, N. (2021). Sağlık turizmi ve ekonomik büyümede asimetrik etkiler: Türkiye uyuşması. *Uluslararası Yönetim İktisat ve İşletme Dergisi*, 17(3), 781-799.
- Taylan, S., & Arslan, S. (2017). Hastane öncesi alanda ve hastane acil servislerinde çalışan sağlık ekibinin etik duyarlılıklarının belirlenmesi. *Mersin Üniversitesi Sağlık Bilimleri Dergisi*, 10(2), 100-112.
- TTB. (2005). Hasta Hakları Uygulama Yönergesi. Aralık 10, 2021 tarihinde Hekim ve Tabip Odası Yöneticiler İçin Mevzuat: https://www.ttb.org.tr/mevzuat/index.php?option=com_content&task=view&id=119&Itemid=34 adresinden alındı.
- Turner, L. G. (2011). Quality in health care and globalization of health services: accreditation and regulatory oversight of medical tourism companies. *International Journal for Quality in Health Care*, 23(1), 1-7.
- Türk Dil Kurumu Büyük Türkçe Sözlük. TDK (2024). Erişim tarihi: 26 Kasım 2024 <https://sozluk.gov.tr/>
- T.C. Sağlık Bakanlığı Sağlık Hizmetleri Genel Müdürlüğü Sağlık Turizmi Daire Başkanlığı(STDB). (2012a). Sağlık Turizmi El Kitabı. Ankara: BMS Matbaacılık.
- T.C. Sağlık Bakanlığı Sağlık Hizmetleri Genel Müdürlüğü Sağlık Turizmi Daire Başkanlığı(STDB). (2012b). Sağlık Turizminde Süreçler ve Aracı Kuruluşlar Araştırma Raporu. Ankara.
- T.C. Sağlık Bakanlığı Sağlık Hizmetleri Genel Müdürlüğü Sağlık Turizmi Daire Başkanlığı.(STDB)(2013). Türkiye Medikal Turizm Değerlendirme Raporu 2013. Erişim tarihi: 03.12.2020 tarihinde <http://dosyasb.saglik.gov.tr/Eklenti/535,turkiye-medikal-turizm-degerlendirme-raporu-2013pdf>.
- T.C. Sağlık Bakanlığı Sağlık Hizmetleri Genel Müdürlüğü Sağlık Turizmi Daire Başkanlığı.(STDB)(2024). Sağlık Turizmi ve Turistin Sağlığı Kapsamında Sunulan Sağlık Hizmetleri Fiyat Tarifesi. <https://shgmturizmdb.saglik.gov.tr/TR-89565/saglik-turizmi-ve-turistin-sagligi-kapsaminda-sunulan-saglik-hizmetleri-fiyat-tarifesi.html>
- Uyanık Çavuşoğlu, A. (2018). Sağlık turizmi aracı kuruluşu hizmet standartları hakkında düşünce ve öneriler. *Sağlıkta Kalite ve Akreditasyon Dergisi*, 1-5.
- Yaylı, A., & Nebioğlu, G. (2017). Sağlık Turizminde Etik ve Hasta Hakları. D. Tengili-moğlu içinde, Sağlık Turizmi (2. Baskı), (s. 217-242), Ankara: Siyasal Kitabevi.
- Yirik, Ş., & Ekici, R. (2014). Medikal turizm pazarında yaşanan etik problemler ve bölge pazarında ortaya çıkan sorunlar (Akdeniz Bölgesi Örneği), 15. *Ulusal Turizm Kongresi*, 13-16 Kasım, Ankara.
- Whittaker, A., Manderson, L. & Cartwright, E. (2010). Patients without borders: understanding medical travel. *Medical Anthropology*, 29(4), 336-343.



BÖLÜM 50

Heterojen Bir Göç Örneği: Denizli Hisar Köy/AttoudaAntik Kenti*

*Merve Çetin*¹

* Bu çalışmanın gerçekleşmesinde desteklerini esirgemeyen Attouda ve Çevresi Yüzey Araştırmaları Projesi ekibine teşekkür ederim. Ayrıca bu çalışmanın alan araştırması kısmını birlikte yürüttüğümüz Pamukkale Üniversitesi İnsan ve Toplum Bilimleri Sosyoloji Lisans Öğrencisi Nihal Yerlikaya ve Esra Keskin'e katkılarından dolayı teşekkür ederim.

¹ Doç. Dr., Pamukkale Üniversitesi, İnsan ve Toplum Bilimleri Fakültesi, Sosyoloji Bölümü,
ORCID: 0000-0001-5950-9600.

GİRİŞ

Göç olgusu insanlık tarihi kadar eski bir konu olmakla birlikte son dönemlerde sosyal bilimlerde sıklıkla çalışılan olgulardan biri olarak görülmektedir. Göç olgusu bünyesinde çok çeşitli ilgileri barındırmaktadır. İçinde bulunduğumuz dönemde yaşadığımız yoğun dış göç olgusu literatürde görece daha fazla karşılaşılan konulardan biridir. Fakat sosyoloji özelinde düşünüldüğünde salt dış göç değil diğer göç türleri de çalışılmaya değer toplumsal içeriklere sahiptir. Bunlar arasında zorunlu-gönüllü göç, öğrenci göçü, doğal nedenlere bağlı göç, ekonomik içerikli göç vb. sayılabilir. Dolayısıyla göç olgusu çok çeşitli problematikler ile bezelidir.

Göç olgusu kentleşme ile de ilintilidir. Zira özellikle sanayileşme dönemiyle birlikte kırdan kente göçler uluslararası ölçekte olduğu gibi Türkiye’de de yoğunluklu olarak yaşanmış ve kentlere göç eden bireyler toplumsal içerikli, çok çeşitli değişim ve dönüşümler deneyimlemiştir. Sanayileşme sonrasında oluşan kentleşme süreci köylerden kentlere göçü gerektirmiştir. Söz konusu durum köyd eki yaşamları ciddi oranda etkilemiş, köy nüfusunun azalmasına sebep olmuştur. Bu durum yeni yaşam pratiklerinin doğumuna da ön ayak olmuştur. Bunlar dışında farklı göç olgularıyla da karşılaşmak mümkündür. Örneğin bazı beldelede taşınmaz kültür varlıkları olarak antik alanların tespiti o beldelede çeşitli koruma kanunlarını gerektirmekte ve söz konusu durum belde halkının zorunlu olarak göç etmesine neden olmaktadır.

Bu çalışma da pek çok göç olgusunu birlikte analiz etmeyi sağlayan bir konu olması nedeniyle kıymetlidir. Çalışmada iç göç, zorunlu göç, doğal nedenlere bağlı göç ve ekonomik göç olguları birlikte yer almaktadır. Çalışmanın temel amacı; Denizli Sarayköy İlçesi’nde yer alan Attouda Antik Kenti’nde gerçekleştirilen yüzey araştırmalarına ev sahipliği yapan Hisar Köy’ün genel göç deneyimlerini ve yüzey araştırmalarına yönelik yöre halkının perspektiflerini ortaya koymaktır. Çalışmalar sürecinde beldelede yoğun bir göç sürecinin yaşandığı ve söz konusu sürecin beldelede yaşantısını ciddi oranda etkilediği gözlemlenmiştir. Özellikle birden fazla göç olgusunu bünyesinde barındıran kentin geçmişteki öyküsüyle birlikte günümüzdeki perspektiflerin neler olduğu ve yaşanan deneyimlerin gerekçeleri sorgulanmıştır. Çalışma esnasında Hisar Köylülerin öncelikle ekonomik nedenlerle göç ettikleri daha sonra beldenin sit alanına dönüştürülmesi nedeniyle zorunlu olarak göç ettikleri gözlemlenmiştir. Çalışmanın evrenini Attouda (Hisar Köy) halkı oluşturmaktadır. Örneklemi ise köy halkı arasından kartopu örnekleme yöntemi ile seçilen 10 görüşmeci oluşturmaktadır. Nitel araştırma deseninde durum analizi yöntemi ile şekillendirilmiştir. Halen Hisar Köy’de ikamet eden son bireylerle görüşülerek hazırlanmıştır. Çalışma toplamda üç bölümden

oluşmaktadır. Birinci bölümünü kuramsal ve kavramsal çerçeve oluşturmaktadır. Burada göç olgularına yönelik malumatların yanında çeşitli göç, sanayileşme ve kentleşmeye yönelik yaklaşımlardan yardım alınarak çalışmanın teorik çerçevesi şekillendirilmiştir. İkinci bölümde çalışmanın deseni, yöntem ve örneklemine yer verilmektedir. Çalışmanın üçüncü bölümünde bulgular üzerinden oluşturulan temalara ve analizlere yer verilmiştir. Sonuç bölümünde ise çalışmanın genel değerlendirilmesi ve öneriler ifade edilmiştir.

1. Kuramsal ve Kavramsal Çerçeve

Göç olgusu arkaik dönemlerden günümüze kadar varlığını devam ettirmiş ve devam ettirecek toplumsal olgulardan biridir. Dolayısıyla sosyal bilimlerde sıklıkla çalışılmaktadır. Göç olgusu salt nüfus değişimini ifade etmez aynı zamanda toplumsal değişimine etki eden faktörlerden biri olarak da görülebilir. Göç olgusunu IOM (2013) şu şekilde tanımlamaktadır;

“Bir kişinin veya bir grup insanın uluslararası bir sınırı geçerek veya bir devlet içinde yer değiştirmesi. Süreci, yapısı ve nedeni ne olursa olsun insanların yer değiştirdiği nüfus hareketleridir. Buna, mültecilerin, yerinden edilmiş kişilerin, ekonomik göçmenlerin, aile birleşimi gibi farklı amaçlarla hareket eden kişilerin göçü de dahildir.”

Göç olgusu tanıma paralel olarak nedenlerine ve türlerine göre alt konulara ayrılmaktadır. İç göç- dış göç, gönüllü-zorunlu göç bunlardan bazılarıdır. Bunlar dışında da göçleri mekân, zaman, amaç vb. konular özelinde sınıflandırmak mümkündür. Göçlerin öncelikle gönüllü ya da zorunlu olarak sınıflandırıldığı bilinir. Bireylerin kendi iradeleri neticesinde gerçekleştirdikleri göç hareketleri gönüllü göç olarak ifade edilir (Adıgüzel, 2016: 19; Koçancı vd., 2024: 220). Zorunlu göçü ise bir yerden başka bir yere bireylerin ya da toplumların kendi rızaları dışında göç etme mecburiyetleri olarak tanımlamak mümkündür. Aslında bu konuda da standart bir tanım yapmak kolay değildir. Zira zorunlu göç konusu da kendi içinde ayrışabilmektedir. Öte yandan bir göç olayı tek bir sınıflamaya tabii olmak zorunda da değildir. Birden fazla farklı özellikteki içeriği bünyesinde barındırabilmektedir. Bu çalışmada da zorunlu göç, iç göç özelliklerinin yanında doğal nedenlere bağlı ve ekonomik nitelikli göç konularını bir arada barındıran bir örnek üzerinden analiz yapılmıştır. Doğal nedenlere bağlı göçler bulunan beldenin coğrafi yapısı, iklim, jeopolitik konum, yer şekilleri, afet vb. nedenlerle ilintili olarak yapılan göçleri ifade etmektedir. Tekin ve Deniz (2023) çalışmalarında iklimsel afet göçleri, jeofiziksel afet göçleri vb. göç türlerinden bahsetmektedirler.

18. yy'da önce batı Avrupa'da başlayan sanayileşme ve kentleşme hareketleri 20. yy civarında Türkiye'de de başlamış ve söz konusu durum ülkede kentleşme sürecine ivme kazandırmıştır. Zira kırdan yaşayan bireyler fabrikalaşmanın artmasının da etkisiyle iş bulmanın kolaylaşması, daha iyi yaşam gibi nedenlerle kırdan kentlere göç etmeye başlamışlardır. Söz konusu durum ülkemizdeki en yoğun iç göç hareketlerinden birini oluşturmuştur, denilebilir. Başlangıçta yakın yerlere başlayan iç göç hareketleri zamanla metropol kentlere göçe evrilmiştir (Öztürk& Altuntepe, 2008: 1588). Dolayısıyla kırlarda nüfus yoğunluğu azalırken kentlerde artmaya başlamıştır.

