

BOOK OF FULL TEXT



GİRNE
24 - 25 NİSAN 2021

AKDENİZ 4. ULUSLARARASI SOSYAL BİLİMLER KONGRESİ



MEDITERRANEAN SUMMIT

4th INTERNATIONAL SOCIAL SCIENCES CONGRESS

Issued: 15. 05. 2021

ISBN : 978-625-7341-23-3





*MEDITERRANEAN SUMMIT
4th INTERNATIONAL SOCIAL SCIENCES CONGRESS
APRIL 24- 25, 2021
KYRENIA*

Edited By

DR. GÜLTEKİN GÜRÇAY

AMANEH MANAFIDIZAJI

All rights of this book belong to UBAK Publishing house.

Without permission can't be duplicate or copied.

Authors of chapters are responsible both ethically and juridically.

UBAK Publications – 2021 ©

Issued: 15.05.2021

ISBN: 978-625-7341-23-3

CONGRESS ID

MEDITERRANEAN SUMMIT 4ST INTERNATIONAL SOCIAL SCIENCES CONGRESS

DATE – PLACE

APRIL 24- 25, 2021
KYRENIA

ORGANIZATION

UBAK International Sciences Academy

CONGRESS ORGANIZING BOARD

Head of Congress: Prof. Dr. Ergün Koca
Head of Organizing Board: Dr. Nadire Kantarcıoğlu
Organizing Committee Member: Dr Gültekin Gürçay
Organizing Committee Member: Aynurə Əliyeva
Organizing Committee Member: Dr. Leman Kuzu
Organizing Committee Member: Editor of the USE Journal
Organizing Committee Member: Editor of the EuroAsia Journal
Organizing Committee Member: Editor of UBAK Publishing house.
General Coordinator: Amaneh Manafidizaji

EVALUATION PROCESS

All applications have undergone a double-blind peer review process.

PARTICIPATING COUNTRIES

Turkey –India- Nigeria – Azerbaijan- Kyrgyzstan

PRESENTATION

Oral presentation

LANGUAGES

Turkish, English, Russian, Persian, Arabic

Scientific & Review Committee

Dr. Gulmira ABDİRASULOVA
Kazak Devlet Kızlar Pedagoji Üniversitesi

Prof. Dr. Yunir ABDRAHIMOV
Ufa State Petroleum Technological University

Dr. Maha Hamdan ALANAZİ
Riyad Kral Abdülaziz Teknoloji Enstitüsü

Dr. Dzhakipbek Altaevich ALTAYEV
Al – Farabi Kazak Milli Üniversitesi

Doç. Dr. Hülya BALKAYA
Atatürk Üniversitesi

Doç. Dr. Mehmet Fırat BARAN
Mardin Artuklu Üniversitesi

Dr. Amina Salihi BAYERO
Yusuf Maitama Sule Üniversitesi

Dr. Karligash BAYTANASOVA
Al – Farabi Kazak Milli Üniversitesi

Dr. Baurcan BOTAKARAEV
Hoca Ahmet Yesevi Üniversitesi

Dr. Ahmad Sharif FAKHEER
Ürdün Devlet Üniversitesi

Dr. Zehra FIRAT

Doç. Dr. Abbas GHAFARI
Tebriz Üniversitesi

Prof.Dr. Ariz Avaz GOZALOV
Moskova Devlet Üniversitesi

Prof. Dr. Gulzar İBRAGİMOVA
Bakü Avrasya Üniversitesi

Dr. Gültekin GÜRÇAY

Doç. Dr. Dilorom HAMROEVA
Özbekistan Bilimler Akademisi

Dr. Bazarhan İMANGALİYEVA
K.Zhubanov Aktobe Devlet Bölge Üniversitesi

Dr. Keles Nurmaşulı JAYLIBAY
Kazak Devlet Kızlar Pedagoji Üniversitesi

Dr. Mamatkuli Jurayev
Özbekistan Bilim Akademisi

Dr. Kalemkas KALIBAEVA
Kazak Devlet Kızlar Pedagoji Üniversitesi

Dr. Bouaraour Kamel
Ghardaia Üniversitesi

Dr. Nadire KANTARCIOĞLU

Prof. Dr. Ergün KOCA
Girne Amerikan Üniversitesi

Prof Dr. Bülent KURTIŞOĞLU
Ardahan Üniversitesi

Dr. Leman KUZU
İstanbul Kültür Üniversitesi

Sonali MALHOTRA
Delhi Balbahtri Academy

Dr. Alia R. MASALİMOVA
Al – Farabi Kazak Milli Üniversitesi

Prof. Muntazir MEHDI
Pakistan Language Academy

Dr. Amanbay MOLDİBAEV
Taraz Devlet Pedagoji Üniversitesi

Doç. Dr. Yeliz ÇAKIR SAHİLLİ
Munzur Üniversitesi

Dr. Aysulu B. SARSEKENOVA
Orleu Milli Kalkınma Enstitüsü

Dr. Gulşat ŞUGAYEVA
Dosmukhamedov Atyrau Devlet Üniversitesi

Doç. Dr. Yeliz KINDAP TEPE
Cumhuriyet Üniversitesi

Doç. Dr. Mehmet Özkan TİMURKAN
Atatürk Üniversitesi

Dr. K.A. TLEUBERGENOVA
Kazak Devlet Kızlar Pedagoji Üniversitesi

Dr. Cholpon TOKTOSUNOVA
Rasulbekov Kırgız Ekonomi Üniversitesi

Doç. Dr. Yıldırım İsmail TOSUN
Şırnak Üniversitesi

Dr. Botagul TURGUNBAEVA
Kazak Devlet Kızlar Pedagoji Üniversitesi

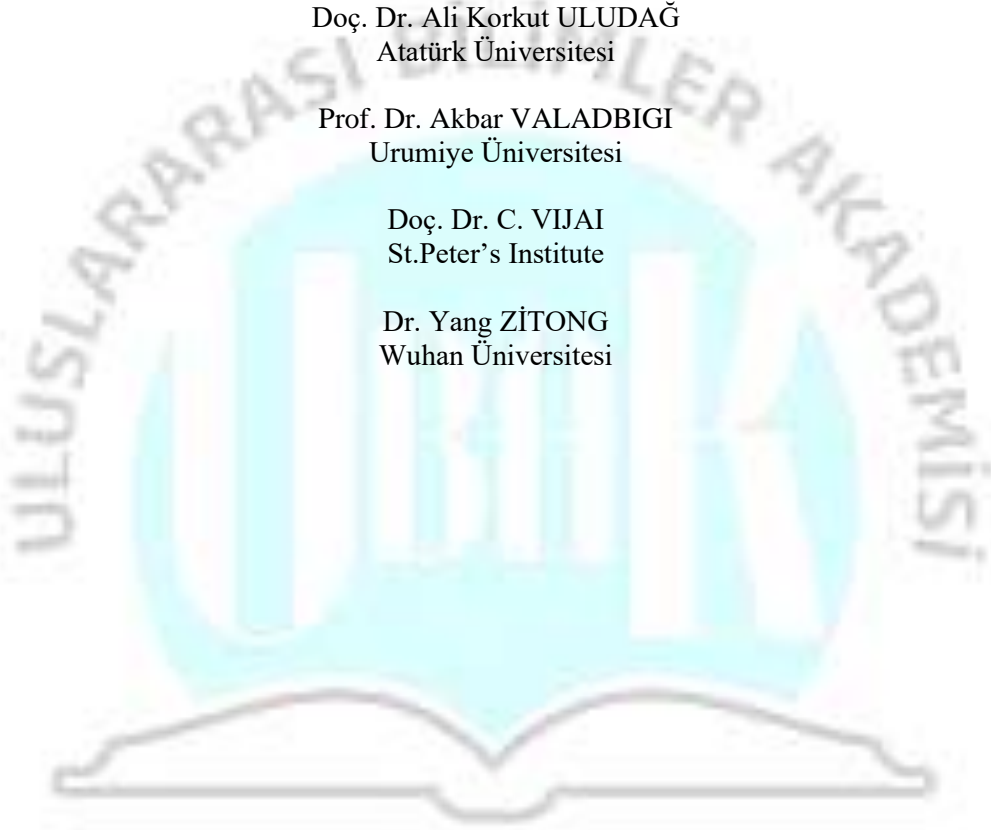
Dr. Dinarakhan TURSUNALIEVA
Rasulbekov Kırgız Ekonomi Üniversitesi

Doç. Dr. Ali Korkut ULUDAĞ
Atatürk Üniversitesi

Prof. Dr. Akbar VALADBİGİ
Urumiye Üniversitesi

Doç. Dr. C. VIJAI
St.Peter's Institute

Dr. Yang ZITONG
Wuhan Üniversitesi



MEDITERRANEAN SUMMIT
4th INTERNATIONAL SOCIAL SCIENCES CONGRESS
4th INTERNATIONAL APPLIED SCIENCES CONGRESS
APRIL 24- 25, 2021
KYRENIA

*MEDITERRANEAN SUMMIT
4th INTERNATIONAL SOCIAL SCIENCES CONGRESS
4th INTERNATIONAL APPLIED SCIENCES CONGRESS
APRIL 24- 25, 2021
KYRENIA*

CONGRESS PROGRAM
Online (with Video Conference) Presentation

Meeting ID: 824 6189 4778
Passcode: 242504



MEDITERRANEAN SUMMIT
4th INTERNATIONAL SOCIAL SCIENCES CONGRESS
4th INTERNATIONAL APPLIED SCIENCES CONGRESS
APRIL 24- 25, 2021
KYRENIA

IMPORTANT, PLEASE READ CAREFULLY

- To be able to make a meeting online, login via <https://zoom.us/join> site, enter ID instead of “Meeting ID or Personal Link Name” and solidify the session.
- The Zoom application is free and no need to create an account.
- The Zoom application can be used without registration.
- The application works on tablets, phones and PCs.
- Speakers must be connected to the session **10 minutes before** the presentation time.
- All congress participants can connect live and listen to all sessions.
- During the session, your camera should be turned on **at least %70** of session period
- Moderator is responsible for the presentation and scientific discussion (question-answer) section of the session.

TECHNICAL INFORMATION

- Make sure your computer has a microphone and is working.
- You should be able to use screen sharing feature in Zoom.
- Attendance certificates will be sent to you as pdf at the end of the congress.
- Moderator is responsible for the presentation and scientific discussion (question-answer) section of the session.
- Before you login to Zoom please indicate your name surname and hall number,

exp. H-2, S- 1 NAME SURNAME

MEDITERRANEAN SUMMIT
4th INTERNATIONAL SOCIAL SCIENCES CONGRESS
4th INTERNATIONAL APPLIED SCIENCES CONGRESS
APRIL 24- 25, 2021
KYRENIA

Cogress Opening Speech		PROF. DR. ERGÜN KOCA
24. 04. 2021		10: 00 – 10:10
24.04.2021	HALL: 1	SESSION: 1
Meeting ID: 824 6189 4778		Passcode: 242504
	10:15 – 12:00 (Turkey Time) 11:15 – 13:00 (Azerbaijan Time)	MODERATOR: ASSOC. PROF. DR. ZENNURE KOSEMAN
Authors	Topic title	
ASSOC. PROF. DR. ZENNURE KOSEMAN	Edgar Allan Poe’s “The Masque Of The Red Death” Reawakens In The Contemporary Process	
HİKMƏT RZAZADƏ	The Old Printed Persian Books Dealing With Nasreddin Shah Gajar And Muzaffaraddin Shah Gajar’s European Visits	
AHMET ÇELİK	93 Harbi Sonrası Kıbrıs’ın İngiltere’ye Devrinin Dönemin Rus Basınındaki Yansımaları	
DR. ÖĞR. ÜYESİ CAHİT TAŞDEMİR	Köy Ortaokullarında Görev Yapan Matematik Öğretmenlerinin Sorunları	
BERNA CİVALIOĞLU SEVİNDİK PROF. DR. YAKUP ÇELİK	Hasan Ali Toptaş’ın “Bir Gülüşün Kimliği” Adlı Hikâye Kitabı Üzerine Bir Değerlendirme	
DR. ÖĞR. ÜYESİ ÇİĞDEM TANYEL BAŞAR	Uygulamalı Tasarım Derslerinin Uzaktan Eğitimle Yürütülmesine İlişkin Görüşler	
DR. ÖĞR. ÜYESİ ÖZNUR IŞIR		
DOÇ. DR. SAMİ KILINÇLI	Yüce Allah İle Sürekli İlişki Ve Yakınlığın Yolu Olarak Her An Allah’ı Zikretmek	
DOÇ. DR. SAMİ KILINÇLI	Rûm Sûresi 1-10. Âyetler Bağlamında Hayatın Zâhir Ve Bâtınını Düşünmek	

MEDITERRANEAN SUMMIT
4th INTERNATIONAL SOCIAL SCIENCES CONGRESS
4th INTERNATIONAL APPLIED SCIENCES CONGRESS
APRIL 24- 25, 2021
KYRENIA

24.04.2021	HALL: 2	SESSION: 1
Meeting ID: 824 6189 4778	Passcode: 242504	
	10:15 - 12:00 (Turkey Time) 11:15 - 13:00 (AzerbaijanTime)	MODERATOR: PROF. DR. ERGÜN KOCA
Authors	Topic title	
EBRU AKKUYU	Sosyoloji Ve Tarih Bölümleri Üzerinden Karşılaştırmalı Bölüm Seçimleri Ve Mesleki Kaygı	
EBRU AKKUYU	Türk Kimliği Yaratımında Halkevleri Ve Dergileri: Elaziz- Altan Dergisi	
PROF. DR. REŞİD CABBAROV	Müasir Dövrədə Örgencilerde Sosyo-Kültürel Değerlerin Oluşumunun Psixolojik Problemleri	
DR. ÖĞR. ÜYESİ CELAL MURAT KANDEMİR	Eğitsel Robotik İçin Acil Durum Uzak Laboratuvar Mimarisi	
DR. ÖĞR. ÜYESİ CELAL MURAT KANDEMİR	Eğitsel Veri Yönetiminde Blokzincir	
DR.ÖĞRENCİSİ MUSTAFA KEMAL HAYTA	Nurettin Topçu'da Batı Ve Modernleşme Algısı	
PROF. DR. ERGÜN KOCA	KKTC'de Altı İlçenin, Kentsel Kimlik Göstergeleri Olarak Kullanılan Logoların Gösterebilimsel Çözümlemesi	

MEDITERRANEAN SUMMIT
4th INTERNATIONAL SOCIAL SCIENCES CONGRESS
4th INTERNATIONAL APPLIED SCIENCES CONGRESS
APRIL 24- 25, 2021
KYRENIA

24.04.2021		HALL: 3	SESSION: 1
Meeting ID: 824 6189 4778		Passcode: 242504	
	10:15 – 12:00 (Turkey Time) 11:15 – 13:00 (Azerbaijan Time)	MODERATOR: DR. Nadire KANTARCIOĞLU	
Authors	Topic title		
DR. ÖĞR. ÜYESİ CEYDA SANCAKLI USTA	Gebelikte Tespit Edilen Koroid Pleksus Kistinin Önemi Ve Gebelik Sonuçlarıyla İlişkisi		
DR. ÖĞR. ÜYESİ DENİZ GENÇ DR. ÖĞR. ÜYESİ Serhat SEZGİN	Dental Folikül, Dental Pulpa ve Gingiva Mezenkimal Kök Hücrelerden İzole Edilen Eksozomların Meme Kanseri Hücre Hattında Apoptotik Yolaklar Üzerindeki Etkisinin Karşılaştırılması		
AYŞIN ZÜLFİKAROĞLU ERSİN İŞLER EMINE ÇELİKOĞLU UMUT ÇELİKOĞLU ÖNDER İDİL NECMİ DEGE	New Pd(II) Complex Based On Hydrazone Ligand Bearing An Oxime Moiety: Structural, Spectral, DNA Cleavage And DFT Studies		
RANA HAJIYEVA ALAKBAR HAJIZADA	ИССЛЕДОВАНИЕ В СОЗДАНИИ ЭЛЕКТРОННОЙ СИСТЕМЫ В ОБЛАСТИ ЗДРАВООХРАНЕНИЯ		
DR. DİDEM DERELİ AKDENİZ DR. ŞEYDA KAYHAN ÖMEROĞLU	Tip 2 Diabetik Hastalarda COVID-19 enfeksiyonu sırasında Diabetik Ketoasidoz Gelişimi : Vaka serisi		
DR. ÖĞR. GÖR. SÜLEYMAN KILINÇ DOÇ DR. MURAT TAŞKIN	Ratlarda Deneysel Omurilik Travmasına Dimetil Sülfoksidin (DMSO) Topikal Uygulanmasının Tedavi Değeri		

MEDITERRANEAN SUMMIT
4th INTERNATIONAL SOCIAL SCIENCES CONGRESS
4th INTERNATIONAL APPLIED SCIENCES CONGRESS
APRIL 24- 25, 2021
KYRENIA

24.04.2021	HALL: 1	SESSION: 2
Meeting ID: 824 6189 4778	Passcode: 242504	
	14:00 – 16:00 (Turkey Time) 12:00 -14:00 (Nigeria Time)	MODERATOR: DR. ÖĞR. ÜYESİ DUYGU FINDIK-COŞKUNÇAY
Authors	Topic title	
DR. ÖĞR. ÜYESİ DUYGU FINDIK- COŞKUNÇAY	Bilgisayar Destekli İşbirlikçi Ortamlarda Etkileşim Kalitesinin Değerlendirilmesi	
YL ÖĞR. FEYZA HANGÜL ARŞ. GÖR. SERAP KALFAOĞLU PROF. DR. TAHİR AKGEMCİ	Yeşil Yaklaşımlar Işığında İşletmelerin Çevresel Sürdürülebilirlik Anlayışları	
MURAT HOŞGÖR	Perakendecilik Sektöründe Omni-Kanal Pazarlamanın Tekrar Satın Alma Üzerine Etkileri	
ABDULGAFFAR MUHAMMAD ABUBAKAR MUSA UMAR HAMISU DR. ABBAS HAMISU ABDULLAHI TANKO UMARU NWAHA ABDULLAHI ONİMİSİ MUNIRAT TIJJANI MUSA ZAINAB SANI SAMBO MUSA ADEBAYO NURU BUSHRA IBRAHİM SHEHU ABDULKARİM YAKASAI BİLKİSÜ ABDULMUMİN	New Public Management Model And Its Application As A Sustainable Model For Public Sector Management	

MEDITERRANEAN SUMMIT
4th INTERNATIONAL SOCIAL SCIENCES CONGRESS
4th INTERNATIONAL APPLIED SCIENCES CONGRESS
APRIL 24- 25, 2021
KYRENIA

PROF. DR. ALI ŞAHIN PROF. DR. HÜSNÜ SERDAR ÖĞE DR. ÖĞR. ÜYESİ YASIN TAŞPINAR	Belediye Başkanının Yönetim Tarzı Ve Yerel Hizmet Memnuniyeti İlişkisi: Akşehir Örneği
ALİ TATAR	Bilinçli Tüketicilik Eğilimi ve Tüketici Haklarına Yönelik Farkındalık
YL ÖĞR. KEVSER AKĖÜL DR. ÖĞR. ÜYESİ ÇETİN KAPLAN	Kamu Yönetiminde Etik Dışı Davranışlar Ve Etik Denetimi Unsurları

MEDITERRANEAN SUMMIT
4th INTERNATIONAL SOCIAL SCIENCES CONGRESS
4th INTERNATIONAL APPLIED SCIENCES CONGRESS
APRIL 24- 25, 2021
KYRENIA

24.04.2021	HALL: 2	SESSION: 2
Meeting ID: 824 6189 4778		Passcode: 242504
	14:00- 16:00 (Turkey Time)	MODERATOR: DOÇ DR. KENAN ERDAĞI
Authors		Topic title
ALİ YASİN KAFES		İkinci Kuşak Aile Terapileri
MİHALİS KUYUCU		Z Kuşağının Bakış Açısından Medya Tüketim İlişkisi
ESMA AKÇİL DR. ÖĞR. ÜYESİ SERAP DEMİRİZ		Annelerin Çocukların Eleştirel Düşünme Becerilerine Yönelik Görüşleri
DR. ÖĞR. ÜYESİ Umut TÜRK		Mobility During COVID-19 in Turkey
YL ÖĞR. EMRAH ARSLAN ARŞ. GÖR. SERAP KALFAOĞLU PROF. DR. TAHİR AKGEMCİ		Yengeç Sepeti Sendromu'na Teorik Bir Bakış
EMİN GİTMEZ		Yerelde Kamusal Destekler: Kosgeb Ve Kalkınma Ajansı Destekleri Üzerinden Bir Karşılaştırma
EMİN GİTMEZ		Türkiye'nin Mevcut Sosyal Yardım Sisteminin İşleyişine İlişkin Alternatif Öneriler
FATMA YILDIRIM PROF. DR. HASAN GÜL		Yengeç Sepeti Sendromunda Duygusal Zekânın Etkisi
DOÇ DR. KENAN ERDAĞI		Halter Sporcularında Rectus Femoris Ve Sartorius Kas Kesit Yüzey Alanlarının Araştırılması
DOÇ DR. KENAN ERDAĞI		Elit Halter Sporcularında Piriformis Kas Kesit Yüzey Alanlarının İncelenmesi

MEDITERRANEAN SUMMIT
4th INTERNATIONAL SOCIAL SCIENCES CONGRESS
4th INTERNATIONAL APPLIED SCIENCES CONGRESS
APRIL 24- 25, 2021
KYRENIA

24.04.2021	HALL: 3	SESSION: 2
Meeting ID: 824 6189 4778		Passcode: 242504
	14:00 – 16:00 (Turkey Time)	MODERATOR: DOÇ. DR. AHMET AKTAŞ
Authors	Topic title	
ADEM ÇAYIROĞLU DOÇ DR. KEMAL ERMiŞ	İş Makinalarında Hidrolik Sistemde Kullanılan Yağ Kirlilik Analizi	
KIYMET TABAK KIZGIN SELCUK ALP	Analyzing Changing Consumer Behaviors in Apparel Industry With from Machine Learning Methods: Clustering, Classification and Forecasting	
ABDULLAH IŞIK DOÇ. DR. AHMET AKTAŞ	Güneş Panelleri İçin İnternet Üzerinden Maksimum Güç Noktası Doğruluğunu İzleyen Sistem Tasarımı	
MUSTAFA AÇANGÜL FATMA DOĞAN TUĞÇE YAĞCI ADEM KORKMAZ	Raylı Sistemlerde Kullanılmak Üzere Yanmaz Özellikli Bağlantı Kelepçesinin Tasarımı Ve Üretimi	
HAŞMET ÇAĞRI SEZGEN MUSTAFA TINKIR	Torsional Natural Frequency Analysis Of A Cranktrain System Using Holzer And Finite Element Method	
HAŞMET ÇAĞRI SEZGEN MUSTAFA TINKIR	Torsional Natural Frequency Analysis Of Torsional Vibration Damper Using Numerical And Modal Test Approaches	
ABDULLAH ÖZKAN AHMET SAYGIN ÖĞÜLMÜŞ MUSTAFA TINKIR	Structural Analysis Of Expanded Metal Press Body And Mechanism	
AHMET SAYGIN ÖĞÜLMÜŞ ABDULLAH ÖZKAN MUSTAFA TINKIR	Kinematic Analysis Of A Seven Degree Of Freedom Mechanism	

MEDITERRANEAN SUMMIT
4th INTERNATIONAL SOCIAL SCIENCES CONGRESS
4th INTERNATIONAL APPLIED SCIENCES CONGRESS
APRIL 24- 25, 2021
KYRENIA

25.04.2021	HALL: 1	SESSION:1
Meeting ID: 824 6189 4778		Passcode: 242504
	10:00 – 12:00 (Turkey Time)	MODERATOR: DOÇ. DR. SAMİ KILINÇLI
Authors	Topic title	
DR. ÖĞR. ÜYESİ PELİN ÇELİK	Blockchain 50 Listesindeki Şirketlerin Topsıs Yöntemi İle Değerlendirilmesi	
BÜŞRA ÖNDER	Türkiye Politikalarında Doğu Akdeniz'in Önemi	
AYŞE PINAR KULAKLI	Ar-Ge Harcamalarının Firma Karlılığı Üzerindeki Etkisi	
DOÇ. DR. SAMİ KILINÇLI	Yüce Allah İle Sürekli İlişki Ve Yakınlığın Yolu Olarak Her An Allah'ı Zikretmek	
DOÇ. DR. SAMİ KILINÇLI	Rûm Sûresi 1-10. Âyetler Bağlamında Hayatın Zâhir Ve Bâtınını Düşünmek	
DR. HAVİN ÖNER GÖREN	“Kamu” Kavramında Dönüşüm: Dönüşen Kamu Hizmeti Anlayışı	
DR. HAVİN ÖNER GÖREN	Yolsuzluk Ve Etik Üzerine Bir İnceleme: ABD Örneği	
ÖĞR. GÖR. DR. İSA KILIÇ DR. ÖĞR. ÜYESİ SERVET ÖNAL	Uluslararası Ticaret İşletmelerinde Muhasebe Birliğinin Sağlanması	
DR. ÖĞR. ÜYESİ ŞABAN ERTEKİN	Türkiye'de İşsizlik İle Enflasyon Arasındaki Nedensellik İlişkisinin Analizi	

MEDITERRANEAN SUMMIT
4th INTERNATIONAL SOCIAL SCIENCES CONGRESS
4th INTERNATIONAL APPLIED SCIENCES CONGRESS
APRIL 24- 25, 2021
KYRENIA

25.04.2021	HALL: 2	SESSION:1
Meeting ID: 824 6189 4778		Passcode: 242504
	10:00 – 12:00 (Turkey Time) 13:00 -15:00 (Kyrgyzstan Time)	MODERATOR: DR. ÖĞR. ÜYESİ S. ÇİĞDEM KOÇAK
Authors	Topic title	
SEMİH KILIÇ PROF. DR. NÜZHET KAHRAMAN	Coğrafi İşaretli Ürünlerin Restoran Mutfaklarında Kullanımına Yönelik Bir Çalışma: İstanbul Örneği	
DR. ÖĞR. ÜYESİ OSMAN ÖZDEMİR ARŞ. GÖR. KADİR ÖZDEMİR	Yenilenebilir Enerji Teknolojilerine Yönelik Reklamların Müşteri Memnuniyetine Etkisi: Ege Bölgesi'nde Bir Uygulama	
DR. ÖĞR. ÜYESİ S. ÇİĞDEM KOÇAK	Günümüz Modasında Askeri Üniformalar, Askeri Tekstiller Ve Sürdürülebilirlik	
AMANBEK MURZAKMATOV SALTANAT BOYTOEVA	Sensorik: Duyu Ve Sezgi Aracılığıyla Gerçekleşen İletişim	
ADEM ALİ İREN	Uluslararası İlişkilerde Kaygı Ve Değişim Yönetimi: Salgın Çağında Covid-19	
ADEM ALİ İREN SEDA TUNCA	Uluslararası İlişkilerde İnsani Diplomasi Ve Dış Politika	
İHSAN EKEN	Influencerların 14 Şubat Sevgililer Günü Reklamları Üzerine Etkisi	

MEDITERRANEAN SUMMIT
4th INTERNATIONAL SOCIAL SCIENCES CONGRESS
4th INTERNATIONAL APPLIED SCIENCES CONGRESS
APRIL 24- 25, 2021
KYRENIA

25.04.2021	HALL: 3	SESSION:1
Meeting ID: 824 6189 4778		Passcode: 242504
	10:00 – 12:00 (Turkey Time)	MODERATOR: DR. ÖĞR. ÜYESİ MURAT ŞAHİN
Authors	Topic title	
DR.ÖĞR.ÜYESİ DİLEK ÇANAKÇI	Synthesis and Characterization Of Novel Sol-Gel Derived B, Cu, Zn-Containing Tricalcium Phosphate	
ABDÜLKERİM PEKİN	Bej Mermer Plakaları Seleksiyonunun Yüzey Desenine Göre Yapılabilirliği	
ASSIST. PROF. DR. AHMET TUMBUL	Structure And Morphological Properties Of Boron Doped TiO ₂ For Energy Storage Applications	
ERCÜMENT ÜNAL PROF. DR. ŞADUMAN ŞEN	Termoreaktif Difüzyon Yöntemiyle CrN Kaplanmış AISI D2 Takım Çeliğinin Yüzey Özellikleri	
ERCÜMENT ÜNAL PROF. DR. ŞADUMAN ŞEN	Termoreaktif Difüzyon Yöntemiyle CrC Kaplanmış AISI D2 Takım Çeliğinin Yüzey Özellikleri	
ZAFER MAŞLAKCI	C ₃ H ₆ O-NH ₃ ve HCOOH-NH ₃ Hidrojen Bağlı Kümelerin Etkileşimlerinin İncelenmesi	
DR. ÖĞR. ÜYESİ MURAT ŞAHİN	Farklı Bağlayıcılar İle Üretilen Kenevir Betonunun Bazı Özelliklerinin Araştırılması	

MEDITERRANEAN SUMMIT
4th INTERNATIONAL SOCIAL SCIENCES CONGRESS
4th INTERNATIONAL APPLIED SCIENCES CONGRESS
APRIL 24- 25, 2021
KYRENIA

25.04.2021		HALL: 1	SESSION:2
Meeting ID: 824 6189 4778		Passcode: 242504	
	14: 00 - 16: 00 (Turkey Time)	MODERATOR: DR. FATİH GÜLER	
Authors	Topic title		
DR. FATİH GÜLER	Siyasi Partiler Hukukuna Özgü Suç Ve Cezaların Teorik Ve Pratik Sonuçları İle İlgili Eleştirel Yaklaşım		
NAZLI HİLAL ÇELİK	Taşınmaz Malikinın Komşu Taşınmaz Malikine Karşı İnşaattan Doğan Sorumluluğu		
DR. BİLAL ÖZEL	Is Shareholding Of Joint Stock Company Subject To The Statue Of Limitation?		
DR. BİLAL ÖZEL	Consumer's Obligation Of Paying Fee Issue Under Mediation Of Litigation Requirement In Consumer Disputes		
MUHAMMED EŞME	Ceza Muhakemesinde Şüphe Türleri Ve İspat Yüğü		
ALİ PENDİK	TCK'da Hata Halleri		
K.R.PADMA	RESEARCH ARTICLE WRITING HAS HIGH QUALITY IMPACT FACTOR		

MEDITERRANEAN SUMMIT
4th INTERNATIONAL SOCIAL SCIENCES CONGRESS
4th INTERNATIONAL APPLIED SCIENCES CONGRESS
APRIL 24- 25, 2021
KYRENIA

25.04.2021	HALL: 2	SESSION:2
	Meeting ID: 824 6189 4778	Passcod: 242504
	14:00 – 16: 00 (Turkey Time) 16:00 – 18:00 (Turkmenistan Time)	MODERATOR: DOÇ. DR. EMİNE GUL CANSU ERGUN
Authors	Topic title	
DOÇ. DR. EMİNE GUL CANSU ERGUN	Electro-Synthesis And Characterization Of A Neutral State Green Electrochromic Polymer	
SEVİM SÖKMEN FATİH ÖZKAN ALKURT MUHARREM KARAASLAN	Flexible Patch Antenna Design by Using Paper in Dielectric Substrate	
SERDAR ERDOĞAN PROF. DR. COŞKU KASNAKOĞLU	Medium Range Air Defence Missile Modeling And Linear Parametric Variable Control	
OGULJEREN HAJIEVA	Художественные традиции в народной архитектуре Туркменистана	
DOÇ.DR. VAROL KOÇ	Hafif Çelik Sistemlerde Dikme, Kiriş Ve Döşeme Oluşturma Çalışmalarının İncelenmesi	
DOÇ.DR. VAROL KOÇ	Taşıyıcı Sistem Tasarım Hatalarına Dair Bir Saha İncelemesi	
DR. ÖĞR. ÜYESİ ŞULE TATAR YOLCULAR YÜK. MÜH. MEHMET NEDİM SAĞLAM	Atıksu Arıtma Tesisi Azot Ve Fosfor Giderim Verimi-Kızıltepe Örneği	
DR. ZEYNEB KILIÇ	Küresel İklim Değişikliğinin Barajlar Üzerindeki Etkileri	
DR. ZEYNEB KILIÇ	Anadolu'daki Bazı Tarihi Su Yapıları ve Su Bilinci	

MEDITERRANEAN SUMMIT
4th INTERNATIONAL SOCIAL SCIENCES CONGRESS
4th INTERNATIONAL APPLIED SCIENCES CONGRESS
APRIL 24- 25, 2021
KYRENIA

25.04.2021	HALL: 3	SESSION: 2
Meeting ID: 824 6189 4778		Passcode: 242504
	14:00 – 16: 00 (Turkey Time)	MODERATOR: DR. ÖĞR. ÜYESİ GÖKHAN ARSLAN
Authors	Topic title	
MEHMET DAYI SERDAR DİNÇ	Identification of Receptor Genes in Insect	
DR. ÖĞR. ÜYESİ GÖKHAN ARSLAN	Balık Yemlerinde Kullanılan Katkı Maddeleri	
ALPER KOÇYİĞİT SALİH NARLIÇAY	Sulandırıcı Şeker İçeriğinin Kangal Köpeği Spermalarının Dondurulmasına Etkisi	
DR. ÖĞR. ÜYESİ İBRAHİM ALTUN	İmitasyon Peynir: Tofu	
ÖĞR. GÖR. DR. ÇAĞLA ÖZBEK ÖĞR. GÖR. BAŞAK ÖNCEL	Traditional Product: Zahter	
LECTURER BAŞAK ÖNCEL LECTURER DR. ÇAĞLA ÖZBEK	The Effects Of Different Drying Methods On Drying Efficiency In BAY (Laurus Nobilis L.) Leaves	
DR. ÖĞR. ÜYESİ H. CEM GÜLER	Etlik Piliç Embriyolarında Termotoleransın İyileştirilmesi	

CONTENT

CONGRESS ID	
SCIENTIFIC & REVIEW COMMITTEE	
PROGRAM	
CONTENT	
FULL TEXTS OF ORAL PRESENTED PAPERS	
Hikmat Rezazadeh	
NƏSRƏDDİN ŞAH QACAR VƏ MÜZƏFƏRƏDDİN ŞAH QACARIN AVROPA SƏFƏRLƏRİNDƏN BƏHS EDƏN FARSCA ƏSKİ ÇAP KİTABLARI	1
Ahmet ÇELİK	
93 HARBİ SONRASI KIBRIS'IN İNGİLTERE'YE DEVRİNİN DÖNEMİN RUS BASININDAKİ YANSIMALARI	5
Çiğdem Tanyel Başar & Öznur Işır	
UYGULAMALI TASARIM DERSLERİNİN UZAKTAN EĞİTİMLE YÜRÜTÜLMESİNE İLİŞKİN GÖRÜŞLER	21
Sami KILINÇLI	
YÜCE ALLAH İLE SÜREKLİ İLİŞKİ VE YAKINLIĞIN YOLU OLARAK HER AN ALLAH'I ZİKRETMEK	36
Sami KILINÇLI	
RÛM SÛRESİ 1-10. ÂYETLER BAĞLAMINDA HAYATIN ZÂHİR VE BÂTİNİNİ DÜŞÜNMEK	49
Reşid Cabbarov	
MÜASİR DÖVRDƏ ÖRGENCİLERDE SOSYO-KÜLTÜREL DEĞERLERİN OLUŞUMUNUN PSİKOLOJİK PROBLEMLERİ	59
Mustafa Kemal HAYTA	
NURETTİN TOPÇU'DA BATI VE MODERNLEŞME ALGISI	69
Ergün Koca	
KKTC'DE ALTI İLÇENİN, KENTSEL KİMLİK GÖSTERGELERİ OLARAK KULLANILAN LOGOLARIN GÖSTERGEBİLİMSEL ÇÖZÜMLEMESİ	85
Feyza HANGÜL & Serap KALFAOĞLU & Tahir AKGEMCİ	
YEŞİL YAKLAŞIMLAR IŞIĞINDA İŞLETMELERİN ÇEVRESEL SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK ANLAYIŞLARI	110
Murat Hoşgör	
PERAKENDECİLİK SEKTÖRÜNDE OMNI-KANAL PAZARLAMANNIN TEKRAR SATIN ALMA ÜZERİNE ETKİLERİ	130
Abdulgaffar Muhammad & Abubakar Musa & Umar Hamisu & Abbas Hamisu & Abdullahi Tanko Umaru & Nwaha Abdullahi onimisi & Munirat Tijjani Musa & Zainab Sani Sambo & Musa Adebayo Nuru & Bushra Ibrahim & Shehu Abdulkarim Yakasai & Bilkisu Abdulmumin	
NEW PUBLIC MANAGEMENT MODEL AND ITS APPLICATION AS A SUSTAINABLE MODEL FOR PUBLIC SECTOR MANAGEMENT	140
Ali Şahin & Hüsnü Serdar Öge & Yasin TAŞPINAR	
BELEDİYE BAŞKANININ YÖNETİM TARZI VE YEREL HİZMET MEMNUNİYETİ İLİŞKİSİ: AKŞEHİR ÖRNEĞİ	148

Kevser AKGÜL & Çetin KAPLAN	
KAMU YÖNETİMİNDE ETİK DIŞI DAVRANIŞLAR VE ETİK DENETİMİ UNSURLARI	167
Ali Yasin KAFES	
İKİNCİ KUŞAK AİLE TERAPİLERİ	179
Mihalıs Kuyucu	
Z KUŞAĞININ BAKIŞ AÇISINDAN MEDYA TÜKETİM İLİŞKİSİ	190
Emrah ARSLAN & Serap KALFAOĞLU & Tahir AKGEMCİ	
YENGEÇ SEPETİ SENDROMU'NA TEORİK BİR BAKIŞ	207
Fatma Yıldırım & Hasan Gül	
YENGEÇ SEPETİ SENDROMUNDA DUYGUSAL ZEKÂNIN ETKİSİ	217
Havin Öner GÖREN	
YOLSUZLUK VE ETİK ÜZERİNE BİR İNCELEME: ABD ÖRNEĞİ	226
İsa KILIÇ & Servet ÖNAL	
ULUSLARARASI TİCARET İŞLETMELERİNDE MUHASEBE BİRLİĞİNİN SAĞLANMASI	232
Osman Özdemir & Kadir Özdemir	
YENİLENEBİLİR ENERJİ TEKNOLOJİLERİNE YÖNELİK REKLAMLARIN MÜŞTERİ MEMNUNİYETİNE ETKİSİ: EGE BÖLGESİ'NDE BİR UYGULAMA	239
S. Çiğdem KOÇAK	
GÜNÜMÜZ MODASINDA ASKERİ ÜNİFORMALAR, ASKERİ TEKSTİLLER VE SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK	249
Amanbek MURZAKMATOV & Saltanat BOYTOEVA	
СЕНСОРИКА: СЕЗИМ-ТУЮМ АРКЫЛУУ ИШКЕ АШКАН КАРЫМ-КАТНАШ	260
İhsan Eken	
INFLUENCERLARIN 14 ŞUBAT SEVGİLİLER GÜNÜ REKLAMLARI ÜZERİNE ETKİSİ	265
Fatih GÜLER	
SİYASİ PARTİLER HUKUKUNA ÖZGÜ SUÇ VE CEZALARIN TEORİK VE PRATİK SONUÇLARI İLE İLGİLİ ELEŞTİREL YAKLAŞIM	273
ALİ PENDİK	
TCK'DA HATA HALLERİ	280
Berna Civaloğlu Sevindik & Yakup Çelik	
HASAN ALİ TOPTAŞ'IN "BİR GÜLÜŞÜN KİMLİĞİ" ADLI HİKÂYE KİTABI ÜZERİNE BİR DEĞERLENDİRME	294
Ebru Akkuyu	
TÜRK KİMLİĞİ YARATIMINDA HALKEVLERİ VE DERGİLERİ: ELAZİZ- ALTAN DERGİSİ	301
Ebru Akkuyu	
SOSYOLOJİ VE TARİH BÖLÜMLERİ ÜZERİNDEN KARŞILAŞTIRMALI BÖLÜM SEÇİMLERİ VE MESLEKİ KAYGI	318

NƏSRƏDDİN ŞAH QACAR VƏ MÜZƏFƏRƏDDİN ŞAH QACARIN AVROPA SƏFƏRLƏRİNDƏN BƏHS EDƏN FARSÇA ƏSKİ ÇAP KİTABLARI

Hikmət Rzazadə
Azərbaycan Milli Elmlər Akademiyası
Məhəmməd Füzuli adına Əlyazmalar İnstitutu
Azərbaycan, Bakı

Xülasə

Azərbaycan Milli Elmlər Akademiyası Məhəmməd Füzuli adına Əlyazmalar İnstitutunda Qacarlar dövrü Azərbaycan tarixinə aid nəşr olunmuş bir sıra əski çap kitabları mühafizə olunur. Bu kitablar Qacarlar dövründə ictimai-siyasi həyatdan, qəbul olunmuş rəsmi sənədlərdən Qacar şahlarından və onların səfərlərindən, dövrün tanınmış Azərbaycanlılarından və s bəhs edir. Məqalədə Əlyazmalar İnstitutunun farsdilli materialları əsasında Nəsrəddin şah Qacar və Müzəfərəddin şah Qacarların Avropa səfərləri araşdırılır.

Açar sözlər: əski çap kitabları, Qacarlar, Nəsrəddin şah Qacar, Müzəfərəddin şah Qacar, Avropa səfərləri.

Hikmat Rezazadeh**The old printed Persian books dealing with Nasreddin Shah Gajar and Muzafaraddin Shah Gajar's European visits**

A number of old printed books on the history of Azerbaijan during the Gajars period are preserved at the Institute of Manuscripts named after Muhammad Fuzuli, Azerbaijan National Academy of Sciences. These books deal with the socio-political life, approved official documents, the Gajar shahs and their visits, well-known Azerbaijanis of that time in the Gajars period. The European visits of Nasreddin Shah Gajar and Muzafaraddin Shah Gajar on the basis of Persian-language materials of the Institute of Manuscripts are researched in the article.

Key words: *old printed books, The Gajars, Nasreddin Shah Gajar, Muzafaraddin Shah Gajar, European visits*

Хикмат Рзаде**Персидские старопечатные книги о путешествиях Насреддина Шаха Гаджара
Музафараддина Шаха Гаджара в Европу**

Институт рукописей имени Мухаммеда Физули НАН Азербайджана
hikmet.rezazadeh@mail.ru

В Институте рукописей имени Мохаммеда Физули Национальной Академии Наук Азербайджана хранится ряд старопечатных книг по истории Азербайджана периода Гаджаров. В этих книгах рассказывается об общественно-политической жизни

Гаджарского периода, принятых официальных документах, Гаджар-шахах и их визитах, известных азербайджанцах того времени и т. д. В статье исследуются европейские путешествия Насреддина Шаха Гаджара и Музафараддина Шаха Гаджара на персидско-язычных материалах Института рукописей.

Ключевые слова: старопечатные книги, Гаджары, Насреддин Шах Гаджар, Музафараддин Шах Гаджар, европейские туры

GİRİŞ

AMEA Məhəmməd Füzuli adına Əlyazmalar İnstitutunda bir sıra şərq və Avropa dillərini əhatə edən əlyazmalarla yanaşı, müxtəlif dillərdə çap olunmuş, tarixə, fihhə, tibbə, nücum elminə, dilşünaslığa aid çap və daşbasma kitabları da mühafizə olunur. Bu kitablar, İstanbul, Təbriz, Tehran, Bombay, Sankt-Peterburq, Şiraz, Bakı, Şuşa və s. kimi şəhərlərin mətbəələrində çap olunmuşdur. Onlardan fars dilində olan 28 kitab XIX əsrin sonu XX əsrin əvvəllərində Azərbaycan mətbəələrində işıq üzü görmüşdür. Daha dəqiq desək, 20 kitab Bakıda, 8 kitab isə Şuşada nəşr edilmişdir.

Tarixə aid olan farsdilli əski çap kitabları içərisində Qacar şahlarının və həmin dövrün ictimai-siyasi həyatından bəhs edən kitablar Qacarlar dövrü Azərbaycan tarixinin öyrənilməsi baxımından olduqca əhəmiyyətli mənbələrdir. Ağa Məhəmməd şah Qacarla başlayan və Əhməd şah Qacarla sonlanan 150 il ərzində türksöylü Qacarlar İran adlanan tarixi-coğrafi ərazini idarə etmişlər. Qacarlar sülaləsinin xüsusilə XIX əsri əhatə edən şahlıq dövründə Azərbaycan xalqı üçün olduqca ağırlı olmuş, azərbaycanlılar Qacar dövləti və Çar Rusiyası arasında baş vermiş müharibələrin başa çatdığını təsdiqləyən Gülistan və Türkmənçay sülh müqavilələri ilə ikiye ayrılmışlar. Araz çayı sərhəd olmaqla Arazdan şimaldakı Azərbaycan torpaqları Rusiyaya, cənubdakı torpaqlar isə Qacar dövlətinin nəzarətində qalmışdır.

Məqaləmizin əsas tədqiqat mövzusu Qacar (Azərbaycan) şahlarından olan Nəsrəddin şah Qacarın (Nəsrəddin Mirzə) və Müzəfərəddin şah Qacarın Avropaya səfərləri və bu səfərlər zamanı keçdiyi Qafqaz Azərbaycanı (Şimali Azərbaycan) şəhərləri ilə bağlıdır. Əlyazmalar İnstitutunda Nəsrəddin şah Qacarın Avropa səfərləri haqqında fars dilində yazılmış üç əski çap kitabı qorunub saxlanılır:

Birinci kitab saxlanılarda VI-126/2166 şifrəsi ilə mühafizə olunan və Məhəmmədhəsən xan Etimadüssəltənə tərəfindən hicri 1291 miladi 1874-cü ildə Tehranın Darültəbəyi Dövləti mətbəəsində çap olunmuş, 207 səhifədən ibarət Ruznameyə səfərə Firəngistan əsəridir. Kitabda Nəsrəddin şahın Avropaya birinci səfəri zamanı İngiltərə, Osmanlı, Fransa, Almaniya, Belçika, Rusiya, İtaliya, Avstriya, Qafqaza etdiyi səfərləri haqqında məlumat verilir. Səfər 1290/1873-cü ildə başa çatmışdır. Nəsrəddin şah bu səfəri Qacar dövlətinin 9-cu baş naziri olan azərbaycanlı Mirzə Hüseyn xan Qəzvininin təkidi ilə dövlətin nüfuzlu şəxslərindən ibarət bir heyətlə etmişdir. Səfər beş ay davam etmiş və Nəsrəddin şah səfər boyunca Avropada olan yeniliklərlə tanış olmuş və ölkəsinə qayıtdıqdan sonra bir sıra islahatlar həyata keçirməyə qərar vermişdir. Lakin baş nazir Mirzə Hüseyn xanın Qacar şahını islahatlara sövq etməsi, islahatların aparılmasını istəməyən digər şəxslərin narazılığına səbəb olmuşdur. Təzyiqlər nəticəsində Mirzə Hüseyn xan vəzifəsindən uzaqlaşdırılmış və Rəştə göndərilmişdir.

İkinci kitab saxlanlarda II-141/9347 şifrəsi ilə mühafizə olunan və Məhəmmədhüseyn xan Marağayinin redaktorluğu ilə hicri 1294, miladi 1877-ci ildə Tehranın Darültəbaye-Dövləti mətbəəsində nəşr olunmuş, 296 səhifədən ibarət olan Nəsrəddin şah Qacarın Avropaya birinci səfəri zamanı baş vermiş hadisələrin təəssüratların qeydə alındığı, Ruznameyə səfərə Firəngistan əsərinin ikinci nəşridir. Kitabın 287-295-ci səhifələrində Bakı, Abşeron, Xəzər sahili və s yerlər haqqında məlumat verilir. Həmçinin əsərin 287-ci səhifəsində Nəsrəddin şah Qacarın, əmisi Bəhmən Mirzə ilə Tiflisdə görüşüyü qeyd olunmuşdur.

Üçüncü kitab saxlanlarda XVI-826/4964 şifrəsi ilə mühafizə olunan və Mirzə Məhəmməd Məlikul Kuttabun nəşirliyi ilə , hicri 1309 miladi 1891-ci ildə Britaniya Hindistanında (Bombeydə) nəşr olunmuş və 390+8 səhifəlik Nəsrəddin şahın Avropaya üçüncü səfərindən bəhs edən Ruznameyə səfərə sevvome Firəngistan kitabıdır. Nəsrəddin şahın Avropaya III səfəri Araz çayından, Naxçıvan torpağından başlamışdır. Kitabda həmçinin Qafqaz Azərbaycanı ərazisində yerləşən yer adlarından bəhs olunmuşdur.

Nəsrəddin şahdan sonra onun oğlu Müzəfərəddin şahda Avropaya səfərlər etmiş, və bu səfərlərə gedərkən Şimali Azərbaycan şəhərlərindən keçmişdir. Müzəfərəddin şah Qacarın Avropa səfərləri ilə bağlı olan iki kitab əlyazma xəzinəmizdə mühafizə olunur.

Birinci kitab saxlanlarda IV-95/34766 şifrəsi ilə mühafizə olunan Səfərnəməyə Müzəfərəddin şah be Oropa. Səfərə əvvəl kitabıdır. Kitab hicri 1319. miladi 1901-ci ildə Tehranın Mətbəei-Şahənşahi mətbəəsində nəşr olunmuşdur və 255 səhifədən ibarətdir. Qacar şahı Müzəfərəddin şahın Avropaya I səfəri 1900-cü ilin aprel ayında baş tutmuşdur. Şah Azərbaycanın Zəncan, Təbriz, Mərənd, Culfa, Naxçıvan, Baş Nəraşen, İrəvan, Tiflis şəhərlərində olmuş, Ağstafa-Bakı yolu yağışdan xarab olduğu üçün İrəvandan Ağstafa və Tiflisə oradan dəmir yolu ilə Vladıqafqaza oradan isə Avropaya getmiş, geri qayıdarkən Rusiya, Ağstafa, İrəvan, Naxçıvan, Təbriz yolu ilə vətənə qayıtdığı qeyd olunmuşdur. .

İkinci kitab saxlanlarda IX-410/16001 şifrəsi ilə qorunub saxlanılan Məhəmmədhüseyn Larinin redaktorluğu ilə Müzəffərəddin şah Qacarın Avropaya baş tutmuş I səfərinin Səfərnəməyə Müzəffərəddin şah be Oropa əsərinin Bombay nəşridir. Kitab Britaniya Hindistanının Bombay şəhərinin Mətbəei-Müzəffəri mətbəəsində hicri 1321, miladi 1903-cü ildə nəşr olunmuşdur və 272 səhifədən ibarətdir.

Müzəfərəddin şah Qacarın növbəti Avropa səfərləri zamanı Bakı şəhərində də olmuşdur. Şah Bakıda öz təbəələri ilə həmçinin Çarın Qafqaz canişini ilə görüşmüşdür. Müzəfərəddin şah Bakıda olarkən Hacı Zeynalabdin Tağıyevlə görüşmüş, və Tağıyev onu öz evində (hal-hazırda Milli Azərbaycan tarixi muzeyi) qonaq etmişdir. Görüş zamanı Qacar şahı ilə Tağıyev arasında maraqlı bir dialoq da baş tutmuşdur. Tağıyev Qacar şahının şərəfinə verdiyi ziyafətdə ondan soruşur ki, Niyə gələrkən müsəlman olduğum halda mənim evimə deyildə erməni Tumanyanın evinə düşmüşünüz?. Şah isə cavab verir ki sən müsəlman olsanda rus təbəəsisən, O isə mənim rəiyyətimdir. Onun evi mənim evim sayılır. Əlyazmalar İnstitutunda Müzəfərəddin şah Qacarın yalnız Avropaya ilk səfəri ilə bağlı yazılmış iki kitab mövcuddur.

Nəticə

Nəsrəddin şah Qacarın Avropa səfərlərindən bəhs edən VI-126/2166 və II-141/9347 şifrəli kitablar şahın ilk səfərinin təəssüratlarının qeydə alındığı kitablardır. Saxlanlarda XVI-826/4964 şifrəsi ilə mühafizə olunan kitab isə şahın Avropaya üçüncü səfəri zamanı baş vermiş hadisələrin yazıldığı kitabdır. Şahın Avropaya ikinci səfəri haqda hər hansı bir məlumat Əlyazmalar İnstitutunda mövcud deyil.

Müzəfərrəddin şah Qacarin Avropaya baş tutmuş üç səfərindən yalnız birinci səfərinin hadisələrindən bəhs edən IV-95/34766 və IX-410/16001 şifrəli iki kitab əlyazma xəzinəmizdə qorunur. Şahın Avropaya digər səfərləri ilə bağlı yazılmış hər hansı məlumat Əlyazmalar İnstitutunda mövcud deyil. Şahın Avropaya növbəti səfərləri zamanı Bakıda olması, bir sıra görüşlər keçirməsi, o cümlədən Hacı Zeynalabdin Tağıyevlə görüşü və bu görüş zamanı çəkilmiş fotosəkil Milli Azərbaycan Tarixi Muzeyində mühafizə olunur.

Ədəbiyyat siyahısı:

- 1) H.Rzazadə. Bakı və Qarabağda nəşr olunmuş əski çap kitablar (AMEA Məhəmməd Füzuli adına Əlyazmalar İnstitutunun farsdilli materialları əsasında) //Əlyazmalar yanmır, 2020, №1(10), s. 75-80.
- 2) AMEA Məhəmməd Füzuli adına Əlyazmalar İnstitutu. VI-126/2166 Nəsrəddin şah Qacari, Ruznameyə səfərə Firəngistan.
- 3) AMEA Məhəmməd Füzuli adına Əlyazmalar İnstitutu. II-141/9347 Nəsrəddin şah Qacar Ruznameyə səfərə Firəngistan, çape dovvom.
- 4) AMEA Məhəmməd Füzuli adına Əlyazmalar İnstitutu. XVI-826/4964 Nəsrəddin şah Qacar Ruznameyə səfərə sevvome Firəngistan.
- 5) AMEA Məhəmməd Füzuli adına Əlyazmalar İnstitutu IV-95/34766 Səfərnameyə Müzəfərrəddin şah be Oropa. Səfərə əvvəl.
- 6) AMEA Məhəmməd Füzuli adına Əlyazmalar İnstitutu IX-410/16001 Müzəfərrəddin şah Qacar, Səfərnəmə.
- 7) T.Həsənzadə. XVIII-XIX əsr Əfşarlar və Qacarlar dövrünün görkəmli Azərbaycan türkləri. Bakı: Elm və təhsil, 2013, 281 səh.
- 8) T.Həsənzadə. XVIII-XIX əsrlərdə İranda yaşamış Azərbaycanlı ictimai-siyasi xadimlər. Bakı: Nurlan, 2007, 319 səh.
- 9) <https://reyting.az/slayd/50386-qacar-ahnn-bakya-sfri-fhlnin-intihar-v-ran-tbsi-fotolar.html>

GİRNE
25 - 25 NİSAN 2021

93 HARBİ SONRASI KIBRIS'IN İNGİLTERE'YE DEVRİNİN

DÖNEMİN RUS BASININDAKİ YANSIMALARI

Ahmet ÇELİK*

Özet

Kıbrıs, Akdeniz'de işgal ettiği konum sebebiyle, tarih boyunca stratejik öneme sahip olmuş ve bu önemini hiç kaybetmemiştir. Ticari, askeri ve dini öneminin yanında, Doğu Akdeniz'de ileri karakol konumunda olan Kıbrıs, aynı zamanda bölgesel güç dengesinin de belirleyicisi olmuştur.

İngilizlerin Kıbrıs'a olan ilgileri ticari amaçlarla başlamış, zamanla siyasi ve askeri amaca dönüşmüştür. Özellikle 18. yüzyılda artan ticari ilişkiler ve Yakındoğu'da meydana gelen siyasi gelişmeler sebebiyle Kıbrıs'a olan ilgisi artmıştır.

Rusya'nın bölgede bir güç haline gelmesi sebebiyle İngiltere'nin politikaları da buna göre şekillenmiştir. 93 Harbi'nde Osmanlı Devleti'nin mağlup olması sonrasında İngiltere, Osmanlı Devleti'ne bir ultiatom vererek, Rusya'ya karşı Osmanlı Devleti'ni korumayı taahhüt etmiş, karşılığında ise, Ermeni reformu yanında, Kıbrıs adasının da İngiltere tarafından "işgal ve yönetimi"ni kabul etmesini istemiştir. Osmanlı Devleti'nin bu ultiatoma kabul cevabını vermesinden sonra 4 Haziran 1878 tarihinde İstanbul'da Kıbrıs Anlaşması imzalanmıştır. Bundan sonra İngiltere, Kıbrıs'a asker çıkararak işgal etmiştir. Kıbrıs'ın İngiltere tarafından işgal edilmesi, dönemin güçleri tarafından tepkiyle karşılanmış, Rusya da bu duruma tepki göstermişti. Rus Devleti'nin yanında, Rus basını da bu duruma sessiz kalmamıştı.

Kıbrıs'ın İngiltere'ye devredildiği süreçte Rusya'da yayımlanan Niva Dergisi, Kıbrıs'ın İngiltere'ye devredilmesini tüm yönleriyle ele alarak incelemiş ve yorumlarda bulunmuştur. Daha 1877 yılında savaşın devam ettiği sırada İngiltere'nin bölgeyle ilgili planları üzerinde duran dergi, Akdeniz'de batılı güçler arasındaki mücadele ve bu mücadelede Kıbrıs'ın yeri üzerinde değerlendirmelerde bulunmuştur. Dergi, İngiltere'nin Kıbrıs'ı işgali sürecinde meydana gelen olayları ve bu olaylar hakkındaki görüşlerini dile getirmiştir. Kıbrıs'ın İngiltere tarafından işgal edilmesi sonrasında da, Kıbrıs ve önemi hakkında makalelere yer veren dergi,

* Arş. Gör. Dr. Fırat Üniversitesi, İnsani ve Sosyal Bilimler Tarihi, Türkiye Cumhuriyeti Tarihi ABD. ahmetcelik2@firat.edu.tr - ORCID: 0000-0002-0624-6701

Kıbrıs'ın İngiltere tarafından işgalini, Rusya'nın bu bölgedeki çıkarlarını dikkate alarak yorumlamıştır.

Çalışmamızda; Rusya'nın hedefleri çizgisinde, dönemin birinci el kaynağı olarak, Rus basınının Kıbrıs'a ve İngiltere'nin Kıbrıs'ı işgali olayına bakışını ele almayı amaçladık. Bunun yanında, dönemin Rus basınında yer alan Kıbrıs'la ilgili verilen farklı bilgilere de yer verdik.

Anahtar Kelimeler: Kıbrıs, Osmanlı Devleti, İngiltere, Rus Basını

Giriş

Tarihin neredeyse bütün dönemlerinde, Kıbrıs adası ilgi odağı olmuş ve uluslararası kamuoyunun dikkatini çekmiştir. Adanın her zaman dikkat çekici bir unsur olmasının temel kaynağı ise Avrupa, Asya ve Afrika kıtalarının tam ortasındaki stratejik konumudur. Özellikle Doğu Akdeniz'in düğüm noktasını teşkil etmesi, Türkiye ve Suriye kıyılarına olan yakınlığı, bunlara ilaveten Ege Denizi'nin giriş çıkışına etkisiyle Mısır ve Süveyş Kanalı'na olan yakınlığı göz önüne alındığında adanın stratejik önemi çok daha kolay anlaşılmaktadır (Keser, 2006; 115).

Kıbrıs adası tarihî süreç içerisinde sırasıyla, Eski Mısır, Hitit, Aka ve Dor, Fenike, Asur, Pers, Makedon (Büyük İskender), Roma, Bizans, Arap, Isaac Comneneus, İngiliz, Templier Şövalyeleri, Lusignan Hanedanı, Ceneviz (sadece Magosa), Memlûk ve Venedik hâkimiyetinde kaldı. Hz. Osman döneminde (644-656) Müslümanların hâkimiyetine girdi ve bu tarihten itibaren (648-649) İslâm toprağı olarak görüldü. Ada, XVI. asrın üçüncü çeyreğine gelindiğinde, Osmanlı Devleti'yle anlaşma halinde olan ve ticari çıkarlarını koruma konusunda sürekli "*temkinli bir siyaset*" takip eden Venedik'in elindeydi (Bilgin, 2015; 80).

Fatih Sultan Mehmet'in (1451-1481) İstanbul'u fethi, Akdeniz'deki adalarda var olmayı gerektirmiştir. Sonraki yıllarda Akdeniz'in tamamına hakim olmak için Kanuni Sultan Süleyman (1520-1566) döneminde adaların fetihleri tamamlanmıştır. Ancak Kıbrıs'ın fethi II. Selim döneminde, 1 Ağustos 1571 tarihinde gerçekleşmiştir.

Başta Anadolu olmak üzere, Mısır ve Suriye'nin güvenliği için önemli olan Kıbrıs, yine bu bölgelere hâkim olabilmenin de merkezi konumundadır. Özellikle Süveyş Kanalı'nın açılmasından sonra, hem hâkimiyet, hem de güvenlik açısından önemi daha da artmış, özellikle İngilizlerin ilgi odağı olmuştur.

İngilizlerin Kıbrıs'a olan ilgileri ticari amaçlarla başlamış, zamanla siyasi ve askeri amaca dönüşmüştür. 1581 yılında Levant Kumpanya'sının ticari faaliyetleri, İngilizlerin Kıbrıs'a olan ilgilerinin başlangıcıdır. Büyük tonajlı dayanıklı ve güçlü top bataryalarıyla Akdeniz deniz ticaretinde daha güvenli olması nedeniyle İngiliz gemilerinin tercih edilmesi

İstanbul, İzmir, Halep, İskenderiye ve Kıbrıs gibi önemli limanlarda İngiliz tüccarlarının güç kazanmasına ve buralarda yerleşik bir düzen kurmalarına yol açmıştır.

18. yüzyıla gelindiğinde, İngiltere'nin Kıbrıs'a olan ilgisine ekonomik çıkarların yanında Yakındoğu'da meydana gelen siyasi gelişmeler de eklenmiştir. Özellikle İngiliz İmparatorluğu'nun tacı olarak nitelendirilen Hindistan pazarının iki önemli durağı, Halep ve Mısır'ın güvenliği büyük ölçüde Kıbrıs'a bağımlı olduğundan, Suriye, Mısır ve Anadolu kıyılarında çıkarı bulunan devletin, gözü ve kulağı bu adanın üzerinde olmak zorundaydı. O nedenle İngiltere'nin Doğu Akdeniz'e yönelik olarak yürüttüğü siyasetin temelinde, bu ticari merkezlerin kontrolde tutulması ve bu merkezleri birbirine bağlayan ticari yolların emniyete alınması yer almaktadır.

Akdeniz ile Kızıldeniz'i bağlayan ve bu nedenle Asya ile Avrupa arasındaki deniz taşımacılığında Afrika'nın çevresini devre dışı bırakan Süveyş Kanalı'nın 1869 yılında açılması, Mısır işgali sonrası Kıbrıs'ın stratejik önemini öne çıkaran en önemli gelişme olarak telakki edilebilir. (Şahin, 2016; 165) Süveyş Kanalı'nın açılması ve Mısır Hidivi'nin elinde bulunan kanal hisselerinin, 1875 yılında Disraeli'nin özel girişimleriyle İngiltere'ye geçmesi, Süveyş'te yeni bir Cebeli Tarık'ın doğmasına yol açmıştır. Süveyş Kanalı deniz ulaşımı açısından seyir süresini oldukça kısaltmıştır.

İngiltere'nin en önemli siyasi kişiliklerinden Benjamin Disraeli, 1830 yılında gerçekleştirdiği Doğu gezisinin ardından Kıbrıs'ın önemini fark eden İngiliz siyasetçilerin başında gelmektedir. Seyahatini daha sonra, Tancred: The New Crusade (1847) adlı kitapta romanlaştıran Disraeli'nin, burada "İngilizler Kıbrıs'ı istiyorlar ve alacaklar" şeklinde bir ifade kullandığı görülmüştür. Disraeli, 1847 yılında romanında teklif ettiği Kıbrıs'ı alma işini, 1878 yılında başbakanlığı döneminde kendi başaracaktır.

Siyasi ve ekonomik sebeplerin yanında, İngiltere'nin Osmanlı Devleti'ne yönelik politikalarını belirleyen ve Kıbrıs'ın alınmasının İngiltere için gerekli hale gelmesine neden olan, ciddi bir tehdit olarak büyüyen Rusya faktörüdür.

Açık bir şekilde 16. yüzyıl sonlarında modernleşme ve batılılaşma çabasıyla Avrupa'da büyük bir güç olarak sivrilmeye başlayan Rusya, büyük emperyalist hedef ve politikalarını da bu dönemde belirlemiştir. Elbette ki, bu çaba ve politikaların mimarı olan Çar Petro, haleflerine İstanbul'u, Balkanları, Anadolu'yu, Kafkasya'yı ve Orta Asya'yı işaret etmekteydi. Böylece her fırsatta "açık denizlere" ulaşmış büyük bir Rus imparatorluğunun ihyası için harekete geçen Rus Çarları ve çariçeleri 18. ve 19. yüzyıllarda genellikle saldırgan bir tutum içinde bulunmuşlardır (Aydın, 2008; 255). Özellikle İstanbul'un alınması Ruslar için hem stratejik hem de manevi bir amaç taşımaktaydı ve Çarların şehri (царский город) olarak

isimlendirilmekteydi. Kırım Savaşına katılan Rus yazar Fyodor Dostoyevski “*er ya da geç İstanbul bizim olmalıdır*” diyebilecekti (Широкорад, 2016; 4)

Bunun yanında, 1787-1792 Osmanlı-Rus Savaşından sonra İngiltere, Osmanlı Devleti’ne yönelen bir Rus tehlikesi görmeye başlamış ve Rusya’nın Osmanlı Devleti’ni yıkarak Boğazları ele geçirmesi ve Akdeniz’e inmesini tehdit olarak nitelendirmiştir. Akdeniz’e inen Rusya, İngiltere’nin İmparatorluk yolu denen, Hindistan’la olan bağlantısını kesebilirdi (Armaoğlu, 1999; 193). Dolayısıyla Osmanlı Devleti, İngiliz devlet adamlarına göre Rusya’nın güneye inmesini engelleyen bir tampon işlevi görmekteydi. Bu nedenle mümkün olduğu ölçüde varlığı korunmalı ve bu doğrultuda desteklenmeliydi (Durmaz, 2015; 105).

İleri gelen İngiliz devlet adamlarından Chatham, “*Osmanlı Devleti’nin varlığını korumasının İngiltere için son derece önem taşıdığına inanmayan bir kimseye ben asla itibar etmem*” demek suretiyle İngilizlerin Osmanlı politikasını açık ve seçik bir şekilde ortaya koymuştur. Başka bir İngiliz devlet adamı J. Russel ise bir söylevinde “*Biz Rusya’yı Tuna Irmağı kıyılarında durdurmayı başaramazsak gelecek bir günde İndüs Irmağı kıyılarında durdurmak zorunda kalırız*” demiş dolayısıyla İngiltere’nin izlediği Rus politikasını belirtmiştir (Menekşe, 2013; 310).

Rusya ise Avrupalıların, özellikle İngilizlerin, Osmanlı politikalarına tepkiliydi. Osmanlıya yönelik politikalarının altında Ruslara karşı bir politika geliştirdiklerinin farkındaydılar. Rus tarihçi Şirokorad bu durumla ilgili olarak, Balkanlarda katliam yapıldığı ile ilgili bilgiler verdikten sonra “*Aydınlanmış Avrupa, her zamanki bahaneyle, yani sivil halkı korumak amacıyla Balkanlar meselesine burnunu sokmuştu. Asıl maksadı gizlemek için bir takım lafazanlıklara başvurulduğu bilinen bir şey. İngiltere, Mısır ve İstanbul’daki hâkimiyeti ele geçirmek, ama Rusya’nın güçlenmesine izin vermemek istiyordu*” (Şirakorad, 2015; 405) diyerek, İngiltere’nin Osmanlı politikasını eleştirmişti.

Rus devletinin yanı sıra, bu dönemde Rusya’da yayın yapan Niva Dergisi de gelişmeleri Rusya’nın çıkarları bağlamında eleştirenlerdendi. Rusçada “Mısır Tarlası” anlamına gelen Niva (Rusça: Нива) kelimesinden ismini alan dergi, 19. yüzyılın sonlarında Rusya’nın en popüler dergisiydi. 1870 tarihinden 1918 tarihine kadar yayın hayatına devam eden dergi, kendini “*resimli haftalık edebiyat, politika ve modern yaşam dergisi*” olarak tanımlamaktaydı. Bir Alman göçmen olan A. F. Marx tarafından kurulan dergi, başlarda siyasetten uzak bir yayın yapmayı hedeflese de zamanla Rusya’nın politik dergisi haline gelmiş, hükümetin yayın organı şeklinde yayınlar yapmaya başlamıştır (Çelik, 2020; 409).

1. 93 Harbi ve Sonuçları

Rumi takvime göre 1293 yılında başlaması sebebi ile 93 Harbi olarak adlandırılan 1877-1878 yıllarında cereyan eden Osmanlı-Rus Harbi, bölgede dengeleri değiştiren ve İngiltere'nin Osmanlı Devleti'ne karşı politika değişikliğine gittiği olaydır.

Rusya, daha önce kendisine karşı cephe oluşturan ve Kırım Savaşı'nı gerçekleştiren batılı devletler ile Osmanlı Devleti'ne karşı, yoğun çabalar sonucu durumu kendi lehine çevirdi. Bir yandan Kırım Savaşı'ndaki yenilgiyi hazmedemeyen ve savaş sonrasında da, Osmanlı Devleti'nin Paris Kongresi'nde alınan bir kararla Avrupa Devleti sayılmasını içine sindiremedi. Bulgaristan, Romanya, Bosna-Hersek ve Karadağ'da isyanların çıkmasını destekleyip asilere silah yardımı yapmıştır. 31 Mart 1877'de imzalanan Londra Protokolü ile İstanbul Konferansı kararlarını Rusya kendi lehine hafifletti. Ancak Osmanlı Devleti bu kararları kabul etmedi. Rusya, barışçı bir politika izlediğini Avrupa'ya ispata çalışırken, Osmanlı'ya karşı karalama kampanyasını da çoktan başlatmıştı. Rusların uyguladığı Panslavizm Politikası; Türklerin Avrupa'dan kovulmasını, Slav Hıristiyan kardeşlerin barbar Türklerin boyunduruğundan kurtarılması, İstanbul'un Rusların eline geçmesi, Ayasofya'ya haç konulması gibi amaçları içermektedir. Bu amaçlarını hem Avrupa'ya kabul ettirmeye çalışırken diğer yandan da halkını bu davası için arkasına almaya çalışıyordu. Rusya, tüm bu amaçlarını gerçekleştirmek için 1877'de Osmanlı'ya savaş ilan etti (Tuna, 2019; 3-4).

İngiltere, Osmanlı-Rus Savaşı başladığında, diğer Avrupa devletleri gibi, tarafsızlığını ilan etmişti. Ancak İngiltere, Rusya'nın 19 Nisan 1877'de, Osmanlı Devleti'nin, Avrupa devletlerinin verdiği nasihatlere uymadığı, Hristiyanlar konusunda taahhüt ettiği reformları yerine getirmediği; artan karışıklıklar sebebiyle Rusya'nın Balkanlardaki menfaatlerinin zedelendiği gibi konulara yer verilen bir beyannameye sert cevap verdi (Özcan, 2017; 511).

İngiltere'nin bu cevabı Rusya'da şaşkınlık ve nefretle karşılanırken Niva Dergisi 9 Mayıs 1877 tarihli sayısında İngiltere'nin cevabı ile ilgili olarak "*Lord Derby'nin Türkiye'ye savaş ilanı ile ilgili Rusya'nın genelgesine verdiği cevap çok garip*" yorumunu yaparak İngiliz cevabının içeriğine yer vermiş; "*Bu çok garip çünkü İngiltere, savaşın patlak vermesiyle beraber, diğer devletlerle birlikte tarafsızlığını ilan etmişti. Ancak sonradan verdiği bu cevap iğrenç ve içeriği de tarafsızlığını koruma kararıyla hiç tutarlı değil. İngiliz Hükümeti, açıkça Türkiye'ye savaş ilan edilmesinden duyduğu rahatsızlığı dile getirerek, Rusya'nın hazırladığı muhtırayı eleştirerek Osmanlı idaresinin reform yapma zorunluluğu olmadığını belirtmiş ve Rusya'nın bu adımının sonuçlarını öngörmenin zor olduğu söylemiştir*" ve bu cevabı şöyle yorumlamıştır; "*Cevabın bu tehdit edici tonu İngiliz karakteriyle o kadar uyumludur ki, yorumlayacak hiçbir şey yoktur. İngilizlerin diplomatik tarihi buna benzer ikiyüzlülükle*

doludur. Bu cevabın tarafsızlığını ilan etmesinden önce hazırlandığı o kadar açık ki” (Niva, 1877; No: 36)

İngiltere, gönderdiği bu protesto cevabı ile yetinmeyerek, 6 Mayıs'ta Rusya'ya bir nota vermiştir. 7 maddeden oluşan bu notanın özellikle ikinci maddesi İngiltere'nin çekincesini göstermektedir. Söz konusu maddede; “İngiltere, Hindistan ile dünya ticaretinin güvenliği için gerekli olan Süveyş Kanalı'na hiçbir zarar verilmemesini, savaşan taraflardan ister” denmektedir (Armaoğlu, 2006; 517). İngiltere'nin Osmanlı-Rus Savaşı'nın sonuçlarıyla ilgili gerçek endişesini gösteren bu madde ile ilgili olarak Niva Dergisi, İngiliz notasına cevap niteliğinde şunları söylemektedir; “Tarihin sesi duyulduğunda siyaset etkisiz hale gelir, çünkü gerçek şu ki, İngiliz notasının altında gerçekleşebilecek ihtimallerin korkusu yatmaktadır. Rusya'nın gelecekteki askeri başarılarından dolayı Süveyş Kanalı'nı kaybetme ihtimalinden korkuyorlar. (İngiltere, Süveyş Kanalı'nın hisselerini önceden satın aldı). İngiltere'nin derin korkuları, Rusya tarafından savaşı ilan etmenin gerçek nedenlerini bilen bir kimsenin bile cevap vermeyeceği başka bir soru mu?(Niva, 1878; No: 1)

Savaş boyunca büyük bir savunma yapan ve kısmen de başarılı olan Osmanlı Devleti, Plevne'nin düşmesiyle ümidini kaybetti. Bu yüzden II. Abdülhamid'in emriyle “devletin itibar ve hukukunun muhafazası ve yabancıların devlet işlerine ve bilhassa Hıristiyan tebaaya müdahalesine izin verilmemesi” esasına dayanan bir barışın yapılması için Paris Antlaşması'nı imzalayan devletlere aracılık yapmaları için başvuruldu. Bundan Osmanlı Devleti ve Rusya arasında başlayan müzakerelerin neticesinde Ayastefanos Anlaşması imzalandı.

Ayastefanos Antlaşması'nın imzalanmasıyla ortaya çıkan durum özetle şöyleydi;

- Sırbistan, Karadağ ve Romanya'nın toprakları genişledi ve bunların her biri, birer bağımsız devlet oldular.

- Rusya; Kars, Ardahan, Batum ve Baserabya'yı topraklarına kattı.

- Bosna-Hersek, Rusya ve Avusturya'nın kontrolünde ıslahat yapılması kaydıyla Osmanlı Devleti'ne bağlı özerk bir statü kazandı.

- Bulgaristan, özerklik elde etti ve toprakları büyük ölçüde genişletildi.

- Ermeni sorunu uluslararası bir toplantıda ilk kez gündeme getirildi ve Osmanlı Devleti'ne Ermeniler lehinde ıslahat yapması kabul ettirildi.

- Osmanlı Devleti'nin Rusya'ya savaş tazminatı ödemesi kararı alındı (Özcan, 2017; 512).

Osmanlı Devleti'nin Rusya karşısında aldığı ağır mağlubiyet ve sonrasında imzalanan Ayastefanos anlaşması ve bu anlaşmanın Rusya'ya sağladığı avantajlar, İngiltere açısından

bakıldığında, Osmanlı'nın artık Rusya karşısında tampon görevini sürdüremeyeceğini, bu sebeple başka önlemler alınmasını gerekli hale getirmiştir.

2. Kıbrıs'ın İngiltere'ye Devri ve Tepkiler

İngiliz İmparatorluğu'nun can damarı olarak görülen Hindistan'ın, yaşanan bu işgallerle Rus tehdidi altına girdiği yorumlarının Londra'da yapıldığı bir sırada, Rusya'nın Ayastefanos Antlaşması'yla Doğu Anadolu bölgesine sızması ve Balkanlar ve Boğazlar üzerindeki nüfuzunu artırması, İngiltere'de tehlike çanlarını çaldırmıştır. Rusya'nın, 1877-1878 Osmanlı Rus Harbi'nin galibi olarak Ayastefanos Antlaşması ile hem Yakınoğu ve Balkanlarda, hem de Avrupa'da güç dengesini kendi lehine değiştirebilecek kazanımlar elde etmesi, Kırım Savaşı sonrasında oluşturulan statükoyu altüst etmiştir. Mevcut statükonun Rusya lehine değişmesi karşısında İngiltere, Rusya'nın kazanımlarını boşa çıkaracak diplomatik adımları atmanın yollarını aramaya başlamış, bu bağlamda Rusya'ya karşı Yakınoğu'da bir önlem olarak kullanılabilir askeri üslerin araştırılmasına karar verilmiştir.

Ayastefanos Antlaşması'nın ortaya koyduğu yeni şartlar, İngiltere'nin etkin ve fiili olarak artık bölgede olması gerektiği düşüncesini, İngiliz Kabinesi'nde tartışmaya açmıştır. Tartışmaların bir neticesi olarak, Salisbury 21 Mart 1878 tarihinde Disraeli'ye yazdığı mektubunda, Kıbrıs ve Limni gibi iki deniz üssünün ele geçirilmesini ve geçici olarak da İskenderun'un İngiltere tarafından işgalini önermiştir. Limni, Kıbrıs ve İskenderun'un ele geçirilmek istenmesinin başlıca nedeni Rusya'nın, Boğazlar ve Türkiye'nin doğusu üzerinden Akdeniz'e yayılmasını engellemek düşüncesine dayanıyordu. Fiili olarak Akdeniz'de güçlenmek politikası doğrultusunda, 27 Mart 1878 tarihinde Disraeli, Hindistan'dan Malta'ya asker kaydırılması ve Akdeniz'de bir üs aranması konusunda bakanların olumlu görüşünü almayı başarmıştır. İngiltere, Kıbrıs sayesinde hem istediklerini alabilecekti hem de Doğu Akdeniz'de Fransa'nın tepkisini çekmeden önemli bir adayı işgal edecekti. Kıbrıs yerine İskenderun'un işgali konusunda bir karara varılsaydı, muhtemelen Suriye'deki çıkarları nedeniyle Fransa bu karara şiddetle karşı çıkabilirdi.

Savaşın son zamanlarında Rusya'nın Edirne'ye yönelmesi üzerine İngiltere, Marmara'ya bir donanma yollamıştı. Ayastefanos Antlaşması üzerine de İngiltere, Boğazlara karşı tedbir amacıyla Malta ve Cebelitarık'taki askerlerini takviye etti. Özellikle Rusya'nın Kars'a yerleşmesinden sonra İngiltere daha somut tedbirler almaya başladı.

İngiltere, Rusya'ya karşı alacağı tedbirlerden biri, daha önceden planlanan Kıbrıs'ın ele geçirilmesiydi. Bu amaçla 23 Mayıs 1878 tarihinde Osmanlı Devleti'ne 48 saat süreli bir ultimatoma verdi. Bu ultimatoma "*Kıbrıs adasının işgal ve idaresinin İngiltere'ye bırakılması*

ve bu isteğin kabul edilmemesi halinde, İngiltere'nin dostluğunun geri çekileceği ve sonucun ise Osmanlı Devleti'nin paylaşılması olacağı" bildirilmekteydi.

Osmanlı Devleti, İngiltere'nin 23 Mayıs ultimatoma 25 Mayıs'ta kabul cevabını verdi ve 4 Haziran 1878 tarihinde İstanbul'da Kıbrıs Anlaşması imzalandı. 2 maddeden oluşan bu ittifak anlaşmasının birinci maddesinin birinci paragrafına göre; Rusya, Batum, Ardahan ve Kars'ı elinde tutmaya devam ettiği gibi, ayrıca başka herhangi bir Osmanlı toprağını da ele geçirmek için teşebbüste bulunursa, İngiltere Osmanlı topraklarını silah ile muhafaza ve müdafaa edecektir. Aynı paragrafın ikinci maddesinde ise Osmanlı Devleti'nin yapacağı şeyler belirtilmişti. Bunlardan birincisi Hristiyan tebaa için, iki devlet arasında kararlaştırılacak ıslahatı yapması, ikincisi ise, İngiltere'nin savunma taahhüdünü yerine getirmesini kolaylaştırmak için Kıbrıs adasının işgal ve idaresini İngiltere'ye terk etmesiydi (Armaoğlu, 2006; 535).

Niva Dergisi Kıbrıs Anlaşmasını 10 Haziran 1878 sayılı basımında; "*İngiltere, özel bir anlaşmayla Türkiye ile ittifak kurdu. Bu ittifak biçim olarak savunmacı bir amaç taşımaktadır. Bu tanım sadece İngilizler tarafından değil, genel olarak Avrupa basını tarafından verilmiştir. Bu ittifaka temel teşkil eden sözleşme sayesinde İngiltere, Türk İmparatorluğu'nun Asya'daki bütünlüğünü korumakla yükümlüdür ve bunun karşılığında Sultan, İngiltere'nin Kıbrıs'a yerleşmesine izin vermiştir. İngiltere, adanın devri için Bay Walsley'i bölgeye göndermiş ve Malta adasında konuşlu Hintli birlikler Kıbrıs'a nakledilmişlerdir*" (Niva, 1878; No: 28) diyerek, Kıbrıs Adası'nın İngiltere'ye devredilmesi için yapılan anlaşmayı okuyucularına duyurmuş ve sonrasındaki olayları özetlemiştir.

Dolayısıyla, İngiltere'nin Kıbrıs'a yerleşmesini, Rus yayılmacılığına karşı alınmış geçici bir önlem olarak telakki etmek yerinde bir yaklaşım olacaktır. Zira, söz konusu telaşı ve önlemi İngiliz arşiv kayıtlarında ve Kıbrıs Konvansiyonu'nu oluşturan maddelerde görmek mümkündür. Hint ticaret yolunun güvenliğinin riske girmesinin yarattığı korku ve endişeyle Kıbrıs'ı 4 Haziran 1878 tarihinde işgal eden İngiltere'nin bu kararı, 93 Harbi'nin neticesinde ortaya çıkan panik havasında acelece alınmıştır. Keza, İngiltere'nin Kıbrıs konusunda detaylı bir malumata sahip olmadığı sonradan ortaya çıkmıştır. Akdeniz'in üçüncü büyük, Doğu Akdeniz'in ise en büyük adası Kıbrıs'ı, "Batı Asya'nın anahtarı" olarak gören İngiltere Başbakanı Disraeli, adanın İngiliz askeri üssü haline getirilmesiyle Rus yayılmacılığına caydırıcı bir etki yapacağını hesap etmiştir.

İngiltere'nin Osmanlı Devleti ile anlaşması ve Kıbrıs'a yerleşmesi Rus yayılmacılığını önleme girişimi ve Fransa ile mücadelesinin yanında İtalya faktörünü de bertaraf etmişti. Osmanlı-Rus harbi sırasında tarafsızlığını ilan eden İtalya, uygulamada buna aykırı bir tutum

geliştirmiştir. İtalya, Osmanlı Devleti'ne karşı Yunan asilerine yardım etmek için, sayısı tam olarak bilinmeyen, silah ve mühimmat yardımı yapmıştır¹(Durmaz, 2015; 113). İtalya'nın Yunanistan'a yaptığı yardımların perde arkasında Yunanistan ile bir anlaşma yapmak ve bu bölgedeki adaları üst olarak kullanabilmektir. İtalya'nın hamleleri ile ilgili olarak Niva Dergisi 2 Ocak 1878 tarihli sayısında "*İtalya, Akdeniz'de hâkim konumda olan İngiltere'yi kısıkanıyor*" yorumunu yaptıktan sonra, İtalya'nın savaş sırasında neden Yunanistan'a yardım ettiğini açıklar şekilde; "*Eğer İtalya, Akdeniz'de İngiltere'nin karşısına çıkmak isterse İngiliz kolonileri, garnizonları ve filoları ile yüzleşmek zorundadır. Bu sebeple Yunanistan ile ittifak kurmaya çalışıyor. Filosunu Yunanistan topraklarına konuşlandırarak, İngiltere'nin Akdeniz'deki üstünlüğünü kırmayı düşünüyor. Ancak İngiltere'nin Türkiye'nin arabuluculuk teklifini kabul etmesinden sonra, İtalya bu planını tekrar gözden geçirmek zorunda. Gelişmelerin gidişatı da İtalya'nın Yunanistan ile ittifak kurmasını pek mümkün kılmıyor*" (Niva, 1878; No: 1) değerlendirmesinde bulunmuştur. Derginin İtalyan planlarının geleceği ile ilgili öngörüsüne baktığımızda, İngiltere'nin Akdeniz'deki hâkimiyetinin kolayca kırılmayacağını kabul edildiği de görülmektedir.

Kıbrıs'ın bir oldubitti ile İngiltere'nin kontrolüne geçmesi elbette bölgede çıkar gözeten güçlerin tepkisine neden olacaktı. Bu tepkiler Ayastefanos Anlaşması sonrasında yapılan Berlin Konferansı'nda kendini gösterecekti.

Büyük güçlerin hemen hemen hepsinin önem verdiği Avrupa güç dengesini tek bir devletin öncülüğünde ve bu devletin çıkarlarına uygun olarak bozan Ayastefanos Antlaşması, aynı zamanda büyük güçlerin ulusal çıkarlarını da olumsuz bir şekilde etkilemekteydi. Ayastefanos Antlaşması Panslavist ideallerin gelmiş geçmiş en kapsamlı uygulamasıydı. Büyük güçlerin hemen hemen hepsinin önem verdiği Avrupa güç dengesini tek bir devletin öncülüğünde ve bu devletin çıkarlarına uygun olarak bozan Ayastefanos Antlaşması, aynı zamanda büyük güçlerin ulusal çıkarlarını da olumsuz bir şekilde etkilemekteydi (Durmaz, 2015; 114).

Ayastefanos Antlaşması ile Balkanlarda sükûnet sağlanması hedeflenmiş iken, Avusturya-Macaristan İmparatorluğu farklı beklentiler içinde olduğundan antlaşmaya karşı çıktı. Bosna-Hersek'in kendisine bırakılmaması yüzünden, Doğu Sorunu'nun bir milletlerarası konferansta ele alınmasını istedi. Rusya ve İngiltere de bir Avrupa kongresinin toplanması konusunda anlaşıklarından, Bismarck, bütün büyük devletleri ve Osmanlı İmparatorluğu'nu 13 Haziran 1878'de, Berlin'de toplanacak olan kongreye çağırdı. Bütün ilgili devletler bu

¹ Yunanistan, İtalya ile Fransa'nın yardımlarından ve savaşın Rusya lehine sonuçlandığı belli olduğu zaman Osmanlı Devleti'ne karşı harekete geçerek 10.000 yedeği silâhına çağırılmış ve kuvvetlerini Osmanlı sınırlarına yığmaya başlamıştır.

çağrıyla kabul ettiler. 13 Haziran 1878'de Berlin'de bulunmak üzere delegelerini gönderdiler. Kongre ilan edilen tarihte, Bismarck'ın başkanlığında açıldı. Kongre tam bir ay sürdü ve 13 Temmuz 1878'de Berlin Antlaşması'nın imzalanması ile sona erdi (Menekşe, 2013; 312).

Kongrede büyük güçler dengenin korunması için pek çok görüşme yapmıştır. Ancak Kıbrıs'ın İngiltere tarafından ilhak edilmesi konusu tartışılmamıştır. Bu konuyu başta Ruslar ve Fransızlar gündeme getirmek isteseler de İngiltere'nin itirazları ile konu kapanmıştır. Niva Dergisi ise bu konuya 10 Temmuz 1878 tarihli sayısında değinerek; “ *Bazı Avrupa güçleri, İngiltere ve Türkiye arasında yapılan anlaşmayı tartışmaya açmak istediler. Ancak İngiltere buna şiddetle karşı çıktı*” diyerek dile getirmiş, devamında ise “*Osmanlı Sultanının sözleşmeyi mecburiyetten değil, bağımsız bir Avrupa gücü olarak imzaladığını ve gönüllü olarak Kıbrıs Adası'nın İngiliz birlikleri tarafından işgaline rıza gösterdiğini belirtmişlerdir. Ayrıca İngiltere, kendisinin Süveyş Kanalı'nın bazı noktalarını işgal girişiminin Fransa tarafından protesto edilmesi nedeniyle Kıbrıs'ı almak zorunda kaldığını, ancak aynı Fransa'nın Takımadaları işgaline ses çıkarılmadığını belirtti. Sonuç olarak, İngiltere kendisini tam bir eylem özgürlüğü içinde, haklı olarak görüyordu ...*” (Niva, 1878; No: 28) diyerek İngiltere'nin savunmasına yer vermiştir.

Dergi, İngiltere'nin Kıbrıs'ı işgal etmesini haklı çıkaran savunmasından sonra Fransa'nın tepkisine yer vererek; “*Fransız delegesi Bay Baddington, İngiltere'nin Kıbrıs konusuna yaklaşımından dolayı duyduğu öfkeyi gizleyemedi ve dost görünen bir komşunun böyle bir sürprizinden sonra Paris'e utançla döneceğini belirtti. Ayrıca Baddington, İngiltere'nin Kıbrıs'a yerleşmesinden sonra Mısır ve Suriye'yi tehdit edeceğini açıkça söyledi*” (Niva, 1878; No: 28) diyerek Fransa'nın çekincelerini dile getirmiştir.

Büyük güçlerin yanında İngiltere'de de Kıbrıs Anlaşmasına karşı sesler çıkmıştır. En ciddi eleştiri, dönemin başbakanı Benjamin Disraeli'nin en büyük rakibi eski başbakan William Ewart Gladstone'dan gelmiştir. Benjamin Disraeli liderliğindeki Muhafazakâr Parti'nin Osmanlı Devleti'nin toprak bütünlüğünü korumaya dönük politikalarını fırsat buldukça sert bir dille tenkit eden Gladstone, 4 Haziran 1878 tarihli Kıbrıs Konvansiyonu'na da şiddetle karşı çıkmıştır. Kıbrıs'ın İngiliz idaresine geçmesinden ziyade Rusya'ya karşı bir ittifak antlaşması niteliğinde olan konvansiyonun içerdiği maddeler, eski başbakanı çok rahatsız etmiştir. Gladstone, antlaşmayı tek kelimeyle şu şekilde özetlemiştir: delilik (Şahin, 2016; 171)

Gladstone'un Kıbrıs'ın alınmasına karşı çıkmasının ardında yatan gerçek, Osmanlı toprak bütünlüğü politikasına karşı çıkmasından kaynaklanmasına rağmen, Niva dergisi bu çatlak sesleri propaganda malzemesi olarak kullanmıştır. Dergi 24 Haziran 1878 sayılı basımında; “*İngiltere'de asil, tarafsız ve cesur sesler de var*” diyerek başlayan

değerlendirmesinin devamında; Goldstone, Kıbrıs'ın ele geçirilmesinin ülkeyi gereksiz ve büyük harcamalar altına sokacağı için şiddetli şekilde eleştirdi. Bunun yanında Forster da, Türkiye ile yapılan sözleşme sonucunda İngiltere'nin ilerde büyük bedeller ödemek zorunda kalacağı aptalca bir eylem olarak değerlendirmektedir” (Niva, 1878; No: 30) diyerek, İngiltere'deki muhalif sesler üzerinden eleştiride bulunmuştur.

İngiltere, Ayastefanos Antlaşması'nı en fazla Rusya'nın Akdeniz'e inmesi ve İstanbul'u her an tehdit etmesi anlamına gelen “Büyük Bulgaristan” nedeniyle tartışma konusu yapmışsa da, Doğu Anadolu'daki Rus kazançları açısından da dikkate değer bulmuştur. Hatta Layard gibi bazı İngiliz devlet adamları için Ayastefanos'un en çok endişe duyulan tarafı Rusya'nın Kars, Ardahan ve Batum sancaklarına sahip olmasıydı. Çünkü Rusya bu suretle bir taraftan İran'dan gelen ticaret yolunu kontrol etmek, diğer taraftan da Dicle ve Fırat deltasına sarkmak için önemli bir köprübaşı elde etmiş oluyordu (Kurat, 2011; 68-69). İngiltere bu ihtimali göz önüne alarak sadece Kıbrıs'ta kalması beklenemezdi.

Niva Dergisi, Kıbrıs'ın İngiltere'ye devredilmesinin üzerinden uzunca bir süre geçmiş olmasına rağmen, 1878 yılı sonlarında İngilizlerin Rusların ticaret yollarını tehdit etme ihtimaline karşı alabileceği önlemler üzerine de bazı değerlendirmelerde bulunmuştur. Derginin 18 Aralık 1878 tarihli sayısında Osmanlı Devleti ile İngiltere arasında yapılan kredi görüşmeleri ve verilecek krediye karşılık Midilli adası ve Çanakkale'de bazı adaları teminat istemesinden bahsettikten sonra “*Bilindiği gibi 4 Haziran 1878 tarihinde Kıbrıs'ın İngiltere'ye devri anlaşması imzalandı ve İngiltere, Rusların Küçük Asya'yı ele geçirme ihtimaline karşı burayı korumaya yardım etmek için, Küçük Asya kıyılarına yakın olması sebebiyle, buraya asker sevk etti. Kıbrıs'ın adasının konumu Küçük Asya'yı korumaya yardımcı olsa da yeterli değildir*” tespitini yaptıktan sonra, “*Türkiye'nin acil yardıma ihtiyacı olması durumunda Küçük Asya veya Suriye kıyılarında cephanelik depolarını bulunduracağı bazı noktalara da sahip olması gerekiyor. Bu amaçla iki kıyı istasyonu öne çıkmaktadır; birincisi İskenderun, ikincisi ise Klikya sahilinde, Kıbrıs'ın kuzey ucuna yakın olan Mersin. İskenderun, Fırat'a giden en kısa yollar burada olduğu için önemli bir nokta iken, Mersin ise Toros geçitlerinden Küçük Asya'ya ulaşımın kolay olması bakımından önemlidir*” (Niva, 1878; No:51) diyerek olası ihtimalleri sıralamıştır.

3. Kıbrıs Adası Hakkında

Niva Dergisi, uluslararası olayları siyasi açıdan değerlendirip yorumlamanın yanında, yine siyasi ve askeri gelişmeler eşliğinde, bazı bölgelerin coğrafi, ekonomik ve sosyal durumları hakkında da geniş bilgilere yer verdiğini görmekteyiz.

Şüphesiz ki, 1878 yılında meydana gelen en önemli olay Osmanlı-Rus Harbi ve onun doğurduğu sonuçlardı. Bunun yanında Kıbrıs Adası'nın İngiltere tarafından alınması da Rusya için önemli bir gelişme olarak görülmüştü. Bu gelişme Niva Dergisi için de önemli bir gelişmeydi. Bu sebeple 7 Ağustos 1878 tarihli sayısında Kıbrıs Adasının sosyal, ekonomik ve coğrafi özellikleri ile ilgili geniş bilgiler veren bir yazı yayınlamıştır. Kıbrıs'ın Osmanlı yönetimi altındaki durumuna genişçe yer verilen yazı şöyledir;

“Türkçedeki adı Eyalet-i Kıbrıs olan ada, 8 yıl önce özerklik aldı. Akdeniz'in doğusunda bulunan Kıbrıs, Suriye ve Küçük Asya kıyılarına 10 mil, Süveyş'in Akdeniz'e açılan deltasına 40 mil uzaklıkta. Kıbrıs adası çok düzensiz bir şekle sahiptir, kıyılarında birçok burun bulunur ve girintilidir ve bu durum nedeniyle Kıbrıs "boynuzlu ada" adını da taşır ve ada iki dağ zinciri ile bölünmüştür. Bu zincirlerin kuzey kısmına Jerines, güneyine ise Monte Cross denir. Bu dağ zincirinin zirvesi 2000 metredir. Bu sıradağlar arasında, dağlardan akan nehirlerin can verdiği verimli ovalar vardır. Bir zamanlar bu adanın nüfusu 2 milyon civarındaydı. Ancak bu sayı şimdilerde 200 binden daha azdır. Nüfusun 2/3'ü Yunanlılardan, 1/3'ü ise Türklerden oluşmaktadır. Antik çağda ada, Fenikeliler ve Yunan kolonilerinin idaresinde bulundu. 1571 yılında Sultan İkinci Selim tarafından haçlıların elinden alınuncaya kadar farklı medeniyetler tarafından yönetildi.

Çok yüksek homojenliği ile Kıbrıs adasının iklimi genellikle çok sağlıklı. Sadece adanın batısında sıcaklıklar normalin üstündedir. Jeolojik özelliği sebebiyle Kıbrıs adası uzun bir kaya parçasından oluşur ve bunun sonucunda çok verimli toprağa sahiptir. İklimi ve verimli toprağı sayesinde hemen hemen tüm bitkiler yetiştirilebilir. Örneğin, ağaçlar o kadar çok meyve verir ki bu meyveleri dökmeleri gerekir. Unger ve Cauchy adındaki gezginlere göre, Kıbrıs'ta ekilen arazi miktarı adanın sadece beşte biri ve Kıbrıslılar dar alanlarda ekim yapmayı tercih ediyorlar.

Günümüzde, Kıbrıs'ın İngiliz yönetimine geçişinde, adada gayretli ve bilgili işçiler ortaya çıkarsa, o zaman elbette, Kıbrıs'ta yetiştirilen toprakların ürünü iki katına, hatta üçe katlanabilir. Her şeyden önce Kıbrıs'ın kültür bitkilerinin önüne pamuğun geçmesi gerekiyor. Venedik yönetimi sırasında pamuk burada “altın bitki” olarak değer görüyordu. Şu anda burada sadece 3000 ton pamuk üretiliyor. Toprağın bu güzel bitkinin ekimi için uygun olduğu ortaya çıktığında, genellikle 500-1000 kuruş olan arazinin dönüm fiyatı, 6-8000 kuruşa yükselir. Boyama için kullanılan bitkiler de üretilmekte, ancak bu türlerin üretimi az bir bölgede yapılmaktadır. Buğday, arpa ve yulaf üretimi esas olarak Mors ovasında ve kıyı bölgelerinde yapılmaktadır. Bunun yanında kırmızıbiber ve mercimek de yetiştirilen bitkiler

arasında önemli yere sahip. Patates daha çok dağlık bölgelerde yetiştiriliyor ve nişastası çok yüksek. Adada siyah zeytin ve dut ağacı da çokça görülmektedir. Bağlara gelince; adanın sadece 1/24'ü üzüm bağlarından oluşuyor. Buradaki asmalar, özellikle ünlü Commendatore şarabı veren asmalardır. Bu isim, bir zamanlar Kıbrıs'taki tapınak şövalyelerinin şarap depoladıkları mahzenden gelmektedir.

Adada, hakkında olumsuz efsanelerin dolaştığı boynuzlu yılan ve akrepler bulunmaktadır. Boynuzlu yılan adanın yüksek kesimlerinde yaşamakta ve zehirli bir türdür.

Kıbrıs'taki önemli burunlardan biri "Kedi Burnu" (Limasol) adını taşıyor. Anlatılan hikâyeye göre; Kıbrıs'ın ilk hükümdarı bu bölgede bir manastır inşa etmeyi emretmiş ve bu manastırın keşişine de fareleri avlaması için bir kedi beslemesini buyurmuştur. Burada bitkilerin en büyük düşmanlarından biri olan Stauronotus türündeki çekirge yaşamaktadır. Baharda ortaya çıkan bu çekirge türü, adadaki nüfus azalınca çoğalmaya başlamış. Kıbrıs'ta tilki haricinde yırtıcı etçil hayvan bulunmuyor. Monte Cross'da "muflos" adında özel bir koyun türü vardır. Çok sayıda ağaç meyvesi, sayısız kuş türünü Kıbrıs'a çekmektedir. Bu kuşlar arasında çoğunlukta "üzüm yiyen" adlı bir cins bulunur. Bu kuş türü, böceklerin yanında adadaki üzümleri ve diğer ağaçların reçinesini yediği için çok yağlı ve lezzetlidir. Orta Çağlarda bu kuş türü Kıbrıs ticaretinde önemli bir yere sahipmiş. Kümes hayvanları genellikle Kıbrıs şarabıyla marina edilerek farklı ülkelere gönderilmektedir. Kıbrıs'ta, evcil hayvanları arasında, güzel cins av köpekleri ve çoban köpekleri bulunmaktadır. Kıbrıs'ta neredeyse hiç at yok. Develer büyük ağırlıkların taşınmasında, katırlar ise yokuş yukarı taşımalarda kullanılır. Kıbrıs'ta sığır yok denecek kadar azdır, çünkü burada çok az mera bulunmaktadır. Neredeyse sığırların yerini koyun ve keçiler alır. Ancak Kıbrıs ekonomisi için en önemli canlı ipekböceğidir. Türklerin hâkimiyetinde ipekböcekçiliği burada gelişmemiştir, çünkü Türkler bunun gelişmesi için buradaki halka gerekli desteği vermemişlerdir. En iyi Kıbrıs ipeği (adanın batı tarafında) Paphos'ta elde edilir. Batı Avrupa Kıbrıs'tan en çok sünger almaktadır. Bunun yanında adadaki bakır madenleri de önemli yer tutmaktadır.

Yukarıda verilen bilgiler göz önüne alındığında Kıbrıs'ın dünyanın en mükemmel yerlerinden biri olduğu söylenebilir. Adanın gelişmiş Larnaka Limanı (bkz. Ek 1), harika iklimi ve verimli toprakları adayı daha cazip hale getirmektedir. Ancak adada Türk hâkimiyeti buranın gelişmesini engellemiş, doğanın sunduğu armağanlar kısmen yok edilmiş, bazen de ihmal edilmiştir".

Kıbrıs'taki nüfusla ilgili de değerlendirme yapan dergi, Suriye'nin sahil kıyısındaki halkın çoğunun Türk yöneticilerin baskı ve zulümlerinden dolayı Kıbrıs'tan kaçtıklarını

belirterek, Adadaki Türklerin varlığı konusunda ise, adadaki İngiliz yönetimine ne kadar uyum sağlayacakları ve Yunanlı komşuları ile ilişkilerinde ne kadar iyi olacaklarına bağlı olduğu değerlendirmesini yapmıştır (Niva, 1878; No: 32).

Sonuç

Avrupa ve Osmanlı Devleti açısından dengeleri değiştiren 93 Harbi sonrası, Kıbrıs'ın İngiltere devredilmesi ve bu olayın, bölgede önemli bir aktör olan Rusya penceresinden nasıl görüldüğüne bakmak için, olayın Rus basınındaki yansımalarına bakmaya çalıştık. Hem Kıbrıs'ın jeopolitik önemi, hem de incelenen dönemin şartları ve siyasi dengesi açısından bakıldığı zaman, Kıbrıs'ın İngiltere tarafından ele geçirilmesi önemli bir gelişmedir. Bu olay Akdeniz'de İngiltere'nin üstünlüğünü perçinlerken, İtalya ve Fransa gibi güçleri de geri planda bırakmıştır.

Ancak, Kıbrıs'ın İngiltere tarafından ele geçirilmesini Rusya'nın gelişimi, Osmanlı'nın zayıflaması ve İngiltere'nin çıkarları açısından baktığımızda farklı sebep ve sonuçlar üzerine değerlendirme yapılabilir.

Kıbrıs'ın İngiltere tarafından ele geçirilmesi, Osmanlı Devleti'ne karşı izlediği toprak bütünlüğünü koruma politikasından vazgeçtiğini görmekteyiz. Rusya'ya karşı tampon bölge görevini artık yerine getiremediği, bu sebeple stratejik bölgelerin ele geçirilmesiyle Rusya'ya karşı konulabileceği görüşü hâkim olmuştur.

Niva Dergisi, İngiltere'nin Kıbrıs'ı ele geçirmesinin arkasından yatan sebebi incelerken, bunun Rusya'nın gelişimine karşı bir eylem olduğunu vurgulamıştır. Ancak İngiltere'nin bölgedeki etkinliği de hem Rus yöneticiler ve hem de dergi yazarları tarafından bilinen bir durum olduğu göze çarpmaktadır.

Niva Dergisi'nin, Kıbrıs ile ilgili değerlendirmelerinin yanında, İngiltere'nin Rusya'ya karşı atabileceği muhtemel adımlarla ilgili tahminlerde bulunması da dikkat çekici diğer bir durumdur. Ancak, İngiltere'nin Kıbrıs Adası'nı işgal etmesinin Rusya ile bağlantılı olduğu bilen dergi, Kıbrıs ile ilgili ayrıntılı bilgi verdiği yazısında, adanın İngiliz kontrolüne geçmesinden sonra gelişeceği şeklinde yorum yapması ve Türk yönetiminin yerilmesi dikkatimizi çeken diğer bir konudur.

Kaynakça

1. Süreli Yayınlar

Niva (Нива) Dergisi

“Askeri Gelişmeler”, 09.05.1877, No:36.

“1878 Avrupa’da Siyasi Durum”, 02.01.1878, No:1.

“Siyasi İnceleme”, 10.07.1878, No:28.

“Siyasi ve Askeri İnceleme”, 24.07.1878, No:30.

“Kıbrıs Adası”, 07.08.1878, No:32.

“Siyasi Analiz”, 18.12.1878, No: 51.

2. Makale ve Kitaplar

Armaoğlu, F., *Siyasi Tarih*, Alkım Yayınları, İstanbul, 2006.

Aydın, M., “İngiliz-Rus Rekabeti ve Osmanlı Devleti’nin Asya Toprakları Sorunu (1877-1878)”, *A.Ü. Türkiyat Araştırmaları Enstitüsü Dergisi*, Şubat, 15-38, 2008.

Bilgin, F., “Kıbrıs’ın Fethi İçin Yapılan Hazırlıklar (Arşiv Belgelerine Göre)”, *Mukaddime*, Eylül, 6-1, 2015.

Çelik, A., “Rus Basınında (Niva Dergisi) İkinci Meşrutiyet Süreci İle İlgili Değerlendirmeler”, *Tarih İncelemeleri Dergisi*, Aralık, 35-2, 2020.

Durmaz, F., “93 Harbi’nde Büyük Güçlerin Politikaları ve Osmanlı Devleti’ne Etkileri” *Kırıkkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, Temmuz, 5-2, 2015.

Keser U., “Kıbrıs’ın Stratejik Önemi Bağlamında Adada Askeri Faaliyetler ve İlgili Tarafların Askeri Gücü”, *Güvenlik Stratejileri Dergisi*, Eylül, 2-3, 2006.

Kurat, A. N., *Türkiye ve Rusya*, TTK Yayınları, Ankara, 2011.

Menekşe, M., “Berlin Konferansı Sonrasında Osmanlı-İngiliz İlişkilerinde Kıbrıs Meselesi (1878-1923)”, *Motif Akademi Halkbilimi Dergisi*, Aralık, 6-13, 2013.

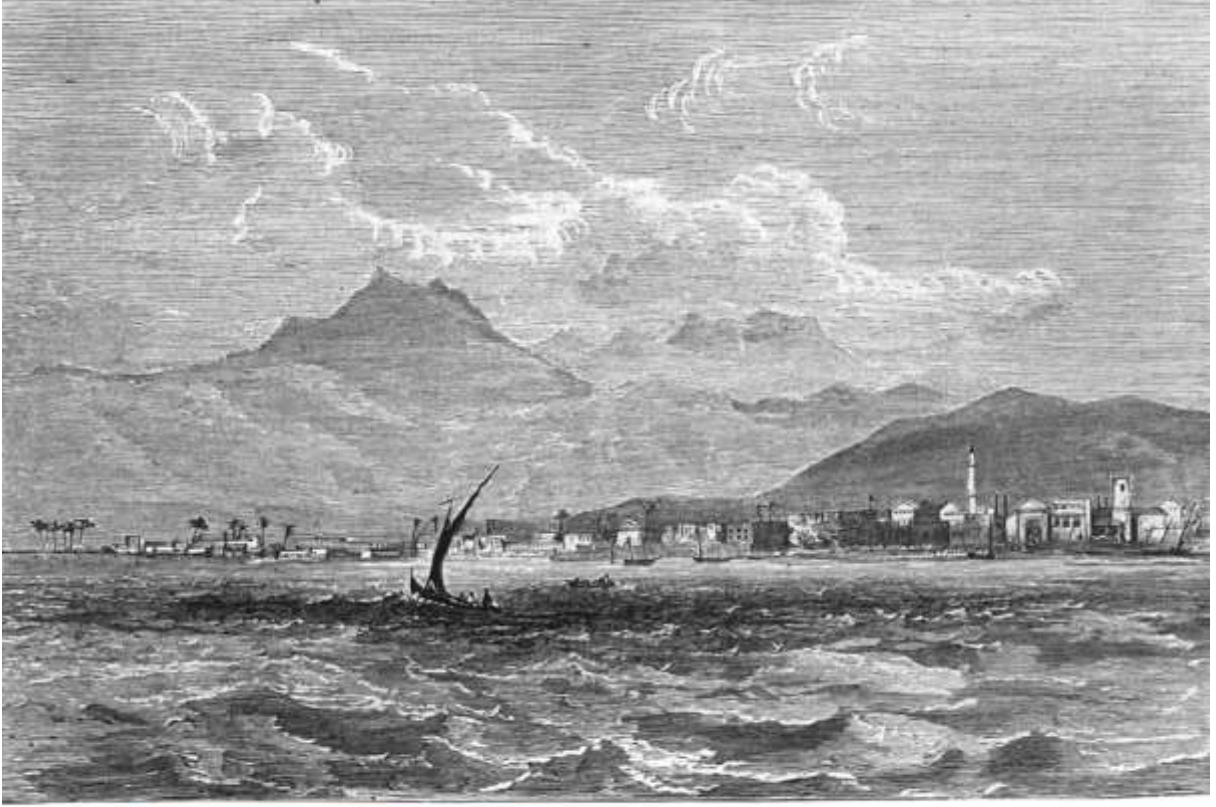
Özcan, T., “Modern Osmanlı Diplomasisine Geçiş Sürecinde Kıbrıs (1876-1908)”, *Gaziantep Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, Nisan, 16-2, 2017.

Şahin, İ., “İngiltere’nin Akdeniz Siyasetinde Kıbrıs (1580-1878)”, *Asia Minor Studies*, Ocak, 4-7, 2016.

Şirokorad, A., *Rusların Gözünden Osmanlı Rus Savaşları*, Selenge Yayınları, İstanbul, 2009.

Tuna, Y., “Osmanlı-Rus Savaşı (93 Harbi)”, *Anadolu Akademi Sosyal Bilimler Dergisi*, Ağustos, 1-2, 2019.

Ширококорад, А., *Россия и Турция (Хроники Современности)*, Медведкова, Москва, 2016.

Ekler**Ek 1. 1878 Yılı Kıbrıs'ın En Gelişmiş Limanı; Larnaka**

Новая английская добыча: островъ Нипръ. Ларнака, главный портъ острова. Рис. Герниеръ, грав. К. Веверманнъ.



UYGULAMALI TASARIM DERSLERİNİN UZAKTAN EĞİTİMLE YÜRÜTÜLMESİNE İLİŞKİN GÖRÜŞLER

Dr. Öğr. Üyesi Çiğdem TANYEL BAŞAR ¹, Dr. Öğr. Üyesi Öznur IŞIR ²

¹ İzmir Demokrasi Üniversitesi, Güzel Sanatlar Fakültesi, ORCID: 0000-0001-5740- 336X

² Balıkesir Üniversitesi, Güzel Sanatlar Fakültesi, ORCID: 000-0002-7231-0329

ÖZET

Tasarım dersleri, öğrenci ile etkileşim içerisinde ilerleyen, alınan geri dönütler ile gelişme sağlanan ve tasarım sürecine hâkim olunan bir yapıdadır. Son dönemlerde ise gerek pandeminin etkisi gerekse dijital iletişim çağının etkilerinden dolayı tasarım eğitimi uzaktan çevrimiçi şekilde yürütülmektedir. Bu araştırma, Yükseköğretim kurumlarında uygulamalı tasarım derslerinin uzaktan eğitimle nasıl yürütüldüğünü ortaya koymayı amaçlamaktadır. Bu amaç doğrultusunda 2019-2020 öğretim yılı bahar döneminde, İstanbul Gelişim Üniversitesi Sanat ve Tasarım Fakültesi ve İstanbul Aydın Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi Grafik Tasarımı ve İletişim Tasarımı Bölümlerinde lisans düzeyinde uzaktan tasarım dersi alan öğrencilerin görüşlerine başvurulmuştur. Araştırma, nitel araştırma modellerinden durum çalışmasına göre yapılandırılmıştır. Veriler, araştırmacıların Google Form aracılığıyla hazırladıkları yarı-yapılandırılmış görüşme formlarına yansıtılan görüşlerden elde edilmiştir. Araştırmaya katılan öğrencilerin hepsi soruları yanıtlamadığından, sorulara tam ve açık cevap veren öğrenciler amaçlı örnekleme göre araştırmaya dahil edilmiş ve verilerinden yararlanılmıştır. Elde edilen veriler, veri analiz programı NVivo aracılığıyla, tematik analiz yöntemine göre incelenmiş ve ortaya koyulmuştur.

Araştırma sonucunda elde edilen bulgulara göre, öğrencilerin alana yönelik tüm uygulamalı derslerinin uzaktan yürüttüğü görülmektedir. Öğrenciler, ders esnasında kullanılan çevrimiçi görüşme programlarını yüksek oranda yeterli bulurken, teknik yetersizlik ve dosya boyutu sınırlaması gerekçeleriyle yetersiz bulan öğrenciler de olmuştur. Dersin işlenişi bakımından yüz yüze yürütülen uygulamalı tasarım dersleri ile uzaktan yürütülen dersler arasında farklılıkların olup olmadığı sorulduğunda öğrencilerin çoğu uzaktan eğitimin negatif yönlerine vurgu yapmışlardır. Genel olarak değerlendirildiğinde, uzaktan tasarım derslerine yönelik öğrencileri görüşleri süreç içerisinde yaşanan aksaklıklar üzerinde yoğunlaşmıştır. Öğrenciler yüz yüze tasarım eğitimini dersin yapısına daha uygun olduğunu düşünmekle beraber, uzaktan eğitimin bazı kolaylıklar sağladığı yönünde görüşler de belirtmişlerdir. Araştırma, uzaktan uygulamalı tasarım derslerinin işleniş sürecini öğrencilerin bakış açısı ile yansıtmasından dolayı önemli görülmektedir.

Anahtar Kelimeler: Grafik tasarım, Tasarım eğitimi, Uzaktan eğitim.

OPINIONS ON THE CONDUCT OF APPLIED DESIGN COURSES WITH DISTANCE EDUCATION

ABSTRACT

Design courses are in a structure that progresses in interaction with the student, development is provided with the feedback received, and the design process is dominated. Recently, design education has been carried out remotely online due to the effects of the pandemic and the digital communication age. This research aims to reveal how applied design courses are conducted with distance education in higher education institutions. In line with this purpose, in the spring semester of the 2019-2020 academic year, the opinions of students who took distance design courses at the undergraduate level at the Graphic Design and Communication Design Departments of Istanbul Gelişim University Faculty of Art and Design and İstanbul Aydın University Fine Arts Faculty were consulted. The research is structured according to the case study, which is one of the qualitative research models. The data were obtained from the opinions reflected in the semi-structured interview forms prepared by the researchers via Google Form. Since not all of the students participating in the study answered the questions, the students who gave full and precise answers to the questions were included in the study according to the purposeful sampling, and their data were used. The data obtained were analyzed and presented according to the thematic analysis method through the data analysis program NVivo.

According to the findings obtained as a result of the research, it is seen that all applied courses of the students related to the field are conducted remotely. While students found the online interview programs used during the lesson highly sufficient, some students found them inadequate due to technical inadequacy and limitation of file size. When asked whether there are differences between the applied design courses conducted face-to-face and the distance courses undertaken in terms of the study, most of the students emphasized the negative aspects of distance education. When evaluated in general, the students' opinions about the distance design courses focused on the problems experienced in the process. Although the students thought that face-to-face design education was more suitable for the structure, distance education provided some convenience. The research is considered vital because it reflects the distance applied for design courses from the students' perspective.

Keywords: Graphic design, Design education, Distance education.

1. GİRİŞ

İçerisinde bulunduğumuz enformatik yüzyıl ya da bilgi çağı, bilginin üretim için temel kaynak olduğu, bilgi üretimi ve iletiminin yaygınlaştığı, bilgi üretimi ve dağıtımında çalışanların çoğunlukta olduğu, sürekli öğrenme ve bilgilenme yoluyla değişme ve gelişmenin kaçınılmaz hale geldiği yeni toplumsal ve ekonomik örgütlenme dönemini işaret etmektedir (Öğüt, 2016). Teknoloji ve veri kullanımındaki artışın da etkisi ile yepyeni meslekler ortaya çıkmakta, var olan mesleklerde bile iş yapış şekilleri değişmektedir. Eğitim ise bunların başında gelmektedir.

Endüstri döneminden kalma eğitim sistemleri artık dijital doğanlar ya da net jenerasyon olarak tanımlanan kuşağın özelliklerine ve 21. Yüzyıl becerilerini kazandırmaya yeterli olmadığı görüşü pek çok düşünür tarafından ifade edilmektedir. Yaşanan küresel pandemi ile bu geçiş zorunlu olarak hızlanmış ve bilindiği üzere tamamen uzaktan çevrimiçi eğitime geçilmiştir. Ancak yapısından kaynaklı olarak kuramsal disiplinlere göre farklı bir yere sahip olan Grafik Tasarım ve Görsel İletişim Tasarımı eğitimlerinin çevrimiçi olarak verilmeye ne kadar uygun olduğu araştırmacılar tarafından incelenmesi gereken bir husus olarak görülmüş ve araştırma kapsamında bu soru öğrenci görüşlerine göre incelenmiştir.

Araştırmanın Problemi

Bu araştırmanın genel amacı Yükseköğretim kurumlarında uygulamalı tasarım derslerinin uzaktan eğitimle nasıl yürütüldüğünü ortaya koymaktır. Bu genel amaç doğrultusunda aşağıdaki sorulara yanıt aranmıştır:

1. Uzaktan eğitim sürecinde hangi dijital platformlardan yararlanılmaktadır?
2. Yükseköğretim kurumlarında uzaktan uygulamalı tasarım dersleri nasıl yürütülmektedir?
3. Uzaktan uygulamalı tasarım derslerinde ortaya çıkan ürünler nasıl değerlendirilmektedir?
4. Öğrencilerin uzaktan uygulamalı tasarım derslerine yönelik düşünceleri nelerdir?
5. Uzaktan uygulamalı tasarım ders sürecinin olumlu ve olumsuz tarafları nelerdir?

Sınırlılıklar

Bu araştırma;

- 2019-2020 öğretim yılı bahar döneminde, İstanbul Gelişim Üniversitesi Sanat ve Tasarım Fakültesi ve İstanbul Aydın Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi Grafik Tasarımı ve İletişim Tasarımı Bölümlerinde lisans düzeyinde uzaktan tasarım dersi alan öğrencilerin görüşlerinden elde edilen verilerle sınırlıdır.
- Yöntem bakımından araştırma, yarı yapılandırılmış görüşme formlarından elde edilen verilerin tematik analizi ile sınırlıdır.

Araştırma Yöntemi

Yükseköğretim kurumlarında uygulamalı tasarım derslerinin uzaktan eğitimle nasıl yürütüldüğünü ortaya koymayı amaçlayan bu çalışma nitel araştırma modellerinden durum çalışması araştırmasına göre yapılandırılmıştır. Creswell'e (2013, s.97) göre durum çalışması araştırması, araştırmacının gerçek yaşam, güncel sınırlı bir durum ya da belirli bir zaman içerisindeki çoklu sınırlandırılmış durumlar hakkında gözlemler, mülakatlar, görsel- işitsel materyaller gibi çoklu veri kaynakları aracılığıyla bir durum betimlemesi ortaya koyduğu nitel bir yaklaşımdır.

Araştırmada veriler, araştırmacıların Google Form aracılığıyla yarı yapılandırılmış görüşme formlarına verilen yanıtlardan elde edilmiştir. Hazırlanan görüşme sorularına 47 öğrenci cevap vermiş ancak amaçlı örneklem yöntemlerinden ölçüt örneklemeye göre 27 öğrencinin yanıtları araştırmada veri olarak kullanılmıştır. Bu noktada öğrencilerin sorulara tam ve açık cevaplar vermeleri ölçüt olarak belirlenmiştir. Buna göre soruları tam yanıtlamayan, evet-hayır-yok gibi

kısa cevaplar veren ve bire bir aynı cümleleri kullanan öğrenciler veri dışında bırakılmıştır. Araştırmada bilimsel etik çerçevesinde öğrenci isimleri gizli tutularak Ö1, Ö2,... şeklinde belirtilmiştir. Elde edilen veriler tematik analiz yöntemi ile incelenmiştir. Verilerin analizi nitel veri analiz programı olan NVivo ile gerçekleştirilmiştir.

2. BULGULAR VE YORUM

Araştırma kapsamında elde edilen veriler görüşme formunda yer alan sorulara göre derlenip sunulmuştur.

2.1.Katılımcı Profili

Araştırmaya katılan öğrencilerin, hangi bölümde ve kaçınıcı sınıfta öğrenci olduklarına dair bilgileri aşağıdaki tabloda yer almaktadır.

Çizelge 1. Katılımcılara Ait Bölüm ve Sınıf Verileri

Bölüm	Sınıf	Frekans
Grafik Tasarımı	3	12
	4	10
İletişim Tasarımı	3	2
	4	3

2.2.Pandemi Döneminde Online Alınan Tasarım Dersleri

Öğrencilerin “Pandemi döneminde hangi tasarım derslerini online olarak aldınız?” sorusuna verdikleri yanıtlara ilişkin bulgular aşağıdaki tabloda görülmektedir.

Çizelge 2. Pandemi Döneminde Online Alınan Dersler

Bölüm	Dersler
Grafik Tasarımı	Grafik Tasarımı Grafik Animasyon Web Tasarımı ve Ara yüz Uygulamaları Kitap Tasarımı Baskıresim Multimedya Bitirme Projesi Portfolyo Tasarımı Sergileme Yöntemleri Çevre Grafiği Fotoğraf
İletişim Tasarımı	Portfolyo Tasarımı Tasarım Çalışmaları Multimedya Video Kurgu Tasarım Çalışmaları

2.3. Online Eğitimde Kullanılan Görüntülü Konuşma Uygulamaları

“Uzaktan yürütülen uygulamalı tasarım derslerine hangi platform aracılığıyla ulaşıyorsunuz?” sorusuna yönelik öğrencilerin verdiği yanıtlar aşağıdaki tabloda görülmektedir.

Çizelge 3. Online Eğitimde Kullanılan Görüntülü Konuşma Uygulamaları

Kullanılan Uygulama Adı	Frekans
Adobe Connect	13
Perculus	5
Google Meet	4
Zoom	3
Ubis	3
Skype	3
Aysis Sistemi	1
Alms Sistemi	1

Öğrencilerden bazıları farklı derslerde farklı uygulamalar kullandıklarını ifade etmişlerdir. Buna göre Adobe Connect programı uzaktan eğitim sürecinde en çok kullanılan uygulama olmuştur. Bunun yanı sıra Perculus ve Google Meet uygulamalarının da en sık tercih edilen görüntülü konuşma uygulamaları içerisinde yer aldığı görülmüştür.

2.4. Uzaktan Eğitimde Kullanılan Dijital Platformun Yeterliliğine Yönelik Bulgular

Öğrenciler “Derse giriş sürecinde kullandığınız dijital platformu (programı) yeterli buluyor musunuz? Değilse hangi açıdan yeterli bulmuyorsunuz belirtiniz.” sorusunu yanıtlamış ve buna göre 27 öğrenciden 12’si bu süreçte kullanılan programları yeterli bulduğunu ifade etmiştir. Uzaktan eğitim sürecinde yararlanan dijital programdan memnun olmayan öğrenciler, yaşadıkları problemleri görüşme formunda ifade etmişlerdir. Buna göre online eğitimde kullanılan dijital programların kullanımında yaşanan sorunlara yönelik temalar aşağıda belirtilmiştir.

Çizelge 4. Program kullanımında yaşanan sorunlara ilişkin görüşler

Yaşanan Sorunlar
Teknik yetersizlik
• Erişim sınırı
• Dosya boyutu sınırı
Bağlantı problemi
• Ekranda donma/ takılma
• Ses sıkıntısı

Online tasarım eğitiminde kullandıkları programlardan memnun olmayan öğrenciler, verdikleri yanıtlarda yaşadıkları teknik sıkıntılardan ve internet bağlantı problemlerinden söz etmişlerdir.

Programın teknik yetersizlikleri arasında programa ders sonrasında erişimin olmaması ve programa dosya yükleme sınırının düşük olmasından kaynaklı çalışmalarda çözünürlük problemi yaşanması gösterilmiştir. Ö4 bu programa yönelik “Dersle birlikte kapanan sonrasında erişimi olmayan bir sistem” ifadesini kullanırken, Ö3 programla ilgili olarak şu yanıtı vermiştir:

Yeterliydi fakat bazı teknik sorunlar yaşandı elbette ki. Örneğin diğer fakültelerimizin teorik derslerinin final zamanı iken bizim uygulamalı derslerimizin vize zamanıydı ve gün içerisinde sistemi kapattıkları ve bizim de uygulamalı yani tasarım odaklı derslerimizin izlenerek yapılması gereken dersler olduğu için sistemin açılmasını beklemek zorunda kaldık. Bu durum ise gece çalışmak zorunda kaldığımız anlara sebep oldu. Altyapısı güçlü olmayan bir platformdan kaynaklandığını düşünüyorum.

Ö22 “Dünya üzerinde kullanılan son flash tabanlı uygulamayı, iletişim ve eğitim amacıyla kullanmaya çalıştık. "Flash tabanlı"” ifadesiyle, kullanılan online görüşme programını çağın gerisinde kaldığını vurgulamıştır. Kullanılan dijital platformun yeterliliğine yönelik sorulan soruya Ö2 “Hayır yeterli bulmuyorum. Çünkü sisteme dosya yüklemek için bir boyut sınırı var ve genel olarak sürekli boyutları küçültmek zorunda kaldığımız için yapılan projelerin kalitesi düşüyor.” yanıtını vererek dosya sınırından ötürü oluşan kalite problemine dikkat çekmiştir.

Programların teknik yetersizliklerinin yanı sıra internet bağlantısındaki problemler de derslerde aksaklık yaşanmasına sebep olmuştur. Öğrenciler genellikle bağlantı zayıflığından kaynaklı olarak ekranda donma, ses kalitesinin düşmesi, görüntünün takılması gibi problemlerle sık karşılaştıklarını ifadelerine eklemiştirler. Konuyla ilgili olarak Ö27 verdiği yanıtta şu ifadeleri kullanmıştır:

Arayüz olarak gayet sade ve net bir program. Ama ders esnasında veya sınav esnasında öğrencinin internetinde bir problem olmamasına rağmen, internet hızı olması gereken düzeyde iken bağlantı kopmaları yaşanıyor. Ayrıca sistem (büyük ihtimal) 60-70 kişiyi bir arada kaldırmıyor, sistemden çoğu arkadaşımız sınav ve ders esnasında otomatik olarak atılmıştı.

Öğrencilerden Ö9 “Online bağlantı süresince oluşan problemlerden kaynaklı ders süresinde kayıp oluyor ve çoğu kişi bağlantı sorunu yaşamıştı.” ifadesiyle bağlantıdaki aksaklıklara dikkat çekerek ders süresinde yaşanan kayıplara yanıtında yer vermiştir. Dijital platformla sıkıntı yaşayan öğrenciler incelendiğinde çoğunun Adobe Connect programını kullandığı ve şikayetlerinin bu programla ilgili olduğu anlaşılmaktadır.

2.5.Yüz Yüze ve Uzaktan Eğitim Arasındaki Farklılıklara Yönelik Bulgular

Öğrenciler kendilerine yöneltilen “Dersin işleniş bakımından yüz yüze yürütülen uygulamalı tasarım dersleri ile uzaktan yürütülen tasarım dersleriniz arasında farklılıklar var mı? Açıklayınız.” sorusuna genellikle uzaktan eğitimin negatif yönlerine vurgu yaparak cevap vermişlerdir. Buna göre 27 öğrenciden 2’si bir farklılık göremediklerini, yüz yüze ve uzaktan eğitimin aynı verimlilikte olduğunu belirtmiştir. Farklılıklar var diyen 25 öğrencinin verdiği yanıtlar belli temalar altında toplanmıştır.

Çizelge 5. Yüz yüze ve uzaktan eğitim arasındaki farklılıklar

Farklılıklar
Dersin verimliliği
Ders içi etkileşim
Derse katılım
Proje sunumu

Yüz yüze eğitim ve uzaktan eğitim arasındaki farklılıklar incelendiğinde dersin verimli işlenip işlenmemesi yönünde yorumların olduğu görülmüştür. Buna göre Ö1 “...Uygulamalı derslerin birebir ve yüz yüze yapılması bile bilginin aktarımında zor iken uzaktan eğitimle bu iyice zorlaştı.” ifadesiyle uzaktan eğitimin bilgi aktarımındaki eksikliğine vurgu yapmıştır. Ö10 ise “Karşılıklı diyaloglar her bakımdan daha etkili olup, yapılan uygulamaların çıktıları (baskı) alınıp daha iyi bir şekilde etüt edilebilmekte.” şeklindeki yanıtıyla yüz yüze eğitimde ders içindeki karşılıklı diyalogların daha verimli olduğunu belirtmiştir. Bu konuda ders içinde motivasyon eksikliğine dikkat çeken Ö19 “Yüz yüze daha aktif daha motive bir şekilde ilerliyor. Uzaktan eğitimde motivasyon pek olmuyor.” sözleriyle düşüncelerini ifade etmiştir. Ders içindeki etkileşimin yüz yüze eğitimdeki önemine değinen Ö27 bu konuda yaşanan sıkıntıları şu cümlelerle anlatmıştır:

Her şeyden önce sözlü iletişim kurarken insanların birbirini görmesi iletişimde çok önemli bir etken. Hoca ile yüz yüze olduğunuzda dirsek temasınız oluyor direkt olarak ondan dönüt alabiliyorsunuz ve çok daha verimli bir ders oluyor. Online eğitimde ise, Adobe Connect uygulamasında chat bölümüne soru yazdığımızda hocalar anında göremeyebiliyor, diğer sorular arasında bir başkasının sorusu kaybolmuş oluyor, bizim veya hocanın bağlantısında problemler olabiliyor, ses problemleri olabiliyor. Bunlar dezavantajlar.

Ders içi etkileşimin yüz yüze daha iyi olduğunu vurgulayan öğrenciler, mail yoluyla bilgisayar üzerinden ders veren öğretim elemanı ile iletişime geçmenin sorun oluşturduğunu belirtmişlerdir. Mailin dışında görüşme esnasında soru sorduklarında ise sıra beklediklerinden ve sorulara yeterli cevapları alamadıklarından yakınmışlardır.

Yüz yüze ve uzaktan eğitimin arasındaki farklar incelendiğinde ortaya çıkan farklılıklardan birisi de derslere katılım düzeyi olduğu görülmektedir. Öğrenciler uzaktan eğitim sırasında, yüz yüze olduğundan daha fazla derse katılım olduğunu belirtmişlerdir. Bu konuyla ilgili olarak Ö23 “farklılık illa ki oluyor ama bunlar çok büyük sorunlar değildi hatta evde kaldığımız süre boyunca derse katılımlar daha çok arttı.” şeklinde düşüncesini yansıtmıştır. Bu noktada derse katılım ifadesi fiziksel katılım anlamında kullanılmıştır.

Uygulamalı tasarım derslerinin işleyişinde öğrenci projeleri sınıf içerisinde değerlendirilmekte ya da ders esnasında sürekli öğretim elemanından geri dönütler alınarak proje geliştirilmektedir. Öğrenci ifadelerine göre uzaktan eğitim ile projeler üzerine geri dönütler alabilmekte sıkıntılarının ortaya çıktığı anlaşılmaktadır. Ö17 bu konuda yaşadığı sıkıntıyı “Tasarımları değerlendirmek için hocamıza ulaşmak uzun sürüyordu derslerin ilk başlarında mail yoluyla

işleri iletiyorduk, aynı anda bir sürü kişi attığı için geri dönüşleri geç oluyordu. Daha sonra program aracılığıyla ekran paylaşmaya başladığımızda da ders saati yetmiyordu” sözleriyle açıklamıştır. Ö4 ise “Tasarımdaki o küçük dokunuşlar dediğimiz önemli kıstaslara erişememe hali olabilir.” sözleriyle yüz yüze eğitimde proje üzerindeki geri dönütlerin önemine vurgu yapmıştır.

2.6.Uzaktan Yürütülen Uygulamalı Tasarım Derslerinin Beğenilen Özelliklerine Yönelik Bulgular

Öğrencilere “Uzaktan yürütülen uygulamalı tasarım derslerinizin beğendiğiniz yönleri var mı? Açıklayınız.” sorusu yöneltilmiş ve 6 kişi “Hayır, beğendiğim yönü yok” şeklinde yanıt vermiştir. 21 öğrencinin cevaplarından ulaşılan temalar aşağıdaki biçimdedir:

Çizelge 6. Uzaktan tasarım derslerinin beğenilen yönleri

Beğenilen Özellikler
Derslerin tekrar izlenebilmesi
Rahat ev ortamı
Etkili zaman kullanımı
Öğretim elemanıya kolay iletişim
Devam zorunluluğu olmaması

Öğrencilerin verdikleri cevaplar incelendiğinde 5 temel tema etrafında düşüncelerinin toplandığı görülmektedir. Öğrenciler tasarım derslerinin uzaktan yapılması ile derslerin tekrarlarını izleyebilmişler, rahat ev ortamında tasarımlarını gerçekleştirmişler, hocalarıyla kolay iletişim kurarak etkili zaman yönetimi yapabilmişlerdir. Derslere devam zorunluluğunun olmaması da öğrencilerin beğendiği özellikler arasında yer almıştır.

Öğrencilerden Ö18 “Öğretim görevlimizi sabit bir ekran üzerinden takip etmek ve en önemlisi bu derslerin kaydedilmesi çok beğendiğim bir özellik” şeklinde düşüncelerini aktarırken, Ö20 ise “Bazı tekrarlama gereği duyduğumuz noktalarda tekrar izleyip pekiştirebiliyorduk. Bu yönden çok iyi oluyordu.” ifadeleriyle dersi tekrar izleyebilmenin öneminden bahsetmiştir. Ö4 çağımızdaki dijitalleşmeye vurgu yaparak “Tekrar izleme ihtimali bilginin orada saklı bir şekilde kalması bu dijitalleşme çağına ayak uydurduğumuzu gösterir.” sözlerini kullanarak düşüncelerini aktarmıştır.

Uzaktan eğitim sürecinde öğrenciler buldukları ortamdan derslere katılım sağlamışlardır. Rahat bir ortamda derslere katılım göstermek öğrencilerin uzaktan tasarım eğitimine yönelik beğendikleri özellikler arasında öne çıkmaktadır. Konuyla ilgili olarak Ö6 “Evde daha ciddi bir şekilde çalışmış oldum, kafamı dağıtabilecek etkenler yoktu, sadece derslerime kendimi verdim” sözleriyle dikkatini dağıtabilecek dış etkenlerden sıyrıldığı ve daha rahat çalıştığını belirtmiştir. Tasarım derslerinde alışıldık fiziksel bir sınıf/ atölye ortamının gerekmediğini vurgulayan Ö27 düşüncelerini şu sözlerle açıklamıştır:

Şöyle ki bizim işimiz zaten bilgisayar ve internet ile. Dolayısıyla bir mekana ekstra ihtiyacımız yoktu. Evden de işlerimizi yürütebildik. Toplanmaya ihtiyacımızın olduğu tek zaman ise hoca ile istişare etmemiz gereken günlerdi. Aslında okulda derslikte olmadan da işleri yürütebiliyorduk.

Okula gitmediklerinden, bu süreyi buldukları ortamda projeye anında müdahalede bulunarak değerlendirdiğini ifade eden Ö5, bu özelliğinden dolayı uzaktan tasarım derslerini beğendiğini belirtmiştir. Benzer düşüncelere sahip olan Ö11 ise “Süre açısından daha rahat yürütülüyor tasarım dersleri” sözlerini kullanmıştır. Ev ile okul arasındaki ulaşım süresinde projeleriyle ilgilenen öğrenciler, bu süreçte projelerine anında müdahalede bulunarak zamanlarını etkili kullandıklarından dolayı memnun olduklarını söylemişlerdir. Ö2 “Sürekli evde olduğumuz için okul mesafesi gibi sorunlar olmadığı için projeye anında müdahale edebiliyoruz.” sözleriyle düşüncelerini aktarmıştır. Ö11 ise “Süre açısından daha rahat yürütülüyor tasarım dersleri” ifadesiyle bu düşüncüyü desteklemiştir.

Öne çıkan beğenilen özelliklerden bir diğeri öğrencilerin hocalarına kolay ulaşım sağlayabilmesidir. Bu durumla ilgili olarak Ö7 “Bu sayede hocalara istediğimiz zaman ulaşabildik.” Yanıtını vermiştir. Ö21 ise hocaların dersten sonra mail yoluyla iletişimde kalmalarını beğendiğini ifade etmiştir. Derslere katılımın zorunlu olmaması da öğrenciler tarafından beğenilen bir diğer özelliktir. Ö22 derse katılımın olmamasını uzaktan tasarım eğitimine ilişkin bulduğu tek pozitif özellik olduğunu belirtmiştir. Ö3 devam zorunluluğunun olmamasının büyük rahatlık sağladığını söylerken, Ö23 müsait olma durumuna göre derslere katılabilmenin kendisi için daha verimli olduğunu ifade etmiştir.

2.7.Uygulanışı Bakımından Uzaktan Yürütülen Uygulamalı Tasarım Derslerinin Sıkıntılara Yönelik Bulgular

“Uzaktan yürütülen uygulamalı tasarım derslerinin uygulanışı bakımından beğenmediğiniz ya da sıkıntı yaşadığınız yönleri var mı? Açıklayınız.” sorusuna öğrencilerden 6’sı bu süreçte herhangi bir sıkıntı yaşamadığını belirtmiştir. 21 öğrencinin verdiği yanıtlardan ulaşılan temalar aşağıda sunulmuştur:

Çizelge 7. Uzaktan tasarım derslerinin uygulanışında yaşanan sıkıntılar

Yaşanan Sıkıntılar
İletişim sıkıntısı
Teknik sıkıntılar
• Bağlantı sorunu
• Proje yükleme sorunu
Geri dönüt almada sıkıntı

2.8.Tasarımların Değerlendirilmesine Yönelik Bulgular

Öğrencilere “İçinde bulunduğunuz uygulamalı tasarım derslerinde geliştirilen tasarımların değerlendirilmesi nasıl gerçekleştirilmiştir?” sorusu yöneltilmiştir. Proje değerlendirme süreci

uygulamalı tasarım derslerinin önemli bir parçasını oluşturmaktadır. Öğrencilerden alınan yanıtlara göre ortaya çıkan temalar aşağıda gösterilmektedir:

Çizelge 8. Tasarımların değerlendirilme biçimi

Proje Değerlendirme
Mail yoluyla Sisteme dosya yükleyerek Ekrandan yansıtarak

2.9.Verimliliğine Göre Yüz Yüze ve Uzaktan Tasarım Eğitiminin Karşılaştırılmasına Yönelik Bulgular

Öğrencilere yöneltilen “Verimlilik bakımından uzaktan ve yüz yüze yürütülen uygulamalı tasarım derslerini kıyaslayınız.” sorusuna karşılık 19 öğrenci yüz yüze eğitimin kendileri açısından daha verimli geçtiği yönünde yanıtlar vermiştir. 5 öğrenci ise uzaktan eğitimin kendileri için daha uygun ve verimli geçtiğini belirtmişlerdir. Bunun yanı sıra 3 öğrenci de her ikisini de aynı derecede verimli bulduklarını aktarmışlardır. Öğrenciler her iki öğretim biçiminin de kendi içerisinde olumlu ve olumsuz yönlerinden bahsetmişlerdir. Aşağıdaki çizelgede ortaya çıkan temalar yer almaktadır:

Çizelge 9. Verimlilik açısından uzaktan ve yüz yüze eğitim kıyaslaması

Uzaktan Eğitim	Yüz Yüze Eğitim
<p>Olumlu</p> <ul style="list-style-type: none"> • Esnek yapı • Derslere erişim <p>Olumsuz</p> <ul style="list-style-type: none"> • Derse karşı isteksizlik • İletişim eksikliği 	<p>Olumlu</p> <ul style="list-style-type: none"> • Karşılıklı etkileşim • Hızlı ve pratik yapı

Öğrencilerin verdikleri cevaplar incelendiğinde ağırlıklı olarak yüz yüze eğitimin onlar için daha verimli geçtiği anlaşılır. Buna karşılık uzaktan eğitimde yaşanan teknik aksaklıkların giderilmesi durumunda her iki öğretim biçiminin de aynı derecede faydalı olduğunu belirten bir öğrenci olmuştur. Yüz yüze eğitimde öğrenciler sınıf ortamındaki karşılıklı etkileşim biçiminden ve öğretim elemanından anında geri dönüt alıp tasarıma müdahale edebilmelerinden dolayı kendilerini daha rahat hissetmektedirler. Çalışmalarına ya da sorularına anında karşılık alabildiklerinden dolayı da süreç hızlı ve pratik bir şekilde ilerlemektedir. Ö20 bu konuyla ilgili “Yüz yüze yapılan derslerde ise iletişim daha güçlü ve kolay oluyordu. Bu sayede daha verimli ve hızlı bir yol alıyorduk.” ifadesini kullanmıştır. Ö1 ise konuyla ilgili olarak “Yüz yüze eğitimde etrafımda bulunan kişiler ve nesnelere karması ile daha yaratıcı işler ortaya çıkabiliyordu.” sözleriyle sınıf ortamının yaratıcı ve üretici yönüne vurgu yapmıştır.

Uzaktan eğitimi kendileri için daha verimli olduğunu savunan 5 öğrenci, uzaktan eğitimin sağladığı esnek yapıya ve derslere istenilen zamanda erişilebilmesine dikkati çekmişlerdir. Bu konuda Ö18 “*Kişisel bilgisayarımdan bağlandığım için her dosyama erişimim vardı ve rahattım.*” ifadesini kullanmıştır. Ö26 ise “*Uzaktan eğitimin iyi olduğu kısım İsteddiğimiz zaman işlenen derse tekrar ulaşabiliyoruz. Hoca sadece ders anlattığı için zaman kaybı olmuyor. Derse geç kalanları bekleme gibi bir durumda olmuyor bu yönden daha iyi.*” şeklindeki ifadeleriyle uzaktan eğitimde derslere erişimin kolaylığına ve vakit kaybı yaşamamalarına dikkat çekmiştir. Öğrencilerden Ö2 uzaktan eğitimde öğrenci ve öğretmen arasında iletişim kopukluğu yaşandığını belirtmiştir. Ö4 ise “*Bildiğini bilmediğini tartışıp yorumlayamadığın fikir alışverişlerinin neredeyse hiç olmadığı bazı dersler oldu.*” Sözleriyle uzaktan eğitimdeki iletişim eksikliğini yansıtmıştır.

2.10. Öğrencilerin Önerilerine İlişkin Bulgular

“Sizce uygulamalı bir tasarım dersi uzaktan en verimli şekilde nasıl yürütülmeli?” şeklindeki soruya öğrencilerden 3’ü uzaktan eğitimin hiç yapılmaması gerektiği yönündeki düşüncelerini ortaya koymuşlardır. Verilen cevaplar incelendiğinde verimli biçimde uzaktan uygulamalı derslerin yürütülebilmesi için öğrenci- öğretmen ve öğrenci- öğrenci arasındaki etkileşimin artması ve yapılan tasarımlara anında ve sık geri dönüt alınabilmesi yönündeki görüşlerin ağır bastığı görülür. Aşağıdaki çizelgede ortaya çıkan temalar gösterilmektedir:

Çizelge 10. Verimli bir uzaktan eğitim süreci nasıl olmalı?

Verimli Uzaktan Eğitim Süreci
<ul style="list-style-type: none">• İletişimi artırarak• Değerlendirme yaparak• Öğrenci sayısını bölerek• Teknik destekle

Öğrencilere göre düzenli ve aksamadan gerçekleştirilen bir iletişim ile çalışmalara alınan geri dönütler, uzaktan eğitim sürecine oldukça iyi yönde etki edecektir. Öğrencilerden Ö4 “*Kesinlikle kuvvetli iletişim. İletişim çağında olduğumuz bu dönemde kesik iletişim sorunları yaşadığımız çok oldu. Bunlar değiştirebilirse çok verimli ve faydalı olabileceğini düşünüyorum.*” sözleriyle iletişimin önemine dikkat çekmiştir.

Öğrencilerden Ö11 tasarımların toplanıp teker teker yorumlanarak tasarım üzerinden ders işlenmesini önerirken, Ö18 ise ders saatleri içerisinde dersi veren öğretim elemanının mail yoluyla gönderilen tasarımlara o esnada yorumlaması, değerlendirmesi yönünde çözüm önerisinde bulunmuştur. Ö2 bu konuda “*Derslerin teorik kısımları videolar halinde hazırlanıp yüklenirse canlı derslerde projeleri konuşmak için daha çok zaman kalır ve herkes konuşabilir. Ders saatleri uzatılabilir böyle herkes projesini anlatmak için zaman kazanmış olur.*” ifadelerini kullanarak, derslerin tasarımlar üzerinden ilerlemesi yönünde görüş belirtmiştir.

Derste teknik bir personelin bulunması gerektiğini söyleyen Ö27, ses, kamera, ekran yansıtma, bağlantı gibi problemlerde anında ulaşılabilen bir teknik elemanın dersin aksamadan sağlıklı yürütülmesini sağlayacağını ifade etmiştir.

Tartışma ve Sonuç

İnternetin, sunucu bilgisayar ve teknik kapasite gerekliliği ve ülkemizde internet altyapısı, bağlantı hızı ve erişimle ilgili yaşanan problemlerin bulunması, internet destekli eğitimde öğrenci ve öğretmenlerin erişim konusunda problemlerle karşılaşmasına neden olmaktadır (Ayvaz Güven, 2017). Öğrencilerin uzaktan eğitim ile ilgili yaşadıklarını belirttikleri problemlerin başlıcalarından bir tanesi de teknik altyapı ile ilgili olmuştur. Bununla beraber Net jenerasyon ya da Dijital doğanlar teknoloji kullanımı konusunda oldukça bilgilidirler. Özellikle grafik ve görsel iletişim tasarımı tasarım öğrencileri daha birinci sınıftan itibaren teknoloji ile iç içe bir eğitim almaktadırlar. Eğitim hayatları boyunca pek çok tasarım programını aktif olarak kullanmaktadırlar. Bundan dolayı genellikle teknolojiye meraklı öğrenciler bu mesleği tercih etmektedir. Bu durum öğrencilerin kullanılan platformların özelliklerini yeterli bulmamalarına; “Dünya üzerinde kullanılan son flash tabanlı uygulamayı, iletişim ve eğitim amacıyla kullanmaya çalıştık.” benzeri yorumlarda bulunmalarına sebep olmuştur.

Öğrencilerin vurguladığı problemlerden bir diğeri ise iletişim problemidir. Geleneksel eğitimde öğrenciler ve eğitimciler konuştukları konu hakkında birbirlerinin tepkilerini görebirler, bu durumda iletişimin daha etkili ve verimli olmasını sağlar. Ayrıca eğitmen öğrencilerin sorularına anında ve bekletmeden cevap verebilir ve öğrencinin konuyla ilgili yaklaşımını, öğrenmenin sağlanıp sağlanmadığını hemen fark edebilir (Öztürk, 2016). İnternet destekli Eğitim ise, öğrencilerin sanal ortamda iletişim ve etkileşim kurmalarından kaynaklanan grup birlikteliği, kültürel etkileşim, psikolojik ve sosyolojik unsurların sağlanamaması gibi olumsuzluklara yol açabilmektedir (Ayvaz Güven, 2017). Oysa öğrencilerden Ö4’ün önerdiği gibi iletişim seviyesi artırıldığında online eğitim, örgün eğitimin sahip olamayacağı fırsatlara sahiptir. Özellikle tasarım eğitimi açısından bu fırsatlar çok değerlidir çünkü Margolin’in (2012), de ifade ettiği üzere “Grafik tasarımcılar kozmopolit olmalıdır – farklı kültürlerde rahat edebilmeli, toplumsal ipuçlarını anlayabilmeli ve grafik iletişim yoluyla eyleme geçmeyi kolaylaştırabilmelidir. Kısacası, grafik tasarımcılar insanları ve kültürel ortamlarını tanımalıdır.” Min ise (2012) “Çok kültürlü dünyamızda tasarımcılar farklı kültürlerin arasındaki ihtilafları ve bütünleşmeleri göz önüne almalı, diyalektik bir perspektif benimsemelidir. Bir yanda farklı kültürler birbiriyle rekabet içinde veya çatışmış gibi görünebilir, ama diğer yanda küreselleşme trendi farklı kültürlerin kaynaşması için güçlü bir dürtü sağlamaktadır. Görsel iletişim, Doğu ile Batı kültürlerinin kaynaşmasına dair bol miktarda örnek içerir. Bu tür kültürel etkileşim tasarımcılar için hem zorluk oluşturur hem de çalışmalarına renk katar. Tasarımcılardan kültürel tercüman olmaları beklenir.” sözleri ile tasarımcıların kültürel birikimlerinin geniş kapsamlı olmasının önemini belirtmiştir. Çünkü bir tasarımcının pek çok farklı konunun farkında olması, problem çözümü yaratmanın yanında problemleri de ortaya koyabilmesi gerekmektedir. Farklı ırka, dine ve sosyal sınıfa mensup, farklı cinsiyete sahip, farklı dilde konuşan, farklı engelleri olan, farklı eğitim kademelerinden mezun kişilere yönelik tasarımlar yapabilecek çoklu bakış açısına ulaşabilmek için öncelikle bu grupları anlayabilmesi

gerekmektedir. Ancak öğrencilerin eğitimleri boyunca aynı çevrede birbirleri ile benzer deneyimleri paylaşmaları, aynı vizyona sahip okullarda, aynı eğitimcilerden ders almaları çok kültürlü eğitimin düşük bir seviyede kalmasına sebep olmaktadır. Pek çok farklı ülkeden öğrenciyi bir eğitim için aynı yerde toplamak farklı zorlukların yanında çok yüksek maddi harcamalar yapılmasını gerektirmektedir. Oysa çevrimiçi eğitimlerde bu yapı neredeyse hiçbir maliyet olmadan online platformlar üzerinden sağlanabilir. Online iletişim ortamlarından etkin şekilde faydalanılarak öğrenciler, eğitimciler ve kurumlar uluslararası bağlar kurabilir ve ortak projeler üretilebilir.

Uzaktan eğitim sürecinde öğrencilerin kendi ortamlarından derslere katılım göstermeleri öğrencilerin uzaktan tasarım eğitimine yönelik beğendikleri özellikler arasında öne çıkmaktadır. Bu sayede öğrenciler özellikle İstanbul gibi bir metropolde trafikte harcadıkları süreden muaf olmuşlardır. Ayrıca rahat ve güvende hissettikleri bir ortamda bulunmaları sınıf ortamında kendini iyi ifade edemeyen öğrencilerin kendilerini daha rahat ifade edebilecekleri bir ortam oluşturma potansiyeline sahiptir. Çevrimiçi derslerin istenilen yerden ve istenilen zamanda eğitim almaya olanak sağlaması aynı zamanda çağın en önem verilen kavramlarından “yaşam boyu eğitim” anlayışına da oldukça uygundur. Özellikle tasarım disiplininde teknolojik yeniliklerin de getirisi ile sürekli bir değişim ve dönüşüm içerisindedir. Tasarımcılar sürekli yenilikleri takip etmeli ve bilgilerini güncellemelidir. Ancak aynı zamanda yoğun bir iş temposu içinde çalıştıkları için lisans ve yüksek lisans eğitimlerine fiziken katılmanın onları oldukça zorladığına bazen eğitimlerini yarıda bırakmak mecburiyetinde kaldıklarına şahit olmaktadır. Bunun yanında hasta, engelli ya da mahkum gibi fiziksel olarak hareket etmekte sıkıntılar yaşayan bireylere de eğitim şansı tanımaktadır. Öztürk (2016), bu açıdan çevrimiçi tasarım eğitiminin sağladığı avantajı “Özellikle yüksek lisans ve doktora eğitimindeki teorik derslerin, eğitimin verildiği şehre gelmeden alınmasına yardımcı olabilir, ayrıca öğrenci-danışman ilişkisi uzaktan ve çalışma saatleri dışında yürütülebilir. Dolayısıyla çalışan bireylere kendilerini geliştirme anlamında buldukları ortamdan ayrılmadan ya da işlerini bırakmadan eğitim alma olanağı sunulur. Bir başka deyişle, mezun olmuş bir tasarımcı sonraki yıllarda kendini bilgi ve teknoloji anlamında yenileyebilir ve kariyerine katkı sağlayabilir, ayrıca ulusal veya uluslararası düzeyde işbirlikli projelere dâhil olarak kendini iş deneyimi açısından geliştirebilir. Dolayısıyla bu durum uzaktan eğitim veren programların, hatta tasarım programlarının geleneksel eğitime göre avantajlı konuma geçmesine sebep olmaktadır.” sözleri ile ifade etmiştir.

Tüm öğrencilerin aynı mekanda bulunması zorunluluğunun ortadan kalkması ile elektrik, su, ısınma, ulaşım gibi masraflar ortadan kalkmaktadır. Tasarım eğitimi ise birçok disiplinle karşılaştırıldığında özellikle pahalı ve maliyetlidir. Tasarım atölyelerinde her bir öğrenci için büyük çalışma masaları ve bilgisayarlar gerekmektedir. Her bir sınıf maksimum 15-20 öğrenci kapasiteli olabilmektedir. Ayrıca öğrencilerin malzemelerini depolaması için alanlar yaratmak, öğrenci projelerini saklamak için arşiv odaları olması gereklidir. Öğrenci çalışmalarının sergilenmesi için ise geniş fuaye alanları ya da galeri mekanları yer almalıdır. Çevrimiçi eğitim sayesinde aynı anda çok daha fazla öğrenciyeye eğitim verilebilir, çalışmalar dijital olarak saklanabilir ve sanal sergiler yaratılabilir. Ayrıca zaruri giderlerin ortadan kalkması ile bu

paralar eğitim platformlarının geliştirilmesi, yeni içerikler oluşturulmasına veya gerçekleştirilebilecek projelere aktarılabilir.

Öğrencilerin kişisel bilgisayarlarından bağlanması istedikleri her türlü belgeye istedikleri an ulaşabilmelerini sağlaması açısından da öğrenciler tarafından olumlu olarak değerlendirilmiştir. Bununla birlikte tasarım eğitiminde ise yapısı gereği kuramsal derslerde bile çok fazla görsel ve video kullanılmaktadır. Yüz yüze eğitimde tüm sınıflar ya da teknolojik altyapı bu gösterimler için uygun olmayabilmekte özellikle kalabalık sınıflarda öğrenciler projeksiyon perdesini görmekte zorlanabilmektedir. Ancak çevrimiçi eğitimde farklı medya türlerini derse entegre olarak kullanmak çok daha kolaydır. Her öğrenci kendi bilgisayarından rahatlıkla bu medya türlerine erişim sağlayabilmekte, ders yürütücüsünün ekranını yansıtması ile tüm öğrenciler uygulamaları kendi monitörlerinden kolaylıkla izleyebilmektedirler. Ancak elbette bu durum her bir öğrencinin evinde tüm tasarım programlarını kaldırarak kadar güçlü bir bilgisayar, internet bağlantısı, mikrofon ve kamera olmasını gerektirmektedir. Bunun bazı öğrenciler ve aileleri için ekstra bir maddi yük getirmesi kaçınılmazdır. Bunları karşılamakta zorlanan öğrencilerin online eğitimde büyük sıkıntılar yaşayacağı aşikardır.

Derslerin işlenişinde öğrencilerin vurguladığı olumlu unsurlardan bir diğeri ise online eğitimin esnek bir yapısının olmasıdır. Çevrimiçi eğitimde öğrenci içerikleri istediği kadar tekrar edebilmekte ve öğrenmeyi kendi hızına göre gerçekleştirebilmektedir. Kullanılan yazılımlar hangi öğrencinin ders içeriğini ne zaman, kaç kere, kaç dakika boyunca izlediği gibi bilgileri eğitimciye sunmaktadır. Bu sayede öğretici yüz yüze nerdeyse mümkün olmayan biçimde her bir öğrencinin öğrenim faaliyetlerini minimum efor ve zaman harcayarak birebir takip etme şansı bulmaktadır. Ayrıca eğitimci çevrimiçi eğitim ile eğitimi kişiselleştirme fırsatına sahip olmaktadır. Geleneksel eğitimde sınıflar oldukça kalabalıktır ve sadece tek bir zeka türüne hitap eden genel bir programlar binlerce öğrenci için aynı metotla uygulanır. Online eğitimde ise pek çok farklı senkron/asenkron içerik üniversitelerin sistemleri üzerinden öğrencilere sunulabilir. Böylece bireysel ve proje tabanlı öğrenmelere imkan tanınır. Ayvaz Güven'in de (2017) ifade ettiği gibi internet destekli eğitimde öğretmen bilgi kaynağı değil rehber rolü üstlenir. Öğrenci araştıran ve öğrenmeyi öğrenen rolündedir. Bireysel öğrenmeler gerçekleştiği için öğrencilerin gerçek hayatta karşılaştıkları problemlere çözüm bulmaları kolaylaşır. Uzaktan eğitim bireylerin kendi kendine karar verme ve girişimcilik yönlerinin gelişmesine olanak tanır.

Görüldüğü üzere uzaktan eğitimin pek çok avantajı olmakla birlikte, dezavantajları da inkâr edilmez. Sanal gerçeklik, artırılmış gerçeklik gibi teknolojilerin daha etkin ve yaygın kullanılabilir hale gelmesi ile belki bu dezavantajlar ortadan kaldırılabilir. Ancak mevcut koşullar üzerinden bakıldığında tasarım eğitimi için hibrit yöntem önerilebilir. Yüz yüze eğitimde öğrencilerin ve ders yürütücüsünün aynı ortamda bulunması ile beraber ortaya çıkan etkileşim ve yaratıcılık ortamı online eğitimde sağlanamamaktadır. Ayrıca sosyalleşme eksikliği öğrenciler üzerinde ciddi bir motivasyon eksikliğine sebep olmaktadır. Bununla birlikte online eğitimin pek çok avantajının yüz yüze eğitime entegre edilmesi ile eğitim kalitesinde artışın sağlanacağına, özellikle uluslararası ve kurumlar arası iş birlikleri ile öğrencilerin 21. Yüzyıl becerilerini edinmelerinin kolaylaşacağına inanılmaktadır.

KAYNAKLAR

Ayvaz Güven, C. (2017). Uzaktan Eğitimin Önemi ve Örnek Bir Dersin Sınav Uygulaması. *International Conference of Strategic Research on Scientific Studies and Education*. Antalya.

Creswell, J. W. (2013). Nitel Araştırma Yöntemleri (Beş yaklaşıma göre nitel araştırma ve araştırma deseni). (Çev. Mesut Bütün, Selçuk Beşir Demir). Siyasal Kitabevi, Ankara

Margolin, V. (2012). Grafik tasarım eğitimi ve toplumsal değişimin getirdiği zorluklar. (Çev: L. Tonguç Basmacı). *Yazılar*, (123).

Min, W. (2012). Tasarım eğitimi manifestosu. (Çev: L. Tonguç Basmacı). *Yazılar*, (123).

Öğüt, A. (2016). *Bilgi çağında yönetim*. Ankara: Nobel Akademik Yayıncılık.

Öztürk, A. (2016). Tasarım Eğitiminde Yeni Yaklaşımlar: Çevrimiçi Tamamen Uzaktan Tasarım Eğitimi. *Eğitim ve Öğretim Araştırmaları Dergisi*, 5(Özel Sayı), 314-326.



YÜCE ALLAH İLE SÜREKLİ İLİŞKİ VE YAKINLIĞIN YOLU OLARAK HER AN ALLAH'I ZİKRETMEK

SAMİ KILINÇLI

Çukurova Üniversitesi, İlahiyat Fakültesi, ORCID ID: 0000-0002-8232-7474

ÖZET

Allah'ın dünyada halifesi olma amacıyla yaratılan ve kendisine ilahi ruh üflenen İnsan seçkin varlıktır. Allah Teâlâ insanın nefsinden, şeytandan, toplumdaki kötülüklerden, yanlış tutku ve düşüncelerden kaynaklanan olumsuzluklardan kurtularak olgunlaşması için kendisiyle ilişkisini derinleştirerek sürdürmesini istemektedir. Allah kul ilişkisi herhangi bir kalıba sığmayacak kadar çeşitli, renkli ve farklı boyutlara sahiptir. Namaz ve oruç gibi ibadetler, bireysel ve toplumsal salih ameller ve tefekkür etmek bunlardan bazılarıdır. Bu ilişkinin herhangi bir zaman ve mekânla sınırlı olmayan şekilleri ise zikir ve duadır. Zikir duadan daha farklı derinliklere ve kazanımlara sahiptir. İnsan, hayatın çekiciliği, zevkleri, mal ve makam peşinde koştururken ve sorunlarla uğraşırken Allah'ı ve gönderdiği hakikatleri unutabilmekte, Allah ile sürekli ve derin bir ilişki kurmanın imkânsız olduğunu düşünebilmektedir. Ancak Kur'an'da bazı insanların dünya hayatının yoğunluğu içerisinde diğer varlıkları, kendi güç ve imkânlarını bir kenara bırakarak tüm kalpleriyle Allah'a yönelebildiği ve çok sıcak ilişki kurabildiği anlatılmaktadır. Nisâ 103; Enfâl 45 ve Âl-i İmrân 41 gibi âyetlerde korku, endişe ve çaresizlik gibi insanı bunaltan hallerden kurtulmak için Allah'ı sürekli zikretmek emredilmektedir. Âl-i İmrân sûresi 191. âyette ulu'l-elbâb olarak tanımlanan olgun ve kemâl ehli Müslümanların bir özelliği olarak ayaktayken, otururken ve yanları üzerine yatarken Allah'ı zikrettikleri beyan edilmektedir. Yunûs sûresi 12. âyette ise normal hayatında Allah'ı unutan insanların sıkıntılarla karşılaştıklarında yan yatarken, otururken ya da ayakta sürekli bir şekilde Allah'a dua ettikleri ancak sıkıntısı sona erdiğinde eski haline döndüğü anlatılmaktadır. Bu çalışmada dünyanın cazibesine kapılmış insanlar için imkânsız gibi gözükken Allah ile sürekli ilişki kurmanın aslında farklı insanlar için farklı sebeplerle mümkün olduğu klasik ve modern tefsir kaynakları temelinde izah edilmektedir.

Anahtar Kelimeler: Allah-Kul İlişkisi, Zikir, Dua

CITING ALLAH AT ANY MOMENT AS A WAY OF CONSTANT CLOSENESS AND RELATION WITH ALMIGHTY ALLAH

ABSTRACT

Created with the purpose of being caliph of Allah in the world and blown with a divine spirit, Human Beings are distinguished existences. Allah SWT desires that human beings shall sustain their relationship with Him in depth for their getting matured by eliminating negativities arising from nafs of people, devil, malignancy in the society and wrong passions and thoughts. Relationship between Allah and His subjects has so diverse, colourful and different dimensions that cannot be limited with any frameworks. Worships such as salaah (praying) and fasting,

individual and social good deeds and meditating are some of these. Citation and prayers are the forms of this relationship that are not limited with time and place. Citation has different deepness and acquisitions compared to prayer. People may forget Allah and the truths He sends while pursuing attractions and pleasures of life, properties and authority and dealing with problems and so it may be considered that having constant and profound relationship with Allah is impossible. However, it is stated in Koran that some people could turn into Allah and establish an intimate relationship with Him from the depths of heart by leaving other creatures, their own powers and opportunities within the intensity of the world aside. Citing Allah continuously is ordered in verses as Nisâ 103; Enfâl 45 and Âl-i İmrân 41 to recover from conditions overwhelming people like fear, worry and despair. It is declared in Âl-i İmrân Sura 191st verse that one of the features of mature and perfect Muslims defined as ulu'l-elbâb (the ones being rightminded) is citing Allah while standing, sitting and lying over. It is told in Yunûs Sura 12th verse that people forgetting Allah throughout their normal lives perpetually pray TO Allah when they face any trouble while, lying over, sitting or standing but revert back when their problems are over. This study explains that having constant relation with Allah, which seems impossible to people fascinated by attraction of world, is indeed possible for different people for different reasons basing on classical and modern tafsir sources.

Key Words: Relationship between Allah and Subjects, Citation, Prayer

1. GİRİŞ

Kur'an'da insanın Allah ile yakın, dostluğa dayalı bir ilişki kurması istenmektedir. Ancak insanın zaafı, tutkuları, dünya zevklerinin çekiciliği, nefsin, şeytanın ve olumsuz çevrenin etkisi ile bazı insanlar hakikati aramaktan, Allah'a yakınlığın yolundan uzaklaşabilmektedir. Bazı insanlar ise Allah ile ilişkilerini daha sıcak ve canlı tutabilmektedir. İnsan karakteri, algı ve davranışlarındaki çeşitlilik Allah tasavvurundaki ve Allah ile ilişkilerdeki renkliliği de göstermektedir.

İnsanlar iki durumda kendi aklı, tedbir, güç ve kuvvetinden soyutlanarak O'na yaklaşıp, desteğini almaya, görmeye çalışmaktadır. Bunlardan birincisi Allah'ın istediği şekilde nefsini tezkiye edip sadece O'na yönelerek kendi varlığı dâhil bütün varlıklardan, güç ve etkilerden azade olarak Allah'a yaklaşmaya ve yakınlığını hissetmeye çalışmaktadır. İkincisi ise Allah yokmuş gibi dünyanın zevk, mal, mülk ve imkânlarına kapılıp giden insanın tüm imkânları tükenip acizliğini idrak ettiğinde zorunlu olarak tüm kalbiyle Allah'a yönelmesidir. Birinci durum Kur'an'da insana ulaşılması gereken hedef olarak gösterilmekle birlikte pek az insan bu üst mertebeye ulaşmaktadır.

Kur'an'da birçok âyette insanın zikir, dua ve yalvarma üzerinden Allah ile her an ilişki kurduğu anlatılmakla birlikte biz üç âyet üzerinde yoğunlaşacağız. Bunlar Âl-i İmran sûresi 191. âyette ulu'l-elbâb olarak övülen olgun mü'minlerin Allah'ı her an zikirleri; Nisa 103. âyette mü'minlere savaş ortamında Allah'ı her an zikretmeleri ve Yunus 12. âyette ise hayatında Allah'ı ve emirlerini dikkate almayan müşriklerin başları dara düştüğünde her an Allah'a yalvardığı anlatılmaktadır. Biz farklı manevi mertebelerdeki insanların Allah ile ilişkilerini bu âyetler üzerinden anlamaya, açıklamaya çalışacağız.

2. ULU'L-ELBÂB'IN HER AN ZİKİR HALİNDE OLMASI

Âl-i İmrân sûresi 190-194. âyetlerde ulu'l-elbâb şeklinde tanımlanan olgun Müslümanların özellikleri ve duaları; 195. âyette ise Allah Teâlâ'nın onlara cevabı anlatılmaktadır. 191.âyette ulu'l-elbâb'ın bir özelliği olarak “Onlar ayakta, otururken ve yanları üzerine yatarken Allah'ı anarlar. Göklerin ve yerin yaratılışı üzerinde düşünürler. “Rabbimiz! Bunu boş yere yaratmadın, seni eksikliklerden uzak tutarız. Bizi ateş azabından koru” şeklinde dua ettikleri nakledilmektedir.

“Aklın marifette olgunlaşmış hali”;¹ “His ve vehimlerin lekesinden kirlerinden arınmış saf ve temiz akıl”;² “kabuktan arınmış öz gibi hevedan arınmış kalp”³ olarak tanımlanan lüb tasavvuf kaynaklarında “kuruntu ve hayal kabuğundan arınmış ve kutsal nurla aydınlanmış akıl”, “özün özü” anlamındaki lübbü'l-lüb ise “akla güç veren ilâhî ve kutsî nur” şeklinde tanımlanmış, Kur'an'da birçok yerde geçen “selim akıl sahipleri” mânasına gelen ulu'l-elbâb ifadesi⁴ bu terimin kaynağı olarak görülmüştür. Kutsî nurla güçlenerek vehim ve hayal kabuğundan arınan selim aklın aşkın bilgileri algılayabileceği kaydedilmiştir.⁵ Bu bilgilerden ulu'l-elbâb'ın tüm yanlışlardan arınmış, tezkiye olmuş olgun mü'minleri anlattığı görülmektedir.

Âl-i İmrân sûresi 190-194. âyetlerin anlamı, mesajı ve her an zikir halinde olmanın ne demek olduğu konularında müfessirler farklı te'villerde bulunmuşlardır.

Taberî'ye (öl.310/923) göre göklerin ve yerin yaratılmasında, gece ve gündüzün peş peşe devamlı olarak var edilmesinde ayakta, otururken ve yanları üzerinde uzanırken zikredenler için dersler vardır. Burada zikir namazda kıyam ve teşehhüd hali ile namaz dışında otururken ki zikir ve uyumak için yattıklarında yapılan zikirdir. Kainat üzerindeki tüm bu işleri sadece her şeyin yaratıcısı, rabbi, müdebbir ve mâliki olan Allah Teâlâ'nın yapabileceğini bildikleri için tüm bunlardan ibret alırlar. Varlığı, gücü ve rızkını başkasını elde etmede başkasının yani Allah'ın kudretine ihtiyaç duyan insanın zengin olması diye bir şer söz konusu olamaz. Zengin olan Allah, fakir ise insandır.⁶ Semerkandî'nin (öl.373/984) aktardığına göre âyetle ilgili bu müslümanlar üç halde de güçlerine göre namaz kılarlar ve Allah'ı çok zikredin emrinin⁷ gereği olarak her hâlükârda Allah'ı zikrederler şeklinde iki görüş bulunmaktadır.⁸

Mâtürîdî'nin (öl.333/944) izahına göre Allah insana her anında bir nimet ve lütufta bulunmuştur. Ayakta durmak, oturmak, yatmak da birer lütuftur. Bundan dolayı insanın bu lütufta ve nimetlere şükretmesini, bolluk, darlık ve bela gibi her halde zikretmesini emretti. Bu emirleri

¹ Fahrüddîn İbn Ziyâuddîn b. Ömer Muhammed er-Râzî, *Mefâtihu'l-gayb* (Beyrût: Dâru'l-Fikr, 1401), 9/139.

² Nâsirüddîn Ebû Saîd (Ebû Muhammed) Abdullâh b. Ömer b. Muhammed el Beyzâvî, *Envâru't-tenzîl* (Beyrût: yy., 2011), 1/195.

³ Ebü'l-Berekât Hâfîzüddîn Abdullah b. Ahmed b. Mahmûd en-Nesefî, *Medâriku't-tenzîl ve hakâiku't-te'vîl*, thk. Yusuf Ali Bedevî (Dimaşk: Dâru İbn Kesîr, 2008), 1/321.

⁴bk. Sâd 38/29, 43

⁵Süleyman Uludağ, “Lüb” DİA, (Ankara: 2003), 27/241.

⁶ Ebû Ca'fer Muhammed b. Cerîr Taberî, *Câmiu'l-beyân 'an te'vîli âyi'l-Kur'an*, thk. Abdullah b. Abdulmuhsin et-Türkî (Beyrût: Dâru'l-Kütübi'l-İlmiyye, 2005), 3/550.

⁷Ahzâb, 33/41.

⁸ Nasr b. Muhammed b. Ahmed Ebü'l-Leys es-Semerkandî, *Tefsîru's-Semerkandî*, thk. Mahmûd Mutrihi (Beyrût: Dâru'l-Fikr, 1431), 1/298.

yerine getirenler övülmekte ve müşrikler de eleştirilmektedir.⁹ Sülemî'ye (öl.412/1022) göre göklere ve yere ibret nazarıyla bakmayan ulu'l elbâb olamaz. Vâsıtî (öl. 320/932'den sonra) her kul/zâkir kalbinin durumuna göre Allah'ı zikreder. Kim her şeyin mâliki olan Allah'ın celâline, rahmetine, ma'rifetine, kızgınlığına veya öfkesine vakıf olursa ona göre Allah'ı zikreder ve mezkûra ulaşır. Kim Hakk'ı müşahade ederse ona zikir kapısı kapanır yani ilahi huzurda olduğu için zikretmesine gerek kalmaz demiştir. Bazı sûfilere "Cennette zikir var mı" diye sorulduğunda "Zikir gafleti yok etmek için vardır. Cennette gaflet olmadığı için zikir söz konusu değildir" demişlerdir.¹⁰

Zemahşerî (öl. 538/1144) âyette kendilerinden bahsedilenler hangi halde olursa olsunlar daima zikir halindedirler, genel vakitlerinde zikir ederler. Rivayet edildiğine göre İbn Ömer (öl. 73/693) ve Urve b. Zübeyr'in (öl. 94/713) de aralarında olduğu bir cemaat bayram günü musallaya giderek zikretmeye başladılar. Bazıları Âl-i İmran 191. âyeti okuyarak ayakta zikretmeye başladılar. Hz. Peygamber (a.s.) "Kim cennet bahçelerinden beslenmek isterse zikri çoğaltsın"¹¹ buyurmuştur. Bu ayetin anlamının "güçleri nispetinde her üç halde namaz kılarlar" olduğu da söylenmiştir. Delil olarak da Hz. Peygamber'in İmran b. Husayn'a (öl. 52/672) gücü hangi şekilde namaz kılmaya yetiyorsa o şekilde kılmasını söylediği¹² rivayet zikredilmiştir.¹³

İbnu'l-Cevzî, (öl.597/1201) âyetin namazı, namazda ve diğer zamanlarda yapılan zikri ve her halükarda Allah'tan korkmayı anlattığına dair görüşleri nakletmektedir.¹⁴

Râzî'nin (öl. 606/1210) tespitiyle Kur'an'ın gönderilme amacı kalb ve ruhların halkla/yaratılmışlarla meşguliyeti bırakıp Hakk'ı marifette istiğrak olmaktır. Kur'an-ı Kerim'in sırlarını en iyi bilen Allah'tır. Basiret gözünün siyah noktası/suveydâ gözün siyahı gibidir. Nasıl gözün siyahı bir anda iki ayrı şeye bakamıyor, tek şeye yöneldiğinde başka bir şeye doğru çevirmek imkânsız oluyorsa insanın basiret gözünün gözbebeği olan akıl da bir şeyi düşünmeye yöneldiğinde başka bir şeye yönelmesi mümkün değildir. Buna göre akıl ne kadar çok konuyla meşgul olursa, onları kavramaktan o kadar uzak kalır. Bundan dolayı, Allah'a vuslat yoluna giren sâlikin yolun, işin başında çok sayıda delillerle uğraşması gerekir. Fakat kalbi marifetullah nuru ile nurlandığında o delillerle uğraşması, kalbinin marifetullah'a gark olmasına âdeti bir perde olur. Binaenaleyh Allah yoluna giren sâlik işin başında çok delil öğrenerek bu yolda ilerlemek ister. Marifetullah nuru kalbine düştüğü zaman az delille meşgul olur. Öyle ki kalbinde Allah'tan başka bir şeyle uğraşmasından ötürü meydana gelen zulmetler (karanlıklar) yok olup gidince, orada marifetullah'ın nurları mükemmel olarak tecelli etmiş olur. İşte bu hususa Cenâb-ı Hak, 'Haydi pabuçlarımı çıkar. Çünkü sen mukaddes Tuvâ

⁹ Ebû Mansûr el-Mâturîdî, *Te'vilâtu Ehli's-Sünne*, thk. Mecdî Bâsellûm (Beyrût: Dâru'l-Kütübi'l-İlmiyye, 1995), 1/369.