Kentleşme süreci salt kırdan kente göçü değil farklı toplumsal olguların gelişimini de beraberinde getirmiştir. Bunlardan biri de taşınmaz kültür varlıklarına ev sahipliği yapan yerlerin korunması durumudur. Söz konusu mekanlar “sit alanı” olarak ilan edilmekte ve çeşitli yöntemler ve kanunlar ile korunmasının sağlanması hedeflenmektedir. Kültür ve Turizm Bakanlığı taşınmaz kültür varlığı olan eski uygarlıklara ait yerleşim yeri olmuş mekanları arkeolojik sit alanı olarak tanımlamaktadır. 1. Derece Arkeolojik Sit alanlarının korunmasına yönelik kurallarını da belirtmektedir. Söz konusu uyulması gereken kurallardan bazıları şu şekildedir;

“Bu alanlarda, kesinlikle hiçbir yapılaşmaya izin verilmemesine, imar planlarında aynen korunacak sit alanı olarak belirlenmesine, bilimsel amaçlı kazıların dışında hiçbir kazı yapılamayacağına, ancak;

a) Resmi ve özel kuruluşlarca zorunlu durumlarda yapılacak alt yapı uygulamaları için müze müdürlüğünün ve varsa kazı başkanının görüşüyle konunun koruma kurulunda değerlendirilmesine,

b) Yeni tarımsal alanların açılmamasına, yalnızca sınırlı mevsimlik tarımsal faaliyetlerin devam edebileceğine, koruma kurullarınca uygun görülmesi halinde seracılığa devam edilebileceğine,

c) Höyük ve Tümülüslerde toprağın sürülmesine dayanan tarımsal faaliyetlerin kesinlikle yasaklanmasına, ağaçlandırmaya gidilmemesine, yalnızca mevcut ağaçlardan ürün alınabileceğine,... karar verilmiştir”² şeklinde ibareler yer almaktadır.

²izmirs://teftis.ktb.gov.tr/TR-263742/658-nolu-ilke-karari-arkeolojik-sitler-koruma-ve-kullanma-kosullari.html (15.10.2024).

Dolayısıyla söz konusu sit alanında yaşayan bireylerin gündelik hayatlarında birtakım pürüzler yaşamalarına neden olmaktadır. Bu durum arkeolojik sit alanlarında yaşayan bireylerin de başka bir beldeye ya da kent merkezlerine göç etmelerine neden olmaktadır.

2. Çalışmanın Deseni, Yöntem ve Örneklemi

Çalışma Denizli'nin Sarayköy ilçesine bağlı Attouda Antik Kenti'ne ev sahipliği yapan Hisar Köy beldesinde gerçekleştirilmiştir. Bu çalışma nitel araştırma deseninde durum analizi yöntemiyle şekillendirilmiştir. Nitel çalışmanın toplumsal süreçlerin, olay ve bağlamların incelenmesini sağlayan yapısı, bireylerin yükledikleri anlamlara ulaşmaya yardımcı olması kullanışlı hale getirmektedir (Neuman, 2022: 306). Araştırmacıya yorumsama gücünü sunması, olaylar arasındaki ilişkilere yönelik analizleri kolaylaştırmaktadır. Durum çalışması ise bir mekândaki verinin işleyişini derinlemesine ele almaktadır. Creswell durum analizini, belli bir mekândaki birkaç durumu sınırlandırılmış olarak derinlemesine inceleme imkânı sunan nitel araştırma yaklaşımlarından biri olarak tanımlamaktadır (Creswell, 2007: 73). Durum çalışması olayların açıklayıcı ve yoğun olarak ifadesini içermektedir. Aktörler ve onların yaklaşımlarına odaklanmayı, araştırılan konu ile yapılacak analizin spesifik yapısının ortaya koymayı sağlar. Öte yandan durum çalışmasında kronolojik anlatım önemli görülmektedir (Hitchcock ve Hughes, 1995: 317). Çalışmanın evrenini Attouda (Hisar Köy) halkı oluşturmaktadır. Çalışmanın örneklemi ise köy halkı arasından kartopu örnekleme yöntemi ile seçilen 10 kişi oluşturmaktadır. Çalışma için yarı-yapılandırılmış görüşme formu kullanılmıştır. Yarı-yapılandırılmış görüşmede hazırlanmış belirli bir form olsa da soruların öncelik-sonralığı yoktur. Görüşmecî sohbet havasında soruları sorabilir ve sorular arasında ekleme-çıkarma yapabilir (Balaban-Sarı, 2018: 145).

Çalışmanın gerçekleştirildiği Attouda (Hisar Köy) Denizli'nin Sarayköy ilçesine bağlı bir beldedir. Hisarköy'ü diğer antik kentlere ev sahipliği yapan yerleşim yerlerinden ayıran özelliği Helenistik dönemden başlayıp, Roma, Bizans, Selçuklu, Osmanlı ve günümüz Cumhuriyet Dönemi'ne kadar hiç durmadan yaşamla var olan bir belde olmasıdır (Yılmaz-Kolancı&Gümeli, 2022: 610). Attouda antik Kentinin yer aldığı Hisar Köy'ün 1. Derece Arkeolojik Sit Alanı olduğu bilinmektedir.³

³ “Attouda Antik Kenti, İzmir II. Numaralı Kültür ve Tabiat Varlıklarını Koruma Kurulunun 21.09.1988 tarih ve 398 sayılı kararı ile 1. Derece Arkeolojik Sit Alanı sınırları belirlenerek tescillenmiştir. Aydın Kültür ve Tabiat Varlıklarını Koruma Bölge Kurulu'nun 24.12.2009 tarih ve 2511 sayılı kararı ile tescil edilen, Koruma Bölge Kurulu Müdürlüğü uzmanlarının 21.12.2009 tarihli raporu ile 2863 sayılı Kültür ve Tabiat

Köy halkı ile yapılan görüşmeler neticesinde analizlerde yer alan tablo da görüşmecilerin demografik bilgilerine yer verilmiştir. Ayrıca analizlerde görüşmecilerin kendi isimleri gizli tutulmuş K1, K2, K3...şeklinde numaralandırılarak kullanılmıştır.

3. Çalışma Verileri ve Analizleri

3.1. Demografi Bilgiler

Çalışma hem beldenin genel perspektifini ortaya koymayı hem de beldedeki göç olgusunu etraflıca araştırmayı amaçlamaktadır. Çalışma süresince köyde ikamet eden sayısının oldukça azaldığı dikkat çekmiştir. Köy halkının ciddi oranda Denizli merkeze ya da yeni yerleşim yeri olarak belirlenen Yeni Hisar Mahallesi'ne göç ettikleri bilinmektedir. Dolayısıyla görüşenlerin yaş ortalamasının da oldukça yüksek olduğu gözlemlenmiştir. Zira köyde yaşayanlardan edinilen bilgilere göre, köyde genç nüfus ikamet etmemekte, sadece hafta sonları ziyaret amacıyla köye gelenler olmaktadır. Çalışmaya katılan görüşmecilerin demografik bilgileri aşağıda eklenmiştir.

Kişiler	Yaş	Cinsiyet	Meslek
K1	50	Erkek	Emekli/Dokumacılık
K2	62	Erkek	Emekli/Dokumacılık
K3	83	Erkek	Emekli/Dokumacılık
K4	77	Erkek	Emekli/Dokumacılık
K5	64	Erkek	Emekli/Dokumacılık
K6	80	Kadın	Ev Hanımı/Dokumacılık
K7	83	Erkek	Emekli/Dokumacılık
K8	59	Kadın	Ev Hanımı/Dokumacılık
K9	88	Kadın	Ev Hanımı/Dokumacılık
K10	69	Erkek	Dokumacılık

Varlıklarını Koruma Kanunu kapsamında korunması gerekli kültür varlığı özelliği olmasıyla Hisar'ın tescilinin uygun olduğuna karar verilmiştir" (Özdemir& Şimşek, 2021: 235-236).

3.2. Beldedeki Göç Olgusu

Köyün coğrafi olarak bulunduğu yerin çok eski çağlardan beri kullanılıyor oluşu görüşmelerde öncelikle köy halkının bilgisinin ne yönde olduğunun analiz edilmesini gerektirmiştir.

Çok fazla bilmiyorum ama 12.yy'da kurulmuş, sütunlar, heykeller varmış ama onlar hep köyden alıp götürülmüş. Okul vardı 50'lerde. Şimdi kimse kalmadı (K7).

Benim çok bilgim yok ama eskiden mesela taşlar bulunurdu, tarlalarda çıkardı biz onları orman müdürlüğüne teslim ederdik, mağaralar falan görürdük eskiden ama ne zaman yapıldı hiç bilmiyorum (K2).

Hisar köy uzun yıllardır yaşamın devam ettiği, birden fazla medeniyete ev sahipliği yapan bir belde olmasına rağmen köy halkının beldenin tarihine yönelik yeterince bilgi sahibi olmaması dikkat çekmiştir.

Göç ile ilintili olarak sorulan sorulara alınan cevaplar doğrultusunda beldenin göç olgusunu birbirinden temelde ayıran özelliklere sahip olduğu saptanmıştır. Beldede 1950 döneminde belirli bir göç paradigması uygulanır iken, 1980'lere gelindiğinde farklı bir göç paradigmasının işlerlik kazandığı gözlemlenmiştir. Günümüzde ise halen ikamet eden az sayıda bireyin varlığı yaşanan göç olgularının neticelerine yönelik analiz yapma gerekliliğini doğurmuştur.

Ayrıca görüşmeler neticesinde elde edilen verilerle de desteklenerek analizler üç farklı temaya ayrıştırılmıştır.

4. 1950 dönemi göç olgusu
5. 1980 dönemi göç olgusu
6. Günümüzde beldenin durumu

3.2.1. 1950 Dönemi Göç Olgusu

Hisar Köy eski dönemlerde dokumacılık ile geçimini sağlayan bir köy olarak bilinmektedir. Köyün coğrafi yapısının geniş dokuma tezgahlarının kurulumuna uygun olmayışının, evlerin küçük ve genişletilemez oluşunun dokumacılığın gelişimini olumsuz etkilediği bilinmektedir (Şimşek, 2019: 66). Buna paralel olarak özellikle 50'ler itibariyle yaşandığı ifade edilen göç olgusunun gerekçeleri sorulanmıştır.

Bizim buralar çok kalabalıktı eskiden. Okul vardı her şey vardı. Sonra Denizli'deki fabrikalar artınca bizim iş yapmamız zorlaştı. Tezgahını satan Denizli'ye yerleşti. Oradaki fabrikalara girdi, köy boşaldı(K3).

Çoğu ekonomik sebeplerle gittiler. Dokumacılık vardı ama işi büyütmek için geniş alanlar lazım. Burada evler hep yan yana, geniş alan yok. İşlemek zorlaşınca gittiler (K5).

İlk göçler ekonomikti. Köyde geçim dokumacılıktı. Denizli'den ip alıp geri Denizli'ye satıyorlardı. Oradan ev alır işimi orda yaparım gibi düşünüp gittiler. Bunlar 50'den itibaren yaşandı (K4).

Geçim sıkıntısı vardı. Yollar düzgün değildi. Denizli'ye gitmek istesek çok uzaktı.

Denizli'ye gitmek İstanbul'a gitmek gibiydi. Yollar çok kötüydü. O yüzden herkesler gitti. (K9)

Görüşmelerden anlaşıldığı üzere Hisar Köy'deki toplu göç sürecini öncelikle sanayileşme etkilemiştir. Geçim kaynağı dokumacılık olan köyün kent merkezlerine kurulan fabrikalarla yarışamayacak duruma gelmesi nedeniyle köy halkının göç etmeyi tercih ettiği anlaşılmaktadır. Özellikle 50'li yıllarda kalabalık bir nüfusa sahip olan köy 80'lere doğru ciddi oranda azalmıştır. Burada coğrafi nitelikli bir göç olayının varlığı da dikkat çekmektedir. Antik kent döneminde Atto-uda her ne kadar Karia, Phrygia ve Lydia gibi önemli antik kentleri birbirine bağlayan bir konumda yer alsa da (Yılmaz-Kolancı, 2021: 370) günümüzde bu özelliğini yitirmiştir. K9'unda ifade ettiği gibi Denizli kent merkezine gitmenin başka bir kente gidiyormuşçasına zor oluşu temel göç nedenleri arasında görülmektedir. Görüşmeler için Hisar Köy'e giderken kendi deneyimlerimiz de göstermektedir ki, köyün engebeli, yollarının ulaşımaya yeterince elverişli olmayan yapısı, köyde dokumacılık özelinde üretim yapıyor olsa dahi, satış için kent merkezine gitmeyi zorlaştırmış ve bireyler öncelikle ekonomik ve dolaylı yoldan coğrafi nedenlerle göç etmeyi tercih etmişlerdir. Söz konusu göç her ne kadar gönüllü göç kategorisinde gibi gözükse de aslında sanayileşme ve kapitalist sürecin yoğun etkisi, bireyleri göç etmek zorunda bırakmıştır demek yanlış olmayacaktır. Öte yandan kentte geçmişte var olan okul, sağlık ocağı vb. kurumlar kapatılmış ve köylünün gündelik yaşamı sekteye uğramıştır.