¹⁰ Ebû Abdîrahmân Muhammed b. el-Hüseyn b. Mûsâ el-Ezdî es-Sülemî, *Hakâiku't-tefsîr*, thk. Seyyid İmrân (Beyrût: Dâru'l-Kütübi'l-İlmiyye, 1421), 1/131-132.

¹¹ Ebû İsmâ Muhammed b. İsmâ b. Sevre et-Tirmîzî, *Sünenu't-Tirmîzî*, ed. Bedreddin Çetiner (İstanbul: Çağrı Yayınları, 1992), "Deavât" 82.

¹² Ebû Abdîllah Muhammed b. İsmail el-Buhârî, *Sahîhu'l-Buhârî*, ed. Bedreddin Çetiner (İstanbul: Çağrı Yayınları, 1992), "Taksîru's-Salât" 19.

¹³ Ebu'l-Kâsım Mahmûd b. Ömer ez-Zemahşerî, *el-Keşşâf 'an hakâiki't-tenzîl* (Beyrût: Dâru'l-Ma'rife, 2008), 1/675.

¹⁴ Ebû'l-Ferec Cemâlüddin Abdurrahmân b. Ali İbnü'l-Cevzî, *Zâdü'l-mesîr fi 'ilmi't-tefsîr*, thk. Abdurrezzak el-Mecdî (Beyrût: Dâru'l-Kütübi'l-Arabî, 1431), 1/361.

vâdisindesin"¹⁵ ayetiyle işaret etmiştir. Bu ayetteki iki pabuçtan kasıt kıyastaki aklın /bilgiye marifete ulaşmasını sağlayan iki öncül/mukaddimedir. Marifete ulaşınca kişinin bu öncüllerle uğraşmayı bırakması emredilmektedir. Yine bu âyetin anlamının “Eğer kutsal vahdaniyyet vadisine adım atmayı istiyorsan delillerle iştilig etmeyi bırak” olduğu da söylenmiştir.

Aklın bir zahirî bir de lübbü (özü) vardır. İşin başında zahiri yönü söz konusu olduğu için akıl denir. (Ma’rifet) hali mükemmelleştiğinde ona "lüb" denir. Ubudiyetkalb ile tasdik, dil ile ikrar ve azalarla amel ve ibâdet etmek şeklinde üç sınıftır. Buna göre Cenâb-ı Hakk’ın, "Allah’ı zikrederler" buyruğu, dil ile yapılan kulluğa; "ayakta iken, otururken, yanları üzere yatarken" sözü azalarla yapılan kulluğa; "gökler ile yerin yaratılışını tefekkür ederler" buyruğu da kalbin, fikrin ve ruhun kulluğuna bir işarettir. İnsan ancak bunların toplamıdır. İnsan diliyle zikre; organlarıyla şükre, kalbiyle tefekküre daldığında işte bu şekilde her şeyi ile ubudiyete gark olmuş olur. Bundan dolayı önceki âyet, rubûbiyyetin kemâline, bu âyet ise ubudiyetin (kulluğun) kemâline delâlet etmektedir. Bu, ruhları mahlûkattan kurtarıp hâlîka doğru çekmesi; sırları aldanış yurdu dünyadan alıp, affedici hükümdara doğru nakletmede ne güzel bir tertiptir.

Bu âyette zikrin ara verilmeden devamlılığı da anlatılmaktadır. Âyetin anlamının her hâlükârda namazı kılmak olduğu söylene de doğru olan birinci görüştür. “Kim cennet bahçelerinde serbestçe yiyip içmek isterse, Allah’ı çokça zikretsin" hadisinden murat dil ile yapılan zikir olabileceği gibi, kalb ile yapılan zikir de olabilir. En mükemmel olan mana her ikisi ile birlikte yapılan zikrin murat edilmiş olmasıdır. Bil ki bu âyette ayrıca tıbbî bir incelik de bulunmaktadır. O da şudur: Tıbbî konularda sabit olduğuna göre insan sırtüstü yattığında bu duruş kişinin en mükemmel derecede düşünmesine mânidir. Fakat yan üstü yatış buna mâni olmaz. İşte bu âyette de düşünme ve tefekkür murat edilmektedir. Yine yan üstü yatmanın uykuya dalmaya mani olduğu da bilinmektedir. Binâenaleyh bu şekil yan üzeri yatmak uyanık olmaya ve Allah’ı zikirle meşgul olmaya daha uygun olduğu için en doğru yatış şeklidir.¹⁶ Râzî’nin Kur’an’ın amacını marifetullahı ulaştırmak olduğunu söylemesi ve bu hedefe hem aklî süreçler hem de zikir ile ulaşılabilirliğini, kalb nurla kaplandığında delillerle uğraşmayı bırakmanın gerekliliğini anlattığı görülmektedir. Bu durumda devamlı zikir halinin marifeullahı ulaşmada önemli bir basamak olduğu anlaşılmaktadır.

Kurtubî’ye (öl.671/1273) göre ulu’l-elbâb akıllarını delillerin tefekküründe kullanandır. Âyet Hz. Peygamber’in lavabo dâhil her an zikir halinde olduğunu anlatmaktadır. Hasan-ı Basrî (öl. 110/728) ve bazı müfessirler âyette her şartta namazın kılınmasının gerekliliğinin anlatıldığını söylemişlerdir.¹⁷

Bezzâvî’ye (öl. 685/1286) göre kâinatın yaratılış ve işleyişinde his ve vehimlerin lekesinden kirlerinden arınmış saf, temiz akıl sahipleri için deliller vardır. Bunlar her hal ve ahvalde zikrederler. Hadiste zikir meclisleri cennet bahçeleri olarak anlatılmıştır. Âyetin Müslümanların güçleri nispetinde bu hallerde namazlarını zayi etmeyip kılacaklarını anlattığı da söylenmiştir. Tefekkür kalbe olduğu ve Hakk’ı maksad edindiği için en üstün ibadettir.¹⁸

¹⁵Tâhâ, 20/12.

¹⁶ Râzî, *Mefâtihu’l-gayb*, 9/138-141.

¹⁷ Abdullah b. Muhammed b. Ahmed el-Kurtubî, *el-Câmi’u li ahkâmi’l-Kur’ân*, thk. Abdullah b. Abdu’l-Hasen et-Türkî (Beyrût: Müessesetu’r-Risâle, 1427), 5/465-467.

¹⁸ Bezzâvî, *Envâru’t-tenzîl*, 1/195.

Ebü'l-Berekât Neseî'ye (öl. 710/1310) göre kabuktan arınmış öz gibi hevadan arınmış kalbe lub denir.¹⁹ İbn Cüzey'in (öl. 741/1340) izahına göre bu Müslümanlar her hâlükârda zikrederler. Bu âyetteki zikrin namazın farklı şekillerde kılınması olduğu da söylenmiştir.²⁰

“Bu üç hal insanın en çok olduğu haller olduğu için tüm halleri anlatmaktadır. Hz. Aişe'den (öl. 58/678) nakledildiğine göre Peygamberimiz her an zikir halindeydi. İbn Abbas (öl. 68/687-88) ve bir grub âlim buradaki zikirden muradın namaz olduğunu söylemişlerdir. Fakat âyette zikirden bahsedildiği için bu anlam doğru değildir. Âyet hakkında söylenen “Onlar Allah'ın emirlerini yerine getirerek ve yasaklarından kaçınarak ayakta zikretmiş; emrine ve nehyine muhalefetten sakınarak oturarak zikretmiş olurlar” şeklindeki anlam en uzak anlamdır: Bu yorum erbâb-ı kulüp olan sûfîlerin yorumlarına benzediği gibi Bâtınîlerin yorumlarına da benzemektedir.²¹

Bikâî'nin (öl. 885/1480) izahına göre sâlik yolun başında çok delilde ihtiyaç duyduğu için Allah Teâlâ Bakara sûresi 164. Âyette kudretine dair sekiz delil zikretmiş; kalbi nurlanmaya başladığında delillere ihtiyacı azaldığı için daha sonra nazil olan bu âyette ise üç delil zikretmiştir. Çok delille uğraşmak kalbin marifet dalgalarına girmesine perde olur. Bundan dolayı bu ayette daha güçlü, açık ve daha ilgi çekici deliller barındıran semavî delillerle yetinilmiştir. Kalbin bu delillerle Allah Teâlâ'nı azamet ve kibrayâsına intikali daha hızlıdır. Bakara 164. âyette akıl sahiplerine, bu âyette ise lüb sahiplerine hitap edildi. Bunlar şeytanın vesveselerinden ve Hakka'l yakîn ve ilme'l-yakîne ulaşmaya engel olan evhamların kirlerinden temizlenerek rüşdün zirvesine ulaştılar ve özellikleri de burada anlatıldı. Allah'ın yaratmasında akıl ve lüb sahipleri ve başkaları için herhangi bir şüphe yoktur. Bütün kemal sıfatları Allah'a aittir. Zikirde amaç süreklilik olduğu için çok yapılması gerekir. Bundan dolayı zikri bırakmak, özür ve mazeret sahibi olmak nefyedilerek ayakta, otururken ve yatarken zikredilmesi gerektiği anlatıldı. Ulu'l-elbâb devamlı murakabe halinde oldukları için ister meşgul oldukları, isterse uyuyup dinlendikleri vakitler olsun her an zikir halindedirler. Bunların kalplerinin pasları silinip sükûn erince ve vesveselerden kurtulunca kalb şehvetin, gazabın, hevânın etkisinden, şeytanın vesvese ve dürtme/saldırıları, nefsin havâtırları ve vehmin oyunlarından kurtularak Hakk'ın tecellilerini, feyzin kabul etmeye hazır hale gelmiş oldu.²² Bikâî'nin lüb sahiplerini devamlı murakabe halinde olanlar olarak tavsif etmesi âyetin doğru anlaşılmasında belirleyici olmaktadır.

Bursevî'ye (öl. 1137/1725) göre ulu'l-elbâb olmanın ölçüsü her halde zikir halinde olmaktır. Bu zikir ehli aynı zamanda tefekkür ehlidir. Zikir ancak organları kullanarak tamam olabildiği için kalbin ve ruhun ubudiyeti olan tefekküre işaret edildi. İbadetler sevaba, tefekkür Hakk'a ulaştırır. Seni Allah'a ulaştıran şeyler, sevaba ulaştıranlardan hayırlıdır/kıymetlidir. Tefekkür kalbin ameli, taatler ise organların amelidir. Kalb diğer organlardan daha kıymetli

¹⁹ Neseî, *Medâriku't-tenzil ve hakâiku't-te'vil*, 1/321.

²⁰ Muhammed b. Ahmed b. Cüzey el-Kelbî, *et-Teshîl li ulûmi't-tenzil* (Beyrût: Dâru'l-Kütübî'l-İlmiyye, 1415), 1/170.

²¹ Muhammed b. Yûsuf b. Alî b. Yûsuf el-Endelûsî Ebû Hayyân, *el-Bahru'l-muhît*, thk. Âdil Ahmed Abdulmevcûd vd (Beyrût: Dâru'l-Kütübî'l-İlmiyye, 1413), 3/145-146.

²² Ebü'l-Hasen Burhânüddîn İbrâhîm b. Ömer Bikâî, *Nazmu'd-dürer fi tenâsubi'l-âyâti ve's-suver* (Kâhire: Dâru'l-Kütübî'l-İslâmî, ts.), 5/155-156.

olduğu için onun ameli de daha kıymetlidir.²³ Âyette ulu'l-elbâb'ın hem daimi zikrinden hem de tefekküründen bahsedildiği için Bursevî zikir ve tefekkürün birbirine destek olmasıyla Hakk'a vuslatın elde edilebileceğini anlatmaktadır. Bu şekilde tefekkürler zikrin birbirinden ayrı olmadığı, her ikisinin de kalbin ameli olarak insanı marifetulla'a ulaştırdığı ve kemâlin ancak bu şekilde elde edilebileceği anlaşılmaktadır.

Elmalılı'nın (1872-1942) izahına göre bu âyette anlatılanlar Allah'a kulluk ve ma'rfiyye mesafeler kat eden kemâle ulaşan, kalpleri Allah'ı zikirden başka bir şeyle mutmain olmayan, her an murâkabe halinde olanlardır. Ayette zikir anlatıldığı için namaz olarak açıklamak doğru değildir.²⁴ Seyyid Kutub'a (1906-1966) göre akıl sahipleri her an kalplerini Allah'a yöneltirler, lütfedilen ilham sayesinde kalb ve maddi âlemin işleyişini birleştirirler, tefekkürü zikrin bir parçası kabul ederler ve içli içli dua ederler.²⁵ İbn Âşûr'a (1879-1973) göre buradaki zikir dille zikir veya kalbin zikri olan tefekkür olabilir. Bu durumda anlam ulu'l-elbâb her zaman ve meşguliyet anında zikrederler olmaktadır.²⁶ Deyrezurî'nin (ö.1978) tespitiyle Allah'ı çok zikretmek kalbe sekînet verir, korku ve endişeyi yok eder.²⁷ Mevdûdî (1903-1979) ise ayeti tefekkür olarak açıklamakta, zikir konusuna ve ilgili rivayetlere değinmemektedir.²⁸

Buraya kadar aktardığımız bilgilerden müfessirlerin genelinin âyeti mantûk ve mefhumuna uygun olarak açıkladıkları, ulu'l-elbâbın kalpleri zikrin nuruyla dolmuş ve her an murakabe halinde olan kemâl sahiplerini anlattığı görülmektedir. İlk dönemde itibaren bazı âlimlerin âyeti namaz olarak anladıkları, modern dönemde ise tefekkür olarak izahının öne çıktığı görülmektedir. Âyetin namaz ve tefekkür olarak izahının bağlamla uyuşmadığı anlaşılmaktadır.

3. KORKU VE ENDİŞEYİ GİDERMEK, KALBİ SAĞLAMLAŞTIRMAK İÇİN HER AN ZİKİR HALİNDE OLMANIN EMREDİLMESİ

İnsan her ne kadar sahip olduğu imkânlar, akli, tedbirleri ve çevresine güvenerek kendini güçlü hissetse de yaşadığı sosyal ve psikolojik birçok durumda güçsüzlük, çaresizlik ve acizliğini iliklerine kadar hissetmektedir. Bu durumlarda yalnızlık, korku ve endişe tüm kalbini kuşatmaktadır. Düşmanın güçlü olduğu savaş durumları bu tür psikolojilerin durumların en çok yaşandığı anlardandır. Allah Teâlâ mü'minlerin velisi olarak onları zahiren ve bâtinen her an koruma imkânını elinde bulunduran tek güç sahibidir. Bu koruma ve yardım imkânından faydalanmak için Müslümanların yapmaları gereken davranışlar, ibadetler ve haller bulunmaktadır. Korku ve endişenin hâkim olduğu savaş ortamında Allah Teâlâ Müslümanlardan temelde iki şey istemektedir. Birincisi Allah ile birlikteliğin ve O'n bağlılığın

²³ İsmail Hakkı el-Bursevî, *Rûhu'l-beyân* (Beyrût: Dâru İhyâi't-Turâsi'l-Arabî, ts), 2/149-150.

²⁴ Elmalılı Hamdi Yazır, *Hak Dini Kur'an Dili* (İstanbul: Yenda Yayın-Dağıtım, 2000), 2/474.

²⁵ Seyyid Kutub, *Fî Zilâli'l-Kur'an*, çev. Salih Uçan-Vahdettin İnce (İstanbul: Dünya Yayıncılık, 1989), 2/289-291.

²⁶ Muhammed b. Tâhir İbn Âşûr, *Tefsiru't-tahrîr ve't-tenvîr* (Tunus: Dâru Sahnûn li'n-Neşr ve't-Tevzi', 1984), 4/196.

²⁷ Abdulkadir Mulla Huveys Âli Gâzî el-Furafî ed-Deyrezûrî, *Beyânu'l-meânî* (Dimaşk: Matbatu't-Terakkî, 1965), 2669.

²⁸ Ebu'l-A'lâ el-Mevdûdî, *Tefhîmu'l-Kur'an*, çev. Muhammed Han Kayanî vd (İstanbul: İnsan Yayınları, 1991), 1/317.

özel şekli olan namazın kısaltılarak da olsa yerine getirilmesi. İkincisi ise belli bir zaman, mekân ve hareketle sınırlandırılmayacak şekilde her an yapılabilen ve kalble yapıldığında Allah ile iletişimin en özel hali olan zikrin devamlı surette yapılmasıdır.

Nisâ Suresi 102. âyette cephede namazın kısaltılarak da olsa nasıl kılınması gerektiği anlatıldıktan sonra 103. âyette: “Namazı bitirdiğinizde, Allah'ı ayaktayken, otururken ve yan yatarken zikredin. Artık 'güvenliğe kavuşursanız' namazı dosdoğru kılın. Çünkü namaz, mü'minler üzerinde vakitleri belirlenmiş bir farzdır.” buyrulmaktadır. Bu âyetteki zikrin ne olduğu, ne anlama geldiği, mü'minlerin kalp ve davranışlarına nasıl bir etkide bulunduğu konularında müfessirler farklı yorumlarda bulunmuşlardır.

Vâhidî (öl. 468/1076) âyetteki zikri namaz olarak anladığı için hastalar yatarak namazlarını kılsınlar şeklinde açıklamaktadır.²⁹ İzzeddin b. Abdisselam (öl. 660/1262) sahabilere “Namazda olmasanız da Allah'ı zikirde devamlılık gösterin, gaflete düşmeyin. Emniyetli zamanlarda namazı normal kurallarına göre kılın buyrulduğunu” kaydetmektedir.³⁰ Bikâî'ye (öl. 885/1480) göre Allah Teâlâ her şeyi ihata ettiği için her an zikredilmeyi/gözetilmeyi ve unutulmamayı hak ettiği için her an zikretmek emredildi. Çünkü O'nun her halükarda zikri sizin zahiri ve bâtinî düşmanlarınıza karşı en iyi korunak ve kaledir. Zikir kulu koruyan en büyük etken, şeytan ve insan şeytanlarına karşı en büyük koruyucu ve Ra'd Sûresi 28. âyette de beyan edildiği gibi kalbi mutmain kılan durumdur. Namaz bütün zikirleri kendinde toplayan ibadet ve din bağının en sağlam kulpu olduğu için bu âyetle kıymetinin yüceliğine ve tuma'niyye halini oluşturmasına işaret edildi.³¹ Bikâî'nin hem zikrin hem de tam olarak ikame edilen namazın kalbi mutmainliğe ulaştırın yönlerini birlikte ele aldığı anlaşılmaktadır.

Kâsımî'ye (öl. 1866/1914) göre âyette korku namazını tamamladıktan sonra tüm hal ve ahvalde Allah'ı zikretmeye devam emredilmektedir. Düşmandan korkma ve sakinme anlarında Allah'a tazarru ile yönelmek ve zikre devam etmek en uygun olan davranıştır. Kalpleriniz emniyete kavuştuğunda ise namazlarını vakitlerinde kılın, vakitlerine riayette herhangi bir yanlışa düşmeyin.³²

“Nisa Sûresi 102. âyette düşman karşısında kalplerde oluşan korkunun giderilmesi için kılınacak iki rekat namaz anlatıldıktan sonra Nisa Sûresi 103. âyette: “Namazı bitirdiğinizde, Allah'ı ayaktayken, otururken ve yan yatarken zikredin. Artık 'güvenliğe kavuşursanız' namazı dosdoğru kılın. Çünkü namaz, mü'minler üzerinde vakitleri belirlenmiş bir farzdır.” buyrulmaktadır. Ulemânın çoğunluğuna göre bu âyette korku namazından sonra her daim kalble, dille ve her halükarda tekbir, tehlil ve zafer konusunda duaya özellikle de savaş ortamında devam edilmesi emredilmektedir. Enfâl Sûresi 45. âyette de savaşta yerlerinde sabit kalmaları, Allah'ı çok zikretmeleri emredilmektedir. Bu âyetin dâru'l-harbte namaz kılacağınız

²⁹ Ebu'l-Hasen Ali b. Ahmed el-Vâhidî, *el-Vasît fi tefsîri'l-Kur'âni'l-mecîd* (Beyrût: Dâru'l-Kütübi'l-İlmiyye, 1415), 2/110.

³⁰ İzzeddin İbn Abdisselâm, *Tefsîru'l-Kur'âni'l-'azîm*, thk. Abdullah b. Salim b. Salim (Mekke: Ümmü'l-Kurâ Üniv, 1420), 562-563.

³¹ Bikâî, *Nazmu'd-dürer*, 5/383-384.

³² Muhammed Cemâleddîn el-Kâsımî, *Mehâsinu't-te'vil*, thk. Muhammed Fuad Abdalbâkî (B.y.: Dâru İhyâi Kütübi'l-Arabiyye, 1376), 1518-1519.

zaman hangi şekil uygun ise bu şekilde kılın anlamına geldiği de söylenmiştir.³³ Merâğî'nin (öl. 1883-1952) izahına göre ister savaşta vuruşurken, dövüşürken, ok atarken ve yaralanıp yatarken gibi tüm hallerde kalplerinizin kuvvet bulması, dünyanın gözünüzde değersizleşmesi, zaferi elde etmek için gerekli olan sebat ve sabrı elde etmek için devamlı zikir halinde olun. Savaşta bu durum gerekiyorsa düşmanla ve heva hevesle savaş, cihad, mücahede sürekli olduğu için barış zamanlarında da her an zikir halinde olunması gerekir. Nefsin terbiyesi ve ruhun safası, Allah'ın yücelik ve azametini hatırlamak ve O'nun yolunda ve rızası için her şeyin kolaylaşması için devamlı zikir halinde olunması gerekir. Âl-i İmran 191, ve Enfal 45. âyetler de de bu konu anlatılmaktadır.³⁴ Bütün bu bilgilerden kulun kalbindeki korku ve endişelerden, şeytanın ve nefsin vesveselerinden ancak her dâim Allah Teâlâ'yı zikrederek kurtulabileceği, kalbinin huzur ve sükûna kavuşacağı anlaşılmaktadır. Aslında her an zikir Müslümanın ulaşması gereken en önemli hedeflerden olmakla birlikte bu âyetle sahabilere özel olarak hatırlatılmış ve emredilmiştir.

Dünyanın korku, üzüntü, sıkıntı ve türlü türlü imtihanlarına kalbini, zihnini ve davranışlarını dağıtmadan insanın tek başına direnebilmesi mümkün değildir. Duygu ve davranışlardaki istikamet ancak her şey gibi kalpleri de kontrol eden ve kuluna her an herşeyden daha yakın olan Allah'ın desteği ile mümkündür. Bundan dolayı Nisa Suresi, 103. âyettenbaşka Tâhâ, 20/40; Enfâl, 8/45; Ahzab33/41-42; Âl-i İmrân, 3/41; A'râf7/205; Cuma 62/10 ve İnsân 76/25 gibi âyetlerde de Allah'ın her an zikir ve tesbih edilmesi emredilmektedir.

4. ALLAH'A İSYAN EDEN KİŞİNİN BAŞI SIKIŞTIĞINDA MECBUREN HER AN ALLAH'A YÖNELİP DUA ETMESİ

İnsan kendini güçlü ve zengin gördüğünde insanlara karşı davranışlarında kibir ve gurura düştüğü gibi Allah Teâlâ'yı da unutmakta, emir ve yasaklarını çiğneyebilmektedir. İstiğnâ, istikbar ve tuğyân olarak tavsif edilen bu haller firavun ve nemrut gibilerin karakteridir. Bu hali yaşayanlara Yüce Allah kudretiyle acizliklerini hissettirmedeği sürece bu azgınlıklarına devam etmekte, acziyete düştüklerinde ise tüm kalpleriyle O'na ihlâsla yönelmekte, yan yatarken, otururken ve ayaktayken her an dua ve yalvarma haline geçmektedirler. Kur'an'da peygamber ve onların izinden giden olgun insanların örnek ruh halleri ve yaşantıları anlatıldığı gibi olumsuz karakterlerinde tüm durumları da uyulmaması gereken örnekler olarak zikredilmektedir. Yunûs Sûresi 12. âyette de böyle bir durum "İnsana bir zarar dokunduğunda; yan yatarken, otururken ya da ayakta (sürekli bir şekilde) bize dua eder. Sıkıntısını giderdiğimiz zaman da, sanki ona dokunan bir sıkıntıdan dolayı bize hiç dua etmemiş gibi çeker gider. Haddi aşanlara, yaptıkları işte böyle süslü gösterildi" şeklinde anlatılmaktadır.

Râzî'ye göre önceki ayetlerde insana azab indirilmesi helak edileceği anlatıldı. Bu ayetle kendi acziyetini dikkate almadan kibirlenerek azabın gelmesini isteyen insanlara acizliklerini anlatmak için bir hastalık anında nasıl davrandıkları anlatıldı. Bu şekilde Allah'ın azabını isteyenlere zayıflıkları, Allah'a yalvarmaları üzerinden bu isteklerinde sadık olmadıkları da

³³ Kurtubî, *Ahkâmu'l-Kur'an*, 7/110-111.

³⁴ Ahmed Mustafa el-Merâğî, *Tefsîru'l-Merâğî* (Mısır: Mektebetu ve Matbaatu Mustafa el-Bâbî el Halebî ve Evlâdihî, 1365), 5/143.

anlatıldı. Bela anında sabır, rahat anında şükür azlığı ile gafletinin derinliği anlatıldı. İnsan rahat anında Allah'a yönelsin ki sıkıştığında duaları kabul edilsin. Zikirle iştilal Hak'la iştilaldır. İnsanın zikirle korku, endişe ve sabırsızlıktan uzaklaşması gerekir.³⁵

Kurtubî'nin kaydettiğine göre bu âyette anlatılan kişi müşrik Ebû Huzeyfe b. Muğira'dır. Şiddetli sıkıntı ve zorluklarla karşılaştığında yatarken, otururken ve ayaktaiken Allah'a yalvarmaktaydı. İnsan yattığında sıkıntılarını daha çok hissettiği için âyette önce yatarken dua edip yalvarması zikredildi. Sonra otururken sonra ayaktaiken çok fazla gayret edip dua etmesi anlatıldı. Ancak Allah Teâlâ sıkıntılarını yok ettiğinde tekrar küfür ve şirkine döndü. Eski halini unuttuğu için şükretmedi ve yaşadıklarından ders almadı.

Aslında bu hal sevap ve günahı karıştıran, afiyet, iyilik imkân eline geçtiğinde masiyete devam eden istikamet üzere kulluk etmeyen çoğu Müslüman için de geçerlidir. Âyet kâfirleri ve diğer insanları da kapsamaktadır. Bu şekilde belâ anında dua etmek ve rahat zamanlarda günaha devam etmek müsrif/sınırları aşan kâfirlere süslendi, güzel gösterildi. Bu güzel göstermenin Allah'tan veya şeytandan olması mümkündür. Şeytanın saptırması kâfiri isyana çağırmasıdır. Sonraki ayette bu tiplerin helakini anlatılıyor.³⁶İbn Cüzey'e göre bu âyette sadece sıkıntı anında Allah'ı hatırlayıp, rahat zamanlarda Allah'tan, emirlerinden gafil olanlar eleştirilmekte, kınanmaktadır. Ebû Huzeyfe b. Muğira hastalanınca bu şekilde davranmıştır.³⁷

İbn Âşûr'un tespitiyle insan lafzı kâfirlerin umumunu içine almaktadır. Âyet Mekki olduğu, Mekke'de hicret önce 70 küsur Müslüman olduğu için toplumda nüfus açısından bir ağırlıkları yoktu. Onun için buradaki insan kelimesini genel kâfirler olarak anlamalıyız. Tabii ki de Müslümanlar kendilerine düşen dersi de alıyorlardı. Müşrik Ebû Huzeyfe b. Muğira hastalandığında bu şekilde davrandı. Bu ayetteki dua talep ve yalvarmayı anlatmaktadır. Yatıp dinleme anı olduğu insanın Allah'ı en az hatırladığı zamanlardır. Bu halde bile Allah'a yalvarmasının ifade edilmesi zaten diğer hallerde de dua edip yalvardığını anlatmayı da içerdiği için önce bu durumdaki hali anlatıldı. Âyetdeki müsrifin ifadesi küfürlerindeki aşırılıklarını anlatmaktadır. Şeytan havâırları ile yaptıklarının güzel olduğunu gösterdi. Bu şekilde müşriklere bir eleştiri noktası olarak şeytanın peşinden gittikleri, yaptıklarının yanlışlığını fark etmedikleri anlatılmış oldu. Âyet Müslümanlara bu şekilde olmamaları gerektiği mesajını vermektedir.³⁸

Konuyu insan psikolojisi temelinde değerlendiren Seyyid Kutub'a göre bu durum sürekli biçimde gözlemlenebilen bir insan tipinin çok şahane bir örneğidir. İnsan, sağlığı yerindeyken, durumu müsait iken hayatın akışına kendisini kaptırır; hata eder, günah işler, azar ve ölçüleri çiğner. Allah'ın koruduğu ve rahmetiyle kuşattığı kimselerin dışında, hiç kimse güçlü ve kuvvetli iken, ilerde güçsüz ve zayıf düşeceğini hatırına getirmez. Bolluk zamanı insana çok şey unutturur. Kendini zengin görmek insanı azdırır... Sonra kendisini kısıvrak yakalayan bela ile bir de bakarsınız ki, boynu bükük, korkak bir zavallı olmuştur. Birden bol bol dua etmeye, uzun uzun niyazlarda bulunmaya başlar.

³⁵ Râzî, *Mefâtihu'l-gayb*, 17/52-56.

³⁶ Kurtubî, *Ahkâmu'l-Kur'an*, 10/464-465.

³⁷ Kelbî, *et-Teshîl li ulûmi't-tenzil*, 1/377.

³⁸ İbn Âşûr, *et-tahrîr ve't-tenvîr*, 11/109-112.

İnsanın bedeninin, malının ve kuvvetinin üzerine yürüyen bir akıntının engele çarpınca, nasıl durduğunu veya geri döndüğünü tasvir etmek için; o insanın her halini, her tutumunu ve her görünümünü net bir biçimde canlandırıyor. Engel ortadan kalkınca, fren tanımadan, engel tanımadan ve hiçbir şeye aldırmandan hayatın akışına kaptırır kendisini.³⁹

Kalbi iman ve Allah'ı zikirle mutmain olması gerektiği halde⁴⁰ dünya malı ve zevki ile mutmainlikyaşayıp gaflete düşen insanın⁴¹ güç ve tedbirleri tükendiğinde zoraki tüm kalbiyle Allah'a yönelip zikir ve dua etmesi Yûnus Sûresi 12. âyetin dışında Zümer, 39/8; Fussilet, 41/51; Yunûs 10/22; Lokman, 31/32; Ankebût 29/64-65 âyetlerde de anlatılmaktadır.

Burada naklettığımız âyetler ve görüşlerden Allah'ı gündem ve hayatının dışında tutup, fani dünyanın zevk, haz ve gücünün peşinde koşan insanın acizliğini idrak ettiğinde mecburen Allah'a yönelip sığındığı anlatılmaktadır. Fakat bu yönelim geçici olarak ona bir huzur bahsetse de bu kalpten isteyerek gösterilen bir tavır olmadığı için geçici olmaktadır. Güç ve sağlığına kavuştuğunda tekrar eski haline dönmektedir. Bu da nefsin terbiye etmeyen insanın ne derin çıkmazların içinde olduğunu çok güzel anlatmaktadır.

5. GENEL DEĞERLENDİRME VE SONUÇLAR

Allah Teâlâ insanın her anını, duygu ve düşüncelerini kuşatmaktadır. İnsan kudret ve lütuf dünyasında yaşamaktadır. Kendine şahdamarından yakın olan ve her şeyin kontrolünün yetkisinde olan Allah Teâlâ'yı unutmadan yaşaması gerekmektedir. Zikir Allah-kul ilişkisinin en özel ve sürekli halidir. Bu ilişkinin kalpte istikrar bulması, kalp âlemini ıslah ve inşa ederek hayatın dalga ve fırtınaları karşısında sığınak olması gerekmektedir. Bu yönüyle Allah ile beraberliğe ulaşmış insanın sığınağı kendi kalbi ve bu kalbiyle sıcak ilişki kurduğu Rabbi olmaktadır. Ele aldığımız ayetlerden ve ilgili tefsirlerden insanların iki şekilde bu özel ve sürekli ilişkiyi kurdukları anlaşılmaktadır. Bunlardan birincisi Âl-i İmrân 191. Âyette ulu'l-elbâb olarak nitelendirilen kalplerini nefislerinin, evhamlarının, yanlış alışkanlıklarından temizleyen olgun insanların gayretleri ve Allah'ın lütfuyla kendi istekleri, muhabbetleriyle kurdukları ilişkidir. Diğer ise Allah yokmuşçasına yaşayan, şirkin, günahların ve nefsin hâkimiyetine girenlerin tüm güçleri, dayanakları tükendiğinde mecburen sadece Allah'a yönelerek geçici yoğun ilişkidir. Bu insanlar bu özel ve yoğun ilişkiye istemeden girdikleri ve devamlı duanın kalplerde oluşturduğu derinlikten uzak kaldıkları, manevi/kalbi hali yaşamadıkları için tehlike geçtiğinde tekrar eski hallerine dönmektedirler. Bu Allah'ın kullarından istediği bir ilişki tarzı değildir. Bu hayattaki gerçek fail, kudret sahibi Allah Teâlâ olduğu, zafer ve başarılar da O'nun takdirine bağlı olduğu için savaş ortamlarında da Müslümanlardan her an zikir halinde olmaları emredilmektedir. Zikir halinde korku, endişe ve şeytanın vesveseleri kalpten silindiği ve kalbi huzur, sükûn, mutmainlik kapladığı için savaş gibi zor durumlarda zikrin sürekliliğinin daha özel bir anlamı olmaktadır. Burada ele aldığımız üç ayet üç farklı durumu anlatmaktadır. Aslında yüce Allah'ın kulundan istediği hakikate sadık kalması, kendi rızası için duygu, düşünce ve davranışlarını kontrol ederek olgunluk aşamalarını

³⁹ Kutup, *Fî Zilâli'l-Kur'an*, 5/586-587.

⁴⁰ Ra'd, 13/28

⁴¹ Yûnus, 10/7.

kat etmesi ve insanın merkezi, Rabbani latife olan kalbin O'nun zikri ve muhabbetiyle mutmain olup huzur bulmasıdır. Bunun yolu ise helal ve haramlara riayet edip, sünnet üzere yaşayarak zikirle Hak'la birlikteliğin manevi tadına ulaşmak olduğu anlaşılmaktadır. Kalbî zikre geçemeyen kişinin dille sürekli zikretmesi mümkün değildir. Kalbte olan ve çok arzu edilen bir şeyden insanın kalbi hiç boş, uzak kalmamaktadır. Aynı şekilde fâni dünya ve zevklerinden nefisini arındırmış, kalbini Allah'ın muhabbeti ile doldurmuş diğer ifadeyle kalbî zikre ulaşmış ulu'l-elbâbın da Allah'ı zikirden gafil kalmadıkları anlaşılmaktadır. Ulu'l-elbâb ile ilgili ayetleri birlikte düşündüğümüzde bu halin ulaşılması gereken bir hedef olarak bizlere anlatıldığı görülmektedir.

KAYNAKÇA

- Beyzâvî, Nâsırüddîn Ebû Saîd (Ebû Muhammed) Abdullâh b. Ömer b. Muhammed el. *Envâru't-tenzîl*. Beyrût: yy., 5. Basım, 2011.
- Bikâî, Ebû'l-Hasen Burhânüddîn İbrâhîm b. Ömer. *Nazmu'd-dürer fî tenâsubi'l-âyâti ve's-suver*. Kâhire: Dâru'l-Kütübi'l-İslâmî, ts.
- Buhârî, Ebû Abdillâh Muhammed b. İsmail. *Sahîhu'l-Buhârî*. ed. Bedreddîn Çetiner. 8 Cilt. İstanbul: Çağrı Yayınları, 1992.
- Bursevî, İsmail Hakkı el-. *Rûhu'l-beyân*. 10 Cilt. Beyrût: Dâru İhyâi't-Turâsi'l-Arabî, ts.
- Deyrezûrî, Abdulkadir Mulla Huveys Âli Gâzî el-Furatî ed-. *Beyânu'l-meânî*. Dımaşk: Matbatu't-Terakkî, 1965.
- Ebû Hayyân, Muhammed b. Yûsuf b. Alî b. Yûsuf el-Endelüsî. *el-Bahru'l-muhît*. thk. Âdil Ahmed Abdulmevcûd vd. Beyrût: Dâru'l-Kütübi'l-İlmiyye, 1413.
- İbn Abdisselâm, İzzeddin. *Tefsîru'l-Kur'âni'l-'azîm*. thk. Abdullah b. Salim b. Salim. Mekke: Ümmu'l-Kurâ Üniv, 1420.
- İbn Âşûr, Muhammed b. Tâhir. *Tefsîru't-tahrîr ve't-tenvîr*. 30 Cilt. Tunus: Dâru Sahnûn li'n-Neşr ve't-Tevzi', 1984.
- İbnü'l-Cevzî, Ebû'l-Ferec Cemâlüddîn Abdurrahmân b. Alî. *Zâdü'l-mesîr fî 'ilmi't-tefsîr*. thk. Abdurrezzak el-Mecdî. Beyrût: Dâru'l-Kütübi'l-Arabî, 1431.
- Kâsımî, Muhammed Cemâleddîn. *Mehâsinu't-te'vil*. thk. Muhammed Fuad Abdalbâkî. 17 Cilt. B.y.: Dâru İhyâi Kütübi'l-Arabiyye, 1376.
- Kelbî, Muhammed b. Ahmed b. Cüzey el-. *et-Teshîl li ulûmi't-tenzîl*. 2 Cilt. Beyrût: Dâru'l-Kütübi'l-İlmiyye, 1415.
- Kurtubî, Abdullah b. Muhammed b. Ahmed el-. *el-Câmi'u li ahkâmi'l-Kur'an*. thk. Abdullah b. Abdu'l-Hasen et-Türkî. 24 Cilt. Beyrût: Müessetu'r-Risâle, 1427.
- Kutup, Seyyid. *Fî Zilâli'l-Kur'an*. çev. Salih Uçan-Vahdettin İnce. 10 Cilt. İstanbul: Dünya Yayıncılık, 1989.
- Mâturîdî, Ebû Mansûr. *Te'vilâtu Ehli's-Sünne*. thk. Mecdî Bâsellûm. 10 Cilt. Beyrût: Dâru'l-Kütübi'l-İlmiyye, 1995.
- Merâğî, Ahmed Mustafa. *Tefsîru'l-Merâğî*. 30 Cilt. Mısır: Mektebetu ve Matbaatu Mustafa el-Bâbî el Halebî ve Evlâdihî, 1365.

Mevdûdî, Ebu'l-A'lâ el-. *Tefhîmu'l-Kur'ân*. çev. Muhammed Han Kayanî vd. 7 Cilt. İstanbul: İnsan Yayınları, 1991.

Nesefî, Ebü'l-Berekât Hâfızüddîn Abdullah b. Ahmed b. Mahmûd. *Medâriku't-tenzîl ve hakâiku't-te'vîl*. thk. Yusuf Ali Bedevî. Dımaşk: Dâru İbn Kesîr, 2008.

Râzî, Fahrüddîn İbn Ziyâuddîn b. Ömer Muhammed er-. *Mefâtihu'l-gayb*. Beyrût: Dâru'l-Fikr, 1401.

Semerkandî, Nasr b. Muhammed b. Ahmed Ebü'l-Leys es-. *Tefsîru's-Semerkandî*. thk. Mahmûd Mutrihî. Beyrut: Dâru'l-Fikr, 1431.

Sülemî, Ebû Abdirrahmân Muhammed b. el-Hüseyn b. Mûsâ el-Ezdî. *Hakâiku't-tefsîr*. thk. Seyyid İmrân. Beyrût: Dâru'l-Kütübi'l-İlmiyye, 1421.

Taberî, Ebû Ca'fer Muhammed b. Cerîr. *Câmiu'l-beyân 'an te'vîli âyi'l-Kur'an*. thk. Abdullah b. Abdulmuhsin et-Türki. Beyrût: Dâru'l-Kütübi'l-İlmiyye, 2005.

Tirmîzî, Ebû İsmâ Muhammed b. İsmâ b. Sevre et-. *Sünenu't-Tirmîzî*. ed. Bedreddin Çetiner. 5 Cilt. İstanbul: Çağrı Yayınları, 1992.

Vâhidî, Ebu'l-Hasen Ali b. Ahmed. *el-Vasît fi tefsîri'l-Kur'âni'l-mecîd*. 3 Cilt. Beyrût: Dâru'l-Kütübi'l-İlmiyye, 1415.

Yazır, Elmalılı Hamdi. *Hak Dini Kur'an Dili*. 10 Cilt. İstanbul: Yenda Yayın-Dağıtım, 2000.

Zemahşerî, Ebu'l-Kâsım Mahmûd b. Ömer ez-. *el-Keşşâf 'an hakâiki't-tenzîl*. Beyrût: Dâru'l-Ma'rife, 2008.



RÛM SÛRESİ 1-10. ÂYETLER BAĞLAMINDA HAYATIN ZÂHİR VE BÂTİNİNİ DÜŞÜNMEK

SAMİ KILINÇLI

Çukurova Üniversitesi, İlahiyat Fakültesi, ORCID ID: 0000-0002-8232-7474

ÖZET

İnsan düşünen bir varlık olması hasebiyle kendini, hayatın anlamını, varlığı ve tüm bunların Allah ile ilişkisini anlamaya çalışmaktadır. Tüm anlama çabaları ve soruları belli noktalarda tıkanıp kalabilmektedir. Bazı sorulara ikna edici cevapların bulunamamasında insanın bakış açısının etkisi olduğu gibi bizzat insanın zihin ve kalp dünyasının derinliği ve karmaşıklığı, hayatta hiçbir varlık ve olayın sadece görünen halinden ibaret olmamasının da etkisi bulunmaktadır. Bunlara ek olarak yaşanan bireysel, psikolojik ve toplumsal olaylara Allah'ın ve insan nefsi gibi unsurların da etkisini eklediğimizde kolay anlaşılabilir gibi görünen konuların aslında çok derin meseleler barındırdığı anlaşılmaktadır. Kur'an'ın nâzil olmaya başladığı Mekke'de halkın geneli müşrikkti. Müşrikler hayatı eğlence, para, güç ve makam merkezli düşünmekte, olayları görünen sebep-sonuç ilişkisi çerçevesinde değerlendirmekte ve hayatın şekillenmesinde ilahî iradenin rolünü yok saymaktaydı. Kur'an'da müşrikler putperestlik, zulüm ve dünyevileşme gibi konular üzerinden eleştirilmekle birlikte hayatın sadece görünen yönüne takılmak ve bu işleyişte Allah'ın takdir ve müdahalesini anlamamak, inanç konularında ise zanna tabi olmakla da eleştirilmektedir. Mekke döneminde Hıristiyan Bizans ile mecûsî Persler arasındaki savaşı Persliler kazanmıştı. Bu zaferi ilâhî olmayan dinin, ilahî kökenli dine karşı zaferi olarak değerlendiren müşrikler Müslümanlara İslam'ı yok edeceklerini söylemişlerdi. Bunun üzerine nâzil olan Rûm sûresinin ilk on âyetinde olayları sadece zahiri yönüyle değerlendirmenin yanlış olduğu, Allah'ın takdiriyle sürecin çok farklı şekilde gelişeceği anlatılmaktadır. Bu çalışmada ilgili âyetler bağlamında hayatın görünen ve görünmeyen yönlerinin neler olduğu, bunların insanın anlam arayışındaki yeri, insanın düşünce dünyasına ve hayatına katacağı ufuklar, âyetlerin olaylardan sonra inzal edilmesinin Kur'an'ı ve hayatı anlamaya katkısı ve Yüce Allah'ın iradesinin olayların şekillenmesindeki yeri gibi konular tefsir kaynakları temelinde izah edilmektedir.

Anahtar Kelimeler: Hayatın Anlamı, Zâhir, Bâtin

THINKING THE APPARENTNESS AND OBSCURITY OF LIFE WITHIN THE CONTEXT OF RÛM SURA 1-10TH VERSES

ABSTRACT

In consequence of being thinking creatures, human beings try to understand his or her own self, meaning of life, existence and relationship of all these with Allah. All these efforts to understand and questions may come to a deadlock at certain points. Deepness and complexity of world of heart and human mind and the fact that not any existence and incident consist of only its apparent version have influence in failure of finding persuasive answers to some questions as well as the effect of point of view of human beings. Together with these, it is understood that issues seemed as easy to be understood contain far profound issues when the influence of some factors as Allah and nafs of human beings on individual, psychological and social events experienced are added. Majority of the public was polytheist in Mecca where Koran started to be descended. Polytheists considered life as entertainment, money, power and authority centric

and evaluated the incidents within the frame of apparent cause and effect relationship and disregarded the role of divine will in formation of life. Polytheists are criticized in Koran on the basis of subjects including paganism, cruelty and becoming earthly as well as being criticized as being attached to only visible part of the life and not understanding the desire and intervention of Allah in this process and being subjected to suspicion in terms of belief. The war between Christian Byzantines and Zoroastrian Persians was won by Persians in Mecca period. Assessing this victory as the victory of undivine religion over a religion with divine roots, polytheists told Muslims that they would demolish Islam. It is explained in first ten verses of Rûm Sura descended upon this saying that it is a mistake to evaluate the incidents only within apparent aspect and that the course of events will change differently with the desire of Allah. Subject matters including what are the apparent and obscure points of life, the role of these in quest of people for meaning, horizons to be added to world of thought and life of human beings, contribution of descend of verses following some incidents to understand Koran and life and the role of desire of Almighty Allah in formation of the incidents are explained in this study within the context of related verses on the ground of tafsir sources.

Key Words: Meaning of Life, Apparentness, Obscurity

1. RÛM SÛRESİ 1-10. ÂYETLER BAĞLAMINDA HAYATIN ZÂHİR VE BÂTİNİNİ DÜŞÜNMEK

Dünyada hiçbir varlık ve olay sadece görüldüğü halinden ibaret değildir. Her varlığın ve olayın kendi özelliğine göre değişmekle birlikte ölçüsünde görünmeyen bir derinliği mevcuttur. Hayat ve varlık görüldüğünden derin olmakla birlikte aslında en derin varlık insandır. Allah'ın halifesi olarak yaratılan ve varlığın merkezinde insanın kendini, varlığı ve hayatı yeterince kuşatıcı ve bütüncül bir şekilde tanıyamaması ve anlamlı bir düşünce bütünlüğüne ulaşamaması aslında çok acı bir duruştur/sonuçtur.

Tarih boyunca gönderilen vahiyler hakikatin en derinlikli ve kuşatıcı halini Peygamberlerin uygulamalarıyla birlikte insanlığa rehber olarak ortaya koymuştur. Mekke'de başlayan Kur'an vahyi de hakikati Hz. Peygamber ve sahabenin pratiğinde açıklamıştır. Doğru olan açıklanırken bir yandan da müşriklerin zihin ve pratikleri hale ve zaman uygun şekilde eleştirilmiştir. Şirk sadece putlara tapınmaktan ibaret olmayan, tüm varlığı ve insanı Allah'tan bağımsız olarak, insanın aklı ve istekleri doğrultusunda algılayan paradigmadır. Dünyanın hazlarına, ilgi ve cazibesine ve insan aklının sınırlarına kapanmak potansiyeli en geniş varlık olan insan için aslında bir içe kapanma ve ufkunun daralması demektir. Kur'an insanı en geniş ufka ve tecrübeye sahip olmaya çağırırken, hakikati başka yerde aramak dünyanın ve beden ufkunda kaybolmak demektir. Muhammed İkbâl'in ifadesiyle "Bir kâfirin özelliği ufuklarda kaybolmaktır, bir mü'minin özelliği ise ufukların onda kaybolmasıdır."¹ Kur'an insanın dağılan zihnini ve hayatını toparlamak, düzenlemek ve olgunlaştırmak için inzal edilmiştir. İlahi bilgi ve rehberlik insana aklı ve araştırmalarıyla ulaşmayacağı alanlarda tahmin edemeyeceği geniş ufuklar açmakta/ufuklar kazandırmaktadır.

¹<https://insanislamahlak.blogspot.com/2018/05/insann-ibadete-olan-ihitiyac.html?view=flipcard>
(17.02.2021)

(Erişim:

Kur'an'ın çağırıldığı bu hakikate sırt dönen ve onu yok etmeye çalışan müşrikler pek çok ayette birçok konuda eleştirilmiştir. Bu eleştirilerden biri de Rum Sûresi 7. âyette beyan edildiği gibi müşriklerin bilgilerinin dünya hayatının/yaşamının sadece görünen yüzünü bilip, ahiretten/derin anlam dünyasında gaflette olmalarıdır.

Kur'an'daki kıssalar tarihen uzak dönemleri anlatsa da ele alınan konular değişmeyen evrensel meseleler olan Allah, insan ve varlık ve birbirleriyle ilişkileri olduğu için aslında Kur'an şimdiki yani bizleri anlatmış olmaktadır. Bu yönüyle ayetleri “kızım sana söylüyorum, gelinim sen anla” usulünce okumak ve muhatap olmak gerekmektedir.

Mekke'de Perslerle Rumlar (Bizanslılar/Doğu Romalılar) arasında olan savaş Perslerin kazandığını Hz. Peygamber ve mü'minler öğrendiklerinde bu onların çok zoruna gitti ve müşriklerde çok sevindiler, mü'minlere hakaretlerde bulunarak onlara baskı uyguladılar. Onlara “Siz de Rumlar da Ehl-i kitapsınız, bizim kardeşlerimiz sizin kardeşlerinizi yendiler, biz de sizi yeneceğiz” demeleri üzerine Rum suresinin ilk yedi âyetinâzil oldu. Daha sonra Perslerin taht mücadeleleri yaşamalarından dolayı Rumlar Persleri yendiler. Hudeybiye anlaşmasının yapıldığı günde Hz. Peygamber ve mü'minler bu haberi öğrendiler ve Rumların zaferinden dolayı sevindiler. Bu şekilde Allah Teâlâ'nın va'di gerçekleşmiş oldu.²

Bu âyetlerde her zaman Allah'ın dediğinin olacağı, Allah'ın dilediğine zafer vereceği ve Rumların dokuz yıl içerisinde zafer kazanacakları Müslümanların sevineceği fakat bunu insanların çoğunun anlamadığı anlatılmaktadır. Müşrikler o günkü siyasal şartlar çerçevesince bunu mümkün görmediklerinden âyetleri inkâr ederek alaya aldılar. Sahabileri teskin etmek ve inkârcıların duruş ve düşünce yapılarının yanlışlığı Rûm Sûresi 7. âyette “Onlar, sadece dünya hayatının görülen kısmını bilirler. Ahiret konusunda ise tamamen gaflettedirler.” şeklinde açıklanmaktadır. Bu âyetin anlam ve mesajları konusunda tefsirlerde farklı bilgiler bulunmaktadır.

Mukâtil b. Süleyman'a (öl.150/767) göre âyette müşriklerin sadece geçimlerini çıkarmak için yaptıkları mesleklerini, çözüm yollarını ve ziraat işlerini gibi dünya hayatlarının yoluna koyacak işleri bildikleri fakat ahireti inkâr ettikleri için bu konuda hiçbir şey bilmedikleri anlatılmaktadır. Buldukları yanlışlarından dönmeleri için devamındaki ayetlerde de insanın ve dünya hayatının var oluş ve işleyiş amacı ile kendilerinden çok daha zengin ve güçlü inkârcıların akıbetleri anlatılmaktadır.³

Taberî (öl.310/923) Rumlar Farşlılara yenilmeden önce de sonra da hüküm Allah'a aittir. Allah yarattığı varlıklar hakkında dilediği gibi hüküm ve kaza da bulunur, istediğine zaferi lütfeder. Rumlar Farşlıları yendiğinde mü'minler sevinecek. Allah azizdir yani düşmanlarından intikam almak istediğinde kimse ona engel olamaz ve olacak iş ile Allah arasına giremez. Rahimdir yani tevbe edene ve itaat edene azab etmez.

²Ebu'l-Hasen b. Süleyman Mukâtil, *TefsîruMukâtil b. Süleyman*, thk. AhmedFerid (Beyrût: Dâru'l-Kütübi'l-İlmiyye, 1424), 3/3-6; Muhammed b. İdrîs b. Münzir er-Râzî İbn Ebû Hâtim, *Tefsîru'l-Kur'âni'l-'azîm*, thk. Es'ad Muhammed et-Tayyib (Mekke: Mektebetü'Nezârî'l-Bâz, ts.), 9/2086-2088; Ebûsâ Muhammed b. İsâ b. Sevre et-Tirmîzî, *Sünenu't-Tirmîzî*, ed. Bedreddin Çetiner (İstanbul: Çağrı Yayınları, 1992), “Kitabu't-Tefsir/Rum,” 1-4.; Muhammed Âbid el-Câbirî, *Fehmu'l-Kur'ân* (Beyrût: MerkezuDirâsati'l-Vahdeti'l-Arabiyye, 2008), 2/347.

³Mukâtil, *Tefsîr*, 3/6-7.

Rumların zaferi Allah'ın va'di olduğu için muhakkak gerçekleşecektir. Fakat müşrikler bunu anlamıyorlar. Bunlar sadece dünya hayatlarının zahirini, geçim yollarını biliyorlar, işlerinin sonundan ve nereye varacağından (ahiretten) gafiller, din konusunda cahiller, Allah'ın azabından kurtulamayacaklarını tefekkür etmiyorlar. Kendilerinin nasıl yaratıldıklarına, imkân sahibi olduklarına, bütün bunları yaratanın ölümden sonra tekrar diriltip, hesaba çekeceğini, Mekkelilerden daha güçlü olup, dünyayı daha iyi imar eden yani dünyanın zahirini kendilerinden daha iyi bilenlerin akıbetine bakmıyorlar mı? Allah onları helak ederek cezalandırdı. Bu helak bir zulüm değil, onların isyanlarının sonucu olduğu için Allah'a zulüm isnat etmeyin, asıl zulüm işleyenler Allah'a karşı gelen ve sonlarını bu şekilde olmasını isteyen inkârcılardır.⁴ Taberî'nin "âhiret" ifadesini ahiret hayatı anlamının yanı sıra müşriklerin işlerinin sonucu olarak açıklaması dikkati celp etmektedir. Ekserü'n-nâs ifadesini bağlama uygun olarak müşrikler olarak tefsir edilmesi de âyetleri anlamada bağlamın ve ilk muhatapları doğru tespit etmenin yorumun da istikametini belirlediğini göstermesi açısından önem arz etmektedir.

Zemahşerî (öl. 538/1144) 6. Ayet Allah'ın va'dinin gerçekliğini insanların çoğu anlamıyor. Allah Teâlâ dünya işlerini, ticareti iyi bilen ancak din işlerinde ebleh olan bu çoğunluğu kınamaktadır. Bu eleştiriler hiçbir şey bilmeme hali olan cehaletle ilgili maddi dünyayı aşmayan bilgi arasında fark olmadığını göstermektedir. Bu âyet dünyanın, dünyada yaşananların bir zahir bir de batının olduğunu göstermektedir. Zahirî/görünen yüzü cahillerin görüp bildiği imkân ve hazlarıdır. Bâtını ise dünyanın ahirete göre mecazi bir alem olduğunu bilip taat ve salih amellerle ahiret için azık hazırlamaktır. Zâhir kelimesinin nekra gelmesi onların zahirî konulardan da sadece bir konu/çok az bir kısmını bildiklerini anlatıyor. Gafil olduklarının söylenmesi onların gafletin madeni, mekânı ve öğretmeni olduklarını böylece gafletin onlardan sadır olup yine kendilerine döndüğünü anlatmaktadır.⁵ Zemahşerî'nin açıkça dünya hayatının zâhir ve bâtını olduğunu, bâtın yani olayların asıl şekillenmesi ve işleyişinden habersiz olmanın cahillikle eş olduğunu vurguladığı görülmektedir. Aynı zamanda müşriklerin bildiklerinin de aslında dünyanın tüm işleyişini kapsamadığı için işlerin akibetinden ve ahiretten tamamen gaflette olanların övündükleri dünyevi bilgilerinin de çok sınırlı olduğunu dolayısıyla zâhire, mala, mülke, güce ve hazlara odaklanmanın insanın ufkunu ne kadar daralttığını da göstermektedir.

Râzî (öl. 606/1210) çoğunluk Allah va'd ettiği için Bizanslıların Perslileri yeneceğini anlamayan, dünyanın da her şeyinin/tüm halini değil sadece lezzetlerini ve oyun eğlence olan zahirî yönünü bilen müşrik çoğunluk dünyanın batınî yönü olan faniliğini yani yaptıklarının kendi zararlarıyla sonuçlanacağını kendilerine sadece yorgunluğun kalacağını bilmiyorlar. Bunların gafletleri katlanmış haldedir.⁶

Kuşeyrî'ye (öl.465/1072) göre Allah ezeli ve ebedî olduğu için her iki durumda da emir/hüküm O'na aittir. Müşrikler dünya ile meşguliyette istiğrak halinde kalıp, kalplerini bu

⁴ Ebû Cafer İbn Cerir Muhammed b Cerir b Yezid et-Taberî, *Câmiu'l-beyân an te'vili âyi'l-Kur'ân.*, thk. Abdullah b. Abdulmuhsin et-Türkî (B.y.: :Dâru Hicr, 1422), 18/446-466.

⁵Ebu'l-Kâsım Mahmûd b. Ömer ez-Zemahşerî, *el-Keşşâf 'an hakâiki't-tenzil* (Beyrût: Dâru'l-Ma'rife, 2008), 4/565-566.

⁶ Razi, 25/98-99.

konuya hasrettikleri için ahiret ilminden men edildiler. Kişinin değeri Allah'a dair ilmiyle orantılıdır.⁷ Dolayısıyla Allah'a dair ilmi olmayan müşrikler herhangi bir değere sahip değildirler. Bundan dolayı Hz. Peygamber ve sahabilerin müşrikleri ve iddialarını çok da ciddiye almamaları gerekir.

Konuyu daha farklı açıdan ele alan Sülemî'nin (öl.412/1022) izahlarına göre kim dünyaya meylederse ahiretten uzak kalır. Kim ahirete meylederse Allah'tan uzak kalır. Bunun için Hz. Peygamber "Kimin himmeti Allah'tan başka bir şey olursa o Allah'tan uzak kalır." buyurmuştur.⁸ Dolayısıyla kişinin dünyayı ve ahireti hedef olmaktan çıkarıp sadece Allah'a yönelmesi gerekmektedir.

Kurtûbî (öl. 671/1273) âyette Allah'ın vadinin hakikat olduğunu anlamadıkları için eleştirilen çoğunluk Mekke'li müşriklerdir. Bunlar ancak dünyalık geçimlerini, ziraî faaliyetlerini bilirler. Ahireti bilmekten ve buna yönelik amel işlemekten gafirdirler. Âyetlerde her mahlûkun eceli olan faniler olduğu vurgulanıyor.⁹ Bikâî (öl. 885/1480) Rum suresinin maksadı bütün emrin/yetkinin Allah'a ait olduğunu, vahdaniyetini, her eşey kadir olduğunu, dirilişi, dostlarına yardım edip düşmanlarını hızlan/çaresizlik içinde bırakmasını ortaya koymaktır. Allah Rumların yenilgisini imanında sabit olan ve olmayan için bir imtihan konusu yaptı. Dinlerinin aslı hakikat olan Hıristiyanlara zafer vermek Müslümanları sevindirdi. Bir önceki sûrede Allah'ın mücadele edenleri yollarına ulaştıracağı muhsinlerle birlikte olduğu vurgulanarak sonra ermişti. Bu konuyla da mü'minlerin müşriklere galip geleceği anlatıldı. Bu âyetlerde anlatılanların gerçekleşmesi Hz. Peygamber'in nübüvvetinin ve Kur'an'ın ilahi kitap olduğunu ispatlamaktadır.

Olayların öncesi ve sonrasında ve zafer konusunda hükmün Allah'a ait olmasının beyanı Allah'ın asfiyası olan dostlarının sevinmesi içindir. Müşriklerin sahabilere "Biz sizden daha bilgiliyiz" demelerine rağmen aslında hayatın işleyişine dair gerçek ve sağlam bilgilerinin olmadığı, sadece ticaret ve hayatın lezzetlerini bildikleri anlatıldı. Onların bu hali ehl-i dünya yanında kıymetli ve önemli olsa da aslında hayatı hayvanlar gibi algıladıkları için Allah yanında değersizdir. Bu gafiller dünyanın bir hedef olarak değil ahiret ve Allah'ın rızasının kazanılması için araç olarak yaratıldığından gaflette, dünyalık konulara, yanlış huy ve davranışlara istiğrak halinde beyhude yaşamaktadırlar.¹⁰ Rumların zaferinin mukadder olduğuna dikkat çeken İbn Âdil'e (VIII./XIV. yüzyıl) göre kim insanın vücudu ve organlarının yapısı ve işleyişini iyi tefekkür ederse Allah'ın fâil, muhtar, kâdir, kâmil ve âlim olduğunu anlayacaktır.¹¹ Bu izahlar müşriklerin en temel hata ve yanlışlarından birinin Allah'ı bu âlemin işleyiş ve olayların gelişiminden soyutlamaları olduğu anlaşılmaktadır. Müşriklerin Allah Teâlâ'yı en yüce ilah

⁷Ebü'l-Kâsım Abdülkerîm b. Hevâzin b. Abdülmelik el Kuşeyrî, *Letâifü'l-işârât* (Beyrut: Dâru'l-Kütübî'l-İlmiyye, 1436), 3/3-4.

⁸Ebü Abdîrrahmân Muhammed b. el-Hüseyn b. Mûsâ el-Ezdî es-Sülemî, *Hakâiku't-tefsîr*, thk. Seyyid İmrân (Beyrût: Dâru'l-Kütübî'l-İlmiyye, 1421), 2/123.

⁹Abdullah b. Muhammed b. Ahmed el-Kurtubî, *el-Câmi'u li ahkâmi'l-Kur'an*, thk. Abdullah b. Abdu'l-Hasen et-Türkî (Beyrût: Müessesetu'r-Risâle, 1427), 16/400-402.

¹⁰Ebü'l-Hasen Burhânüddîn İbrâhîm b. Ömer Bikâî, *Nazmu'd-dürer fi tenâsubi'l-âyâti ve's-suver* (Kâhire: Dâru'l-Kütübî'l-İslâmî, ts.), 15/12-46.

¹¹Ebü Hafs Ömer b. Ali İbn 'Âdil, *el-Lubâb fi 'ulûmu'l-kitâb*, thk. Adil Ahmet Abdulmevcûd vd (Beyrût: Dâru'l-Kütübî'l-İlmiyye, 1419), 15/387-388.

şeklindeki kendi zihinlerince tenzihleri aslında âtıl, emekliye ayrılmış bir Allah tasavvuruna sebep olmakta, dünyanın işleyişi ilahların kudreti, sebep-sonuç ilişkisi ve insanın iradesi dâhilinde şeklinmiş olmaktadır. Görünürde şirk şeklinde de olsa bir dini inanç olmakla birlikte aslında tamamen dünyevî ve bir anlamda determinist bir algıya sahip oldukları görülmektedir.

Bursevî'nin (öl. 1137/1725) izahına göre müşrikler için “onlar sadece dünya hayatının zahirini biliyorlar” ifadesinde alay etmek tahkir vardır. Bu müşrikler ellerine aldıkları dirhemlerin ne kadar gerçek veya sahte olduğunu yanılmadan hemen anlıyorlardı. Asıl büyük hedef olan âhiret hayatını bilmiyorlar, dünyadan başlarını çıkarıp bu konuyu tefekkür etmiyor ve bu konuda ilim elde etmeye çalışmıyorlar. Bu âyette kâfirler hayvanlar gibi sadece dünyevî nimetlere kendilerini odaklanmakla, Müslümanlar da yeteri kadar ahirete hazırlık yapmamakla eleştiriliyorlar. Ahiretten gafil olan Allah'tan daha gafildir ve bu şekilde kulluk görevini getirenler derecesinden düşmüş, Allah'ın velilerinin kalplerine lütfettiği Allah sevgisi ve dünyanın faniliğini anlamaktan uzak kalmış olur.¹² Bursevî'nin “Dünya hayatının zahirini biliyorlar ifadesinde alay etmek tahkir vardır” ifadesi âyetin diğer müfessirlerce dikkat edilmeyen veya açıkça zikredilmeyen bir yönüne dikkat çektiği görülmektedir. Bu anlam aynı zamanda Hz. Peygamber ve sahabilere “doğru, sağlam, derinlikli ve kuşatıcı din ve hayat algısına sizler sahip olduğunuz için güçlü olanlar da sizsiniz. Bundan dolayı müşriklerin eleştirileri ve iddialarından etkilenmemeniz gerekir” şeklinde mesaj verildiği de söylenebilir.

Âlûsî'ye (öl. 1270/1854) göre Allah'ın azîz olması dileğine zafer vermesine kimsenin engel olmaması; rahîm olması ise Müslümanlar yardımı, zaferi hak ettiklerinde dünyevi rahmetinden dolayı zafer ihsan etmesidir.¹³ Kâsımî'nin (öl. 1866/1914) izahına göre müşrikler Allah'ın yaratmasını, muhkem fiillerindeki, adalet üzere cari olan durumu cehaletlerinden ve tefekkür etmediklerinden anlayamazlar. Bu âyet dünyanın, dünyada yaşananların bir zahir bir de batının olduğunu göstermektedir.¹⁴

İbn Âşûr'a (1879-1973) göre Rumların zaferinin Bedir günlerine denk geldiği söylenece de doğru olanın Hudeybiye günlerinde gerçekleşmiştir. Müslümanlar sevinirken, Hudeybiye anlaşmasının bir fetih olduğunu düşündüğümüzde müşrikler hem anlaşmadan hem de Bizans'ın zaferinden dolayı üzüldüler. “Önce de ve sonra da emr Allah'a aittir” ifadesiyle takdir ve tekin işi kast ediliyor. Yani her iki zaferi de Allah önceden takdir etti. Müşrikler Farslıların galibiyetini putların yardımına bağlamışlardı. Emrin Allah'a ait olduğu vurgulanarak olayların akışında putların/ilahların hiçbir yetki ve etkilerinin olmayıp her şeyin Allah'ın hikmetiyle takdir ettiğini anlatmaktadır. Burada sahabilere olayların kâhinler ve benzerlerinin etkisiyle şekillenmediği anlatılarak olayların gerçek sebeplerini bilmeden hevalarına uygun şekilde yorumlamamaları konusunda büyük bir eğitim ve ders vardır. Allah'ın olayları bu şekilde yaratması, hikmetine uygun olarak Rum ve Farslılara zafer vermesi daha sonra Allah'ın dinini yaymak için bu iki devletle de savaşacak Müslümanlara yardımın sebeplerini de hazırlamakta ve “Önce de ve sonra da emr Allah'a aittir” ifadesinde de buna işaret edilmektedir. Bu Allah'ın

¹²İsmail Hakkı el-Bursevî, *Rûhu'l-beyân* (Beyrût: Dâru'lhyâi't-Turâsi'l-Arabî, ts), 7/9-11.

¹³ŞehâbeddinMahmud el-Âlûsî, *Rûhu'l-meânî*, thk. Mahmud Abdullah en-Nemrîd (Beyrût: İdâratü't-Tıbbî'l-Münîriyye-İhyâu't-Turâsi'l-Arabî, ts), 21/21-22.

¹⁴Muhammed Cemâleddin el-Kâsımî, *Mehâsinu't-te'vil*, thk. Muhammed Fuad Abdulbâkî (B.y.:Dâru İhyâi Kütübi'l-Arabiyye, 1376), 4767-4769.

iradesidir ve O'nun yaptıkları sorgulanamaz. O mutlak galip yani aziz olandır. O'nun izzeti rahmetten hali değildir. Aynı zamanda rahimdir. Farşlıların zaferi izzetinden, Rumların zaferi rahmetinden kaynaklanmıştır.

Va'din sadık, kadir ve hiçbir şeye muhtaç olmayan Allah'a izafe edilmesi mutlaka gerçekleşeceğine işaret etmektedir. Müşriklerin bunu anlamamaları akıllarının kıtlığını göstermektedir. "İnsanların çoğu bunu anlamaz" cümlesi Mekke müşrikleri anlattığı kadar bu vade inanmayan Farşlıları ve diğer insanları da kapsamaktadır. Bunların bu hakikati bilmemeleri, işlerin/olayların dakik/hassas işleyişini kavramamaları gerçekte ilim sahibi olmadıklarını ve cahilliklerini derinliğini anlatmaktadır. Bu kadar kısa zamanda Rumların zafer kazanmasını muhal görüyorlardı. Müşrikler Allah'ın nadir görülen tarzda takdirlerde bulunmasını hesapta olmayan sebepleri yaratarak insanların düşüncelerinin dışında kendi takdirine bağlı sonuçlar yaratmasından gaflettedirler. Bütün bu yanlış algılarının sebebi sadece olayların zahiri işleyişine bakıp daha derin düşünmemeleridir. Müşrikler maddi dünyanın ardında ahiret ve gayb âleminin varlığını bilmiyorlardı. Bundan dolayı cahillikle eleştirildiler.¹⁵ İbn Âşûr'un izahları olayların gelişmesini Allah'tan başkasıyla ilişkilendirmenin hakikatten sapma olduğunu, Allah'ın takdirini anlamamanın aslında tefekkür ve ilimden uzaklık olduğunu bunun da sadece müşrikler sınırlı bir durumu değil bu algıya sahip olan herkesin bu âyetlerin kapsamına girdiğini göstermektedir. Bu izahların âyetlerin mesajlarının sadece bazı muhataplarla sınırlandırmadan, zihniyet benzerliği temelinde değerlendirmenin gerekliliğini de göstermektedir. Aynı şekilde her zaman takdirin Allah'ın elinde olmasının vurgulanmasının putların olayların gelişiminde etkisinin olmadığı izah edilerek şirkin batıllığı, müşrik zihnin sağlam bir temelini olmadığı da açıklanmış olmaktadır.

"Müşrikler dünya hayatının dış görünüş bildikleri için sadece bugün kim galib gelir, ne yüze çıkarsa; ona bakar, onu bilirler. Onlar, ahiretten ise hep gafildirler. Bu dünyanın sonunun nereye varacağını düşünmez, ilerisinin ne olacağını farkında olmazlar. Kâinatın her bir varlığın bir ömrünün olduğunu hiçbirinin boşuna yaratılmadığını, her birinin sabit ve bâki bir Hakk'a delâlet etmek üzere gerçek bir yön, gerçek bir hikmetle yaratıldığını bilmezler. Dünyayı ebedî imiş gibi kabul ederler, yahut ta bütün yaratılış, hikmetsiz, gayesiz, batılmış gibi her şeyin fani olup, sonunda boşa gittiğini ve dolayısıyla insanın sonunun da bir ölümle hiç olup bittiğini iddia ederler. Rablerinin cemel ve celâline (sevab ve cezasına) ermeyi tanımaz, küfrederekler.¹⁶

Seyyid Kutup'a (1906-1966) göre Allah'ın vadi özgür iradesi ve derin hikmetinden kaynaklanmaktadır. Dilemesini geri çevirecek, yargısını bozacak yoktur, evrende dilediğinden başka şey olmaz. Bilgileri yüzeysel, hayatın dış görünüşü ile sınırlı olanlar, değişmez özgün yasalarına inememekte, genel yasaları ve varlıkla olan güçlü bağlantılarına erememektedir.

Dünya hayatının dış görünüşü, insanlara ne ölçüde geniş kapsamlı görünse de sınırlı ve küçüktür. Sınırlı hayatlarında çabaları da sınırlıdır. Hayat tümüyle de bu görkemli varlıktan küçük bir bölüm olup, ona da bu varlığın yapısı ve bileşimindeki yasalar ve sistemler egemendir. Kalbi, bu varlığın içyüzü ile ilgi kuramayan, sezisi ona egemen olan yasa ve

¹⁵ Muhammed b. Tâhir İbn Âşûr, *Tefsiru't-tahrîr ve't-tenvîr* (Tunus: Dâru Sahnûn li'n-Neşr ve't-Tevzi', 1984), 21/45-51.

¹⁶ Elmalılı Hamdi Yazır, *Hak Dini Kur'an Dili* (İstanbul: Yenda Yayın-Dağıtım, 2000), 6/259.

sistemlere ulaşamayan, bakmayı sürdürür ama sanki görmez. Dış biçimi ve sürekli hareketini görür, fakat hikmetini anlayamaz, onu ve onunla birlikte yaşayamaz. İnsanların çoğunluğu böyledir, çünkü hayatın pratiğini, varlığın sırları ile bağlantılı kılan sadece gerçek imandır. Bilgiye varlığın sırlarını kavrama ruhunu veren de O'dur. Bu özellikleri içeren iman sahipleri insanlar arasında azınlıktadırlar. Çoğunluk gerçek bilgidir yoksun yaşar.

Yeryüzünde olup biten olaylar ve pozisyonlarda romanın küçük bir bölümünden başka bir şey değildir. İnsanın yargısını, uzun yolculuktan kısa bir aşama, kocaman paydan az bir bölme, romandan küçük bir bölüme dayandırması yakışık almaz! Diğer yandan, ahirete inanıp onu hesabına alan insan; yalnız bu dünya için yaşayan, onun ötesini beklemeyen diğeri ile bağdaşamaz. O ikisi, hayatın hiçbir durumu ve değerlerinden hiçbir değer değerlendirilmesinde uyuşmazlar. Biri sadece dünya hayatının dış yüzünü görür, diğeri ise; ilişkiler, sistemler ve kapsamlı yâsalar aracılığı ile dışı-içi görünmeyeni-görüneni, dünyayı ahireti, ölümü, hayatı, geçmişi, günü, geleceği, insanlar, alem, canlı-cansız her şeyi kapsayan büyük alemleri kavrar... İslam'ın insanlık için taşıdığı, kapsamlı, geniş, engin ufuk işte budur... İslam insanlığı o ufukta, yapısında Allah'ın ruhundan yakışır saygın konumlara yüceltmektedir.

Âyetler müşrikleri görkemli evrenin çatısı ve canlıları cansızların, büyüğü-küçüğü, gizlisi açığı, bilineni-bilinmeyeni ve tüm gök cisimlerini kapsayan çeşitli içeriğinde gerçekleşen amaçları ve ufku engin bir gezintiye çıkarıyor. Bu geziden geri kalmadan ve hedefinden sapmadan işleyen yasanın bir bölümünü göreceklere, zaman ve tarihin boyutlarından başka bir gezintiye naklediyor!¹⁷

Kur'an Yolu tefsirinde konu şu şekilde izah edilmektedir: "Burada dikkat edilmesi gereken bir nokta şudur: Bu ifadede bir kınama anlamı bulunmakla birlikte, söz konusu kimselerin kötülener tutumu dikkatlerini âhîret hayatından tamamıyla uzaklaştırmış olmalarıdır; yoksa dünya hayatına ve bu hayatın icaplarına dair bilgi sahibi olmak kınanmış değildir. Âyetin bu kısmı "Onlar dünya hayatının sadece bir yüzünü bilirler" şeklinde anlaşıldığı takdirde âyetin yorumu şu olur: Dünyanın birçok görünümü olduğu halde o kimseler bunların içinden sadece birini bilirler, bütün emeklerini gözlem ve deneyle bilinenlere hasrederler; bunlardan hareketle fikir yürütüp daha ötelere ulaşmaya, varlık ve olayların arkasındaki kudreti teşhis etmeye, gözlem ve deneyle bilinenlerin inceliklerine inmeye ve bunların var edilmesindeki gerçek amacı belirlemeye çalışmazlar.

Bu ifadeye göre varlıkları bilinme, bilgiye konu olma yönünden üçe ayırmak gerekir: a) Dünya hayatından (dünyadan) bilinenler, b) Dünya hayatının görünen yüzüne dâhil ve bilinebilir olduğu halde bilinmeyenler, c) Görünen yüze, dünyaya, madde âlemine dâhil olmadığı için bilinmeyen ve Allah bildirmedikçe bilinemez olanlar. Hayat müşriklerin algıladığı şekilde anlamlı bir gayesi olmadan ve boş yere yaratılmamış, ancak üstün bir hikmet gereği sağlam bir düzen içinde adaletle, hakkı ayakta tutmak üzere yaratılmıştır.¹⁸

¹⁷Seyyid Kutup, *Fî Zilâli'l-Kur'an*, çev. Salih Uçan-Vahdetin İnce (İstanbul: Dünya Yayıncılık, 1989), 8/188.

¹⁸Hayreddin Karaman vd, *Kur'an Yolu* (Ankara: Diyanet İşleri Başkanlığı, 2003), 4/293-295.

2. GENEL DEĞERLENDİRME VE SONUÇLAR

İnsanoğlu Allah/tanrı, varlık, hayat, insan ve bunların birbirleriyle ilişkisini tam olarak çözmek istese de bu karmaşık yapı ve işleyiş insanın kapasitesini aşan boyutlara sahip olduğu için bütün sorulara istidlâlî olarak cevap bulmamız mümkün değildir. Bütün bu konular ve ilgili sorular ancak Kur'an ve sünnette anlatılanlar ve bunların yaşanmasıyla Allah'ın lütfedeceği hikmet ve basiret ile tam olarak anlaşılabilir.

Hayata dair bu soruların peşine düşmeyen, meselelerin derinliğini göz ardı ederek sadece olayların zahirine, bunlara da dünyanın zevk ve imkânları odaklı bakanların ulaşabilecekleri herhangi bir derinlik söz konusu değildir. İnsan inansa da inanmasa da hayat kâinatı, insanı yaratan ve her an her şeyle ilgilenen Yüce Allah'ın iradesi ile şekillenmektedir. Bu gerçek göz ardı edildiğinde insan dünyanın maddi nimetlerinden faydalanmak için yaratılan, herhangi bir yüce gayesi olamayan varlığa dönüşmektedir. Bu durum insanı dünyevileştirmekte ve kapitalist bir hayata sürüklemektedir. Bu şekilde bir algı ve yaşantıya sahip olanlar insanın ve varlığın yaratılma amacını ıskaladıkları, tüm ufukları madde ile sınırlı olduğu için en yüce hakikatleri anlatan vahiyden ve bunu örnek olarak uygulayan peygamberlerden uzaklaşmaktadır. Bu çalışmada ele aldığımız âyetler de bu algıyla hayatı doğru anladığını zanneden müşriklerin ne kadar yanlış düşündüğünü açıklamaktadır. Bu âyetler Kur'an'da geleceği anlatan ve anlatılanların aynı şekilde gerçekleştiğini gösteren en açık örneklerdendir. Bu örnek insanın bilgisini, gücünü, kaderi, hayata ilahi müdahaleyi Allah'ın ilim ve kudretini ayrıca mü'minlerin velisi olarak onları nasıl koruyup kolladığı, teskin edip müjdelediği gibi konularda da emsal oluşturmaktadır. Bu şekilde sahabilere hayatın işleyişini, Allah'ın tarih üzerindeki gücü ve müdahalesi anlatılarak Kur'an'daki diğer vaad ve müjdelerin de gerçekleşeceğini gösterilmiş, asıl güçlü ve muktedir olanın zahirdeki ordu ve şartlar değil Allah olduğu açıklanarak hayata bakışları derinleştirilmiştir. Bu şekilde mü'minler geleceği aydınlık günler olarak tasavvur ederken, müşriklerin geleceklerinin karanlık olduğu ve İslam karşısında yenilecekleri de anlatılmıştır.

Olayların akışının, öncesi ve sonrasının Allah'ın kontrolünde olması Allah-âlem ve Allah-insan ilişkisinin işleyişini, kulları imtihan etmek için hikmetiyle hayata nasıl müdahale ettiğini göstermektedir. Aynı şekilde Kur'an'da burada ifade edilen konuların değerlendirilmesine dair bakış açımızı genişletecek ve farklılaştıracak bilgilerin olduğu da görülmektedir.

Eleştirilerin sadece müşrikleri değil, bu ve benzeri vaadlerin gerçekliğine inanmayan diğer insanlarla birlikte bazı sahabileri de kapsamı günümüzde de hangi dine ve düşünceye inanırsa inansın aynı şekilde düşünen tüm insanların âyetlerin muhatabı olduğu anlaşılmaktadır. İnsan zihni olayları görünen sebep-sonuç ilişkisi ve rasyonalite merkezli düşünmeye yatkındır. Ancak Allah'a, iradesine, kudretine, hikmet ve velâyetine iman olayların zahiri işleyişine ve yorumlarına takılmamayı, daha üst ve geniş açıdan varlığa ve insana bakmayı öğretmektedir. Bu yönüyle iman insanın ufkunun bedeninin ve maddi dünyanın kalıplarını aşması ve ufuklar ötesine taşınması demektir. Mü'minlerin imanın bu yönüne yeterince dikkat etmemeleri, Kur'an ve sünnette bu konularla ilgili anlatılanları bazı sebeplerle yeterince dikkate almamak aslında hakikatin kaynağının ilahi bilgiler olduğuna dair inancın yeterince derinleşmemesi

anlamına gelmektedir. Bu şekilde düşünen insanlar için Rûm suresinde kadere, ilahi müdahaleye dair anlatılanlar ciddi bir imtihan konusuna dönüşmektedir. Bu örnek insanın sadece helaller ve haramlar imtihan edilmediğini, çok farklı konularda farklı bilgilerle farklı şekillerde sımandıklarını göstermektedir. Tüm imtihanlardan ancak hakikatin Allah'tan gelen bilgilerde olduğuna dair tam bir teslimiyet ve sadakatle çıkılabilmektedir. Aksi takdirde teslimiyetin azlığı kalp ve ayakların sürçmesiyle sonuçlanabilmektedir.

KAYNAKÇA

- Âlûsî, Şehâbeddin Mahmud. *Rûhu'l-meânî*. thk. Mahmud Abdullah en-Nemr vd. Beyrût: İdâratü't-Tıbbî'l-Münîriyye-İhyâu't-Turâsî'l-Arabî, ts.
- Bikâî, Ebû'l-Hasen Burhânüddîn İbrâhîm b. Ömer. *Nazmu'd-dürer fî tenâsubi'l-âyâti ve's-suver*. Kâhire: Dâru'l-Kütübi'l-İslâmî, ts.
- Bursevî, İsmail Hakkı. *Rûhu'l-beyân*. 10 Cilt. Beyrût: Dâru İhyâi't-Turâsî'l-Arabî, ts.
- Câbirî, Muhammed Âbid el-. *Fehmu'l-Kur'an*. 3 Cilt. Beyrût: Merkezu Dirâsati'l-Vahdeti'l-Arabiyye, 2008.
- İbn 'Âdil, Ebû Hafis Ömer b. Ali. *el-Lubâb fî 'ulûmu'l-kitâb*. thk. Adil Ahmet Abdulmevcûd vd. 20 Cilt. Beyrût: Dâru'l-Kütübi'l-İlmiyye, 1419.
- İbn Âşûr, Muhammed b. Tâhir. *Tefsîru't-tahrîr ve't-tenvîr*. 30 Cilt. Tunus: Dâru Sahnûn li'n-Neşr ve't-Tevzi', 1984.
- İbn Ebû Hâtim, Muhammed b. İdrîs b. Münzir er-Râzî. *Tefsîru'l-Kur'âni'l-'azîm*. thk. Es'ad Muhammed et-Tayyib. 10 Cilt. Mekke: Mektebetü Nezâri'l-Bâz, ts.
- Karaman vd, Hayreddin. *Kur'an Yolu*. Ankara: Diyanet İşleri Başkanlığı, 2003.
- Kâsımî, Muhammed Cemâleddîn el-. *Mehâsinu't-te'vîl*. thk. Muhammed Fuad Abdulbâkî. 17 Cilt. B.y.: Dâru İhyâi Kütübi'l-Arabiyye, 1376.
- Kurtubî, Abdullah b. Muhammed b. Ahmed el-. *el-Câmi'u li ahkâmi'l-Kur'an*. thk. Abdullah b. Abdu'l-Hasen et-Türkî. 24 Cilt. Beyrût: Müessesetu'r-Risâle, 1427.
- Kuşeyrî, Ebû'l-Kâsım Abdülkerîm b. Hevâzin b. Abdülmelik el. *Letâifü'l-işârât*. III Cilt. Beyrut: Dâru'l-Kütübi'l-İlmiyye, 1436.
- Kutup, Seyyid. *Fî Zilâli'l-Kur'an*. çev. Salih Uçan-Vahdettin İnce. 10 Cilt. İstanbul: Dünya Yayıncılık, 1989.
- Mukâtil, Ebu'l-Hasen b. Süleyman. *Tefsîru Mukâtil b. Süleyman*. thk. Ahmed Ferid. 3 Cilt. Beyrût: Dâru'l-Kütübi'l-İlmiyye, 1424.
- Sülemî, Ebû Abdirrahmân Muhammed b. el-Hüseyn b. Mûsâ el-Ezdî es-. *Hakâiku't-tefsîr*. thk. Seyyid İmrân. Beyrût: Dâru'l-Kütübi'l-İlmiyye, 1421.
- Taberî, Ebû Cafer İbn Cerir Muhammed b Cerir b Yezid et-. *Câmiu'l-beyân an te'vîli âyi'l-Kur'an*. thk. Abdullah b. Abdulmuhsin et-Türkî. B.y.: :Dâru Hicr, 1422.
- Tirmîzî, Ebû İsâ Muhammed b. İsâ b. Sevre et-. *Sünenu't-Tirmîzî*. ed. Bedreddin Çetiner. 5 Cilt. İstanbul: Çağrı Yayınları, 1992.
- Yazır, Elmalılı Hamdî. *Hak Dini Kur'an Dili*. 10 Cilt. İstanbul: Yenda Yayın-Dağıtım, 2000.
- Zemahşerî, Ebu'l-Kâsım Mahmûd b. Ömer ez-. *el-Keşşâf 'an hakâiki't-tenzîl*. Beyrût: Dâru'l-Ma'rife, 2008.

MÜASİR DÖVRDƏ ÖRGENCİLERDE SOSYO-KÜLTÜREL DEĞERLERİN OLUŞUMUNUN PSİKOLOJİK PROBLEMLERİ ¹

Prof. Dr. Reşid Cabbarov

Bakü Dövlət Universteti

ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-0623-2772>

ÖZET

Bu tədqiqat öğrencilərdə sosyo-kültürel dəyərlərin oluşumunun psixoloji konularının incelenməsinə ayrılmışdır. Araştırmada ölçüm için Schwartz kişisel dəyərlər anketi, S.Shostrom'un SAT metodolojisi və yazarın anketi istifadə edilmişdir. Çalışmaya 140 lisans öğrencisi katıldı. Araştırmanın amacı öğrencilerde sosyo-kültürel dəyərlər ilə kişilik özellikləri, akademik başarılar, maddi durum ve kendini gerçekleştirme arasındaki ilişkiyi belirlemek ve bu yönde egemen olan dəyərləri belirlemektir. Akademik başarı, demografi, yaşam standartları ve cinsiyet farklılıkları temel faktörler olarak alındı. Çalışma sırasında deney ve kontrol grupları kullanılmıştır. Sonuçların analizi, kişilik özellikleri ile sosyal kültürel dəyərlər arasında pozitif bir korelasyon olduğunu gösterdi, ancak bu eğilim tipiktir. Öğrencilerin kendini gerçekleştirme dəyərləri ilə kişilik özellikleri arasındaki ilişki diğer dəyərlərə göre daha yüksektir. Bu dəyərlərin doğası gereği bireysel olduğu ve kısmen sosyo-kültürel dəyərləri içerdığı sonucuna varılabilir. ($r = 0.68$, $r = 0.52$, $r = 0.64$). Çok kültürlü ve özgecil dəyərlər ilə kişilik özellikleri arasındaki ilişkinin, özellikle inisiyatif ($r = 0.26$), sorumluluk ($r = 0.73$), iyimserlik olmak üzere pek çok açıdan olumlu olduğu bulunmuştur. ($r = 0,43$). Çalışma, öğrencilerin dəyərləri ilə akademik başarı ($r = 0.599$ **), mali durum ($r = 0.564$ **) ve demografik faktörler ($r = 0.446$ **) arasındaki ilişkinin önemli olduğunu göstermiştir. Tədqiqat göstərdi ki, aynı zamanda, çok kültürlü və özgecil dəyərlər ilə kişilik özellikləri arasındaki ilişki, olumlu bir şekilde çeşitli niteliklərə odaklıdır - öz saygı, sorumluluk, inisiyatif. Elbette tüm bunlar kişilik özellikleri ile sosyo-kültürel dəyərlər arasında pozitif bir ilişki olduğunu gösteriyor. Öğrencilerin dəyərləri ilə akademik başarı, mali durum ve demografik faktörler arasındaki ilişkinin önemli olduğu görülmüştür. Burada, üç parametrenin tümü için güvenlik dəyərləri geçerlidir. Korelasyon analizinin yalnızca sonucu sağladığına dikkat edilmelidir, bu durumda neden-sonuç ilişkisini

¹ This work was supported by the Science Development Foundation under the President of the Republic of Azerbaijan– Grant .№ EIF / MQM / Science-Education-1-2016-1 (26) -71 / 08/5-M-05

belirleniminin zordur. Ancak araştırmalar, gereksinimlerin değerleri ile kişisel nitelikleri ve akademik başarıları arasında bir bağlantı olduğunu gstermiştir. Dolayısıyla değerlerin dñuřümünde kendini gerçekleştirme faktörü olan demografik faktörün rolü yüksek olup eğitim sürecinde farklı bir dinamiğe sahiptir. Tüm bunların genelleştirilmesi, farklı üniversitelerde okuyan öğrencilerin değerlerinin kendini gerçekleştirme değerlerinin, çok kültürlü değerlerin ve demografik faktörlerin etkisiyle değiştiğini ve aralarında önemli farklılıklar olduğunu göstermektedir. Araştırma ayrıca sosyo-psikolojik bağlamın değerlerin dñuřümü üzerinde önemli bir etkisi olduğunu doğrulamaktadır. Tüm bunları hesaba katarak, değerlerin oluşununun olumlu yönelimlerini sağlamak gerekir.

Anahtar Kelimeler : eğitim, öğrenciler, sosyo-kültürel değerler, oluşum, kendini gerçekleştirme, psikolojik sorunlar

PSYCHOLOGICAL PROBLEMS OF THE FORMATION OF SOCIO-CULTURAL VALUES IN STUDENTS

ABSTRACT

This study is devoted to the study of the psychological issues of the formation of socio-cultural values in students. The Schwartz personal values questionnaire, S.Shostrom's SAT methodology, and the author's questionnaire were used in the study for measurement. 140 undergraduate students participated in the study. The aim of the research is to determine the relationship between socio-cultural values and personality traits, academic achievements, financial status and self-realization in students and to determine the values that are dominant in this direction. Academic success, demographics, living standards and gender differences were taken as key factors. Experimental and control groups were used during the study. Analysis of the results showed that there is a positive correlation between personality traits and social cultural values, but this trend is typical. The relationship between students' self-realization values and personality traits is higher than other values. It can be concluded that these values are inherent in nature and in part include socio-cultural values. ($r = 0.68$, $r = 0.52$, $r = 0.64$). The relationship between multicultural and individual values and personality traits has been found to be very positive, especially in terms of initiative ($r = 0.26$), responsibility ($r = 0.73$), and optimism. ($r = 0.43$). The study showed that the relationship between students' values and academic achievement ($r = 0.599$ **), financial status ($r = 0.564$ **) and demographic factors

($r = 0.446^{**}$) is important. Research has shown that, at the same time, the relationship between multicultural and individual values and personality traits is positively focused on a variety of characteristics - self-esteem, responsibility, initiative. Of course, all of this shows that there is a positive relationship between personality traits and socio-cultural values. The relationship between students' values and academic achievement, financial status, and demographic factors has been shown to be important. Here, the security values are valid for all three parameters. It should be noted that the correlation analysis only produces results, in which case it is difficult to determine the cause-and-effect relationship. However, research has shown that there is a link between the values of needs and personal qualities and academic success. Thus the values of the demographic factors factor transformation to perform self-learning process in a different role dinamige olup sahiptirTum genelleştirilmesi them different values of university students in Reading values of self-realization, very multicultural values and demographic changes and the impact of factors suggest that significant differences between them. Research also confirms that the socio-psychological link has a significant impact on the transformation of values. Taking all this into account, it is necessary to establish the positive directions of the formation of values.

Keywords: education, learners, socio-cultural values, formation, self-realization, psychological problems

Giriş

Müasir dövrdə dəyərlərin transformasiyası şəraitində təhsildə ciddi dəyişikliklər baş verməkdədir. Bu dəyişikliyinin fundamental əsasları üzərində dəyərlər dayanır və onların dəyişilməsi cəmiyyətin, təhsilin meqameyllərinin dəyişməsinə səbəb olur.

Qloballaşma və dəyərlərin transformasiyası şəraitində tələbələrə sosial-mədəni dəyərlərin formalaşmasının mexanizmlərini aşkar etmək və zəruri olan ümumbəşəri dəyərlərə onların yiyələnməsi üçün dəyərlərin inkişaf dinamikasını müəyyən etmək zəruridir. Çünki dəyərlərin transformasiyası zamanı orataya çıxan neqativ hallar və dəyərlərdən su-istifadə cəmiyyəti humanistik inkişaf meqameyllərindən uzaqlaşdırır. Bu baxımdan dəyərlərin formalaşmasının psixoloji mexanizmlərini aşkar etmək, bu sahədə mövcud yanaşmaları sistemləşdirmək olduqca vacibdir. Dəyərlər sosial normaların məzmununu əks etdirir, ətraf mühit və vəziyyətləri qiymətləndirməyimizin əsasını təşkil edir, insan davranışlarını sosial aspektlərdə tənzimləyirlər (Gholi-Zadeh, 2009).

Psixoloji nöqteyi-nəzərdən insanların davranış imperativləri dəyərlərin məcmusundan başqa bir şey deyildir. Aparılmış tədqiqatlar [Jabbarov R.,2017,2018] göstərir ki, dəyərlər haqqında fikirlər birmənalı səciyyə daşımır və dəyər anlayışı müxtəlif aspektlərdən şərh olunur. Bu yalnız psixologiya elmi üçün keçərli deyil. Müxtəlif elmlər sistemində dəyərlərin interpretasiyası fərqli məzmununda özünü təqdim edir.

Dəyərlərin başqalarının meylləri və gözləntilərinə uyğun olaraq mövcud qaydaların pozulmamasına yönəlmiş davranış olduğunu göstərir (Alder, 2004). Nəzərə almaq lazımdır ki, müxtəlif insanlar, müxtəlif mədəniyyətlər üçün bu və ya digər predmet və ya hadisə oxşar olmayan dəyər səciyyəsi yarada, həmçinin eyni adam üçün müxtəlif yaş dövrlərində fərqli məzmun kəsb edə bilər. Bu nöqteyi-nəzərdən dəyərlər mürəkkəb struktura və məzmun malik psixoloji hadisədir.

Tədqiqatda əsas məqsəd tələbələrdə sosial-mədəni dəyərlərin formalaşmasının istiqamətlərini, psixoloji xüsusiyyətlərini aşkarlamaq, bu yönündə dominantlıq təşkil edən dəyərləri müəyyənləşdirmək və onların inkişaf dinamikasını göstərməkdir.

Tədqiqatların təsviri

Dəyərlərin öyrənilməsi xüsusi elm sahəsi aksilogiya (yunan sözü- “aksia”-dəyər, “loqos” – söz, anlayış, elm, təlim və s.) tərəfindən həyata keçirilir [Alekseyeva V.Q., 2014, p. 43]..

Psixologiyada dəyərlər şəxsiyyətin şüur elementləri, daha doğrusu şəxsiyyətin maraqları, idealları, əqdiləri, prinsip və dünyagörüşü vasitəsilə təsvir edilir. Burada şəxsiyyətin sosial imperativləri, motivləri, tələbatları, həyatın mənasının axtarışı və s. də mühüm rol oynayır.

Tədqiqatçılardan S.A.Lebedev [S.A.Lebedev, 2011] dəyərləri mövcud universal norma və məqsədlər kimi təqdim edir. Başqa bir tədqiqatçı S.Y.Qolovin isə hesab edir ki, dəyərlər özündə bütövlükdə insanlığın və qrupların həyat fəaliyyətinin müştərək məhsulunu əks etdirir [S.Y.Qolovin, 1998, pp. 919-920].

Sosial-mədəni dəyərlərin formalaşmasından daha çox birinin-digrinə çevrilməsi prosesi daha çox tədqiqatçıların diqqətini cəlb etmişdir. Əsas səbəb ondan ibarətdir ki, hər hansı dəyərin dominantlıq təşkil etməsinin interpretasiyası hər hansı çətinlik yaratmır. Lakin dəyərlərin birinin digərinə çevrilməsi prosesi mürəkkəb psixoloji mexanizmlərə malik olduğundan onun tədqiqi daha çox ön plana çıxarılır. D.A.Leontyev bir-birinə çevrilən dəyərlərin mövcudluğunun üç formasının olduğunu qeyd edir. Onlar aşağıdakılardır:

1) ictimai şüur tərəfindən yaradılan sosial normlar, etalonlar və həmçinin sosial həyatın müxtəlif sferalarında baş verən dəyişilmələr haqqında bütöv təsəvvürlər ;

2) bu etalonları fəaliyyət və yaradıcılığında özünü küləşdirən konkret insanlar, obyektlər;

3) öz fəaliyyətində sosial əhəmiyyətli idealların predmet təcəssümünə aparan şəxsiyyətin motivasiya strukturu [D.A.Leontyev, 1996, pp. 22-28].

Ş.Şvarts və U.Bilski dəyərləri insanların seçiminə və hərəkətlərin qiymətləndirilməsinə, insanlara və situasiyalara yönəlmiş etalonlar və standartlar kimi səciyyələndirilər. Həmçinin onlar dəyərləri bir-biri ilə müqayisədə əhəmiyyətlik dərəcəsinə görə ierarxik qurluşa malik olan sistem kimi təqdim edirlər [Schwartz S., Bilsky W., 1987]

Şvars və Bilskinin dəyərlərin motivasiya məzmununa görə onun tipologiyasının aparılması universal hesab edilə bilər. Bu təsnifatda hər bir tip həm terminal, həm də instrumental dəyərləri özündə əks etdirir. Bu və ya digər dəyərin əhəmiyyətinin azalması sonuncu motivasiya məqsədindən asılıdır. Müəlliflərin fikrincə, motivasiya kateqoriyaları arasında iki fundamental əks qütblü münasibətlər –konflikt və uyğunluq mövcuddur ki, məhz bunlar dəyərlər sisteminin universal strukturunu müəyyən edir.

M.Rokiçə görə, dəyərlər üstünlük verilən davranışlar və ya son hədəflər barədə sabit möhkəm inanclardır. Dəyərlər və münasibətlər insanların sosial davranışlarını idarə edən psixoloji determinantlardır, lakin bu iki anlayış eyniləşdirilə bilməz [Rokeach, M., & Ball-Rokeach, S. J., 1989, pp.775–784].

Rokeach iki növ dəyər müəyyənləşdirir: terminal və instrumental. Terminal dəyərləri mövcudluğun son hədəflərini təmsil edir. Bu kateqoriyaya azadlıq, bərabərlik, sülh və digər məqsədlər kimi dəyərlər daxildir. Instrumental dəyərlər dürüst, iddialı, məsuliyyətli və digər keyfiyyətlər kimi ideal davranış standartlarına istinad edir. Terminal dəyərləri iki alt qrupa bölünür - sosial və şəxsi. Instrumental dəyərlər də iki alt qrupa bölünür: əxlaqi dəyərlər və səriştəlilik. Instrumental dəyərlər dürüstlük, iddialılıq, məsuliyyətlik və digər keyfiyyətlər kimi ideal davranış standartlarına istinad edir. Instrumental dəyərlər də iki alt qrupa bölünür: əxlaqi dəyərlər və səriştəlilik [Rokeach, M., & Ball-Rokeach, S. J.,1989, pp.775–784].

. Əgər dəyərlərin sosial və biologiyönümlü tələblərin ödənməsi prosesində üstünlük təşkil edən məzmun olduğu və intensivliyə malik olduğunu qəbul etsək , o zaman motivasiya məsələlərinə də diqqət yetirməliyik. Bu baxımdan A.Maslounun özünüaktuallaşdırma konsepsiyası daha çox diqqəti cəlb edir. Müəllif iki qrup başlıca dəyərlər ayırd edir: 1) M-dəyərlər (mövcudluq) – yüksək (həqiqət, mərhəmət, vahidlik, ədalətlik); 2) D-dəyərlər (defisitər) – aşağı (sülh, sakitlik, yuxu,təhlükəsizlik) [A.Maslow, 2018].

Aparılmış tədqiqatlar [Jabbarov R.V.,2017,2018] göstərir ki, müasir dövrdə “dəyər” anlayışını müəyyən edən kifayət qədər təriflər mövcuddur. Bu təriflərdə ümumi ortaq məxrəc ondan ibarətdir ki, dəyərlər gerçəkliyin maddi və mənəvi predmetlərinin şəxsiyyət üçün, sosial qrup üçün tələblərin pozitiv və neqativ əhəmiyyətinin diqqət mərkəzinə gətirilməsidir.

Müxtəlif tədqiqatlarda sosial-mədəni dəyərlər, o cümlədən sosial baxımdan əhəmiyyətli dəyərlər müxtəlif meyarlara əsasən təsnif edilir. Bu təsnifatları ortaq məxrəcə gətirən aşağıdakı meyarlar əsasında vahid mövqedə birləşdirmək olar. Bu baxımdan sosial əhəmiyyətli dəyərlər aşağıdakı meyarlar əsasında qruplaşdırıla bilər:

1) məzmununa görə: a) pedaqoji (biliklər, vərdislər, bacarıqlar, şəxsiyyət keyfiyyətləri, təlim və tərbiyə formaları); b) iqtisadi (iqtisadi, var dövlət, gəlir, çıxarlar); v) siyasi (ölkə, şəhər, kənd, Vətən və s.);

2) qütblüyünə görə: a) müsbət (dostluq, mərhəmət, ədalət, azadlıq, qarşılıqlı kömək); b) mənfi (qəzəb, ikrah, qəddarlıq, egoizm, aqressiya);

3) sosial əhəmiyyətinə görə: a) əxlaqi-mənəvi (ünsiyyət, məhəbbət, ləyaqət, kollektiv, tolerantlıq, əməkdaşlıq); b) mədəni (kino, teatr, incəsənət, gözəllik); v) maddi (ev, maşın, bağ, pul);

4) fərdi məxsusluğuna görə (avtoritet, empatiya, səliqəlilik, səriştəlilik);

5) məqsədəməvafiqliyinə görə: a) mütləq (həqiqət, həyatın mənası, insanın sağlamlığı, xoşbəxtlik); b) instrumental (metodlar, üsullar, vasitələr, texnologiya). [Bubnova, S.S., 2008., p. 42].

Tədqiqatın fərziyyəsi

Tədqiqatda belə bir iki əsas fərziyyə götürülmüşdür ki, tələbələrdə sosial-mədəni dəyərlər sisteminin formalaşması prosesi şəxsiyyət keyfiyyətləri və özünügerçəkləşdirmə meylləri ilə şərtlənmişdir.

Tədqiqatın metodologiyası və metodları

Tələbələrdə sosial-mədəni dəyərlərin ölçülməsi üçün Ş.Şvartsın fərdi dəyərlər sorğusundan və S.Şostromun SAT metodikasından və müəllif tərəfindən tərtib olunmuş anket sorğusundan istifadə olunmuşdur. Tədqiqatda Bakı Dövlət Universiteti və Odlar Yurdu Universitetinin tələbləri iştirak etmişdir. Tədqiqat onlayn həyata keçirilmiş, hər iki universitetdən ümumilikdə 140 bakalvar iştirak etmişdir. Tədqiqatda akademik nailiyyət, demoqrafik amil, yaşayış səviyyəsi və cinsi amil əsas parametrlər kimi qəbul edilmişdir.

Nəticələrin təhlili və müzakirə

İrəli sürdüyümüz fərziyyənin yoxlanılması üçün tələbələrdə özünəhərmətin və digər şəxsiyyət keyfiyyətlərinin əlaqəsi yoxlanıldı. Müəyyən olundu ki, tələblərin əksəriyyətində

özünəhərmətin və digər şəxsiyyət keyfiyyətlərinin səviyyəsi yüksəkdir. Bu diaqnostika 5 ballıq şkala üzrə aparıldı.

Cədləv 1 -dən göründüyü kimi tələblərdə şəxsiyyət keyfiyyətləri içərisində özünəhərmət, məşuliyyətlilik, fəallıq, optimizm, gələcəyə planların mövcudluğu və s. kimi keyfiyyətlər üstünlük təşkil edir ki, bu keyfiyyətlər sosial-mədəni dəyərlərin formalaşmasına hərtərəfli təsir göstərir. Korrelyasiya təhlili göstərdi ki, tələblərin şəxsiyyət keyfiyyətləri ilə onların sosial mədəni dəyərləri arasında müsbət korrelyasiya asılılığı vardır.

Cədvəl 1. Tələblərdə şəxsiyyət keyfiyyətlərinin ranq üzrə göstəriciləri və əhəmiyyətlilik səviyyəsi

Şəxsiyyət keyfiyyətləri	Ranq		
	dərəcəsi	Orta göstərici	Əhəmiyyətlilik səviyyəsi
Özünəhərmət səviyyəsi	4.2	4.5	0.38*
Gələcəyə planların mövcudluğu	4.1	4.3	0.36
Optimizm	4.3	4.4	0.32
Təşəbbüskarlıq	4.1	4.3	0.62*
Fəallıq	3.9	4.1	0.68
Məsuliyyətlilik	3.8	4.2	0.70*

Qeyd: * 0,05 səviyyəsində əhəmiyyətlidir.

Bununla yanaşı bu keyfiyyətlər öz aralarında da korrelyasiya edə bilər və əhəmiyyətlilik dərəcəsi yüksəkdir.

Cədvəl 2. Tələblərdə şəxsiyyət keyfiyyətləri ilə sosial-mədəni dəyərlər arasındakı korrelyasiya göstəriciləri

Şəxsiyyət keyfiyyətləri	Sosial-mədəni dəyərlər (N=140)		
	Özünügerçəkləşdirmə dəyərləri	Alturistik dəyərlər	Multikultural dəyərlər

Özünühörmət səviyyəsi	0.64*	0.55	0.38
Gələcəyə planların mövcudluğu	0.68**	0.48	0.36
Oprtimizn	0.44	0.62	0.43**
Təşəbbüskarlıq	0.52*	0.26**	0.63*
Fəallıq	0.92	0.34	0.56
Məsuliyyətlilik	0,86	0.73 **	0.72*

Qeyd:** 0,01 səviyyəsində, * 0,05 səviyyəsində əhəmiyyətlidir.

Cədvəl 2-dən görünür ki, şəxsiyyət keyfiyyətləri ilə sosial mədəni dəyərlər arasında pozitiv istiqamətli korrelyasiya vardır, amma bu tendensiya xarakterlidir. Göründüyü kimi özünügerçəkləşdirmə dəyərləri ilə şəxsiyyət keyfiyyətləri arasında əlaqə digər dəyərlərə nisbətən daha yüksəkdir və digər keyfiyyətlərin mövcudluğu ilə özünügerçəkləşdirmə arasında əlaqələr iki tərəflidir. Belə nəticəyə gəlmək olar ki, bu dəyərlər individual xarakterlidir və sosial mədəni dəyərləri özündə qismən ehtiva edir. ($r=0.68$, $r=0.52$, $r=0.64$). Multikultural və alturistik dəyərlərlə şəxsiyyət keyfiyyətləri arasında əlaqələr bir neçə keyfiyyət üzrə pozitiv yönümlüdür. ($r=0.26$, $r=0.73$, $r=0.43$, $r=0.63$, $r=0.72$). Təbii ki, bütün bunlar göstərir ki, şəxsiyyət keyfiyyətləri ilə sosial mədəni dəyərlər arasında müsbət yönümlü korrelyativ əlaqələr vardır.

Cədvəl 3. Tələbələrin dəyərləri ilə akademik nailiyyət, maddi vəziyyət və demoqrafik amillər arasındakı korrelyativ əlaqənin göstəriciləri

Dəyərlər	(N=140)		
	Akademik nailiyyətlər	Maddi vəziyyət	Demoqrafik amil
Power	-0,743*	-0,985	0,815*
Achievement	0.661**	0.324*	0.218
Hedonisim	-0,260*	0.590**	0.324*
Stimulation	0,386	0,176*	0,524
Self-direction	0,420*	-0,334*	0.495*
Unversalism	0,668*	0,190*	0,428**

Benevolence	0,274	0,358	0,177*
Tradition	0,259	0,520	0,608**
Conformity	0,463*	0,391	0,298
Security	0,599**	0,564**	0,446**

Qeyd:** 0,01 səviyyəsində, * 0,05 səviyyəsində əhəmiyyətlidir.

Cədvəl 3-dən görüldüyü kimi tələbələrin dəyərləri ilə akademik naliyyət, maddi vəziyyət və demoqrafik amillər arasında korrelyativ əlaqə əhəmiyyətlidir. Burada hər üç parametrlə üzrə təhlükəsizlik dəyərləri üstünlük təşkil edir ($r=0,599^{**}$, $r=0,564^{**}$, $r=0,446^{**}$). Bu nəticə sosial-mədəni dəyərlərin formalaşmasında qoyulmuş fərziyyənin doğruluğunu təsdiq edir.

Tədqiqatın nəticəsindən belə bir qənaətə gəlmək olar ki, müxtəlif Universitetlərdə oxuyan tələblərin dəyərlərinin uyğunluğu, özünügerçəkləşdirmə dəyərləri, multikultural dəyərlər və demoqrafik amillərin təsiri nəticəsində dəyişir və onlar arasında əhəmiyyətli fərqlər özünü göstərir. Sosial-psixoloji kontekst dəyərlərin transformasiyasına əhəmiyyətli təsir göstərir. Bütün bunları nəzərə alıb dəyərlərin formalaşmasının pozitiv yönümlüyünü təmin etmək üçün şəxsiyyət keyfiyyətlərinin inkişaf etdirilməsi, o cümlədən milli-mənəvi dəyərlərin qorunub saxlanması üçün əlverişli təhsil mühiti formalaşdırılmalıdır.

Ədəbiyyat:

1. Alekseeva, V.G. (2014). Value orientations as a factor of life and personality development. Psychological journal, T. 5., No. 5, pp. 63–70.
2. Adler, P. & Adler, P. (2004). Constructions of Deviance. Custom Edition.
3. Bitueva, A.V. (2018). Features of the structural structure of value orientations. Theoretical journal, No. 21, p. 45
4. Borisova I.V. (2002). VP Tugarinov's concept of values and value problems in Russian sociology (60-90s of the XX century), St. Petersburg, p. 198
5. Bubnova, S.S. (2008). Value orientations of the individual as a multidimensional nonlinear system // Psychological journal, v. 20, no. 5, p. 42
6. Budinaite, G.L. (1993). Personal values and personal preferences of the subject // Questions of psychology, no. 5, s. 101
7. Baichinska, K. (2011). Appreciate the modern balgarska culture. S., IK Gutenberg.
8. Dictionary of the Practical Psychologist. (1998). M. : AST, Harvest. S. Yu. Golovin, p. 919-920
9. Fishbein, M., & Ajzen, I. (1975). Belief, attitude, intention, and behavior: An introduction to theory and research. Reading, MA: Addison-Wesley.
10. Feather, N. T. (1975). Values in Education and Society, New York: free press.
11. Golovakha, E.I. (2011). Life perspective and value orientations of the personality // Psychology

- of personality in the works of domestic psychologists, St. Petersburg: Peter, p. 263
12. Gholi-Zadeh, A. (2009). Cultural Sociology. Islamic Azad University Press.
 13. Jabbarov R. (2017). Traumatic factors affecting the self-realization of students. Issue of International Journal of Pharmaceutical sciences and Research, 6, 2682-2690.
 14. Jabbarov R. (2018). Factors affecting the development of self-realization among students of different professions. Science and Education, 9, 75-87. 10.24195/2414-4665-2018-9-12
 15. Kluckhohn, F. (1961) Variations in value orientation. N. Y.: Harper Collins.
 16. Lebedev SA (2011). Philosophy of Science, Glossary. Moscow, Academic project, p. 43
 17. Leontiev, D.A. (1996). Value as an interdisciplinary concept: the experience of multidimensional reconstruction // Problems of Philosophy, no. 4, p. 22-28
 18. Maslow A. (2018). Motivation and personality.– Peter, 600 sec
 19. Rokeach, M., & Ball-Rokeach, S. J. (1989). Stability and change in American value priorities, 1968–1981. American Psychologist, 44, 775–784.
 20. Schwartz, S. H. (1992). Universals in the content and structure of values: Theoretical advances and empirical tests in 20 countries. In: M. P. Zanna (Ed.), Advances in experimental social psychology, Vol. 25 (pp. 1–65). New York: Academic Press.
 21. Schwartz, S. H. (1994). Are there universal aspects in the structure and contents of human values? Journal of Social Issues, 50, 19–45.
 22. Schwartz, S. H., & Bilsky, W. (1987). Toward a universal psychological structure of
 23. Schwartz, S. H., & Bilsky, W. (1990). Toward a theory of the universal content and structure of values: Extensions and cross-cultural replications. Journal of Personality and Social Psychology, 58, 878–891.
 24. Smith, P. S., & Schwartz, S. H. (1997). Values. In: J. W. Berry et al. (Eds.), Handbook of cross-cultural psychology, Vol. 3 (pp. 77–118). Boston: Allyn & Bacon
 25. Shostrom E. (2003). Man-manipulator. The inner journey from manipulation to actualization. K.: PSYLIB, 230 p.
 26. Udovichenko E.M (2015). Philosophy about values and the meaning of being // Actual problems of modern science, technology and education, no. 1, pp. 257-261



NURETTİN TOPÇU'DA BATI VE MODERNLEŞME ALGISI

Mustafa Kemal HAYTA¹Kırıkkale Üniversitesi,
ORCID. 0000-0003-2347-1561

ÖZET

Cumhuriyet döneminin felsefe alanında ilk profesyonel metni olan doktora tezini Sorbonne Üniversitesinde savunan Nurettin Topçu İslamcı milliyetçi aydınların tamamının Batı'yı öteki olarak değerlendirip temelden karşı olduğu, ancak yine neredeyse tamamının modernleşme taraftarı olduğu bir süreçte, Batı medeniyetine çok yönlü bir değerlendirme yapar. Batı medeniyetinin arkasında Hristiyanlık ahlakı ve Rönesans olduğunu, bu yönüyle Batı medeniyetinin önemini vurgular. Ancak gelinen noktada sanayi kapitalizmi sonucu emperyalist ve pozitivist Batı'nın, gerçek Batı medeniyetine, Hristiyanlık ahlakına ve spiritüalizmine zarar verdiğini düşünür. Yine çağdaşlarının tamamına yakını modernleşme konusunda hem fikirken ve sadece şekli üzerinde tartışma yaparken o, modernleşmeyi ve pratiklerini temelden sorgulayarak modernleşmeye karşı çıkar.

Topçu'nun, modernleşme eleştirisinin Frankfurt Okulu düşünürleriyle eş zamanlı olması Türk düşün tarihi açısından çok önemlidir. Modernleşmeyle ilgili düşüncelerini, teknik, demir, makine, fabrika, otomobil, toprak, doğa, köy, şehir kavramları üzerinden ifade eder. Modernliğe karşı olmasının nedeni insanın kendi emeğine yabancılaşması, doğadan ve topraktan kopması sonucu izole bir yaşamın getireceği muhtemel handikaplardır. Modernleşmenin insan üzerindeki hegemonyacı yapısına dikkat çeker. Modernleşme karşıtlığının nedeni, iki büyük başlık altında din ve ahlak olarak ifade edilebilir.

Ancak Topçu, modernleşmeye temelden karşı olmasına rağmen tek nedenden ötürü moderniteye izin verir. O da modernitenin yüksek ulvi değerler uğruna kullanılmasıdır. Topçu, günümüzde gelinen nokta itibarıyla modernleşmeden kaçış olmadığının farkındadır. Modernleşmenin handikaplarından kurtulmak için üç çıkış yolu gösterir. Bunlar; kültür, sanat ve doğaya dönüşür.

Bu çalışmamızda, Topçu'nun çok yönlü Batı değerlendirmeleri, modernleşme handikapları, modernleşme eleştirisi yaptığı, teknik, demir, makine, fabrika, otomobil, toprak, doğa, köy, şehir kavramları incelenecektir.

Anahtar Kelimeler: Nurettin Topçu, Batı, Modernleşme

¹ Bu bildiri, Kırıkkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Sosyoloji Anabilim Dalında Prof. Dr. Sıtkı YILDIZ danışmanlığında yürütülen "Aydınlar Sosyolojisi Bağlamında Nurettin Topçu ve Necip Fazıl Kısakürek'in Toplum İnşası" isimli tezden üretilmiştir.

THE PERCEPTION OF THE WEST AND MODERNIZATION IN NURETTİN TOPÇU**ABSTRACT**

Nurettin Topçu, who defended his doctoral dissertation, which is the first professional text in the field of philosophy of the Republican era, at Sorbonne University, makes a sophisticated assessment of the Western civilization in a process where all of the Islamic nationalist intellectuals are fundamentally opposed to the West by accepting them as the other, but again almost all of them are in favor of modernization. He emphasizes that Christianity and the Renaissance are behind the Western civilization and from this aspect the importance of Western civilization. However, he thinks that the imperialist and positivist West as a result of industrial capitalism harmed the true Western civilization, Christian morality and spiritualism. Again, while almost all of his contemporaries agree on modernization and only discuss its form, he opposes modernization by fundamentally questioning modernization and its practices.

The synchronization of Topçu's critique of modernization with the thinkers of the Frankfurt School is very important for the history of Turkish thought. He expresses his thoughts on modernization through the concepts of technique, iron, machinery, factory, automobile, soil, nature, village, and city. The reason why he is against modernity is the possible handicaps of an isolated life as a result of alienation from one's own labor and detachment from nature and the soil. He draws attention to the hegemonic nature of modernization over humankind. The reason for the anti-modernization can be expressed under two major headings as religion and morality.

However, although Topçu is fundamentally opposed to modernization, he allows for modernity for one reason only: Using of modernity for the sake of high lofty values. Topçu is aware that there is no escape from modernization as of the point reached today. He shows three ways to get rid of the handicaps of modernization. These are the turn back to culture, art and nature.

In this study, Topçu's Western world evaluations in different point of view, the handicaps of modernization and the concepts of technique, iron, machinery, factory, automobile, land, nature, village and city, which he criticizes modernization, will be examined.

Keywords: Nurettin Topçu, West, Modernization

1. Giriş

Nurettin Topçu, Cumhuriyet döneminin yurt dışında felsefe alanında ilk doktora tezi ve profesyonel metni olan *İsyân Ahlakı*'nı Paris Sorbonne Üniversitesinde 1934 yılında daha kendisi 25 yaşındayken savunur ve tezi jüri tarafından çok beğenilir. Aynı zamanda yurt içinde de felsefe alanında Topçu'dan önce doktora tezi yapan olmamıştır. Altı yıl gibi bir zaman dilimine Fransa'da lise fark derslerini, felsefe lisans ve doktora eğitimini sığdırır. Doktoradan sonra Türkiye'ye (1934) döner ve Galatasaray lisesinde felsefe grubu öğretmenliğine başlar (1935). Yaş haddinden emekli olmak zorunda kalıncaya kadar tam kırk yıl liselerde felsefe

grubu öğretmenliği yapar. Kendisi aynı zamanda Cumhuriyet döneminin ilk muhalif yayın organı olan *Hareket* dergisini çıkarır (1939).

Topçu her ne kadar felsefi ve filozof kimliği ile ön plana çıksa da o lisans eğitimi sırasında sosyal bilimlerin temel disiplinlerinin önemli bir kısmında sertifika almış (Kara, 2009: 13-14) aynı zamanda Millî Eğitim Bakanlığı tarafında liselerde okutulan felsefe, sosyoloji, psikoloji, mantık ve ahlak ders kitapları hazırlamıştır. Düşünsel hayatında ortaya koyduğu eserleri incelendiğinde; onun eserlerinde sosyal bilimlerin, eğitim bilimlerinin ciddi yer tuttuğu ve yoğun sosyolojik içeriğe sahip olduğu görülecektir. Kısaca Topçu'nun, ilk dönem Cumhuriyet entelektüelleri arasında sosyal bilimlere ve Batı kültürüne hâkim olması yönüyle Batı ve modernleşmeye olan bakışı önemlidir.

2. Nurettin Topçu'da Batı Algısı

Türk kültürü açısından, Batı ve modernleşme kavramları birbirlerini etkileyen dinamikler olduğu için bizde çalışmamızda bu iki konuyu birlikte inceleyeceğiz.

Batı kavramının coğrafi bir terim olmaktan çıkıp siyasi bir içerikle kullanılmasının tarihi eskidir. Fakat ismi Batı olan, başta güçlü bir askeri yapı, hünerli bir siyaset ustası olarak çıkan, daha sonra muhteşem teknikler icat eden, devamında konforlu bir yaşam sunan yeni, farklı bir medeniyet alemi, en aşağı üç yüz yıldan itibaren Türk-İslam dünyasının gündemindedir. Tanzimat'tan itibaren Batı ve Batılılaşma konusuyla ilgilenmeyen bir kuşak ve Batı karşısında olumlu veya olumsuz ya da makul bir tutum takınmamış yazar, düşünür ve aydın yoktur (Okay, 2009: 171). Batı kavramının siyasi bir içerik kazanması, bilim ve teknik konularında Avrupa'da sistematik bir şekilde ilerlemenin başlangıcına yani Rönesans'a kadar da götürülebilir ancak Osmanlı'nın Batı karşısında geri kalmasının görünür olmasıyla ortaya çıkar.

Osmanlı'nın son zamanlarında aydınlar İslam dünyasındaki gerilemeyi modern bağlamdaki *'ilerleme'* idealini merkeze aldıkları için kurtuluşu klasik İslam düşünce geleneğinde kabul görmeyen *'ilerleme'* esasında aradılar. Batı düşüncesinin kâinatı kontrol edecek yapının başı olarak; insanı da yeniden yapılandıran teknik ilerlemeyi *'sahih'* olarak yorumlayan Müslümanlar, doğayı ve sistemi hegemonya altına alma amacındaki *'terakki'* yaklaşımı karşısında çelişkiye düştü (Yıldırım, 2006a: 178). Ancak klasik İslam düşüncesine bir alternatif olarak ortaya çıkan ve her geçen gün daha da güçlenen çağdaş/modern İslam düşüncesi İslam dünyasındaki gerilemeden kurtulmanın yolunu terakki/ilerlemede olduğunu savundular.

Osmanlı'nın son zamanlarındaki gelişmelerle ilişkili ortaya çıkan durumlar ve tarihsel süreç içerisinde önemli bir *'boyutu'* işaret eden çağdaş İslam düşüncesi, politik ve askeri başarısızlıkların sonuçlarından beslenmeye başlar. Modernizmin argümanlarına göre konumlanan İslam düşüncesi (aydınları) özel ve kendinden bir tez öne sürmekten ziyade, duruma göre karşı çıkma (savunma), duruma göre eklemlenme şekliyle var olur. Bu yüzden ilk sözü, Batı düşüncesi söyler. Bu yol ayırımından sonra Müslümanların *'modern dünyada nasıl hayat sürecekleri'* nin gayreti içinde olmaları, Batı düşünce sistemi çerçevesinde hareket edeceklerinin de bir işareti olur (Yıldırım, 2006a: 179). İslam dünyasının Batı düşüncesi çerçevesinde yol almaya başlaması *terakki* olarak isimlendirilir, devamında ilerleme,

Batılılaşma, Avrupalılaşma ve çağdaşlaşma şeklinde olacaktır. Bu kavramlar içerik olarak farklılık gösterse de İslam dünyasında Batı ve Batılılaşma anlamlarında kullanılır.

Batı tartışması Topçu fikriyatında merkezi ve onun savunduğu medeniyetin karşıtı konumundadır. Yalnızca karşıtı değil aynı zamanda Türklerin Anadolu'ya yerleştikten sonra kurdukları medeniyeti ortadan kaldırmak için fırsat kollayan Haçlı ruhunu temsil eder. Bu özelliğiyle, Batı emperyalist amacını hiç terk etmeyen yapısıyla, Selçuklu-Osmanlı düşüncesinin zirveleştirdiği Türk-İslam medeniyetinin rakibi onu ortadan kaldırmak isteyen tarihi hasmıdır ve sömürgecidir. Sömürgeciliğin tarihi ve sosyal esasları ise karakterinde olan şiddet kültüründen güç alır. Bu özelliğiyle Batı hem dünya hem de Türk-İslam medeniyeti için bir tehdittir. Sanayi kapitalizminin teknoloji olanaklarını arkasına alarak dünyayı sömürme arzusundan dolayı Avrupa sınırlarını aşar. Ve gelinen nokta itibarıyla Batı'nın bu özelliğini Amerika temsil eder. Topçu'nun kıta Avrupa'sına yönelik duyduğu hayranlığın yanında, köksüz olarak değerlendirdiği vahşi kapitalizmin kaba gücü Amerika, emperyalist Batı'nın temsilcisidir. *“Batı'nın kültürel derinliğini temsil eden Avrupa'ya hayran, sömürgeci kapitalizmin pragmatizmini temsil eden Amerika'ya düşmandır”* (Emre, 2006: 45).

Topçu'nun Batı'yı düşünsel ve ahlaki olarak çözümlene çabası farklı da olsa, karşısında bir medeniyet ve kültürün temsilcisi Batı vardır. Birbiriyle tezat gibi duran bu iki Batı imajı Topçu'da bir arada bulunur. Hristiyan Batı'nın ahlakı üzerine kurulan Batı medeniyeti insanlık açısından ortak bir değerdir. Bu konuda yer yer örnek göstermekten çekinmediği Hristiyan ahlakı ile emperyalist Batı arasında kesin bir çizgi çizer. Onun eleştirdiği Batı, geleneksel Hristiyan ahlakını adeta kaosa sokan endüstrileşmiş Batı, yani kapitalizmdir. Bu bağlamda çağdaş birçok İslamcı' dan farklı olarak Batı'nın teknolojisini almayı buna karşın ahlak ve kültürünü dışlamayı öneren anlayışa karşı çıkar. Eğer kapitalist ahlak geleneksel Hristiyan ahlakını bozmasaydı günümüzdeki Batı medeniyetinin çok daha farklı istikamette ve şekilde gelişeceğine inanmaktadır. Batı medeniyeti ve ahlakına ilişkin klişe bir ayırımın yapılamayacağını ifade eder (Emre, 2006: 46): Türk milleti Batı'nın iki şeyini yanlış anlamış; ilmini ve ahlakını tersinden görmüştür. Bir yandan Batılılaşmak isterken bir yandan da ahlakından uzak durmaya çalışmış. Ancak ilimle ahlakın aynı kaynaktan çıktığını fark etmemiştir (Topçu, 1998: 30). İşin doğrusu Avrupa'da kötülükler, hastalıklar var, ancak bu onların ahlakı değil; düşmanıdır. Avrupa elli yıldır bu krizin içinde perişan durumdadır. Avrupa Hz. İsa'nın getirdiği aşk ahlakına, sonsuzluğa susamış insanlığın Allah'a yönelik atılımına bağlanmasaydı bu günümüzdeki medeniyeti oluşturamazdı. Çünkü bu medeniyet aşkın medeniyetidir. Romantizm ve Rönesans bu aşkın ürünüdür. Hristiyanlığın dünyaya getirdiği bu aşka düşman olarak Batı'nın ahlakında derin yarıklar açan güç, madde dünyasının kahrolası kazanını büyük sanayidir (Topçu, 1998: 40-41). Topçu, kapitalizm, Hristiyan ahlakını bozmasaydı Batı medeniyeti günümüzdekinden çok daha iyi bir noktaya gelebileceğini ve onun arkasındaki gücün Hristiyan ahlakı olduğunu düşünür.

O, Paris de eğitim aldığı yıllarda Batı pozitivismi ve materyalizmini kritik eden Hristiyan-mistik entelektüel kesimle yoğun etkileşiminin sonucu Batı'nın tek boyutlu bir değerlendirmesinin yapılamayacağını anlar, Batı'ya rağmen bir başka Batı'nın olduğu fark eder (Öğün, 1992b: 70). Ve onun Batı medeniyetine bakışı derinlemesine şu şekilde ifade edilebilir: Batı medeniyeti arka arkaya ya da aşağıdan yukarıya katmanlar şeklindedir. Batı'yla karşılaşan Türk insanı ve münevveri birinci katmanı görünce şaşkınlık yaşar. Büyük şehir sistemi, maddi

gelişimin ileri seviyesi insan ilişkilerinde sınırsız özgürlük, çılgınca eğlence hayatı vb. bu katmanı gören Doğulu önce afallar ve sonra iki tür davranış gösterir: Onay ya da red; hayranlık veya nefret, ikinci katmanda bu yüzeysel medeniyetin bir miktar içine girer: Batı'nın kültür ve sanatı, resim, heykel, mimari müzik, edebiyat, kütüphaneler; müzeler, her Avrupalı bireyin okuması, kültüre ve güzel sanatlarla ilgilenen birer yurттаş olmasıdır. Küçük bir Doğulu münevver grubunun fark ettiği bu sınıf ise yalnızca hayranlık uyandırır. Sonuçta bu kültür etkinliklerinin Türk kültüründe olmamasıyla problemleri bir yılğınlığa düşmekte ya da geldiği toplumun dışına çıkıp kendisini, karşılaştığı bu yeni kültürün bir ögesi olarak avutmaktadır. Topçu'nun Batı medeniyeti olarak değerlendirdiği esas üçüncü katmandır o ise daha derinlerdedir. Din adamlarının, bilim adamlarının sanatkar ve filozofların yardım ve çabasıyla oluşmuştur. Ve onların sayesinde ayakta durmaktadır (Okay, 2009: 172-173). Yukarıdaki ifadeler ışında Batı, yer küre gibi aşağıya doğru üç katman olarak ifade edilebilir. Birincisi dünyanın yer kabuğu gibi en üst katmanı; Batı'nın maddi konfor, aşırı özgürlük ve eğlence hayatı, Batı'yla ilk karşılaşan her insan bunu fark eder. İkinci katman; Batı'nın kültürel kurumları ve sanat eserleri, Avrupalıların entelektüel merakı, dış kabuğun yüzeyselliğini aşabilenlerin fark ettiği orta katmandır. Üçüncü çekirdek (düşün) katmanı, bilim, düşünce insanları ve sanatkarların Hristiyan ahlakıyla Rönesans'la birlikte oluşturduğu ancak dışarıdan bakıldığında kolay kolay fark edilmeyen katmandır.

Geçtiğimiz yüzyılın ortasından sonra, Avrupa'dan temel şeyleri transfer ederek Avrupalılaştırma gereğini, ülkemizde birçok aydınlar ve yöneticiler, yer yer ileri sürerler. Zamanın gereklerine uygun şeyin Avrupa'da olduğunu ifade ederek gözlerini hırsla Avrupa'ya döndürenler ve Avrupa'yı çok beğenenler arasında, Avrupa'dan alınacak şeyin ne olduğunu belirleme işinde çoğu kez hararetle kavgalar, bilimsel ve düşünsel tartışmalar olur. Bunların bir grubu Avrupa'dan sadece teknik, diğer bir grubu ise tekniğin yanında kültüründe alınması gerektiğini savunurlar. Birinci görüşü savunanlar, Avrupa'dan sadece teknik ve makine almak gerektiğini ifade ederler. *'Avrupalı devasa fabrikalar, savaş gemileri, uçaklar, arabalar yapıyor. Elektrik ve buhar gücünü kullanma becerisine sahip. Doğanın gücünü insan kontrolüne sokmuş'* diye bağırarak, Türk milletini uyandırmak, sanki uygarlığa ulaştırmak isteyenlerin ilk sesleridir. Bunlar, Avrupa'nın çoğu olumsuz yönlerinin farkındadırlar. Türk milleti Avrupa'da makine ve teknik alırken, onların kültür ve ahlakını almayacaktı. Geçtiğimiz yüzyılın sonlarından itibaren, Avrupa'dan makine, yedek parçaları ve ağır sanayi unsurları memleketimize girdi. Fabrikalar kuruldu (Topçu, 2018: 178). Avrupa'dan yurdumuza giren sanayi unsurlarıyla birlikte kurulan fabrikalar ister istemez onu üreten kültürü ve ahlakı da promosyon olarak ülkemize taşıdı. Bu yüzden Topçu Avrupa'da salt teknik alınmayacağına zorluklarının farkında olduğu için teknoloji transferine karşı çıkar.

Topçu'ya göre ikinci görüşü savunanlar, Batılılaşma inkılabını yapanlar, birinci grubun gözünden kaçan toplumsal gerçeği fark eden, insan ruhunun parçalarda oluşan lego olmadığının farkında olan entelektüellerdir. Bunlara göre Batı'yı, tekniği ve uygarlığıyla aynen kabul etmek mecburidir. Eve kabul edilen misafirin ayaklarını ve vücudunu içeri alıp başını dışarıda bırakmasını söylemek komiktir. Batı'nın kafası, Batılı denilen şey, onun müziği, edebiyatı, ahlakı ve aile yaşamıdır ve bunları Batı'nın tekniğinden ayırmak mümkün değildir. Fabrikada işçinin çalışma şekli ailesini daraltır. Eşler arasına bireysel çıkar hesabı girer. Böylece ailenin ahlaki şahsiyeti zayıflar; günümüz ailesi oluşur. Bu çalışma şekli zevkleri değiştirir; önceki

ahlaki değerler terk edilir. Bu aydınlar, Batı'nın makine gıcirtısı altında yatan bütün bu üzücü sonuçları, tekniğe bağlandıklarından, gönülleri var yok onunla birlikte almak zorunda kaldılar (Topçu, 2018: 179). İkinci görüşü savunan aydınlar tekniği ve medeniyeti olduğu gibi kabul etmenin zorunlu olduğunu bildikleri için teknik alınırken ister istemez onu üreten kültüründe geleceğinin farkındadırlar.

Topçu'ya göre, Batı'yı meydana getiren ve onun devamını sağlayan güç, ruh ve madde olarak iki başlıkta ifade edilebilir. Ruh, zengin edebiyatı ve güçlü metafiziğini Orta Çağda oluşturan Hristiyan spiritüalizmi, madde; Avrupa'da XVII. Yüzyılda emperyalizm, kısaca diğer kıtaların ham maddelerini Avrupa'ya kaçırma çabasını destekleyerek ortaya çıkan büyük sanayidir. Avrupa'nın üç yüz yıllık tarihi, bu iki gücün çarpışmasının ürünüdür. Nazik Hristiyan ruhuyla sömürgeci sanayicinin ham ve kaba maddesi yer yer çarpışır. Bazen biri bazen diğeri kazanır. Hz. İsa'nın Avrupa kıtasında en has temsilcisi olarak görülen Pascal'daki aşk ve iman gücü, vicdani rasyonaliteyi üstün tutan Kant'ın görev ahlakı romantizmi oluşturduğu gibi, bitkin kalplere coşku ve enerji veren Rousseau'nun kalp ahlakı ve doğa aşkı hep Hristiyan spiritüalizminin Avrupa'da doğurduğu oluşumlardır. Fakat, kalp ve imanın sesini, yine yer yer makine canavar gibi boğmak istemiş ve bunu başarmıştır (Topçu, 2018: 180). Batı'yı oluşturan ruh ve madde gücü birbirine karşı mücadele içerisindedir. Son zamanlarda pozitivizmle beraber modernite, Batı'nın spiritüalizmi ve kalp gücünü alt etmiştir. Bu yüzden Topçu, Batı'ya karşı çok yönlü bir değerlendirme yaparken, moderniteye karşı kökten bir eleştiri getirir.

3. Nurettin Topçu'da Modernleşme Algısı

Osmanlı'nın son asrından itibaren entelektüellerin hepsi modernleşmeyi destekler. Ancak modernleşmenin şekli hakkında farklı yaklaşımları vardır. Anlaşmazlık modernleşmenin kendisiyle ilgili değil şekliyle ilgilidir. Bu yüzden modernleşme politikalarına karşı köklü yaklaşımlar oluşmamıştır. Ancak burada Topçu çok önemli bir konuma sahiptir. Doğrudan modernlikle hesaplaşmakta ve pratiklerini tartışmaya açmaktadır. Bu yüzden Topçu, modernleşmenin şekliyle ilgilenmez niçin modernleşileceğiyle ilgilenir. O, modernleşmenin taklitçi, tek taraflı, sorgulamasız, radikal bir şekilde pozitivizmle iş birliği içinde uygulamaya koyulduğu bir dönemde düşüncelerini ifade eder. Bu yönüyle entelektüel bir çaba içerisine de girer. Modernliğin uygulamalarına yönelik siyasi projenin uygulamalarına meydan okuyucu düşünsel bir mücadele verir. Zamanını fildişi kule de geçirmez (Yıldırım, 2016b: 126). Birçok aydın modernleşmenin şekli üzerinde kafa yorarken Topçu'nun modernleşmenin kendisinin ve pratiklerinin handikaplarının farkına varmış olması çağdaşlarından daha öngörülü olduğunu gösterir.

Topçu, Türk entelektüelleri arasında modernleşmenin gerekliliğini sorgulayan ilk aydındır. Modernleşmeyle eklektik ilişki kurma şeklini tasvip etmez. Bu problem daha doktora çalışmasında kafasını meşgul eder. Ona yönelik ciddi bir entelektüel ve düşünsel arka plana sahiptir (Yıldırım, 2016b: 119). Topçu, fikir hayatının tamamında modernleşmeye teknoloji kavramı üzerinden bir ideoloji eleştirisini yapar. Bu yönüyle Türk politikasında geniş bir platforma sahip olan modernleşme yaklaşımından ya da medeniyetçi (modernist) muhafazakarlıktan ana çizgilerle ayrılır (Mollaer, 2016: 219). Topçu'nun Medeniyetçi muhafazakarlıktan ayrıldığı nokta onların modernleşme taraftarı Topçu'nunsa modernleşmeye karşı çıkmasıdır. Onlar, Batı ile aradaki mesafenin ancak bu şekilde kapatılabileceğini

düşünürler. Topçu tam tersi Batı ile aradaki mesafenin bu şekilde daha da derinleşeceğini düşünmektedir.

Topçu'nun düşünceleri, çağdaş düşünce tarihi penceresinden değerlendirildiğinde özgün ve ayrıksı yapan özelliği, teknolojik modernleşme hastalığına tutulmuş bir ekol içinde modernleşmeye yaptığı keskin ve köktenci eleştiriden kaynaklanır. Bu ciddi eleştiri, ekonomik, sosyal ve ahlaki nedenlere dayanan ön koşullara ve açılımlara sahiptir. Ekonomik ve toplumsal açıdan, modernliği kapitalizmle özdeşleştirir ve çok sert eleştirir: Ekonomik modernlik olarak kapitalizm ve endüstrileşme, sosyal modernlik olarak, toplumsal açıdan farklılaşmamış bir tarım toplumuna karşılık gelen cemaatin ötesine geçilen, konvansiyonel topluma denk düşen cemiyet hayatı insan tabiatına terstir. Topçu, toplumların evrensel değişiminin nesnel şartlarına dikkat çeker ve bu koşulları ahlaki içerikle doldurur (Mollaer, 2009: 209). Topçu gibi Frankfurt Okulu düşünürleri de aynı tarihlerde, modernleşme, kapitalizm ve endüstrileşmenin insan ve toplum hayatındaki handikaplarına dikkat çekmesi onun sosyal bilimlere olan hakimiyetini ortaya koyar.

Ancak Batı- dışı bir sosyoloji tasavvuru olarak Topçu'nun savunduğu yaklaşım *Eleştirel Teoriye* (Frankfurt Okuluna) göre daha özgündür. Modernliğin sonucu olan yabancılaşma, ruhsuzlaşma (Weber'in deyimiyile büyü bozumu) ve makineleşme problemlerine varoluşsal açıdan eleştirilerde bulunur. Sosyal açıdan sanayileşmenin çözüm değil, bir köleleşme ve kriz toplumu olma handikaplarına dikkat çeker. Bu eleştirilere sunduğu çözümleri, Anadolu İslam medeniyet ve kültür birikimlerinden yola çıkarak ortaya atar. Türkiye'ye yerli *Eleştirel Teoriyi* kazandırır (Yıldırım, 2006b: 146-147). Teknik yapıya bağlı modernlik, dünyanın genelini Batı hegemonyasına sokarak araçsallaştırmaktadır. Frankfurt Okulu ise modernliğe karşı yalnızca yabancılaşma eleştirisi yapar. Teknolojinin Batı dışı toplumlarda hegemonyacı yapısına vurgu yapmaz. Ancak Topçu bu konuya önemle dikkat çeker. Teknik gelişme Anadolu'yu fetheden yeni saldırganlıktır. Anadolu'yu teknik uygarlığın sömürgesi yapar. Bu tarihte gerçekleşen en kötü istiladır. Hatta Yunan istilasından da kötüdür. Anadolu halkı teknolojiye karşı duyduğu kompleksle maddenin kölesi durumuna düşmektedir (Yıldırım, 2016b: 122).

Topçu'nun genelde modernleşmenin tümüne özelde de Cumhuriyet modernleşmesine eleştirileri vardır. Topçu'nun, Cumhuriyet modernleşmesine eleştirisi, hamle ruhundan ve ahlaki endişeden uzak, estetiksiz, felsefesiz, maddi dünyayı elde etmeye yönelik bir arzu ve coğrafya kavrayışına dönük bir karşı çıkmadır. Topçu'nun eleştirel yaklaşımı "*tekniği almayalım, onu almak taklittir; tekniği oluşturacak kültürü inşa edelim*" düşüncesinden doğar (Bergen, 2016: 274). Topçu'nun kültür inşa etme konusundaki düşüncesi özetle şöyledir: Kültür, transfer edilemez, taklit edilemez, kopyalanamaz, uygarlık araçları gibi satın alınamaz, gümrükten kaçak olarak sokulamaz. Uygarlığın, milli kültürlerin, gelenek ve göreneğin, yaşam şekli ve teknik aletler olarak hayata armağanı, manevi olan kültürün maddi yaşam çerçevesinde kalıplaşan sızıntılarıdır (Topçu, 2018: 175). Tekniğin (teknolojinin) Batı'dan direk transfer edilmesi durumunda karşılaşılabilecek problemlerin farkındadır. Teknik, transfer edilirken onu üreten kültüründe ister istemez nüfuz edeceğini bildiği için tekniği yaratacak kültür inşa etmeyi teklif eder.

Topçu'nun, teknikle ilgili kaygıları özetle şöyledir: Bütün kuvvetler ve akıllar, teknik denen canavarı dünyaya sığmaz bir güce dönüştürmek için uğraşılıyor (Topçu, 1998: 201).

İbadethaneleri bile mal ve dünya arzularıyla ile dolduran çaresiz insan, ibadethaneye koşuyor ancak onda da kurtuluş bulamıyor. 'Büyük teknik' diye çılgınlar gibi bağıradsun tekniğin zehirli bir ölüm iksiri olduğunu fark edilmesi yakındır. Ruhlarındaki zenginliklerden vazgeçerek, dostluğu, sevdayı, merhameti, vefayı ve Allah'ı da yok sayarak kollarına sığındıkları tekniğin pençesi altında son sözü acizlik ve pişmanlık olacaktır. Dün daha çok sevdikleri direksiyon, uçak, fabrika diye hep kalpten bağlandıkları güzel oyuncaklar, cehennem lavlarını tepelerine akıttığı zaman ne yapacaklar? (Topçu, 1998: 202). Topçu, tekniğin ve teknolojik modernleşmenin sağladığı olanaklar aracılığıyla gerçekleştirilen Holokost, atom bombası vb. yaşanmış ve muhtemel yaşanacak tehlikeleri ifade etmektedir.

Topçu, bir yandan da teknolojinin kültürün kontrolünde olmasından yanadır. Makineleşmeye da karşıdır. Makineleşme taraftarlarını aptal olarak niteler. Teknolojiyi kültürün bir parçası olarak görür (Uçan, 2006: 86). Topçu, teknolojik gelişmelere karşı olduğu kadar, muhtemelen ondan daha çok insanın teknoloji karşısındaki durumuna, çaresizliğine karşı çıkar (Öğün, 1992a: 113). Topçu'ya göre Müslümanca yaşama olasılığı ancak kır hayatında mümkündür. Öyleyse, sabandan daha ileri bir teknoloji milli kültürün temel dayanağı olan İslami hayata zarar verecektir (Öğün, 1992b: 67-68). Uçan ve Öğün'ün düşüncelerine göre Topçu, teknolojinin zararlarının kültürle önenebileceğini, kültür ve tekniğin birbirinden ayrılamayacağını, Müslüman Türk kültüründe icat edilmeyen teknolojinin İslami yaşayışa ket vuracağını düşünür.

Topçu, teknolojiyi soyut pencereden değil de onu kapitalist pencere çerçevesinde yorumlar (Öğün, 1992b: 68). Zekanın gücü, maddeye bağlanarak onu ve diğer insanları sömürerek, teknik yeteneği harekete geçirir. Günümüzde teknik kuvvet dünyaya bir başına egemen olarak maddeyi ilahlaştırır. Teknik ve ticaret kol kola girerek dünyada egemen olurken, onların yok saydığı ruh gücü dünyadan uzaklaşmaktadır (Topçu, 1998: 148). Topçu'ya göre tekniğin en problemlili yönü kapitalizme zemin oluşturması, ticaretle iş birliği yaparak ruh gücünü ortadan kaldırması, ticareti çok güçlendirip maddeyi büyütmesindedir.

İnsan tekniği geliştirerek topraktan demiri (metalleri) çıkarır. Ancak topraktan çıkarılan demir insanlığın başına bela olur. Topçu bu konuyu özetle şöyle ifade eder: Topraktan kaçan insanın ilk eylemi, topraktan çıkardığı demire koşmak oldu. Önce demirden kılıç yaptı; diğer insanların başını kesti. Sonra sabanına taktı ve toprağı sürdü. Daha sonra demirden yaptığı aletlerle inşa ettiği şehirleri dizayn etti. Şehirlerde toprak sevgisinin yerini demir hırsı aldı. İnsan demirle uğraştıkça içindeki şeytan hareketlendi. İnsan eliyle aletleşen demir, hırsları kımıldattı. Artan hırs kalbi ezdi ve demirin azdırdığı ihtiraslar insana egemen oldu. İnsan, kendinden kaçıp haricindeki eşyaya yöneldi. Demirin kuvvetiyle aletleşen varlıklar, yüzlerce demirden ok olarak insan kalbine saplandılar. Toprağını kaybeden kalp bozuldu. Toprak, sonsuz huzuru sağlamasına rağmen, topraktan çıkarılan demir, dünyayı karanlığa boğdu. Günümüzde makine olarak dünyanın üstüne kâbus gibi çöken demir iktidarı, kendine hayran olan insan kalbini öldürmüş ve saadeti dünyadan çıkarmıştır. Demirin yumruğu altında iradesiyle tutsaklığı kabullenen insan, yolları ve uzayı demirle kat eder, onunla harikalar yaratır, onu mabudlaştırır ve demire tapınmaları arttıkça ruhundaki saadet daha azalır. Kendisinden daha da uzaklaşarak yaşam sevgisini her gün biraz daha kaybeder. Her geçen gün o bir iskelet şekline gelmektedir: Uçan bir iskelet, her şeyi yapma iddiasında olan bir ceset, kin, ihtiras ve kıskançlığın çıldırtdığı bir ifrit, can çekişen bir canavardır (Topçu, 1998: 170-171).

Modernitenin ana unsuru makine olarak düşünülürken; Makineyi meydana getiren ana unsurda demir ve diğer metallerdir. Ancak Topçu'nun günün koşulları içerisinde makineyi oluşturan bütün metal unsurları demir olarak ifade ettiği sonucuna varılırsa; bundan mülhem Topçu'nun demir kavramıyla ifade ettiği şey modernitedir.

Eski insan rahmaniyet kazanmadığı zaman birbirinin kurdu olurdu. Demiri silah olarak kullanan günümüz insanı ise milyonlarca insana saldırma kuvveti kazanmıştır. Demirin cehennem sesi gibi homurtusu altında çığlıklarını bastırdığı işçi sınıfının yaşamını işkenceye çevirerek, onların kanını sömürmekten vazgeçmez. Aynı zamanda o, diğer insanlara bela olan varlığının anlamını ve acımasızlığını düşünmeyecek kadar kendisinden geçer. Demir kementlerin tahakkümü altındaki masum insanların, kendi vicdanının paslı çarkları altında örtülü olduğunu görmemek ve düşünmemek için insanın sarhoş olması gerekir. İnsan böyle kendi kendini kemirerek ucube bir hal alır. Doğadan uzaklaşarak kaybettiği kalbin yerindeki her şeyi yeniden kazanmak zorundadır. Demir sevgisi yoluna harcadığı ruhundaki sonsuz gücün yerine, çıldıran aczinin krizleri onda ezilmek arzusunun devam ettirmektedir (Topçu, 1998: 171-172). Modernitenin olanaklarını kullanan insan eskinin rahmaniyet kazanmayan insanına benzer ve diğer insanları iki şekilde ölüme mahkûm eder. İlki modernitenin sağladığı teknolojik olanağı elde eden ve maneviyattan yoksun insanın modernitenin olanaklarına sahip olmayan milyonlarca insanı öldürmekten geri durmaması, ikincisi, ise yine makine ve teknolojinin olanaklarını kullanarak diğer insanların emeğini ve alın terini sömürerek ölüme mahkûm etmesidir.

Topçu yine bu konuda özetle şöyle der: Yerde sürünen demiri, yükselmek ve güçlenmek arzusuyla günümüzde omuzlarında taşıyan insan artık bitkindir, omuzlarında taşıdığı demir üzerine çökmüştür. Buna rağmen o kurtuluşunu demirden beklemektedir. Eski devlet yönetimleri bile kendilerine yönelik yapılan ihtilallerde, demiri kutsallaştıran rejimlerden yardım talep eder. Toprağı terk ettikten sonra uzaya da meydan okuyan, demirden bir kâbus gibi uzaya yükselen kentlerde kurtuluşunu ararken demir dönemi diye yücelttiği demir tutsaklığının kalbi nasıl harap ettiği ortadadır. Ancak sırtını ezen demir yükünün yorgunluğunu azaltmak için onun bir miktar dinlenmeye, neşelenmeye ve unutmaya ihtiyacı vardır. Günümüzün aşırı spor düşkünlüğü, bu neşelenme ve unutmaya arzusundan yani insan şerefini, namusunu ve ahlakını ortadan kaldıran eğlence isteğinden doğmaktadır (Topçu, 1998: 173). Topçu'nun, yukarıdaki *omuzlarında taşıdığı demir üzerine çökmüştür*, ifadesi insanın, maddi konfora kavuşurken ruhen modernitenin esaretine girmesini ve geleneksel devlet yönetimlerinin bile, kendi varlığını tehdit eden, modern siyasi ve teknolojik güce karşı yine modernitenin olanaklarıyla karşı koyma çabasını anlatır. Modernite (demir) aracılığıyla topraktan uzaklaşıp, köyleri terk edip uzay üssü gibi gökdelenlere yerleşerek kendisine bir çare bulunduğunu sanmasına rağmen kalbini yok eder. Onun bu modernite esaretinden kurtulmasının yolu, modernitenin olanaklarından uzaklaşmasındadır. O çözümü modern dönemlerin eğlencesinde aramış ancak modern dönemin eğlence anlayışı şahsiyeti, namusu ve ahlakı ortadan kaldırmıştır.

Topçu'ya göre, içinde bulunduğunuz yüzyıl modern olarak adlandırılan karanlık bir dönemdir. Üç yüzyıllık Batı uygarlığının kahramanları yoruldu, hırslarının eseri onları krize soktu. Zekâ ile yan yana yürüyen hazların yücelttiği demirin ağır kütlesi leş gibi ruhlarının üstüne çöktü. Günümüzde bu leşi kaldırıp atacak bir yer ve güç bulunmaz. Kendisini kral

zanneden insan, başta esiri zannettiği demire günümüzde kendisi esir oldu. Uygarlık sarayının ışıkları ruhları aydınlatamaz oldu. Artık bütün her şey, büyük eserler ağlar; bilim, makinenin boğuk soluğunda ağlamakta; sanat, bu kadar yoksulluk yangınlarını söndürmeye çalışan çılgınlarda ağlar, bilimin asaletli yüzü siyahlaşır, ilahi sanat kendisine iftara atan hainliklere karşı dostmuş gibi utancından sararır. Dünyada beden kafesinde tutsak olan ruh bir yandan da demirin tırnakları altında ezilir. İnsan bu çifte esaretten nasıl kurtulacaktır. İnsanlık kurtuluşunu arıyor, yaşam adeta kurtuluş mücadelesidir. Açıkça ifade edilmeyen kurtuluşun anlamı, ruhun beden kafesinden, insanında demirin çarklarından kurtulmasıdır. Kurtuluşun ancak böyle olabileceğini insanlar düşünmezler. Ruhlarında hissederler. Muhtemelen demirle kurtulacaklarına samimiyetle inanır ve bu inanç zemini üzerine birçok sistemler inşa ederler. Omuzlarındaki demir yükünü daima çoğaltırlar. Beyinlerini titreten demirin gürültüsünden sarhoş olurlar ve sarhoşluklarını daha da artırmak isterler. Demirin kalpleri yakan, vicdanları katılaştıran tırnakları altında inlerler ve daha derin çılgınlara gönül verirler (Topçu, 1998: 199-200). Modern bir yüzyıl olan XX. Asır insani değerler açısından çok olumsuz koşullara sahiptir. Son üç asırdır Batı medeniyetinin doğurduğu modernite insanı bunalıma sokar. İnsan teknolojinin sağladığı maddi konfor sayesinde kendisini hükümdar zannederek büyük bir esarete girer. Ne yazık ki insanlık günümüzde bu esaretten kurtulmak ister. Kurtuluş reçetesi ise insanın maddi konfor ve hazları öteleyerek ruhsal aktiviteleri birinci sıraya almasıyla olacaktır.

Topçu teknoloji üzerinden modernleşme eleştirisine devam eder ve özetle şöyle der: İnsanlık dört tarafı ateşle çevrilen akrep gibi bir çıkış yolu bulamayınca, demirden iğnesini kendi kendine batırır. Günümüzde akıllara durgunluk veren icatlar ve dünyanın altını üstüne getiren demirin eseri olan büyük keşifler, *hippilik* medeniyetini ortadan kaldıracak olan büyük dünya savaşına, yani insanlığın toptan intiharını hazırlamaktan başka bir şey değildir. Bunlar insana huzur verecek, gönlü kurtaracak yaklaşımlar olamaz. İnsan, kurtuluşa doğru ilerlediğini zannederken kendi celladı olan, demirden çare beklemektedir. Bu durum uygarlığın iflasını sağlayacaktır (Topçu, 1998: 173). İnsan demirden yani moderniteden çare beklerken daha kötü sonuçlarla karşılaşacaktır. Topçu bu durumu moderniteyle ifade ederken Weber rasyonaliteyle ifade etmektedir. Topçu'nun yukarıdaki *insanlık dört tarafı ateşle çevrilen bir akrep gibi* ifadesi Weber'in çelik kafes metaforuyla benzerlik gösterir. Ancak Weber çelik kafesle bir rasyonalite eleştirisi yaparken Topçu, *insanlığın dört tarafının ateşle çevrili* olduğunu söylerken modernite eleştirisi yapmaktadır.

Modernitenin egemen olduğu yirminci yüz yıl makine medeniyetidir. Her geçen gün yaşamın fiziki boyutunu kolaylaştıran yeni araçlar üreten makine, çalışan insanları kendi koşullarına göre şekillendirerek özgürlüklerini alır ve mesleki şahsiyetlerini ortadan kaldırır (Topçu, 2017: 222-223). Böylece modernite insana bir yandan maddi işlerinde ciddi kolaylıklar sağlarken diğer yandan insan ruhu ve özgürlüğü üzerinde hegemonya kurarak mesleki şahsiyetlerini yok eder.

Makine medeniyetinden önce maddeden ruha yükselen güç, makine medeniyetiyle birlikte yeniden maddeye inmiştir. Makine kısa sürede ilah oldu. Son yüz elli yıldır sınıf çatışması kin ve çıkar mücadelesidir. Makineyi üstten tutan patron ve onun altında can çekişen işçi, her ikisi de maddeye tutsaktır. Ruh, makinenin kaba gücü altında can çekişmektedir. Makine bir yandan çalışarak kendisini kullanan işçiyi cehennem hayatına mahkûm eder, bir

yandan da bol kazancı mutluluk kapısı zanneden patronu robotlaştırır. Işıltılı mekanlarda kadehlerin tokuştuğu güzel salonlarda sözüm ona mutlulukları köpürten insanlar, o saadetlerini makinaya borçludurlar. Ancak bu salonları hazırlayan, onların emrine sunulan dünya nimetlerinin oluşturulmasında binlerce mazlum işçinin mahkûm edildiği ıstıraplı yaşamı düşünmek gerekir. O kadehlerde yudumlanan binlerce gözyaşındır. Kahkaha atan lüksün geri planında acı çığlıklar saklıdır (Topçu, 1998: 175-76). Topçu'nun makine medeniyeti olarak ifade ettiği modernite, madde gücünün kaynağı olmuş, ruh ise moderniteyle mücadelede yalnız kalmıştır. Teknolojik modernite, öyle bir hal aldı ki hem kendi sahibi olan patronu hem de pençesi altında ezdiği işçinin kalbini yok ederek her ikisini de esir etmiştir.

Günümüzde teknolojik modernite, ruhun huzurunu ve varlıktaki duayı yok edip, homurtularıyla caddeleri doldurmuş. Sokaklarda samimiyetle kucaklaşan bakışlardan eser kalmamış; bütün bakışlar adeta küfür ve lanetle saldırmaktadır. Merhamet bakışları yerine her taraftan tehlike ve şiddet bakışları fişkirir. Şehvetleri uğruna başarıya ulaşmak isteyenler birbirlerini ezmekten geri durmazken, makine etrafa kan saçır. Esas söz dinlemeyen makine değil sözden anlamayan insandır. Artık o kendi kalbinin sesini duyamaz hale gelmiş. Ne yazık ki toprağın insanı toprakla ilişkisini kesmiş, gözünde kentlerin cehennemindeki ışıltılı tablolar, kalbinde fabrikanın matem dumanlı bacası, sevdasını bırakıp el yurduna, yabancı şehirlere koşmaktadır (Topçu, 1998: 113-114). Gelinek nokta itibariyle makine yani teknolojik modernleşme insanı doğadan koparıp yabancılaştırmakta ve bu yüzden insan kır hayatını bırakıp, şehir hayatının ışıltı yüzüne kanarak toprakla ilişkisini kesip fabrikaya ve büyük şehirlere akın etmektedir.

Teknolojik modernitenin en somut göstergesi olan fabrika bacalarının büyük kentlerin çevresini kuşatma çılgınlığı son elli yılda ruh aleminde büyük kayıplara neden olur. Aslında bir asırdan itibaren fabrika kelimesi kutsal bir terim olarak dillerde ve gönüllerde dolaşan modern bir teşbihtir. Yaşam ise hiç de öyle değil. Eski saadetin yerinde şimdi kaos, önceki aydınlığın üstünde şimdi katı bir karanlık egemendir. Büyük mal varlıkları dünyayı krallarla doldurmaktadır (Topçu, 1998: 78). Geleneksel dönemde insanların hakkına tecavüz eden kral sayısı pek az olmasına rağmen ancak günümüzde fabrika ve modernitenin sağladığı olanaklar insanların hakkına tecavüz eden kral (ekonomik krallar) sayısını artırmaktadır.

İnsanoğlu fabrika bacalarının kan kusacağını düşünemedi (Topçu, 1998: 194). Ancak bu ekonomik kralların fabrika bacaları kazanç hırsından dolayı *savaş savaş* diye haykırarak şehirleri ayakları altına almış, semaya doğru uluyan bir canavar gibi bağırılmaktadır. Sadece ağır sanayi değil, büyük sanayi de (ticaret ve kazanç hırsı) savaş hazırlamaktadır (Topçu, 1998: 190-191).

Fabrika bacasını mihrap yapan metropollerde akıl hastaları çoğalır. Aya gönderilen astronotların çıldırması ise daha sonu gelmeyen kayıplardandır. İnsanın ruh dünyasında kıymetli neyi varsa fabrika tek tek öldürmektedir (Topçu, 1998: 176). İnsan, günümüzde fabrika bacasından toprak, su ve güneşin kucağına sığınarak onlarda kendisini bulmaktadır (Topçu, 1998: 194). Fabrika, insanın maddi konforunu sağlamasına rağmen akıl hastalıklarının artmasını önleyemez. İnsanın maddi konforuna katkı yaparken ruh değerlerini ortadan kaldırır. Fabrikanın, önemli unsurlarından olan iş makinası, araba ve otomobildir.

Topçu'nun otomobil üzerinden yaptığı modernite eleştirisi özetle şöyledir: Akıl ve bilimin meyvesi olan bir uygarlığın en somut örneği olan otomobil, büyük ve kaba oyuncaklar gibi sahiplerini neşelendirirken, büyük cezaevinin caddelerinde etrafa saldırarak öldürecek bir hasta, bir dalgın, bir bitkin ve yerlerde sünen bir aciz aramaktadır. Bütün alanlarda, bütün kapılarda kurulu dar ağaçları yerine bu otomatik idam sehpaları sıralanırken stadyumların vahşi naraları, Roma'nın önceki dönemlerini hatırlatır (Topçu, 1998: 88-89). Topçu, kapitalizmden ziyade modernite ve teknolojinin insan yaşamına zarar vermesi konusunda kötümserdir. Makine onun gözünde kriminal bir yapıdadır; ondan bazen *ifrit* diye bazen de homurtu ve gıcirtılarıyla, yani yaşama doğal olmayan bir ses kirliliği ve sorun olarak girmesini konu eder. Eserlerinde önemli bir oranda otomobil nefreti yer tutar. Otomobil makinenin insana olan hegemonyasının göstergesidir (Bora, 2016: 83-84). Kısaca Topçu'nun, gözünde otomobil günümüzün canavarı olarak sokak ve caddelerde dolaşırken eski çağların arenasındaki vahşi hayvanları, orada bulunanlar ise onlara yem olarak atılan insanları andırmaktadır.

Topçu kır yaşamını bırakıp büyük şehrin ışıltısına kanan insanın otomobille olan ilişkisini özetle şöyle tasvir eder: Yavaş yavaş güç kaybeden tarlasıyla her geçen gün üzüntü verici bir hal alan bahçesinin iki yanında yükselen kayanın nazlı nazlı boy gösterdiği kapısında durup tozlu yoldaki kamyonun edasıyla geçtiğini seyreden toprak insanı bu yeni canavarı gönlüne sindirmek ister. Kısa bir zaman önce köyünde kilerine koyacağı kışlık buğdayı düşünen kadın günümüzde alacağı arabanın markasına karar vermek için boş boş zaman öldürür (Topçu, 1998: 88). Köylerde doğa ile baş başa yaşayan insan bir kamyonu sahip olmak yani modernitenin olanaklarını kullanmak ister. Köyde, kır hayatı yaşayan, en önemli problemi, karnını doyuracak kadar ihtiyaçlarını kazanmak olan kadın, şehirlerde modernleşmenin sağladığı olanaklar sayesinde boş kaldığı için tüketime merak duyar.

Eski dönemlerde zorbalık sadece krallara hastır. Günümüzde semavi kitaplar yerine direksiyona sarılan bütün eller binlerce insanı çiğneyerek kentleri ölülerle doldurma potansiyeline sahiptir. Otomobil kalbi çürümüş dünyanın kıyma makinelerini andıran berbat sesli bir canavardır (Topçu, 1998: 171). Ve caddelerde adeta öldürecek insan aramaktadır (Topçu, 1998: 78). Günümüzde otomobil alacak güce sahip olanlar önceki devirlerin zalim krallarının gücüne ulaşmaktadır. Dolayısıyla eski dönemlerde çok az sayıda zalim varken makine/otomobil aracılığıyla günümüzde birçok zalim ortaya çıkmaktadır.

İnsan metropollerde, araçlarla dolu caddelerde kalabalık sokaklarda yalnızdır. İnsan kendisiyle baş başa kalma olanağından yoksundur. Benliğine yabancılaşmış. İnsanın benliği ile baş başa kalmasını ancak doğa sağlayabilir. Mahşer yerine benzeyen şehirlerde strese giren insanlar doğa ahlakına ve olabildiğince de doğayla baş başa olma sevgisine çok ihtiyaçları vardır (Topçu, 1998: 128-129). Eski çağlarda Barbar saldırılarından Akrepol'e sığınan site devletleri gibi, doğanın kollarından kaçanlar, içerisinde milyonların yaşadığı metropollere sığınmışlar. Bu metropollerde birer mahşer yaşamı sürdüklerinden şehirli gibi şehirli olmayanlarda habersizdir (Topçu, 1998: 87). İnsanların büyük gökdelenlerde yaşamasını ise olağanüstü bir durum, çevresinin düşmanlar tarafından kuşatılması gibi çaresizlik içinde yaşamak zorunda kalması olarak değerlendirir.

Topçu'ya göre modern dönemden önce insanlar bir servinin gölgesinde bile ruhunun cennetinin hayalini kurmaktadır. Günümüzde ilerleme diye demirin pençesi arasında inleyen

insan, yalnız bir köşede günahlarının kritiğini yapamayacak kadar kafası karışıktır, öyle karışıktır ki toprağını terk edip kaçtığı ve atmosferinde kinden ve demirden yumruklar yükselen metropollerde hayırlı nesiller, ağaç ve güneşi terk ettiği bu karanlık metropolde dost aramaktadır. Bülbül seslerini unuttuktan sonra fabrika bacasının homurtularından şefkat dilenir. Modern dönem insanı metropollerin güneşi engelleyen beton ve demirden perdeleri arasında öfke nöbeti içinde gezen demir yığınlarında birer direksiyona sarılmış, adeta hapishane parmaklıkları arkasında güneşe ve açık alanlara saldıran bir ruh hastasıdır. Uzak mesafeleri kısa sürede çok hızlı kat etmek gibi çocukça arzularının kurbanıdır (Topçu, 1998: 171-172). İnsan, modern dönemden önce bir gölgelikte, doğa ile baş başa bir bülbül sesiyle cenneti hissedebilirken, metropollerde fabrika uğultusu altında sığınacak bir yer arayan ruh hastasını andırmaktadır.

Metropol yaşamında insan sevgisi yok olmuş yaşamın anlamı kalmamıştır. Uzak mesafelerdekilerle iletişim kurma insanların dostluğunu sağlamaz. Apartman yaşamında aileler ağılda farklı bölmelerde yaşayan koyunlar gibiler. Aralarında ne dostluk ne de sorumluluk duygusu kalmış, geçmiş bağları bile ortadan kalkmıştır. Metropollerin insanı hapsedtiği salon yaşamı mutluluk sağlasaydı, kentliler her fırsatta ormana ve deniz kenarına koşup doğaya sığınmazdı. Tekrar ona dönmek kolay olmaz. Günümüzde köylerden kaçanlar ne yaptıklarının farkında değildir (Topçu, 1998: 176). Köylerden metropollere kaçan insanlarda yavaş yavaş insana duyulan sevgi ortadan kalkar. İnsanın doğadan kaçması ve metropollerin maddi koşulları, insanın kalp ve gönül dünyasını harap eder. Bu yüzden metropol insanı her fırsatta doğanın kucagina koşar.

Görülüyor ki insan, iradesini tutsak eden hırslarla, kentlerin lüksüyle tüketim çılgınlığında mutluluk aramaya sürüklenip, sonra da insanı tutsak eden bu güçten kurtulamayarak bir çamura saplanır. İnsan fırsat bulduğunda doğadan huzur ve gerçek mutluluk toplayacak olmasına rağmen neden onun sevgi ile rahmet dolu kollarından uzaklaşır. Tekrar ona geri dönmek kolay değildir. Onlar doğayı terk edip kaçan ne yaptıklarını bilmeyen insanlardır. Kısa zaman sonra kimsesiz kaldıklarını fark edeceklerdir (Topçu, 1998: 177). Doğadan kaçıp demirin hegemonyası altına giren insan, dünyayı elde etme ihtirasını da aşarak uzaya gider. Devamlı hegemonya ve saldırma düşüncesine sahip olan insanın damarlarında merhamet yaşamaz. İnsan yığınlarından uzak hayat sürenler de doğadaki ilahi boyutu bırakarak, kalplerini ve aşklarını çiğneyerek köylerden kentlere akın eder. Oradan da daha büyük metropollere doğru bu akın bitmez (Topçu, 1998: 201). Köylerden metropollere olan akının nedeni modernitenin sağladığı dünya hırısıdır. Ancak bu dünya hırısı insanı izole ederek tek başına çıkmaz bir yola ve hegemonya altına sokar.

Topçu bir doğa felsefecisi olarak doğanın yapıcı, yaşatıcı kuvvetine değer verir dolayısıyla modernizm karşıtlığı, doğayı temel güç olarak değerlendirmesindedir (Yıldırım, 2016a: 142). Modernleşmenin dini hayatı etkisi altına aldığı ve şehir dindarlığının faydacı özelliklerinin, modernleşmenin kültürel neticesinden olduğunun farkındadır (Öğün, 2009: 286). Topçu'nun doğaya önem vermesi ve moderniteye karşı olmasının altında yatan temel nedenlerin ikisinin din ve ahlak olduğu söylenebilir. İnsanların arasında fiziki gücün egemen olduğu ilk çağlarda en azından her dönemin bir ahlak ideali vardır. İçin de bulunduğumuz çağda bir ahlak ideali yoktur. Günümüze kalan ahlak kırıntıları da eski dönemlerden kalmadır. Batı'yı ilerleten ve yaşam aşkı oluşturan Hristiyanlıktır. Osmanlı'yı sevginin simgesi haline getiren

İslam'dır. Bunları yok eden makine ise yerine hiçbir ahlak getiremedi, ne yazık ki insan insanı sevmez oldu (Topçu, 1998: 176). Bu nedenden ötürü günümüzde Batı'ya tamamen egemen olan, Batı dışı toplumlara yavaş yavaş yayılan modernizmin ahlak ve din ideali yoktur.

Topçu, modernliğe temelden karşı olmasına rağmen insanlığın kurtuluşunun, teknolojinin büyük idealler uğrunda kullanılmasıyla mümkün olacağını (Topçu, 2017: 222-223) düşünür. Ancak konunun ayrıntılarına girmez, konuyla ilgili genel bir çerçeve çizer. Geçek kurtuluş, doğanın kucağındadır; ona yönelmekte ve onu kucaklamaktadır. Ancak demiri terk etmek, artık insan iradesinin kontrolünde değildir. Bu ancak tarihi alınıyazısı ilahi bir yardım sonucu olabilir (Topçu, 1998: 173). Topçu'nun, modernleşmeden kurtulmayla ilgili '*bu ancak tarihi alınıyazısı ilahi bir yardım sonucu olabilir*' sözü, insanlığın içinde bulunduğu koşulları itibariyle modernlikten çıkamayacağını bilincinde olduğunu göstermektedir.

Tekniğin gücü, sanki dünyayı makineleştirmektedir. Evet, dünya makineleşmekte ve dünyayı makineleştirmek için teknik dizginlerini ellerinde tutan insan da teknik, muzaffer olur olmaz, onun zafer arabasını sürmek sevdasıyla arkasından onu büyük bir cazibe ile takip eder, insan da makineleşir. Dizginleri elimizde, lâkin şaha kalkan atlar bizi de sürükler. Tehlikeye, uçuruma gitmek mukadderdir. Onu frenleyecek bir kuvvete ihtiyaç var. Bu kuvvet kültürüdür (Topçu, 1998: 15-16). Topçu, insanın modernlikten kurtuluşunu ilahi bir yardım yani ancak olağan-üstü bir güçle çıkılabileceğini işin aslına bakılırsa çıkılamayacağını söyler. Onu frenleyecek güç olarak kültürü söylemesi ise kültürle modernliğin tamamen ortadan kaldırılamayacağını ancak zararlarının azaltılabileceğine işaret etmesidir.

4. Sonuç ve Tartışma

Topçu'da üç farklı Batı algısı olduğu söylenebilir: Bunlar; tarihsel, sosyal-toplumsal ve düşünseldir. Tarihsel olarak Batı medeniyeti; Orta Çağda geleneksel Hristiyan ahlakı ve Rönesans sonucu ortaya çıkan Batıdır. Topçu Batı'yı bu yönüyle onaylar. Sosyal-toplumsal olarak Batı medeniyeti; İnsan ruhu, yapboz parçası gibi bir şey olmadığı için insan yaşamını kolaylaştırmak için üretilen kültürel ve sosyal hayatın yani Batı'nın kültür ve sosyal hayatının teknoloji araçlarına ister istemez, gizli ya da açıktan yansımalarıdır. Ve teknolojik araçlar aracılığıyla Batı dışı toplumlara kültürel emperyalizmin taşınmasıdır. Bir millet kendi kültürel değerleriyle teknik/teknolojisini üretmediği sürece bundan kaçış olmaz. Bu yüzden salt teknik alalım düşüncesine karşı çıkar. Ve bunu ifade etmek için bilimin ve ahlakın aynı kökten çıktığını söyler. Düşünsel olarak Batı medeniyeti ise Batı'nın maddi refah, eğlence hayatı ve özgürlüğü, kültürel kurumlar, sanat ve sanat eserleri, bilim, filozof ve sanat adamlarının entelektüel dünyasıdır. Topçu burada da Batı'nın sanat ve bilim adamları, filozoflarının entelektüel dünyasını önemser ve onlara eserlerinde sık sık atıf yapar.

Bu arada şunu da belirtelim Topçu Batı ve Batılılaşma taraftarı olarak anlaşılmasın. Topçu Batı'yı objektif değerlendirme çabasındadır. Ancak son kertede günümüzde gelinen nokta itibariyle pozitivist, pragmatist, materyalist ve emperyalist Batı medeniyetine karşıdır. Mektuplarında yer yer '*batsın bu Batı veya Avrupa*' anlamında ifadeleri vardır. Bu onun sanayi kapitalizmi sonucu ortaya çıkan sömürgeci Batı'ya olan tepkisidir.

Topçu modernleşmeyi insan doğasına karşı en büyük tehdit gördüğü için temelden karşıdır. Teknoloji, otomobil, fabrika, metropol hayatı, teknoloji ve bilimin olanakları

kullanılarak üretilen araç gereçleri demir ve demir hakimiyeti olarak niteler ve bunlar modernleşmenin bileşenleridir. Topçu bunların insan-toplum yaşamına olan psikolojik, sosyal, ekonomik, barınma ve yaşam alanlarına vereceği zararlara tek tek dikkat çeker. Modernitenin sağladığı bu olanaklar aynı zamanda kapitalizmin daha da büyümesi için zemin hazırlar. Modernite ve kapitalizm karşılıklı birbirini besler ve büyütür. Aynı zamanda insan ruhunu da yok eder. Bu yüzden her ikisi de Topçu'nun düşünsel mücadelesinde karşı taraf olarak fazlasıyla nasiplenir.

KAYNAKÇA

- Bergen, L. (2016). Nurettin Topçu'nun Yarınki Türkiye'si. *Nurettin Topçu Sempozyumu*. sy.229-310.
- Bora, T. (2016). Nurettin Topçu'da Anti-Kapitalizm ve Sosyalizm Pis Burjuva ve Kul Hakkı. *40 Yıl Sonra Nurettin Topçu*, (Editörler: Musa Kazım Arıcan, Mustafa Orçan, Muhammed Enes Kala) sy.78-85.
- Emre, A. (2006). Nurettin Topçu'da Öteki Dünyalar. *Hece Aylık Edebiyat Dergisi Nurettin Topçu Özel Sayısı*. (109). sy.42-47.
- Kara, İ. (2009). Nurettin Topçu'nun Hayatı. *Nurettin Topçu*. (Editör: İsmail Kara) Kültür ve Turizm Bakanlığı Yayınları. sy.12-21.
- Mollaer, F. (2009). İsyah Ahlakı'nın Etik ve Felsefi Temelleri. *Nurettin Topçu*. (Editör: İsmail Kara) Kültür ve Turizm Bakanlığı Yayınları. sy.188-209.
- Mollaer, F. (2016). *Liberal Muhafazakarlık Karşısında Nurettin Topçu*. İstanbul: Dergâh Yayınları.
- Okay, M. O. (2009). Batı'nın İki Yüzü. *Nurettin Topçu*. (Editör: İsmail Kara) Kültür ve Turizm Bakanlığı Yayınları. sy.170-175.
- Öğün, S. S. (1992a). Nurettin Topçu Üzerine Bazı Dikkatler. *Nurettin Topçu'ya Armağan*, sy. 65-71.
- Öğün, S. S. (1992b). *Türkiye'de cemaatçi milliyetçilik ve Nurettin Topçu*. İstanbul: Dergâh Yayınları.
- Öğün, S. S. (2009). İhyacı Bir Fikir Adamı: Muhafazakarlık Ama Nasıl?. *Nurettin Topçu*. (Editör: İsmail Kara) Kültür ve Turizm Bakanlığı Yayınları. sy.280-287.
- Topçu, N. (1998). *Kültür ve medeniyet*. İstanbul: Dergâh Yayınları.
- Topçu, N. (2017). *Ahlak*. İstanbul: Dergâh Yayınları.
- Topçu, N. (2018). *Yarınki Türkiye*. İstanbul: Dergâh Yayınları.
- Uçan, H. (2006). Nurettin Topçu'nun Düşlediği Ahlak ve Toplum. *Hece Aylık Edebiyat Dergisi Nurettin Topçu Özel Sayısı*. (109). sy.84-91.
- Yıldırım, E. (2006a). Mistisizme Koşut Şeriata Karşı Bir İhyacı Olarak Nurettin Topçu'da İslam Düşüncesi. *Hece Aylık Edebiyat Dergisi Nurettin Topçu Özel Sayısı*. (109). sy.178-199.