3.2.2. 1980 Dönemi Göç Olgusu

Hisar Köy’de yaşanan göç süreçleri tek bir nedene dayanmamaktadır. Heterojen yapıda bir göç örneği gözlemlenmektedir. 1980’li yıllara kadar ekonomik nedenlerle göç veren belde bu tarihten sonra yaşanan göçler farklılık arz etmektedir. Köydeki antik eserler her ne kadar daha geçmiş tarihlerde bilinse de taşınmaz kültür ve tabiat varlıklarını koruma kararı neticesinde 1988 yılında “1. Derece Arkeolojik Sit Alanı” olarak ilan edilmiştir (Yılmaz-Kolancı, 2021: 375). 1945 döneminde 1008 kişinin yaşadığı bilinen köy (Özçelik,2006: 895) alınan kararla birlikte yeniden yoğun bir göç süreci yaşayarak günümüzde 25-30 kişinin yaşadığı bir beldeye evrilmiştir (Yılmaz-Kolancı, 2021: 373). Konu ile ilgili halen ikamet edenlerin görüşlerine başvurulmuştur:

Son göçler buranın sit alanı olması nedeniyle yaşandı. Sit alanı olunca gittiler. Köyü aşağı taşıdılar. Herkes de yer satın aldı gitti. Öyle olunca bu köy öldü (K5).

Burası Sarayköy’ün en büyük köyü idi. Ama sonra bir de sit alanı olunca insanlar kendi evine bir çivi bile çakamaz hale geldiler. Öyle olunca birazı Denizli’ye çoğu da Yeni Köy’e yerleşti (K2).

Hisar Köy’ün 1. Derece sit alanı ilan edilmesi köy halkının gündelik yaşamını ciddi oranda etkilemiştir. Zira sit alanı kanununa göre kuramsal çerçevede de ifade edildiği gibi yapılaşmaya ve var olanlar dışında ağaçlandırmaya, ekim, dikim, tarla işlerine izin verilmemesi, herhangi bir fiziksel işlem için izinler alınması gerekliliği⁴ nedeniyle köy halkı, devlet desteği ile Yeni Hisar Köy olarak belirlenen daha aşağıda bir yerleşim yerine yerleştirilmiştir. Köylülerden edinilen bilgilere göre Yeni alan da köylülere öncelik verilerek arsa satışı sağlanmış ve köylünün Yeni Hisar Köy’e yerleşimi hızlanmıştır. Halen köyde ikamet eden bireyler ise yaşadıkları çeşitli aksaklıklardan bahsetmişlerdir:

⁴<https://teftis.ktb.gov.tr/TR-263742/658-nolu-ilke-karari-arkeolojik-sitler-koruma-ve-kullanma-kosullari.html> (15.10.2024).

Burada çökmüş evler var ama kullanamıyoruz ve de yaptıramıyoruz. Bir yerde iyilik yapıp koruyorlar ama bir yerde kötülük. Kanun çok ince düşünüyor. Örneğin mezarlıkta su patlamış DESKİ⁵ gelmiyor. Neden sit alanı, izin alınmadan işlem yapamam diyor. Köy su sorunu yaşıyor patlak boru düzeltilmediği için. İzin de Aydın'dan alınıyor. Aylarca bekleniyor (K1)

88'de sit alanı yaptılar. 2000'lerden sonra yeni köye gidildi. Burada inşaat yapılmaya izin verilmeyince aşağıdan arsa alıp oraya gittiler. Ev içinde bir tamirat için bile Aydın'dan izin almak gerekiyor. Bu yüzden gittiler çoğu (K7).

Görüldüğü gibi beldede yaşanan bir diğer göç olgusu beldenin sit alanı ilan edilmesi ile ilintilidir. Söz konusu durumu çözmek için yeni bir yerleşim yeri ayarlanmış ve köyün taşınması sağlanmıştır. Halen köyde yaşamayı tercih edenler de bulunmaktadır. Fakat bu bireylerin ekseriyetle yaş ortalaması oldukça yüksektir ve evlerinden ayrılmak istememişlerdir. Öte yandan göç eden bireylerin de köyü yazlık olarak kullandıkları ya da hafta sonları ziyaret amacıyla geldikleri bilgisi edinilmiştir. Dolayısıyla her ne kadar göç edilmiş olsa da köylünün belde ile bağlarını korumaya özen gösterdikleri gözlemlenmiştir.

3.3. Beldede Günümüze Yönelik Genel Perspektif

Hisar Köy'de Attouda Antik Kenti'ne yönelik yüzey araştırmaları 2021 yılında başlamıştır. Dolayısıyla kentteki göç süreci yüzey araştırmalarının çok öncesinde gerçekleşmiştir. Beldenin günümüzdeki durumu hakkında köy halkının fikirleri de araştırmaya dahil edilmiştir. Halkın yüzey araştırmalarına yönelik olarak ekseriyetle istekli oldukları, çalışmaları destekledikleri görülmektedir.

Aslında çalışmaları destekliyoruz. Turizmin gelmesini buralarda işletme olmasını çok isterim. Burada araştırma olmasının bana göre dezavantajı yok ama on sene sonra avantajı olacaktır. Çünkü bize kazandırabilir (K1).

Tarihi yerlerin araştırılması güzel ama yavaş ilerliyor. Bize bir zararı olmuyor elimizden geldiğince yardımcı oluyoruz. Bazen buraya gezmeye gelen turistler oluyor ama hiçbir şey olmadığını görünce boşuna mı geldik diyorlar. Eskiden müze vardı, bekçi verilmediği için soygun olayı oldu. Yani güzel ama yapılacak iş çok daha (K7).

⁵Denizli Büyükşehir Belediyesi Su ve Kanalizasyon İdaresi Genel Müdürlüğü

Köy halkının büyük oranda göç etmiş olması yüzey araştırmalarından ekstra etkilenme sebeplerini ortadan kaldırmış gibi görünmektedir. Dolayısıyla köyde ikamet etmeye devam edenler de rahatsız olmamaktadır. Hatta çalışmaların devamını talep etmektedirler. Söz konusu taleplerin temel itici faktörünün ekonomik temelli olduğu açıktır. Köy halkı köye turizmin gelmesiyle gelir artışı yaşayacakları fikrini paylaşıyorlar. Bu nedenle arkeolojik çalışmalarının hızlanması taleplerini dile getirmektedirler.

Tarihle ilgili çalışmaların hakkında olumlu düşünüyorum. Köyün kalkınmasına, yeniden iyi olmasına ekonomik olarak faydası olur. Tanıtım olur. Ama benim düşünceme göre bizler öleceğiz, köyde yaşam tamamen bitecek, zaten kalanların hepsi yaşlı. Ondan sonra hızlanacak bu çalışmalar. Ben öyle görüyorum (K4).

K4'ün ifadeleri oldukça anlamlı görünmektedir. Köyde ikamet eden nüfus azalmış durumdadır. Geriye dönüşlerin yaşanma ihtimali düşük görünmektedir. Köyde ikamet eden kimsenin kalmamasının geleceğe yönelik arkeoloji çalışmalarını hızlandıracakı önsezisi ifade edilebilir. Görüşmelerden yazın ya da tatillerde görece daha genç nüfustan köylülerin beldeye geldiği, köy ile bağlarını korumaya özen gösterdiği anlaşılmaktadır.

Köyde çalışıyorlar ama biz kim oldukları çok bilmiyoruz. Köyde güvenlik sorunu var. Mesela biri alsa götürse eserleri ben nereden bilebilirim. Burada hiçbir polis yok, jandarma yok. Şikâyet etmek istesem nasıl edeceğim, fotoğrafını çeksem daha başıma iş alırım. Karıymıyorum. Zaten burada telefon çekmiyor. İnternet çekmiyor. Bir yangın çıksa ben kime nasıl haber vereceğim (K10).

Köyde yaşamaya devam eden K10 köyün temel sıkıntılara dikkat çekmektedir. Köyde güvenlik güçlerinin olmayışı, internet hizmetlerinin yetersizliği, köylünün erişim, iletişim problemlerinin yanı sıra ciddi güvenlik problemleri yaşama risklerini ortaya koymaktadır.

Köyün günümüzdeki durumuna yönelik köylülerin ifadelerine göre geriye dönüşler pek mümkün olmasa da köylünün yüzey araştırmalarını desteklediği, köye turizmin gelmesi konusunda öncelikle ekonomik nedenlerle istekli oldukları, ayrıca her ne kadar göç etmiş olsalar da köyle bağlarını devam ettirdikleri anlaşılmıştır. Öte yandan köylünün gündelik hayatını köye temel hizmetlerin sağlanmasında yaşanan eksikliklerin ve köyün sit alanı olmasının getirdiği sıkıntıların sekteye uğrattığı ifade edilebilir.

SONUÇ

Göç olgusu sosyoloji literatüründe son dönemde sıklıkla karşılaştığımız konulardan biridir. Özellikle dış göç olayının niceliksel olarak artışı, konu ile ilgili akademik çalışmalar yapma sayısını da artırmıştır. Öte yandan göç olgusu salt dış göç değil iç göç, gönüllü-zorunlu göç, ekonomik temelli göç vb. gibi çok çeşitli göç türlerini ve göç nedenlerini bünyesinde barındırmaktadır. Bu çalışma da söz konusu birden fazla göç değişkenini bir arada barındırmakta, başka bir deyişle heterojen bir göç örneği olarak karşımıza çıkmaktadır.

Bu çalışma Denizli Sarayköy ilçesine bağlı Hisar Mahallesi (köyü)'nde yaşayan bireylerin göç öykülerine yönelik bir durum analizi yapmak amacıyla ortaya konulmuştur. Köy'ün bünyesinde ayrıca Attouda Antik Kenti'nin var olması sürecin merak edilen yanlarından biri olmuştur. 2021 yılında başlamış olan yüzey araştırmalarına yönelik halkın perspektifi de araştırılan konulardan biri olmuştur. Köy halkına yönelik hazırlanan yarı-yapılandırılmış görüşme formu ile derinlemesine görüşmeler gerçekleştirilmiş alınan cevaplar doğrultusunda veriler üç farklı temaya ayrıştırılarak analiz edilmiştir. Öncelikle köy halkının iki farklı dönemde farklı nedenlerle göç ettikleri öğrenilmiştir. Köy'ün geçim kaynağının uzun yıllar dokumacılık olduğu öğrenilmiştir. 50'li yılların ortalarına doğru ekseriyetle ülkede yaşanan sanayileşme ve kentleşme süreçlerinden Hisar Köy'ün de etkilendiği ve köy halkının Denizli merkeze göç ettiği anlaşılmıştır. Köy'ün coğrafi yapısı da söz konusu göçte etkili olmuştur. Köy'ün dik yapısı büyük dokuma tezgahlarının kurulumunu engellemekte, ayrıca merkeze giden yolun engeli yapısı ekonomik anlamda yeterince gelişmesini sekteye uğratmıştır. Öte yandan Denizli kent merkezinde fabrika sayısının ve niteliğinin artışı, evdeki dokuma tezgahlarının yarışır olmasını engellemiştir. Bu nedenle mesleğini kentte devam ettirmek isteyen bireylerin göç ettiği öğrenilmiştir. Söz konusu durum köydeki göç öyküsünün bir kısmını oluşturmaktadır. Diğer kısmı ise köyün 80'li yılların başında 1. Derece arkeolojik sit alanı olarak ilan edilmesiyle ilintilidir. Attouda Antik Kenti'ne ev sahipliği yapan beldenin sit alanı olarak ilanı köy sakinlerinin gündelik yaşam pratiklerini sekteye uğratmıştır. Kanun gereği izin almadan kendi evlerinde herhangi bir tamirat işi yapamamaları, tarlalarını özgürce kullanamamaları, izin almak için çeşitli bürokratik süreçlerin zorluğu gibi nedenlerle köy halkı göç etmiştir. Bu göç olayı için köylüye yönetim tarafından yeni bir alan tahsis edilmiş, köylü arsa ücretlerini ödemek karşılığında yeni yerleşim yerine göç etmiştir. Dolayısıyla yaşanan her iki göç süreci sonunda köyde yaşam neredeyse bitme noktasına gelmiştir. Bunlar dışında köyün günümüzdeki durumu analiz edildiğinde köyde yaşayan çok az sayıda birey kaldığı ve onların da yaş

ortalamasının oldukça yüksek olduğu gözlemlenmiştir. Genç nüfusun hafta sonları ya da yaz tatillerinde geldikleri ve köyü yazlık mekân olarak kullandıkları anlaşılmıştır. Köylünün yüzey araştırmalarını destekledikleri ve köye turizmin gelmesi hususunda oldukça istekli oldukları gözlemlenmiştir. Burada ekonomik gelir elde etme ihtimalinin önemli bir etken olduğu ifade edilebilir. Köydeki bir takım güvenlik sorunu, iletişime yönelik teknik aksaklıkların da günümüzde köyde yaşamayı güçleştirdiği öğrenilmiştir.