Yıldırım, E. (2006b). Nurettin Topçu'da Sosyolojik Tahayyül: Yerli Eleştirel Sosyal Teori. *Hece Aylık Edebiyat Dergisi Nurettin Topçu Özel Sayısı*. (109). sy.141-147.

Yıldırım, E. (2016a). Nurettin Topçu İslamcılığı. *40 Yıl Sonra Nurettin Topçu*, (Editörler: Musa Kazım Arıcan, Mustafa Orçan, Muhammed Enes Kala) s.126-154.

Yıldırım, E. (2016b). Modernite Sorunu Karşısında Nurettin Topçu: Niçin Modernite?. *Nurettin Topçu Sempozyumu*, sy.115-130.



KKTC'DE ALTI İLÇENİN, KENTSEL KİMLİK GÖSTERGELERİ OLARAK KULLANILAN LOGOLARIN GÖSTERGEBİLİMSEL ÇÖZÜMLEMESİ

Prof. Dr. Ergün Koca

Girne Amerikan Üni., Eğitim Fak., Girne / KKTC

Orcid ID E. Koca: <https://orcid.org/0000-0002-4003-1851>

ÖZET

İdari olarak Lefkoşa, Gazimağusa, Girne, Güzelyurt, İskele ve Lefke olmak üzere altı bölgeye ayrılmış olan KKTC, muhteşem doğası, mavi tonlarıyla huzurlu bir ortam sunan Güney Kıbrıs Rum Cumhuriyetiyle paylaştığı adada 1983 yılından beri bağımsız olan bir ülkedir. Her ne kadar bağımsızlığını yalnız garantör ülke durumundaki Türkiye Cumhuriyeti tanısa da her türlü devlet olma altyapısını ve kültürünü geliştirmiş; siyasi, ekonomik, idari bakımdan devlet olmanın dinamiklerine sahip bir ülkedir.

İlçe hüviyetinde kabul edilen bu altı idari bölge, bağımsızlıkla birlikte kimlik kazanma ve temsil edilme istek ve beklentileriyle, buldukları bölgelerdeki coğrafya, doğa, tarım, mimari, tarih, turizm, somut ve soyut kültürel altyapı gibi kazanımlarından beslenerek kendilerini, ilçelerini temsil edecek, ilçelerine farkındalığı artıracak logolar geliştirmişlerdir.

Kurum ve kuruluşların görünen yüzü olarak tanımlanan, kurumların kimliğine ait ilk izlenimi veren, görsel kimliğin en dikkat çekici ve bilinen öğeleri logolardır. Logolar kurum ve kuruluşların niteliklerinden beslenen, kimliklerini anlatan göstergelerdir.

Logo tasarımında seçilip, kullanılan renkler, şekiller ve öğeler de kurum ve kuruluşlar hakkında bilgi veren, insanları etkileme gücüne sahip, çağrışımlar uyandıran unsurlardır. Kişiler kurum logosuyla karşılaştıklarında o kurumu hatırlar ve kurum ile hedef kitle arasında bir bağ oluşur. Bu nedenle logolar, kimliğin görselleştirilmesinde önemli rol oynamaktadır. Hem kurum ve kuruluşun gücünü, kalitesini yansıtan hem de insanların duyularını harekete geçirecek şekilde seçilmiş bir logo tasarımı kurum ve kuruluşları benzerleri arasından farklılaştırabilir.

Kentlerin tanıtımlarında öncülük yapan görsel unsurlardan olan logolar, belediyelerin temel fikrini yani kimliğini yansıtan araçlardır. Şehirlerin görsel kimliklerinin oluşturulmasında güçlü unsur olan logolar birçok görsel öge gibi **göstergebilimin** inceleme sahasına girer. Günümüzde, göstergebilimin alanına belirli bir sınır çizmek hiç kolay değildir. *Dillerden kutsal törenlere, edebi metinlere, jest-mimiklere, beden dilinden-işaret diline, notalardan-rakamlara, logolardan-afişlere, fotoğraftan- çizim içerikli bir çok ögeye, mimariden-sinemaya, ezgili sesler ve nesnelere kadar bütün gösterge dizgelerini kapsayan genel bir bilimdir.*

Bu çalışmada, KKTC'nin idari yönetiminde ilçe olarak yer alan altı bölge belediyesinin, kentsel kimlik göstergeleri olan, güncel kurumsal logolarının *şekil, yazı tipi, renk* incelemeleri yapılacak ve semboller, motifler ve renklere göre göstergebilimsel açıdan çözümlenecektir. Ayrıca bu bölgelerin sahip olduğu sosyal, kültürel, ekonomik ve tarihi özelliklerinin kullanılmakta olan bu göstergelere doğru yansıtılıp yansıtılmadığı konusu irdelenecektir.

Anahtar Sözcükler: Göstergebilim, Logo, Renk, Kuzey Kıbrıs Türk Cumhuriyeti İlçe Belediyeleri, Göstergebilimsel Çözümleme

INDICATIVE ANALYSIS OF THE LOGOS USED AS URBAN IDENTIFICATION INDICATORS OF SIX BIG DISTRICTS IN THE TURKISH REPUBLIC OF NORTHERN CYPRUS

ABSTRACT

The Turkish Republic of Northern Cyprus (TRNC), which is administratively divided into six regions: Nicosia, Gazi Famagusta, Kyrenia, Güzelyurt, İskele and Lefke, has been independent since 1983 on the island that it shares with the Greek Republic of Southern Cyprus, offering a peaceful environment with its magnificent nature and blue tones. is a country. Although in the case of the Republic of Turkey alone knew the guarantor of the independence of the country has developed its infrastructure and culture that any state; It is a country that has the dynamics of being a state in terms of politics, economy and administration.

These six administrative regions, which are considered as districts, will represent themselves, their districts, and will be fed by their gains such as geography, nature, agriculture, architecture, history, tourism, concrete and intangible cultural infrastructure in their regions, with the desire and expectations of gaining identity and being represented together with independence. They have developed logos that will improve. Logos are the most striking and known elements of visual identity, which are defined as the visible face of institutions and organizations, give the first impression of the identity of the institutions. Logos are indicators that feed on the qualities of institutions and organizations and describe their identities.

The colors, shapes and elements chosen and used in logo design are also elements that provide information about institutions and organizations, have the power to impress people and evoke associations. When people encounter the corporate logo, they remember that institution and a connection is formed between the institution and the target audience. For this reason, logos play an important role in the visualization of identity. A logo design institution chosen to reflect both the strength and quality of the organization and to stimulate the senses of the people can differentiate it from the similar ones.

Logos, one of the visual elements that lead the promotion of cities, are tools that reflect the basic idea of municipalities, that is, their identity. Logos, which are a powerful element in the creation of visual identities of cities, are included in the study of semiotics like many visual elements. Nowadays, it is not easy to draw a certain boundary into the field of semiotics. It is a general science that covers all sign systems from languages to sacred ceremonies, literary texts, gesture-mimics, body language-sign language, notes-numbers, logos-posters, photography-drawing content, architecture-cinema, melodic sounds and objects.

In this study, the shape, font and color of the current corporate logos of six regional municipalities, which are included in the administrative management of the TRNC as districts, which are indicators of urban identity, will be examined and will be analyzed in terms of semiotics according to symbols, motifs and colors. In addition, whether the social, cultural, economic and historical characteristics of these regions are accurately reflected in these indicators will be examined.

Keywords: Semiotics, Logo, Color, District Municipalities of the Turkish Republic of Northern Cyprus, Semiotic Analysis

0.Giriş:

Kent ortamında insanlar, birçok görsel göstergelerle karşı karşıya gelmektedirler. Bu göstergeler arasında, günlük yaşamlarını kolaylaştırmak amacıyla, insanlar arası iletişim sağlayıp bilgi veren grafik tasarım örnekleri çok daha önemli bir konumdadır. Özellikle idari ve hizmet veren kurumların göstergeleri, iletişim kurma, kentlilik bilincini ve aidiyet duygusunun gelişmesinde önemlidir. Kenti betimleyen, kent hakkında bilgi aktaran ve yükledikleri anlamlarla kent ile insanlar arasında iletişim kuran, ortak kimlik göstergeleri olan logolar, grafik tasarımın en güzel ürünlerindedir. Grafik tasarımdaki yaratıcılığı artıran teknolojik altyapılarla birlikte kentler kendilerini temsil edecek logoların hazırlanmasında adeta yarış içindedirler.

Grafik ve tabii ki logo, görsel biçimde algılanan görüntülerle alakalıdır. İletişim de her türlü bilginin toplum içerisindeki alışverişidir. Bu durumda grafik iletişim, görüntülerden meydana gelen bilgilerin değişimi olarak tanımlanabilir. İnsanlar, gündelik hayatları sırasında sayısız göstergeyle karşılaşır. Bu göstergelerin çoğu ile görsel biçimde karşılaşırız. Karşılaştığımız bu görsel göstergelerden hepsini algılayamayız. Hayat tecrübelerimiz, kültürümüz, gündelik birikimlerimiz ve yaşadığımız toplum gibi çok sayıda unsur bu algılama evresiyle yakından ilgilidir.

Grafik tasarımlarda kullanılan görsel öğelerin, mesajı iletmesi, anlatması, doğru bir düşünce veya harekete yöneltmesi oldukça önem taşımaktadır. Bu ise, toplumu, inançlarını, alışkanlıklarını ve kültürünü kavrayıp, çözümleyerek, tasarımda kültürel kodlar yerleştirilerek görsel kısa yolların anlatımı ile olabilir (Dülgeroğlu, 2007: 49). Bu kısa yollardan birisi de logodur. Logolar görsel iletişimin önemli örneklerindedir. Göstergebilim disiplinler üstü bir bilim dalı olarak grafik tasarımda tabiri diğerle logolarda kullanılan, logoları şekillendiren tüm görselleri okur. Kullanılan renk, şekil ve öğelerin anlamsal altyapısını ve çağrışım gücünü, temsil ettiği kültürel ve sosyal altyapıyı tespit etmeyi, çözümlemeyi hedefler. Logonun temsil ve iletişim gücü, tasarım başarısı, etki alanı, kabul edilişliği, özgünlüğü vb. bu çözümlemeyle tartışmaya açılır.

Çalışmada, logo, göstergebilim, göstergebilimsel çözümleme, görsel gösterge gibi kavramlar açıklanmış ve bu teorik altyapı doğrultusunda KKTC’de altı ilçeyle, en yüksek, yerel idari yönetim bölgeleri olan **Lefkoşa, Gazi Mağusa, Girne, Güzelyurt, İskele ve Lefke** belediyelerine ait logoların anlamlandırılması adına, logoların tasarımları ile görüntüsel anlatımları yapılmış, göstergebilimsel analiz tabloları oluşturulmuş ve tasarımlarda kullanılan biçim, göstergeler ve renkler irdelenmiştir. Bu görsel parametrelerin dizisel ve dizimsel çözümlemeleri yapılmış, metonimik ve metaforik açıdan sonuçları araştırılmıştır.

1. Logo Kavramı Üzerine...

Logolar, amblemler semboller, insanoğlunun geçmişten günümüze kullandığı ve içerisinde bir anlamı barındıran, bu anlamında doğal ortamın özelliklerinden, tarihinden kültüründen yaşanan çevrenin gelenek ve göreneklerinden yani coğrafyasından etkilenecek oluşmuş veya oluşturulmuş imgeler bütünüdür (Uzun, Özcan, 2014:273).

Logolar kurumları temsil eden, onların özelliklerini yansıtan anlam yüklü ve özel tasarlanmış semboller ya da biçimlerdir (Akıncı, 1998: 105). Logo sözcüğü çeşitli grafik ve yazı çeşidi unsurlarını adlandırmada kullanılmaktadır. Aynı zamanda kurumun kendini ya da ürünlerini tanımlamak için kullandığı grafik tasarımı adlandırmaktadır (Henderson ve Cote, 1998: 15).

İnsanlar tamamen fiziksel bir evrende değil, sembolik bir evrende de yaşamaktadırlar. İnsan sembolik yeteneği ile anlamlı işaretler iletişim kurabilir (Sartori, 2004: 17). Logo soyut olan şeylerle görsel olarak iletişim kurabilme olanağı sağlar. Bir tavrı, bir düşünceyi temsil eder, bir kavram ya da genel bir düşüncenin yerini alır ve bir kurumun kimliğinin gelişmesinde, ürünün ya da markanın tanınmasında önemli rol oynar. Logo kurumun ya da markanın bir dışavurum şeklidir (Zintzmeyer, 2007: 9).

Kurumsal kimliğin görsel çekiciliği, iyi bir kurumsal imaj oluşumunda oldukça önemlidir. Kurumsal imaj oluşum süreci kurumsal kimlik elemanları ile düzenlenir. Kurumun ürün ya da hizmetine, mekanlarına, iletişim çalışmalarına ya da davranışlarına dayalı olarak kurumsal imaj oluşabilir. Görsel kimlik unsurları kurumsal imaj üzerinde etkilidir. Kurumsal görsel kimlik unsurlarından biri de logodur. Logo hedef kitlenin zihninde bazı izlenimler ve algılar yaratır. Bu algılar bütüncül kurumsal imajın bir parçasıdır. Logo kurumsal imajı çağrıştıran bir enstrümandır (Van Heerden ve Puth, 1995: 14).

Kurumsal görsel kimlik unsurlarından biri ve aynı zamanda logo tasarımının bir parçası olan renk de imaj oluşumunda etkili bir araçtır. Renk dört ayrı öğeden meydana gelmektedir. Bunlar sırasıyla **ışık, yüzey, göz ve algılamadır**. Rengin kavranabilmesi için bir ışık kaynağına, ışık ışınlarını yansıtacak bir yüzeye, onu hissedebilmek için bir araç olan göze ve algılanması için zihne ihtiyaç vardır. Işık, göz ve beyin iletişimi rengin anlamlandırılmasını sağlar (Çağan, 2005: 24; Temizsoylu, 1987: 9).

Renklerin etkilerine yönelik üç temel tamamlayıcı düşünce vardır. Bunlar; “kromodinamik”, “renklerin sıcaklığı” ve “kültürel etkilerdir”.

Günümüzde şehirler, belediyelerde logolar kullanılmaktadır. Belediye logoları şehrin/kentin kimliliğini, karakterini gösterirken, aynı zamanda şehrin doğal ve beşeri birçok coğrafi özelliğinden etkilenecek oluşması ile kenti simgelediğini de göstermektedir. Birçok görsel unsurdan oluşan belediye logolarındaki her sembol bir coğrafi unsuru ifade etmektedir. Bu sembollerin coğrafi analizini yapmak aynı zamanda fonksiyonel özellik bakımından şehrin tanımını ve kimliğini de ortaya koymamızı sağlayacaktır (Uzun, Özcan, 2014:273)

Bu özellikleriyle logolardaki grafik manevraların, kullanılan renklerin, tercih edilen şekil ve öğelerin oluşturdukları tasarımın mesajının çözülmesi, anlamlandırılması, görsele anlamlar yüklenmesi, benzetme, aktarım ve çağrışım gücünün belirlenmesi, kültürel, coğrafi ve sosyal dayanaklarının saptanıp yorumlanması, temsil etkisinin belirlenmesi gibi hususlar hep göstergebilimsel çözümlenmeye konu olmaktadır. O zaman “Göstergebilim nedir? Göstergebilimsel çözümlenmede hangi kavram ve uygulamalar öne çıkar? gibi” soruların cevapları önem kazanmaktadır.

2. Göstergebilim, Göstergelerin Anlamlandırılması ve Göstergebilimsel Çözümleme

F. de Saussure ileride göstergebilim adında bir bilim dalının kurulacağını, bu bilim dalının göstergeleri ve onların yaşamlarını inceleyeceğini bundan çok önceleri dile getirirse de o daha çok dilsel göstergelerle ilgilenmiş ve göstergelerin diğer göstergelerle olan ilişkileri üzerine yoğunlaşmıştır. Onun için gösterge, anlamı olan fiziksel bir nesnedir ve gösterge bir gösteren ile gösterilenden oluşur. *Gösteren* gösterenin algılanılan yanıdır. Örneğin, kağıt üzerindeki işaretler, havadaki sesler gibi. *Gösterilen* ise gösterenin göndermede bulunduğu zihinsel kavramdır. Bu zihinsel kavram, aynı dili paylaşan aynı kültürün üyelerinin tümü için ortaktır (Fiske, 1996: 67). Saussure’ün göstergebilimi dil bilim için de kurallar üretmiş, görüşleri birçok

göstergebilimciye yol göstermiş dayanak oluşturmuştur. İşte onlardan biri de Ch. S. Peirce'dir. Peirce göstergelere mantıkçı ve felsefeci gözüyle yaklaşmış ve *görsel göstergelere* öncelik vermiştir.

Peirce göstergeleri “görüntüsel gösterge, belirti ve sembol” olmak üzere üçe ayırmıştır. Fotoğraf, resim ve mimari gibi gösterdiği nesnesini benzerliğinden dolayı çağrıştıran, gösteren ile gösterilen arasında doğrudan *imgesel benzerlik* olan göstergelere **görüntüsel gösterge** (görsel gösterge); termometre / ısı, saat / zaman, duman / ateş, ayak izi / insan, parmak izi / insan, kapının vurulması / gelen, nabız atışı / sağlık, vücuttaki isilikler / hastalık vs. nesnesi ortadan kalktığı zaman onu gösterge yapan niteliklerini kaybeden, göstergenin nesnesiyle arasında doğrudan gözlemlenebilir veya anlaşılabilir ilişki olan göstergelere **belirti**; bayrak, trafik ışıkları gibi temsil niteliği tam olarak yorumlayanına bağlı olan, nesnesiyle arasında nedensizlik ilişkisi bulunan göstergelere de **sembol** demiştir (Peirce, 1984).

Peirce'in görüntüsel gösterge yaklaşımı, çalışmanın merkezinde yer alacaktır. Logolarda dil göstergeleri dışında görselliğin gücününün ve etkisinin kullanılması görsel tasarımın esaslarındandır. Bilindiği gibi duyu organları içerisinde bilgi edinme, varlıkları, nesnelere kavramları yorumlama, anlamlandırma ve kararlar oluşturma noktasında görme eylemi en etkili olanıdır. Bakmak ile görmek farklı şeylerdir. Herkes bakar ama göremez. Bilinçsizce, bir refleksin sonucu olarak bakmakla; anlamlandırma, kavrama, bilgi edinme, algılama, yorumlama, iletişim kurma, tanımlama vb. amaçlarla dikkatlice odaklanma yani görme aynı şeyler değildir. Bu nedenle insan yaşamını çepeçevre saran, sosyal hayatın her karesinde yer alan göstergeleri görmek, algılamak, kavramak ve anlamlandırmak esastır.

Görsel göstergelerin görme duyusunun gücüyle her türlü algılanma ve beynimizde yorumlayıp anlamlandırma süresi dil göstergelerinden hep birkaç adım önde olacaktır. Bugün tanıtım sektörünün, görselliği öne çıkararak toplumlar üzerindeki etkisi hepimizin malumudur.

Bir fotoğraftan, tabloya, illüstrasyondan- tanıtım tabelalarına, kısa metrajlı reklam filmlerinden-bir film sahnesine, mimari bir yapıdan-grafik tasarımına, nesnelere görsel dizaynından-insanların beden diline vb. kadar yaşamın her alanında üretilen görsel temelli bilinçli-bilinçsiz göstergeler görsel göstergelerdir. Görselliğe dair her şeyi, anlam, anlama ve anlamlandırma düzeyinde konu edinir.

Görsel göstergelerin çözümlenmesinde üzerinde durulması gereken bir diğer isim Roland Barthes'tır. Barthes özellikle kültür çözümlenmeleri üzerinde durur. Barthes'a göre göstergebilimin temel konusu **anlamdır** ve tüm dizgeler gerçekte birer anlamlama dizgesi oluştururlar (Rifat, 1998: 15). Barthes'ın geliştirdiği yapısal çözümlenme yöntemi, bildirişim amacı içermemekle birlikte anlam taşıyan çeşitli olguları (resim, fotoğraf, mimari vb.) içerir. Barthes bütün bunları anlamlama (signification) kavramı aracılığıyla göstergebilime bağlar, göstergelerle ikincil gösterilenler ya da yananlam gösterilenleri arasındaki bağıntılar üzerinde durur (Vardar, 2001: 88).

Düzanlam ve **yananlam** ile birlikte **mit** kavramları Barthes ile yer edinmiştir. Düzanlam, anlamlandırmanın birinci düzeyidir ve aşikâr anlama gönderme yapmaktadır. Yananlam ile birlikte, onu kullananın duyguları, kültürel değerleri ön plana çıkar, öznel bir yapısı vardır ve ideolojik düşünceleri kapsar. Göstergenin mutlaka bir yan anlamı vardır. Çünkü her gösterge, izleyicinin aklında en azından psikolojik çağrışımlar oluşturmaktadır. Bunun yanında bir göstergenin yan anlamından söz edebilmek için, o göstergenin ilk ve zorunlu anlamı, düz anlamı olmak zorundadır (Özmutlu, 2009: 30).Yananlam mit ve çağrışım boyutlarına da

sahiptir. Öznel yorumlar, duygular, fikirler, sosyo-kültürel değerler yer almaktadır. Çözümleme sürecine geçildiğinde yorumlanması gereken, bu göstergelerin anlamlarıdır. Göstergelerin düz anlamlarıyla somut biçimde saptanması anlamsal yapıyı ortaya çıkarmaya yetmeyecektir; bunun yanı sıra çağrışımsal boyuta sahip yananamlar, göstergelerin zengin içeriğe sahip olduğunu gösterecektir (Çamdereli, 2006: 85). Afiş, fotoğraf vb. gibi görsel göstergebilim alanına giren çalışmalarda, Roland Barthes'ın yaklaşımlarından söz etmek gerekmektedir. Barthes'ın görüntülerdeki anlamlandırma kuramında **anahtar düşünce, anlamın düzanlam, yananlam boyutunda nasıl yayıldığıyla ilgilidir**. Birinci düzlemdeki anlam boyutu olan düzanlamda, bir göstergede “kim” ya da “ne” gösterildiği belirtilirken, ikinci anlam düzlemi olarak görünenin altında görünmeyen anlamı ifade eden yananlamda ise hangi değerler, kanaatler ve fikirlerin bulunduğu tespit edilmektedir (Parsa, 2008:123).

Özetle, **düzanlam**, bir nesneyi görür görmez zihnimize ilk beliren, akla ilk gelen, en yaygın, en kesin anlamdır. Göstergeyi görenlerin çoğunluğu tarafından ortak bir yönde algılanır. **Yananlam** ise, düzanlamın dışında ikincil olarak gizli bir anlam ifade eder. Anlama nüanslar eklemek de denebilir. Her göstergenin bir yananlamı mutlaka vardır. Çünkü her gösterge, zihinlerde en azından psikolojik çağrışımlar meydana getirmektedir. Bunun yanında bir göstergenin yan anlamından bahsedebilmek için, o göstergenin birincil ve zorunlu anlamı, düzanlamı olmak zorundadır.

Barthes'ın çözümlemeye değindiği **mitler** ise, toplumların kültürünü, inanışlarını ve alışkanlıklarını derinden etkileyen, nesnelliği kanıtlanmamış yaygın inanışlardır. Ergenekon Efsanesi gibi. Türk Dil Kurumu'na göre; “geleneksel olarak yayılan veya toplumun hayal gücü etkisi ile biçim değiştiren, tanrı, tanrıça, evrenin doğusu ile ilgili hayali, alegorik bir anlatımı olan halk hikâyelerine “mit” denir” (TDK, 2011)

Göstergebilim ve göstergebilimsel çözümlemeye sıkça kullanılacak kavramlara, terimlere değindikten sonra çözümlemeye geçilebilir.

3. KKTC'deki Altı İlçe Belediyesinin Logolarının Göstergebilimsel Çözümlemesi

Bu yaklaşımlar doğrultusunda, bahsi geçen belediye logolarının içeriğinde dilsel göstergeleri tamamlayan, şekiller, ögeler, renkler vb. incelenecek, gösterge-gösteren-gösterilen, düzanlam, yananlam, kültürel kod, mit, metafor, metonimi vb. boyutuyla ele alınacak, taşıdıkları anlam katmanları çözümlenecektir.

KKTC'de farklı coğrafi bölgelerde bulunan belediyelerin kullanmış olduğu her logoda kullanılan göstergeler düz ve yananamları ile değerlendirilmeye alınacak, logonun şekillendirilmesindeki dizi ve dizim ilişkisi ele alınacak ve anlamlandırma düzlemini oluşturan benzerlik ve çağrışımlar tespit edilecektir.

3.1. Girne Belediyesi



<http://www.girnebelediyesi.com/> (E.T: 22.04.2021)

Girne Belediyesi Logosunun Görüntüsel Anlatımı:

Logo, kırmızı, beyaz, mavi ve siyah olmak üzere dört renk ve yedi farklı simge ve sembolün tasarımı tercihleriyle şekillenmiştir. Bunlar, dilsel göstergeler dışında, sahil, zincir halkaları, beyaz güvercin, zeytin dalı, hilal-ay ve Kıbrıs'ı bir bütün olarak karşılayan görsel gösterge. Dairesel bir logo olan Girne logosu, Türk kimliğinin önemli renklerinden olan ve hem KKTC hem de TC bayraklarının ana renklerini oluşturan kırmızı ve beyazı logosunun merkezine almıştır. Bir sahil kendi olan Girne, logosunda, denizi karşılayan maviyi ve falezlere çarpan dalgaların köpüklenmiş beyazını, yine Türkiye'ye bağlanma sembolünün göstergesi beyaz zinciri görmektedir.

Kırmızı bir merkezin içinde barışın sembolü beyaz güvercin, İslam'ın ve Türklüğün en önemli sembolü olan hilal ve beş köşeli yıldızın beyaz renkle logoda yerini aldığı görülmektedir. Logodaki en hacimli dilsel göstergelerin ve merkezdeki tasarımın sınırlandırılmasında kullanılan siyah renk, logoya kattığı ağırlık ve ciddiyet bakımından önemlidir. Kentin simgesi olarak düşünülüp öne çıkartılan görseller bunlardır. Şehrin denizi, sahili dışında pek coğrafi altyapının öne çıkartılmadığını aksine daha KKTC'yi şekillendiren ve halkın can ve malını, özgürlüğünü temin altına alan "20 Temmuz 1974" atrihi "Kıbrıs Barış Harekatı" logoya taşınmıştır. Yani tarihi bir yaşanmışlık vurgulanmış, Girne'nin bu, tüm halkı yakından ilgilendiren olayın tam merkezinde yer almasına göndermede bulunulmuştur.

Görselin gösterge düzlemi şöyledir:

GÖSTERGE	GÖSTEREN (Düz Anlam)	GÖSTERİLEN (Yan Anlam)
Hilal	Ayın bir evresi	İslami sembol. Türklük Kapsayıcılık
Yıldız (beş köşeli)	Işıklı gök cismi	Ulusal bir sembol Yol göstericilik

Güvercin	Bir kuş türü	Barış Özgürlük
Zeytin Dalı	Bitki	Barış, kardeşlik, huzur vb.
Kıbrıs adası haritası	Kıbrıs	Bütünlük Kardeşlik Paylaşmak
Girne Belediyesi Yazısı	(Yazı) Dilsel Gösterge	“Girne Kentini Dilsel Olarak Anlatan Göstergeler”
20 Temmuz 1974	Dilsel ve rakamsal göstergeler	Varlık-yokluk mücadelesi Barış hareketi Kentin tarihselliğine gönderme
Renkler	Mavi, kırmızı, beyaz, siyah	Sahil ve deniz Türklük, bayrak rengi, saflık, temizlik, özgürlük

Göstergelerin düz ve yananlamsal katmanları:

Hilal: Tarihi sembol olarak Türklük için önemli bir görseldir. Düzanlamda ayın hallerinden biri olan hilal görseli, **yananlamda** Türkler için bir savaş taktiğini, kanı, özgürlüğü, hür olmayı, bağımsızlığı, bayrağı, şehit ve gazileri, tarihi varlık-yokluk mücadelelerini vb. çağırıştırır. Hilal aynı zamanda İslam'ı temsil eden görsellerden biridir. Özellikle Osmanlıyla birlikte mabetlerde hilal sembolünün çok fazla kullanıldığı görülmektedir. Aslında bu sembolü İslam adına öne çıkartan etmenlerden biri olarak, Hristiyanlığın haç sembolüne karşılık, tercihten de kaynaklandığı söylenebilir. Haç ve haçlı savaşları tarihi bir gerçeklik ve vahşet olarak İslam dünyasının zihninde yer edinmiştir. Din odaklı bu savaşlar, haç ve hilal sembollerinde vücut bulmuştur. olarak görmekteyiz. Haça karşılık hilal yaklaşımının göstergesidir. Bugün insani yardım içerikli dünyanın en büyük yardım kuruluşları kızıl haç ve kızıl ay adları ve sembollerıyla şekillenmiştir. Ayrıca haçın yok ediciliğine karşılık; hilalin kapsayıcılığı, gücü logoda hilal ile yıldız arasında huzuru bulacağı göndergesi ve çağrışımıyla bölünmemiş Kıbrıs haritasıyla vurgulanmıştır. Ayrıştırıcı, bölen, parçalayan değil bütünleyen, birleştiren bir ay ve yıldız yaklaşımı esas alınmıştır.

Yıldız: Parlaklığıyla hilalı tamamlayan sembol olarak logoda ve KKTC ve TC bayraklarında kullanılmaktadır. Bugün başta kolluk kuvvetleri olmak üzere birçok kurum ve kuruluş tarafından hilal ve yıldız birlikte kullanılarak kimliklerini tamamlayan görsel olarak tercih etmektedirler. Yıldız, yananlamda aynı zamanda Türklüğü, gücü, yüceliği, yücelmeyi, parlak geleceği, özgürlüğü, milli ve büyük hedefleri, prangalara karşı bağımsızlık mücadelesini çağırıştırmakta ve İslam'la-Türklüğün sentezine göndermede bulunmaktadır.

Güvercin: Zarif bir kuş olan güvercin göstergesi, kentin logosunda kullanılarak evvela Rum halkına ve devletine takiben tüm dünyaya “barış” mesajı verilmiş, şehrin barışla özdeşleştiği aktarılmıştır. Logoda çok belirgin bir görsel olarak “güvercin” kullanılmıştır. “Ağzında zeytin dalıyla güvercin” mitsel bir geçmişe sahiptir. Örneğin Nuh peygamberin tufan sonrası

gemideki hayvanlardan “haberci” kimliğiyle güvercini saldığı ve güvercinin ağızında zeytin dalıyla Tanrı’nın “sevgi, huzur ve barış” mesajıyla gemiye geri geldiği vurgulanır. Tanrı insanlığı affetmiştir. Gazabı dinmiş, kullarıyla barışmıştır.

Girne hem barışın temin edildiği hem de barışın korunduğu bir şehirdir. Logoda, “Türkiye Cumhuriyeti” barışçıl bir güvercin sembolüyle karşılanmış, kanatlarının üstüne aldığı barış yüküyle Türkiye’den Kıbrıs’a gelen binlerce, onbinlerce cesur insan, “20 Temmuz 1974” dilsel ögesiyle de belirtilen tarihte, kanı durdurup barışı sağlayan, Kıbrıs Türk halkının can ve mal güvenliğini emniyet altına alan, halkın huzurunu ve gelecekleri adına ümit beslemelerini temin eden vb. “Kıbrıs Barış Harekatını” gerçekleştirmiştir.

Bu tarih, Türk ordusunun Girne sahillerine yaptığı çıkartmayı ve adaya sulhun getirilmesini kapsar. Bu hareketin niyetinin savaş, kan, işgal olmadığı aksine barışın getirilmesi adına yapıldığı çağrışımı ve aktarımı yapılmıştır.

Kırmızı zemin üzerine hilal ve beş köşeli yıldızın yerleştirilmesi milli hissiyatla, gerektiğinde barış adına yapılabilecekler hatırlatılırken; ağızında zeytin dalıyla aynı zemin yani kırmızı üzerine oturtulmuş güvercinle de önce barış iletisi öne çıkartılmıştır.

Zeytin Dalı: Zeytin, Akdeniz havzasının çok önemli bir bitkisi olarak önemli bir ekonomik değerdir. Aynı zamanda **mitolojik** bir bitkidir zeytin. Kimi zaman başarılı bir sporcunun şampiyonluk tacı, iki ülke arasında barış sembolü, mabetlerin aydınlatılmasında bir araç, kimi zaman da tanrıça Afrodit’in güzelleşmek için yüzüne sürdüğu bir iksir olarak karşımıza çıkan zeytin ağacının mitolojik hikayesi oldukça çeşitlilik arz eder. Örneğin, din içerikli kaynaklarda, kutsallığın, bolluğun, bereketin, adaletin, sağlığın, barışın, arınmanın ve yeniden doğuşun kısaca insanlık için önemli erdem ve değerlerin sembolü olan zeytin ağacı; semavi dinlerin üç kutsal kitabı olan Kur’an-ı Kerim, İncil ve Tevrat’ta kutsal ağaç olarak nitelendirilir. Kur’an-ı Kerim’de zeytin ağacından, meyvesi zeytinden ve zeytinyağından övgüyle bahseden ve kutsal olduğunu kabul eden ayetler bulunur. İncil’e göre Hz. İsa’nın göğe yükselişinin gerçekleştiği Zeytin Dağı’ndaki bahçede bulunan zeytin ağaçlarının o zamandan kalma ağaçlar olduğuna ve bugün mevcut olan 8 zeytin ağacının Hz. İsa’nın çarmıha gerilişine tanıklık ettiğine inanılır. Tevrat’ta ise insanlara “hakkaniyet ve doğruluk” anlatılırken zeytin ağacı işaret edilir ve bu kutsal ağacın erdemine dikkat çekilir (Efe ve ark. 2013). Logoda barışın sembolü güvercinin, bu aktarımını kuvvetlendiren zeytin dalı kullanılmıştır. Bu denli dini, tarihi ve mitolojik özellikleriyle geçmişten bugüne çok önemli iki sembolün beraberce “barış” vurgusunu güçlendirmesi logoya etkileyici bir görsel ve anlamsal güç katmıştır. Barış sembolü bir hayvanla onu tamamlayan bir bitki tam da “zeytin dalı uzat-” deyiminin görsel anlatımını logoya taşımıştır. Barışçı bir halkın dünya görüşünü ifade eden iki sembol ve bir dilsel gösterge. Özeldir Girne, genelde KKTC halkı Rum halkına ve dünyaya barış vurgusunu logolaştırarak ilan etmiştir

Ada Haritası: Harita parçalanmış bir Kıbrıs’tan daha çok birleşmiş bir Kıbrıs özlemini ifade etmektedir. Ada hilal ve ayın korumasındadır. İki göstergenin arasındaki, yani Türklüğu sembolize eden hilal ve ayın, Kıbrıs’ta bütünlüğu, huzuru, paylaşmayı, beraber yaşayabilmeyi vb. sağlayacak yegane güç olarak belirtilmiştir.

Deniz, sahil ve zincir: Girne’nin en önemli coğrafik avantajlarından olan “deniz” logoya taşınmıştır. Deniz, Girne halkı için çok büyük bir kaynaktır. Yüzme, balıkçılık, turizm vb. yönleriyle tüm Girne kenti için ayrıcalıktır. Logoda yer alması kent kimliğinin tanıtımı adına güzel bir seçimdir. Ancak Girne’nin sahilleri sarı renkli kumlardan daha çok yüksek kayalık

falezlerle doludur. Bu yüzden olsa gerek sahil vurgusu renk yardımıyla da olsa yapılmamıştır. Aksine kalın çizgilerle mavi ve kırmızı birbirinden ayrılmıştır. Bu kalın sahil şeridi çizgisi, zorlu bir coğrafyanın logoya yansımalarıdır. Sapsarı kumsalın yerini, dalgalara set çeken kayalıkları, falezleri karşılayan kalın çizgi göndermesi almıştır. Birbirine geçmiş zincir şeklindeki halkalar logodaki en sıra dışı şekillerden birisi. Bu somut gösterge, bağlılık, birliktelik, paylaşmak, omuz omuza destek vererek ve alarak yaşamak gibi soyut anlamları içermektedir. Kentin yaşam alanı olarak bu özellikleri vurgulanmak istenmiştir.

Renkler: Logonun iç dairesel tasarımında kırmızının alt fon olarak tercihi özellikle Türklüğe göndermedir. Beyazla birlikte kullanılarak her iki ülkenin uluslararası sembolleri olan bayraklarına çağrışımdır. Beyaz renkle logoda yer alan ay-yıldız da bu sembolleri de bu aktarıma destek vermiştir. Logonun dairesel dış çizgisi ve “Girne Belediyesi” dilsel göstergesinin yazıldığı beyaz zemin kentin adını öne çıkartan, belirgin kılan başarılı bir tasarımdır. Logoda, Girne'nin masmavi denizi, dalgaları mavi ve beyazla renkle karşılanmıştır. Logo tasarımında seçilen ve birleştirilen görseller, kullanılan renkler anlamı ve anlamlandırması güçlü öğelerdir. Göstergebilimin **dizi (seçme)**, **dizim (birleştirme)** olarak tanımladığı bu olay, bütünü ve parçalarının çağrışım gücünü de ortaya koyar. Yaşamda, doğada bir çok şey karşıtı düşünülerek daha net kavranır. Yani beyazın-siyahı, karanlığın-aydınlığı çağrıştırdığı ve anlamlandırmayı sağladığı gibi.

Logo, aşağıdaki tabloda yer alan ikili karşıtlıkları da çağrıştırmaktadır.

Görselin dizisel ve dizimsel çözümleme tablosu:

deniz	kara
su	toprak
eski	yeni
yüksek	alçak
uzun	kısa
canlı	cansız
özgürlük	esaret
yaşam	ölüm
geçmiş	gelecek
savaş	barış
Müslümanlık	Hristiyanlık
doğu	batı
inanç	inançsızlık
hayvan	insan
dost	düşman
kazanma	kaybetme
mutluluk	hüzün
var olmak	yok olmak
dairesel	köşeli
...	...

Aynı zamanda Girne Belediyesi Logosunda, ağzındaki zeytin dalıyla güvercin “barışı”, ay, yıldız ve logo zemininde kullanılan kırmızı Türklük ve Müslümanlığı, mavi renk deniz ve

sahili çağrıştıran **metonimik** kullanımlardır. Yine özellikle güvercin üzerine yerleştirilmiş “20 Temmuz 1974” dilsel göstergesi de “Kıbrıs Barış Harekatını” hatırlatan bir metonimidir.

Logoyu, görsel tasarımıyla; seçilen renk, şekil ve öğeleriyle; kentin coğrafi, tarihsel ve sosyal altyapısının temsil edilmesiyle; çağrışım, gönderge ve aktarma gücüyle vb. kent kimliğinin karşılanması ve tanıtımı adına başarılı bir tasarım olarak değerlendirmek mümkündür.

3.2. Gazimağusa Belediyesi



<https://www.gazimagusabelediyesi.org/>

Gazimağusa Belediyesi Logosunun Görüntüsel Anlatımı:

Logo, turkuaz, beyaz, turuncu ve siyah olmak üzere dört renk ve beş farklı simge ve sembolün tasarımı tercihleriyle şekillenmiştir. Bunlar, dilsel göstergeler, deniz, dalgalar, tarihi bir bina, hem dilsel hem de görsel olarak değerlendirilebilecek “GMB” süslü yazısı ve yazının balığı çağrıştıran tasarımı. Dairesel Gazimağusa logosunun merkezine 1328'de St.Nikolas katedrali olarak açılan katolik ibadethane yerleştirilmiştir. Bu ibadethane, 1571 Kıbrıs'ın Osmanlılar tarafından fethedilmesiyle cami olarak hizmete sokulmuştur. Kıbrıs fatihi Lala Mustafa Paşa adını taşıyan camii, etrafındaki tamamlayıcı yapılarıyla gotik tarzının en güzel örneklerindedir. Kent kimliğini temsil eden logoda, bu kiliseye dolayısıyla camiye yer vermek hem Kıbrıs'taki medeniyet çeşitliliğine hem de adanın fethine vurgudur.

Logodaki turkuaz, beyaz ve turuncu renkler mükemmel denize, sahillere, köpüklü dalgalara ve turuncu ve sarının tonlarıyla sıcak kumsallara göndermedir. Logoda “beyaz” yoğunluğu göze batmaktadır. Gerek iç daireyi oluşturan zemin, gerek dış dairedeki “Gazimağusa Belediyesi” dilsel göstergesi, gerekse turkuaz rengi tamamlayan dalgaların renginde “beyaz” etkin bir renk olarak öne çıkmaktadır. Logoda çok farklı bir tasarımla ilginç görünen ve ilk bakışta bir balık kılıcığını çağrıştıran, siyah çerçeve beyaz zemin “GMB” yazısı da logo görselini oluşturan detaylardan biridir.

Görselin gösterge düzlemi şöyledir:

GÖSTERGE	GÖSTEREN (Düz Anlam)	GÖSTERİLEN (Yan Anlam)
Bina	Eski kilise yeni camii	İslamiyet Hristiyanlık Din İnanç Tarih Mimari Estetik zevk Osmanlı Venedik
Deniz ve dalgalar	Coğrafi altyapı	Denize sahili olan kent Coğrafi konumun kente sunduğu güzellik ve değer
GMB görseli	Tasarım içerikli kısaltma	Deniz ve dalgalarla bütünleşen şehir Denizin bereketi ve nimetlerine gönderme
Gazimağusa Belediyesi Yazısı	(Yazı) Dilsel Gösterge	Gazimağusa kentini dilsel olarak anlatan göstergeler
Rakam	1958 rakamları	Kentin tarihselliği
Renkler	Turkuaz, turuncu, beyaz, siyah	Sahil ve deniz Türklük, saflık, kumsal, doğanın kente sunduğu imkan ve güzellikler

Göstergelerin düz ve yananlamsal katmanları:

Bina: Logodaki görsel, silik bir silüet olarak Kıbrıs'ın medeniyet tarihinin ayakta kalan abidelerinden olan yedi asırdan eski bir yapıdır. Düzanlamda sadece tarihi bir kilise olarak düşünülse de, Kıbrıs'ın Türk toplumuyla tanışmasının halen tüm ihtişamıyla duran şahidi olarak çok ama çok önemlidir. Bu görsel, Türklere Kıbrıs fatihi Lala Mustafa Paşa'yı hatırlatırken, Rumlara ise Müslüman bir güçle, yeni bir toplulukla tanışılan tarihi hatırlatan mimari ögedir. Derin anlamda, bu şehrin Türkleştiğinin, Müslümanlaştığının göstergesi olarak bu mimari görsel özellikle tercih edilmiştir. Kentte birçok tarihsellik içeren görsel olmasına rağmen özellikle aktarılmak istenen ileti merkezli bir tasarım düşünülmüştür. Aslında binaların devşirilmesi dünya tarihi boyunca din etkisiyle birçok coğrafyada bildik bir durumdur. Fethi abideleştirmek adına 1571 yılında Osmanlının yaptığı da budur. Aslında bugün itibariyle adanın iki yakasında da görülebilecek bir bu tür olaylara gönderme de vardır. Yani güneyde camilerin kiliseleştirilmesi, kuzeyde ise kiliselerin camileştirilmesi. Zamana meydan okuyan, taş mimari yapılar, geçmişle bugünü birbirine bağlaması yönüyle de düşünülünce, kentin eski bir yerleşim yeri olması vurgusunun logoya taşındığı görülmektedir.

Deniz ve köpüklü dalgalar: Kentin coğrafi bir özelliğinin logoda yer alması değerlidir. Geçmişten taşıdığı tarihi ve kültürel zenginliğe coğrafik konumun sunduğu güzellikler eklenince, logonun hem tasarımı ilgi çekici olmuş hem de anlamsal aktarım gücü artmıştır. Hem deniz hem de kültür turizminin altyapısının varlığı logoda işlenmiştir. Kentin, hedef kitleye kimliği yansıtılmıştır.

GMB görseli: Logodaki en ilginç ve tartışmaya açık şekil olarak bu harf tasarımı irdelenmelidir. Deniz ve dalgaların üstüne farklı çizgilerle, “Gazimağusa Belediyesi / GMB” dilsel göstergesinin özenle yerleştirildiği görülmektedir. Maksat belediyenin kısaltma olarak adının zihinlerde yer edinmesi değildir. Aslında maksat şehrin denizinin bereketi olan canlılara yani deniz ürünlerine göndermedir. Tarihiyle, kültürüyle, doğasıyla, güzel denizi ve denizinin sunduğu mahsul bolluğuyla bir kent kimliği çizilmiştir.

Renkler: Logonun iç dairesel tasarımında alt fon olarak, dış dairede ise logo sınırlarını çizme adına beyazın tercihi özellikle aydınlığa, temizliğe, parlaklığa, saflığa, barışçıl halka vb. atıftır. Yani başta “Gazimağusa Belediyesi” dilsel göstergesinin rengi olarak beyazın seçilmesi olmak üzere, logodaki beyaz yoğunluğu yalnız estetik kaygıyla değildir.

Türk rengi olarak bilinen “Turkuaz” rengi ise, kentin denizinin temizliğine, berraklığına vurgudur. Logoda yer alan turuncu ise, zihinlerde sınımsız duyguları harekete geçiren kumun, kumsalın çekiciliğini uyandırmaktadır.

Logo tasarımında seçilen ve birleştirilen görseller, kullanılan renkler anlamı ve anlamlandırması güçlü öğelerdir. Göstergibilimin **dizi (seçme)**, **dizim (birleştirme)** olarak tanımladığı bu olay, bütünün ve parçalarının çağrışım gücünü de ortaya koyar. Yaşamda, doğada bir çok şey karşıtı düşünülerek daha net kavranır. Yani beyazın-siyahı, karanlığın-aydınlığı çağrıştırdığı ve anlamlandırmayı sağladığı gibi.

Logo, aşağıdaki tabloda yer alan ikili karşıtlıkları da çağrıştırmaktadır.

Görselin dizisel ve dizimsel çözümlene tablosu:

deniz	kara
su	toprak
eski	yeni
yüksek	alçak
uzun	kısa
canlı	cansız
geçmiş	gelecek
Müslümanlık	Hristiyanlık
inanç	inançsızlık
dost	düşman
kazanma	kaybetme
var olmak	yok olmak
dairesel	köşeli
...	...

Ayrıca, logodaki mimari silüet Gazimağusa'nın tarihselliğine, kültürel birikimine; turkuaz deniz sahil kenti kimliğine, kullanılan renkler ise Ak denize yani kentin sıcak kuşak iklimine, bu iklimsel özellikleri taşıyan şehir olduğuna gönderme yapılarak **metonimik**

çağrışımlar oluşturulmuştur. GMB yazısı tercih edilen fontuyla ve tasarımıyla balık kılıçığına dolayısıyla balığa benzetilerek, hem deniz ve bereketi çağrıştırılarak metonimik yaklaşım sergilenmiş hem de **metaforik** bir tasarım gerçekleştirilmiştir.

Logo, bu tasarımıyla kent kimliğini temsil etme adına coğrafi avantajlarını, tarihsel birikimini ve ikliminin kazandırdığı turizmini aktaran renk, şekil ve öğeleri kapsamı bakımından göze, akla ve ilgiye odak olabilir. Hedef kitlede anlamlandırma ve çağrışım uyandırma gücüne sahip olabilir. Ancak logodaki mimari görselle aynı yaşta olduğu söylenen, endemik bir incir türü olan maksadına ulaşabilir gibi görünse de

Logoyu, görsel tasarımıyla; seçilen renk, şekil ve öğeleriyle; kentin coğrafi, tarihsel ve sosyal altyapısının temsil edilmesiyle; çağrışım, gönderge ve aktarma gücüyle vb. kent kimliğinin karşılanması ve tanıtımı adına başarılı bir tasarım olarak değerlendirmek mümkündür.

3.3. Lefkoşa Türk Belediyesi:



<https://www.lefkosabelediyesi.org/>

Lefkoşa Belediye Logosunun Görüntüsel Anlatımı:

Muhteşem ada ülkesinin en kalabalık ve en merkezi ayrıca en büyük yüz ölçümüne sahip şehri olan Lefkoşa, iki farklı ülkeye başkent olarak, iki farklı kültürü bünyesinde barındıran nadir bir kenttir. Tarihi, sosyal yaşamı, kültürü, ekonomisi, siyaseti vb. özellikleriyle çok özel bir başkenttir. Lefkoşa logosu, turuncu, beyaz ve siyah olmak üzere üç renk ve beş farklı öğenin tasarımda tercihiyle şekillenmiştir. Bunlar, dilsel göstergeler, rakam, tarihi bir bina çizimi, bunları çevreleyen iki dairesel çerçeve ve dış daireyi farklı kalın duvarları andıran kahverengi çizgiler ve küçük ok ucu şeklindeki sivrilikler.

Logonun iç dairesinin merkezini bir uçtan diğer uca kadar birleştiren, şehrin tarihi-kültürel medeniyet birikiminin göstergesi olarak tercih edilen mimari çizim ve dış çerçeveyi oluşturan tarihi surların sunumu logoda en dikkat çekici figürler olarak öne çıkmaktadır. Logodaki bina gravürü, Kıbrıs'ın Osmanlı dönemi Türk mimari eserleri arasında en başta gelen anıtlardan biri olan “Büyük Hanı” çağrıştıran bir çizimdir. Klasik dönem Osmanlı-Türk hanları tipinde, kesme taştan inşa edilmiş iki katlı bir yapıdır. Logo içine yerleştirilen Türk-İslam mimarisini simgeleyen çizim dışında, “Suriçi” denilen surlarla kaplı Lefkoşa anlatımını

içermektedir. Ok ucu olarak tanımlanan çizimler ise, surların burçları ve kapılarıdır. Logoda nerdeyse 1597 yılı Lefkoşa'sını gösteren alttaki gravür, şeklen, birebir kopyalanmış gibidir.



1597'de Lefkoşa'yı gösteren harita (<https://in-cyprus.philenews.com/venetian-walls-of-nicosia/> E.T.: 03.05.2021)

Lefkoşa'yı çevreleyen, kilometrelerce uzunlukta, bir dizi savunma duvarlarından oluşan surların geçmişi, Venediklilere kadar gider. Günümüzde büyük ölçüde bozulmamış, korunmuş bir hâlde olan surlar önemli bir turistik cazibe merkezidir. Şehrin geçmişten bugüne medeniyet merkezi vasfını tanımlama adına da bu tercih önemlidir. Lefkoşa Rum belediyesinin de surları logosuna taşıdığı düşünülürse tercih daha da önem kazanmaktadır.



Δήμος Λευκωσίας
Nicosia Municipality

<https://www.nicosia.org.cy/el-GR/news/announcements/2021/14700/> (E.T.: 03.05.2021)

Özetle logoda, Türk-İslam ve öncesi olarak tanımlayabileceğimiz adadaki iki önemli medeniyeti temsilen çizimler kullanılmıştır. Tarihi surlar ve şehrin en önemli buluşma ve ziyaret yerlerinden biri olan "Büyük Han" seçilmiştir.

Görselin gösterge düzlemi şöyledir:

GÖSTERGE	GÖSTEREN (Düz Anlam)	GÖSTERİLEN (Yan Anlam)
Bina	Tarihi bir bina çizimi, gravürü	Türk-İslam Sosyal yaşam Gelenek-görenek Tarihsellik Mimari tarz Estetik zevk Osmanlı Kıbrıs'ı
Surlar, burç ve kapılar	Tarihi ve mimari altyapı	Tarihi birikim Medeniyet çeşitliliği Mimari zenginlik Taşın gücü Yerleşim ve yaşam

		Savunma ve korunma
Lefkoşa Türk Belediyesi	(Yazı) Dilsel Gösterge	Lefkoşa kentini dilsel olarak anlatan göstergeler
Rakam	1958 rakamları	Kentin tarihselliği
Renkler	kahverengi, beyaz, siyah	Surlar ve surları şekillendiren taşlara gönderme Beyaz zemin ve barış Siyahın tamamlayıcılığı ve estetiği

Göstergelerin düz ve yananlamsal katmanları:

Bina: Düzanlamda sadece Kıbrıs'ın medeniyet tarihinin ayakta kalan abidelerinden olan bir binanın gravürü olarak düşünülse de, Kıbrıs'ın fethi sonrası Türk toplumunun yaşam tarzının taşınmasının ve yerleşik toplumla tanışmasının halen tüm ihtişamıyla duran şahidi olarak çok ama çok önemlidir. Osmanlı'nın klasik mimarisiyle adaya yerleştiğinin göstergesidir. Eski medeniyetlerden kalma mimari emanetlerin yani surlarla çevrili şehrin içine Türk mimari zevkinin oturtulduğunun vurgusudur. Eyvan görünümlü sivri kemerler, çapraz tonozlar, tekne tonozlar, revaklar, küçük kubbeler, taşla verilen estetik vb. görsel özellikleriyle bu önemli yapının kent kimliğini tanımlaması hesaplanmıştır.

Aynı zamanda asırlara meydan okuyan, taş mimari yapılar, geçmişle bugünü birbirine bağlaması yönüyle de düşünülünce, kentin eski bir yerleşim yeri olması vurgusunun logoya taşındığı görülmektedir.

Surlar, burç ve kapılar: Logonun nerdeyse tamamını şekillendiren, şehrin yüzlerce yıllık yerleşim ve mimari kimliği haline gelmiş surların kullanılması, her ne kadar yapılması gereken olarak görülse de, yukarıda da ifade edildiği gibi Lefkoşa Rum Belediyesi tarafından da logoda tercih edilmesine kıyas, Türk tarafının da geçmişe sahip çıktığının, geçmiş medeniyetlerin izlerine değer verdiğinin, kentin tanımlayıcısı olarak gördüğünün aktarımıdır. Logo, "Kıbrıs geçmişle bugünüyle yalnız Rumların değil aynı zamanda Türklerindir." düşüncesini zihinlere kazır.

Renkler: Logoyu şekillendiren ve taşların hayat verdiği, asırların şahitliğini yapan iki mimari gravür **kahverengi** ve **siyahla** tasarımda vücut bulmuştur. İç dairesel tasarımında alt fon olarak **beyazın** tercihi özellikle aydınlığa, temizliğe, parlaklığa, saflığa, barışçıl halka vb. atıftır.

Logo tasarımındaki renkler, şekiller, çizimler, gravürler vb. bir seçme ve birleştirmenin sonucudur. Görseldeki bu **dizi / dizisel (seçme)** ve **dizim / dizimsel (birleştirme)** tercihi bütünü ve parçalarının çağrışım gücünü de ortaya koyar. Bu yaklaşımlarla logoyu şekillendiren ikili karşıtlıklar şunlardır:

eski	yeni
yüksek	alçak
uzun	kısa
geçmiş	gelecek
Müslümanlık	Hristiyanlık
dost	düşman

kazanma	kaybetme
var olmak	yok olmak
dairesel	köşeli
Türk	Diğer
özgürlük	esaret
...	...

Logo, **metaforik** bir yaklaşımla, tarihi surları benzetme düşüncesiyle şekillenmiştir. Medeniyetlere ev sahipliği yapmış şehrin bütünündeki bir çok tarihsel öğenin içerisinden parçalar seçilerek, şehrin tarihsel ve kültürel birikimine çağrışım yapılmıştır. Bu metonimik yaklaşım logonun aktarım gücünü, anlamlandırma etkisini, çağrışım alanını genişletmiştir.

3.4. İskele Belediyesi:



İskele Belediyesi Logosunun Görüntüsel Anlatımı:

İskele, KKTC’de yeşilin maviyle bütünleştiği, turizmin gözbebeği bir kıyı şeridi ilçelerinden biridir. Bu coğrafi konumu itibarı ile her türlü gelişmeye açık, deniz ve deniz turizmine ev sahipliği yapabilecek bir bölgedir. Logo, İskele ilçesinin coğrafi avantajlarını ve kültürel birikimini yansıtan bir tasarım olarak öne çıkmaktadır. Üç farklı renk ve beş farklı öğeden oluşan logo oval tasarımıyla da ilgi uyandırmaktadır. Yumurtayı andıran logonun alt kısmında sanki kaide görünümü eklemeye ise biblio çağrışımı uyandırmaktadır. Baş tacı edilip güzel yerlerde kendine yer bulan bir biblio.

Denizine, sahiline, kumsalına gönderme yapan mavi ve turuncu renkleri, ilçenin adı gibi iskeleyi ve iskeleye sığınmış kayıkları andıran, denizi yarararak ilerleyen çizim de beyaz renkleriyle logonun aktarım ve gönderge özelliklerini artırmıştır. Kara ile denizin sınırını oluşturan beyaz renkli kalın çizgi de aslında ayıran değil birleştiren bir çizgidir. İskele ilçesini bütünleyen iki temel unsur. Logoda iç oval dairesel yapı içerisindeki rakamsal gösterge kentin tarihini ifade ederken, eski mimari ve kültürel altyapıyı düşündüren gravür ise kentin tarihselliğine vurgudur. Şehirdeki Türk-İslam ve öncesi dönemlerden kalma herhangi bir

mimari fotoğraf kullanılmamış, gravürle tarihsellik işlenmiştir. Dilsel gösterge olarak logonun alt kısmına yazılan “İskele Belediyesi” yazısı, turuncu renkli zeminde mat bir beyazla yazılarak sönük bir görsel olarak kalmıştır.

Görselin gösterge düzlemi şöyledir:

GÖSTERGE	GÖSTEREN (Düz Anlam)	GÖSTERİLEN (Yan Anlam)
Bina	Tarihi bir bina gravürü	Tarihin izleri ve birikimi Mimari tarz ve zenginlik Medeniyet çeşitliliği Estetik zevk Taşın görseelliği İnançlar ve izleri Eskinin ihtişamı
İskele	Denize doğru uzanan iskele çizimi tasarımı	Kentin sahilini süsleyen hurma ağaçlarına gönderme, Denize doğru uzanan gövdesi ve yapraklarıyla hurma ağacı şeklinde iskele çağrışımı, Denize bağlı bir hayat göndergesi vb.
İskele Belediyesi	(Yazı) Dilsel Gösterge	İskele kentini dilsel olarak anlatan göstergeler
Rakam	1958 rakamları	Kentin tarihselliği
Renkler	Mavi (koyu) Turuncu Beyaz	Deniz; sahil, kumsal; beyaz renkle şekillendirilen iskele ve iskeleye demir atmış kayıklar;

Göstergelerin düz ve yananlamsal katmanları:

Bina gravürü: Şehrin tarihi altyapısını çağrıştıran bu çizim logoda kullanılarak kültür birikimine ilgiyi yönlendirdiği gibi aynı zamanda İskele'nin yalnız doğası ve deniziyle değil aynı zamanda üzerinde yaşayan medeniyetlerin izleri, göstergeleri, kalıntıları ve zamana direnen örnekleriyle de bilinmesi, görülmesi, zihinlerde yer edinmesi amaçlanmıştır.

Ağaç şeklinde iskele ve kayıklar: Çok ama çok başarılı bir şekilde şehrin coğrafi avantajları logoya taşınmıştır. Logodaki bu çizim kentin hem doğasını, hem denizini, hem bitki örtüsünü hem de iklimini bütünleyerek aktarım amaçlayan bir çalışmadır. Küçük bir ilçe olan İskele kentinin hedef kitlede oluşmasını istediği anlamlandırmanın gerçekleşmesi adına başarılı bir çalışmadır. Özellikle kentin sahilindeki hurma ağaçlarının denizin içine doğru uzanan iskeleyi oluşturma düşüncesi orijinal bir yaklaşımdır. Yine iskelenin sağında ve solundaki hurma şeklinde kayıkların (deniz taşıtları) paralel yerleşimi de halk-deniz ilişkisini aktarmıştır. Hurma ağacı şeklindeki çizimin beyaz bir bantla tamamen kumsala dolayısıyla karaya bağlantısı da İskele'nin deniz-kara veya su-toprak zenginliğine, etkileşimine göndermedir.

Renkler: Logoda turuncu, beyaz ve mavi (gece mavisi) renklerin yoğun kullanımıyla şekillendirilmiştir. Kentin doğasına, denizine, iklimine, sahiline, coğrafyasına vb. gönderme amaçlı mavi ve turuncu renkleri öne çıkartılmıştır.

Logo tasarımı bir **seçme** ve **birleştirme** tercihinin ürünüdür. Logoyu oluştururken her rengi, her ögeyi, her şekli kısaca kentin her özelliğini kullanmak mümkün değildir. Renklerin, şekillerin, çizimlerin, fotoğrafların, gravürlerin, tasarımda kullanılan tüm görsellerin farklı anlamlandırma, çağrışım ve aktarım gücüne güvenmek gerekir. Yani eskiyi gösteren mimari bir yapı tarihselliği çağrıştırdığı gibi aynı zamanda yeniyi, bugünü de çağrıştırır. Bu durum bilinçli bir şekilde tasarımda uygulanabilirse tasarımın etkileme gücü artar. Bu yaklaşımlarla logoyu şekillendiren ikili karşıtlıklar şunlardır:

eski	yeni
yüksek	alçak
uzun	kısa
geçmiş	gelecek
Müslümanlık	Hristiyanlık
kara	deniz
toprak	su
oval	köşeli
Türk	Diğer
özgürlük	esaret
sıcak	soğuk
büyük	küçük
...	...

Logo, **metaforik** bir yaklaşımla, hurma ağacını iskeleye benzetme düşüncesiyle şekillenmiştir. Tekne ya da kayak olarak adlandırabileceğimiz çizimlerin de hurma meyvesi **metaforu** düşüncesinin ürünü olduğu söylenebilir. Medeniyetlere ev sahipliği yapmış şehrin bütünündeki bir çok tarihsel ögenin içerisinden parçalar seçilerek, şehrin tarihsel ve kültürel birikimine çağrışım yapılmıştır. Bu metonimik yaklaşım logonun aktarım gücünü, anlamlandırma etkisini, çağrışım alanını genişletmiştir.

3.5. Lefke Belediyesi:



<http://www.lefkebelediyesi.com/>

Lefke Belediyesi Logosunun Görüntüsel Anlatımı:

Lefke, yeşil ve mavinin tüm tonları, geçmiş medeniyetlere ait dönemlerin tanıklığını yapan tarihi eserleri, pitoresk manzaraları, ceviz, hurma ve Kıbrıs'ın en lezzetli portakalı, temiz havası, huzurlu ortamı ve Tarih, Kültür ve Doğa değerleri ile eşsiz bir güzelliğe sahiptir. Bu eşsiz coğrafyanın sahip olduğu bu değerlerden pek azı logoya yansıtılmıştır. Bu gözle bakıldığında bu görsel tasarım, basite kaçılmış, kentsel kimliğin sınırlandırıldığı bir logo olarak sınıflandırılabilir.

Turuncu, yeşil ve alt fon olarak beyazın kullanıldığı logoda ana dairenin içindeki ikinci daire bir portakal olarak logoda yer almıştır. Yeşil renk ise, dilsel göstergeye zemin olarak tercih edilmiş ve turuncu renkli dairesel çizime bir bitki özelliği kazandırmıştır. Portakal şeklindeki küresel şekil, kentin portakal kenti olduğunu gösterdiği gibi aynı zamanda güneşin güler yüzünü hep gösterdiği bir kenti çağırıştırır. Turuncu sıcaklığı, enerjiyi, canlılığı, çekiciliği, duyguyu iştahı arttırıcılığı logoda öne çıksa da yeşilin verdiği yenilenme, hayat, huzur, samimiyet gibi duygular da logoda dikkati çekmektedir. Logonun zeminindeki beyaz renk ise evrensel barışa, temizliğe, saflığa, ışıltıya gönderme amaçlı olsa da aynı zamanda turuncu ve yeşil renklerin oluşturduğu çizimlerin hedef kitlenin dikkatini cezbetmesine de imkan hazırlamıştır.

Görselin gösterge düzlemi şöyledir:

GÖSTERGE	GÖSTEREN (Düz Anlam)	GÖSTERİLEN (Yan Anlam)
Meyve çizimi	Portakalın logodaki tasarımı	Kentin coğrafyasının ve ikliminin bereketi Şehrin ekonomik değeri Kentın doğasına, yeşiline, sıcak iklimine gönderme
Dairesel çerçeve	Logonun turuncu dış dairesi	Güneşin çevrelediği, ışıltılı, sıcak bir kente vurgu
Lefke Belediyesi	(Yazı) Dilsel Gösterge	Lefke kentini dilsel olarak anlatan göstergeler
Rakam	1900 rakamları	Kentin tarihselliği
Renkler	Turuncu Yeşil Beyaz	sıcaklık, enerjiyi, canlılık; yenilenme, hayat, huzur, samimiyet; evrensel barış, temizlik, saflık, ışıltı

Göstergelerin düz ve yananlamsal katmanları:

Düzanlam katmanında, portakal vurgusunun alenen logoda belirginleştiği görülen tasarımda, yananlam katmanı da yörenin coğrafyası, doğası, iklimi düşünülünce zihinlerde şekillenen anlamlandırma, aktarım, ileti ve çağırışının keşfi çok da zor değildir. Yeşille turuncunun yöredeki etkinliği, kaynaşması, ekonomik ve sosyal değeri öne çıkartılmıştır. Güneşin dört mevsim ışıltısıyla Lefke'yi yeşerttiği, parlattığı, yaşamın kalitesini artırdığı vb. da yananlamda logoda işlenmiştir.

Turuncunun, hem portakal, hem güneş, hem deniz ve kumsalı hem de yörenin diğer değerli bitkisi Kıbrıs hurmasını çağrıştırdığını da belirtmek gerekir.

Logo tasarımında öne çıkabilecek **dizi (seçme)** ve **dizim (birleştirme)** tercihi sonrası şekillenen ikili karşıtlıklar şunlardır:

dairesel	köşeli
uzun	kısa
parlak	mat
ışıltili	sönük
doğal	suni
yuvarlak	düz
sıcak	soğuk
varlık	yokluk
mutluluk	keder
Türk	Diğer
sağlık	hastalık
...	...

Logodaki tarım ürünü çizimi, kentin toprakla bağıını ifade ettiği gibi aynı zamanda tarımsal zenginliğin, toprağın bereketinin **metonimik** bir yaklaşımla ifadesidir. Logodaki portakal çizimi de bir güneş **metaforudur**.

3.6.Güzelyurt Belediyesi



<http://www.guzelyurtbelediyesi.com/>

Güzelyurt Belediyesi Logosunun Görüntüsel Anlatımı:

Akdeniz iklimini çok güzel yaşatan portakal bahçeleri, yemyeşil doğanın çevrelediği muhteşem bir şehirdir. Kilisesi, arkeoloji müzesi ile gezilecek yerleri olmasına rağmen logoya bu coğrafi altyapının taşınması bu sebeple olsa gerektir. Adına yakışan güzellikte bir yurdu, daha çok doğasının, toprağının ve ikliminin sunduğu avantajlarla temsilde ve tanıtımda öne çıkartılmak gayet faydacı bir yaklaşımdır.

Logo turuncu, sarının turuncuya çalan tonu, yeşil, siyah ve beyaz renklerden; kentin adını karşılayan dilsel göstergeden; geçmişini vurgulayan rakam göstergesinden; başarılı bir çizim olarak ilk etapta vasıflandırılacak kentin baş harfinin “G” tasarımından ve bu

tasarımın tam da kapsama alanına çizilen bir turunçgil kesitinden oluşmaktadır. Belediyenin dikdörtgen logoyu tercih ettiğini görüyoruz. Belediyenin adı siyah renkle ve başarılı bir font seçimiyle logonun bütünlüğünü tamamlayıcı nitelikte. Logodaki tüm tasarım beyaz bir zemin üzerine oturtulmuştur. Beyazın berraklığı, saflığı vb. logoda tercih edilerek, diğer renkleri daha dikkat çekici hale getirmiştir. “1976” rakamsal göstergesi, o günden bugüne kentin belediye olarak KKTC’de varlığının delili olarak logoda yerini almıştır. Rakamın tasarımın içindeki Güzelyurt’u tanımlayan çizimin içinde estetik bir nüans olarak yer alması da başarılı bir görsel anlayış olarak değerlendirilebilir.

“G” tasarımı da, aslında dikkati bu harfe değil bu harfin içine çekmek adına renklendirilmiş ve çizilmiş olarak düşünülebilir. Yeşilin ve tonlarının, turuncunun ve tonlarının, sarının ve tonlarının oluşturduğu bir kent ve kentin bu kimliğini hedef kitleye aktarma telaşı olarak tanımlanabilir.

Görselin gösterge düzlemi şöyledir:

GÖSTERGE	GÖSTEREN (Düz Anlam)	GÖSTERİLEN (Yan Anlam)
Meyve kesiti	Canlı renklerle, turungillerden bir meyve kesiti	Kentin coğrafyasının ve ikliminin bereketi Şehrin turunçgiller bakımından zenginliği Kentın doğasına, yeşiline, sıcak iklimine gönderme
Güzelyurt Belediyesi	(Yazı) Dilsel Gösterge	Güzelyurt kentini dilsel olarak anlatan göstergeler
Rakam	1976 rakamları	Kentin tarihselliği
Renkler	Turuncu (ve tonları) Yeşil (ve tonları) Sarı (ve tonları) Beyaz Siyah	sıcaklık, enerjiyi, canlılık; yenilenme, hayat, huzur, samimiyet; evrensel barış, temizlik, saflık, ışıltı

Göstergelerin düz ve yananlamsal katmanları:

“G” **çizimi**: Aerodinamik bir tasarım olan ve aslında logonun ana karakteri olan çizim, kapsadığı yeşilin, sarının ve turuncunun karşıladığı yerel zenginliklere vurgu yapmaktadır. Kentin baş harfinden çok ilk akla gelmesi gereken avantajları aktarılmıştır. Kentin doğasının ve ikliminin sunduğu imkanlar bir kazanım olarak bu çizimin içine yerleştirilmiştir. Bu yapılırken de bahsi geçen renklerin çağrıştırdığı öğeler **metonimik** bir yaklaşımla logoya taşınmıştır. Yani tamamı değil bütünü zihinlerde canlandıran parçası. Örneğin bir turunçgilin tamamı değil içindeki güzelliği ortaya koyan bir bölümü yansıtılmıştır.

Turunçgil kesiti: Açık bir şekilde hem düzanlam hem de yananlam boyutunda kentin bir turunçgil kenti olduğu apaçık ortaya konmuştur. Akdeniz ikliminin tipik bitki örtüsünün tüm örneklerinin bulunabileceği aktarımı, sadece bir meyvenin örneğin portakalın logoya taşınmamasından anlaşılacaktır. Kabuğundan arındırılmış meyve kesiti çizim itibarıyla bu anlamlandırmayı içermektedir. Bu meyve görselindeki renk seçimleri de bu fikri destekler

niteliktedir. Logoya her şeyi taşımaktan öte bütüne ilgi uyandıracak yananlamı, çağrışım ve gönderim gücü yüksek şekillerin seçilmesi başarıyı artıracaktır.

Bu durumun dezavantajı da olabilir. Logodan hareketle, tüm Akdeniz sahilinde görülebilecek birbirinin kopyası yerleşim yerlerinden birisi daha düşüncesi de kent kimliğine zarar verebilir. Turuncu ve yeşilin yöredeki etkinliği, kaynaşması, ekonomik ve sosyal değeri görmezden gelinemez. Ancak, Akdeniz ikliminin imkan verdiği bitkileri görebilecek ve bulabilecek alan genişliği fikri kente ilgiyi azaltabilir. Bu durumda logoya iklimin ve doğanın ikramları dışında kentin tarihi, kültürel ve sosyal alt yapısından örnekleri de yansıtmak gerekebilir. Tabi ki yine temsili en güçlü olanını.

Logo tasarımında, öne çıkabilecek, **dizi (seçme)** ve **dizim (birleştirme)** tercihi sonrası şekillenen ikili karşıtlıklar şunlardır:

dairesel	köşeli
uzun	kısa
parlak	mat
ışıklı	sönük
doğal	suni
yuvarlak	düz
sıcak	soğuk
dar	geniş
mutluluk	keder
eski	yeni
sağlık	hastalık
geniş	dar

4. Sonuç

Bu çalışmada; KKTC'deki altı ilçe belediyesinin kullanmış oldukları logolar ele alınmış, logoların taşıdığı kavramsal değerlerin en az estetik değerler kadar önemli olduğu, bu nedenle logo konusunun uygulama ve değerlendirme süreçlerinde göstergebilimsel çözümleme yönteminin kullanılmasının gerekli olduğu sonucu elde edilmiştir.

Mevcut göstergebilimsel çözümleme modeli KKTC'nin altı ilçenin logolarına yer verilerek önerilmiştir. Öncelikle söz konusu çözümleme modeli aşamalarıyla anlatılarak bir logonun bu yöntem doğrultusunda nasıl çözümlenebileceği belirtilmiştir. Konunun daha iyi bir şekilde anlaşılabilmesi için bu yöntemle hazırlanmış detaylı çözümleme örneklerine yer verilmiştir.

Logoların genelinde akdeniz ikliminin ve doğasının etkileri görülmektedir. Tarım ürünlerinin logolara taşındığı figüratif görselle temsil edildiğini ifade edebiliriz. Tarımsal yönden zengin ürünlere sahip olan kentler dünyaca ünlü ürünlerini, hem bir gelir kaynağı hem de tanıtım aracı olarak değerlendirmiş ve logolarını bu görseller ile şekillendirmişlerdir.

Bahse konu olan ilçelerin çoğu, Türk-İslam ve öncesi uygarlıklara ev sahipliği yapmış ve bu dönemlerden zamana direnen birçok mimamri ve kültürel zenginliğe sahiptir. Bu yönleriyle de adı geçen yerleşkeler bu birikimlerini logolarına taşımışlardır.

Örneğin Gazimağusa logosuna baktığımızda, adanın fethine göndermede bulunun eski kilise yeni camii figürü tercih edilmiştir. Örneğin Lefkoşa belediye logosunu çağları aşmış ve bugüne dek ulaşmış surlar teşkil etmektedir.

Çoğunluğu sahil kenti olan ilçeler logolarında özellikle denizi, güneşi ve kumu (kumsal) anımsatan mavi, sarı gibi renk tonlarını kullandıklarını da vurgulamak gerekir. Tabiat özelliklerini öne çıkarmak isteyen kentler ise bu renklerin yanına yeşil rengi logolarına taşımışlardır.

Bu yaklaşımla logolara baktığımızda bazı ilçelerin logolarında kentin zenginliği olarak öne çıkartılabileceğimiz öğelerden seçkilerin çok da başarılı yapılamadığı görülmektedir. Örneğin Lefke logosu. Turuncgillerden ibaret bir kent imajı yaratan bir logodur. Aynı şekilde Güzelyurt logosu. Bunlara karşılık “Girne” logosu kentin hem tarihsel önemine, hem KKTC tarihinin yazıldığı yıllara ve olaylara, hem adanın Türkleşmesine, hem barışa, hem adanın bütünlüğüne hem de doğal avantajlarına çağrışımında bulunun güçlü bir logodur. “Kıbrıs Barış Harekatı” göndergesiyle şehitlere ve gazilere vefa gösterilirken, aynı zamanda dönemin acılarının hatırlanıp, barışın öneminin daha iyi anlaşılması aktarımıyla yüklüdür. Aynı şekilde Gazimağusa logosu. Tarihi ve kültürel birikimle, iklimin ve doğanın sunduğu imkanları hedef kitleye aktaran bir logodur.

Yapılan göstergebilimsel analizler şunu göstermektedir ki; bir grafik tasarım ürününün estetik değerleri karşılayabilen, görsel yönü kuvvetli bir tasarım olması ne kadar önemliyse, bir kavramı etkili bir şekilde ifade edebilmesi de en az onun kadar önemlidir. Bu da, belediyelerin hitap edilen kitle ile kavramsal yönden iletilmek istenen mesajları ve aralarındaki iletişimin geliştirebileceği uygulamalara yer verilmesi gerekliliğini açıkça ortaya koymuştur.

Kaynakça:

- Akıncı, Z. (1998). Kurum Kültürü ve Örgütsel İletişim. İstanbul: İletişim Yayınları.
- Barthes, R. (1993). Göstergebilimsel Serüven. (Çev. Mehmet Rifat-Sema Rifat). İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.
- Çağan, M. (2005). Sizin renkleriniz. İstanbul: Bir Harf Yayınları.
- Çamdereli, M. (2006). Reklam Arası. Konya: Tablet Kitabevi.
- Dülgeroğlu Yavuz, S. (2007) “Sosyal Kültürel ve Psikolojik Açılardan Grafik Tasarım ve Tüketim Süreçleri”. Grafik Tasarım Dergisi.
- Efe, R., Soykan, A., Cürebal, İ. ve Sönmez, S. (2013). Dünya’da, Türkiye’de, Edremit Körfezi Çevresinde Zeytin ve Zeytinyağı. Balıkesir: Edremit Belediyesi Kültür Yayınları.
- Fiske, J., (1996). İletişim çalışmalarına giriş. Çev. Süleyman İrvan. Ankara: Bilim ve Sanat Yayınları.
- Henderson, P. ve Cote, J. (1998) Guidelines for selecting or modifying logos. Journal of Marketing.
- Sartori, G. (2004). Görmenin iktidarı (Çev: G. Batuş ve B. Ulukan). İstanbul: Karakutu Yayınları
- Temizsoylu, N. (1987). Renk ve resimde kullanımı. İstanbul.
- Uzun, M., Özcan, S., (2014). “Belediye Logolarındaki Coğrafi Sembollerin Analizi: Kocaeli Örneği”, Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi, Cilt:7, Sayı:32.

- Van Heerden, C. ve Puth, G. (1995). Factors that determine the corporate image of South African banking institutions: an exploratory investigation. *International Journal of Marketing*.
- Zintzmeyer, J. (2007). Logo Design Signs, Image, Identity and Logo Design. *Logo Design*. (Ed:J. Wiedemann). Hong Kong.
- Özmutlu, A. (2009). “Grafik Tasarım Atölye Derslerinde Afiş Konusunun Uygulama ve Çözümleme Süreçlerinde Göstergebilimsel Çözümleme Yönteminin Kullanımı”. Yayımlanmış Yüksek Lisans Tezi. Samsun: Ondokuz Mayıs Üniversitesi.
- Parsa, S. (2008). Film çözümlemeleri. İstanbul: Multilingual Yabancı Dil.
- Peirce, C. (1984). *Writings of Charles S. Peirce*. C. 2. E. C. Moore. (Ed.). Bloomington, Indiana: Indiana University Press.
- Rifat, Mehmet, (1998). XX. Yüzyılda Dilbilim ve Göstergebilim Kuramları, I ve II. İstanbul
- Saussure F. de, (1998). Genel Dilbilim Dersleri, (Çev. Berke Vardar), Multilingual, İstanbul.
- TDK Büyük Türkçe Sözlük (2011).
- Vardar, B. (2001). Dilbilimin Temel Kavram ve İlkeleri, Multilingual Yabancı Dil Yayınları: İstanbul.
- <http://www.girnebelediyesi.com/> (E.T: 22.04.2021)
- <https://www.gazimagusabelediyesi.org/>(E.T: 22.04.2021)
- <https://www.lefkosabelediyesi.org/>(E.T: 22.04.2021)
- (<https://in-cyprus.philenews.com/venetian-walls-of-nicosia/> E.T.; 03.05.2021)
- <https://www.nicosia.org.cy/el-GR/news/announcements/2021/14700/> (E.T.: 03.05.2021)
- <https://www.iskelebelediyesi.com/>(E.T: 22.04.2021)
- <http://www.lefkebelediyesi.com/>(E.T: 22.04.2021)
- <http://www.guzelyurtbelediyesi.com/>(E.T: 22.04.2021)
- <https://ajanim.com/barisin-simgesi-neden-agzinda-zeytin-dali-tasiyan-beyaz-guvercindir/> (E.T: 22.04.2021)

GİRNE
25 - 25 NİSAN 2021

YEŞİL YAKLAŞIMLAR IŞIĞINDA İŞLETMELERİN ÇEVRESEL SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK ANLAYIŞLARI

YL Öğr., Feyza HANGÜL¹, Arş. Gör. Serap KALFAOĞLU², Prof. Dr. Tahir
AKGEMCİ

¹ Selçuk Üniversitesi, ORCID ID: 0000-0002-6468-7599

² Selçuk Üniversitesi, İİBF, ORCID ID: 0000-0002-7248-8370

³ Selçuk Üniversitesi, İİBF, ORCID ID: 0000-0001-5936-7462

ÖZET

Etkili yeşil yönetim ve yeşil işletmecilik uygulamaları, işletmelerin çevreye olan etkileri ve sürdürülebilirlikleri açısından oldukça önemli bir yere sahiptir. Sanayileşme faaliyetlerinin ardından çevresel sorunlar hem doğayı hem de canlı sağlığını tehdit eder düzeye gelmiştir. Bu bağlamda devletlere, topluma ve işletmelere çevre sorunlarının çözümlerine yönelik büyük sorumluluklar düşmektedir. Çevre sorunlarının çözümlerine yönelik insanlarda bilinç oluşması hem işletmelere hem de devletlere baskı oluşturmaktadır. Ulusal ve uluslararası bir problem olan çevre sorunlarına çözüm olarak devletler hukuki boyutta önlemler almaktadır. İşletmeler ise çevreyi önemseyen ve korumayı amaç edinen yeşil yaklaşımları benimseyerek hem kendi sürdürülebilirliklerine hem de dünyanın sürdürülebilir bir yer olmasına katkıda bulunmaktadır. İşletmelerin çevresel sürdürülebilirliğe yönelik yeşillendirme çalışmaları kapsamında bulunan yeşil yaklaşımlar, yeşil yönetim ve yeşil işletmecilik olarak iki boyutta incelenmiştir. Yeşil yönetim, çevre ile işletme arasındaki ilişkileri içermektedir. İşletmelerin çevre üzerindeki olumsuz etkilerini azaltmayı hedefleyen bir yönetim anlayışıdır. Yeşil İşletmecilik ise çevre ile işletmenin uyumlu bir şekilde çalışmasını sağlamaktadır. Yeşil yönetim anlayışının işletmenin faaliyetleri ile bütünleşmesi sonucu yeşil işletme fonksiyonları ortaya çıkarak işletmelerin toplumda olumlu bir imaj oluşturması, yeni çevre dostu ürünlerin üretilmesi, atıkların geri dönüştürülebilir olması ile maliyetlerin azaltılması gibi katkıları bulunmaktadır. Yeşil yaklaşımların öneminin fark edilmesiyle yeşil tüketiciler olarak adlandırılan çevreye duyarlı tüketiciler ortaya çıkmaya başlamıştır. Yeşil tüketicilerin bu duyarlılığı sayesinde birçok işletme çevreye olan zararını en aza indirmeyi hedeflemekte ve bu konuda çalışmalar yaparak çevreci ve duyarlı olan müşterileri kazanmayı amaçlamaktadır. Böylece faaliyetlerini gerçekleştirirken işletme fonksiyonlarına yeşil kavramını entegre ederek üretim, pazarlama, lojistik, insan kaynakları, muhasebe gibi fonksiyonlarını çevresel sürdürülebilirliğe uygun olarak gerçekleştirmeye çalışmaktadır. Bu çalışmanın amacı, işletmelerin çevresel sürdürülebilirlikleri konusunda ve dinamik rekabet şartları altında yeşil yönetim kavramının örgüt kültüründe ve pazarlama faaliyetlerindeki kullanım yöntemlerini incelemektir. Bu çalışmada dünyada ve Türkiye’de bulunan bazı büyük işletmelerin çevre duyarlılığına ve sürdürülebilirliklerine yönelik yeşil yaklaşımları araştırmalar ışığında açıklanmıştır.

Anahtar Kelimeler: Yeşil Yönetim, Yeşil İşletmecilik, Yeşil Yaklaşımlar.

ENVIRONMENTAL SUSTAINABILITY MENTALITY IN LIGHT OF GREEN APPROACHES

ABSTRACT

Effective green management and green business practices have a very important place in terms of the environmental impact and sustainability of businesses. Following the industrialization activities, environmental problems have come to a level that threatens both nature and the health of living things. In this context, governments, society and businesses have great responsibilities for the solutions of environmental problems. The awareness of people about the solutions of environmental problems puts pressure on both businesses and governments. States take legal measures as a solution to environmental problems, which are both national and international problem. Businesses, on the other hand, adopt green approaches that care about the environment and aim to protect it, contributing to both their own sustainability and making the world a sustainable place. Green approaches within the scope of greening studies for environmental sustainability of enterprises have been examined in two dimensions as green management and green management. Green management includes the relationships between the environment and the business. It is a management approach that aims to reduce the negative effects of businesses on the environment. Green Business, on the other hand, ensures that the environment and the enterprise work in harmony. As a result of the integration of the understanding of green management with the activities of the business, green business functions emerge, creating a positive image in the society, producing new environmentally friendly products, and reducing costs by making waste recyclable. With the realization of the importance of green approaches, environmentally conscious consumers, called green consumers, started to emerge. Thanks to this sensitivity of green consumers, many businesses aim to minimize the damage to the environment and aim to gain environmentally friendly and sensitive customers by working on this issue. Thus, by integrating the concept of green into its business functions while performing its activities, it tries to fulfill its functions such as production, marketing, logistics, human resources, accounting in accordance with environmental sustainability. The purpose of this study is to examine the usage methods of green management concept in organizational culture and marketing activities in terms of environmental sustainability of enterprises and under dynamic competition conditions. In this study, the environmental sensitivity of some of the largest businesses in the world and in Turkey approaches to sustainability and green lights are described in the research.

Keywords: Green Management, Green Business, Green Approaches.

1. GİRİŞ

Ülkelerin uluslararası arenada söz sahibi olma isteği her daim varlığını sürdürmektedir. Dünya genelinde hızla artış gösteren insan nüfusu ve beraberinde getirdiği bitmeyen ihtiyaçlara bağlı olarak ortaya çıkan ekonomik ve sanayileşme atımları birçok gelişme ile birlikte bazı sorunları da ortaya çıkarmıştır. Bu sorunların en önemlisi ise gelişim ve büyüme isteğiyle hoyratça kullanılan doğal kaynaklar ve çevredir. Olumlu bir değişime uğrayan dünya ekonomisi ve ülkelerin refah seviyesi, doğanın ekolojik dengesini olumsuz bir dönüşüme itmiştir. Bu olumsuz gelişimin baş sorumlusu ise, doğal kaynaklarımızı sorumsuz ve gereğinden fazla kullanan

insanoğludur. Tüm bunların sonucu olarak ortaya çıkan tüketim çılgınlığı ve bu tüketim çılgınlığının tetiklemiş olduğu üretim ve kazanç çılgınlığı; küresel ısınma, iklim değişiklikleri, doğal ortamları bozulan hayvanlar gibi birçok çevresel sorun oluşturmuştur. Bu olumsuzlukların dikkate alınmasıyla birlikte ülkeler hem ulusal hem de uluslararası tedbirler almak için çabalamaya başlamıştır. Bu tedbirler ve yaşanan olumsuzluklar nedeniyle, ulusal ve uluslararası boyutta insanlarda, işletmelerde ve sanayilerde çevresel bilinç artmış hatta zorunlu bir hale gelmiştir. İşletmeler sürdürülebilir bir gelişme için çevreye duyarlı çalışma şekilleri ortaya koymak zorundadır. Çevre hassasiyeti konusunda oluşan kamuoyu, çevreye zarar veren şahıs veya kurumlara verilen büyük tepkiler, işletmeleri çevre hassasiyeti ve yeşil yönetim konusunda zorunlu kılmıştır. Bu hassasiyete alışmamış ve bu bilinci tam olarak kabullenememiş işletmeler Yeşil Yönetim adı altında bulunan faaliyetlerini ülkelerinin mevzuatına uygun olarak yasal zorunluluklar ile gerçekleştirmektedir. Fakat işletmeler bu hassasiyeti bir zorlama ile kabullenmemeli, stratejik hedeflerini ve yönetim anlayışlarını buna göre şekillendirerek sürdürülebilir hale getirmelidir (Şenocak ve Bursalı, 2018: 162; Karakuş ve Erdirençelebi, 2018: 683).