Hisar Köy’de birden fazla nedenlerle deneyimlenen göç süreci bireylerin yaşantısını etkilemiş ve köyün boşalmasıyla sonuçlanmıştır. Yaşamaya devam eden köylüler köyün 1. derece sit alanı olmasına yönelik kuralların bir miktar esnetilmesini ve köydeki güvenlik ile iletişim sorunlarının çözümünü talep etmektedirler. Çalışmanın sonucunda; göç olgusunun yerleşim yerinde neden olabileceği ciddi değişim ve dönüşümler gözler önüne serilmiştir. Köye yeniden yaşam formunun kazandırılması güç gibi gözükmemektedir. Yapılan arkeolojik çalışmalarda yol kat ettikçe köyün turizme açılması köylünün direkt olarak köyde yaşamaya dahi dolaylı olarak aidiyet hissini diri tutmasını sağlayacaktır.

KAYNAKÇA

- Adıgüzel, Y. (2019), *Göç Sosyolojisi*, Nobel Akademik Yayıncılık.
- Balaban-Sarı, J. (2018), “Verilerin Toplanması”, *Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri*, (edt. Ali Şimşek), Anadolu Üniversitesi Yayınları.
- Creswell, J. W. (2007). *Qualitative Inquiry & Research Design: Choosing Among Five Approaches*. USA: SAGE Publications.
- Hitchcock, G. & Hughes D. (1995), *Research And The Teacher: A Qualitative Introduction To School-Based Research*.
- Koçancı, M. (2024), “Göç Sosyolojisi”, *Sosyolojiye Giriş*, (edt. Songül Sallan Gül), Kafka Kitap Kafe Yayınları.
- Neumann W. L. (2022), *Toplumsal Araştırma Yöntemleri (1-2)*, (çev. Özlem Akkaya), Siyasal Kitabevi.
- Özdemir, A. ve Şimşek, I. (2021), “Kentsel Arkeolojik Sit Alanlarında Koruma Yaklaşımı: Denizli, Hisar (Attouda) Örneği.” *Art-Sanat*, 15(2021): 229–248.
- Özçelik, Selahattin. Yerel Tarih Araştırmalarında Yeni Bir Kaynak (Evlenme Defterleri) Hisarköy Örneği – 200 Yıllık Gelenek, XV. Türk Tarih Kongresi, Ankara, 11-15 Eylül 2006, IV. Cilt, 2006.
- Şimşek, İ. (2019), *Kentsel Arkeolojik Sit Alanlarında Koruma-Canlandırma Önerileri: Hisar (Attouda) Örneği*, (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Pamukkale Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, Şehir ve Bölge Planlama Anabilim Dalı, Denizli.
- Tekin, M., K., & Deniz, O. (2023), “İklimsel Göçün Küresel Ölçekte Mekânsal Görünümü”. *İstanbul Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 22(48), 981-1004.
- Uluslararası Göç Örgütü (IOM), (2013), *Göç Terimleri Sözlüğü*, (edt. Richard Perruchoud ile Jillyanne Redpath – Cross), IOM.
- Yılmaz-Kolancı, B. (2021), “Attouda ve Hisar Köyü’nün Denizli Turizmindeki Yeri ve Önemi”, *Dr. Nevzat Gündoğ’a Vefa Tarih, Kültür ve Sanat Yazıları*, (edt. Yusuf KILIÇ, Ercan HAYTOĞLU), Çizgi Kitabevi Yayınları.
- Yılmaz Kolancı, B. – Gümeli, O. (2022), “Attouda’dan Cornucopia Kabartmalı Silindirik Altar”, *OANNES – Uluslararası Eskiçağ Tarihi Araştırmaları Dergisi*, 4/2, 607 – 623.
- <https://teftis.ktb.gov.tr/TR-263742/658-nolu-ilke-karari-arkeolojik-sitler-koruma-ve-kullanma-kosullari.html> (15.10.2024).



BÖLÜM 51

Sosyal Girişimcilik

Kemalettin Eryeşil¹ & Mehtap Öztürk²

¹ Doç. Dr., Şırnak Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İşletme Bölümü.
ORCID: 0000-0002-4678-8249

² Doç. Dr. Selçuk Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İşletme Bölümü.,
ORCID: 0000-0001-8513-9842

GİRİŞ

Son yıllarda popüler bir fenomen olarak ivme kazanan (Dato-on ve Kalakay, 2016: 132) sosyal girişimcilik, sosyoloji (Hockerts vd., 2010; Kriauciunas vd., 2011), girişimcilik (Chell vd., 2010; Corner ve Ho, 2010), kamu yönetimi (Bagnoli ve Megali, 2009; Meyskens vd. 2010), finans (Austin vd., 2006), psikoloji ve eğitim (Chand ve Misra 2009) gibi farklı disiplinlerde incelenen bir kavram haline gelmiştir (Duane Ireland ve Webb 2007; Short vd., 2009; Lehner ve Kanıkas, 2013: 198-199). Sosyal girişimcilik kavramı ilk kez Bill Drayton'ın sosyal girişimcileri bir araya getiren bir sivil toplum kuruluşu olan Ashoka'yı kurmasıyla gündeme gelmiştir. Ancak bu alandaki akademik yayınlar 1991 yılında, sosyal girişimcileri kamu sektörü ile bağlantılı değişim ajanları olarak tanımlayan bir yayınlı yazında görünür olmuştur. 1998 yılında ise sosyal girişimcilik olarak ilk kez kavramsallaştırılmasıyla akademik yazına kazandırılmıştır. Ayrıca kamu kurumları açısından ise Avrupa Komisyonu, Avrupa'da sosyal girişimcilik ekosistemini desteklemek için 2011 yılında Sosyal İşletme Girişimi programını başlatarak bu gelişmede önemli bir rol oynamıştır. Ancak tüm bu gelişmelerin paralelinde, sosyal girişimciliğin tanımı üzerinde akademik yazında halen netlik bulunmamaktadır (García-Jurado, vd., 2021: 1). Sosyal girişimcilik alanının ve gelecekteki çalışmaların üzerine inşa edilebileceği genel kabul görmüş bir tanım oluşturma umudu da dahil olmak üzere birçok amaçla sosyal girişimcilik literatürü incelemeleri gerçekleştirmiştir. Ancak bugüne kadar akademisyenler arasında sosyal girişimciliğin kesin bir tanımı üzerinde fikir birliği sağlanamamıştır. Bununla birlikte, sosyal girişimciliğin sınırları ve ticari girişimcilik, kâr amacı gütmeyen kuruluşlar, devlet kurumları ve sivil toplum kuruluşları gibi diğer yapılarından ayrımı konusunda genel bir fikir birliği bulunmaktadır (Dato-on ve Kalakay, 2016: 133). Bu nedenle sosyal girişimcilik kavramının tanımlanması özellikle sınırlı sayıda çalışma ile ele alınan yönetim yazını için de önemli bir unsurdur (Saebi vd., 2019). Bu doğrultuda bu bölümde sosyal girişimcilik kavramı, temel özellikleri, tarihsel gelişimi, öncülleri ve sonuçlarının yönetim yazını açısından ayrıntılı olarak incelenmesi amaçlanmıştır.

Sosyal girişimcilik, sosyal değer yaratma fırsatlarının algılanma ve bu fırsatları takip etmek için sosyal amaçlı kuruluşların oluşturulmasıyla ilişkili faaliyetlerdir (Geradts ve Alt, 2022). Sosyal girişimciler, sosyal amaçlarını gerçekleştirmek için mali açıdan sürdürülebilir stratejiler benimser ve işsizlik, sağlık ve sosyal bakım hizmetlerine erişimdeki eşitsizlikler, düşük kaliteli konutlar, yüksek suç oranları, yoksunluk ve sosyal dışlanma gibi çok çeşitli sosyal sorunları ele alırlar (Öztürk, 2020: 195). Her ne kadar sosyal amaçlı kuruluşlar uzun yıllardır

var olsalar da esas olarak sosyal, ekonomik ve çevresel yenilenmeye katkıda bulunma potansiyelleri nedeniyle son zamanlarda politika düzeyinde artan bir ilgi görmektedir. Bu yenilenen ilgi, araştırma odaklı olmaktan ziyade politika odaklı olmuş ve sosyal kapasite oluşturma, karşılanmamış ihtiyaçlara cevap verme, yeni çalışma biçimleri yaratma, yerel kalkınmayı teşvik etme, yeni mal ve hizmetler tanımlama, entegrasyonu teşvik etme, istihdam yaratma, bir sektörün ve bölgenin çekiciliğini artırma, güçlendirme ve yerel varlıkları birleştirme gibi potansiyel katkılarına ilişkin birçok iddia ortaya atılmıştır (Haugh, 2005: 1). Sosyal girişimciler genellikle, dışlanmış, marjinalleştirilmiş veya acı çeken ve kendileri bu durumu değiştirmeye muktedir olmayan nüfus kesimlerinin durumunu iyileştirmek için bir işletme mantığını yeni ve girişimci bir şekilde kullanan bireyler ve kuruluşlar olarak görülmektedir (Saebi vd., 2019: 70-71). Sosyal girişimciliğin yeni endüstriler yaratmak, yeni iş modellerini uygulamak ve ihmal edilen toplumsal sorunlara kaynak tahsis etmek gibi ekonomik sistem üzerinde derin etkileri bulunmaktadır. Başka bir bakış açısıyla, sosyal girişimcilik sosyal refahı artırmak için iş modellerini benimseyerek yaptığı önemli ve çeşitli katkıları vurgulamakta ve inovasyon, istihdam yaratma ve ekonomik büyümenin itici gücü olarak hizmet etme yeteneğine dikkat çekilmektedir (Santos, 2012: 335; Dato-on ve Kalakay, 2016: 132).

1. Sosyal Girişimcilik Kavramı

Sosyal girişimcilik kavramı 1950'lerden beri var olmasına rağmen son yıllarda önemli ve etkili bir literatür akımı haline gelmiştir. Sosyal girişimcilik yok-sullukla mücadele etmek (Bloom, 2009; Ghauri vd., 2014), kadınları güçlendirmek (Datta ve Gailey, 2012), sosyal dönüşümü teşvik etmek (Alvord vd., 2004) ve kurumsal değişim yaratmak (Nicholls, 2008) için güçlü bir mekanizma olarak tanımlanmıştır. Bu çeşitlilik ise sosyal girişimciliğin girişimcilik, sosyoloji, ekonomi, antropoloji gibi farklı disiplinlerden ve alanlardan beslendiğini göstermektedir (Saebi vd., 2019: 71). Sosyal girişimcilik teriminin de evrensel olarak üzerinde uzlaşılmış bir tanımı yoktur, bu da sosyal girişimcilik kavramını çok çeşitli sosyal fayda sağlayan girişimleri ve faaliyetleri kapsayan geniş kapsamlı bir terim haline getirmektedir (Klarin ve Suseno, 2023: 566). Zahra vd. (2009) sosyal girişimciliği “yeni girişimler yaratarak veya mevcut kuruluşları yenilikçi bir şekilde yöneterek sosyal refahı artırma fırsatlarını keşfetmek, tanımlamak ve kullanmak için üstlenilen faaliyetler ve süreçler” olarak tanımlamıştır. Sosyal girişimciliğin misyonu hem sosyal hem de ekonomik değer yaratmaktır (Klarin ve Suseno, 2023: 567). Certo ve Miller (2008) ise sosyal girişimciliğin özellikle sosyal bir amaç için girişimcilik faaliyetlerinde bulunan bireyler ve ticari kuruluş-

larla ilgili olduğunu ifade etmiştir. Buna örnek olarak; yoksul Hintli çiftçilere uçtan uca tarımsal hizmetler sunan bir pazarlama uzmanının sosyal girişimcilik girişimi olan Janani Foods Private Limited şirketini gösterebilmektedir (Gupta vd., 2020: 209). Sosyal girişimcilik tek bir bağlamla sınırlı olmayıp, “kâr amacı gütmeyen kuruluşlar, iş dünyası veya devlet sektörleri içinde veya genelinde meydana gelebilecek yenilikçi, sosyal değer yaratan faaliyetleri” ifade etmektedir (Austin vd., 2006: 2; Saebi vd., 2019: 73).

Sosyal girişimciliğin temel unsurları, kişisel veya hissedar zenginliğinin aksine sosyal değer yaratılması ve ürün, hizmet, organizasyon veya üretimin yeni kombinasyonlarının yaratılması yoluyla yıkıcı değişim veya yenilik türü gibi bir sosyal oluşum faaliyeti ile karakterize edilir. Örneğin, Filipin gecekondü mahallelerinde yaşayanlar için güneş enerjili çatı pencereleri, sadece su ve çamaşır suyu ile doldurulmuş plastik içecek şişelerinden yapılan yeni bir ışık kaynağı sağlamaktadır. Bu ışıklar 55 w’lık bir ampule eşdeğer olup, elektrik faturalarını ayda yaklaşık 10 ABD doları azaltmakta ve bireylerin daha uzun saatler boyunca ve daha iyi çalışma koşullarında çalışmalarına olanak sağlamaktadır (Phillips vd., 2015: 3). Sosyal girişimcilik, yoksul insanlara uygun fiyatlı ve yüksek sübvansiyonlu hizmetler sunması gibi sosyal hedeflere ulaşmak için ticari faaliyetlerde bulunan kuruluşları ifade etmektedir. Bu anlamda sosyal girişimciler, bir yandan ekonomik getiri ve kâr elde ederken diğer yandan da çevreyi değiştirme hedefiyle sosyal değer odaklı girişimlerdir. Bu açıdan sosyal girişimciler çoğunlukla aşağıdan yukarıya sosyal değişimler için kaynakları harekete geçiren farklı aktörler arasında koordinasyon sağlayan bir ortaklığa dayanan kolektif bir örgütlenme biçimi olarak ele alınmaktadır (Hidalgo vd., 2024: 188). Sosyal girişimciliğin en çarpıcı örneği, geleneksel finansal sistemden hizmet alamayanlara mikro kredi sağlayan ilk finansal aracı olan Grameen Bank’tır. Bir diğeri ise, prosedürleri standart hale getirerek ve ödeme gücü olanlardan ek hizmetler karşılığında daha yoksul hastaların ameliyat masraflarını karşılamalarını isteyerek ilk kez temel göz ameliyatı ve göz bakımını karşılayamayanlara ulaştıran Aravind Göz Hastanesi’dir. Bunun yanı sıra aile içi şiddet mağduru kadınları eğiten ve istihdam eden fırınlardan, kazançlarını çeşitlilik ve katılım programlarına yatıran spor salonlarına; Afrika’da temiz su sistemleri kuran şişelenmiş su üreticilerinden, eski araçlardan ve mobil teknolojiden yararlanarak kırsal köylere sağlık hizmetleri götüren kuruluşlara kadar, sağlık alanı da dahil dünya çapında çok sayıda ve giderek daha iyi bilinen sosyal girişimcilik örnekleri de bulunmaktadır (Collavo, 2023: 7-8; Durmuş ve Yıldırım Durmuş, 2023: 71).

Alan yazında sosyal girişimcilik bireysel girişimcilere odaklanılan mikro düzey; kuruluşlara odaklanılan mezo (orta) düzey ve son olarak, ekonomik ve sosyal

bağlamın genel bir perspektifine odaklanan makro düzey olmak üzere üç düzeyde ele alınmaktadır (García-Jurado vd., 2021: 2-3). Mikro düzeyde sosyal girişimcilik, bireysel girişimcilerin sosyal değer yaratma misyonu, iş fırsatlarını belirleme, inovasyonu sürdürme ve yüksek sosyal sorumluluk bilinciyle hareket etme gibi özelliklerini vurgular. Sosyal girişimciler, geleneksel sorunlara yenilikçi çözümler arayarak dönüştürücü bir etki yaratmayı ve oluşturdukları modellerin ölçeklenebilir olmasını hedefler. Bu bağlamda, bir sosyal girişimciyi harekete geçiren unsur kâr elde etme arzusunun ötesinde bir sosyal misyon fikriyle ilişkilendirilmektedir. Sosyal girişimciler sadece yardım sağlamaya odaklanmazlar sürdürülebilir değişim ve gerçek bir sosyal dönüşüm yaratmak için çalışmaktadırlar (Grassi ve Toschi, 2024). Mezo düzeyde sosyal girişimcilikte odak noktası girişimlerin kendisidir. Sosyal girişimler, kârlarının büyük bir kısmını ekonomik faaliyetlerden elde eden, ancak bunu bağışlar veya hibeler gibi ticari olmayan gelir kaynaklarıyla da birleştiren hibrit kuruluşlar olarak tanımlanır. Temel misyonları, finansal sürdürülebilirliği sağlayarak sosyal fayda yaratmak ve dönüştürücü etkiye ulaşmaktır. Bu yapı, klasik ekonomik modellerden farklı olarak finansal kazanç yerine sosyal faydayı maksimize etmeyi hedefler. Makro düzeyde sosyal girişimlerin ekonomik, sosyal ve örgütsel bağlamla ilişkisi ele alınır. Ekonomik faktörler, özellikle finansman sistemlerinin durumu, sosyal girişimlerin devam edebilirliği üzerinde belirleyici rol oynar. Sosyal girişimler, faaliyet gösterdikleri bağlama özgü zorlukları yenilikçilikle aşarak sosyal değer yaratırlar. Bu bağlamda sosyal inovasyon, toplumsal ihtiyaçlara çözümler sunan ve paydaşlar arası iş birliğini güçlendiren bir mekanizma olarak öne çıkar (Akdoğan vd., 2012: 2). Daha spesifik olarak, sosyal inovasyon doğrudan sosyal girişimlerin doğasıyla bağlantılıdır ve ilk olarak değişimle ilgili farklı ihtiyaçları veya fikirleri kamu hizmeti gerçeklerine ve hatta kamu kaynaklarının doğru kullanımına yönelik mekanizmalara dönüştürmenin bir yolu olarak tanımlanmıştır. Sosyal girişimcilik, bireysel ve kurumsal düzeyden toplumsal sisteme kadar geniş bir perspektifte sosyal dönüşüm sağlayan yenilikçi bir model sunar (Klarin ve Suseno, 2023).

Sosyal girişimcilik genellikle açık bir sosyal amaç (örneğin, eğitim, sağlık, beslenme ve güvenliğin iyileştirilmesi) üzerine inşa edilmiş, kâr elde ederken sosyal değer yaratmaya çalışan ve bunu girişimci/yenilikçi bir şekilde yapan hibrit bir kuruluş olarak tanımlanmaktadır. Sosyal girişimcilik süreci ise sosyal fayda sağlayan ve sürdüren kuruluşların ve/veya uygulamaların yaratılmasını amaçlayan fırsatları takip etmek için kaynak bileşenlerinin yenilikçi kullanımını içermektedir (Mair ve Noboa, 2006: 122; Saebi vd., 2019: 73). Başarılı sosyal girişimcilerin dokuz özelliği bulunmaktadır (Chou ve Lin, 2024: 331):

- Sosyal girişimcilik topluma yenilikçi çözümler sunar.

- Sosyal girişimcilik sosyal değer üretir.
- Sosyal girişimci toplumda değişim ajanı olarak hizmet eder.
- Sosyal girişimcilik sosyal hareketi, ağı, kültürü, kimliği ve imajı ve bilişselliği kolaylaştıran bir sosyal süreç biçimidir.
- Sosyal girişimcilik, kalıp kıran fikirler aracılığıyla sürdürülebilir değişim arar.
- Sosyal girişimcilik, girişimcilik açısından erdemlidir.
- Sosyal girişimcilik, sosyal fırsat farkındalığı taşır.
- Sosyal girişimcilik, risk toleransını, proaktifliği ve yenilikçiliği destekler.
- Sosyal girişimcilik, muhakeme yeteneğine sahiptir.

Sosyal girişimciliğin özü, gönüllü faaliyetlere katılımın ötesine geçerek, sürekli yenilikçiliğe ve sosyal değişim için köklü bir arzuya dayanan derin bir girişimci zihniyet gerektirir. Yeni fırsatların farkına varmak ve sosyal inovasyonla ilgilenmek arasındaki bu bağlantı hem sosyal inovasyon hem de sosyal girişimciliğin dirençli ve adil bir toplumu teşvik etmek için hayati mekanizmalar olarak hizmet etmesi nedeniyle sosyal girişimciliğin potansiyelini vurgulamaktadır. Bu nedenle, sosyal girişimcilik, sosyal refahı artırmak için fırsatları tanımlamak ve kullanmak amacıyla yeni girişimlerin yaratılmasını veya mevcut girişimlerin yenilikçi bir şekilde yönetilmesini içermektedir (Sampaio ve Sebastião, 2024: 2). Sosyal girişimciler için bir sosyal girişim kurmanın temel amacı insanların yaşamlarında sürdürülebilir bir değişim yaratmaktır. Bu değişim bireysel düzeyden ziyade topluluk düzeyinde olmalı ve istenen sonuçlardan çok sosyal etkiye odaklanmalıdır. Ancak, sosyal girişimciler sosyal değişimi kendi başlarına sağlayamazlar. Devlet desteğine ihtiyaç duyarlar ve gelişimlerine yardımcı olacak politikalara bağımlıdırlar (Kamaludin vd., 2024: 29). Başka bir ifadeyle, sosyal girişimciliğin temel amacı sosyal amaçlı yeni girişimler yaratmanın yanı sıra devlet veya ticari sektör tarafından henüz ele alınmamış sosyal ve toplumsal ihtiyaçları karşılamaktır. Dar anlamda finansal hedefleri karşılamakla ilgilenen ticari ve kapitalist ekonominin aksine, sosyal girişimcilik sosyal uyum ve refahı destekleyen bir dayanışma mantığını teşvik eder (Fayolle ve Matlay, 2010: 1).

Abu-Saifan (2012) sosyal girişimciyi, finansal olarak bağımsız, kendi kendine yeten veya sürdürülebilir girişimcilik odaklı bir varlık aracılığıyla daha az ayrıcalıklı olanlara sosyal değer sunmak için bir dizi girişimcilik davranışını kullanan

misyon odaklı bir birey olarak tanımlamıştır. Lumpkin vd. (2013) ise sosyal girişimciliği kaynakların sosyal ihtiyaçları karşılamak, sosyal değişimi teşvik etmek veya yeni kuruluşlar yaratmak için yeni yollarla birleştirildiği bir sosyal değer yaratma süreci' olarak tanımlamıştır (Kamaludin vd., 2024: 30). Choi ve Majumdar'e göre (2014) sosyal girişimcilik esasen tartışmalı bir kavramdır ve bu da sosyal girişimciliğin evrensel bir tanımını bulmanın neden bu kadar zor olduğunu ve farklı taraflar arasında neden farklı anlamlara yol açtığını açıklamaktadır (Sabeji vd., 2019: 72). Sosyal girişimciliğin, alan yazında var olan çeşitli yorum ve uygulamalarını bir araya getiren bir tanımı ise bir birey veya kuruluş tarafından sürdürülen, ana misyonu sosyal ve/veya çevresel bir hedefin peşinde koşmak olan, tüm paydaşların çıkarlarını dikkate alan ve girişimcilik özellikleri gösteren bir faaliyet olarak ifade edilmektedir (Collavo, 2023: 19).