Yeşil yönetim anlayışının gelişmesi ile birlikte yeşil tüketicilerin artmaya başladığı ve bu taleplerin bulunduğu pazarların ortaya çıkması, işletmelere yeşil yönetim alanında yeni bakış açıları kazandırmış, bu konuda yeni fikirler üretmeye tetiklemiştir. Tüketicilerin çevreye olan duyarlılığı ile işletmeler çevreye daha fazla önem göstermeye başlayarak yeşil işletme faaliyetlerini fonksiyonlarına entegre etmeye başlamışlardır. Böylece yeşil üretim, yeşil pazarlama, yeşil insan kaynakları yönetimi, yeşil muhasebe, yeşil Ar-Ge ve yeşil lojistik fonksiyonları oluşturulmuştur.

Bu çalışmada yeşil yaklaşımların işletmelere olan etkileri açıklanmaya ve değerlendirilmeye çalışılmıştır. Bu kapsamda yeşil yönetim ve yeşil işletmecilik kavramlarına ilişkin nitel araştırma yöntemi kullanılarak literatür taraması yapılmıştır.

2. YEŞİL YÖNETİM

1990'lı yılların sonuna kadar işletmeler tarafından çevre ihmal edilmiş ve üzerinde durulmamış olan bir problemi meydana getirmiştir. Bu ihmalin en önemli sebebi çevre tanımının işletme literatüründe eksik bir biçimde ifade edilmesinden kaynaklanmaktadır. İşletmeler için çevre; işletmenin faaliyetlerinde etkili olan dış faktörlerden oluşmaktadır. Bu faktörler, yalnızca toplumsal, ekonomik, siyasi ve teknolojik unsurlar olarak görülmektedir. Böylece doğal kaynak faktörlerinin, toplumun ve işletmelerin çevresini asıl oluşturan faktör olduğu tamamen göz ardı edilmiştir. Ekonomik kaynakların en önemli unsurunu çevre meydana getirmektedir. Bu yüzden, sürdürülebilirliğin ve büyümenin gerçekleşmesi çevredeki kaynaklara bağlıdır. Çevrenin doğal dengesi bulunmaktadır. Bu dengenin bozulmadan kaynakların tüketilmesi ve çevreyi korumaya yönelik çalışmalar, çevre sorunlarını minimum seviyeye indirecektir. Dolayısıyla işletmelerin ve çevrenin birbirlerine entegre edilmesi ile çevrenin dengesi korunabilecek ve sürdürülebilir gelişme sağlıklı bir şekilde gerçekleşecektir. Günümüzde gelişmiş ve gelişmekte olan ülkelerin sanayileşme hamleleri neticesinde doğal kaynaklar hoyratça kullanılmış ve çevrenin doğal dengesinin bozulmasına yol açılmıştır. Bu bozulmalar sonucunda çevre ve insan sağlığı ciddi şekilde etkilenmektedir. Daha kötü sonuçlar ortaya

çıkması ve gelecek kuşaklara yaşanabilir bir çevre bırakabilmek için ulusal ve uluslararası arenada çevre sorunları dile getirilmekte ve böylece çevre bilinci oluşturularak küresel boyutta çevre kirliliği önlenmeye çalışılmaktadır (Akataş ve Aslan, 2008: 316; Nemli, 2001: 212).

İlk çevrecilik faaliyetleri 1850'li yıllarda ABD ve Avrupa'da ortaya çıkmıştır. Bu faaliyetler kapsamında günümüze kadar çevreyle ilgili birçok toplantı yapılmış ve uluslararası boyutta çevre bilinci oluşabilmesi konusunda önemli kararlar alınmıştır. Bu toplantılar arasında en çok ses getirenleri; Stockholm Konferansı, Rio Konferansı, Kyoto Protokolü ve Paris İklim Anlaşmasıdır. 1972 yılında Stockholm'de gerçekleşen "*Birleşmiş Milletler İnsan ve Çevre Konferansı*" 100'den fazla ülkenin katılımıyla uluslararası arenada çevre sorunlarının ele alınmış olduğu ilk konferanstır. 1992 yılında zararlı gaz emisyonlarının azaltılması ve kontrol altına alınması için Rio Konferansı yapılmıştır. Ardından küresel iklim değişikliği kapsamında sorunlara dikkat çekebilmek, karbon salınımlarının azaltılmasına yönelik çalışmalar ve kararları içeren Kyoto Protokolü ve Paris İklim Anlaşması gibi uluslararası toplantılarla çevrenin ve tüm insanlığın geleceğini kurtarma çalışmaları yapılmaya başlamıştır. Tüm dünya ülkeleriyle çevre konusunda gerçekleştirilen sözleşmeler, zirveler, konferanslar ve toplantılarla birlikte, tüketicilerinde çevresel atıklar konusunda bilinçlenmesiyle işletmeler yeni bir yönetim anlayışı olan yeşil yönetim felsefesiyle tanışmışlardır (Kaya, 2020: 166; Sezer, 2007: 764).

Yeşil yönetim işletmelerin performanslarını iyileştirmeleri, faaliyetlerinde israfın azaltılmasını, çevre ve işletmeler arasındaki ilişkileri içermektedir. Genel olarak işletmelerin çevre üzerindeki etkilerini azaltmaya çalışarak ve faaliyetlerini de bu anlayışı benimseyerek gerçekleştirdikleri bir yönetim felsefesidir. Yeşil yönetimin çıkış noktasında sürdürülebilirlik bulunmaktadır. Dolayısıyla, işletmelerin stratejik hedefleriyle ve sürdürülebilirlik anlayışları ile bağdaşması gereken bir kavramdır. Sürdürülebilirlik, sürekli iyileştirme, doğal kaynakların hoyratça kullanılmasını engelleyip gelecekte çalmadan karşılayabilmek, toplumsal refah sağlamayı ve çevreyi kapsayan bir sistem anlamına gelmektedir. Yeşil yönetim bazı yazarlara göre, sadece finansal olarak kazanç sağlama ve atık azaltma olarak tanımlanmaktadır ancak sürdürülebilirliğin sağlanması sadece bunlara bağlı değildir. Yeşil yönetim kavramı yerine bazen çevreci yönetim terimi de kullanılmaktadır ancak tek başına bu kavramı açıklamak için yeterli değildir. Çevreci yönetim, çevre sorunlarına ve iyileştirmelerine yönelmektedir. Sürdürülebilirlik ve çevreci yönetim tanımlarına baktığımızda birbirlerine benzer anlamlar taşıdıkları sonucuna ulaşabiliyoruz. Bu kavramlar yeşil yönetim kavramı ile ilişkili ancak yeşil yönetim kavramını açıklamak için dar bir çerçeve de kalmaktadır. Haden vd. (2009) göre, çevre yönetimi ve sürdürülebilirlik kavramlarının tanımlarından yola çıkarak; yeşil yönetim kavramına sürekli iyileştirme ve yenilik kavramları da dahil edilmiştir. Bu bağlamda yeşil yönetim, işletmelerin çevresel hedef ve stratejilerine sürekli gelişmeyi entegre ederek, yenilik sağlamayı ve sürdürülebilir rekabet avantajı elde edebilmeyi amaçlamaktadır (Haden vd. 2009: 1050-1052; Loknath ve Azeem, 2017: 692).

Yeşil yönetim işletmenin alacağı kararlarda ve faaliyetlerde sürdürülebilirliği ön planda tutan, faaliyetleri sonucu çevreye verilen zararı minimum seviyeye indirmeyi veya tamamen ortadan kaldırmayı hedefleyen böylece rakiplerine karşı üstünlük sağlayabilen ve sosyal sorumluluk projeleriyle topluma ve çevreye karşı görevlerini yerine getirmeyi amaçlayan bir yönetim anlayışıdır. Günümüzde işletmelerin yapmış olduğu faaliyetler sonucunda çevreye etkileri

özellikle sosyal medya kanalları aracılığıyla herkes tarafından görülebilir hale gelmiştir. Tüketicilerinde çevreye karşı bilinçlenmesiyle işletmeler çevreye karşı daha sorumlu davranmaya başlamıştır. Yeşil yönetimin temelinde çevreye karşı sorumluluk bulunduğundan işletmeler sosyal sorumluluk projeleri geliştirerek hem kendilerine yatırım yapmakta hem de faaliyetlerinde çevreye karşı olumsuz etkileri azaltarak üstün bir başarı elde etmektedir. Sosyal sorumluluk projeleri ile işletmeler toplumun ve çevrenin yararına olacak şekilde faaliyet gösterme çabasıdadır. Bu bakımdan yöneticiler, sosyal sorumluluk projelerinin işletmeye kazandırdığı avantajları fark ederek yeşil yönetim anlayışını benimsemektedir (Göktepe, 2020: 329; Prothero vd., 1992: 417-148).

Yeşil yönetim Mozarin vd. (2009) göre, işletmelerin maliyetlerini azaltmaları konusunda yardımcı olmaktadır. Yeşil yönetim anlayışı ile çevre kirliliğinin önlenmesi, hammadde ve enerji kaynaklarının kullanımında tasarruf edilmesi ve atıkların geri dönüştürülebilir olmasıyla yeniden kullanımı sağlanmaktadır. Yeşil yönetim stratejileri içerisinde yenilenme ve farklılaşma anlayışı bulunduğundan sürekli yenilenme ile daha verimli ürünler elde edilmesi ve çevreye duyarlılık sağlanarak günün koşullarına uyulması amaçlanmaktadır. Bazı yazarlara göre yeşil yönetim; kâğıdın çift tarafının kullanılması, üretim süreçlerinin yeniden yapılanması veya işletmeye yenilikçi hedefler katarak rekabet fırsatı elde edilebilmesini olarak görülmektedir. Yeşil yönetim üzerine yapılan çalışmalar genellikle çevre dostu ürünler, yeşil pazarlama, yeşil araştırma-geliştirme uygulamaları üzerine olmaktadır. Bu durum Haden'e göre yeşil yönetimi açıklayabilmek için yeterli değildir. Sürdürülebilirlik ve stratejik olarak işletmeyle entegre olan hedeflerinden bahsedilmesi gerektiğini savunmaktadır (Molina-Azorin vd., 2009; 1082; Haden vd., 2009: 1042).

Küreselleşmeden dolayı yaşanan değişimler ve işletmelerde çevre bilincinin artması ile geleneksel yönetim anlayışı yerini çevreci yönetim anlayışına bırakmaktadır. Geleneksel yönetimde büyüme, fazla atık tüketimi oluşturan üretim, çevrenin kaynak olarak görülmesi, pazarlama faaliyetlerinin tüketimi artırmaya yönelik olması, insan kaynakları için işçi verimliliğinin artırılması amaçlanırken; çevreye duyarlı yeşil yönetim anlayışında ise sürdürülebilir büyüme, kaliteli yaşam çevre dostu ürün kullanımı, çevreye uyumlu olmak, kaynakların etkin ve verimli kullanılması, pazarlama faaliyetlerinin tüketici eğilimine yönelik yapılması, insan kaynakları için iş yerinde sağlık ve güvenliği sağlama anlayışı benimsenmektedir (Shrivastava, 1995: 131).

Çevreye verilen zararlı etkileri azaltmayı amaçlayan işletmelerde çevresel sorunlara karşı çözümler işletme politikalarında yer almasıyla yeşil yönetim anlayışı işletmelerde hâkim olmaya başlamıştır. Fakat yeşil yönetimin avantajları olduğu kadar dezavantajları da bulunmaktadır. İşletmenin faaliyetlerinde teknolojik cihazların yenilenmesi ve geliştirilmesi için yatırım maliyetlerinin yüksek olması, dayanıklı ürünlerin pahalı olması ve sürdürülebilir yaşam alanlarına dönüştürebilmek için gereken maliyetlerin fazla olması gibi büyük bir ilk yatırım maliyeti dezavantajı bulunmaktadır. Ancak bunun yanında sürekli öğrenen ve gelişen işletme yapısına sahip olmak, üretim verimliliğini artırmak, yeşil işletme imajı oluşturmak ve bu sayede rekabet üstünlüğü sağlamak gibi avantajları bulunmaktadır. Bu bakımdan yeşil yönetimin birçok alanda sağladığı faydalardan dolayı bu anlayışı şimdiden benimseyen

işletmeler için önemli bir yatırım fırsatı oluşturduğu görülmektedir (Kuşat, 2013: 4902; Tu ve Wu, 2020: 6).

3. YEŞİL İŞLETMECİLİK

Sanayileşmenin artmasıyla yaşanan üretimden kaynaklı küresel ve bölgesel olarak doğal çevrenin zarar görmesi ve insan nüfusundaki hızlı artış bilinçsiz bir şekilde hareket etmeye ve çevre üzerinde olumsuz etkilere sebep olmaktadır. Değişen dünya koşullarına uyum sağlayabilmek, küresel pazarlarda kalıcı olabilmek ve rakiplere karşı üstün bir performans sergileyebilmek için geleneksel yönetim anlayışı yetersiz kalmaktadır. Bu bakımdan alternatif yönetim biçimlerinden yeşil yönetim uygulamalarını işletmeye entegre ederek müşterilerinde gözünde olumlu imaj, çevre dost ürün üretimi sayesinde çevreye verilen zararın minimum seviyeye inmesi, yeşil pazarlama hedeflerinin geliştirilmesi, atıkların geri dönüşümü sayesinde üretim maliyetlerinin azalması işletmeleri sürdürülebilirlik açısından da destekleyecek olan yeşil işletmecilik faaliyetlerine yönlendirmektedir (Şenocak, 2017: 37).

Dünyada yaşanan küresel ısınma ve iklim değişikliği gibi çevre sorunlarıyla mücadele etmede tüketicilerin bilinçli hareket etmeleri önem arz etmektedir. Tüketicilerin talep ve isteklerine göre şekillenebilen işletmeler çevresel duyarlılığı yüksek müşterileri için çevreye duyarlı işletmecilik anlayışını benimsemektedirler. Yeşil tüketiciler olarak anılan bilinçli tüketiciler gelecek nesillere yaşanabilir bir dünya bırakabilmek için alacakları ürün veya hizmetlerde daha az atık ve kirlilik oluşmasını ve yenilenebilir enerji kaynaklarının daha fazla kullanılmasını talep etmektedirler. Bu bakımdan yöneticiler, müşterilerinden gelen talepleri geri çevirmemek için faaliyetlerinde değişiklik yaparak daha çevreci işletme anlayışını benimseyip geliştirmektedirler. Çevreye karşı duyarlı işletmecilik olan yeşil işletmecilik, yöneticilerin karar alma aşamalarında çevreyi göz ardı etmeden, üretim faaliyetleri sonucunda çevreye verilen zararı azaltmayı amaçlayan böylece değişime ve farklılığa uyum sağlayabilen, örgüt kültürüne çevrenin korunması gerektiği bilincini yerleştiren ve topluma karşı sorumluluklarının farkında olan işletmelerin benimsediği bir uygulamadır (Nemli, 2001: 212-213).

Dünyada bulunan bütün işletmeler kendilerini geliştirmek, çevreyi ve toplumu korumak için yeşil işletmeciliği benimsemektedir. Yeşil işletmecilik faaliyetleri çevresel, ticari ve sosyal gelişimleri etkilemekte aynı zamanda çevreye duyarlı işletmeciliğin gelişmesi, katma değeri yüksek ürünlerin üretilmesi, hizmet sektörünün daha etkili yönetilmesi, yenilenebilir enerji kaynak kullanımının özendirilmesi, atık yönetiminin sağlanması gibi faydaları içermektedir. Sürdürülebilirliği, çevreye karşı duyarlılığı, toplumsal refahı ve sosyal sorumluluk faaliyetlerini geliştirmek için işletmelerin tüm ilkelerinde, politikalarında, uygulamalarında ve prosedürlerinde yer almaktadır (Hasan vd., 2019: 327).

Yeşil işletmecilik, işletmelerin kuruluş aşamalarıyla birlikte başlamaktadır. İlk adım, kuruluş yerinin seçimi ve kurulacak tesisin çevresel yeterliliğinden oluşmaktadır. Bu kapsamda, işletmelerin kurulacakları bölgelerdeki yer şekilleri, bitki örtüsü ve denize olan yakınlığının dikkate alınarak çevre ile işletmelerin uygun olup olmadığının belirlenebilmesi için çevreci planlamalar yapılması gerekmektedir. Bu planlamalar sayesinde kullanılacak kaynakların daha

etkili olması sağlanacak, çevresel dengenin zarar görmesi engellenecek böylece hava ve toprak kirliliği önlenilecek, verimli tarım arazilerinin korunması sağlanacak ve birçok canlı türü korunabilecektir. Aynı zamanda gelecekte işletmeler için mali kazançlara, çevresel felaketlerin önlenmesine ve sürdürülebilir işletme olmalarına imkân sağlayacaktır (Şenocak, 2017: 41).

Yeşil işletme olmak yalnızca çevreye zararın azaltılması ile sınırlı değildir. Aynı zamanda işletmenin faaliyetlerine katma değeri yüksek ürünler geliştirmek, bunu topluma duyurmayı ve toplumda çevre bilinci oluşturarak yeşil tüketicileri kazanmak için çabalayan bir işletmeciliktir. Toplumda çevre duyarlılığı ilk olarak tüketim dışı kaynakların korunması ve uluslararası faaliyetlerin ses getirmesiyle gerçekleşmiştir. Sonraki gelişmelerde tüketicilerin payı oldukça fazla olmuştur. Tüketiciler, tüketim sonrası geri dönüştürülebilecek ürünlerin ayrıştırılması gibi davranışlara yönelmiştir. Aynı zamanda çevreye karşı oluşabilecek atık durumu tüketicilerin satın alma kararlarında etkili olmaya başlamıştır. Böylece çevreye karşı duyarlılığı olan yeşil tüketiciler ortaya çıkmaya başlamıştır. Yeşil tüketiciler, bir ürünü satın alırken çevresel sonuçlarını değerlendirmektedir. Örneğin, bir ürünün satın alınması sonucu oluşabilecek atık miktarının ve ürünün oluşum aşamasında geçirdiği sürecin çevreye olan etkisi satın alma kararında etkili olmaktadır. Böylece çevre dostu olan bir ürün satın almaya karar veren tüketici kendi istek ve ihtiyaçlarını karşılarken çevreye de fayda sağladığını düşünerek mutlu olmaktadır. Tüketiciler çevre dostu ürünlerin üretilmesi gerektiği konusunda fikir ve tercihlerini sıklıkla duyurmaktadır. Bu tercihleri göz ardı eden işletmeleri boykot ederek satışlarının azalmasına yol açmaktadırlar. Bu davranışlara maruz kalmamak için işletmeler, tüketicilerin çevre dostu ürün baskıları doğrultusunda faaliyetlerini gerçekleştirmeye çalışmaktadır (Yavuzylmaz ve Güney, 2015: 3-4; Follows ve Jobber, 2000: 724).

Sonuç olarak işletmelerin yeşili tercih etmelerindeki nedenler; doğal çevreye verilen zararı en aza indirmek veya ortadan kaldırılması yönündeki çalışmalardan, tüketicilerin çevreye olan duyarlılığının artmasından, gelecek kuşaklara yaşanabilir bir dünya bırakmak istemelerinden, sürdürülebilir ve rekabetçi üstünlük sağladığından kaynaklanmaktadır. Bu yüzden işletme fonksiyonlarına yeşil terimini yerleştirmektedirler (Özkaya, 2010: 250).

3.1. Yeşil Yönetim Algısının İşletme Fonksiyonlarına Etkileri

İşletmeler amaç ve hedeflerini gerçekleştirebilmek ve sürdürülebilirliklerini sağlamak için ürünlerin üretilip tüketicilere ulaşmasına kadar çok sayıda ve nitelikte faaliyetlerde bulunurlar. Bu faaliyetler benzerliklerine göre gruplandırılıp işletme fonksiyonları adı altında toplanmaktadır. Her işletmenin kendi amaç ve hedeflerine göre fonksiyonları bulunmaktadır. İşletme ile çevrenin uyumlu bir şekilde çalışmasına yeşil işletme fonksiyonları katkı sağlamaktadır (Ekodialog, 2005). Bu bölümde yeşil işletme fonksiyonları: Üretim, Pazarlama, İnsan Kaynakları, Muhasebe, Ar-Ge, Lojistik ve Halkla İlişkiler kapsamında incelenmektedir.

Yeşil Üretim; üretim, işletmelerde bulunan kaynakların ürüne dönüştürülme sürecidir. Üretim fonksiyonu işletmelerin amaç ve hedefleri doğrultusunda gerçekleştirilmekte ve bu fonksiyona göre diğer işletme fonksiyonları da şekillenmektedir. Dünyada yaşanan ekonomik, politik ve toplumsal gelişmeler sonucunda doğal çevrenin dengesinde bozulmalar yaşanmıştır. Bu bozulmalar sonucunda ülkeler birtakım kararlar alarak çevre sorunlarına çözüm yolları aramaya başlamaktadır. Çevre sorunlarına neden olan en büyük neden sanayileşme yani üretim

süreçleridir. İşletmeler üretim süreci sonucunda çevreye değil, elde ettikleri değer ve bu değerini sağladığı faydaya odaklanmaktadır. Ancak son yıllarda tüketicilerin çevreye olan duyarlılığının artması ve üretim sonrası çıkan zararlı gazların salınımı, atıkların depolama ve arıtım masraflarının azaltılması amacıyla üretim süreci sonunda çevreye daha az zarar verecek ürün ve teknolojileri tercih etmeye başlamışlardır. Bu noktada yeşil üretim süreci devreye girmektedir. Yeşil üretim sayesinde işletmelerin çevre üzerindeki olumsuz etkileri azaltılmaya çalışılmaktadır. Yeşil üretim, işletmelerin üretim faaliyetlerinin yenilenmesiyle gerçekleşmektedir. Yenilenme sonucunda çevre dostu süreçler meydana gelerek kirliliğin ve atıkların azaltılması, geri dönüştürülebilir malzemelerin kullanılması ve daha az doğal kaynak kullanılması sağlanmaktadır. Geri dönüştürülebilir malzemelerle ve teknolojilerle üretilmiş ürünler diğer ürünlere göre daha pahalı olmasına rağmen yine de tercih edilmektedir. Doğal kumaşlarla yapılan ürünlerin, doğal olmayan kumaşlara göre daha fazla pahalı olmasına rağmen tercih edilmesinin sebebi sağlıktır. Doğal olmayan ürünler zehirli kimyasallar içererek insan sağlığını tehdit etmektedir. Bu bakımdan insanlar kendilerini hasta etmeyen ve çevreye zarar vermeyen ürünleri tercih etmektedir (Goodwin University, 2016; Tekin, 2019: 30-31).

Yeşil Pazarlama; pazarlama bir ürün veya hizmetin satın alınmasını sağlama, satışını artırma ve dağıtım yönleriyle ilgilenen bir süreçtir. İşletmelerin yeşil üretim süreçleri sonucu ortaya çıkan çevre dostu ürünlerin tanıtımı ve satışı yeşil pazarlama anlayışının doğmasına neden olmuştur. Yeşil pazarlama, tüketicilerin ihtiyaçlarının yerine getirilmesi ve işletmelerin amaç ve hedeflerinin gerçekleştirilmesinde; çevre ile uyumlu ürün tasarımı, tüketim sonrasına kadar ki tüm süreci kapsayan pazarlama faaliyetleridir. Aynı zamanda toplumun çevre duyarlılığı, sürdürülebilirliğin önemi, çevreci faaliyetlerin rekabet avantajı oluşturması, maliyetlerin azaltılmasına yardımcı olması, hukuki düzenlemeler, sosyal sorumluluk bilincinin gelişmesi ve duyarlı tüketicilerin baskısı yeşil pazarlamayı meydana getirmektedir. Yeşil pazarlama yaklaşımı, işletmelerin sürdürülebilir olmaları için sosyal sorumluluk projelerine önem verilmesi gerektiğini savunmaktadır. Sosyal sorumluluk projeleri, tüketicilerde güven algısı oluşturmaktadır bu sayede işletmeler kurumsal itibar sahibi olabilmektedir. Tüketiciler tarafından güven duyulan ve itibar sahibi olan işletmeler rakiplerine göre rekabet avantajı elde etmektedir. Tüm dünyada çevre kirliliği, atık yönetimi, zararlı gaz salınımı, nesli tükenme tehlikesi altında olan canlılar çevresel kaygıları meydana getirmektedir. Bu kaygılar sonucu yeşil pazarlama stratejilerinin oluşmuştur. Yeşil pazarlama stratejileri; kurumsal güven ve itibarın artması, marka sadakati, ürün çeşitlendirilmesi, performanslarda yüksek verimlilik sağlanması ve güncel teknolojik cihazların işletmeye dahil edilmesi gibi süreçlerden oluşmaktadır. Kaynakların en verimli şekilde kullanılması, çevreye zararı önleyecek seçenekler bulma, çevre dostu ürün kullanımını özendirme ve toplumu geri dönüşüm konusunda bilinçlendirmek yeşil pazarlamanın amaçları arasındadır. Yeşil pazarlamanın önemi son yıllarda artış göstermiştir. Tüketicilerin sınırsız ihtiyaçları sonucu sınırlı doğal kaynaklara sahip olan dünyanın daha fazla zarar görmemesi için işletmeler farklı alternatifler bulmak zorunda kalmıştır. Bu noktada yeşil pazarlama, sınırlı olan doğal kaynaklar için bilinçli kullanımı sağlama, atık oluşumu sonucu doğaya zararın en aza indirilmesi, üretim süreçlerinde zararsız farklı bir yol seçimi, geri dönüştürülebilir ürün kullanımı sağlanmasına katkı da bulunmaktadır (Gürler, 2019: 3; Gedik, 2020: 6; Saticı, 2012).

Yeşil İnsan Kaynakları; yeşil yönetim ve işletmecilik sistemini etkili bir şekilde uygulayabilmek için örgüt içindeki tüm çalışanların teknik bilgi ve becerilerinin geliştirilmesi önemli bir parametredir. Çalışanların çevresel konulara karşı bilinçli olması, teknolojik cihazların etkili kullanılabilmesi ve sürdürülebilirlik konularına yoğunlaştırarak çevresel faktörlerin göz önünde bulunması işletmelere rekabet avantajı sağlamaktadır. Tüketicilerin yeşil ürünleri tercih etmesi üstelik daha fazla para ödemeye razı olmaları işletmeleri yeşil olmaya iten sebepler arasında sayılmaktadır. Bu bakımdan yeşil stratejilere ve politikalara sahip olan işletmelerin marka tanınırlığı, kurumsal imajı, çalışan performansında iyileştirmeler ve satışlarında artış olduğu görülmektedir. İşletmelerin en önemli ve değerli kaynağı insandır. Sürdürülebilir gelişmenin sağlanabilmesi için mevcut çalışanlara yatırım yapılarak yeşil işletme stratejileri örgütlerde uygulanabilir hale gelmektedir. Çalışanların eğitimi, gelişimi ve kariyer planlaması gibi faaliyetler insan kaynakları birimi tarafından yerine getirilen görevler arasındadır. İşletmelerin fonksiyonlarında yeşil uygulamaların gelişmesi ve çalışanların bu gelişmeler ışığında eğitilmesi yeşil insan kaynakları fonksiyonu aracılığıyla gerçekleştirilmektedir. Özellikle yeşil insan kaynakları yönetimi, işletmelerin yeşil yönetim ve yeşil işletmecilik faaliyetlerini başarılı bir şekilde yerine getirebilmelerine katkı sağlamaktadır. İşletmeler tarafından benimsenmiş olan yeşil uygulamalar; fiziksel atık çıkarmak yerine dijital depolama alanı oluşturmak, yakıt tasarrufu sağlayan araç kullanımına yönlendirmek, israfi önleme çalışmalarına çalışanları dahil etmek, dünyanın birçok yerinde verilen nitelikli eğitimleri seyahat ve konaklama maliyetlerinden tasarruf sağlamak amacıyla online eğitim olarak çalışanlarına sunmak, şirket imajını artırmaya yönelik çevresel konulara yoğunlaşmak, sosyal sorumluluk projelerine işletme faaliyetleri arasında yer vermek, örgüt içerisinde tasarruflu aydınlatmalara yer vermek ve güneş ışığından maksimum fayda sağlanması için yeşil binaların yapımı desteklemektir (Uçar ve Işık, 2019: 317-318; Rani ve Mishra, 2014: 3635).

Yeşil Muhasebe; bir işletmede gerçekleşen tüm mali olayların kayıt altına alınması muhasebe birimini sorumluluğundadır. İşletmeler faaliyetlerini yerine getirirken çevreye olan etkilerini ölçmek için yeşil muhasebe uygulamalarını kullanırlar. İşletmelerin kullandıkları kaynakların neler olduğu, kullanılan kaynak sonucu çevreye verilen zararın etkilerinin tespit edilip ölçülmesi gibi işletmenin çevreyle etkileşimi sonucu maliyet unsuru oluşturan tüm sistem yeşil muhasebe olarak tanımlanmaktadır (Sing vd., 2019: 481).

Yeşil Ar-Ge; günümüzde teknoloji ile işletmeler ayrılmaz bir parça haline gelmekte bu sayede değişimler çok hızlı bir şekilde yaşanmaktadır. Sanayileşmenin etkisiyle üretim ve tüketim miktarında artış yaşanmaktadır. Buna karşılık enerji kaynakları kullanımı da aynı hızda artış göstermektedir. Özellikle yenilenemeyen enerji kaynakları kullanımlarında zararlı gaz ve atıkların oluşmasından dolayı çevre büyük zarar görmektedir. Sanayileşmenin ilerlemesi ile refah seviyelerinde görülen artış sonucu herkes işlerini kolaylaştırmalarına yardımcı olan teknolojik aletlere yönelmiştir. Teknolojik aletlerin çalışması ve hayatı kolaylaştırması bakımından enerjiye ihtiyaç duyulmakta bu durumda herkesi enerjiye bağımlı hale getirmektedir. Asansörden metroya yürüyen merdivenlerden küçük ev aletlerine kadar her şey için enerji kaynağı gereklidir. Enerji kaynaklarının çevreye zararlarının azaltılması ve verimli kullanılabilmesi için Ar-Ge çalışmaları yapılmaktadır. Çevreye zararları azaltmak için yapılan Ar-Ge çalışmalarına yeşil Ar-Ge çalışmaları denilmeye başlanmıştır. Yeşil Ar-Ge

çalışmalarından biri bilişim teknolojilerinin çevresel zararları azaltmaları için verimli kullanılmasına katkı sağlayan Yeşil Bilişim Teknolojileridir. Çevreye zarar vermemeye çalışarak ürünlerin tasarlanması, kullanılması ve depolanması işlemleri ile çevreye dost çözümler yeşil bilişim teknolojileri sayesinde gerçekleşmektedir. Yeşil bilişim teknolojilerinin sunduğu çözümler, kullanıcının bilgisayarında uzun süre aktif olmaması sonucunda bilgisayarın uyku moduna geçerek kullanım süresini artırması ve enerji tasarrufu sağlamaya yardımcı olması, atıkların dijital ortamlarda saklanması, muhasebe işlemlerinin sanal ortamda yapılması ve işlemci çözümleri ile karmaşık görülen işlerin kolaylaştırılması sağlanmaktadır (Çetin ve Akgün, 2015: 134). Yeşil Ar-Ge, sürdürülebilir ve çevreci teknolojilerin geliştirilmesi için yapılan çalışmaları kapsamaktadır. Üretim süreçlerinin çevre üzerindeki etkilerini dikkate alarak işletmelerde enerji verimliliği sağlanması, atık yönetimi, sürdürülebilirlik, yenilenebilir enerji kaynaklarının üretime entegre edilmesi gibi çalışmalarla çevre dostu teknolojiler geliştirmeyi amaçlamaktadır. Yeşil Ar-Ge çalışmalarından bir diğeri yenilenebilir enerji kaynaklarından alınacak verimi artırmaya yönelik olarak yapılan yatırımlardır. Yenilenebilir enerji kaynaklarına dünyanın her yerinden ulaşmak mümkün olup yenilenemez enerji kaynaklarında olduğu gibi tükenme tehlikeleri bulunmamaktadır. Ancak kurulacak bölgelerdeki coğrafi ve iklim koşullarına duyarlılık gösterebilmektedir. Yenilenemez enerji kaynaklarının her yerde bulunamaması, taşıma maliyetlerinin çok olması ve neredeyse tekelci bir durumda olmasından dolayı bu kaynaklara olan istek ve güven azaltılmaktadır. Bu sayede yenilenebilir enerji kaynaklarının güvenli ve sürdürülebilir olmasının farkına varılarak Ar-Ge çalışmaları artmaya başlamıştır. Bu gelişmeler ışığında ülkeler dışa bağımlılığını azaltarak cari açıklarını azaltmayı hedeflemekte ve zararlı gazların salınımı konusunda önlemler almayı başarabilmektedir (Teke, 2013: 94-95).

Yeşil Lojistik; lojistik faaliyetlerinin gerçekleştirilirken çevreye en az zarar verecek olan işlemlerin etkisini ölçmeyi kapsamaktadır. Aynı zamanda çevre kirliliğine sebep olan kaynakların tüketimini azaltmayı, atıkların bertaraf edilmesi, zararlı gaz emisyonlarına yoğunlaşarak maliyetlerin azaltılmasını ve ürünün tüketiciye sağlıklı bir şekilde ulaştırılmasını hedeflemektedir. Lojistik faaliyetleri bir ürünün son tüketiciye ulaşana kadar ki tüm süreçleri kapsamaktadır. Ürünün bir bölgeden başka bir bölgeye taşınması esnasında taşımacılık aracı ne olursa olsun çevreye olumsuz etkileri herkes tarafından bilinen bir gerçektir. Özellikle karayolu taşımacılığında tasarruf sağladığı düşünülen dizel yakıtlar çevreye en fazla zararı olan karbon salınımını gerçekleştirmektedir. Yeşil lojistik faaliyetleri sayesinde işletmeler bu zararlı etkilerin azaltılması için çözüm yolları olarak daha az salınım gerçekleştirecek olan taşımacılık faaliyetlerine yönelmeyi tercih etmektedir. Yeşil lojistik yapmak isteyenler, toplumdaki, devletlerin çevre politikalarından ve işletmelerden etkilenerek çalışmalar düzenlemektedir. Son tüketiciye ulaşmış kullanım işlevini tamamlamış ürünler sadece atık olarak değil yeni ürünlere dönüştürülebilir diye toplanıp değerlendirilmekte ve tekrar üretim merkezine ulaştırılmaktadır. İçecek kutuları, kâğıt ve karton, plastik ve kumaş parçaları gibi geri dönüştürülebilir ürünlerin yeniden kullanıma sunulabilmesi yeşil lojistiğin önemli bir alanını oluşturmaktadır. Lojistik sistemleri, çevreye karşı olan olumsuz etkilere çözüm bulabilmek için teknolojik tasarım ve geliştirmelerle işletmelere yeni fırsatlar sunarak rekabet avantajı elde etmelerine katkı sağlamaktadır (Bolat vd., 2011: 540; Wang vd., 2018: 3-4; İncöz, 2015: 156-157).

Yeşil Halkla İlişkiler; işletmelere enerji ve su kaynaklarının tasarrufu konusunda, küresel ısınma gibi çevre sorunlarıyla mücadele etmelerine yardımcı olacak teknolojiler konusunda bilgi sahibi olmaları gerektiği anlatılmaktadır. Halkla ilişkiler biriminin temel görevi işletme ile çevresindeki ilişkileri düzenli ve planlı bir şekilde yürütmektir. Aynı zamanda işletmenin faaliyetlerini ilgili kişilere anlatmak, kurumsal imaj çalışmaları yapmak ve ilgili kişileri ikna edebilme gibi özellikleri bulunmaktadır. İşletmeler faaliyetleri sonucu kirliliğe sebep olmalarından dolayı toplumun tepkisine neden olmaktadır. Bu bağlamda toplumun şikâyet ve önerilerini alan, toplumsal sorumluluk konusunda etkinlikler planlayan ve uygulanmasına katkı da bulunan halkla ilişkiler birimi devreye girmektedir. Planlayıcı ve uygulayıcı görevleri bulunan halkla ilişkiler birimi çevreyi kirletmeleri sorununa çözüm önerileri getirerek işletmenin sürdürülebilirliğine katkı sağlamaktadır (Ceyhan ve Ada, 2015: 120; Akdağ ve Özdemir, 2020: 3515).

4. ÇEVRESEL SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK KONUSUNDA İŞLETMELERİN YEŞİL YAKLAŞIM UYGULAMALARI

Bu bölümde dünyadaki ve Ülkemizdeki işletmelerin çevresel sürdürülebilirlik konusunda yapmış oldukları yeşil yaklaşım faaliyetleri yer almaktadır. İşletmelerin yapmış olduğu faaliyetler için genel olarak web sitelerinden faydalanılmıştır. Yeşil yönetim anlayışının önemi uluslararası boyutta giderek artmaktadır. Ülkemizde ise yeni yeni öğrenilmeye çalışılan bir yönetim biçimidir. Bu yüzden ülkemizde yeterli derece örnek bulunmamaktadır. Daha çok orta ve büyük ölçekli işletmelerde bilinmektedir.

Karakuş ve Erdirençelebi Konya ilinde yer alan ve sektöründe ilk yirmiye girmiş imalat işletmelerinde yeşil yönetim algıları ve yeşil işletmecilik fonksiyonları (yeşil üretim, yeşil muhasebe, yeşil lojistik, yeşil insan kaynakları ve yeşil pazarlama) üzerine yapmış oldukları araştırmada işletme performansının yeşil işletmecilik faaliyetleri ile pozitif yönlü bir ilişki içerisinde olduğunu sonucuna ulaşılmıştır (Karakuş ve Erdirençelebi, 2018: 686).

Akatay ve Aslan, Türkiye’de bulunan çevre yönetim sistemleri (ISO 14001) sertifikası almış işletmeleri ve neden ISO 14001 sertifikası aldıkları üzerine bir araştırma yapmıştır. Araştırmaya göre işletmeleri sertifika almaya yönelten sebepler; tepe yönetimin çevre farkındalığı ve bilinci, maliyet azaltıcı etkisinin bulunması, çevresel sağlık alanındaki uygulamalar ile çalışan refahının artması, çalışanların çevre bilinci yüksek işletmeleri tercih etmesi, rekabet avantajı, çevresel ticari engellerin önüne geçebilmek, yasal zorunluklar ve işletmelerin yeşil yönetime duyarlılıklarıdır. İşletmelerin yeşil yönetime duyarlılıklarını etkileyen değişkenlerin özellikle tepe yönetimin çevreye olan duyarlılığı ve farkındalığı olduğu araştırma sonucunda ortaya çıkmıştır (Akatay ve Aslan, 2008: 324).

Şenocak ve Bursalı, Denizli ilinde faaliyet gösteren tekstil firmaları üzerinde çevresel sürdürülebilirlik ve yeşil işletmecilik faaliyetleri kapsamında yapmış oldukları araştırmada, çevre standardı olarak bilinen OEKO-TEX Standart 100 sertifikası almış işletmeleri incelemiştir. OEKO-TEX sertifikaları, tekstil sektörünün çevreye ve topluma karşı sorumlu bir şekilde hareket etmelerine yardımcı olmaktadır. Bu sertifikalar sayesinde insan ve çevre açısından zararlı olabilecek maddeler test edilmekte ve güvenli tekstil ürünleri üretilmektedir (OEKO-TEX, 2021). İşletmelerin OEKO-TEX sertifikaları almasında sosyal

sorumluluk bilinci, toplum baskısı, firma imajını geliştirme çalışmaları, çevreyi koruma güdüsü ve ürün kalitesini artırma gibi ticari faktörlerin etkili olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Çevresel sürdürülebilirliğe yönelik işletme fonksiyonları incelendiğinde, üretim faktörleri açısından Ar-Ge çalışmaları ve insan kaynakları uygulamalarının çevresel sürdürülebilirlik konusunda daha etkili olduğu görülmüştür. Çevresel sürdürülebilirliğe yönelik tüm faaliyetlerin işletme başarısına ve performansına olumlu etkileri olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Araştırma analizine göre işletmelerin uyguladıkları yeşil faaliyetler sayesinde ürün fiyatlarında iyileştirme, yeni pazarları tanıma, yüksek verimlilik, satış miktarında artış, müşteri memnuniyeti ve rekabet avantajı gibi faydalar sağladığı görülmektedir (Şenocak ve Bursalı, 2018: 172).

Limanların yeşil uygulamaları, Ülkemizde 2000 yılında gemilerden atık alınması, fosil yakıtlar gibi zararlı maddelerden denizlerin kirlenmesini önleme ve kirlenme gibi olaylar sonucunda acil müdahale çalışmaları için ilgili bakanlık olan çevre ve şehircilik bakanlığı birtakım politikalar oluşturmuştur. Aynı zamanda 2014 yılında Ulaştırma, Haberleşme ve Denizcilik Bakanlığı tarafından Yeşil Liman projesi hayata geçirilmiştir. Bu proje ile deniz suyu kalitesinde iyileştirmeler, yenilenebilir enerji kaynak kullanımının geliştirilmesi, gemi ve limanlardan kaynaklı çevre kirliliğinin ve oluşan zararlı gaz emisyonlarının azaltılması gibi uygulamalar yapılması hedeflenmektedir (TSE, 2021). Bu proje dünyada bulunan birçok liman tarafından uygulanmakta ve sürdürülebilirliğe, liman imajına, rekabet gücüne ve saygınlığına olumlu etkileri olduğu görülmektedir. Yeşil liman anlayışına yönelik Ülkemizde yapılan uygulamalardan biri; Asyaport Liman İşletmesi, liman içi taşıyıcılarında dizel yakıt yerine LNG'yi tercih etmektedir ve yıllık 1230 ton karbon salınımının önüne geçilmesine yardımcı olmaktadır. Aynı zamanda elektrik ihtiyacının bir bölümünü bazı binalarının üzerine kurdumuş olduğu güneş panelleri ile karşılamaktadır. 2016 yılında da aydınlatma da LED armatür kullanarak elektrik tüketimini %52 oranında azaltmıştır (Asyaport, 2021). Ülkemizde olduğu gibi diğer pek çok ülkede de yeşil liman uygulamaları mevzuat ve politikalarla yürütülmektedir. Bu uygulamalardan biri de Rotterdam limanında gerçekleştirilmektedir. Rotterdam limanı çevre farkındalığı oluşturmak için limana yanaşan, "Green Award" sahibi olan LNG tankerlerine belli bir miktar indirim uygulayarak diğerlerini de bu ödülü olamaya özendirilmekte ve sürdürülebilirliği desteklemektedir. Aynı zamanda Hollanda-Rotterdam limanı dünyada, rüzgâr türbini kapasitesiyle ün salmıştır. Bu bakımdan sürdürülebilirlik adına rüzgâr çiftlikleri kurma, yenilenebilir enerji kaynak kullanımının artırılması, liman çevresindeki doğal hayatı koruma ve enerji tasarrufu sağlayan binalarda çalışılması gibi uygulamalar yapmaktadır (Turklim, 2015).

Günümüzde yeşil düşünce yapısına sahip işletmeler rekabet avantajı elde ettiklerinin farkına varmış ve faaliyetlerinde bu düşünce yapısını uygulamaya koymaya başlamışlardır. Özellikle dünya devleri arasında yer alan Toyota, yakıt tasarrufu sağlayan hybrid araçlar sayesinde zararlı gaz salınımını ürünlerinde azaltmayı başarmıştır. Böylece ürettiği araçlar sayesinde piyasada üstün rekabet avantajı elde etmiştir. Yakıt tüketimi iyileştirmelerinin yanı sıra fabrikalarında iyileştirmeler yapılması konusunda çalışmaları bulunmaktadır. Enerji kaynaklarının etkili kullanılması, su tüketiminin tasarruflu sağlanması, çevreye olumsuz etkileri olan malzemeler yerine geri dönüştürülebilir ürünler kullanarak çevreye katkı sağlamak ve böylece sürdürülebilir gelişmeler ışığında ilerlemeyi hedeflemektedir. Ayrıca Interbrand'in

araştırmasına göre, Toyota'nın yapmış olduğu bu adımlar marka değerinin %47 artmasına katkı sağlamıştır (Kara ve Kaya, 2020: 3172; Büyükköse, 2020; Yavuz, 2007).

Dünyaca ünlü kozmetik markası L'oreal çevreye karşı sorumluluk duygusunu geliştirmiş ve kendisine sürdürülebilirlik konusunda 5 yıllık hedefler belirlemiştir. Bu hedefler üretim ve gelişim açısından sürdürülebilirlik başlıkları altında toplanmış. 15 yılda karbon ayak izini ve zararlı gaz emisyonlarını yarı yarıya indirmeyi başarmıştır. Çevre dizaynı politikalarıyla ambalaj tasarımları yaparak ürünün çevresel etkileri göz önüne alarak düzenlenmesini gerçekleştirmiştir. Aynı zamanda sürdürülebilirlik hedeflerini gerçekleştirmek adına fabrika ve ofis binalarında yenilenebilir enerji kaynaklarının kullanımını artırmıştır (Büyükköse, 2020).

Sürdürülebilir geleceği ön planda tutan dünyaca tanınan şirketlerden bir diğeri Apple'dır. Steve Jobs ve arkadaşları tarafından 1976 yılında kurulmuştur. Çalışmalarını çevreye en az etkiyi verecek şekilde yapmayı hedeflemekte ve bu hedefler doğrultusunda çalışmalarını ilerletmektedir. Bu kapsamda geri dönüştürülebilir malzemelerle ürünlerini tasarlamakta, enerji verimliliği sağlayan ve dayanıklı aygıtlar üretmeye gayret etmektedir. Gelecek hedefleri olarak tüm aygıtların malzemelerinin geri dönüştürülebilir olması konusunda ve yenilenebilir enerji kaynakları kullanılarak çalışmalarını yapmak istemektedir (Apple 2020 İlerleme Raporu, 2020).

Fujitsu ve Siemens güçlerini birleştirerek Fujitsu Siemens ortaya çıkarmışlardır. Fujitsu Siemens için ayrı bir bina kurmuş ve bu binasına üç farklı dönüşüm merkezi oluşturmuşlardır. Burada, ofislerde meydana gelen atıkların değerlendirilmesi ve çalışanlardan evlerindeki geri dönüştürülebilir malzemelerin ofislere getirilmesi istenmektedir. Böylece şirket kendisi çevreci olma yolunda ilerlerken aynı zamanda çalışanlarını da çevreci olmaya yönlendirmektedirler (Yavuz, 2007).

Çimento sanayisi tüm dünyada bilinen önemli sektörlerden biridir. Çimento sanayisinde hammaddeden başlayıp son alıcıya ulaşmaya kadar ki geçen süre zarfında çevresel zararları oldukça fazladır. 1 ton çimento üretimi için 120 kg kömür kullanılmaktadır. Bu yüzden yüksek miktarda emisyon gazı salınımı gerçekleşmektedir. Bir başka sorun ise çimento üretilirken yüksek miktarda toz açığa çıkmaktadır. Bunun önlenmesi ve etrafa dağılmaması için yüksek toz tutma özelliğine sahip filtreler kullanılmaktadır. Böylece kirliliğin önlenmesi konusunda fayda sağlanmaktadır (Gök ve Yüzgeç, 2020: 165).

Konaklama işletmelerinde özellikle su ve enerji tüketimlerinin çok fazla olmasından dolayı Yeşil Yıldız Belgesi gibi çevre korumaya ve çevre bilinci oluşturmaya yönelik uygulamalar bulunmaktadır. Yeşil yıldız uygulamaları, sürdürülebilir turizm, konaklama işletmelerinde çevreye duyarlı işletmecilik faaliyetlerinin yaygınlaştırılması ve çevre korumaya yönelik politikaların uygulanmasını kapsamaktadır. Yeşil yıldız uygulamaları içerisinde enerji yönetimi, atık yönetimi, su tasarrufu gibi konular yer almaktadır. Saçılık ve Çelik (2014), yeşil yıldız uygulamaları kapsamında Hatay ilinde bulunan Güngör Ottoman Palace Otel'de yeşil yıldız uygulamaları üzerine bir araştırma gerçekleştirmiştir. Bu otelin yeşil yıldız belgesine sahip olmasıyla müşteriye doğrudan etkilemeyen su, enerji ve atık yönetimi konularında olumlu sonuçlar alınarak çevre korumaya yönelik olumlu faaliyetleri olduğu görülmüştür (Saçılık ve Çevik, 2014: 409).

Dünya genelinde tanınmış kahve zincirleri olan Starbucks, yeşil yaklaşımları önemli ölçüde desteklemektedir. Bu kapsamda çevre dostu malzemeler kullanmaya özen göstererek yeşil işletmecilik faaliyetleri oluşturmaya çalışmaktadır. Bunları yaparken, içecek kaplarında geri dönüştürülebilir malzemeler kullanmasına özen göstermekte, yenilenen su tankı sistemleri ile su tasarrufu sağlamakta, elektrik enerjisi gereksinimi için tasarruflu ampul kullanmaktadır. Ayrıca müşterilerinin de içecek almak için kendi kaplarını getirmesi karşılığında indirim uygulayarak onları da atık tüketimini azaltmaya yönlendirmektedir (Çetin ve Korucuk, 2018: 85).

Çevreye karşı sorumluluk sadece işletmelere değil, bütün değer zincirini kapsayan bir anlayıştır. Ancak yeşil yaklaşımlar konusunda en fazla sorumluluk toplumun gözünde iyi bir marka imajına sahip olan işletmelere düşmektedir. Geri dönüşümler ve yeniden kullanımlar sayesinde oldukça iyi ürünler meydana getiren HP, bu uygulamalarına 1980'li yılların sonunda başlamıştır. 2000'li yıllarda yeniden kullanımı sağlanabilen ürünler sayesinde her yıl bir önceki yıla göre %30'luk bir büyüme gerçekleştirmiştir. Halen de geri kazanımlar üzerinde çalışmalarına devam ederek hem kendisinin hem de dünyanın sürdürülebilirliğine katkı sağlamaktadır (Dünya Gazetesi, 2017).

Günümüz şartlarında artan sanayileşme faaliyetleri ve sonucunda refah seviyelerinde yükselmeler yaşanmaktadır. Böylece şehirleşmeler, teknolojilerin gelişmesi ve toplumun eğitim seviyesinde artış görülmektedir. Aynı şekilde nüfus artışlarının da artmasıyla sağlık hizmetlerine ve kuruluşlarına da talep artmaktadır. İsteklerin sınırsız ancak kaynakların sınırlı olduğu, her alan için bilinen bir gerçektir. Sağlık sektöründe de kıt kaynaklardan verimli bir şekilde yararlanabilmek için sürdürülebilir yani yeşil hastane kavramı gündeme gelmiştir. Yeşil hastaneler, enerjinin verimli kullanılması, yenilenebilir enerji kaynaklarının tercih edilmesi, atık ve su yönetiminin sağlanması, yeşil bina tasarımı gibi unsurların bir araya gelmesiyle sürdürülebilir sağlık sektörü oluşmasını amaçlamaktadır (Karaca vd.2018: 83).

İklim değişikliği ve küresel ısınma gibi çevre sorunları hava olaylarının beklenmedik bir şekilde yaşanmasına neden olmaktadır. Bu olaylar en fazla kentlerde yoğun bir şekilde hissedilmektedir. Su kıtlığı yaşanması, ısının artması, hava şartlarının değişmesi, hava, su ve toprak kirliliği yaşanması, yağış rejiminin değişmesi, kuraklık artışı, yağmur sularının sellere sebep olması iklim değişikliği etkilerinden kaynaklanmaktadır. İklim değişikliğinin bu olumsuz etkilerini azaltmak yerel yönetimlerin yeşil yönetim anlayışını benimsemeleriyle sağlanabilmektedir. Örneğin yeşil alt yapı sistemleri bu etkileri azaltmada önemli bir rol oynamaktadır. Yeşil alt yapı sistemlerini en kapsamlı şekilde ABD'nin Portland şehir yönetimi uygulamaktadır. Bu kapsamda şehir genelinde yeşil alanların artması konusunda oldukça düzenli bir şehir planlaması yapılarak özellikle nüfusun yoğun olduğu bölgelere yeşillendirme çalışmaları için öncelik verilmiştir. Sürdürülebilir şehir planlamaları kapsamında yeşil sokaklar oluşturularak ağaçlardan yeşil koridor yapılması böylece biyolojik çeşitlilik yaşanması ve yağmur sularının etkili yönetimini amaçlayan projeler beraberinde geliştirilmiştir. Ülkemizde de yeşil alt yapı çalışmalarının gelişmesi için çalışmalar yapılmaktadır. Ankara ilinde bulunan Çankaya Belediyesi, park ve bahçeleri depolanan yağmur sularından sulayarak yeşil alt yapı çalışmalarına başlamıştır (Hepcan, 2019: 3-27).

Köklü kurumsal bankalardan biri olan Akbank her yıl sürdürülebilirlik raporu hazırlayarak bunu dijital olarak tüm paydaşları ve toplum ile paylaşmaktadır. Yeşil banka olma yolunda çalışmalarını hızla sürdüren Akbank, 2007 yılında uluslararası bir sözleşme olan Birleşmiş Milletler Küresel İklim Sözleşmesine imza atan ilk Türk bankası olma özelliğine sahiptir. Dijitalleşmenin işletmelere sağladığı faydaları en iyi ve etkili şekilde kullanarak 2017 yılında internet bankacılığı uygulaması sayesinde bünyesine 1 milyon yeni müşteri kazandırmıştır. İnternet bankacılığı uygulaması üzerinden geliştirdikleri katma değerli hizmetler ile müşterilerinin hayatlarını kolaylaştırırken bankaya da önemli ölçüde tasarruf sağlamışlardır. Aynı zamanda ofisler içinde yeşil uygulamalar, iyileştirmeler ve çözümler geliştirerek yeni çevre politikaları oluşturulmuştur. Özellikle teknoloji odaklı dijital çözümler ile kâğıt kullanımına yönelik önemli miktarda tasarruf sağlanmıştır. Yasal saklama süreleri dolan kâğıtların geri dönüşüme gönderilmesi için çevre politikaları oluşturarak sürdürülebilir işletme ve sürdürülebilir kalkınmaya çalışmalarına destek olmayı amaçlamaktadır (Akbank, 2017).

Sanayisi gelişmekte olan ülkeler elektriğe ve elektriği üretecek kaynaklara diğer ülkelere göre daha fazla ihtiyaç duymaktadır. Elektriğin üretilebilmesi için bir kaynağa ihtiyaç vardır. Bu kaynaklarda başlıca termik santraller, hidrolik santraller, nükleer santraller ve yenilenebilir enerji kaynaklarından oluşmaktadır. Yenilenebilir enerji kaynakları, santrallere göre daha çevreci bir üretime katkı sağlamaktadırlar (Enerji Atlası, 2019). Çevre kirliliğine en çok sebep olan santrallerden biri termik santrallerdir. Termik santrallerde kömür, doğalgaz, fuel-oil, motorin gibi kaynaklar yakılarak enerji elde edilmektedir. Bu yakılma sonucunda hava kirliliği meydana gelmekte ve bu kirliliği azaltmaya yönelik mevzuatsal düzenlemeler bulunmaktadır (Aytaç, 2019: 238). Bunun yanında kömür işletmeleri de hava kirliliğini minimum seviyeye düşürmek için bazı önlemler almaktadır. Türkiye'nin en büyük özel sektör ithal kömür santrali olan İSKEN Kömür Santralinin hava kirliliğini azaltmaya yönelik yapmış olduğu çalışmalar; yanma sırasında zararlı gaz oluşumunu ve yayılımı azaltmak için kazan tasarımları, elektrostatik filtreler ile tozların etrafa yayılmasının önüne geçilmesi, atık suların özel tesislerde arıtılarak sonucunda çıkan kül ve alçıtaşı gibi yan ürünlerin inşaat sektöründe kullanılmasına sağlamaktır (İSKEN, 2021).

Bir dünya markası olan CocaCola sürdürülebilirlik konusunda da dünyaya örnek faaliyetler geliştirmektedir. Ürünlerin yeniden kullanımı ve geri dönüştürülebilmesini sağlamak için geri dönüştürülebilir ambalajlara yatırım yapılması çalışmaları geliştirmektedir. Bu yatırımlardan biri sürdürülebilir ambalajlamayı içeren Bitki Şişe oluşumudur. Bitki bazlı hammaddeden üretilen ve tamamen geri dönüşümü sağlanabilen bu şişeyi Damla markası altında yer alan doğal kaynak suyu şişelerinde kullanmaktadır. Yenilikçi teknolojiler ile üretilen bitki şişe %30 oranında bitkisel hammadde kaynağından üretilmektedir. Görünüm ve işlevi açısından diğer şişelerden herhangi bir farkı bulunmamakla birlikte tek farkı tamamen geri dönüştürülebilir olmasından kaynaklanmaktadır (CocaCola, 2021).

Tüm dünyada kullanım alanları çok fazla ve çeşitli olan plastik poşetlerin doğaya verdiği zarar her geçen gün artarak devam etmektedir. Poşetlerin ağırlıkça hafif olması nedeniyle etrafa yayılması sonucu çevresel olarak görüntü kirliliği oluşturmaktadır. Aynı zamanda plastik poşet atıklarının geri dönüşümünün zor oluşu ve doğada yok olmayışı ile canlılar için tehdit oluşturması, dünya ülkelerinde olduğu gibi Türkiye'de de önlem alınmasını zorunluluk haline

getirmiştir. Tüm dünya ülkelerinde olduğu gibi ülkemizde de amaç yıllık kişi başına düşen kullanım adedinin 2019 yılı sonuna kadar %90'ı ve 2025 yılı sonuna kadar %40'ı aşmayacak şekilde plastik poşet kullanımının azaltılması yönündedir. Azaltmaya yönelik çevre hukuku maddeleri içerisinde yer alan “Kirleten Öder” ilkesi ile poşet kullanmak isteyen tüketicilerin her poşet kullanımı için 25 kuruş ödeme yapma zorunluluğu bulunmaktadır (Çevik ve Kazak, 2020: 347).

5. GENEL DEĞERLENDİRME VE SONUÇ

Bu çalışmada yeşil yönetim ve yeşil işletmecilik konuları teorik olarak incelenmiştir. Yeşil yönetim anlayışı kapsamında işletmelerin fonksiyonlarını yeşillendirmesi yeşil işletmecilik olarak tanımlanmıştır. Yeşil yönetim ve yeşil işletmecilik kavramları çoğu zaman birbirleri yerine kullanılsa da bazı küçük farkları dikkat çekmektedir. Yeşil işletmecilik kavramı daha genel bir anlam taşımaktadır. İşletmenin kuruluşundan, faaliyetlerine kadar var olan tüm süreci temel alan bir kavramdır. Yeşil yönetim ise daha çok işletmenin bir birimi olan yönetim biriminin alacağı yönetsel kararların çevre ile olan ilişkisini incelemektedir.

Çevresel hassasiyetin artması, çevreyi ve doğayı koruma konusunda oluşan kamuoyu ve bilinç, işletmeleri sektör ayırt etmeksizin çevreye daha duyarlı olmaları konusunda tetikleyici bir etkiye sahiptir. Bu sayede işletmeler de çevreyi koruyan yönetsel anlayışlar ortaya koymazlarsa sürdürülebilir bir başarıya sahip olamayacaklarını anlamışlardır. Çevre konusunda bilinçlenmiş yeşil tüketicilerin artmasıyla birlikte, işletmeler müşterilerini kaybetmemek ve kurumsal imajlarını zedelememek için çevresel sürdürülebilirliğe önem vermek zorundadır. Aynı zamanda çevreye zarar veren işletmeler için yaptırımlar da uygulanmaktadır. Çevre sorunları yalnızca bölgesel değil küresel bir tehdit unsurudur. Devletler, uluslararası kurum ve kuruluşlar bu sorunlara dikkat çekmekte ve toplumları bilinçlendirmek için çeşitli konferans ve etkinlikler düzenleyerek alınması gereken kararlar için itici bir güç haline almaktadırlar.

İşletmeler yeşil faaliyetler yürüterek, yeşil yönetim anlayışları geliştirerek sadece çevreye verilen zararı azaltmayacak, bununla birlikte rekabet içinde bulunduğu rakip firmalardan da bir adım öne çıkacaktır. Şöyle ki işletmeler üretim zincirindeki maliyetlerini minimize ederek, tasarruf politikaları ve yenilenebilir enerji kullanarak tüketicilerin çevreye duyarlı ürünler tercih etmeleriyle birlikte tüketim talebindeki artış sayesinde olumlu bir geri dönüş alacaklardır.

KAYNAKÇA

Akatay, A., Aslan, Ş., Yeşil Yönetim ve İşletmeleri Iso 14001 Sertifikası Almaya Yönelten Faktörler, *Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 10(1), 313-339, 2008.

Akbank, *2017 Sürdürülebilirlik Raporu*, Akbank Kurumsal, 2017.

Akdağ, M., Özdemir, M., Çevreye Duyarlılık Ve Sorumluluk Bağlamında Yeşil Halkla İlişkiler Ve Antroposen Kavramı: Billboardlar Üzerinden Bir Göstergibilimsel Analiz. *Uluslararası Toplum Araştırmaları Dergisi*, 16(Özel Sayı), 3507-3532, 2020.

Apple, *Apple 2020 İlerleme Raporu*. Erişim adresi: www.apple.com., Erişim tarihi: 01.12.2020, 2020.

Asyaport. Erişim adresi: <http://www.asyaport.com/tr-TR/news-detail/turkiye'nin-dev-limani-asyaport-turkiye'de-ilkleri-uygulayacak/627918/45>, Erişim tarihi: 01.12.2020, 2021.

Bolat, H. B., Bayraktar, D., Öztürk, M., Turan, N., Yeşil Lojistik Zincirinde Araç Rotalama Problemi İçin Bir Model Önerisi. *XI. Üretim Araştırmaları Sempozyumu*, 536-548, 2011.

Büyükköse, B., *Dergice*. Çevreciliği Ön Planda Tutan Dünyaca Ünlü Şirketler: Erişim adresi: <https://dergice.com/cevreciligi-on-planda-tutan-dunyaca-unlu-sirketler>, Erişim tarihi: 01.12.2020, 2020.

Ceyhan, S., Ada, S., İşletme Fonksiyonları Açısından Çevreye Duyarlı İşletmecilik. *Uluslararası Yönetim İktisat ve İşletme Dergisi*, 11(26), 115-137, 2015.

CocaCola, Erişim adresi: www.coca-colaturkiye.com/surdurulebilirlik/, Erişim tarihi: 01.12.2020, 2021.

Çetin, A. F., Korucu, N., Yeşil Pazarlama Bağlamında Yeşil Tüketici Davranışı; Starbucks Örneği. *Sosyal Bilimler Dergisi*, 5(22), 78-89, 2018.

Çetin, H., Akgün, A., Yeşil Bilişim Teknolojileri Bağlamında Sanallaştırılmış ve Klasik Sistemlerin Karşılaştırılması. *Uluslararası Alanya İşletme Fakültesi Dergisi*, 7(2), 131-142, 2015.

Çevik, M., Kazak, G., Sürdürülebilir Çevre Muhasebesi Aracı Olarak Ücretli Plastik Poşet Uygulaması Üzerine Bir Araştırma. *Kırıkkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 10(2), 323-351, 2020.

Dünya Gazetesi. 2021 tarihinde Yeşil Pazarlama Altın Çağda. Erişim tarihi: <https://www.dunya.com/ozel-dosya/isim-iletisim/yesil-pazarlama-altin-caginda-haberi-193926>, Erişim tarihi: 01.12.2020, 2021.

Ekodialog. İşletme Fonksiyonları. Erişim adresi: <https://www.ekodialog.com/Makaleler/isletme-fonksiyonlari>, Erişim tarihi: 01.11.2020, 2005.

Enerji Atlası. Erişim adresi: <https://www.enerjiatlası.com/elektrik-uretimi/>, Erişim tarihi: 02.12.2020, 2019.

Follows, S. B., Jobber, D., Environmentally Responsible Purchase Behaviour: A Test Of A Consumer Model. *European Journal of Marketing*, 34(5/6), 723-746, 2000.

Gedik, Y. Yeşil Pazarlama Stratejileri ve İşletmelerin Amaçlarına Etkisi. *International Anatolia Academic Online Journal*, 6(2), 46-65, 2020.

Goodwin University. *What is Green Manufacturing and Why is It Important?*, Erişim adresi: <https://www.goodwin.edu/enews/what-is-green-manufacturing>, Erişim tarihi: 02.12.2020, 19 Nisan 2016.

Gök, A., Yüzgeç, Z., Yeşil Pazarlama Açısından Çimento Sanayisindeki Uygulamalar: Elazığ'da Örnek Olay İncelemesi. *Fırat Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 30(1), 159-176, 2020.

Göktepe, E. A., Yeşil Yönetim. H. S. Kiroğlu içinde, *Sosyal, Beşeri ve İdari Bilimler Alanında Akademik Çalışmalar 2* (s. 325). Gece Kitaplığı, 2020.

Gürler, T., *Yeşil Pazarlama Çerçevesinde Lise ve Üniversite Öğrencilerinin Çevreye Duyarlı Ürünler Eğiliminin Karşılaştırılması Üzerine Bir Uygulama*. Çorum: Hitit Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, 2019.

Haden, S. S., Oyler, J. D., Humphreys, J. H., Historical, practical, and theoretical perspectives on green management An exploratory analysis. *Management Decision*, 47(7), 1041-1055, 2009.

Hasan, M. M., Nekmahmud, M., Yajuan, L., Patwary, M. A., Green business value chain: a systematic review. Sustainable Production and Consumption. *Sustainable Production and Consumption*, 20(1), 326-339, 2019.

Hepcan, Ç. C., *Kentlerde İklim Değişikliği ile Mücadele İçin Yeşil Altyapı Çözümleri*. Ankara: İklim Değişikliği Alanında Ortak Çabaların Desteklenmesi Projesi, 2019.

İncaz, S., Lojistik ve Sürdürülebilirlik Bağlamında Yeni Yaklaşımlar. *Nişantaşı Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 3(1), 149-162, 2015.

İSKEN. İSKEN-Su Gözü Enerji Santrali, Erişim adresi: <http://www.isken.com.tr>, Erişim tarihi: 03.12.2020, 2021.

Kara, E., Kaya, A., Sanayi İşletmelerinde Çevre Bilinci ve Yeşil Yönetim Üzerine Bir Değerlendirme. *Uluslararası Toplum Araştırmaları Dergisi*, 16(30), 3163-3182, 2020.

Karaca, P. Ö., Atılgan, E., Zekioğlu, A., Sağlık Hizmetlerinde Sürdürülebilirlik Bağlamında İnovatif Bir Uygulama: Yeşil Hastaneler. *Electronic Journal of Vocational Colleges*, 8(2), 77-88, 2018.

Karakuş, G., Erdirençelebi, M., İşletmelerin Yeşil Yönetim Algılarının İşletme Performansı Üzerindeki Etkisini Ölçmeye Yönelik Bir Araştırma. *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 10(4), 681-704, 2018.

Kaya, H. E., Kyoto'dan Paris'e Küresel İklim Politikaları. *Meriç Uluslararası Sosyal ve Stratejik Araştırmalar Dergisi*, 4(10), 165-191, 2020.

Kuşat, N., Yeşil Sürdürülebilirlik İçin Yeşil Ekonomi: Avantaj ve Dezavantajları - Türkiye İncelemesi. *Journal of Yaşar University*, 29(8), 4896 – 4916, 2013.

Loknath, Y., Azeem, B. A., Green Management – Concept and Strategies. *National Conference on Marketing and Sustainable*, 688-702, 13-14 Ekim 2017.

Molina-Azorin, J. F., Lopez-Gamero, M. D., Tari, J. J., Claver-Cortes, E. Green Management and Financial Performance: A Literature Review. *Management Decision*, 47(7), 1080-1100, 2009.

Nemli, E., Çevreye Duyarlı Yönetim Anlayışı. *İ.Ü.Siyasal Bilgiler Fakültesi Dergisi*, 23-24, 211-224, 2001.

OEKO-TEX. Erişim adresi: <https://www.oeko-tex.com/en/our-standards>, Erişim tarihi: 01.02.2021, 2021.

Özkaya, B., İşletmelerin Sosyal Sorumluluk Anlayışının Uzantısı Olarak Yeşil Pazarlama Bağlamında Yeşil Reklamlar. *Öneri*, 9(34), 247-258, 2010.

Prothero, A., McDonagh, P. Producing Environmentally Acceptable Cosmetics? The Impact of Environmentalism on the United Kingdom Cosmetics and Toiletries Industry. *Journal of Marketing Management*, 8(2), 14-166, 1992.

Rani, S., Mishra, K., Green HRM: Practices and Strategic Implementation in the Organizations. *International Journal on Recent and Innovation Trends in Computing and Communication*, 2(11), 3633-3639, 2014.

Saçılık, M. Y., Çevik, S., Çevreye Duyarlı Otelcilik Kapsamında Yeşil Yıldız Uygulaması: Antakya Güngör Ottoman Palace Örneği. *9th International Conference: New Perspectives in Tourism and Hospitality*, (s. 404-414). Balıkesir, 2014.

Satıcı, E., *Yeşil Pazarlama Nedir ? Neden Önemlidir?* Pazarlama Türkiye:, Erişim adresi: <https://pazarlamaturkiye.com/yesil-pazarlama-nedir/>, Erişim tarihi: 01.12.2020, 4 Eylül, 2012.

Sezer, Ö., Küresel konferanslar ve çevre sorunları: Çevre kalkınma ve etik açısından eleştirel bir değerlendirme. *Uluslararası Asya ve Kuzey Afrika Çalışmaları Kongresi*, 761-780, 2007.

Shrivastava, P., Ecocentric Management For A Risk Society. *Academy of Management Review*, 20(1), 118-137, 1995.

Sing, S., Singh, A., Arora, S., Mittal, S., Revolution of Green Accounting: A Conceptual Review. *2nd International Conference on Power Energy, Environment and Intelligent Control*, 481-485, 2019.

Şenocak, B., *İşletmelerde Çevresel Sürdürülebilirlik Bilinci, Denizli Tekstil İşletmelerine Yönelik Bir Araştırma*. Yüksek Lisans Tezi, Denizli: Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, 2017.

Şenocak, B., Bursalı, Y. M., İşletmelerde Çevresel Sürdürülebilirlik Bilinci ve Yeşil İşletmecilik Uygulamaları İle İşletme Başarısı Arasındaki İlişki, *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 23(1), 161-183, 2018.

Teke, O., Türkiye'nin Yeşil Enerji Ar-Ge ve Teknoloji Kapasitesi. *Jeofizik Dergisi*, 94-103, 2013.

Tekin, M., Yaşanılabilir Bir Dünya İçin: Yeşil Üretim. *Satın Alma Dergisi*, 76, 30-33, 2019.

Tsai, P. H., Lin, G. Y., Zheng, Y.-L., Chen, Y.-C., Chen, P.-Z., Su, Z.-C. Exploring the effect of Starbucks' green marketing on consumers' purchase decisions from consumers' perspective. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 56, 1-14, 2020.

TSE. Türk Standartları Enstitüsü Yeşil Liman, Erişim adresi: <https://www.tse.org.tr/IcerikDetay?ID=2049>, Erişim tarihi: 02.02.2021, 2021.

Tu, Y., Wu, W., How Does Green Innovation Improve Enterprises' Competitive Advantage? The Role of Organizational Learning. *Sustainable Production and Consumption*, 1-50, 2020.

Turklm. Yeşil Liman Politika, Düzenleme ve Uygulamaları. Erişim adresi: <https://docplayer.biz.tr/69450752-Yesil-liman-politika-duzenleme-ve-uygulamaları.html>, Erişim tarihi: 03.12.2020, 2015.

Uçar, Z., Işık, M. Yeşil İnsan Kaynakları Yönetimi ve Uygulamaları. (içinde *Yeşil İşletmecilik*; s. 316-331). Bitlis: Ekin Kitabevi, 2019.

Wang, D.-F., Dong, Q.-L., Peng, Z.-M., Tarasov, A. The Green Logistics Impact on International Trade: Evidence from Developed and Developing Countries. *Sustainability*, 1-19, 2018.

Yavuz, H., *Capital*. Yeşil Şirket Olma Yarışı, Erişim adresi: <https://www.capital.com.tr/yonetim/liderlik/yesil-sirket-olma-yarisi>, Erişim tarihi: 04.12.2020, 2007.

Yavuzylmaz, O., Güney, C. Yeşil İşletme Fonksiyonlarından Yeşil Pazarlama ve Yeşil Muhasebe. 3. *Uluslararası Bölgesel Kalkınma Konferansı*. Bingöl: Fırat Kalkınma Ajansı, 2015.

GİRNE
25 - 25 NİSAN 2021

PERAKENDECİLİK SEKTÖRÜNDE OMNİ-KANAL PAZARLAMANIN TEKRAR SATIN ALMA ÜZERİNE ETKİLERİ

Murat Hoşgör

Maltepe Üniversitesi

0000-0003-4400-8285

ÖZET

Teknolojinin her geçen gün gelişmesi, dijitalleşme üzerine yapılan yatırımların artması, yeni iletişim kanallarının doğması ve bu gelişmeler ile müşteri davranışlarının değişmesi sonucu pazarlama dünyası da ciddi bir değişime uğramıştır.

Geçmişte sadece mağaza, şube ve dükkân gibi çevrimdışı kanallardan alışveriş yapma imkanına sahip olan müşteriler, günümüzde neredeyse tüm dijital kanallardan alışveriş yapma imkanına kavuşup hemen hepsinden farklı bir deneyim yaşama ve tercihlerini bu bağlamda şekillendirebilme noktasına gelmişlerdir.

Hemen her sektörde benzer kalitede ve nitelikte ürün ve hizmetin üretilebilir olması, bilgiye erişimin kolaylaşması ile müşterilerin geçmişe göre daha bilinçli hale gelmesi, fiyat rekabetinin mevcut pazarların verimsizleşmesine yol açması gibi etkenlerle artık markalar yaşattıkları müşteri deneyimi ile tercih edilme yolunu seçmeye çalışmaktadır. Müşteri deneyimini bir farklılaşma noktası olarak seçen bu markalar ise teknolojinin gelişmesiyle önceleri çok kanallı yapılara doğru eğilmişler, müşterilerine çevrimdışı olarak sundukları ürün ve hizmetleri çevrimiçi olarak da sunar hale gelmişlerdir. Ancak birbirinden bağımsız hareket eden çevrimdışı ve çevrimiçi kanallar müşterilerin gözünde en iyi deneyimi sağlayamamış ve bu durumun sonucunda en iyi müşteri deneyiminin sağlanabilmesi adına omni-kanal yönetim bakış açısı ortaya konulmuştur.

Bu çalışma omni-kanal yönetiminin teknoloji perakendeciliğinde pazarlama performans göstergelerinden tekrar satın alma kriteri üzerine bir tarama çalışması olarak gerçekleşecektir.

Keywords: Omni Channel, Customer Experience, Repurchase Rate

ABSTRACT

The marketing world has undergone a serious change as a result of the development of technology day by day, the increase in investments made on digitalization, the emergence of new communication channels and the change in customer behavior with these developments.

Customers who had the opportunity to shop only through offline channels such as stores, branches and shops in the past now have the opportunity to shop through almost all digital channels, have a different experience than almost all of them, and have reached the point of shaping their preferences in this context.

Brands are now trying to choose the preferred way with their customer experience, due to factors such as the production of products and services of similar quality in almost every sector, the easier access to information and the awareness of customers compared to the past,

and the inefficiency of price competition in existing markets. Brands that chose customer experience as a point of differentiation, on the other hand, leaned towards multi-channel structures with the development of technology, and now they have become able to offer their products and services online as well. However, offline and online channels acting independently from each other could not provide the best experience in the eyes of the customers, and as a result of this situation, an omni-channel management perspective emerged in order to provide the best customer experience.

This study will be carried out as a screening study on repurchase criteria, one of the marketing performance indicators of omni-channel management.

Keywords: Omni Channel, Customer Experience, Repurchase Rate

GİRİŞ

Teknolojiye erişimin kolaylaştığı ve perakendeci sayısının arttığı günümüzde tüketiciler, birçok kanaldan kesintisiz ve tamamen sorunsuz bir alışveriş deneyimi yaşamak istemektedirler. Tüketicilerin bu beklentileri perakendecilik türleri ve kanal stratejilerinin de değişmesini sağlamıştır. Dijital gelişmeler ve paralel olarak tüketicilerin beklentilerindeki değişimler karşısında perakendeciler artık sadece fiziksel mağazalar aracılığıyla satış yapmak yerine, katalog, telefon, sosyal medya, internet, SMS, çevrimiçi mağaza, mobil uygulama gibi farklı birçok iletişim araçlarını kullanarak tüketicilere ulaşmaya çalışmaktadırlar (Hüseyinoğlu, 2017).

We Are Social'ın yayınladığı 2020 raporunda Türkiye İnternet, sosyal medya ve mobil kullanıcı istatistiklerine göre; 62 milyon internet kullanıcısı yani Türkiye nüfusunun %74'ü, 54 milyon sosyal medya kullanıcısı yani Türkiye nüfusunun %64'ü, 77 milyon mobil kullanıcısı yani Türkiye nüfusunun %92'sini oluşturmaktadır (Digital in 2020, 2021).

Rekabet koşullarının çok hızlı bir şekilde değiştiği günümüz dünyasında, dağıtım kanalı stratejileri ve uygulama yöntemleri halen daha önemini korumakta ve perakendecilere rekabet avantajı sağlamaktadır (Kozlenkova, 2015).

İnternet ve buna bağlı teknolojilerin müşteri nezdinde hızla yaygınlaşması perakendecilerin online alışveriş yatırımlarına odaklanmalarına neden olmuştur. Fiziksel mağazaların yanı sıra online mağazaların diğer kanallara göre çeşitli pozitif özellikleri bulunmaktadır. Bunların en önemlisi ise interaktif bir iletişime imkân tanıyor olmasıdır. Posta yolu ile tüketiciye ulaştırılan kataloglar, tele satış ve yine internet teknolojilerine bağlı olarak gelişen sosyal medya önemli iletişim kanalları olmaktadır. Ancak bu kanallar daha çok ilgi uyandırma, farkındalık yaratma amacıyla kullanılmakta ve bir bakıma tüketicileri fiziksel

mağazaya veya online mağazaya yönlendirmektedir. Dolayısıyla fiziksel mağaza ve online mağaza başlıca iki perakende satış kanalı olarak gözükmektedir.

Türkiye’de günümüzde hemen her perakende şirketi hem geleneksel hem de dijital kanallar arasındaki duvarları aşarak, çoklu kanal inisiyatiflerini hayata geçirmeye çalışmaktadır (The Deloitte Times, 2018).

Omni-kanal yönetimi ancak tüm kanalların uyum içerisinde bir bütün olarak çalışmasıyla oluşmaktadır ve bu yöntemi tercih etmeye başlayan ve sadece online satış üzerine deneyim sunan markaların fiziki mağazalar açmaya başladığı, sadece fiziki mağazalara sahip olan markaların ise online mağazalar açtığı gözlemlenmektedir.

1. PERAKENDECİLİK KAVRAMI

Üretimde sanayileşme ve standartlaşma ile başlayan kitlesel üretim ardından birçok sorunu da beraberinde getirmiştir. Bu problemlerden biri de üretilen mal ve hizmetlerin talep sahiplerine yani müşterilere ulaştırılması konusudur. Pazarlama bileşenlerinden biri olan dağıtım da tam olarak bu görevi üstlenmiştir. Üretilen ürün ve hizmetlerin tüketim amacıyla son kullanıcıya ulaştırılmasına perakendecilik denmektedir (Remzi Altunisik, 2017).

Perakendecilik, “tüketicilerin yeniden satmamak üzere mal satın alma faaliyeti ve temel işlevi, nihai tüketicilere mal ve hizmet satmak olan araçların gerçekleştirdiği her türlü faaliyet” şeklinde tanımlanmıştır (Rosenberg, 1998).

Perakendecilik pazarlama karmasının içinde, tutundurma faaliyetlerine bağlı olarak satış faaliyetleri şeklinde, dağıtım kanalları altında da mağazacılık ve satış yerleri olarak karşımıza çıkmaktadır. Mal veya hizmetlerin tüketiciye ulaştırılmasındaki zincirin son halkası perakende noktasıdır. Perakendecilik aslında üreticilerin ürettikleri malları tüketici ile buluşturmak üzere çıkmış bir satış işlemidir. İlk perakendecilik faaliyetlerinde iki farklı satıcı tipi görülmektedir; bunlar dağıtıcılar ve üreticiler şeklindedir. Dağıtıcılar genellikle belli bir karla satabileceklerini düşündükleri herhangi bir ürünü satın alan rastgele bir topluluktur. (Hammond, 2012).

Son yıllarda ise perakende dünyasında teknoloji üzerinde son derece büyük değişiklikler olmuştur ve olmaya devam etmektedir (Rodriguez, 2019).

2. OMNİ-KANAL PAZARLAMA

Mobil teknolojiler perakendecilere pazarlarını hem online hem de fiziki anlamda genişletme imkânı sunmakla beraber yeni müşterilere ulaşma imkânı vermiştir. Gelişen akıllı telefon ve diğer teknolojik ürünler bilgiye ulaşma konusunda fiziksel dünyayı çevrim içi içerikle birleştirmektedir ve bütüncül bir çevre oluşturmaktadır. Fiziksel ve online perakendecilik arasındaki keskin fark kaybolmaktadır. Perakendecilerin bu yeni dünyada inovatif yöntemlerle rekabet etmesi gerekmektedir (E., Y.J., & Brynjolfsson E., 2013).

Müşteriler artık kullandıkları kanal fark etmeksizin sürekli, tek ve entegre hizmet ve deneyim beklemektedir. Müşteriler önceliklerine, mevcut durumlarına, günün saatine ve ürün kategorisine göre değişen bir geleneksel, çevrim içi, mobil kanal seçimi yapabilirler bu sırada beledikleri sürekli, tek tip ve kesintisiz bir deneyim yolculuğudur. Yani müşteri ihtiyacı artık, perakendeciler tarafından silo mantığıyla ayrı ayrı yönetilen çoklu kanalların ötesine geçmiştir (Piotrowicz & Cuthbertson, 2014).

Son kullanıcılar ister fiziksel mağazadan, isterse online mağazadan alışveriş yapsınlar aynı tür ürünleri görebilmek, indirimlerden bütün kanallarda yararlanabilmek, çevrimiçi mağazada satın aldıkları bir ürünü fiziksel mağazada değiştirebilmek, beğendikleri bir ürünün barkodunu akıllı cep telefonundan okutarak mobil uygulamayla sipariş verebilmek,, siparişinin istediği yer ve zamanda kendisine teslim edilebilmek, şirketlerin sosyal medya hesapları üzerinden de alışveriş yapabilmeyi yani birçok kanal ve temas noktası kullanarak alışveriş tecrübesi yaşayabilmeyi istemektedirler (Hüseyinoğlu, 2017).

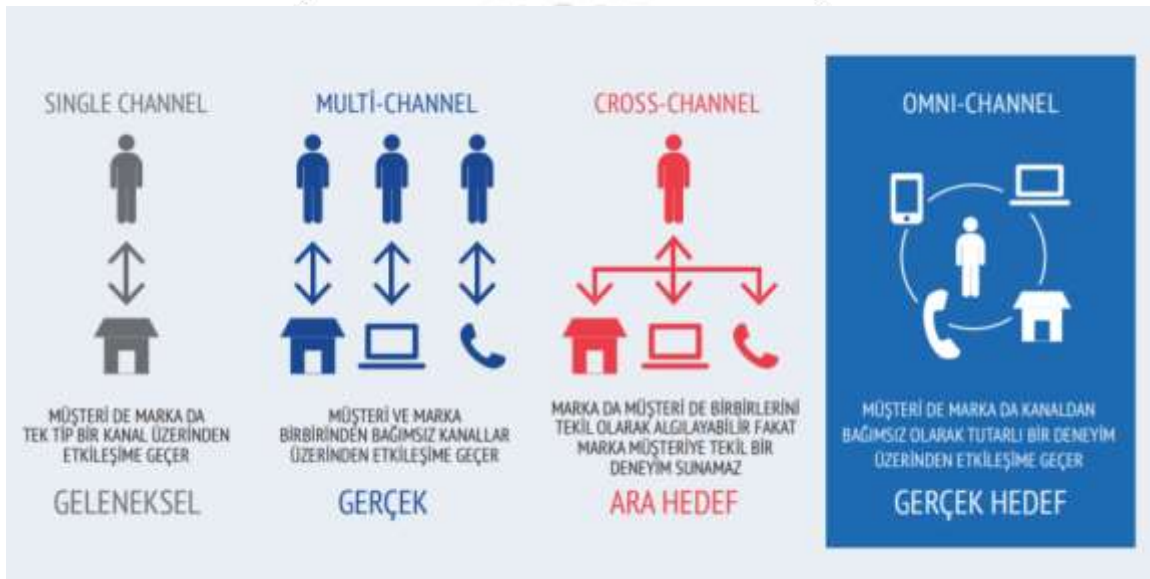
Müşteriler her ne kadar farklı araçlar kullanarak ürün ve hizmetlere ulaşabilseler de, sadece tek bir kanala bağlı kalmak istemeyip aynı alışverişte birden fazla kanalı ziyaret etmek ve kullanmak istemektedirler (Skallerud & Korneliussen, 2009).

Omni kanal, çok kanallı bakış açısının bir evrimi olarak algılanmaktadır. Çok kanallı yaklaşım incelendiğinde esasen fiziki ve online mağaza arasında bir bölünme ortaya çıkarken, omni kanallı yaklaşımı ile müşteride tek bir işlem sürecinde online mağaza, mobil cihazlar ve fiziksel mağaza arasında serbestçe hareket etme süreci ifade edilmektedir (Search Customer Experience, 2020).

Dağıtım kanalları bakış açısına göre omni-kanal yönetiminin çoklu dağıtım kanalı stratejisinin yeni ve gelişmiş hali olarak değerlendirildiği gözlemlenmektedir (Piotrowicz & Cuthbertson, 2014).

Omni-kanal yönetimi esasında mevcut yapısıyla sadece müşteri ile temas eden kanalların kapsamını genişletmekten ziyade; müşteri, marka ve perakende kanallarının entegrasyonunu da sağlayarak bütüncül anlamda marka iletişimini de arttırmaktadır (Juaneda-Ayensa, Mosquera, & Murillo, 2016).

Hem geleneksel ve hem de online kanalların uyumlu bir şekilde entegrasyonu omni-kanal modeli için hayati bir önem taşımaktadır. Bu tür bir stratejinin geliştirilmesindeki rekabet üstünlüğü, markaların tüm kanallar ve müşteriler ile temas noktaları arasında tüketicinin özgün ve bütünsel bir deneyim geliştirmesini sağlamaktadır (Moreno & Medina-Molina, 2016).