2. Girişimcilik ve Sosyal Girişimcilik İlişkisi

Pazar (piyasa) olanaklarını ve karşılanmamış gereksinimleri keşfetmeye, ardından bu ihtiyaçları karşılamak ve müşterilere değer sağlamak için çözümler geliştirmeye odaklanan yaratıcı bir süreç olarak tanımlanan girişimcilik kavramı, gelecek ürün ve hizmetleri üretme fırsatlarının kimler tarafından, nasıl ve hangi sonuçlarla keşfedildiği, değerlendirildiği ve kullanıldığına dair akademik bir araştırma alanı olarak karşımıza çıkmaktadır (Aslan, 2022: 112). Girişimcilik, dijital çözümlerin benimsenmesinin zorunlu hale geldiği istikrarsız ortamlarda hayatta kalmak ve büyümek isteyen bir kuruluşun ön koşullarından biri olarak kabul edilmektedir. Bu bağlamda, sosyal girişimcilik, karşılanmamış sosyal ihtiyaçları karşılamada başlıca bir yenilik kaynağı olarak tanıtılmıştır. Sosyal girişimcilik, girişimcilik kavramını sosyal bir amaçla geliştirmekte ve bütünleştirmektedir. Bununla birlikte, sosyal girişimciliğin toplumun en acil sorunlarına ve zorluklarına yenilikçi çözümler sunma potansiyeli, araştırmacıların ve uygulayıcıların ilgisini çekmiş ve ilgili literatürün büyümesini sağlamıştır (Al-Omouh vd., 2023: 2624). Sosyal girişimcilik, girişimcilik üzerine güçlü bir teori ve araştırma geleceğine dayanmaktadır ve sosyal girişimci bir tür girişimci olarak düşünülebilir. Ticari ve sosyal girişimciler arasında bir paralellik bulunmakla birlikte sosyal misyonlarında birtakım farklılıklar bulunmaktadır. Sosyal misyon, sosyal girişimciler için merkezi ve açıktır ve etkileri servete göre değil misyona göre değerlendirilir. Sosyal girişimciler için zenginlik yalnızca belirli bir amaca ulaşmak için bir araçtır ve kâr amacı gütmeyen girişimler tarafından ele alınmayan ihtiyaçları karşılarlar. Bunun aksine, ticari girişimciler için zenginlik yaratmak, değer yaratmayı ölçmenin bir yoludur. Ticari girişimciler karlarını maksimize etmek için piyasa değişimine odaklanırlar. Bu bağlamda bir sosyal girişimcinin te-

mel özellikleri değer yaratma misyonunu desteklemek için yeni fırsatların tanınması ve aralıksız takip edilmesi, inovasyon ve modifikasyona sürekli katılım ve kaynak sınırlamalarını kabul etmeden atılan cesur adımlar olarak sıralanabilmektedir (Hidalgo vd., 2024: 186).

Sosyal girişimciliği ticari girişimcilerden ve daha geniş kapsamlı kâr amacı güden kuruluşlardan ayıran şey, toplumsal sorunlara yanıt olarak gerçekleşen toplumsal dönüşümlerdir. Bu nedenle sosyal girişimcilik, girişimcilikten ayrı bir araştırma alanıdır (Klarin ve Suseno, 2023: 566). Sosyal girişimcilik, özel kazançlar yerine sosyal değer yaratmaya ve sürdürmeye odaklanan, sosyal sektördeki bir değişim ajanı rolünü temsil eder. Sosyal bir misyona hizmet etmek için yeni fırsatları tanımayı ve sürekli takip etmeyi, sürekli inovasyon, adaptasyon ve öğrenmeyle uğraşmayı içerir. Sosyal girişimciler, genellikle mevcut kaynaklarla sınırlı kalmadan cesurca hareket eder ve hizmet verilen kesimlere ve yaratılan sonuçlara karşı yüksek bir hesap verebilirlik duygusu sergiler. Bu yaklaşım, zenginlik yaratmaktan ziyade sosyal etkiyi ve misyonla ilgili etkileri vurgulayarak onları ticari girişimcilerden ayırır. Ayrıca, sosyal girişimcilik, sosyal ihtiyaçları ele almak ve sosyal değişimi harekete geçirmek için yenilikçi kaynak kullanımı ve fırsatları birleştirir. Ekonomik kazançtan ziyade sosyal değer yaratmaya daha fazla vurgu yapması bakımından ticari girişimcilikten ayrılır. Bu süreç yalnızca hizmet ve ürün sunumlarını değil, aynı zamanda toplumsal dönüşüme ve toplumsal sorunların ele alınmasına odaklanan yeni kuruluşların kurulmasını da içerir ya da bireylerin veya grupların sosyal değer yaratmayı amaçladığı çok yönlü bir faaliyettir. Bu, sosyal değer yaratma fırsatlarının farkına varılması ve bunlardan yararlanılması, inovasyonun kullanılması, riskin tolere edilmesi ve mevcut kaynaklardaki sınırlamaların göreceli olarak göz ardı edilmesiyle gerçekleştirilir (Sampaio ve Sebastião, 2024: 2).

Sosyal ve ticari girişimcilik arasındaki ayrım ikili bir ayrımdan ziyade tamamen sosyalden tamamen ekonomik olana kadar uzanan bir sürekliliktir. En uç noktalarda bile her ikisinden de unsurlar bulunmaktadır. Diğer bir ifade ile hayırseverlik faaliyetleri yine de ekonomik gerçekleri yansıtmalı, ekonomik faaliyetler ise yine de sosyal değer üretmelidir. En geniş anlamıyla sosyal girişimcilik, sosyal bir ihtiyacı sürdürülebilir bir şekilde karşılayan fırsatları keşfetmek ve bunlardan yararlanmak için kaynakların yenilikçi bir şekilde kullanılması olarak tanımlanmaktadır. Bu tanımda birincil vurgu, piyasa güçlerinin ele almakta başarısız olduğu veya göz ardı ettiği bir sosyal ihtiyacın karşılanmasıdır. Sosyal girişimcilik, bazı kişi veya kişilerin yalnızca veya belirgin bir şekilde bir tür sosyal değer yaratmayı amaçladığı ve bu değeri yaratmak için fırsatları tanıma ve kul-

lanma, inovasyonu kullanma, riski tolere etme ve mevcut kaynaklardaki sınırlamaları kabul etmeyi reddetme gibi bazı kombinasyonlarla bu amacı takip ettiği durumlarda uygulanır (Desa, 2010: 12). Sosyal girişimcilik, geleneksel girişimciliğin yaratıcılığını toplumu değiştirme misyonuyla birleştirirken yeni kaynak türlerini farklı şekillerde kullanmak olarak tanımlanabilir. Bu anlamda, girişimcilik bir motto haline gelmiştir ve politika yapıcılar sosyal girişimciliği birçok sosyal soruna çözüm olarak görmektedir. Sonuç olarak, sosyal girişimciler, eğitimleri belirledikleri ve toplum tarafından henüz tanınmamış bir sorunu görerek ve/veya farklı bir perspektiften bakarak sosyal ve çevresel sorunlara yenilikçi çözümler aradıkları için değişim yaratıcıları rolünü üstlenirler. Kâr amacı gütmeyen girişimlere ek olarak, sosyal girişimcilik, kâr amacı güden toplum geliştirme bankaları ve kar amacı güden unsurlarla kar amacı gütmeyen unsurları birleştiren karma kuruluşlar gibi sosyal hedefleri olan iş girişimleri tarafından da takip edilebilir. Bu perspektif, sosyal yönelimli girişimcilik faaliyetlerinin kapsamını genişletmeye yardımcı olur (Hidalgo vd., 2024: 186).

3. Sosyal Girişimcilik Kavramının Tarihsel Gelişimi

Sosyal girişimcilik, bireylere ve topluluklara hitap etmekten (Haugh ve Talwar, 2016; Parthiban ve ark., 2020; Qureshi vd., 2021), yoksulluğun azaltılmasına (Hackett, 2010; Mair vd., 2012; Sutter vd., 2019) ve çevrenin korunmasına kadar (Belz ve Binder, 2017; Calic ve Mosakowski, 2016) girişimcilik faaliyetlerinin başlangıcından beri bir fenomen olarak varlığını sürdürmektedir. Sosyal girişimciliğin ortaya çıkışı, hükümetlerin ve kamu sektörünün giderek daha karmaşık hale gelen sosyal refah ihtiyaçlarını ve zorluklarını karşılamadaki artan yetersizliği ile aynı zamana denk gelmiştir (Klarin ve Suseno, 2023: 566). Sosyal girişimcilik, bir faaliyet olarak çok eskiye dayansa da kavram olarak ancak 1990'larda tanımlanmaya başlanmıştır. Kökenleri Aydınlanma Çağı'na kadar uzanan bu yaklaşım, toplumların ekonomik ve sosyal fayda sağlama amacıyla özel girişimleri teşvik etmesiyle gelişmiştir. 19. yüzyılda Robert Owen gibi girişimciler, işçilerin eğitimini ve ekonomik refahını artırmak amacıyla iş birliği köyleri kurmuş, bu dönemde kooperatifler de yaygınlaşmaya başlamıştır. Rochdale Equitable Pioneers Society gibi örnekler ise sosyal girişimciliğin ilk pratik uygulamaları olarak kabul edilebilir.

20. yüzyılın ortalarında ise Dünya Savaşı sonrası ortaya çıkan yoksulluk, sosyal dayanışma ve yeniden yapılanma ihtiyacı, girişimci faaliyetlerin sosyal etki yaratma potansiyelini artırmıştır. Marshall Planı, uluslararası örgütlerin kurulması ve teknolojik gelişmeler, bu çabalar için kaynak ve fırsatlar yaratmıştır. 1948'de Oxfam'ın kendi gelirini sağlamak için yardım mağazası açması, 1960'larda engellilerin istihdamını amaçlayan girişimler ve Grameen Bank'ın

1970’lerde Bangladeş’te kurulması bu dönemin dikkat çeken örnekleridir. Adil Ticaret hareketi de bu dönemde doğmuş, 1940’lardan itibaren kırsal toplulukların ürünlerini destekleyen STK’lar ve dini kuruluşlar ile 1990’larda Fairtrade Vakfı’nın oluşturulmasıyla gelişmiştir. Bu süreçte sosyal girişimcilik, hükümetler, hayırseverler ve iş dünyası tarafından dikkat çekici bir çözüm olarak görülmüş, toplum yararına yenilikçi yolların desteklenmesi gündeme gelmiştir. 1990’larda, kavramsal olarak sosyal girişimcilik akademik ve uygulamalı çalışmaların konusu olmaya başlamıştır. Banks ve Drucker, 1970’lerde “sosyal girişimci” kavramını kullanmış; ancak bu kavram o dönem için merkezî bir öneme sahip olmamıştır. Dennis Young ve Ashoka’nın kurucusu Bill Drayton, 1980’lerde sosyal girişimciliği tanımlamaya yönelik çalışmalar yapmışlardır. 1991’de İtalyan hükümeti sosyal kooperatifleri düzenleyen bir yasa çıkarmış, ancak bu girişimler o dönemde sosyal girişimcilik adı altında tanımlanmamıştır. Avrupa ve Amerika’da “sosyal” ve “girişimcilik” kavramları, 1993-1998 yılları arasında akademik çalışmalarda düzenli olarak bir arada kullanılmaya başlamış ve sosyal girişimcilik kavramsal bir çerçeveye oturmuştur. Sonuç olarak, sosyal girişimcilik, tarihsel olarak ekonomik ve sosyal kalkınmayı hedefleyen girişimci faaliyetlerin bir sonucu olarak ortaya çıkmış, ancak modern anlamda kavramsallaşması 20. yüzyılın sonlarına doğru gerçekleşmiştir. Bu dönüşüm, sosyal sorunlara çözüm üretmek amacıyla girişimcilik ve yenilikçiliği birleştiren bir yapı oluşturmuştur (Collavo, 2023: 9-10).

Sosyal girişimcilik üzerine gelişmekte olan literatür incelendiğinde dört ana akımın olduğu görülmektedir. İlk olarak, sosyal girişimcilik alanını tanımlamaya ve onu benzersiz bir çalışma olgusu olarak farklılaştırmaya çalışan bir literatür bulunmaktadır. Alanın tanımları yönetim, girişimcilik ve örgüt teorisi literatürlerinde yer alan argümanlara dayanmaktadır. Sosyal girişimcilik, sosyal meseleleri ele almak için kullanılan bir dizi yenilikçi yaklaşım olarak tanımlanmaktadır. Farklı sosyal girişim türlerini yakalamak için çerçeveler sunulmaktadır. Bireysel sosyal girişimci ve fırsatın doğası bu literatürde önemli bir rol oynamaktadır. İkinci bir akım, sosyal girişimlerin faaliyet gösterdiği kaynak kısıtlı ortamlara odaklanmaktadır. Literatür büyük ölçüde tanımlayıcıdır ve sosyal girişimlerin sosyal misyonlarına hizmet etmek için kaynakları nasıl edindikleri ve kullandıklarına odaklanmaktadır. Üçüncü bir akım, kurumların sosyal girişimler üzerindeki kısıtlayıcı ve kolaylaştırıcı rolünü ele almaktadır. Bu akımdaki literatür, sosyal girişimciliği bireysel girişimler ve topluluklar düzeyinde etkileyen iç yönetim mekanizmalarına ve dış düzenleyici eylemlere odaklanmaktadır. Bu akıma yeni eklenen bir akım, sosyal girişimciliğin mevcut kurumlara rağmen nasıl ortaya çıkabileceğine, böylece kamu algılarını nasıl değiştirebileceğine ve süreç

içinde nasıl yeni pazarlar yaratabileceğine odaklanmaktadır. Dördüncü bir akım ise sosyal girişimcilik için performans ölçütlerine odaklanmaktadır. Girişimin sürdürülebilirliğini ve sosyal performansını tanımlamak için hayırseverlik ve yatırım perspektifleri kullanılmaktadır. Alan yazın, sosyal girişimlerin performansını doğru bir şekilde tanımlamak için geleneksel finansal muhasebe ölçütlerine sosyal yatırım getirisi ölçütünün de eklenmesi gerektiğini ortaya koymaktadır (Desa, 2010: 7). Bu noktada, performans değerlendirmenin girişimciliği teşvik eden temel mekanizmalardan biri olduğunun vurgulanması önem arz etmektedir (Aslan, 2023: 80).

4. Sosyal Girişimciliğin Öncülleri ve Sonuçları

Sosyal girişimcilerin temel özelliği diğer insanların refahı ve hakları hakkında düşünme, onlara karşı endişe ve empati hissetme ve onlara fayda sağlayacak şekilde hareket etme eğilimi olarak tanımlanan prososyal kişiliktir (Bateman ve Crant, 1993). Güçlü prososyal motivasyona ve sosyal hizmet deneyimine sahip bireylerin başkalarının fikirlerini benimseme, başkalarının ihtiyaçlarını ve değerlerini daha iyi anlama ihtimalinin daha yüksek olduğu ifade edilebilmektedir (Stephan ve Drencheva, 2017). Dolayısıyla prososyal kişilik özelliklerine sahip olan bireyler yetenekleri ve yetkinlikleri açısından güçlü bir bakış açısı kazanırlar. Bu bakış açısına sahip olmak da sosyal girişimcilerin başkalarının ihtiyaçlarını keşfetmelerine ve belirli sosyal sorunların altında yatan temel bilgileri kavramalarına yardımcı olur ve sosyal girişimcilik fırsatlarını belirleme yeteneklerini geliştirir (Yu vd., 2021: 2757). Prososyal olarak motive olmuş bireyler sosyal çalışmalarda kendi deneyimlerini başkalarıyla paylaşırken yeni fikirler geliştirmeleri de kolaylaştırmaktadır. Özellikle empati, sempati ve şefkat gibi prososyal kişilikle ilişkilendirilen duyguların, bireylerin sosyal girişimcilik niyetlerini ortaya koymalarında önemli bir öncül olduğu ifade edilmiştir (Saebi vd., 2019).

Sosyal sorunları çözme, ekonomik ve sosyal değer yaratma için iş mantığını yeni ve girişimci bir şekilde kullanan sosyal açıdan motive olmuş bireyler sosyal girişimci olma konusunda kendilerine daha fazla güvenmektedirler (Grant ve Berry, 2011). Bu doğrultuda güçlü yaratıcılığa sahip bireyler, sosyal olgular ile sosyal sorunların özü arasındaki bağlantıları belirlemeye yardımcı olabilecek ve dolayısıyla daha fazla sosyal girişimcilik fikri üretebilecek ve sosyal girişimcilik için daha fazla fırsat belirleyebilecek zengin yenilikçi fikirlere sahip olabilirler (Sampaio ve Sebastião, 2024). Toplumsal bir ihtiyacı karşılama hedefiyle motive edilen yenilikçi faaliyetler ve hizmetler olarak tanımlanan sosyal yaratıcılık, genellikle sosyal değer yaratan sosyal girişimcilerin süreklilik içinde faaliyet göstermesine neden olan en temel faktörlerden biridir (Phillips vd., 2015: 430). Bu

nedenle yaratıcılık ve yenilikçi düşünme yeteneği sosyal girişimcilik niyetlerini artırmaktadır (Hamidi vd., 2008).

Sosyal girişimcilik yazını empati, ahlaki yargı, öz yeterlilik ve sosyal desteğin sosyal girişimcilik niyetinin doğrudan öncülleri olduğunu ve bu unsurların sosyal girişim kurmakla ilgili eylemleri tetiklediğini ileri sürmektedir (Dickel ve Eckardt, 2021). Empati, başkalarının duygusal durumlarını bilişsel olarak anlama ve duygusal olarak paylaşma yeteneğini ifade ederken, ahlaki yargı başkalarının ortak bir iyilik yaratmasına yardımcı olma motivasyonunu ifade eder. Hem empati hem de ahlaki yargı, sosyal girişimcinin kariyer çekiciliğini artırarak kariyerlerini sürdürme niyetini artırır. Ayrıca öz yeterlilik sosyal girişim kurabilme inancını tanımlarken, sosyal destek sosyal girişimcinin bir kariyer için çabalarırken çevresinden beklendiği yardımını ifade eder. Bu doğrultuda öz yeterlilik ve sosyal destek sosyal girişimcinin başarılı bir şekilde performans gösterme inancını artırmaktadır (Bergner vd., 2022). Sonuç olarak prososyal kişilik, empati, ahlaki yargı, öz yeterlilik, yaratıcılık ve sosyal destek sosyal girişimciliğin öncülleri olarak değerlendirilebilmektedir. Bu faktörlerin yanı sıra girişimcilerin en temel özelliklerinden biri olan risk alma davranışı (Rauch ve Frese, 2000), alturizm (Tan vd., 2005), girişimcinin bilgi düzeyi ve geçmiş deneyimleri (Hockerts, 2015) de sosyal girişimciliğin öncülleri arasında yer almaktadır.

Sosyal girişimciliğin ekonomik faydanın yanı sıra toplumsal faydayı sağlamaya odaklanması göz önünde bulundurduğunda, sosyal girişimcilik faaliyetlerini diğer girişimcilik faaliyetlerinden ayıran en temel sonuç toplumsal fayda sağlama ve sosyal değer yaratmadır (Peredo ve McLean, 2006). Bu nedenle sosyal bir girişimin en temel sonucu topluma fayda sağlayan sosyal değişim ve sosyal değer yaratma arzusudur (Hietschold vd., 2023). İşletmelerin başarısız olması, girişimci açısından bireysel finans kaybına yol açarak gelir kaynağını sonlandırır, itibarını zedeler ve ailesi için de olumsuz mali sonuçları beraberinde getirir (Aslan ve Nur Topaloğlu, 2020: 146). Sosyal girişimcilik faaliyetlerinin başarı veya başarısızlığı ekonomik fayda sağlama amacı taşıyan girişimlerden farklı olarak finansal başarı/başarısızlıkla sonuçlanmaz. Sosyal girişimler genellikle sosyal ağlar tarafından şekillendirildiği için bir sosyal girişimcinin başarısızlığı girişimcinin itibarının zedelenmesine neden olur (Waldner, 2023).

Başarılı bir sosyal girişim ise toplumsal refahın artmasında önemli derecede rol oynamaktadır (Roy vd., 2014; Alkire vd., 2020). Sosyal girişimcilik, sosyal toplulukların inşası, iyileştirilmesi ve büyütülmesi için önemli bir yaklaşımdır. Sosyal topluluklar, bir sosyal girişimin başarısı için merkezi öneme sahiptir. Sosyal girişimler, toplumda sıklıkla ihmal edilen sosyal sorunları tespit etmede ve bu sorunlara çözümler yaratmada ve uygulamada tüm toplumsal aktörlerin yer aldığı

mekanizmalar yaratırlar. Dolayısıyla sosyal girişimler hükümet ve özel sektör arasındaki boşluğu doldurarak sürdürülebilir bir değişimle toplumsal refahın artmasını sağlamaktadır (Alkire vd., 2020). Sosyal girişimcilik faaliyetlerinin en önemli çıktısı ise hedeflenen yararlanıcılar için yaşam kalitesinin iyileştirilmesi veya örgütün çevresel iyileştirilmesi gibi sosyal bir memnuniyetin yaratılmasıdır. Bu nedenle sosyal girişimcilik faaliyetlerinin topluma en önemli katkılarından biri de sosyal memnuniyet düzeyini artırmasıdır (Lortie vd., 2024).

Sosyal girişimlerin çıktıları sadece girişimci düzeyinde değildir. Sosyal girişimler istihdam, gelir artışı, vergi gelirlerindeki artışlar, hizmetlerin gelişmiş sunumu, yerel gelir tutmadaki artışlar ve motivasyon etkileri açısından yerel kalkınmayı olumlu etkileyebilmektedir. Makro ekonomik düzeyde, sosyal girişimler farklı toplumsal gruplar arasında kaynakların yeniden dağıtım işlevini yerine getirerek ve sosyal yenilikleri teşvik ederek istihdam fırsatları yaratabilmektedir (Haugh, 2005: 9). Sosyal girişimcilik, sosyal sermaye oluşturmada ve toplumsal kalkınmayı teşvik etmede kritik bir rol oynar. Yerel topluluklarla yakın bir şekilde çalışarak ve paydaşlarla etkileşim kurarak, sosyal girişimciler güven oluşturur, iş birliğini teşvik eder ve yerel topluluklar arasında bir sahiplik ve güçlendirme duygusu yaratır. Bu durum ise uzun vadede toplumsal kalkınmayı, dayanıklılığı ve sürdürülebilirliği teşvik etmeye yardımcı olur (Sauermann, 2023).

SONUÇ

Sosyal girişimcilik kavramı son yıllarda akademik yazında birçok disiplin tarafından ilgi gören bir kavramdır. Ancak bu kavramın çok disiplinli yapısı sosyal girişimciliğin net bir tanımının yapılmasını zorlaştırmaktadır. Yazındaki mevcut tanımlar bir araya getirildiğinde; sosyal girişimcilik, bir kişi veya grubun belirgin bir şekilde sosyal değer yaratmayı amaçladığı, bu değeri yaratmak için fırsatları tanıma ve bunlardan yararlanma kapasitesi gösterdiği, sosyal değer yaratmada yenilik yeteneğini kullandığı, sosyal değer yaratma ve yaymada ortalamanın üzerinde bir risk derecesini kabul etmeye istekli olduğu ve sosyal girişimlerini sürdürürken kıt kaynaklardan farklı bir şekilde kullanma kabiliyetine sahip olduğu girişimleri ifade etmektedir (Lubberink, 2020: 913). Sosyal girişimcilik kavramının tarihsel gelişimi çok eski yıllara dayansa da akademik yazında 20. yüzyılın sonlarına doğru yer alabilmiştir. Bu doğrultuda sosyal girişimcilik alanında yapılan çalışmalar genellikle bu kavramın net bir tanımının yapılmasına yöneliktir. Ayrıca sosyal girişimciliğin özellikleri ele alınırken de yazında hâkim olan girişimcilik literatüründen yararlanılmaktadır. Sosyal girişimcilik kavramının klasik veya geleneksel anlamda bilinen girişimcilikten farklılığını ortaya koyma çabaları da yazında ayrıntılı bir şekilde tartışılmaktadır. Benzer şekilde sosyal girişimciliğin öncülleri ve sonuçları da değerlendirilirken risk alma davranışı, alturizm,

girişimcinin bilgi düzeyi ve geçmiş deneyimleri, sosyal destek, kişilik özellikleri gibi geleneksel girişimcilik özellikleri vurgulanmaktadır. Her ne kadar sosyal girişimcilik yazını girişimcilik yazınından temel alsa da geleneksel yaklaşımdan farklı olarak toplumsal fayda vurgusu (oban vd., 2012) konuyu mevcut yazından ayırmaktadır. Bu nedenle sosyal girişimcilerin en somut ıktıları sosyal fayda, sosyal değer yaratma, toplumsal gruplar arasında dezavantajlı grupların ön plana çıkarılması gibi toplumsal düzeyde fayda sağlayan unsurlardır (Durmuş ve Arslan, 2024:724). Bu doğrultuda sosyal girişimcilik hem mikro hem de makro düzeyde ıktıları olan geniş bir kavram olarak değerlendirilebilir.