Şekil 1. TÜSİAD Rakamlarla e-Ticaret (UTİKAD, 2016)

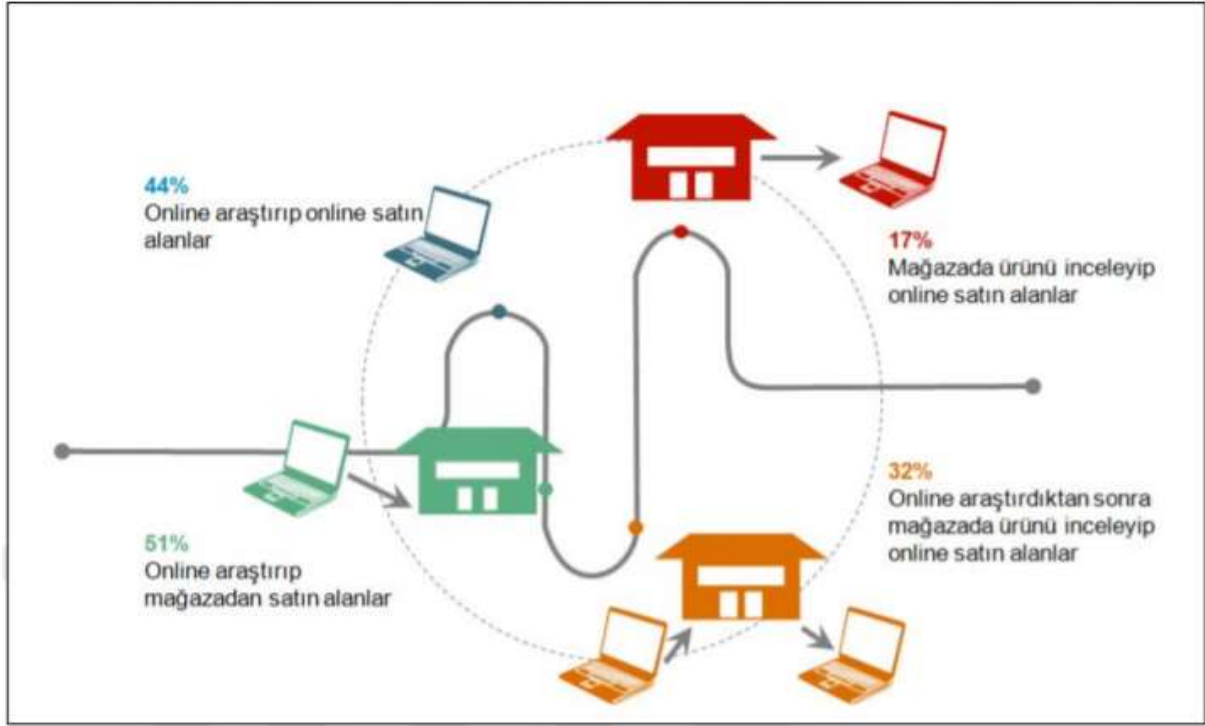
Omni kanal pazarlama yolculuğunda, markaların müşterileriyle etkileşim için kullandığı tüm kanallarda entegrasyonu sağlayıp, tekil müşteri verisine sahip olması son derece önemlidir. Bu süreçte de teknolojik gelişmelerin sağladığı imkanları destekleyici unsur olarak firma yeteneklerine katmak gerekmektedir. Omni kanal pazarlama uygulamaları bu tekil, sorunsuz ilerleyen ve hiçbir şekilde kopuk olmayan müşteri verilerini oluşturmaya yarayan tüm teknolojik uygulamalardan faydalanmalıdır (TÜSİAD, 2016)

3. OMNİ KANAL PAZARLAMA BAKIŞ AÇISIYLA MÜŞTERİLERİN SATIN ALMA TÜRLERİ

Omni kanal pazarlama yönteminde müşteriler farklı türde satın alma davranışlarında bulunabilmektedirler (TÜSİAD, 2016);

- Online araştırma yapıp online satın alanlar
- Online araştırma yapıp mağazadan satın alanlar

- Mağazada ürünü inceleyip online satın alanlar
- Online araştırma yapıp mağazada ürünü inceleyip online satın alanlar



Şekil 1. Omni Kanal Pazarlamada Müşteri Satın Alma Türleri (TÜSİAD, 2016)

Showrooming gibi uygulamalarla mağazada alışveriş yapan tüketicilerin online dünyaya kayması mümkün olmakla birlikte, tersi bir durum da söz konusudur. Web-rooming adı verilen trendle, öncelikle ürünleri online ortamda arayarak fikir edinen müşteriler, satın alma aşamasında mağazaya gidip işlemlerini buradan tamamlayabilmektedir. Bu sayede online kanaldan offline kanala müşteri yönlendirilmektedir. (TÜSİAD, 2016)

4. PAZARLAMA METRİKLERİNDEN TEKRAR SATIN ALMA VE OMNİ KANAL YÖNETİMİ

Davranışa dayalı sadakatin oluşabilmesi için, satın alma davranışının tekrar satın alma, satın alma yüzdesi ve en çok satın alınan marka bazında yüksek olması gerekir. Belirtilen durumlarda en çok tercih edilen marka olunması, davranışsal sadakatinin yüksek düzeyde olduğunun ölçütüdür (Tosun, 2014).

Tekrar satın alma niyeti; tüketicinin daha önce deneyim sağlamış olduğu ürün ya da hizmet ile ilgili değerlendirmeleri sonucunda o ürünü ya da hizmeti yeniden satın almayı

sürdürme süreci olarak belirtilmektedir. Ayrıca hizmetten ve üründen memnun olan tüketici yeniden satın almaya yönelmektedir (Bitta & Loudon, 1993).

Tüketicilerin kullandıkları markaları değiştirmeleriyle oluşan maliyetlerin tamamı değiştirme maliyeti olarak adlandırılır. Değiştirme maliyeti; markaları kısa dönemde ürünlerin kalitelerinde yaşanma ihtimali olan dalgalanmalardan kaynaklanacak müşteri kayıplarına karşı koruyarak, firmaların var olan müşteri portföyü üzerinde tekelleşmesine fırsat vermekte ve var olan pazar payının, ileride elde edecekleri gelirler için önemli ölçüde yön verici olmasını sağlamaktadır (Aydın & Özer, 2004).

Omni kanal yönetimi, sürekli bir tüketici alışveriş deneyimi sunmak için; fiziksel mağaza, çevrim içi mağaza, mobil mağaza, çağrı merkezi gibi çok sayıda mevcut kanalı ve tüketici temas noktalarını birleştiren, müşteri odaklı perakende stratejileri olarak tanımlanmaktadır. İnternet ortamında yapılan araştırma, hem çevrim içi hem de mağazalardan alışveriş yapan müşterilerin, yalnızca fiziki mağazalarda alışveriş yapan müşterilere göre 3,5 kat yüksek harcama yaptığını göstermektedir. Ayrıca omni kanal alışveriş yapan müşteriler (çevrim içi, mağaza, mobil vb.) yalnızca mağazada alışveriş yapan tüketicilerin altı katı kadar harcarlar (Marketing Dive, 2016)

5. SONUÇ

Günümüzde hemen her sektörde yaşanan teknolojik ve dijital gelişmeler pazarlama dünyasının evrilmesinde başlı başına devrim niteliğinde olmuştur. Bu gelişmelerle birlikte artık hem müşteriler hem de şirketler istedikleri bilgiye çok kolay ve hızlı bir şekilde ulaşabilme imkanına kavuşmuştur. Bilgiye bu kadar kolay ulaşılabilir olması müşterilerin farklı ürün, hizmet, fiyat, kampanya ve gelişmelerden kolaylıkla haberdar olabilmesini, böylelikle tek bir kanala odaklanmayıp satın alma yolculuğunu değiştirmesini de beraberinde getirmiştir. Bir diğer açıdan bakıldığında ise bu gelişmeler ürün veya hizmet üreten markaların müşterilerine sundukları fırsatların da benzeşmesine sebep olurken hemen her sektörde rekabetin dozunu iyiden iyiye arttırmıştır. Bu noktada markalar farklılaşmak ve rekabette üstün gelmek adına sundukları ürün veya hizmetleri çeşitli yönlerden farklılaştırma yoluna gitmeye başlamış, bu farklılaşmanın önemli bir yönteminin de müşteri deneyimi olduğunu keşfetmişlerdir.

Müşteri deneyimi konusunda çokça farklılaşma yöntemi birçok marka tarafından benzer şekilde uygulanmış, en iyi müşteri deneyimini sağlamanın yolları dahi çeşitlenmeye başlamıştır.

Tüketiciler; hem bilgiye kolay ulaşabilmeleri, hem dijital inovasyonun her alanda gelişmesi hem de bu gelişim ve değişime çok hızlı uyum sağlayabilmeleri nedeniyle artık alışveriş deneyimlerini tek bir kanala bağlı olarak devam ettirmekten ziyade birçok kanala farklı yollardan başvurarak bu deneyimi sürdürmeyi tercih etmektedirler. Markalar ise sundukları ürün ve hizmetleri bu gelişmeler sonucunda bütünleşik bir şekilde hedef kitlelerine sunmak ve omni kanal pazarlama yönetimiyle müşterilerine en iyi deneyimi yaşatma noktasına ilerlemeye çalışmaktadırlar.

2000' li yılların başından günümüze kadar gerçekleşen teknolojik gelişmeleri düşünüldüğünde bundan sonraki 20 yılda da benzer şekilde ciddi inovasyonların hem tüketicilerin hem de markaların hayatlarına gireceği kolaylıkla öngörülebilmektedir. Dolayısıyla markalar rekabette üstün gelmek, mevcut müşterilerini korumak ve en iyi müşteri deneyimini yaşatmak noktasında sürekli kendilerini geliştirmek durumunda kalmaktadırlar.

İşte bu noktada tam entegrasyon sağlanmış, kusursuz bir omni kanal pazarlama yönetimi ile müşteri deneyimi en üst seviyeye çıkarılabilmektedir. Yeni müşteri elde etmenin maliyetlerinin her geçen gün arttığı neredeyse tüm sektörlerde, önemli pazarlama metriklerinden biri olan tekrar satın alma oranını arttırma noktasında önemli bir argüman haline gelebilmektedir.

Çalışmanın devamında aşağıdaki sorular ışığında oluşturulacak araştırma önerisi hazırlanıp seçilecek tam entegrasyon sağlamış perakende hazır giyim markası müşterileri üzerinde bir uygulama gerçekleştirilecektir.

- **“Perakendecilikte omni-kanal yönetiminin pazarlama metriklerinden tekrar satın alma üzerinde anlamlı bir etkisi var mıdır?”**
- Tüm kanallarda tam entegrasyon sağlamış, araştırma için seçilecek perakende hazır giyim markasının müşterileri, bu markanın pazarlamada omni-kanal yönetimi uygulamalarının farkında mıdır?
- Omni-Kanal yönetimi uygulayan bu marka müşterilerinin tekrar satın alma oranı yalnızca fiziki mağazalarda satış yapan benzer özelliklerdeki markaya göre daha yüksek midir?
- Omni-Kanal yönetimi uygulayan bu markada müşterilerinin tekrar satın alma oranı yalnızca çevrimiçi mağazalarda satış yapan benzer özelliklerdeki markaya göre daha yüksek midir?

Kaynakça

(2016). Marketing Dive: <https://www.marketingdive.com/> adresinden alındı

(2016). UTİKAD:

<https://www.utikad.org.tr/images/BilgiBankasi/tusiadrakamlarlaeticaret-2372.pdf> adresinden alındı

Aydın, S., & Özer, G. (2004). GSM Sektöründe Müşteri Sadakati, Memnuniyeti, Değişirme Maliyeti ve Güven Arasındaki İlişki. *İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 157-179.

Bitta, A. J., & Loudon, D. (1993). *Consumer Behavior*. New York.

Digital in 2020. (2021). 2021 tarihinde We Are Social:

<https://wearesocial.com/digital-2020> adresinden alındı

E., B., Y.J., H., & Brynjolfsson E., H. Y. (2013). Competing in the Age of Omnichannel Retailing. *Competing in the Age of Omnichannel Retailing*, 22-29.

Hammond, R. (2012). *Akıllı Perakendecilik*. İstanbul: İş Bankası Yayınları.

Hüseyinoğlu, I. Ö. (2017). Bütüncül Kanal (Omni-Channel) Stratejisinin İncelenmesi.

DUMLUPINAR ÜNİVERSİTESİ SOSYAL BİLİMLER DERGİSİ PAZARLAMA KONGRESİ ÖZEL SAYISI.

Juaneda-Ayensa, E., Mosquera, A., & Murillo, Y. S. (2016). Omnichannel Customer Behavior: Key Drivers of Technology Acceptance and Use and Their Effects on Purchase Intention. İspanya. <https://www.frontiersin.org/articles/10.3389/fpsyg.2016.01117/full> adresinden alındı

Kozlenkova, I. V. (2015). The Role of Marketing Channels in Supply Chain Management. *Journal of Retailing*, 586-609.

Moreno, M. R., & Medina-Molina, C. (2016). Omnichannel strategy and the distribution of public services in Spain. *Journal of Innovation & Knowledge*, 36-42.

Piotrowicz, W., & Cuthbertson, R. (2014). Introduction to the special issue information technology in retail: toward omnichannel retailing. *International Journal of Electronic Commerce*, 5-15.

Remzi Altunisik, Ö. T. (2017). *Pazarlama İlkeleri ve Yönetimi*. Beta Yayınları.

Rodriguez, T. (2019). *Retail Customer Experience*. 2021 tarihinde <https://www.retailcustomerexperience.com/>:
<https://www.retailcustomerexperience.com/blogs/2019-predictions-for-retailers-technology-innovation> adresinden alındı

Rosenberg, J. (1998). *Perakendecilik Sözlüğü*. (M. Tüzel, Çev.) İstanbul: Alışveriş Merkezleri ve.

Search Customer Experience. (2020). 2021 tarihinde <https://searchcustomerexperience.techtarget.com/definition/omnichannel> adresinden alındı

Skallerud, K., & Korneliussen, T. (2009). An Examination of Consumers' Cross-Shopping Behaviour. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 181-187.

The Deloitte Times. (2018). *Yeni Nesil Perakendecilik*. 2021 tarihinde https://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/tr/Documents/the-deloitte-times/haziran-2018_yeni_nesil_perakendecilik.pdf adresinden alındı

Tosun, N. B. (2014). *Marka Yönetimi*. İstanbul: Beta Yayıncılık.

TÜSİAD. (2016). 2021 tarihinde <https://tusiad.org/tr/yayinlar/raporlar/item/9675-dijitallesen-dunyanin-itici-gucu-e-ticaret> adresinden alındı

NEW PUBLIC MANAGEMENT MODEL AND ITS APPLICATION AS A SUSTAINABLE MODEL FOR PUBLIC SECTOR MANAGEMENT**¹Abdulgaffar Muhammad**

Postgraduate Student National Open University of Nigeria, Nigeria

²Abubakar Musa

Federal University Dutse Jigawa

³Umar Hamisu

Nigerian Institute of Transport Technology (NITT), Zaria.

⁴Dr. Abbas Hamisu

Federal College of Education (FCE), Zaria

⁵Abdullahi Tanko Umaru

Ahmadu Bello University (ABU), Zaria

⁶Nwaha Abdullahi onimisi

Hussaini Adamu Federal Polytechnic Kazaure, Jigawa State.

⁷Munirat Tijjani Musa

Ahmadu Bello University (ABU), Zaria.

⁸Zainab Sani Sambo

Nigerian Institute of Transport Technology (NITT), Zaria.

⁹Musa Adebayo Nuru

Girne American University, North Cyprus, Turkey

¹⁰Bushra Ibrahim

Ahmadu Bello University, Zaria

¹¹Shehu Abdulkarim Yakasai

Bayero University, Kano

¹²Bilkisu Abdulmumin

Ahmadu Bello University, Zaria

Abstract

The new public management theory in recent time has seen a lot of recognition and application in both the public and private sectors. It serves to be a paradigm shift from the classical theory of just welfare maximum of running the public sector. The emergence of new public management in Europe and America has been dominant in the 1980s also is the case of its spread in Africa especially Nigeria in the 1990s. The new public management strongly suggest a role change and a paradigm shift in the role of the state in both society and economy. The theory suggest the mannerism in which the public sector should be organized to meet the global challenges in the phase of liberalization, globalization and to a very large extent privatization. The study used the secondary method of data collection with which content analysis was made. The study come to a conclusion that the public sector must adopt a structural change and accept the norm of market discipline and also observed that there is no difference in both the public and the private sector.

Keywords: Globalization, Liberalization, Market Discipline and New Public Management.

Introduction

The genesis of the new public management is owed to Thatcherism (Britain). Which is the first century management model which advocated the privatization of public sector enterprises and also Reaganism (USA) of the 1980s. It is a synchronization and assemblage of both the private and the public sector systems of administration. As put by Dahida (2008) it adopts the “what and why” of the public sectors and uses the “how” for means of problem solution in the private sector.

The new public management adopts the 3Es system which are; economy, efficiency and effectiveness, where economy is eradication of waste, efficiency is stream lining of services and effectiveness is specification of objectives and goals to ensures appropriate resource allocation.

It is important to note that the new public management has targeted performance appraisal, managerial autonomy, cost cutting, financial incentives, output, realization, ability and competence, innovation, competition and de-bureaucratization and entrepreneurialism as a model of management.

The new public management has also influenced the role of the state in the society and economy, which led to a complete and structural change of the state from a regulator to the market as the regulator. This means the states provides indirect services such as policy making facilitation and information provision (Dahida, 2008). This simply put, means a state should change from being a doer of public activities to a distributor, promoter and facilitator of public benefits.

The new public management has changed a lot of things in the public management practices as it suggest a segmental series of changes and challenges in public management practices to meet the world of today in the phase of globalization liberalization and privatization (Laxmikanth, 2006).

In Nigeria, the new public management is the new normal for public administration. It has been adopted since the 1990s to date which has seen a lot of commercialization and privatization by a number of political administrations. This could be traced to both the military down to the civilian regime.

Objectives of the Paper

The objective of the study are:

- a. Ascertain the history and conceptualization of the concept.
- b. Examine its suitability in the public sector in Nigeria.
- c. Recommend the operational yard sticks for its implementation.

Methodology

The paper uses the secondary methods of data collection which are textbooks, journal, magazine and a host of others.

Literature Review

New Public Management

The aftermath of mid-1980s saw a paradigm shift of management practice known as the new model of public sector management. This development was mostly situated in advanced nations. The new model posed a direct challenge on the traditional principles and models of public administration. It has been noted the rigid, red tapist and bureaucratic structure of public management that was dominant in the twentieth century is now gradually replaced by market based form of public management (Hughes, 1998). This new model has amerced to itself several names such as Managerialism (Polit, 1993), New Public Management (Hood, 1993), Market Based Public Administration (Lan and Rosenbloom, 1992), The Post Bureaucratic Paradigm (Barzelay, 1992), or entrepreneurial government (Osborne and Gaebler, 1993).

The New Public Management (NPM) is situated with a number of models. Ferlie (1996) is of the opinion that the NPM is having four proxies: the efficiency drive which aims at making the public service more business like; the downsizing and decentralization model which is basically concerned with disaggregation, organizational freedom and downsizing; the management of change model which focuses on an integration of bottom up and top down methodologies and mannerisms of change, public service orientation to change which concerns itself with service quality and delivery.

Many scholars have agreed that the NPM is a paradigm shift associated with ideology of the four models and proxies. As put by Owen (1998) the emergence of the NPM can be attributed to factors such as the emergence of right wing politicians in the west who saw the state as a problem in itself. This new model of management sees a transfer of government interests to a private sector driven economy.

Theoretical Base

Theory of Public Choice Approach

The public choice of public administration was adopted in the 1960s which in the period was the height and reign of new Public Sector Management System. The chief protagonist of the system is Vincent Ostrom, he advocated the replacement of bureaucratic structure. This philosophy was captured in his book the “Intellectual crisis in American Public Administration. In his words:

“Bureaucratic structure are necessary but not sufficient structures for a productive and responsive public service economy”

Objectives/Characteristics of the NPM Model

As put by Hood cited in Abba (2008), the following are the characteristics of the New Public Management Model.

- Hands on Professional management: which as put by Hood is manager must do their work by managing.
- Explicit standards and performance measures: there must be a structure for performance appraisal.
- Output control is an entrepreneurial management to avoid waste, output is controlled through a series of structural mechanisms.
- Disaggregation of Units: Monolithic units must be de-aggregated.
- Competition in the public service: competition in the public service must be encouraged to speed up performance in the sector.
- Emphasis on the private sector means of management: There must be a shift from the traditional military system to the rewards and compensation system.

3.7 Discipline and parsimony: the application of information and communication technology.

Public Management and the Context of the Nigerian Public Sector

The history of the NPM in Britain and the west at large can be traced to Thatcherism and Reaganism in the USA in the 80s which mandated the privatization of public enterprises. In the Nigerian case the history could be traced to the 1988 with the government of Nigeria setting up a technical committee on privatization and commercialization (TCPC) via a decree No. 25 of 1988. This committee was built in July 1988. The major objective of the committee was

restructuring public enterprises for privatization as well as ensure that there is a readily available capital and stock market.

The coming of the democratic government in 1999 saw a speedily and significant absorption of the NPM principles in the public sector organization. For example service delivery reforms in the public sector, downsizing and right sizing regimes, autonomy of public organization, linking and accepting globalization and acceptance of ICT which include the introduction of ICT and E-governance. To this day, Nigerian Public Enterprise has embraced and adopted the NPM and is readily combating wasteful management, reduction in cost, budget implementation and overall public service delivery.

However the Nigerian public enterprise is caught up in a quagmire of accepting the NPM but still in the pit of traditional management practices. This is a result of the following reasons:

- a. Emphasis on professional management in public sector is yet to be achieved
- b. Laying of explicit standards and measures of performance is not properly and regularly enhanced.
- c. A shift to greater emphasis on output controls (results) rather than procedure has decimally declined over the years as a result of cultural affirmative practices in our administrative system
- d. A shift to disaggregation of units in the public sector organization has not been properly done as a result of laxity in our administrative pooling system and lack of political will of the political class and leadership
- e. A stress on greater discipline and parsimony in resource use has not been achieved

Criticism of NPM Model

The NPM Model as put by Holmes and Shand (1995) is a good managerial approach that is result oriented having an assemblage of efficiency, effectiveness and service quality. NPM is built on the assumption that it improves on services delivery, reduction in public expenditure and overall improvement on government operations. However, a good number of setbacks has been attributed to the model; Savoie (2002) and Singh (2003) are of the opinion that the NPM is simply baseless as a result of the non-usage of the private sector practices in the public sector. In their opinion the model can find no place in the public sector as a result of the intricate objectives and accountabilities and a more politically diverse environment. In support of the aforementioned argument is the position of Painter (1997) who opined that a grave danger is at hand if private business models are adopted for the public sector owing to the contextual

differences. Also Cheung and Lee (1995) argue that NPM models got limitation in its adoption the public sector. This position is in the context of ample freedom in the private sector as compared to the public sector. Hughes (2003) argued that perhaps the new Managerialism offers a greater probity and transparency to curb unethical practices and corrupt behaviors and tendencies, there is to a very large extent the problem of performance measurement. This position is supported by Barberis (1998) who posits that though the NPM model improves on transparency and probity, it can nonetheless lead to exigencies.

In the context of developing nations Poliando (1999) argued that NPM model is a misfit being that these nations lack the technical knowhow and also lack accurate information systems. In the same vein is the position of Caiden and Sundaram (2004) who opined that developing nations lack the resources and technical capacity to push a complex sophisticated NPM reform. Overhaul of state institutions that will lead to cost effective and cost saving approach to governance. The following proxies were suggested by laxmikarth (2006) as steps adopted by countries in realizing the NPM.

1. Creation of autonomous public organizations.
2. Reducing the size of government
3. Corporatization of government organizations
4. Reducing budgets and welfare expenditure
5. Reforming civil service structures
6. Performance measurement and evaluation
7. Privatization of public undertakings
8. Decentralization of authority to lower levels
9. Contracting out services to private agencies
10. Promoting openness and transparency in administration
11. Encouraging people's participation in administration
12. Declaration of citizen's charters, and so fourth

Summary and Conclusion

It has become integral for the third and developing continue to adopt the NPM. This is more so for the sub-Saharan African countries. This could be in form of globalization, privatization or even the principle of the NPM. However, in the course of adoption of the NPM it has to be done holistically in order to avoid the quagmire of paradoxical adoption of the NPM model. This is more so, because there are skeptics who believe there is no difference between the public and private sector managements.

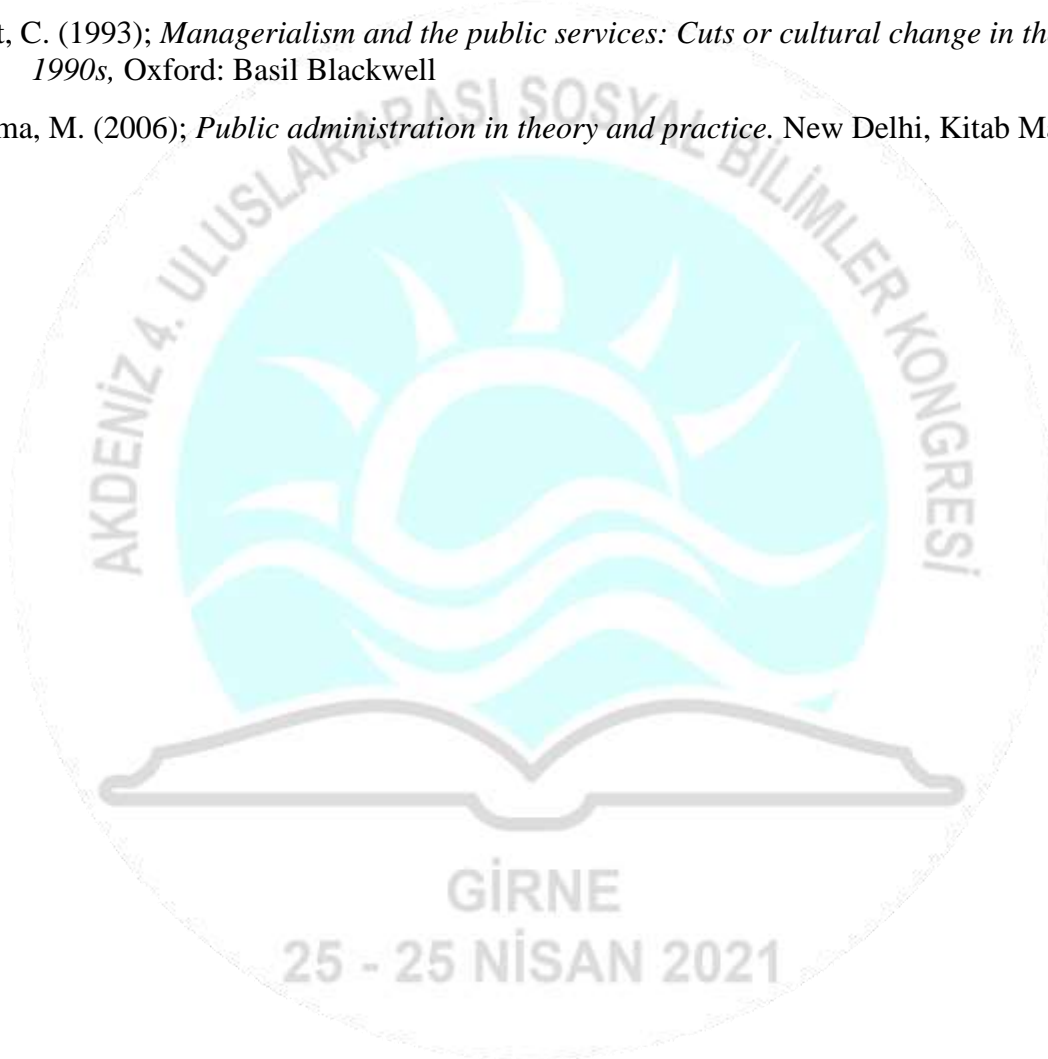
This research therefore offers the following recommendations.

1. Honesty on the part of government, there should be accountability, transparency and probity.
2. Good governance across all units of government to avoid sabotage.
3. A paradigm shift from red tapism and bureaucracy to decentralization and market driven system of running the organization.
4. An over haul of the entire African system to meet our own indigenous system there should be no wishful and unintelligent adoption of the systems in Europe and just dumped in Nigeria and Africa at large. This position is supported by Abba (2008).

Reference

- Abba, U. (2008), *Modern public administration*. Onitsha: Abbot Books Ltd
- Adu, A. (1963); *The civil service in New African states*. London: George and Unwin Ltd
- Barzelay, M. (1992); *Breaking through bureaucracy: A new vision for managing in government*. Berkeley and Los Angeles; University of California Press
- Caiden, G. (1969); *Administration reform*. Harmon worth :Penguin
- Eaglefield, D. (1985); *Today's civil service*, London: Longman
- Ezeani, E. (2006); *Fundamentals of public administration*, Enugu: Snaap Press Ltd
- Ferrel, H. (1979); *Public administration: A comparative perspective*. New York; Marcel Dikker Inc.
- Hughes, O. (1998); *Public management and administration: An introduction*. London: Macmillan Press Ltd
- Laxmikanth, M. (2006), *Public administration, for the UPSC civil services preliminary examination*. New Delhi: Tata McGraw Hill Publishing Company Limited
- Nicholson, I. (1969) *The administration of Nigeria; methods and myth*. London: Oxford University Press
- Minogue, M. (1997); *"Theory and practice in the analysis of public policy and administration"*, Public Management Working Paper series, University of Manchester, Precinct centre, Manchester
- Murray, D. (1969); *The work of administration in Nigeria: Case studies*. London: Hutchinson Educational Ltd
- Ogunna, A. (2004); *Fundamental principles of public administration*. Owerri: Versatile Publishers

- Olowu, C. (1991); *Nigerian public administration: past, present and future*. Ibadan: Shaneson Press Ltd
- Okoli, F. (1999); “*Administration of National Development: Reflections on the Relevance of the Theory and Practice of Public organizations to Developing Nations*” Nsukka; Topmost Printing Press
- Osborn, D. and Gaebler, T. (1992) *Reinventing government: How the entrepreneurial spirit is transforming public sector*. New York: Plume Book
- Ostrom, V. (ed) (1971); *Public administration in the time of turbulence*;
- Pfiffner, J. and Presthus, R. (1960); *Public administration*. New York: Ronald Press
- Pollit, C. (1993); *Managerialism and the public services: Cuts or cultural change in the 1990s*, Oxford: Basil Blackwell
- Sharma, M. (2006); *Public administration in theory and practice*. New Delhi, Kitab Mahal.



BELEDİYE BAŞKANININ YÖNETİM TARZI VE YEREL HİZMET MEMNUNİYETİ İLİŞKİSİ: AKŞEHİR ÖRNEĞİ

Ali ŞAHİN¹, Hüsnü Serdar ÖĞE², Yasin TAŞPINAR³

¹ Selçuk Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, ORCID ID: 000-0002-1487-8717

² Selçuk Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, ORCID ID: 0000-0002-8621-9083

³ Selçuk Üniversitesi, Beyşehir Ali Akkanat İşletme Fakültesi, ORCID ID: 0000-0002-4116-9801

ÖZET

Türkiye’de vatandaşların belediye hizmetleri ve bu hizmetlere yönelik memnuniyet algısı ile ilgili çok sayıda çalışma bulunmaktadır. Söz konusu çalışmalar, sosyo-ekonomik ve demografik özellikler bağlamında ele alınmış ve bu faktörler çerçevesinde hizmet memnuniyeti algısı ölçülmeye çalışılmıştır. Gelir düzeyi, eğitim, cinsiyet, yaş, ikamet edilen coğrafi alan, semt, kırsal ve kentsel alanlar bu faktörler arasında ilk sıralarda yer almaktadır. Ancak belediyelerin Yönetim tarzı ile yerel hizmet kalitesi ve memnuniyeti konuları henüz yeterince ele alınmamış ve bu konuda bir boşluk söz konusudur. Son zamanlarda söz konusu faktörler dışında belediye başkanının yönetim tarzı, sergilediği performans, belediye yönetimi ve yerel hizmetlere yönelik başkanın vatandaşlarda oluşturduğu beklenti ve algı ile belediye çalışanlarının tutum ve davranışlarının da yerel hizmet memnuniyeti ve kalitesini belirlemede önemli faktörler arasında yer aldığına dair çalışmalar dikkat çekmektedir.

Bu çalışma bahsi geçen diğer çalışmalarda değinilen değişkenleri de içerecek şekilde belediye başkanının yönetim tarzı ve belediye çalışanlarına yönelik algıya bağlı olarak zihinlerinde oluşan belediye yönetimi imajı ile yerel hizmet kalitesi ve memnuniyeti düzeyleri arasındaki ilişkiyi analiz etmeye yöneliktir. Bu amaçla çalışmanın evrenini teşkil eden Konya ilinin Akşehir ilçesinde bir alan çalışması yürütülmüştür. Çalışmaya ilçede ikamet eden 1624 kişi yüz yüze anket yöntemine uygun olarak katılım göstermiş, bahsedilen konularda katılımcıların fikirleri alınmıştır. Alan çalışması sırasında örneklem üzerinden elde edilen veriler SPSS (Sosyal Bilimler İstatistik Paket Programı) vasıtasıyla analiz edilerek ortaya çıkan bulgular çalışmanın amaçları bağlamında yorumlanmıştır.

Anahtar Kelimeler: Yerel Yönetimler, Belediye Başkanı, Yönetim Tarzı, Memnuniyet, Alan Çalışması.

THE RELATIONSHIP BETWEEN MAYOR'S MANAGEMENT STYLE AND LOCAL SERVICE SATISFACTION: THE CASE OF AKŞEHİR

ABSTRACT

There are many studies about the municipal services and the citizens' perception of satisfaction from those services in Turkey. These studies have been conducted in the context of socio-economic and demographic characteristics and the perception of service satisfaction was tried to be measured within the framework of those factors. Among these factors are income level, education, gender, age, geographical area of residence, district, rural and urban areas. However, the management style of the municipalities and the local service quality and satisfaction issues have not been adequately addressed yet and there is a gap about the issue. In addition to the aforementioned factors, recent studies have drawn attention that the mayor's management style and performance, the expectations and perceptions created by the mayor towards municipal administration and local services, and the attitudes and behaviours of municipal employees are among the important factors in determining local service satisfaction and quality.

This study aims to analyse the relationship between the municipality management image of the mayor formed in the minds based on the perception about the municipal employees and the management style of the mayor and the local service quality and satisfaction levels, including the variables mentioned in other studies. For this purpose, a field study was conducted in Akşehir district of Konya province, which constitutes the universe of the study. 1624 people residing in the district participated in the study in accordance with the face-to-face questionnaire method, and the opinions of the participants on the mentioned issues were obtained. During the field study, the data obtained from the sample were analysed through SPSS (Social Sciences Statistics Package Program) and the findings obtained were interpreted in the context of the aims of the study.

Keywords: Local Governments, Mayor, Management Style, Satisfaction, Field Study.

1. GİRİŞ

Kamu hizmetlerinde kalite ve vatandaş memnuniyeti literatürde ve günlük sosyal hayatta sürekli gündemde olan bir konudur. Kamu yönetiminin klasik bağlamdaki işleyiş süreci, hem genel kamu hizmetlerinde hem de yerel yönetimler tarafından sunulan yerel hizmetlerde, kamu hizmetlerini rekabetin gerisinde bırakmış, bunun sonucunda da yerel yönetim birimleri dâhil kamu kurum ve kuruluşlarının sunduğu hizmetler, etkinliğini giderek yitirmiştir. Bu bağlamda,

hizmetlerde memnuniyet, başarı ve kalite açısından özel sektörle kamu sektörü sürekli bir kıyaslama ile karşı karşıya kalmıştır.

21. yüzyıl ile birlikte devlet vatandaş ilişkileri başta olmak üzere kamu hizmetleri alanındaki klasik yaklaşım terk edilerek kamu yönetiminde yapısal bir dönüşüme geçilmiştir. Yerel yönetimler de bu gelişmelerden nasibini almıştır. Ülkemizde il özel idareleri, belediyeler, büyükşehir belediyeleri ve köy yönetimleri bu bağlamda yeniden düzenlenmiştir. Söz konusu düzenlemeler ile birlikte yerel yönetimlerin kamu sektöründeki ağırlığı ve önemi giderek artmaya başlamıştır. Vatandaşlara hizmet sunma noktasında en yakın hizmet birimleri olan yerel yönetimlerde meydana gelen yapısal değişim ve artan hizmet alanları, yerel yönetim birimlerine ait olan kaynakların daha etkin ve verimli kullanılması zorunlu kılmaktadır. Bu bağlamda, yaşam kalitesi, hizmet kalitesi ve vatandaş memnuniyeti kavramı, belediyeler açısından çok daha önemli bir kavram haline gelmiştir.

Bu çalışmanın temel amacı belediye başkanlarının yönetim tarzı ve bunun yerel hizmetlere yansıma boyutu ile vatandaşların yerel hizmetlere ve bu birimlerde çalışanlara yönelik algısı ve memnuniyet düzeyidir. Çünkü belediyeler başkanları, yönetimleri ve çalışanları ile somutlaşmaktadır. Başkanların kurumu temsil gücü vardır. Bu bağlamda yerel hizmet kalitesi ve memnuniyeti araştırmalarında belediye başkanının imajı yönetim tarzı performansı, söylem ve davranışları vatandaşların yerel hizmetlere yönelik algısında etkin bir rol oynamaktadır.

2. BELEDİYE BAŞKANININ YÖNETİM TARZI VE YEREL HİZMET MEMNUNİYETİ İLİŞKİSİ

Belediye başkanının görev süresi içerisinde gerçekleştirmiş olduğu hizmetler, uyguladığı politikalar, halkın üzerinde yarattığı olumlu olumsuz izlenimler, bir sonraki seçim döneminde başkanın görevinde kalıp kalmayacağını belirleyen ve bu bağlamda önem verilmesi gereken değerlerdir. Bu durum, belediye olgusunun başkan etrafında ve kişiliğinde somutlaşmasına neden olmaktadır. Başkanının toplumdaki sınıfsal, toplumsal ve siyasal ilişkileri, eğitimi, mesleği, birikimi, yaşı, hatta cinsiyeti gibi çeşitli faktörler başkanın belediye başkanlığı anlayışını, yönetim tarzını ve ilişkilerini belirleyici faktörler arasında yer almaktadır.

Belediye başkanının yönetim tarzı ve hizmet memnuniyeti ilişkisi sadece belediye başkanının güvenilirliği, dürüstlüğü, tarafsızlığı, iletişim kurma biçimi gibi başkana özgü yönetsel beceri ve kişisel özelliklere bağlı görünmemektedir. Belediye tarafından sunulan kamu hizmetlerine yönelik algı ve kamu çalışanlarının yerel hizmet sunumunda takındığı tavır ve tutumlar gibi faktörler bir bütünlük arz etmektedir. Örneğin Belediye personelinin görevlerini yerine getirme biçimi de kalite unsuru içinde değerlendirilmelidir. Evine su aboneliği başlatmak isteyen kişiden alınan ücret, hizmetin sağlanma süresi ve verilen emek; diğer yandan belediye

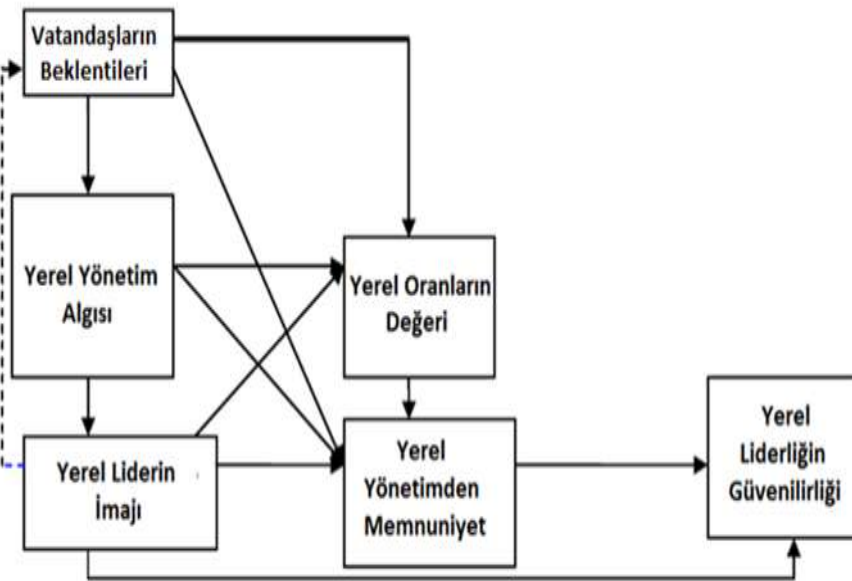
çalışanlarının iş görürken takındıkları tavır, güler yüzlülük, ses tonları vb. su sağlama hizmetinin kalitesini oluşturmaktadır (Kurgun vd, 2008).

Kamu hizmeti kalitesinin yükseltilmesinde liderliğin rolü, üst yönetimin kararlılığını sağlamanın yanında, küresel ve toplumsal değişim talepleri doğrultusunda örgütün, stratejik yapılanma gereklerini karşılama konusunda da önemli bir ağırlığa sahiptir. Belediye başkanının belediye örgütünün en üst amiri olarak belediye örgütünü sevk ve idare etmek, belediyenin hak ve menfaatlerini korumak, belediyeyi stratejik plana uygun olarak yönetmek, belediye yönetiminin kurumsal stratejilerini oluşturmak, bu stratejilere uygun olarak bütçeyi, belediye faaliyetlerinin ve personelin performans ölçütlerini hazırlamak ve uygulamak, izlemek ve değerlendirmek, bunlarla ilgili raporları meclise sunmak gibi görevleri bulunmaktadır (Kurgun vd, 2008).

Yerel ve merkezi birimlerden halkın duyduğu memnuniyete yönelik çok sayıda bilimsel araştırmalara rastlamak mümkündür. Türkiye’de bu alanda ele alınmış bilimsel çalışmalardan bazıları 1995 yılında Uluslararası Araştırmalar Kurumu (IRI), 1996 yılında ise Anadolu Stratejik Araştırma Vakfı ve Adaman ve Çarkoğlu’nun çalışmalarıdır. Ayrıca, Türkiye’de bu konu ile ilgili olarak mikro düzeyde gerçekleşen araştırmalar da bulunmaktadır. Bunlarla birlikte, halkın belediye hizmetlerinden duyduğu memnuniyete ilişkin doktora ve yüksek lisans tez düzeyindeki çalışmalar da artmaya başlamıştır. Mikro düzeyde gerçekleşen araştırmaların içerisinde Negiz’in yapmış olduğu çalışma, Isparta ilinde 2004 ve 2009 yerel seçimler sonucunda göreve gelmiş iki belediye yönetiminin görev ve yetkisi süresince yürütülen kentsel hizmetlere ilişkin vatandaşın memnuniyet algısının ölçülmesiyle ilgilidir. Araştırma kapsamında, vatandaşların, belediye yönetim kadrosunu Isparta’nın planlı olarak gelişip gelişmeme nedenleri arasında ilk sıraya koymaları dikkat çekici bulunmuştur. Negiz bu durumu, seçilen ortak iradeden ziyade seçilen kişinin oluşturduğu yönetsel yapılanma ile ilişkilendirmektedir (Negiz, 2012). Negiz’in Akyıldız ile birlikte Uşak ilinde gerçekleştirdiği bu çerçevede bir çalışma daha bulunmaktadır. Negiz ve Akyıldız (2012) çalışmalarında, belediye başkanı seçimlerinde aday imajının seçmen tercihlerine olan etkisini ele almışlardır. Çalışmanın bulgularına göre, belediye başkanının kişisel ve fiziksel özellikleri seçmen tercihlerinde önemli bir değişken olarak görülmekte fakat tek başına bir belirleyiciliğe sahip olmadığı ifade edilmektedir. Bir başka ifadeyle, belediye başkanı imajının seçmenlerin tercihindeki önemi, seçmenlerin sosyo-ekonomik özelliklerine göre azalmakta ya da artmaktadır.

Kurgun ve arkadaşlarının (2008) yapmış olduğu çalışma ise İzmir Karşıyaka Belediyesi’nin sunduğu hizmet yeterliliğinin ve kalitesinin değerlendirilmesiyle ilgilidir. Çalışmada ayrıca,

belediye başkanından ve belediye personelinden duyulan memnuniyeti ölçen sorulara da yer verilmiştir. Çalışmanın bulgularına göre, belediye hizmetlerine yönelik olumlu değerlendirmeler, belediye başkanından duyulan memnuniyet düzeyini de olumlu yönde etkilemektedir. Başkanın yönetim tarzının benimsenmesi memnuniyet düzeyini pozitif yönde etkilemektedir. Kurgun ve arkadaşlarının (2008) araştırmasında ortaya çıkan bir diğer önemli bulgu ise, çalışanların tutum ve davranışlarına yönelik olumlu bakış açısının, belediye başkanının yönetim tarzına yönelik memnuniyet düzeyini etkilediğidir. Bir başka ifadeyle, çalışanların olumlu davranışları başkanın yönetim tarzına yönelik memnuniyeti olumlu yönde etkilemektedir. Söz konusu çalışmanın bir başka bulgusu da şudur: Yerel hizmetleri yeterli gören vatandaşlar, başkanın yönetim tarzından da aynı oranda memnun kalmaktadır (Kurgun vd., 2008: 45-51). McNeil, Herzog, ve Cosic'e göre ise (2009: 63) vatandaşlar yerel yönetimlerin etkin biçimde yönetilmemesinden şikâyetçidirler. Yapılan araştırmanın sonuçlarına göre vatandaşlar sırasıyla kaynak yetersizliği, yolsuzluk, zayıf siyasi liderlik, parti politikaları, vatandaş katılımının azlığı ve donanımlı kamu personelinin eksikliğinden şikâyetçidirler.



Görsel 1. Yerel Liderlik ve Yerel Yönetim Memnuniyeti, Nigro, 2012.

Yukarıdaki şekilden de anlaşılacağı üzere vatandaşların beklentileri algılar, değerler, hizmetlerden memnuniyet ve yerel idarecilerin imaj ve güvenilirlikleri gibi faktörlerle etkileşim içerisinde. Kurumların başarısında parasal ve fiziki imkânlar kadar önemli hale gelen unsurlardan biri de yöneticilerin sahip olduğu liderlik özellikleridir (Dubrin, 2004: 222). Yeni iletişim teknolojilerinin sağladığı ortam ve yarattığı olanaklar, bu değişimi taşıyacak, gereksinimleri karşılayacak, ihtiyaç duyulan hız ve hareketliliğe yanıt verecek yeni liderleri

gündeme getirmektedir. Yıldız'a (2012) göre, bugün için politik ya da ekonomik herhangi bir topluluğun liderinin en önemli işlevi, bazen medya aracılığıyla ama çoğunlukla yüz yüze ilişkilerle bireyi içinde bulunduğu olumsuz koşullara uyumlu hale dönüştürmektir. Bir liderin en önemli niteliklerinden biri "yürekleri cesaretlendirmektir". Bir başka ifadeyle, insanların akılları kadar ruhlarını da çalıştırmaktır. Literatürde genel olarak dört tür liderlik özelliğinden söz edilmektedir. Birincisi, liderin kişisel özelliklerini (karakteri, hitabeti, dürüstlüğü, eğitimi güvenirliliği vb.) içermektedir. İkincisi, siyasal özelliklerini (milliyetçiliği, laiklik), üçüncüsü, liderin sorunlara yaklaşımını, dördüncüsü ise yönetim boyutunu içermektedir. Yönetim boyutu geniş olmakla birlikte daha çok liderin örgüt içerisinde ki faaliyet alanlarını içermektedir (Oktar, 1996). Kamu hizmeti kalitesinin yükseltilmesinde ise liderliğin rolü, üst yönetimin kararlılığını sağlamanın yanında, küresel ve toplumsal değişim talepleri doğrultusunda örgütün, stratejik yapılanma gereklerini karşılama konusunda da önemli bir ağırlığa sahiptir (Şahin ve Temizel, 2007; 185).

Belediye başkanının belediye örgütünün en üst amiri olarak belediye örgütünü sevk ve idare etmek, belediyenin hak ve menfaatlerini korumak, belediyeyi stratejik plana uygun olarak yönetmek, belediye yönetiminin kurumsal stratejilerini oluşturmak, bu stratejilere uygun olarak bütçeyi, belediye faaliyetlerinin ve personelin performans ölçütlerini hazırlamak ve uygulamak, izlemek ve değerlendirmek, bunlarla ilgili raporları meclise sunmak gibi görevleri vardır (Gözlükaya, 2007; 79). Tüm bu çalışmaların sonuçları ise hizmetlerden yararlanan vatandaşlar açısından yaşam kalitesinde artış, memnuniyet gibi pozitif veya kızgınlık, umutsuzluk ve tedirginlik gibi negatif yansımalarla ortaya çıkmaktadır (Ertekin ve Erkut, 2003; 70).

Daha önce de vurgulandığı üzere Belediye ve vatandaş arasında olumlu fikirlerin oluşabilmesinde belediye başkanlarının katkısı oldukça önemlidir. Başkan, halk tarafından seçilmesi ve sahip olduğu yetkiler bakımından karar yetkisini paylaştığı belediye meclisi üzerinde önemli bir güç elde etmektedir. Bu durum belediye olgusunun, başkan etrafında ve kişiliğinde somutlaşmasına neden olmaktadır. Aslında belediye başkanlığı, bu tür yalın bir betimlemeyi de aşan özellikleri olan, çok yönlü ve karmaşık öğelerin bileşkesi niteliğinde bir olgudur. Belediye başkanının toplumdaki sınıfsal, toplumsal, siyasal ilişkileri, eğitimi, mesleği, birikimi, yaşı, hatta cinsiyeti gibi çeşitli faktörler başkanın belediyecilik anlayışını, yönetim tarzını ve ilişkilerini belirleyici faktörler arasında yer almaktadır. Bir başka anlatımla, günümüzde belediye başkanlığı çok değişik değerlerin, görüşlerin, yaklaşımların ve duyguların harmanlandığı bir olgu olarak karşımıza çıkmaktadır (Yalçındağ, 1996: 82). Bu bakımdan belediyelerde vatandaş memnuniyeti, verilen hizmetlerin yeterliliği ve hizmeti veren kişilerin davranışlarına göre belirlenmektedir. Belediye hizmetinde hizmeti veren belediye başkanı ve

belediye personelinden memnuniyet de önemli bir vatandaş memnuniyeti ölçütüdür (Kurgun vd., 2008: 33).

Anadolu Stratejik Araştırmalar Vakfı'nın 1996 yılında Belediye başkanının yönetsel niteliklerinin neler olması gerektiğine dair bir bilimsel çalışma yapmıştır. 1996 yılında Anadolu Stratejik Araştırmalar Vakfının yaptığı araştırmalar vatandaşın belediye başkanlarında görmek istediği nitelikleri ortaya koymaktadır. Araştırma kapsamında, deneklerin belediye başkanlarının sahip olması gerektiğini düşündükleri nitelikler önem sırasına göre şu şekilde sıralanmaktadır:

- ✓ Dürüst olmak
- ✓ Halkla Yakınlık
- ✓ Halkın Sorunlarını ve istediklerini dikkate almak
- ✓ Yaratıcılık
- ✓ Deneyim
- ✓ Ahlakı bütün olmak
- ✓ Eğitimli olmak
- ✓ Ekibinin iyi olması
- ✓ Dini bütün olmak
- ✓ Yenilikçi olmak
- ✓ Milliyetçilik
- ✓ Ekibini iyi yönetebilmek
- ✓ Projeci olmak
- ✓ Dinamik olmak
- ✓ Particilik

Araştırmanın bulguları analiz edildiğinde vatandaşların başkanın yönetsel niteliklerine dair beklentilerinin tek bir değer etrafında şekillenmediği görülmektedir. Aksine, belediye başkanlarında görmek istedikleri çok sayıda yönetsel niteliğin en az seviyede olsa bile mutlaka bulunmasını istemektedirler. Belediye başkanının kişilik özellikleri, çalışkanlığı ve başarısı vatandaşların memnuniyet düzeyini pozitif yönde etkilemektedir. Belediye başkanının nitelik olarak güvenilir, dürüst, tarafsız ve vatandaşlar ile iletişimine önem veriyor olması, vatandaşlar tarafından olumlu algılanmasına ve benimsenmesine neden olmaktadır. Vatandaş, belediye başkanlarından yalnızca hizmet beklememektedir. Başkanın yönetsel konuları çözümedeki başarısının yanında, fiziksel niteliklerine de önem vermesi gerektiği düşünülmektedir. Yapılan araştırmalar ve çalışmalar neticesinde bir belediye başkanının sahip olması gereken yedi özellik

gösterilmektedir. Bu özelliklerin belediye başkanında bulunması meşruiyetinin sürekliliği açısından da önemli görülmektedir. Bunlar (eylem.com, 2002):

- ✓ Öz-güven,
- ✓ Canlılık,
- ✓ Samimiyet,
- ✓ Tutarlı kişilik,
- ✓ Sağduyu,
- ✓ Yaratıcı bir zekâ ve
- ✓ İnsanları anlama ve iletişim.

3. ARAŞTIRMANIN YÖNTEMİ

Bu çalışma birbiriyle bağlantılı çeşitli aşamalardan ve analizlerden oluşmaktadır. Araştırmanın amacına ve yapılacak işlere uygun olarak farklı yöntemler kullanılmaktadır. Araştırma teorik temel araştırma ve uygulamalı araştırma bölümlerinden oluşmaktadır. Araştırmanın evreni Akşehir İlçesi Mülki sınırlar içerisinde ikamet eden ve 6360 Sayılı Yasa ile mahalle konumuna getirilen; geçmişte köy bugün ise mahalle statüsüne dönüşen yerleşim yerlerinde yaşayan 18 yaş üstü vatandaşları kapsamaktadır. Araştırmada hedeflenen kitlenin tüm üyelerinin seçilip örnekleme dahil edilme olasılıklarının eşit ya da bilinir olmasını ifade eden tesadüfi örnekleme yöntemi kullanılmıştır. Türkiye İstatistik Kurumu verilerinden faydalanılarak mahallelerin nüfusları oranı, örnekleme seçimi işleminde dikkate alınmıştır.

Anket formları hazırlanmadan yerli ve yabancı literatür derinlemesine analiz edilmiş; bu alanda yapılmış uygulamalı çalışmaların anket formları başta olmak üzere araştırmada ortaya konulan teorik bilgiler ışığında anket formu hazırlanması aşamasına geçilmiştir. Hazırlanan formlar pilot uygulama ile test edilerek saha çalışması için önemli bir aşama olan anket formlarına son şekli verilmiştir. Formlarda demografik özellikler, yerel hizmet kalitesi, hizmet memnuniyeti, belediye başkanının yönetim tarzı, belediye çalışanlarının tutum ve davranışları ile yerel hizmetlere ilişkin kapalı ve açık uçlu sorular yer almaktadır. Soruların hazırlanmasında beşli Likert ölçeği esas alınmıştır.

Anket aşamasında ulusal düzeyde profesyonel olarak anket çalışması yapan firmalardan birisinden yardım alınmış ve saha çalışması anket firması aracılığı ile gerçekleştirilmiştir. Verilerin analizinde; frekans dağılımı, betimleyici istatistik, Pearson Korelesasyonu, ve Anova analiz tekniklerinden faydalanmanın daha yararlı olacağı görüşü benimsenmiştir. Bu görüşün şekillenmesinde ulusal ve uluslararası alanda yapılan saha çalışma tekniklerinin etkisi büyük olmuştur.

4. ARAŞTIRMANIN BULGULARI

Çizelge 1. Demografik Yapı

Demografik Değişkenler	Cevaplar	Dağılım	Yüzde
Cinsiyet	Erkek	904	55,7
	Kadın	720	44,3
	Toplam	1624	100
Yaş	18-24	336	20,7
	25-34	472	29,1
	35-44	416	25,6
	45-54	224	13,8
	55 ve üstü	176	10,9
	Toplam	1624	100
Eğitim	Okuryazar	24	1,5
	İlkokul	128	7,9
	Ortaokul	184	11,3
	Lise	424	26,1
	Üniversite	792	48,8
	Lisansüstü	48	3,0
	Toplam	1624	100
Meslek	Kamu çalışanı	320	19,7
	Kamuda yönetici	48	3,0
	İşçi özel sektör	248	15,3
	İşsiz	88	5,4
	Ev hanımı	152	9,4
	Avukat vb.	32	2,0
	Esnaf vb.	248	12,2
	Emekli	176	8,1
	Özel sektör yönetici	56	3,5
	İşveren	64	3,9
	Öğretmen-öğretim üyesi	56	3,5
	Öğrenci	136	8,4
	Toplam	1624	100
Gelir	500-2000 TL	704	43,3
	2000-4000 TL	456	28,1
	4000-6000 TL	256	15,8
	6000 TL ve üzeri	144	8,9
	Cevapsız	64	3,9
	Toplam	1624	100

Araştırmada bazı analizler yapabilmek noktasında demografik değişkenler ve bunların dağılımı konusu ayrı bir öneme sahiptir. Cinsiyet, yaş, eğitim, meslek ve gelir grupları noktasında araştırmanın temel amaçları bağlamında anlamlı farklılıklar olup olmadığı konuları yer almaktadır. Bu sebeple bahsi geçen değişken gruplarından mümkün olduğu kadar istatistiksel anlamda değer ifade edecek düzeyde örnekleme ulaşılmaya çalışılmıştır. Araştırmaya katılanların %55,7'si erkek, %44,3'ü ise kadındır. Diğer taraftan yaş grupları da tecrübe beklenti, kanaat vb noktalarda konuyu farklı değerlendirebilmektedir. Araştırmada en az 55 yaş

ve üstü en fazla 25-34 yaş grubu örneklem içinde yer almıştır. Diğer yaş grubu dağılımı çizelgede düzenlenmiştir. Eğitim değişkeni okuryazar olma ile lisansüstü eğitim aralığını kapsamaktadır. Örnekleme dahil olanların büyük bir çoğunluğu lisans mezunu düzeyindedir. İkinci sırada lise öğrenimi gelmektedir. Çizelgede de görüldüğü üzere hemen hemen her meslek grubu örnekleme dahil edilmiştir. Dağıtılan anketleri eksiksiz dolduran meslek grupları içerisinde ilk sırayı kamu çalışanları almaktadır. Bu grubu özel sektör işçileri, esnaf, emekliler ve ev hanımları ile öğrenciler takip etmektedir. Gelir grubu değişkeni açısından değerlendirildiğinde ankete katılanların büyük çoğunluğunun alt gelir grubunda yer aldığı görülmektedir. Üst gelir grubu olarak nitelendirilen grubun örneklem içindeki oranı ise yaklaşık %9 civarındadır.

Çizelge 2. Akşehirli Olma- Hissetme ve İkamet Nedeni

Soru	Cevaplar	Frekans	Yüzde
Akşehirli misiniz?	Evet	1016	62,5
	Hayır	584	36,0
	Cevapsız	24	1,5
	Toplam	1624	100
Kendinizi Akşehirli hissediyor musunuz?	Evet	968	59,6
	Hayır	472	29,1
	Fikrim yok	128	7,9
	Cevapsız	56	3,5
	Toplam	1624	100
Akşehir’de kaç yıldır oturuyorsunuz?	1 yıldan az	112	5,9
	1-3 yıl	216	13,3
	3-5 yıl	192	11,8
	6-10 yıl	192	11,8
	10 yıl ve üzeri	912	56,2
	Toplam	1624	100
Akşehir’deki ikamet nedeninizi söyler misiniz?	Memleketim	576	35,5
	İş ve ticaret	168	10,3
	Eğitim	296	18,2
	Yaşanabilir şehir/Halkımı seviyorum	56	3,5
	Kamu çalışanıyım	216	13,2
	Ailem Akşehirli	256	15,8
	Diğer	56	3,5
	Toplam	1624	100

Araştırma kapsamına alınan vatandaşların kendilerini Akşehirli Hissetmeleri, Akşehirli olmaları ya da ikamet nedenleri açısından yerel hizmet memnuniyeti düzeyinin analiz edilmesi amaçlanmış olup; çizelgedeki sorular deneklere yöneltilmiştir. “Akşehirli misiniz”? sorusuna cevap veren deneklerin %62,5’i Akşehirlidir. Ancak kendini Akşehirli hissedenenlerin oranı ise, %60’dır. Akşehir’de ikamet etme süreli bağlamında farklı belediye başkanlarının yönetim tarzını kıyaslama imkânı bulunabilir mi? düşüncesi öne çıkmıştır. Bu çerçevede deneklere Akşehir’deki ikamet süreleri sorulmuştur. Çizelgeden de anlaşılacağı üzere deneklerin %56’sı

10 yıl ve üzeri bir zaman diliminde Akşehir’de ikamet etmektedirler. Bir yıldan az süredir Akşehir’de ikamet ettiğini söyleyenlerin oranı (%5.9) en düşük düzeydedir. Yerel hizmetler ve doğal güzellik açısından Akşehir’in yaşanılır bir yer olup olmadığını öğrenmek için deneklere neden Akşehir’de ikamet ettikleri sorulmuştur. Yaşanılabilir bir şehir ve halkını seviyorum diyenlerin oranı sadece %3,5’dir. Deneklerin %35,5’i memleketinin Akşehir olduğu, %15,8’i ailesinin Akşehirli gerekçesi ile Akşehir’de yaşamaktadırlar. Kamu çalışanı olması hasebiyle Akşehir’de ikamet edenlerin oranı %13’tür. Meslek dağılımı çizelgesinde kamu kurumlarında çalışanların oranı yaklaşık %25’dir. Bu durumda kamu çalışanlarının önemli bir kısmının Konya’dan Akşehir’e geliş-gidiş yaptığı düşünülmektedir.

Çizelge 3. Akşehir’deki Yerel Hizmet Memnuniyeti Düzeyi

Belediye Hizmetleri	Ortalama
Mezarlık, cenaze ve defin hizmetleri	3,2857
Yaşlılara yönelik (bakımevleri, evde bakım) hizmetleri	3,2408
İtfaiye hizmetleri	3,2320
İmar-iskân, ruhsat ve tapu hizmetleri	3,1746
Zabita hizmetleri (azar yeri, imalathaneler ve dükkânların denetimi)	3,1340
Engellilere yönelik (engelli rampaları, yürüyüş alanları) hizmetleri	3,0990
Doğalgaz hizmetleri	3,0258
Cadde ve sokakların aydınlatılması	2,9286
Pazar yerlerinin temizliği ve ihtiyaca cevap verme düzeyi	2,8814
Toplu taşıma ve ulaşım hizmetleri	2,8020
Kadınlara yönelik hizmetler	2,7990
Sanatsal, sosyal ve kültürel hizmetler (konser-şenlik vb)	2,7696
Çöp ve temizlik hizmetleri	2,7653
Otopark hizmetleri	2,7629
Kentsel dönüşüm çalışmaları	2,7282
Trafik düzenleme ve denetim hizmetleri	2,6772
Altyapı ve kanalizasyon hizmetleri	2,6683
Çocuklara yönelik hizmetler	2,6410
Cadde, sokak, yol ve kaldırımların yapımı asfalt ve onarımı	2,4718
Yoksulluk ve işsizliği azaltmaya yönelik çabalar	2,4632
Yeşil alan, park bahçe ve oyun alanları hizmetleri	2,4592
İçme suyu / şebeke suyu ıslah ve temizliği	2,4527
Akşehir turizmini geliştirmeye yönelik belediye faaliyetleri	2,4513
Gençlere ve öğrencilere yönelik hizmetler	2,4375
Göçmenler ve Suriyelilere yönelik alınan tedbirler ve hizmetler	2,4233
Hava ve gürültü kirliliğini önlemeye yönelik hizmetler	2,3436
NOT: 1. Hiç memnun değilim, 2. Memnun değilim, 3. Kısmen memnunum, 4. memnunum, 5. Çok memnunum	

Akşehir belediyesi tarafından icra edilen yerel hizmetlere yönelik genel memnuniyetin ne düzeyde olduğu ortaya konulmaya çalışılmıştır. Çizelgede yer alan hizmetlerden ne kadar memnun oldukları vatandaşlara sorulmuştur. Cevaplar Likert ölçeği dikkate alınarak değerlendirilmiştir. Genel olarak bakıldığında, Akşehir belediyesi tarafından sunulan **hizmetlerden vatandaşların memnun olmadığı görülmektedir**. Kısmi düzeyde memnun olunan yerel hizmetler ise şu şekilde sıralanmaktadır;

- ✓ Mezarlık, cenaze ve defin hizmetleri
- ✓ Yaşlılara yönelik (bakımevleri, evde bakım) hizmetleri
- ✓ İtfaiye hizmetleri
- ✓ İmar-iskân, ruhsat ve tapu hizmetleri
- ✓ Zabıta hizmetleri (azar yeri, imalathaneler ve dükkânların denetimi)
- ✓ Engellilere yönelik (engelli rampaları, yürüyüş alanları) hizmetleri
- ✓ Doğalgaz hizmetleri

Çizelge 4. Akşehir belediye başkanınız sizce belediyeyi iyi yönetiyor mu?

İfade	Frekans	Yüzde
Hiç iyi yönetilemiyor	328	20,2
İyi yönetemiyor	320	19,7
Kısmen iyi yönetiyor	608	37,4
İyi yönetiyor	312	19,2
Çok iyi yönetiyor	56	3,4
Total	1624	100

Akşehir belediye başkanının yönetim tarzı ve hizmet memnuniyeti arasındaki bağı ölçmeye çalışan bu çalışma bağlamında vatandaşlar başkanın belediyeyi iyi yönetip yönetmedikleri konusunda ne düşünmektedir? Bu amaçla sorulan soruya verilen cevaplar çizelgede düzenlenmiştir. Görüldüğü üzere kısmi memnuniyet dışarıda bırakıldığında; başkan belediyeyi iyi yönetiyor diyenlerin oranı %22 iken; iyi yönetmiyor diyenlerin oranı ise %40'dır.

Çizelge 5. Akşehir belediye başkanının ismini biliyor musunuz?

İfade	Frekans	Yüzde
Evet biliyorum	1280	78,8
Hayır bilmiyorum	272	16,8
Unuttum	72	4,4
Toplam	1624	100,0

Başkanın tanınırlığı ne düzeydedir? Vatandaşlar belediye hizmetleri ve bu hizmetlerin başında bulunan kişiyi tanıyor mu? sorularının cevabı aranmıştır. Bu bağlamda başkanın ismini bilenlerin oranı bir hayli yüksektir. Örneklemin yaklaşık %80'i başkanın ismini bilmektedir.

Çizelge 6. Akşehir belediye başkanını yolda görseniz tanır mısınız?

İfade	Frekans	Yüzde
Evet tanırım	1280	78,8
Hayır tanımam	344	21,2
Toplam	1624	100,0

Başkanın ismini bilen vatandaşlar aynı oranda başkanın yolda görse tanıyacaklarını ifade etmektedirler. Bu duruma ilişkin açıklamanın başkanın sıklıkla yerel medyada yer alması ya da

halkın arasına karışması olarak yapılması mümkündür. Diğer bir olasılık seçim çalışmalarında afişler mitingler vb. yolla kendisini hem isim hem de sima olarak tanıtmış olmasıdır.

Çizelge 7. Belediye Başkanının Yönetim Tarzı ve Memnuniyet

İfade	Frekans	Ort.
Güler yüzlü/sevecen bir başkan	1552	3,2113
Dürüst/ Güvenilir Bir Kişiliğe sahip	1568	3,1020
Rüşvet ve yolsuzlukları engelleyen bir yönetim anlayışına sahiptir	1512	3,1005
Akşehir'in tarihi ve kültürel değerlerini korumaktadır.	1536	3,0938
Belediye Başkanı demokratik ve katılımcı bir yönetim anlayışına sahiptir.	1536	3,0365
Başkanının fiziksel görünüşü ve giyim-kuşamını etkili buluyorum	1520	2,9632
Belediye başkanının Akşehir ile ilgili hedefleri açık ve gerçekçidir	1504	2,8936
Halkla iç içe ve halka hizmet etmeyi sever	1528	2,8429
Belediye Başkanın söyledikleri ve yaptıkları tutarlı/sözünün eri bir başkan	1528	2,8377
Herhangi bir metine bağlı kalmadan toplum önünde konuşabilmektedir	1520	2,8316
Vizyon sahibi/geleceğe dönük/ şehrin geleceğini planlayan bir başkan	1552	2,8041
Yerel hizmet sunumunda hizmet etiğine dikkat etmektedir	1528	2,8010
Yapılan yerel hizmetlerle ilgili olarak halkı bilgilendiren bir başkan	1544	2,7927
Belediye Başkanının ideolojisini beğeniyorum	1520	2,7842
Belediye başkanı vatandaşların öneri ve düşüncelerini dikkate almadan tüm kararları kendisi almaktadır	1496	2,7701
Belediye Başkanını çalışkan ve dinamik buluyorum	1536	2,7604
Belediye başkanının gür ve etkileyici konuşama üslubu var	1536	2,7552
Ayrım yapamaz/ objektif/ partililik tutmaz/Herkes değer verir	1552	2,7526
Belediyenin kaynaklarını yerinde ve etkin kullanmaktadır	1520	2,7526
Belediye Başkanına çok rahat ulaşılabilir	1536	2,7448
Belediye Başkanının şehrimiz ile ilgili projelerini beğeniyorum	1520	2,7368
Belediye başkanı benmerkezcidir. Her şeyi kontrol altında tutmak istiyor	1528	2,7120
Akşehir'in sorunlarını çözebilecek niteliktedir	1576	2,6954
Belediye başkanı şeffaf ve hesap verebilir hizmetler sunmaktadır	1520	2,6842
Halkın dertleri ve sorunları ile ilgilenir, sorunlarını çözer	1576	2,6599
Belediyecilikten anlayan yeterli bilgi ve beceriye sahip ve işin uzmanı	1576	2,6497
Başkan ve yönetiminden memnunum	1528	2,6387
İş bitirme ve hizmet sunma becerisi yüksek bir başkan	1528	2,6283
Belediye hizmetleri ile ilgili halkın önerilerini dikkate alır	1520	2,6158
Belediye başkanımızın tavırları emredicidir	1520	2,6105
Belediye başkanı sorumluluk gerektiren iş ve projelerde halka danışmaktadır	1528	2,6021
Belediye başkanımız vatandaşlara karşı mesafeli, kaba ve katıdır	1528	2,4555
Belediye başkanı 'şehrin amiri' havasında bir yönetim tarzı sergilemektedir	1136	2,4437
Belediye başkanımız baskıcı ve tehditkâr bir yöneticidir	1496	2,3957
NOT: 1. Kesinlikle katılmıyorum, 2. katılmıyorum, 3. Kısmen katılıyorum, 4.katılıyorum, 5. Kesinlikle katılıyorum		

Başkanın yönetim tarzı bağlamında başkanın belediye başkanlığı için gerekli bilgi ve donanımı başta olmak üzere, fiziki görünümü, imajı, hitabeti, Akşehir'in sorunlarına hâkimiyeti, vatandaşla olan ilişkileri, yönetim tarzı vb içeren çok sayıda soru vatandaşa sorularak, bu bağlamdaki ifadelere ne düzeyde katıldıkları öğrenilmeye çalışılmıştır. Elde edilen bulgular betimleyici istatistik yöntemi dikkate alınarak en yüksek ortalamadan en düşük ortalamaya doğru sıralanmıştır. Değerler 1-5 aralığında olup, dört ve üzeri ortalama katılım düzeyinin yüksekliğini ifade ederken; üç düzeyindeki bir ortalama kısmi katılım ifade etmektedir.

Başkanın yönetim tarzı başta olmak üzere çizelgede sıralanan diğer vasıfları genel anlamda vatandaşlar tarafından beğenilmemekte ve memnuniyet düzeyi de düşüktür. Ancak bazı kişisel ve yönetsel özellikleri vatandaşlar tarafından kısmen kabul görmektedir. Vatandaşlara göre Akşehir belediye başkanı kısmen;

- ✓ Güler yüzlü/sevecen bir kişidir,
- ✓ Dürüst/güvenilir bir kişiliğe sahiptir,
- ✓ Rüşvet ve yolsuzlukları engelleyen bir yönetim anlayışına sahiptir,
- ✓ Akşehir'in tarihi ve kültürel değerlerini korumaktadır,
- ✓ Demokratik ve katılımcı bir yönetim anlayışına sahiptir.

Diğer taraftan başkanın bazı özellikleri de yine halk tarafından kabul edilmektedir. Bu özellikleri ise şu şekilde sıralanabilir:

- ✓ Belediye başkanının tavırları emredici değildir.
- ✓ Belediye başkanı vatandaşlara karşı mesafeli, kaba ve katı değildir
- ✓ Belediye başkanı 'şehrin amiri' havasında bir yönetim tarzı sergilememektedir.
- ✓ Belediye başkanı baskıcı ve tehditkâr bir yönetici değildir.

Çizelge 8. Başkana Bağlılık ve Tavsiye Etme

İfade / Katılma	Kesimlikle katılmıyorum	Katılmıyorum	Kesimlen katılmıyorum	Katılıyorum	Kesimlikle katılıyorum
Belediye başkanımızı çevremdekilere tavsiye ederim	31.6	15	31	13.4	9.1
Başkalarını belediye başkanına oy vermeleri için ikna etmeye çalışırım	35.3	23.4	23.4	11.4	6.5
Belediye başkanının hizmetlerini her yerde överim	35.1	20.7	27.1	8.5	8.5
Tekrar seçim yapılırsa başkanı tercih ederim	39.9	20.7	22.3	8.1	9.0
Başka partiden aday olsa bile başkanı yine desteklerim	41.4	24.7	18.3	8.1	7.5
Başkan bağımsız aday olsa bile yine desteklerim	42.8	23.0	19.3	8.0	7.0
Başkanın projeleri, hizmetleri ne olursa olsun başkanı her zaman tercih ederim	42.2	22.5	21.4	5.9	8.0
Daha iyi hizmet verecek bir aday çıksa bile yine de başkanı tercih ederim	46.0	24.6	16.0	8.6	4.8

Başkana ve onun temsil ettiği siyasi partiye koşulsuz bağlılık, seçmenlerin davranışlarını olumlu yönde etkilemektedir. Bir anlamda her yapılanı övme takdir etme ve memnun kalma söz konusu olmaktadır. Bu kapsamda bir ölçüm yapmak üzere katılımcıların başkana bağlılık ve onu diğer insanlara tavsiye etme durumuna ilişkin bir dizi soru yöneltilmiş, elde edilen veriler çizelgede düzenlenmiştir. Başkana bağlılık, başkanı övme ve tercih etme düzeyi oldukça düşüktür. Özetlemek gerekirse örneklem kapsamına alınan vatandaşlar;

- ✓ Başkanı çevresine tavsiye etmemektedir,
- ✓ Başkana oy vermesi için başlarını ika etme çabaları yoktur,

- ✓ Başkanın hizmetleri hiçbir yerde övülmemektedir,
- ✓ Yeni bir seçimde başkanı tercih etmeyeceklerini beyan etmektedirler,
- ✓ Başka bir partiden de aday olsa başkanı desteklemeyeceklerini belirtmektedirler,
- ✓ Başkan bağımsız aday olsa desteklenmemektedir,
- ✓ Her koşulda başkanı destekleyenlerin oranı oldukça düşüktür,

Çizelge 9. Başkan, Belediye Hizmetleri ve Belediye Çalışanlarından Memnuniyet

İfade / Katılma	Hiç memnun değilim	Memnun değilim	Kısmen memnunun	Memnunun	Kesinlikle memnunun
Büyükşehir belediyesinin hizmetlerinden ne kadar memnunsunuz?	15.2	16.2	42.9	19.9	5.8
Akşehir belediyesi hizmetlerinden ne kadar memnunsunuz?	17.8	19.9	40.3	18.3	3.7
Akşehir belediye çalışanlarının tutum ve davranışlarından ne kadar memnunsunuz?	15.9	19.0	40.7	19.6	4.8
Akşehir belediye başkanının yönetim tarzından ne kadar memnunsunuz?	23.4	17.2	36.4	18.8	4.2
Büyükşehir belediye başkanının yönetim tarzından ne kadar memnunsunuz?	21.3	12.9	30.0	28.1	7.7

Başkan, yerel hizmet ve belediye çalışanı açısından genel bir memnuniyet değerlendirmesi yapmak için yöneltilen sorulara verilen cevaplar çizelgede düzenlenmiştir. Ayrıca büyükşehir belediyesine de hizmet talebi anlamında yolu düşenler de dikkate alındığından, büyükşehir ile ilgili sorularda burada yer almaktadır. Çizelgedeki bulgular özetlenecek olursa, vatandaşlar;

- ✓ Akşehir belediye hizmetlerinden memnun değiller,
- ✓ Akşehir belediye başkanının yönetim tarzından memnun değiller,
- ✓ Çalışanların tutum ve davranışlarından memnun değiller,
- ✓ Büyükşehir belediyesi hizmetlerinden de memnun değiller,
- ✓ Büyükşehir belediye başkanının yönetim tarzından da memnun değiller.

Çizelge 10. Başkanın Yönetim Tarzı ve Hizmet Memnuniyeti

İfade / Katılma	Kesinlikle katılmıyorum	Katılmıyorum	Kısmen katılmıyorum	Katılıyorum	Kesinlikle katılıyorum
Akşehir belediyesinden aldığım hizmetlerin hızı ve kalitesi değil, beni daha çok başkanın bizimle olan etkileşimi ve yönetim tarzı mutlu eder	14.0	20.7	26.4	16.6	22.3
Akşehir belediye başkanının yönetim tarzından memnun isem, verilen hizmetlerden de memnun olurum	19.2	15.5	31.6	16.1	17.6

Başkanın yönetim tarzı, belediyeden aldığım hizmetlere ilişkin memnuniyetimi kesinlikle etkiler	13.0	10.4	34.2	18.7	23.8
Beni Akşehir belediye Başkanının yönetim tarzı değil, verilen hizmetin kalitesi memnun eder	14.4	11.9	26.3	18.0	29.4

Başkanın yönetim tarzı ve vatandaşların hizmet memnuniyeti üzerindeki belirleyiciliği bu çalışmanın odak noktasıdır. Bazı spesifik sorularla frekans dağılımı üzerinden bu ilişki ölçülmeye çalışılmıştır. Bu bağlamdaki sorular ve veriler çizelgede düzenlenmiştir. Buna göre;

- ✓ Hizmetin kalitesi değil, başkanın yönetim tarzı mutlu eder diyenlerin oranı %39,
- ✓ Yönetim tarzından memnun isem hizmetten de memnun olurum diyenlerin oranı %34,
- ✓ Başkanın yönetim tarzı hizmete ilişkin memnuniyetimi etkiler diyenlerin oranı %43,
- ✓ Yönetim tarzı değil verilen hizmet beni memnun eden diyenlerin oranı ise %47'dir.

Bu bulgular ve daha önce yapılmış çalışmalar dikkate alındığında başkanın yönetim tarzının hizmet memnuniyetini üzerindeki belirleyici rolü azımsanamayacak derecede önemlidir. Ancak tek başına yeterli bir faktör değildir. Vatandaşların beklentileri, siyasi görüşleri, çalışanların tutum ve davranışları, belediye başkanının vatandaşlara yaklaşımı, yerel hizmet talebi esnasında çalışanların ve başkanın vatandaşlara eşit ve objektif yaklaşım yaklaşmadığı gibi birçok faktör, yerel hizmet kalitesi ve memnuniyetine yönelik algıyı olumlu ya da olumsuz şekilde etkileyebilmektedir. Ayrıca seçmenin başkana bağlılık düzeyi, başkanın bilgi ve liyakati gibi konularda hizmet memnuniyetini belirleyici etmenler arasında yer almaktadır.

Bu çalışmada başkana bağlılık düzeyi, başkanın kişiliği, belediye başkanlığı konusundaki liyakati, vatandaşlarla olan ilişkisi, belediye çalışanları üzerindeki nüfuzu gibi birçok faktör düşük düzeyde çıkmıştır. Genel anlamda hizmet memnuniyeti de düşük seviyededir. Bu bağlamda başkana bağlılık, yönetim tarzı, başkanın kişiliği, imajı ve halkla olan bağı noktasında hizmet memnuniyeti arasında doğrudan bir ilişkinin varlığını ortaya koymaktadır. Ancak yerel hizmet memnuniyeti ya da kalitesini belirleyen yegâne faktör daha önce de ifade edildiği gibi başkanın yönetim tarzı değildir. Bu faktörlerden sadece bir tanesidir.

5. SONUÇLAR VE DEĞERLENDİRME

Belediye başkanlarının yönetim tarzı ve hizmet memnuniyetini inceleyen bu çalışmada önemli husus, belediye başkanının imajı stratejik bir çalışma alanı olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu nedenle belediye başkanının, sunulmakta olan hizmet kalitesine olumlu etkide bulunacak bir yapıya kavuşturulması gerekmektedir. Bu amaçla belediye başkanlarının iletişim kalitesi başta olmak üzere bireysel gelişim ve imaj geliştirme konularında eğitim almaları yararlı olacaktır. Bu gelişim sunulmakta olan belediye hizmetlerinin başkanla özdeşleştirilmesi nedeni ile hizmet kalitesinin de olumlu algılanmasına fayda sağlayacaktır.

Belediye itibarına yönelik olarak başkan adaylarının seçildiği takdirde seçim döneminde vatandaşlara ve şehre yönelik verdiği vaatlerin yerine getirilmesi önemlidir. Bu vaatleri yerine getirebilmenin en kolay yolu da kaynaklar çerçevesinde stratejik planını şekillendirirken vaatlerini proje haline getirmek ve uygulamasını bir takvime bağlaması olacaktır. Aksi durumda başkanın tutarlılığı ve dürüstlüğüne yönelik algıların negatif yönlü olacağı bilinmektedir.

Akşehir belediye başkanının yönetim tarzı ve hizmet memnuniyeti arasındaki bağı ölçmeye çalışan bu çalışma bağlamında vatandaşlar başkanın belediye iyi yönetemediğini düşünmektedirler. Genel olarak bakıldığında Akşehir belediyesi tarafından sunulan hizmetlerden vatandaşların memnun olmadığı görülmektedir. Başkanın yönetim tarzı bağlamında başkanın belediye başkanlığı için gerekli bilgi ve donanımı başta olmak üzere, fiziki görünümü, imajı, hitabeti, Akşehir'in sorunlarına hâkimiyeti, vatandaşla olan ilişkileri, yönetim tarzı vb içeren çok sayıda soru vatandaşa sorularak, bunlara ne düzeyde katıldıkları öğrenilmeye çalışılmıştır. Vatandaşlara göre Akşehir belediye başkanı kısmen;

- ✓ Güler yüzlü/sevecen bir kişidir,
- ✓ Dürüst/güvenilir bir kişiliğe sahiptir,
- ✓ Rüşvet ve yolsuzlukları engelleyen bir yönetim anlayışına sahiptir,
- ✓ Akşehir'in tarihi ve kültürel değerlerini korumaktadır,
- ✓ Demokratik ve katılımcı bir yönetim anlayışına sahiptir.

Diğer taraftan başkanın bazı özellikleri de yine halk tarafından kabul edilmektedir. Bu özellikleri ise şu şekilde sıralanabilir:

- ✓ Belediye başkanımızın tavırları emredici değildir,
- ✓ Belediye başkanı vatandaşlara karşı mesafeli, kaba ve katı değildir,
- ✓ Belediye başkanı 'şehrin amiri' havasında bir yönetim tarzı sergilememektedir,
- ✓ Belediye başkanı baskıcı ve tehditkâr bir yönetici değildir.

Başkana bağlılık, başkanı övme ve tercih etme düzeyi oldukça düşüktür. Vatandaşlar Başkanı çevresine tavsiye etmemekte olup, başkana oy vermesi için başlarını ika etme çabaları yoktur. Başkanın hizmetleri hiçbir yerde övülmemekte, tekrar seçim yapılırsa vatandaşlar başkanı tercih etmeyeceklerini beyan etmekte, başka bir partiden de aday olsa başkanı desteklemeyeceklerini belirtmekte, başkan bağımsız aday bile olsa desteklenmemektedir. Bu bağlamda, hemen her yönden başkanı destekleyenlerin oranı oldukça düşük seviyededir.

Bu çalışmada başkana bağlılık düzeyi, başkanın kişiliği, belediyeçilik konusundaki liyakati, vatandaşlarla olan ilişkisi, belediye çalışanları üzerindeki nüfuzu gibi birçok faktör, düşük düzeyde çıkmıştır. Genel anlamda hizmet memnuniyeti de düşük seviyededir. Bu bağlamda

başkana bağlılık, yönetim tarzı, başkanın kişiliği, imajı ve halkla olan bağı noktasında hizmet memnuniyeti arasında doğrudan bir ilişkinin varlığını ortaya koymaktadır. Ancak yerel hizmet memnuniyeti ya da kalitesini belirleyen yegâne faktör daha önce de ifade edildiği gibi başkanın yönetim tarzı değildir. Bu faktörlerden sadece bir tanesidir.

Belediye başkanının yönetim tarzını yeterli düzeyde bulanların hizmet memnuniyet düzeyleri yüksek iken; başkanın yönetim tarzını beğenmeyenlerin yerel hizmet memnuniyetleri düşük seviyededir. Bu bağlamda başkanın yönetiminden memnun olanların yerel hizmet memnuniyeti de yüksektir. Ancak hizmet memnuniyetini sadece bir faktör açısından yani belediye başkanına yönelik algı ile açıklamak sağlıklı sonuç vermemektedir. Ancak belediye başkanı algısı ve yönetim tarzı yerel hizmet kalitesi ve memnuniyetini etkileyen faktörler içerisinde en önemlilerinden birisidir

KAYNAKÇA

Adaman F. ve Çarkoğlu A., *Türkiye’de Yerel ve Merkezi Yönetimlerde Hizmetlerden Tatmin Patronaj İlişkileri ve Reform*, TESEV Yayınları, İstanbul, 2000.

Dubrin, A. J., *Fundamentals of Organizational Behavior (3. Baskı)*, South-Western College Publications, California, 2004.

Ertekin, Ö. ve Erkut G., *Yerel Yönetimler İçin Karar Sürecinde Şehirselsel Performans Değerlendirmesi*, İTÜ Dergisi, 2, 1, 69–76. 2003.

<http://www.eylem.com/lider/wlidernit.htm>. (Erişim tarihi: 20. 03. 2020)

Gözlükaya, T., *Yerel Yönetimler ve Stratejik Planlama: Modeller ve Uygulama Örnekleri*, Yayınlanmış Yüksek Lisans Tezi, Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Kamu Yönetimi Anabilim Dalı, Denizli, 2007

Kurgun, A., Özdemir, A., Kurgun, H. ve Bakıcı, Z., *Belediyelerde Hizmet Yeterliliğinin ve Hizmet Kalitesinin Artırılmasını Etkileyen Faktörlerin Analizi: İzmir Karşıyaka Belediyesi’nde Uygulama*, Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 10, 2, 29-54, 2008.

McNeil, M.; Herzog, A. ve Cosic, S., *Citizen Review of Service Delivery and Local Governance in Bosnia and Herzegovina*, World Bank Governance Working Paper Series, Dünya Bankası, Washington, 2009

Negiz, N., *İki Farklı Dönem İki Farklı Yönetim: Kentsel Hizmetler Düzleminde Kullanıcı Memnuniyeti: 2004 ve 2009 Yılları Isparta Belediyesi Örneği*. Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 27, 171-183, 2012.

- Negiz, N., ve Akyıldız, F., Yerel Seçimlerde Seçmenin Tercihi Üzerine Aday İmajının Etkisi, Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi. 1, 15, 171-199, 2012.
- Nigro, H. O., Citizens Satisfaction with Local Governments in Argentine: Key Predictors, Journal of Public Administration and Governance, 2, 1, 35-56, 2012.
- Oktar, S., Bir Liderin Özellikleri, Yeni Türkiye Dergisi, 9, Mayıs-Haziran, 1996.
- Şahin A. ve Temizel, H., Bilgi Toplumunun Örgütsel ve Yönetimsel Yapılar Üzerine Etkileri Bağlamında Türk Kamu Yönetiminde Liderlik Anlayışı: Bir Anket Çalışması, Maliye Dergisi, 153, 179-194, 2007.
- Şahin, A., *The Effect of Citizens' Perception of Municipal Administration over Local Service Satisfaction: Case of Konya Metropolitan Municipality*, 2nd Mediterranean International Congress on Social Sciences (MECAS II), Ohrid - Makedonya, 2017.
- Şahin, A., ve Örselli, E., *Institutional Change, E-Government and E-Municipality: The Case of Konya*, Tenth International Conference on Current Issues of Sustainable Development-Governance and Institutional Change, Abstract Book, 18-20 April, Opole, Polonya, 2010.
- Şahin, A., Bayrakçı E. ve Şahin, K., Belediyelerde Hizmet Kalitesi ve Vatandaş Memnuniyeti ve Karatay Belediyesi'nde Bir Uygulama, S.Ü. Akşehir Meslek Yüksek Okulu Sosyal Bilimler Dergisi, 1, 2, 67-76, 2011.
- Şahin, A., Erkiş, İ. U. ve Demirhan, N., *Belediye Başkanlarının Yönetim Tarzının Vatandaşların Belediye Hizmetlerinden Duyduğu Memnuniyete Etkisi: Konya İli Örneği*, Kaysem 8, Kuramdan Uygulamaya Yerel Yönetimler ve Kentsel Politikalar Kongresi, Bildiri Kitabı, 11-12 Mayıs, Hatay, 2013
- Yalçındağ, S., *Belediyelerimiz ve Halkla İlişkileri*, TODAİE Yayınları, Ankara, 1996.
- Yıldız, N., Yeni Zamanlar ve Yeni Liderlik Anlayışı, Ankara Avrupa Çalışmaları Dergisi, 11, 1, 119-134, 2012.