KAYNAKÇA

- Abu-Saifan, S. (2012). Social entrepreneurship: Definition and boundaries. *Technology Innovation Management Review*, 2(2), 22-27.
- Akdoğan, Ş., Çoban, S., & Öztürk, R. (2012). Medyada yer alan sosyal pazarlama kampanyalarına yönelik tüketici değerlendirmeleri: Konya ilinde bir uygulama. *Erciyes Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 39, 1-18.
- Alkire, L., Mooney, C., Gur, F. A., Kabadayi, S., Renko, M., & Vink, J. (2020). Transformative service research, service design, and social entrepreneurship: An interdisciplinary framework advancing wellbeing and social impact. *Journal of Service Management*, 31(1), 24-50.
- Al-Omoush, K., Ribeiro-Navarrete, B., & McDowell, W. C. (2024). The impact of digital corporate social responsibility on social entrepreneurship and organizational resilience. *Management Decision*, 62(8), 2621-2640.
- Aslan, A. (2022). Entrepreneurial content: Entrepreneurial personality and competence, entrepreneurial process, entrepreneurial goals and objectives, entrepreneurial team and organization. In A. Gökçen Kapusuz & M. Biçer (Eds.), *Entrepreneurship: A world of creation*, (pp., 111-161), Ankara: Gazi Kitabevi.
- Aslan, A. (2023). Kobi'lerde insan kaynakları yönetimi. İçinde A. Yalçın & U. Çil (Eds.), *A'dan Z'ye Kobi'ler*, (ss. 69-94), Ankara: Gazi Kitabevi.
- Aslan, A., & Nur Topaloğlu, T. (2020). Kurumsal yönetim uygulamaları ile finansal başarısızlık ilişkisi: Kurumsal yönetim endeksinde yer alan bankalar üzerine panel veri analizi. In *International Congress of Management, Economy and Policy*, İstanbul, Türkiye.
- Austin, J., Stevenson, H., & Wei-Skillern, J. (2006). Social and commercial entrepreneurship: Same, different, or both?. *Entrepreneurship: Theory & Practice*, 30, 1-22.
- Bagnoli, L., & Megali, C. (2011). Measuring performance in social enterprises. *Nonprofit and Voluntary Sector Quarterly*, 40(1), 149-165.
- Bateman, T. S., & Crant, J. M. (1993). The proactive component of organizational behavior: A measure and correlates. *Journal of Organizational Behavior*, 14(2), 103-118.
- Belz, F. M., & Binder, J. K. (2017). Sustainable entrepreneurship: A convergent process model. *Business Strategy and the Environment*, 26(1), 1-17.
- Bergner, S., Palmer, C., Devaney, M., & Kruse, P. (2022). A framework for antecedents of social entrepreneurial intention: Empirical evidence and research agenda. *Frontiers in Psychology*, 13, 988851.
- Calic, G., & Mosakowski, E. (2016). Kicking off social entrepreneurship: How a sustainability orientation influences crowdfunding success. *Journal of Management Studies*, 53(5), 738-767.

- Certo, S. T., & Miller, T. (2008). Social entrepreneurship, key issues and concepts. *Business Horizons*, 51(4), 267-271.
- Chand, V. S., & Misra, S. (2009). Teachers as educational-social entrepreneurs: The innovation-social entrepreneurship spiral. *The Journal of Entrepreneurship*, 18(2), 219-228.
- Chell, E., Nicolopoulou, K., & Karataş-Özkan, M. (2010). Social entrepreneurship and enterprise: International and innovation perspectives. *Entrepreneurship & Regional Development*, 22(6), 485-493.
- Choi, N., & Majumdar, S. (2014). Social entrepreneurship as an essentially contested concept: Opening a new avenue for systematic future research. *Journal of Business Venturing*, 29(3), 363-376.
- Chou, D. C., & Lin, B. (2024). Social entrepreneurship success: Relevance to social mediating technologies. *Journal of Computer Information Systems*, 64(3), 329-341.
- Collavo, T. (2022). *Foundations of social entrepreneurship: theory, practical tools and skills*. UK: Routledge.
- Corner, P. D., & Ho, M. (2010). How opportunities develop in social entrepreneurship. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 34(4), 635-659.
- Çoban, S., Öztürk, R., & Akdoğan, M. Ş. (2012). Ethical perceptions of social marketing campaigns: An empirical study on Turkish consumers. *European Scientific Journal*, 8(25), 146-160.
- Dato-on, C. M., & Kalakay, J. (2016). The winding road of social entrepreneurship definitions: a systematic literature review. *Social Enterprise Journal*, 12(2), 131-160.
- Desa, G. (2010). Social entrepreneurship: snapshots of a research field in emergence. In *Values and opportunities in social entrepreneurship* (pp. 6-28). London: Palgrave Macmillan UK.
- Dickel, P., & Eckardt, G. (2021). Who wants to be a social entrepreneur? The role of gender and sustainability orientation. *Journal of Small Business Management*, 59(1), 196-218.
- Duane Ireland, R., & Webb, J. W. (2007). A cross-disciplinary exploration of entrepreneurship research. *Journal of Management*, 33(6), 891-927.
- Durmuş, G. & Arslan, A. (2024). Bir sosyal devlet uygulaması olarak korumalı işyerleri: Down kafeler özelinde bir değerlendirme. *Gaziantep Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 23(2), 720-741.
- Durmuş, G. & Yıldırım Durmuş, Z. (2023). Rise of bio-entrepreneurship: Opportunities and challenges. In *Global Dünyada Girişimcilik*. İstanbul: İstanbul Topkapı Üniversitesi Yayınları.

- Fayolle, A., & Matlay, H. (2010). Social entrepreneurship: A multicultural and multidimensional perspective. In *Handbook of research on social entrepreneurship*. USA: Edward Elgar Publishing.
- García-Jurado, A., Pérez-Barea, J. J., & Nova, R. J. (2021). A new approach to social entrepreneurship: A systematic review and meta-analysis. *Sustainability*, 13(5), 2754.
- Geradts, T. H., & Alt, E. (2022). Social entrepreneurial action in established organizations: Developing the concept of social intrapreneurship. *Journal of Business Research*, 151, 197-206.
- Grant, A. M., & Berry, J. W. (2011). The necessity of others is the mother of invention: Intrinsic and prosocial motivations, perspective taking, and creativity. *Academy of Management Journal*, 54(1), 73-96.
- Grassi, E., & Toschi, L. (2024). A systematic literature review of technology social ventures: state of the art and directions for future research at the micro-, meso-and macro-level. *Journal of Social Entrepreneurship*, 15(3), 833-865.
- Gupta, P., Chauhan, S., Paul, J., & Jaiswal, M. P. (2020). Social entrepreneurship research: A review and future research agenda. *Journal of Business Research*, 113, 209-229.
- Hackett, M. T. (2010). Challenging social enterprise debates in Bangladesh. *Social Enterprise Journal*, 6(3), 210-224.
- Hamidi, D. Y., Wennberg, K., & Berglund, H. (2008). Creativity in entrepreneurship education. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 15(2), 304-320.
- Haugh, H. (2005). A research agenda for social entrepreneurship. *Social Enterprise Journal*, 1(1), 1-12.
- Haugh, H. M., & Talwar, A. (2016). Linking social entrepreneurship and social change: The mediating role of empowerment. *Journal of Business Ethics*, 133(4), 643-658.
- Hidalgo, G., Monticelli, J. M., & Vargas Bortolaso, I. (2024). Social capital as a driver of social entrepreneurship. *Journal of Social Entrepreneurship*, 15(1), 182-205.
- Hietschold, N., Voegtlin, C., Scherer, A. G., & Gehman, J. (2023). Pathways to social value and social change: An integrative review of the social entrepreneurship literature. *International Journal of Management Reviews*, 25(3), 564-586.
- Hockerts, K. (2015). The social entrepreneurial antecedents scale (SEAS): A validation study. *Social Enterprise Journal*, 11(3), 260-280.
- Hockerts, K., Mair, J., & Robinson, J. (Eds.). (2010). *Values and opportunities in social entrepreneurship*. New York: Springer.

- Kamaludin, M. F., Xavier, J. A., & Amin, M. (2024). Social entrepreneurship and sustainability: A conceptual framework. *Journal of Social Entrepreneurship*, 15(1), 26-49.
- Klarin, A., & Suseno, Y. (2023). An integrative literature review of social entrepreneurship research: Mapping the literature and future research directions. *Business & Society*, 62(3), 565-611.
- Kriauciunas, A., Parmigiani, A., & Rivera-Santos, M. (2011). Leaving our comfort zone: Integrating established practices with unique adaptations to conduct survey-based strategy research in nontraditional contexts. *Strategic Management Journal*, 32(9), 994-1010.
- Lehner, O. M. & Kansikas, J. (2013). Pre-paradigmatic status of social entrepreneurship research: a systematic literature review. *Journal of Social Entrepreneurship*, 4(2), 198-219.
- Lortie, J., Cox, K. C., Castro, S., & Castrogiovanni, G. J. (2024). Measuring social entrepreneurship: identifying and assessing the performance of social entrepreneurial ventures. *Journal of Social Entrepreneurship*, 15(2), 429-457.
- Lubberink, R. (2020). Social entrepreneurship and sustainable development. In *Decent work and economic growth* (pp. 913-923). Cham: Springer International Publishing.
- Lumpkin, G. T., Moss, T. W., Gras, D. M., Kato, S., & Amezcua, A. S. (2013). Entrepreneurial processes in social contexts: how are they different, if at all?. *Small Business Economics*, 40, 761-783.
- Mair, J., & Noboa, E. (2006). Social entrepreneurship: How intentions to create a social venture get formed. In J. Mair, J. Robinson, & K. Hockerts (Eds.), *Social entrepreneurship*. 121-136. New York: Palgrave MacMillan.
- Mair, J., Marti, I., & Ventresca, M. J. (2012). Building inclusive markets in rural Bangladesh: How intermediaries work institutional voids. *Academy of Management Journal*, 55(4), 819-850.
- Meyskens, M., Robb-Post, C., Stamp, J. A., Carsrud, A. L., & Reynolds, P. D. (2010). Social ventures from a resource-based perspective: An exploratory study assessing global Ashoka fellows. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 34(4), 661-680.
- Öztürk, R. (2020). Green marketing. In E. Doğan (Eds.), *Current and historical debates in social sciences: Field studies and analysis*, (pp. 195-210), London: IJOPEC Publication Limited.
- Parthiban, R., Qureshi, I., Bandyopadhyay, S., Bhatt, B., & Jaikumar, S. (2020). Leveraging ICT to overcome complementary institutional voids: Insights from institutional work by a social enterprise to help marginalized. *Information Systems Frontiers*, 22(3), 633-653.

- Peredo, A. M., & McLean, M. (2006). Social entrepreneurship: A critical review of the concept. *Journal of World Business*, 41(1), 56-65.
- Phillips, W., Lee, H., Ghobadian, A., O'Regan, N., & James, P. (2015). Social innovation and social entrepreneurship: A systematic review. *Group & Organization Management*, 40(3), 428-461.
- Qureshi, I., Pan, S. L., & Zheng, Y. (2021). Digital social innovation: An overview and research framework. *Information Systems Journal*, 31(5), 647-671.
- Rauch, A., & Frese, M. (2000). Psychological approaches to entrepreneurial success: A general model and an overview of findings. *International Review of Industrial and Organizational Psychology*, 15, 101-142.
- Roy, M. J., Donaldson, C., Baker, R., & Kerr, S. (2014). The potential of social enterprise to enhance health and well-being: A model and systematic review. *Social Science & Medicine*, 123, 182-193.
- Saebi, T., Foss, N. J., & Linder, S. (2019). Social entrepreneurship research: Past achievements and future promises. *Journal of Management*, 45(1), 70-95.
- Sampaio, C., & Sebastião, J. R. (2024). Social innovation and social entrepreneurship: Uncovering themes, trends, and discourse. *Administrative Sciences*, 14(3), 53.
- Sauermann, M. P. (2023). *Social entrepreneurship as a tool to promoting sustainable development in low-income communities: An empirical analysis*. Omagua Institute for Sustainability, MPRA Paper No. 117053.
- Short, J. C., Moss, T. W., & Lumpkin, G. T. (2009). Research in social entrepreneurship: Past contributions and future opportunities. *Strategic Entrepreneurship Journal*, 3(2), 161-194.
- Stephan, U., & Drencheva, A. (2017). *The person in social entrepreneurship: A systematic review of research on the social entrepreneurial personality*. The Wiley Handbook of Entrepreneurship, 205-229.
- Sutter, C., Bruton, G. D., & Chen, J. (2019). Entrepreneurship as a solution to extreme poverty: A review and future research directions. *Journal of Business Venturing*, 34(1), 197-214.
- Tan, W. L., Williams, J., & Tan, T. M. (2005). Defining the 'social' in 'social entrepreneurship': Altruism and entrepreneurship. *The International Entrepreneurship and Management Journal*, 1, 353-365.
- Tuckerman, L., Roberts, J., & Whittam, G. (2023). A spectrum of open social innovation within social enterprise. *VOLUNTAS: International Journal of Voluntary and Nonprofit Organizations*, 34(4), 799-812.
- Waldner, C. J. (2023). In the centre of attention: how social entrepreneurs influence organisational reputation. *Journal of Social Entrepreneurship*, 14(1), 50-72.
- Yu, C., Ye, B., & Ma, S. (2021). Creating for others: linking prosocial motivation and social entrepreneurship intentions. *Management Decision*, 59(11), 2755-2773.

Zahra, S. A., Gedajlovic, E., Neubaum, D. O., & Shulman, J. M. (2009). A typology of social entrepreneurs: Motives, search processes and ethical challenges. *Journal of Business Venturing*, 24(5), 519–532.