KAMU YÖNETİMİNDE ETİK DIŞI DAVRANIŞLAR VE ETİK DENETİMİ UNSURLARI

YL Öğr. Kevser AKGÜL¹, Dr. Öğr. Üyesi Çetin KAPLAN²

¹Tokat GaziosmanpaŐa Üniversitesi, Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, 0000-0002-2949-6084

²Tokat GaziosmanpaŐa Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, 0000-0001-7247-8861

ÖZET

Hesap verebilir bir yönetim anlayışının bir zorunluluk haline geldiği günümüz dünyasında, kamu yönetiminin kontrol mekanizmalarında etik denetim unsurları yöneticilerin ve akademisyenlerin fazlaca dikkatini çeken bir konudur.

Kamu faaliyet ve hizmetlerinin vatandaş nezdinde kabul görmesinin en önemli unsurlarından biri, etik davranış ilkelerini dikkate alan bir kamu personelidir. Kamu yönetiminde etik dışı davranışlar, kamu görevini yürüten kişilerin sahip olduğu konumu istismar ederek etik kuralları uygulamaktan kaçınmalarıdır. Bu davranışların tespiti ve mücadelesi için etik denetim çok gerekli ve önemlidir.

Kamu yönetiminin en önemli amacı kamu hizmeti sunmaktır. Kamu hizmeti, kişisel çıkarlardan ziyade kamu yararının sağlanmasını amaçlar. Kamu hizmetini uygulayan kamu görevlileri; her bir vatandaş için mesleki, ahlaki, finansal, toplumsal ve hukuksal birtakım mesuliyetleri olan kişilerdir. Kamu yöneticilerine atfedilen bu sorumluluklar etik konusunu gündeme getirmektedir. Etik iyi olanı rehber alan ahlaki bir tercihtir. Tarihten günümüze, -Yunan medeniyetlerinden başlayarak zamane devletleri de dâhil olmak üzere- kamu yönetimi disiplini içerisinde etik ve etik dışı davranışlar her zaman ciddiyle tartışılmıştır.

Ahlaki ve hukuki yönden değerlendirildiğinde etik dışı davranış sergileyen yöneticiler, verdikleri sözler ve ettikleri yeminleri yerine getirmeyen kişi konumundadırlar. Bu kişiler; kamu yararını gerçekleştirmek için çıktıkları yolda etik değerleri ihlal ettikleri için hem halk hem devlet gözünde güvenilirliklerini kaybederler. Bu yönetici ve personelin açığa çıkması için denetimin sağlanarak yaptırımlar uygulanması, kamu yönetiminin halk gözündeki imajı açısından da dikkate alınması gereken bir konudur.

Bu çalışma kamu yönetiminde etik kavramının gelişim ve uygulanmasına değinmektedir. Özellikle 1970’li yıllardan sonra yükselişe geçen etik dışı davranışlar, bunların denetimi ve denetim unsurları da irdelenmeye çalışılmıştır. Kamu yönetimi etiğine aykırı davranışları sıralayan ve bunlarla mücadele kapsamında yapılan düzenlemelerin de ele alındığı çalışma, etik dışı davranışlara karşı gerek Türk kamu yönetimi gerekse İngiltere ve Amerika gibi ülkelerin denetim unsurlarına da değinmektedir.

Anahtar Kelimeler: Etik, Kamu Yönetiminde Etik, Etik Dışı Davranış, Etik Denetimi, Etik Denetim Unsurları.

ABSTRACT

In today's world where an accountable management approach has become a necessity, ethical control elements in the control mechanisms of public administration are a subject that attracts the attention of administrators and academicians.

One of the most important elements for public activities and services to be accepted by the citizens is a public personnel who takes into account the principles of ethical behavior. Unethical behaviors in public administration are the misuse of the position of those who carry out public office and avoid applying ethical rules. Ethical supervision is very necessary and important for the detection and struggle of these behaviors.

The most important purpose of public administration is to provide public service. The public service aims at achieving the public interest rather than self-interest. Public officials implementing the public service; They are people who have certain professional, moral, financial, social and legal responsibilities for each citizen. These responsibilities attributed to public administrators raise the issue of ethics. Ethics is a moral choice guided by what is good. Unethical and unethical behaviors within the discipline of public administration have always been seriously discussed, starting from the Greek civilizations and including their states.

When evaluated from a moral and legal perspective, managers who act unethically are in the position of people who do not fulfill their promises and oaths. Those people; They lose their credibility in the eyes of both the public and the state because they violate ethical values on their way to realize the public good. Ensuring that these managers and personnel are exposed and applying sanctions is an issue that should also be taken into account in terms of the public's image in the eyes of the public.

This study deals with the development and application of the concept of ethics in public administration. Especially after the 1970s, unethical behaviors, their control and control elements, have been tried to be examined. The study, which lists behaviors against public administration ethics and discusses the regulations made within the scope of combating them, also touches on the control elements of both Turkish public administration and countries such as England and America against unethical behavior.

Keywords: Ethics, Ethics in Public Administration, Unethical Behavior, Ethical Audit, Ethical Audit Elements.

GİRİŞ

Klasik yönetim anlayışının yoğun eleştiriler alması akabinde yeni bir yönetim anlayışının benimsenmesi, yönetsel yapıların çağa ayak uydurabilmesi bağlamında önemli bir konu olmuştur. Modern yönetim sistemlerinin doğuşu ile devletler, pek çok alanda olduğu gibi kamu yönetiminin somut göstergesi olan yürütme erkinde de -merkezden taşraya kadar her bir birim

içerisinde- ciddi reformlar yapma yoluna gitmiştir. Devletin mesuliyetinde bulunan bütün bu hizmetler, özel yönetimlerden farklı olarak kamu yararını öncelemek zorundadır. Kamu yararını esas alan kamu yönetimi, kişisel çıkarlardan ziyade toplumun lehine olan, çoğunluğa fayda sağlayacak kararlar alıp uygulamakla yükümlüdür.

Kamu hizmetlerini merkezden aldıkları yetki ile halka sunan araçlar, kamu personelleridir. Kamu çalışanları, görevlerini ifa ederken birtakım sorumlulukları da yerine getirmekle yükümlüdür. Yürütmüş oldukları göreve, devlete ve vatandaşa karşı olan sorumlulukları, kamu çalışanlarının başlıca sorumluluklarıdır. Kamu görevlilerinden beklenen belirlenen ilke ve kurallara uyarak bu sorumluluklarını yerine getirmeleridir. Bu sorumluluk bilinci, etik davranışları da beraberinde getirmelidir. Toplumun kültüründen, ahlaki değerlerinden uzak olan, iyilik ve doğrulukla bağdaşmayan davranışların yönetime yansıtılması etik dışı davranış kapsamında ele alınır. Yapılan bu etik dışı davranışlar kamu personelinin yanı sıra devletin ve kamu yönetiminin güvenilirliğini zedeleyen ve sorgulanır olmasına yol açan eylemlerdir. Etik dışı davranmak bir tercihtir. Devletler kamu personellerinin bu tercihlerinin önüne geçebilmek amacı ile etik davranış kodları adı altında etik ilke ve kuralları yazılı hale getirmekte ve bu kurallara uymayan görevlilerin ceza ve yaptırımlarla karşılaşmalarını sağlama yoluna gitmektedir. Bu düzenlemelere de genel manada etik denetim unsurları adı verilmektedir.

1.KAMU YÖNETİMİNDE ETİK

Etik düşüncelerin ortaya çıkışı M.Ö 560'lı yıllara dayandırılmaktadır. Yunan dilinde “etos” kelimesinden kaynağını alan etik, felsefenin ahlaki ilkeleri inceleyen koludur. İnsanın, yaşama dair tercihlerinde yapması ve yapmaması gereken eylemleri önceden kestirebilme yetisini ahlaki boyutta aşıl原因an değer dizileridir. Etik, felsefi bir kavram olmasının yanında diğer alanlara doğru genişleyerek farklı dallarda da kendini hissettirmiştir (Kaplan, 2009: 3). Kamu yönetimi de bu alanların başında gelmiştir. Atina kent devletinde halka hizmet etmek için görevlendirilen kişilerin görevlerini erdemli olarak ve ahlak çerçevesinde yürüteceklerine dair incelemeye tabi tutulmaları ve meslekten ayrılırken de harcamalarının kontrol edilmesi kamu yönetiminde etiğin ilk uygulamaları arasında gösterilebilmektedir (Ergin, 2010: 76).

1970'li yıllarda artan etik dışı davranışların önüne geçebilmek amacıyla siyasi, akademik ve toplumsal birtakım çalışmalar hız kazanmıştır. Bu çalışmaların yapılması etiğin bir problematik haline geldiğinin açık bir göstergesidir. Klasik yönetim anlayışının yitirilip, küreselleşmenin de etkisiyle vatandaş odayına alan neo-liberal politikaların uygulanmaya başlanması; artık halkın da doğrudan devlete müdahale edebilmesine imkân tanımıştır. Halk; devlete, devletin kurumlarına ve bürokrasiye karşı daha çok hesap sorabilir hale gelmeye başlamıştır (Gökçe ve Örselli, 2011: 48). Bu da karşılıklı yükümlülük olarak -adeta bir sözleşme edasında- devlet ve vatandaş arasında yeni bir iletişim ve bağ kurmaktadır.

Kamu yönetimi, devletin halka yansıyan yüzüdür. Pek çok amaç ve hedefe sahip olan kamu yönetimin en önemli amaçlarından biri de kamu hizmeti sunmaktır. Kamu hizmeti sunulurken kamu yararının gözetilmesi muhakkaktır. Dolayısıyla kamu hizmetini yürütmekle mükellef olan karar verici sıfatları ile yönetici ve kamu personellerinden kamu yararını öncelik olarak gözetmeleri beklenmektedir. Devletlerin gelişmesi ve devlet erkânının davranışlarında demokrasi beklentilerinin giderek yükselmesi ile kamu hizmetini yürüten görevlilerden kendi

öz saygılarını korumanın yanında halka güven vererek işlerini yapmaları beklenir. İşte etik tam da bu noktada hem özel işletmeler hem de kamu yönetiminde ortaya çıkan yozlaşma, bozulma ve çıkarıcı davranışların sorgulanmasıyla gündemdeki yerini muhafaza etmektedir (Şahin, 2014:34).

Devletin ve vatandaşların karşılıklı olarak ödevleri, türlü demokratik mücadelelerle şeffaflaştıkça; vatandaş, kendi isteği doğrultusunda belirlediği yöneticilere karşı bir beklenti içerisine girmektedir. Devlete güven, hoşgörü, adalet, dürüstlük, eşitlik, liyakat, vatandaşlık haklarının korunması gibi pek çok ilke özellikle temsili demokrasilerde yöneticilerden beklenen davranışlar arasındadır. Bu ilke ve değerleri sahiplenen, karar verip uygulayan yapıya ise “etik yönetim” denir (Eryılmaz, 2012:405). Bu ilke ve değerlerin kamu yönetimine yansıtılması kamu yönetimi etiğidir. Yöneticilerden beklenen kendilerine verilen bu sorumluluklara karşı saygılı olmaları ve yaptıkları hareketlerin sonuçlarını üstlenmeleridir. Bu da ancak etik ilke ve kuralların belirlenip denetiminin yapılması ile mümkündür.

OECD’ye göre etik alt yapının yedi temel unsuru bulunmaktadır. Bunlar (Ömürgönülşen, 2016:5):

- Etkili yasal çerçeve,
- Siyasal kararlılık,
- Etkili hesap verebilme mekanizmaları,
- Uygulanabilir davranış kuralları,
- Mesleki sosyalleşme mekanizmaları,
- Kamu yönetiminde uygun çalışma koşulları,
- Etik konusunda eşgüdümü yerine getirecek bir kurumun hayata geçirilmesidir.

Bu maddelere göre etik unsurlar yasalarla düzenlenmeli ve sınırları belirlenmelidir. Karar mekanizmalarının bu unsurlar hakkında fikir birliği ile karar vermiş olmaları ve uygulamada açıklıkların bulunmaması önemlidir. Belirlenen kuralların uygulanabilir olması ve davranışları ile bu kuralları ihlal edenlerin yaptırıma tabii olması etik alt yapının tesisi için son derece önemlidir. Kamu görevlileri arasında iletişim ve temaslar artırılarak etik davranışların sosyal bir ortamda temsil edilmesi sağlanmalı ve çalışma ortamı buna hizmet edebilmelidir. Etik bir kültür oluşturulabilmesi için mesleki sosyalleşme yadsınamaz bir ihtiyaçtır. Son olarak da etik davranışların kurumsal bir alt yapıya sahip olması, bu kurumların hakemliğinde etik ilke ve değerlerin belirlenerek gözetilip korunması etik bir yönetimin tesisinde çok gereklidir.

Etik olgusunun kamu yönetiminde yerleşebilmesi için bir hiyerarşiye sahip olduğu ve bu hiyerarşinin dört temel basamaktan oluştuğu ifade edilebilir. Bunlardan ilki kişisel ahlakıdır. Doğrudan kamu görevlisinin çekirdek yaşantısıyla ilgilidir. Aile yaşantısı, eğitim hayatı, kişisel gelişim düzeyi, değer yargıları, ideolojileri bu kapsamda değerlendirilmektedir. Bir diğer nokta mesleki etik davranışı olup, görevini icra eden kamu görevlisinin görevinin gereklerini yerine getirmesi ve iş ahlakıyla ilgili davranışlarının bütünü tanımlamaktadır. Kamu görevlisinin örgüt içerisindeki davranışlarının işe uygun olarak yerine getirmesi üçüncü basamağı oluşturur. Personel içinde bulunduğu örgütün normları ve amaçları çerçevesinde hareket etmekle mükelleftir. Dördüncü ve en kapsamlı nokta ise kamu çalışanının hem halkı hem de toplumun genelini çıkarlarına uygun biçimde davranışlar sergilemesini gerekli kılacak toplumsal etikdir (Özdemir, 2008:183). Bu şekilde adım adım uygulanan, kişiden başlayarak kuruma ve topluma

yayılan bir etik anlayışı, kamu yönetimi etiğinin sağlam temellere oturtulması ve benimsenmesinin teminatıdır.

Gerek kamu yöneticilerinin gerekse kamu personelinin görevlerini yerine getirirken etik unsurları göz ardı etmeleri, amaçlarından sapmaları, kaidelere uymamaları ve toplum çıkarlarını gözetmemeleri etik dışı davranışlara zemin oluşturmaktadır.

2.KAMU YÖNETİMİNDE ETİK DIŞI DAVRANIŞLAR

İnsan doğası gereği hata yapma eğilimindedir. Karar verici ve uygulayıcıların yer aldığı ve kamu gücünü elinde bulunduran kamu yönetimi de bu hata yapma eğiliminin var olduğu bir alandır. Kamu yönetimi etiğinin ihlal edilmesi de beşeri eksik ve noksanlıkların bir sonucudur. Etik yapıda var olabilecek ihlallerin giderilebilmesi için etik kuralların tanımlanarak sıkı bir şekilde denetlenmesi ve anında tespit edilmeye çalışılması gerekmektedir. Bir doktor-hasta ilişkisinde olduğu gibi önce tanı konulmalı, sonrasında ise tedaviye başlanmalıdır.

Günümüzde bütün kamu yönetimlerinde etik sorunlarla karşılaşmaktadır. Oluşan bu sorunlar vatandaşın devletine karşı güvenini sarsmakta ve kamu kurumlarının varlığının sorgulamasına zemin hazırlamaktadır. Ayrıca yozlaşmış uygulamalar kamu yönetimlerinin önemli düzeylerde itibar zafiyetine neden olmakta; vatandaşlar nezdinde kamu yönetimlerinin güvenilirliği ve imajı etik davranış davranmamalarıyla bağlantılı olarak algılanmaktadır (Gökçe ve Örselli, 2011:48). Böylelikle etik dışı davranışların kamu görevlileri ve sosyal tabanda anlamlandırılabilmesi gerekmektedir. Yusuf Has Hacı, Kutadgu Bilig eserinde bir idarecinin sahip olması gereken etik niteliklerinden bahsederken aşağıdaki sıralamayı yapmıştır (Yılmaz, 2005: 44):

- Yalansız ve sözünün eri olmak,
- İyi bir karakteristik özelliğe sahip olmak,
- Cesur olmak,
- Haya ve takva sahibi olmak,
- Herkese karşı adaletli olmak,
- Sabır ve sükûnetli olmak,
- Mütevazı olmak,
- İlmli olmak,
- Kötü alışkanlıklar sahibi olmamak,
- Cömert olmak,
- Kanunları doğru bir şekilde koyarak halkın refah düzeyini yükseltmek,
- Zulmetmemek,
- Hizmette bulunanları ödüllendirmektir.

Kamu görevlilerinin bu davranışlardan ayrılarak hareket etmeleri etik davranıştan uzaklaşarak etik dışı bir tavır sergilemelerine neden olmaktadır.

Kamu yönetim etiği, “bürokratik” ve “demokratik” olarak ayrılmış ve birbiriyle tamamen iç içe geçmiştir. Bürokratik etik etkinlik, etkililik ve profesyonellikle bağlantılıken; demokratik etik, vatandaşlık, kamu yararı, adalet, güven, duyarlılık, açıklık ve hesap verebilirlik gibi değerleri barındırmaktadır. Kamu hizmeti etiği, hem teknik ve normatif yürütme değerlerini, hem de

ahlaki ve siyasi değerleri içermektedir. Aslında, tüm bu değerler, kamu personelleri için uygulanması gereken kurallarının temel unsurlarını yansıtmaktadır (Karasu,2001:244-245). Kurallardaki sapmaların önüne geçilmesi için belli kural ve yaptırımların olması gerekmektedir. Devleti bir bütün olarak gördüğümüzde, en küçük birimde meydana gelebilecek bir hasar geneli etkileyecektir. Böylesi bir durum ancak amaçlarını bilen, görev farkındalığı edinmiş, kamu yararını bütün yararların üstünde tutan kamu personellerinin varlığıyla aşılacaktır. Bu bağlamda, kamu hizmeti etiğinde “etik yönetim”, “kamu görevlilerinin kamu hizmetini yürütürken tarafsız, objektif ve dürüstlkle davranmaları ve devlet makamını menfi, maddi veya siyasi kar için kullanmaktan sakınmaları” demektir (Kernaghan and Dwivedi, 1983:1).

Kamu görevlilerinin imza attığı büyük küçük bütün etik dışı faaliyetleri, devletin ve kurumların sorgulanmasına neden olmaktadır. Vatandaşların devlete olan güveninin yeniden kazanılması ve kamuda uygunsuz davranışların ortadan kaldırılması için, kamu yönetiminde uluslararası normlara ve çağdaş değerlere uygun, uygulanabilir etik bir altyapının kurulması önemli bir araçtır. Kamu yönetiminde sergilenen etik dışı faaliyetler en başta ve doğrudan ülkenin gelişmesi ve ilerlemesini olumsuz etkilemektedir. Etik dışı faaliyetlerin hakim olduğu bir yönetim, ilerlemenin önündeki en büyük engeldir. Bu durum kamu çalışanlarının moral ve iş yapma isteklerini olumsuz etkileyerek kamu yararının aksamasına neden olur (Yüksel, 2006: 186-187).

Gelinen noktada bir kamu görevlisinin, vatandaşın gözünde devleti simgeleyen bir kişi olduğunu bilmesi icap etmektedir. Verilen görevleri yerine getirirken kendisinin de bir vatandaş olduğunu aklından çıkarmamalıdır. Yürütme fonksiyonu esnasında gerek karar vericilerin gerekse çalışanların, karşı karşıya kalacağı çeşitli durumlarda profesyonelce bir tavır sergilemeyi kendisine ilke edinmiş, bunun eğitimini almış, psikolojik testler ve yeterlilik sınavlarıyla göreve gelmiş olmaları yararlı olabilmektedir. Bowman bu konuyla ilgili olarak “Kamu çalışanlarının verecek birçok zor kararı vardır, etik olanlar çoğundan daha zordur.” diyerek kamu personel davranışlarının, üstlendikleri görevin ciddiyetinin etiğin merkezinde konumlandırılmaktadır (Bowman,1991:2). Çünkü yönetimler yozlaşmaya, önemsiz gibi görünen ancak bir domino etkisiyle büyük bir idari boşluk yaratabilecek etik dışı davranışların görülmesiyle başlarlar.

2.1.Etik Dışı Davranış Türleri

Yönetimsel kararların alınıp, kamusal işlemlerin uygulanması ve sonuçlanması esnasında kamu personellerinin hizmet sundukları kişilere karşı tutumlarının; kişisel, maddi ve manevi özelliklerinden kaynaklı olarak eşitliğe aykırı olmasını etik dışı davranış olarak tanımlayabiliriz. Etik dışı davranışlar karar vericilerden kaynaklanabileceği gibi personelin kendisinden de kaynaklanabilmektedir. İdari yapı içerisindeki bozulma çeşitleri; siyasal yozlaşma, yönetimsel yozlaşma, yargısal yozlaşma ve toplumsal yozlaşma biçiminde kavramlaştırılmaktadır (Eryılmaz, 2008:1). T.C. Millî Eğitim Bakanlığı tarafından yapılan meslek etiği eğitiminde, etik dışı davranış türleri şu şekilde sıralanmıştır (MEGEP, 2006: 31-33):

- Kayırma
- Ayrımcılık

- Rüşvet
- Yıldırma- Korkutma
- Sömürü (istismar)
- İhmal
- Bencillik
- Yolsuzluk
- Birilerine dalkavukluk etme, yaranma,
- Saldırganlık ve şiddet,
- Hakaret ve küfür
- Görev ve yetkinin kötüye kullanımı
- Dedikodu
- Zimmet
- Dogmatik davranış
- Yobazlık-bağnazlık

Bahsettiğimiz etik dışı davranışlar, az gelişmiş ya da demokрасisi zayıf kalan ülkelerde gelişmiş ülkelere kıyasla daha fazla görülmektedir. Yozlaşmanın bizim kültürümüzde en yaygın görülen şekli kamu personelinin hediye adı altında rüşvet alması ve hemşericilik, partililik, akrabalık gibi nedenlerle liyakati dikkate almayarak kayırma yapılmasıdır. Yaşanan bu yozlaşmanın en önemli sonucu devlete karşı güven duygusunun zedelenmesi ve vatandaşın siyaseti dışlayarak değersiz görmesi ve saygı duymamasıdır. Siyaseti dışlamanın bir sonucu olarak siyasal katılım azalmakta ve bu durum beraberinde hukuk devletinin zayıflaması, demokрасiden verim alınmaması, sosyal tabanda bozulmalar ve yönetimin etkinliğini kaybetmesi gibi siyasal kültürün sarsılmasına neden olmaktadır.

3.KAMU YÖNETİMİNDE ETİK DENETİMİ

İkinci Dünya Savaşı sonrası kamu yönetiminde yaşanan gelişmeler yönetsel alanda yeniden yapılanma ve reform ihtiyacını ortaya koymuş ve başta Avrupa olmak üzere bu dönüşüm ve değişim radikal bir şekilde uygulanarak yönetim gibi yeni yaklaşımlar ortaya çıkmıştır. Bu dönüşüm sırasında ve sonrasında yozlaşmaların arttığı tespit edilince kamu kurumlarının denetlenmesinin bir zorunluluk olduğu ortaya konulmuştur. Denetim; toplumsal, yönetsel, siyasal alanlarla birlikte pek çok alanı kapsayan geniş bir kavram olduğundan bir kavram karmaşasına neden olabilmektedir. Ancak en net tanımı ile denetim; bireyin, kurumun veya sürecin önceden belirlenmiş bulunan kural ve değerler itibariyle izlenmesi, ölçülmesi, kıyaslanması ve gözlenen birey, kurum ve süreçlerin tutarlılık, zıtlık veya eksiklik gösterip göstermediğinin sözlü veya yazılı olarak ortaya konulmasına yönelik bir çalışmadır (Falay,1997: 18; Güner,2014: 68).

Kamu yönetimimizde de önemli sorunlardan biri olarak görülen etik dışı davranışların en önemli nedenlerinden birinin bu davranışların açıkça belirtilmemiş ve denetime tabi tutulmamış olması görüldüğünden bu yönde çalışmalar başlatılmıştır. Bu bağlamda ülkemizde 25.05.2004 tarih ve 5176 sayılı “Kamu Görevlileri Etik Kurulu Kurulması Hakkındaki Kanun” ile etik tabanlı bir denetim sisteminin kapıları açılmıştır. Etik denetiminin bu kurul aracılığı ile yapılarak yönetsel etik ihlallerinin önüne geçilmek ve kontrol etmek amaçlanmıştır.

Denetim alanındaki bir diğer gelişme ise “Kamu Görevlileri Etik Davranış İlkeleri ile Başvuru Usul ve Esasları Hakkında Yönetmelik” olmuştur. Yönetmeliğin amacı birinci maddede; “kamuda etik kültürünü yerleştirmek, kamu görevlilerinin görevlerini yürütürken uymaları gereken etik davranış ilkelerini belirlemek, bu ilkelere uygun davranış göstermeleri açısından onlara yardımcı olmak ve görevlerin yerine getirilmesinde adalet, dürüstlük, saydamlık ve tarafsızlık ilkelerine zarar veren ve toplumda güvensizlik yaratan durumları ortadan kaldırmak suretiyle kamu yönetimine halkın güvenini artırmak, toplumu kamu görevlilerinden beklemeye hakkı olduğu davranışlar konusunda bilgilendirmek ve Kurula başvuru usul ve esaslarını düzenlemektedir” şeklinde belirtilmiştir (www.mevzuat.gov.tr, 2021).

Yine aynı kurulun 25785 sayılı yönetmeliğin ikinci bölümünde kamu görevlileri için kamu hizmet vazifesini icra ederken uymak durumunda olduğu etik kaidelere yer verilmiştir. Denetime tabii olacak personellerde hangi özelliklerin denetlenebileceği açıkça belirtilmiştir. Bunlar (www.mevzuat.gov.tr, 2021):

- Kamu hizmeti bilinci ile görevi yerine getirmek,
- Halka hizmet bilinci,
- Hizmet standartlarına uyma,
- Amaç ve misyona bağlılık,
- Dürüstlük ve tarafsızlık,
- Saygınlık ve güven,
- Nezaket ve saygı,
- Yetkili makamlara bildirim,
- Çıkar çatışmasından kaçınma,
- Çıkar sağlamak için görev ve yetkilerin kullanılmaması,
- Çıkar sağlama ve hediye kabul etme yasağı
- Kamu malları ve kaynaklarının kullanımı,
- Savurganlıktan kaçınma,
- Gerçek dışı beyan ve bağlayıcı açıklama yapma
- Bilgi verme, saydamlık ve katılımcılık,
- Yöneticilerin hesap verme sorumluluğu,
- Eski kamu görevlileriyle ilişkiler,
- Mal bildirimi yapma.

Kamu görevlileri etik kurulunun yukarıda sayılan maddelerle ilgili olarak personel davranışlarında herhangi bir çelişki saptaması halinde; olayla ilgili personelden belge isteme, araştırma başlatma, kişinin disiplin kuruluna sevk ve personel hakkında inceleme başlatma gibi yetkilerini de denetleme esnasında kullanabilmektedir.

4.KAMU YÖNETİMİNDE ETİK DENETİMİ UNSURLARI

Kamu yönetiminde etik denetimi yine aynı kamu yönetiminin içinde bulunan uygulayıcıları tarafından sağlanmaya çalışılmaktadır. Günümüzde tam olarak sistemleştirilememekle birlikte ülkelerin gelişmişlik düzeylerine göre de farklılıklar gösterebilmektedir. Ancak etik denetimi unsuru olarak nitelendirebileceğimiz bazı mekanizmalar saptanabilmektedir. Amaçları ortak

olan bu denetim unsurlarının etkililikleri halen tartışılmakta olmasına karşın yönetsel etiği destekleyici çalışmalar olmaları nedeniyle diğer devletlere de örnek teşkil etmektedir.

Bunlardan ilki Yüksek Denetim Kurumları tarafından yürütülmekte olan faaliyetlerdir. Amerika Birleşik Devletleri'nde etik denetiminden öncelikli sorumlu kuruluş 1978 yılında kurulan Hükümet Etik Ofisi (Office of Government Ethics-OGE)'dir. Etik ilke uygulamalarını maksimum seviyede tutabilmek ve denetimini sağlamak amacıyla hem yürütme erkinin etik programa ilişkin sorumluluklarını belirtmekte hem de uluslararası etik ve yolsuzluk faaliyetlerinin denetimine yardımcı olmakta ve iyi yönetim ilkelerinin kamu yönetiminde güçlendirilmesi ile ilgili faaliyetler yürütmektedir (Seçkiner,2012:63). Bu ofis etik denetim üzerine faaliyet göstererek, etik değerlerin dışına çıkılmasının önüne geçmeye çalışılmaktadır.

Bir diğer denetim unsuru ise ulus üstü denetimlerdir. AB Komisyonu ülke raporları bunun en açık örneklerindedir. Üye devletler için bağlayıcılığı olmasına karşın adaylık statüsü alan ya da Avrupa Birliği sınırları içinde bulunan ülkeler içinde etkin bir komisyondur. Örneğin 2020 Türkiye raporunda yolsuzluk konusu şu şekilde değerlendirilmiştir: “Türkiye hâlâ erken bir aşamadır ve rapor döneminde ilerleme kaydedilmemiştir. Ülkede yolsuzlukla mücadeleye ilişkin önleyici birimler hâlâ bulunmamaktadır. Yasal çerçeve ve kurumsal mimarideki eksiklikler, yolsuzluk davalarının soruşturma ve kovuşturma aşamalarında usule aykırı bir biçimde siyasi baskı kurulmasına imkân vermiştir. Kamu kurumlarının hesap verebilirliğinin ve şeffaflığının geliştirilmesi gerekmektedir. Yolsuzlukla mücadele stratejisinin ve eylem planının olmaması, yolsuzlukla kararlı bir biçimde mücadele edilmesine yönelik siyasi iradenin bulunmadığının göstergesidir. Genel olarak, yolsuzluk hâlâ yaygındır ve endişe kaynağı olmaya devam etmektedir” (AB Komisyonu, 2020:8).

Kamu yönetimi etik kurulları da etik denetimi unsurları arasında en yaygın olanlardır. Ülkemizde de bir örneği bulunan kurul yenileşme hareketleriyle birlikte başlayan dönüşümlerle oluşturulmuştur. 25 Ekim 1994 yılında İngiltere’de halihazırda Başbakanlık görevini yürüten John Major tarafından kurulan “Kamu Yaşamı Standartları Kurulu” (Comitte on Standards in Public Life), etik kurulun bir diğer örneğidir (Önen ve Yıldırım, 2014:120). Ülke içerisinde meydana gelen etik dışı davranışlar ve yönetim etiği ile ilgili hükümete tavsiyeler verme görevini üstlenmektedir. Aynı zamanda üst düzeyde etik standartları belirleyen özerk bir kamu kuruluşudur.

Kamuoyu ve medya denetimine en güzel örneklerden biri ise, İngiltere Ulusal Denetim Ofisi (National Audit Office/NAO)'dir. Yönetimin daha güvenilir ve şeffaf hale gelebilmesi, kamusal işlemlerde yozlaşmış uygulamaların halk tarafından tespit edilebilmesi amacıyla ihbar yöntemiyle bir uygulama başlatmıştır. Uygulama sayesinde uygunsuz davranışlar medya kanalları vasıtasıyla ortaya çıkarılmış ve raporlanmıştır (Uzun, 2018: 28).

Son olarak kurum içi denetleme unsurları ise; ilgili kamu kuruluşunun iç nizam ve denetimini etik boyutta takip etme, etik dışı davranışları tespit etme ve araştırmakla görevlidirler. İç denetim faaliyeti, aşağıdaki amaçların gerçekleştirilmesi için yönetim sürecini değerlendirmek ve onarılması amacıyla gerekli tavsiyelerde bulunmak zorundadır (www.icisleri.gov.tr., Erişim tarihi: 19.04.2021):

- Kurum içi etik değerlerin ve gerekli diğer değerlerin geliştirilmesi,

- Performans yönetiminin ve hesap verebilirliğin kurumda etkin olmasının sağlanması,
- Kurumun gerekli alanlarına risk ve kontrol bilgilerinin iletilmesi,
- Denetim kurumları arasında koordinasyonu ve gerekli bilgilerin iletimini sağlamak.

SONUÇ

İkinci Dünya Savaşı ve sonrasındaki olağanüstü dönem ve krizlerin de etkisiyle yönetim etiğinin değer kaybetmesi, yönetimde yozlaşmanın artması, kamu görevlilerinin etik ilkelere riayet etmemesi ciddi boyutlarda artış göstermiş ve halen de hızla artmaktadır. Yönetime olan güvenilirlik etik değerlerin suiistimali neticesinde ise azalma eğilimindedir. Bu da vatandaşın siyasi olan her şeyden uzaklaşması sonucunu doğurmakta ve demokrasi zedelenmektedir.

Kamu personelinin davranışlarında bozulma eğilimi sosyo-kültürel nedenlerden kaynaklı olabileceği gibi teknik-yönetimsel nedenlerden de kaynaklanabilmektedir. Sorunun temeli ne olursa olsun kamu hizmetlerinde eşitsizliğe neden olabilecek etik dışı davranışlar sergilenmektedir. Kamu yöneticilerinin karar alma ve yürütmenin uygulama sırasındaki uygunsuz tavırlarının varlığına karşı çeşitli önlemler alınmaktadır.

Etik davranış ile ilgili sorunların dünyanın birçok ülkesinde var olduğu ve ABD, İngiltere gibi gelişmiş ülkelerde de etik dışı davranışların önlenmesine yönelik çalışmalar yapıldığı görülmektedir. Etik dışı davranışların kontrol edilebilmesi amacıyla ulus üstü, ulusal ve kurum içi denetleme yöntemleri günümüzde kullanılan etik denetimi unsurları olarak kabul edilebilmektedir. Etkililikleri hala tartışma konusu olan bu denetim unsurlarının yasalarla desteklenerek kamu personellerinin daha itinalı davranmaları yolunda ışık tutulmalıdır. Aynı zamanda kurum içi etik eğitimleri de uygulanarak etik dışı faaliyetlerin önlenmesine yönelik çabalar süreklilik kazanmalıdır.

KAYNAKÇA

Avrupa Komisyonu, *AB Genişleme Politikasına İlişkin 2020 Bilgilendirmesi, 2020 Türkiye Raporu*, https://www.ab.gov.tr/siteimages/trkiye_raporustrateji_belgesi_2020/turkey_report_30.10.2020.pdf (Erişim tarihi: 20.04.2021)

Bowman, J. S. , “*Introduction: Ethical Theory and Practice in Public Management*,” in *Ethical Frontiers in Public Management: Seeking New Strategies for Resolving Ethical Dilemmas*, ed. James S. Bowman, San Francisco: Jossey-Bass. May, 1991.

Ergin, Yusuf G. (2010), *Antik Yunan Sosyal Tarihi*, Tarih Lisans Programı, İstanbul Üniversitesi Açık ve Uzaktan Eğitim Fakültesi. http://auzefkitap.istanbul.edu.tr/kitap/tarih_ao/aystarihi.pdf (Erişim tarihi: 19.04.2021)

Eryılmaz, B., *Etik Kültürünü Geliştirmek*, İçişleri Bakanlığı Etik Komisyonu, 2008, http://etik.gov.tr/wp-content/uploads/2019/03/bilaleryilmaz-etik_kulturu_gelistirmek.pdf, ss: 1-12. (Erişim tarihi: 20.04.2021)

Eryılmaz, B., *Kamu Yönetimi Düşünceler-Yapılar-Fonksiyonlar-Politikalar*, Ankara: Okutman Yayıncılık, 5. Baskı, 2012.

Falay, N. (1997) “Denetim, Verimlilik/Etkinlik/ Tutumluluk (VET) ve Sayıştay”, Sayıştay Dergisi, Sayı 25, ss: 18-30.

Gökçe, O. ve Örselli, E. (2011). Kamu Yönetiminde Etik ve Etik Dışı Davranış Algısı. İş Ahlakı Dergisi, cilt 4, Mayıs, ss: 47-63.

Güner, H. (2014). Türkiye’de Kamu Yönetimi ve Kamu Yönetiminin Denetimi, Kamu İç Denetçileri Derneği Denetim Dergisi, Sayı 14, ss: 65 – 72.

Kaplan, Ç. (2009), Kamu Yönetiminde Etik ve Kamu Çalışanlarının Etik Kavramını Algılayışları, Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi Y.2009, C.14, S.3, s.343-355.

Karasu, K., *Profesyonelleşme Olgusu ve Kamu Yönetimi*, Ankara: Mülkiyeliler Birliği Vakfı, Kasım, 2001.

Kernaghan, K. and Dwivedi, O. P. (1983), “Public Service Ethics: Issues and Ideas”, Ethics in the Public Service: Comparative Perspective, (Eds. K. Kernaghan ve O. P. Dwivedi), Brussels: IIAS.

MEGEP (2006), Meslekî Eğitim ve Öğretim Sisteminin Güçlendirilmesi Projesi. Tüm Alanlar Meslek Etiği, T.C. Milli Eğitim Bakanlığı, Ankara.

Ömürganülşen, U. (2016), Türkiye’de Etik Kamu Yönetimi Kurulmasına Yönelik Hukuki Altyapı Ve Süreçler Ve Etik Sorunların Ortaya Çıkma Sebepleri Üzerine Düşünceler, <https://rm.coe.int/CoERMPublicCommonSearchServices/DisplayDCTMContent?documentId=09000016806ee146> (Erişim tarihi: 13 04. 2021)

Önen, M.ve Yıldırım, A. (2014), “Kamu Yönetiminde Etik Denetimi: OECD Ülkeleri Örneği”. Akademik Yaklaşımlar Dergisi, Cilt 5, Sayı 1, ss.103-126.

Özdemir, M. (2008), Kamu Yönetiminde Etik, ZKÜ Sosyal Bilimler Dergisi, cilt:4, sayı:7, ss. 179-195.

Seçkiner, E., *Türkiye’de Etik Yönetim Sistemi Oluşturulması Sürecinde Dışsal Faktörlerin Bir Ürünü Olarak Kamu Görevlileri Etik Kurulu*, Kuram ve Yöntem Açısından Türkiye’de Kamu Yönetimi Bildiriler Kitabı, Ankara: TODAİE, 2012.

Şahin, Y., *Yönetim Bilimi ve Türk Kamu Yönetimi*, Bursa: Ekin Yayınevi, 2014.

Uzun, Y. (2018), Yüksek Denetim Kurumları Etik Denetim Uygulamaları, Sayıştay Dergisi, Sayı:111, ss:9-42.

Yılmaz, E., *Etik ve Liderlik*, A.M. SÜN BÜL (Ed.), Öğretmenin Dünyası içinde (s: 39-51), Odunpazarı Belediyesi Yayınları Eğitim Dizisi-3, Ankara: Mikro Yayıncılık, 2005.

Yüksel, C. (2006), Kamu Yönetiminde Etik ve Türk Kamu Yönetiminde Etik Hakkında Yeni Yasal Düzenlemeler, İstanbul Üniversitesi Hukuk Fakültesi Mecmuası, Cilt. 69 (2), ss. 167-212.

<https://www.icisleri.gov.tr/icdenetim/ic-denetim-standartlari> (Erişim tarihi: 19.04.2021)

www.mevzuat.gov.tr/mevzuat?MevzuatNo=8044&MevzuatTur=7&MevzuatTertip=5 (Erişim tarihi: 13.04.2021)



İKİNCİ KUŞAK AİLE TERAPİLERİ**Öğr. Gör. Ali Yasin KAFES¹****Özet**

Bu çalışmada aile terapisinin ne olduğu ve tarihsel gelişimi, aile terapisine hangi koşullarda ihtiyaç duyulduğu ele alınmıştır. Ayrıca aile terapilerinde ikinci kuşak aile terapisi olarak bilinen Milan Sistemik aile terapisi, çözüm odaklı aile terapileri ve öyküsel aile terapilerinin tarihsel gelişimi, nasıl yapıldıkları, olumlu ve olumsuz yönleri, öncü isimleri, literatürdeki eleştirileri ele alınmıştır. İkinci kuşak aile terapi türlerinde amaç bireyleri sistem olarak ele alarak sistemin işleyişini bozan noktayı tespit edip sorunu çözmektir. Buna göre Milan Sistemik terapi sistemi; semptomların ortadan kaldırılmasından çok, sistemik bağlarının tespitini, sistemdeki döngüsel etkileşimlerin kavranmasını ve bu durumda semptomların geçici olarak var oluş zorunluluklarının açıklanmasına odaklanmaktadır. Sistemik terapisi aslında aklın, yani metal olgunun sosyal olguyu yansıttığını söyler. Milan sistemik aile terapisinde psikoterapist sistemin bir parçası olmaya teşvik eder. Ayrıca terapide olumlu geri bildirim, seans sonunda ilişki reçetesi verilmesi, görüşmenin ayda bir defa yapılması da bu modele özgüdür. Çözüm odaklı aile terapisi ise soruna değil çözüme odaklanması ile stratejik terapilerden ayrılır. Çözüm odaklı terapide amaç; aile üyelerinin sorunun çözümüne katkı vermesinin sağlanmasıdır. Bunun için işlevsel durumlara odaklanılır, somut ve ulaşılabilir hedefler belirlenir ve ailenin kaynakları geliştirilir. Çözüm odaklı terapilerde terapistin rolü oldukça önemlidir. En önemli görevi de ailenin bu terapi sürecinde ne kadar aktif olacağını belirlemektir. Terapi esnasında terapist, danışanlarının terapi sürecine dahil olmasına yardımcı olur. Ayrıca terapist müdahale esnasında aile bireylerinin cinsiyet rollerini her zaman göz önünde bulundurur. Fakat rolleri olduğu gibi kabul etmek yerine bu rollerde ufak değişiklikler yaparak çözüme gitmeyi kolaylaştırır. Öyküsel aile terapisinde ise amaç aile inançlarını tekrar yapılandırmaktır. Ailenin işleyiş sistemini açıklayarak yeniden değerlendirilmesi konusunda yardımcı olmaktır. Bu noktada da kişilerin bir tema çerçevesinde hikaye oluşturması ve isteklerinin netleşmesi amaçlanır. Öte yandan bu terapiler iyi aile gibi kavramlara sıkışıp kalmamışlardır. Psikanalitik kuramlar gibi mistik ve gizli bir havası da yoktur. Gözlemci terapi sürecinin içindedir. Kayıt cihazlarının kullanılması da bu terapi sisteminin güvenilir ve disiplinli olmasına sebep olmuştur. 2. Dünya Savaşı ardından aile terapileri içerisinde ağırlığı hissedilen ve saygı görülen ikinci kuşak aile terapileri halen günümüzde geçerliliğini devam ettirmektedir.

Anahtar Kelimeler: klinik psikoloji, aile terapisi, öyküsel aile terapisi, Milan sistemik aile terapisi, çözüm odaklı aile terapisi, ikinci kuşak aile terapileri.

¹ Öğr. Gör., Süleyman Demirel Üniversitesi, Kariyer Planlama Merkezi, alikafes@sdu.edu.tr
Doktora Öğrencisi, Adnan Menderes Üniversitesi, Klinik Psikoloji Anabilim Dalı, ORCID: 0000-0001-8739-7087

Abstract

In this study, what family therapy is, its historical development, and the conditions under which family therapy is needed are discussed. In addition, Milan Systemic family therapy, which is known as second-generation family therapy in family therapies, historical development, how they are made, positive and negative aspects, pioneer names, criticisms in the literature of solution-oriented family therapies, and narrative family therapies are discussed. Second-generation family therapy types aim to identify the point that disrupts the functioning of the system and to solve the problem by treating individuals as a system. Accordingly, Milan Systemic therapy system; focuses on the determination of the systemic connections, the understanding of the cyclical interactions in the system, and the necessity of the temporary existence of the symptoms in this case, rather than the elimination of symptoms. His systemic therapy says that the mind, the mental phenomenon, reflects the social phenomenon. Milan encourages to be a part of the psychotherapist system in systemic family therapy. Also, positive feedback in therapy, prescribing a relationship at the end of the session, and holding the interview once a month are specific to this model. Solution-oriented family therapy differs from strategic therapies by focusing on the solution, not the problem. Purpose in solution-focused therapy; It is to ensure that family members contribute to the solution of the problem. For this, functional situations are focused, concrete and achievable goals are determined and the family's resources are developed. The role of the therapist is very important in solution-oriented therapies. The most important task is to determine how active the family will be in this therapy process. During therapy, the therapist helps their clients to be involved in the therapy process. In addition, the therapist always takes into account the gender roles of family members during the intervention. But instead of accepting the roles as they are, it makes it easier to find a solution by making small changes in these roles. In narrative family therapy, the aim is to reconstruct family beliefs. It is to help the family to be re-evaluated by explaining the working system. At this point, it is aimed for people to create a story within the framework of a theme and to clarify their wishes. On the other hand, these therapies are not stuck in concepts such as the good family. It does not have a mystical and secret air like psychoanalytic theories. The observer is in the therapy process. The use of recording devices has also made this therapy system reliable and disciplined. The second-generation family therapies, whose weight was felt and respected in family therapies after World War II, are still valid today.

Keywords: clinical psychology, family therapy, narrative family therapy, Milan systemic family therapy, solution-oriented family therapy, second generation family therapies.

GİRİŞ

Ailenin tanımı tarih boyunca birçok kez yapılmıştır. Literatürde bulunan aile tanımlarına geçmişten günümüze bakacak olursak; Sosyolog Kingsley Davis 1940 yılında aileyi, aralarında kan bağı olan ve bu sebeple akraba olan bir grup insan olarak tanımlar. Günümüze daha yakın zamanlarda yapılan çalışmalarında ise Fitzpartrick ve Badzinski (2002) evrensel aile tipini; kan bağı ile oluşan ve temel görevi yeni doğan çocuklarının besleme ve toplumsallaşma gibi ihtiyaçlarını karşılamak olan sosyal grup olarak tanımlamaktadır. Bir diğer tanım ise;

hayatlarını kan, evlilik, beraberlik, resmiyet ya da diğer şekillerde uzun süre paylaşan, kendilerini aile olarak tanımlayan, belirli bir geçmişi olan insanların kurdukları ilişki ağlarıdır (Galvin, 2006). Yani aile toplumun en küçük birimi ve tarihin de en eski toplum formudur. Aile kan bağı ile ortaya çıkan sevgi bağları ile birbirlerine bağlı bireylerin oluşturduğu yapıdır.

1. Aile Terapileri Ve Tarihsel Gelişimi

Aile terapileri ise kısaca, aile üyeleri arasındaki iletişim sorununu ortadan kaldırmaya yönelik veya aile üyeleri arasındaki iletişimin kalitesini arttırmaya yönelik, üyeler arası çatışmayı ortadan kaldırmayı amaçlayan terapi çeşididir. Aile bireyleri ilişki içerisinde terapi gerektiren bir çok çatışmasa yaşasalar da, en sık karşılaşılan sorunlar şunlardır: Kişisel sorunların eşler arasında süregelen bir hale gelmesi, aile üyeleri arasında bağımlılığın sürmesine neden olan sorunlar, anlık, dönemsel veya durumsal krizler, çocukların ergenlik dönemi sorunları, yaşam ve yaş dönemine bağlı sorunlar, psikiyatrik ve fizyolojik hastalıklar, çocukların davranış problemleri, karar alma süreçlerinde görüş birliğinin sağlanamaması ve dolayısı ile sürecin aksaması, aile içi şiddet, yas dönemleridir (Hızlı Sayar ve Berksun, 2013).

Bu yapı içerisinde bazı durumlarda içinden çıkılamayan çatışmalar, çıkmaza girmişlik hissi, aile yapısında bozulma, aile yapısında dağılma gibi durumlar gözlenebilir. Aile terapilerinin amacı bu durumları sağlıklı bir şekilde aile bireyleri ile düzeltmektir veya dağılacak bir aile için bireylerin en az zarar ile bu süreci atlatıp yaşamlarını devam ettirebilmelerini sağlamaktır. Terapistin ise bu aşamada görevi aile terapisinin en sağlıklı şekilde yapılmasını sağlamaktır. Buna göre aile terapisi ve terapistinin misyonunu söyleyecek olursak; Hızlı Sayar ve Berksun'a (2013) göre "bugün aile terapileri ve psikoterapistleri, ailenin bir yapı olarak korunması gerektiği noktasında hem modern hem post modern terapilerin hem de değişen aile anlayışı gereği olarak yansız bir pozisyon sergiler. Bu yansız pozisyon, dogmatik bir terapi düsturuna dayanmaz. Yansız pozisyon, ailenin ve evliliğin dağılmayı gerektiren koşullarına ve bireysel haklara karşı her ne olursa olsun saygı duyulması anlamına gelmektedir. Psikoterapist bu yansız pozisyonu ile çifte veya aileye, terapi motivasyonlarının terapiyi şekillendireceği, boşanmayı veya dağılmayı gerektiren ciddi bireysel olumsuz koşullarda da ailenin bütünlüğünün korunması yerine dengeli bir biçimde çiftin seçme hakları olduğu mesajını verir." (s.21) diyebiliriz.

Bu misyon doğrultusunda aile terapilerini üç kuşak altında değerlendirmemiz mümkündür. Birinci kuşak içerisinde; psikanalitik terapi, Bowen'in Aile Sistemleri, yaşantısal aile terapisi, yapısal aile terapisi, bağlamsal aile terapisi ve stratejik aile terapisi modelleri yer almaktadır. İkinci kuşak terapileri içerisinde; çözüm odaklı terapiler, Milan sistemik aile terapisi ve öyküsel aile terapisi modelleri yer alır. Son olarak üçüncü kuşak terapiler içerisinde de; emosyonel odaklı aile terapisi, şema terapisi ve bilişsel davranışçı aile ve evlilik terapisi yer almaktadır.

Aile terapilerinin tarihi çok eskiye dayanmamaktadır. 20. yy ortaları aile terapileri ile ilgili ciddi çalışmaların yapıldığı dönemdir. 2. Dünya Savaşı'nın ardından özellikle aile terapileri çalışmaları büyük önem kazanmıştır. Bunda 2. Dünya Savaşı'nı yaşayan ailelerin aile yapılarında bozulma, savaşa bağlı olarak aile bireylerinden birinin veya bir kaçının vefat etmesi gibi etkiler olduğunu söyleyebiliriz. Savaşı yaşayan bu ailelerle ilgili yapılan çalışmalar, aile terapileri alanın hızla ilgi çekici bir alan olmasını sağlamıştır. Ancak aile terapileri

çalışmalarının başlamasının tek sebebi savaş olmamıştır. Bununla beraber çiftlere ve aileye ilişkin danışmanlık ve terapilerin yapıldığı profesyonel derneklerin kurulması ve şizofreniden etkilenen ailelerle çalışmalar yapılması da aile terapilerinin oluşmasını tetikleyen sebeplerdir. Fakat 2. Dünya Savaşı öncesinde de aile dinamikleri ile ilgili ilk çalışmalar Sigmund Freud tarafından gerçekleştirilirken, aileyi ilk kez inceleyen Alfred Adler'dir. Adler 1920'lerde aile eğitim merkezlerini kurmasıyla aile çalışmalarının başladığı ifade edilir (Nazlı, 2014).

20. yy ortalarında aile terapileri üzerine çalışmalar yapan en önemli bilim insanları arasında G. Baterson N. Ackerman, , C. Whitaker M. Erickson, ve Murray Bowen'ı sayabiliriz. Bu tarihlerde, önceki dönemlerin teorik bilgilerinin artık aileye yönelik pratik bilgilerle dönüşmesi gerektiği kanısına varılmıştır. 1970'li yıllara gelindiğinde ise; N. Ackerman, C. Whitaker ve M. Burray'ın yanı sıra Virginia Satir, Jay Haley, S. Minuchin ve J. Bell'in çalışmaları ile aile terapilerinin klinik tedaviye dönüştürülmesi sonucu aile terapileri artık sistematik bir hale gelmiştir. Yani aile terapilerinin fikirsel ve teorik zemini 1920-1950 yılları arasında, teorik ve klinik yönü 1950-1970 tarihleri arasında gelişmiştir (Özabacı ve Erkan, 2014). 1980'li yıllarda özellikle kadın araştırmacılar çalışmalarını bu alana çevirmiştir. Yine bu yıllarda Uluslararası Evlilik ve Aile Danışmanları Derneği (IAMFC) kurularak alanla ilgili kurumsallaşma başlamıştır (Algan, 2016). 2000'li yıllara gelindiğinde ise aile danışmanlığı ve terapileri artık dünyada tanınan sistematik bir hale gelen alan olmuştur. Çalışmalar tüm kıtalara yayılmıştır. Ayrıca bu yıllarda, aile terapileri, lisans ve lisansüstü seviyelerde verilen dersler olmuştur.

Bu çalışmada inceleyecek olduğumuz ikinci kuşak aile terapilerinin (çözüm odaklı aile terapisi, milan sistemik aile terapisi, öyküsel aile terapisi) tarihsel gelişimine baktığımızda ikinci kuşak aile terapileri postmodern aile terapileri olarak da adlandırılır. Bu dönemin terapilerinin ana hattını, otoriteye karşı duruş ve onun oluşturduğu normlara karşı oluşlar ve duruşlar belirler. Bu kuşak terapilerde sağlıklı ve normal aile denilen damgalayıcı kavramlarda uzaklaşıp, onunla bağdaşık olan her türlü fikir ve terapötik öncelikler terk edilmiştir. Postmodern terapiler normallik, sağlıklılık gibi otoritenin belirledikleriyle ilgilenmez. Ailenin içinde bulunduğu süreçten daha çok olumlu sonuçlar doğuracak olan değişim süreçleri önem kazanmıştır.

2. İkinci Kuşak Aile Terapileri

2.1. Milan Sistemik Aile Terapisi

2. Dünya savaşı sonrası 1960'lı yıllarda Mara Selvini Palazzoli ve ekibi bireysel psikoterapilerin istenen sonuçları vermekte yavaş kalması ve sonuçlara ulaşmada yetersiz olması sebebi ile yeni bir terapi geliştirmek istediler. Luigi Boscolo ve Gianfranco Cecchin'in de bu ekibe katılması ile 1967 yılında Milona' da Aile Çalışmaları Enstitüsü kuruldu ve böylece Milan grubu da kurulmuş oldu (Hızlı Sayar ve Berksun, 2013). Grup üyelerinin hepsi psikiyatristti ve aileyi bir bütün olarak ele almak istiyorlardı. Psikanalitik kavramları ise aileye uygulama da güçlük çekiyorlardı. Merkezlerinde yeni bir yöntem olarak bileşik aile terapisini denediler. Bu terapi birden çok aileyi ele alabiliyordu. Ailelerde daha çok aile içi iletişime ve bireylerin ilişki biçimlerine yönelik çalışmalar yaptılar. Grup üyeleri çalışmalarında gözlemin bile sistemi farklılaştırdığını keşfettiler. Bu yüzden de gözlemcilerin de terapilere katılması gerektiğine inandılar. O dönem için yeni kullanılmaya başlanan tek yönlü ayna, terapi ortamının

aynalı odalarla düzenlenmesine sebep oldu. Böylece psikanaliz terapilerinde ki mistik havanın kaybolmasını sağladı. Ayrıca terapi sırasında ses kayıt cihazı veya video kayıt cihazı kullanılıyor olması da bu yöntem de disiplinli bir çalışmayı beraberinde getirdi. Bunlar da grubun psikoterapi alanında büyük saygı görmesine yol açtı.

Sistemik terapi sistemi; semptomların ortadan kaldırılmasından çok, sistemik bağlarının tespitini, sistemdeki döngüsel etkileşimlerin kavranmasını ve bu durumda semptomların geçici olarak var oluş zorunluluklarının açıklanmasına odaklanmaktadır (Kerimoğlu, 1996). Sistemik terapisi aslında aklın, yani mental olgunun sosyal olguyu yansıttığını söyler. Bir diğer deyişle akıl sosyaldir. Yani ruhsal sorunlar psikanalitik yaklaşımın belirttiği gibi intrapsişik değil kişiler arası sorunları yansıtmaktadır (Güleç ve Köroğlu, 1997). Milan grubunun da sistemik terapi temelli aile psikoterapi kuramını açıklamak için Bateson'a değinmek gerekir. Bateson, aileleri bireylerin oluşturduğu bir sistem olarak tanımlar. Bu da her bireyin geri bildirim aldığını ve kendi süreçlerine sahip olduğunu söyler. Milan ekibi de bu görüşü olduğu gibi alarak kendi kuramlarına yansıtmıştır. Milan sistemik aile terapisi modeli aileyi bir süreç boyunca izlemeyi önerir. Ailenin yaşadığı soruna sistem olarak neden ihtiyaç duyulduğuna bakar. Bu terapi modelinde sistem içerisinde sorun oluşturan bir noktanın, düğümün var olduğuna inanılır. Bu noktada sistemin işleyişini bozan patolojik bir durum vardır. İşte sistemik aile terapisinde de bu noktanın bulunması temel amaçtır.

Milan sistemik aile terapisi psikoterapisti sistemin bir parçası olmaya teşvik eder. Terapide olumlu geri bildirim, seans sonunda ilişki reçetesi verilmesi, görüşmenin ayda bir defa yapılması bu modele özgüdür. Modelin terapisi beş parçalı bir yapıya sahiptir. Bunlar: Seans öncesi, seans, seans arası, müdahale ve seans sonrasıdır. Sistemik aile terapisinde önce psikoterapistler ailenin durumu hakkında hipotez ortaya atarlar. Daha sonra iki terapist aileyle görüşmeye geçer iken iki terapist de ayna gerisinden görüşmeyi izler. Görüşmede bulunan terapistler sorular ile hipotezlerinin doğruluğunu ölçerler. Bu görüşme yaklaşık 40 dakika sürer. Görüşme sonrasında ara verilir ve terapistler bu arada birbirleriyle konuşup bilgi alış verişini yaparak en uygun müdahale yöntemini belirlerler. Bu yöntem mektup veya ilişki reçetesi olabilir. Seansın ikinci kısmı başladığında ise terapistler belirlenen mektubu veya ilişki reçetesini bireylere verebilirler veya daha sonra gönderebilirler. Seansta değil de evde okumalarını, bir sonraki seansa kadar da üzerinde düşünmelerini isteyebilirler. Seans sona erdikten sonra dört psikolog tekrar bir araya gelir ve bir sonraki seans için hazırlık yaparlar. Bu terapiyi yürüten terapistlerin geniş bir eş duyum becerisine sahip olması şarttır. Bununla beraber karşılıklı dayanma gücü de olmalıdır. Terapistin uyguladığı terapi süreci hakkında yeterince bilgisi olmalı ki terapötik süreçte kendi etkisini ve katkısını sağlayabilmelidir. Çünkü terapist terapide ortak bir geçmişe sahip, ortak anıları olan bir grup ile konuşmaktadır. Bu aileler kendilerine özgü bir iletişim dili kullanabilir. Terapist alanında etkin olmalı ki bu dile uyum sağlayabilsin. Karagöz'e (2012) göre "terapistin uyumu yakalayabilmesi için, terapiye gelen insanların "Niçin? ve Neden?" sorularına yanıt araması ve aileye aile terapisi hizmeti verirlerken aileyi bütünlük içerisinde bir sistem olarak ele alması" (s.102) gerekmektedir. Milan sistemik aile terapisinin temel prensibi ailenin sorun olarak gördüğü belirtinin altında bir işlevi olduğunu kabul etmesidir. Bu her ne kadar ailede bireyler arası iletişimde aksaklık oluştursa da bir yandan da ailenin dengesini korumaktadır. Aile zamanla bir şekilde kendi kurallarını belirlemiş ve bunlara göre yaşamıştır. Terapist bu noktada sorun olan belirtilerin içerisinde

olumlu yanlar bulup aileye bu yanları göstermeye çalışır. Terapistin yetkin ve faydacı bakış açısı aile içindeki kuralların yumuşamasına, düşüncelerin değişmesine sebep olur.

Milan grubu terapilerinde kullanılan bir diğer yöntem de, terapistlerin hipotezlerinin aile içi ilişkilerde daha sık yapılmasıdır. Örneğin aile bireylerine “daha çok tartışın” gibi önerilerde bulunulur. Bu yöntemde ailenin bazı zamanlarda kendi kendilerini düzenleyecek sistem olduğuna inanılır. Bununla beraber terapist, iletişim sorunu yaşayan bireylere hiçbir şeyi değiştirmemelerini de önerebilir. Bireylerin daha önce geçmişte sorunlarını nasıl çözdükleri hatırlatılır. Bu sayede de aile bireyleri kendilerini yeni strateji belirleme konusunda daha hazır hissederler. Ayrıca terapist, ilişkide sorun olarak görülen noktayı belirlediğinde aynı zamanda çözüm sürecini de başlatır. Terapist aileye sorular sorarak yeni bakış açıları kazandırır. Aile bireyleri terapistin sorularına cevap verirlerken aynı zamanda da birbirlerinin duygu ve düşüncelerini anlar ve öğrenirler. Bu terapide amaç sadece sorunlu birey ile ilgilenmekten daha çok ailenin hepsinin bir değişim sürecine girmesidir. Milan sistemik aile terapisi otizm, çocukluk çağı sorunları yaşayan, evlilik çatışmaları olan, aile bireylerinden birinin alkol ve madde bağımlısı olduğu durumlarda hızlı sonuç vermesi adına ve aile sorunların kökenini merak ettiği durumlarda kullanılır.

Milan sistemik aile terapisi uygulanırken ilk olarak terapist, meraklı ve gayretli olmalıdır ve aile bireylerine kendini, ayna arkasında bulunan ekibini tanıtmalıdır. Terapi esnasında ailenin öyküsünün altında yatan sebebi bulmaya yönelik sorular sorulmalıdır. Tüm bireylere karşı eşit mesafede davranılmalıdır ki aile bireylerinden birisi terapisti kendine daha yakın hissetmesin. Ayrıca terapi esnasında terapist bireylerin kendi aralarında ki ilişkiye ve iletişime de dikkat etmelidir. Sorunu bulmaya yönelik sorular sorarken bireyler arası etkileşime yönelik de yorumlar yapılmalıdır. Sorulan sorularla yaşanan sorunun aileye ne kazandırdığına odaklanılmalıdır. Problemin pozitif yönleri açığa çıkarılıp vurgulanmalıdır. Yaşanan sorunun aile içi işleviyle alakalı yorumlarda da bulunulmalıdır. Terapinin hedefleri belirlenirken terapist sisteme müdahale etmeli ve hedeflerin aile bireylerinin belirlemesini beklemelidir. Ancak hedef belirleme işleminin sekteye uğradığı bazı durumlarda sorular sorarak aile bireylerini teşvik etmelidir. Terapist ailenin yaşadığı soruna pozitif bir bakış açısından bakınca bireylerde ne gibi değişiklikler olduğunu sorgulatmalıdır. Çünkü aile bireylerinin sorunlara bakış açısı değişirse bireylerin tutumları da değişiklik gösterir. Terapi sürecinin sonuna gelindiğinde, terapinin ne zaman sona ereceğine aile bireyleri karar verir. Aile çatışmaların çözümü için amaçladığı noktaya noktaya ulaşmış ise terapi sonlandırılır. Son görüşmede ise ailenin ilk baştaki durumu, aile bireylerindeki tutum değişiklikleri ve bunların sonucu konuşularak görüşme sonlandırılır.

2.2. Çözüm Odaklı Terapiler

Çözüm odaklı terapi aile terapileri alanındaki son kurumsal gelişmelerden biridir. Stratejik aile terapilerinden yoğun izler taşıyan çözüm odaklı terapi aynı zamanda soruna değil çözüme odaklanması ile de stratejik terapilerden ayrılır. Çözüm odaklı terapide amaç; aile üyelerinin sorunun çözümüne katkı vermesinin sağlanmasıdır. Bunun için işlevsel durumlara odaklanılır, somut ve ulaşılabilir hedefler belirlenir ve ailenin kaynakları geliştirilir (Worden, 2013). B. O’Hanlon ve S. Shazer çözüm odaklı terapinin önde gelen isimleri iken M. W. Davis, A. Gurman, E. Lipchik ve S. Miller’da bu terapi türünü benimseyen bilim adamlarıdır. Çözüm odaklı terapi yaklaşımı 1970’li yıllarda Steve deShazer, Insoo Kim Berg ve arkadaşları

tarafından geliştirilmiştir (Meydan, 2013). Temelinde Milton H. Erickson'ın öncülüğünü ettiği çözüm odaklı kısa süreli aile terapisi vardır fakat zaman içinde odağına çözümleri alması sebebi ile ayrılmıştır (Doğan, 1999).

S. Shazer kendi kuramına “kısa süreli terapi” demeyi tercih etti. S. Shazer ekosistemik bir yaklaşım benimsedi. Ekosistemik yaklaşıma göre, farklı psikolojideki insanlar çevre ile yine farklı bir etkileşime girerler. Ancak bu sistem genel sistemlerle de benzerlik gösterir ve aynı kavramları kullanır. Farklılıkları ise genel sistemler kuramı alt ve üst sistemler arasındaki dikey ilişki ve denklemleri önemser iken, ekosistemler kuramı, hiyerarşik bir ilişkiden daha çok, alt sistemlerle ilişki ve yatay dengeye vurgu yapar. Ekosistemik kuramda insanı etkileyen bir grup etki kaynağı vardır. Bunlar; kültürel, çevresel, biyogenetik, ailevi faktörlerin yanında, kaynaklar ve fırsatlar, gelişim ve sağlığın kitlesel güncel durumu ve kişisel gelişim ile ilgili faktörlerdir. S. Shazer ve O'Hallon'un yaklaşımı Milan sistemik aile terapisi yaklaşımı ile de benzerlik gösterir. Bu iki yaklaşıma göre de mümkün olan durumlarda ekip çalışması önerilir. Aynalı oda sistemini her iki yöntem de kullanır ve terapi aralarında uzmanlar fikir alışverişinde bulunabilir. Çözüm odaklı terapide soruna odaklanılmaz ancak bireyler arasında neyin sorun olup neyin olmadığını tespit etmek çözüm odaklı terapi için oldukça önemlidir. Sorunlar eğer kişinin yetenek sınırını aşıyor ise çözüm odaklı terapi kişinin bu davranışı sürdürmesinde ısrarcı davranmaz. Ailenin geçmiş yaşantılarıyla çok ilgilenmez. Onun yerine davranış değiştirerek kişinin olası başka davranışlara yönelmesini sağlar. Terapide ki amaç aile bireylerine farklı bakış açıları kazandırmaktır. Sorunlu yolları zorlamak yerine farklı yollar denemektir. Her ailenin farklı gücü ve motivasyonu vardır. Terapistin amacı bu güç ve motivasyonu kullanarak ailenin yeni yeteneklerini ortaya çıkarmaktır. Motivasyonu arttırıp umut vermektir. Çözüm odaklı terapi ortalama 5 – 10 seans süren kısa süreli psikoterapidir. Ayrıca terapinin başarı sağlayabilmesi için bireylerin bu terapiyi istemesi şarttır. Terapide direnç kavramına yer yoktur.

Çözüm odaklı terapilerin uyguladığı müdahale teknikleri arasında en önemlilerinden birisi, aile ile birlikte bir problemi yeniden yaratmaktır. Ayrıca terapinin daha faydalı olması amacı ile aileye ilk hangi sorunu çözmek istedikleri sorulur ve terapiye o sorundan başlanabilir. Devamında aileye bu sorunun çözümü ile ilgili düşünceleri sorulur ki bu sorular oldukça önemlidir. Sorular aileyi kendi sorunlarından uzaklaştırıp sorunun çözümünü ne kadar istediğini ve iyileşmeye dair temsillerinin öğrenilmesini sağlar. Bu psikoterapiyi bir kabustan kurtulmaya benzetebiliriz. Kabustan kurtulmanın yolu kabusta çözüm aramak değil o kabustan uyanmaktır (Hızlı Sayar ve Berksun, 2013). Bir diğer terapi tekniği de problemin olmadığı durumlara odaklanmaktır. Terapist bu zaman dilimlerini belirler. Örneğin sürekli kavga eden bir çiftin kavga etmedikleri anları bulmaya yönelik çalışmalar yapılır. Böyle zamanlarda çiftler birbirleri ile normal sohbetler edebilirler. Bu davranışı fark etmeleri çiftlerin davranış örüntülerini değiştirmede yardımcı olabilir. Diğer bir teknik ise derecelendirme tekniğidir. Bu teknik kısaca; aile bireylerine probleme on üzerinden kaç puan verdikleri sorulur. Daha sonra da sorunun bir basamak daha azalması için neler yapılabilir diye sorulmasıdır. Bu noktada öneriler konuşulur ve ailenin yaşadığı sorun esnasında kendilerini kısıtlaması, sorunun uzatılmaması yönünde davranışlarda bulunması önerilir. Son olarak iltifatta bulunma yöntemi de çözüm odaklı terapiler için kullanılan bir yöntemdir. Bu yöntemlerden birisi aileye övgü

dolu yazılar vermektir. Bu iltifatlar özellikle yeni bir önerme üzerinde anlaşmak üzereyken aileye verilmelidir.

Çözüm odaklı terapilerde terapistin rolü oldukça önemlidir. Terapistin en önemli görevi ailenin bu terapi sürecinde ne kadar aktif olacağını belirlemektir. Terapilerde danışanlar üç role bürünürler. Bunlar; ziyaretçi, danışan, şikayetçidir. Terapi esnasında terapist, danışanlarının terapi sürecine dahil olmasına yardımcı olur. Bu dahil olmayı kolaylaştırıcı bir role bürünür. Terapist müdahale esnasında aile bireylerinin cinsiyet rollerini her zaman göz önünde bulundurur. Fakat rolleri olduğu gibi kabul etmek yerine bu rollerde ufak değişiklikler yaparak çözüme gitmeyi kolaylaştırır. Terapistin çözüm yolunun aile üzerine tam oturması gerekir ve terapist unutmamalıdır ki bir sorunun sadece bir çözümü yoktur. Yenilikçi çözüm üretmek de terapist iyi olmalıdır. Terapiye başlarken ilk seansta terapistin ılımlı olması çok önemlidir. Terapistin danışanlarına sorunsuz bir davranışın yaşamlarını nasıl şekillendireceği üzerine konuşma yapması iyi olur. Danışanı terapisinin merkezinde tutmak da seans içerisinde oldukça önemlidir. Terapistin danışanları yargılamadan sorunu olduğu gibi kabul etmesi gerekir. Geri bildirimlerde bulunurken ise danışanların olumlu yönleri vurgulanmalıdır. Olumlu gelişmelerden sonra defalarca bu gelişmenin vurgulanması ailenin özgüvenini ve sorun çözebilme yeteneklerinin gelişmesine sebep olacaktır. Hedef belirlerken de hedeflerin somut olmasına dikkat edilmelidir.

Çözüm odaklı terapide terapistin ekip çalışması yapması ailenin sorununa geniş bir perspektiften bakılabilmesi için oldukça önemlidir. Aile bu sorunlardan birini seçer ve o sorundan çözüme gitmeye başlanır. S. Shazer çözüm odaklı terapide ortalama 4 – 5 seansta sonuca ulaşıldığını söylemektedir. Hasta artık terapisinin hedefe ulaştığını söylerse terapistin de hipotez çalışması yapmasına artık gerek kalmamıştır.

2.3. Öyküsel Aile Terapisi

Öyküsel terapide ise bilginin oluşturulmasında bir adım öteye geçilmiştir. İnsan bulunduğu çevrede başka insanlarla etkileşim içine girerek kimliğini kazanır, psikolojik sağlığını ve varlığın da bu ilişkiler sayesinde sürdürür. Çevresinden gelen onay ve destek sağlıklı bir kimlik oluşturmada belirleyici etkidir. Başka diğer deyişle, sosyal etki olarak değerlendirilen; çocuk yetiştirme stilleri, aile yapısı, tarihsel zaman, kişilerarası etkileşimler, din, kültür, alt kimlikler, ekonomik nedenler, grup ihtiyaçları bireyin yaşam öyküsünü oluşturmaktadır (Kararmak ve Bugay, 2012). Bu kişisel öyküler de öyküsel aile terapisine göre, ailenin gerçekliğini, kişisel hikayelerimiz ve kendimizi öyküleme şeklimiz biçimlendirir. Psikoterapistin görevi de aile inançlarını tekrar yapılandırmaktır. Ailenin işleyiş sistemini açıklayarak yeniden değerlendirilmesi konusunda yardımcı olmaktır. Öyküsel terapisinin öncü isimlerinden Micheal White, terapide kullanılan terapötik bağlam içerisindeki farklılaşma, aksi/olumsuz açıklama ve baskı gibi kavramaların birçoğunu Geragory Bateson'dan almıştır. White aksi/olumsuz açılmayı, bireyin yaşantısının baskın açıklaması tarafından bastırılan temalar olarak açıklamıştır. Yani bireylerin baskın temaları, yaşantıları ve baskın temaları tarafından bastırılmadığı için var olmaktadır. Aksi sonuçlar, gerçek dışı gibi görünen ve çatışmaya sebep olan olaya rağmen var olan alternatifleridir. Tüm bu temaların öyküsel terapi için önemi oldukça fazladır ve değişimi sağlayan yapılardır. White Bateson'u referans alarak, insanların dünya hakkındaki inanç ve fikirleri aracılığı ile toplumda işlevsel olma eğilimlerinin

bulduğunu iddia etmiştir. Bu fikir ve inançlar bireylerin, meydana gelen olayları algılama, anlama, kavrama, yorumlama ve kendilerini dış dünyadan ayırabilme becerisine sahip olmak gibi bir takım anlayışlar geliştirmesine yardımcı olur. Öyküsel terapiye önemli katkıları olan bir diğer isim Bruner ise, insanların hayatı bir takım deneyimlerle öğrendiğini ve yaşamlarından öyküler yolu ile anlam çıkarttıklarını ve bu deneyimlenen olayların anlamlandırılabilmesi için baskın hikayeler geliştirdiğini söyler. Bu baskın hikayeler yaşamın bir döneminde meydana gelmiş ve yaşamda bir şekilde yapılmaya devam eden belli aktivitelerin nedenleri olarak açıklanır (Çelik, 2017).

Öyküsel aile terapilerinde terapist danışanlarına bir tema kurup hikayelemeye başlar. Kişinin geçmişi de göz önüne alınarak bir öykü oluşturulur. Danışanın hikayesi belirginleştikçe, istekleri netleştikçe daha mutlu olur. Temelde öyküsel aile terapi seanslarında ailenin geçmişi ve sorunları ile ilgili tema oluşturularak bir hikaye ortaya konulur. Sonra aile bireylerindeki sorun kişilik yapılarından ayrıştırılarak dışsallaştırma denir. Böylelikle insanların üzerindeki yük hafifletilir. Terapist sorunların birey üzerinde nasıl bir etkisi olduğunu öğrenmeye yönelik sorular sorar. Bunda amaç bireyin farkındalığını arttırmaktır. Böylece aile üyeleri problemin sorumluluğu hakkında fikir edinmiş olurlar ve problemle baş edebilme potansiyellerini ortaya koymuş olurlar. Terapist psikoterapi sırasında ikilem yaratabilir. Bunda amaç problemlerden doğabilecek farklı olaylar ve düşünceler hakkında öngörü kazandırmaktır. Bu öngörü terapi sırasında geriye dönüşleri de engellemiş olur. Terapi sonunda da tebrik ve sertifikalardan faydalanılır. Problemin ortadan kalktığına dair somut bir onay olarak görülür. Öyküsel terapi yaklaşımında terapistler bir çok rolü tercih edebilirler. Bununla beraber sıklıkla öğrenmeye ve anlamaya çalışan bir tutum içerisinde aile ile iş birliği yaparlar. Bu süreçte açıklama, dinleme, özetleme, problemin anlaşılır olduğundan emin olma gibi diğer terapi yaklaşımlarını benimseyen psikoterapistlerle benzer teknikler kullanırlar. Farklı olarak öyküsel aile terapistleri semptomların aile içerisindeki işlevselliğini reddeder. Terapi hedefleri, semptomları en kısa sürede ortaya çıkarmak ve yok etmektir. Bu nedenle psikoterapist ailenin problem yaşadığı zamanlarda neyi deneyimlediğini ve istisnai durumları derinlemesine sorgular (Hızlı Sayar ve Berksun, 2013). Terapist, öyküsel aile terapisinde aileye yardım etmek istiyorsa ailenin eski hikayelerden ayrışmasını desteklemelidir. Problemin artık kontrol altında olduğunu ifade etmelidir. Aile yeni hikayeleri oluştururken terapist de istisnai durumlara bakarak aileye yardımcı olur. İşte bu hikaye oluşturma esnasında başarılı bir sonuca ulaşabilmek için terapist uzun bir sorgulama süreci yapmalıdır ve dili dikkatli kullanmalıdır.

Öyküsel aile terapisine başlandığında terapist seansta meraklı olmalı ve ailenin tüm yapısı ile ilgili sorular sormalıdır. Seans sırasında terapist notlar alır ve ailenin dilini iyi analiz ederek konuşurken ailenin dilinden konuşmaya özen gösterir. Öyküsel aile terapisti sorunun nasıl ortaya çıktığından daha çok sorunun aile sisteminde nasıl devam ettiğiyile ilgilendiği için aile bireylerinin neleri istemediğinden daha çok neleri istediğine odaklanır. Hikaye oluşturma esnasında tespit edilen sorun çıkarılıp sorunsuz bir hayat nasıl olur gibi kurgular yaptırılmalıdır. Böylece sorunu dışsallaştırmış oluruz. Sorunlar konusunda aile bireyleri sorunun kendi sorumluluklarında olmadıkları eğilimine daha yatkınlardır. Terapi sonuç vermeye başladıkça sık sık aile bireylerine olumlu geri bildirim verilmelidir. Terapinin sonlarında artık sorun çözülmeye başladığı zamandan itibaren aileye bir sonraki görüşmemizde gibi söylemlerde bulunulmaz. Terapinin ne zaman yeterli olup son bulacağına aile karar vermelidir.

SONUÇ

Aile insanlığın varlığından beri soyun devamı için oldukça önemli olan bir toplum yapısıdır. En basit hali ile anne baba ve çocuklardan oluşmaktadır. Yaşamın bir kısmını veya tamamını beraber geçiren aile üyeleri arasında çatışmaların olması ise kaçınılmazdır. Aile terapileri, aile bireylerinin kişiler arası ilişkilerin kalitesini arttırmak, ilişkilere işlevsellik kazandırmak ve çatışmaları çözmek için yapılan bir müdahale biçimidir. Aile ile ilgili çalışmalar uzun zamandır devam etmektedir. İlk olarak Freud ve Adler ile başlayan çalışmalar 2. Dünya Savaşı sonrası hız kazanmış ve 1970'lerden itibaren de teorik bilgiler klinik uygulamalara evrilmiştir. Günümüzde aile terapilerini üç kuşak altında başlıklandırabiliriz (Hızlı Sayar ve Berksun, 2013; Nazlı, 2014; Özabacı ve Erkan, 2014). İkinci kuşak terapilere dahil olan Milan sistemik terapi, terapistin sisteme etkin olarak dahil olduğu, semptomları yok etmekten daha çok sistemin döngüsüne odaklanıldığı bir terapi biçimidir. Çözüm odaklı aile terapisi ise soruna değil çözüme odaklanılan, aile bireylerine kaynak güçlendirmesi yapılarak farklı bakış açıları ve baş etme becerilerinin kazandırılmasını amaçlayan ve bu sayede çözüme ulaşan terapi modelidir. Öyküsel terapi ise diğer iki terapi modelinden farklı olarak geçmiş ve sorunlara odaklanan, bu sorunları öyküler aracılığı ile ortaya çıkaran ve sonrasında bireylerin üzerindeki etkilerini tanımlamayı amaçlayan terapi modelidir. Ayrıca öyküsel aile terapisi modelinde terapistin ne zaman sonlanacağına da aile karar vermektedir.

KAYNAKÇA

- Algan, T. (2016). Aile Danışmanlığı Uygulaması: Dünü, Bugünü ve Yarını. *İnsan ve Toplum Bilimleri Araştırmaları Dergisi*, 5(7), 2208-2217.
- Çelik, H. (2017). Psikoterapide Yeni Soluk: Öyküsel Terapi. *Kafkas Eğitim Araştırmaları Dergisi*. 4(1), 34-50.
- Davis, K. (1940). The sociology of parent-youth conflict. *American Sociological Review*. 5(4), 523-535.
- Doğan, S. (1999). Çözüm - Odaklı Kısa Süreli Terapi: Kuramsal Bir İnceleme. *Türk Psikolojik Danışma ve Rehberlik Dergisi*. 2(12), 23-38.
- Fitzpatrick, M. A. T. (2002). Badzinski DM. All in the family: Interpersonal communication in kin relationships. Knapp, M.L. (Ed.), *Handbook of Interpersonal Communication*. (ss. 689-737), London: Sage.
- Galvin, K. (2006). Diversity's Impact on Defining the Family: Discourse-dependence and Identity. Turner, L.H. ve West, R. (Ed.). *The Family Communication Sourcebook*. (ss. 3-19), California: Sage.
- Güleç, C. ve Köroğlu, E. (1997). *Psikiyatri Temel Kitabı*. Ankara: Hekimler Yayın Birliği.
- Hızlı Sayar, G. ve Berksun O. E. (2013). *Aile ve Eş Terapileri*. Ankara: Detay Yayıncılık.

- Karagöz, L. (2012). Teori ya da Realite: Hakim Terapi Kuram ve Uygulamaları Karşısında Konumlanış ve Arayışlar. *İnsan ve Toplum Bilimleri Araştırma Dergisi*. 2(3), 93-117.
- Kararımak, Ö. ve Bugay, A. (2010). Postmodern Dialog: Öyküsel Psikolojik Danışma. *Türk Psikolojik Danışma ve Rehberlik Dergisi*. 4(33), 24-36.
- Kerimoğlu, E. (1996). *Aile Tedavileri*. Ankara: Ankara Üniversitesi Basımevi.
- Meydan, B. (2013). Çözüm Odaklı Kısa Süreli Psikolojik Danışma: Okullardaki Etkililiği Üzerine Bir İnceleme. *Türk Psikolojik Danışma ve Rehberlik Dergisi*. 4(39), 120-129.
- Nazlı, S. (2014). *Aile Danışmanlığı*. Ankara: Anı Yayıncılık.
- Özabacı, N. ve Erkan, Z. (2014). *Aile Danışmanlığı, Kuram ve Uygulamalara Genel Bir Bakış*. Ankara: Pegem Akademi.
- Worden, M. (2013). *Aile Terapisi: Temelleri* (T. Akbaş, Çev.) Adana: Nobel Yayınevi.



Z KUŞAĞININ BAKIŞ AÇISINDAN MEDYA TÜKETİM İLİŞKİSİ

Mihalis Kuyucu

¹ Alanya HEP Üniversitesi Sanat ve Tasarım Fakültesi, ORCID ID: 0000-0002-1931-6844

ÖZET

Kitle iletişim araçları modern zamanlarda toplumu etkileyen en önemli unsurlar içerisinde değerlendirilmektedir. Modernleşme süreci ile beraber temel tamamlayıcı araçlardan biri olan medyanın tüketim üzerinde belirleyici rolü her geçen gün artmaktadır. İletişim alanındaki gelişmelere paralel olarak, televizyon ve radyonun yanı sıra dijital medya da kitle iletişiminde başat rol oynar hale gelmiştir. Toplumsal yapı ve kültür üzerinde artan etkisi nedeniyle medyanın artan egemen gücü birçok açıdan inceleme konusu olmaktadır. Özellikle yeni iletişim teknolojileri sayesinde tüketimin şekillendirilmesi, medya çalışmalarında sıklıkla incelenen konulardan biri olmaktadır. Çünkü kitle iletişim araçları, her geçen gün insanların hayatına daha çok nüfuz ederek değerler, tutumlar ve alışkanlıklarını etkilemektedir. Kapitalist üretimin ortaya çıkışından itibaren iletişim ve medya, tüketim olgusu üzerinde çok önemli roller oynamıştır. 1980'lerden itibaren serbest piyasa ekonomisinin dünyadaki egemenliği ile tüketim de yoğunluklu olarak medyanın etkisi altına girmiş, ürün ve hizmetlerin piyasaya sunulması ve satılmasında medya aracılığıyla gelişen reklamcılık belirleyici hale gelmeye başlamıştır. Bu çalışmada medyanın tüketicilerin satın alma davranışları üzerindeki etkisi, kısaca medya ve tüketim ilişkisi incelenmiştir. Bu kapsamda öncelikle tüketim ve tüketim toplumu kavramları incelenmiş, ardından medya ve tüketim ilişkisi ve ilgili çalışmalar değerlendirilmiştir. Çalışmanın araştırma bölümünde ise medya ile tüketim ilişkisini irdeleyen bir nitel araştırmaya yer verilmiştir. Araştırmada Z kuşağının temsilcilerinin medyanın tüketime olan etkisine yönelik görüşlerinin incelenmesi amaçlanmıştır. Bu amaçla toplam 18 katılımcıya medya endüstrisinde hangi mecraın insanların tüketim alışkanlıklarını daha fazla etkilediğine yönelik nitel bir araştırma gerçekleştirilmiştir. Araştırma sonucunda Z Kuşağının televizyon ve sosyal medyanın insanların tüketimlerini biçimlendiren en önemli iki mecra olduğu konusunda ortak fikir bildirmişlerdir.

Anahtar Kelimeler: Medya, Tüketim, Z Kuşağı, Televizyon, Sosyal Medya

MEDIA AND CONSUMPTION RELATIONSHIP FROM THE PERSPECTIVE OF GENERATION Z

ABSTRACT

Mass media is considered among the most important factors affecting society in modern times. With the modernization process, the decisive role of the media, which is one of the basic complementary tools, on consumption is increasing day by day. Parallel to the developments in the field of communication, digital media has become a dominant role in mass communication as well as television and radio. Due to its increasing influence on social structure and culture, the increasing dominant power of the media is subject to examination from many angles. In particular, shaping consumption, thanks to new communication technologies, is one of the issues frequently examined in media studies. Because the mass media influence the values,

attitudes and habits by penetrating people's lives more and more every day. Since the emergence of capitalist production, communication and media have played very important roles on the phenomenon of consumption. Since the 1980s, with the domination of the free market economy in the world, consumption has also been heavily influenced by the media, and advertising developed through the media has become determinant in the introduction and sale of products and services. In this study, the effect of media on the purchasing behavior of consumers, briefly the relationship between media and consumption, has been examined. In this context, firstly the concepts of consumption and consumption society were examined, then the relationship between media and consumption and related studies were evaluated. In the research part of the study, a qualitative research examining the relationship between media and consumption is included. In the study, it was aimed to examine the views of the representatives of Generation Z about the effect of media on consumption. For this purpose, a qualitative research was conducted with a total of 18 participants to determine which media in the media industry affects people's consumption habits more. As a result of the research, they shared a common opinion that television and social media are the two most important channels that shape people's consumption.

Key Words: Media, Consumption, Z Generation, Television, Social Media

1.GİRİŞ

Geçmişten günümüze tüketim, ekonominin belirleyici unsurlarından biri olmuştur. Arz-talep olarak nitelendirilen olgunun talep kısmında yer alan tüketim, bugün gelinen noktada bir yaşam biçimi haline dönüşmüştür.

Genel olarak tüketim, ihtiyaçları karşılamak anlamına gelmektedir. Bu haliyle tüketim, öncelikli olarak ihtiyaç dahilinde tanımlanan bir kavramdır. Bir ihtiyaç, varoluş için zorunlu görünmektedir. İhtiyaç yerine getirildiğinde haz duyulurken, aksi halde acı duyulmaktadır (Fırat vd., 2013: 183).

Tüketim olgusunun anlamı, farklı kuramsal görüşler ve tarihsel dönemlere göre farklılık gösterse de genel olarak endüstriyel kapitalizmin üretim modelleri içinde yer alan bir kavram olarak değerlendirilmektedir (Elmasoğlu, 2017: 27). Genel anlamda tüketim maddi olarak tüketmeyi ifade etse de maddi öğelerin dışında sosyal, kültürel ve manevi unsurların da maddeleştirilerek tüketime hazır hale gelmesi söz konusu olabilmektedir. Bu anlamda tüketim yok etme, tüketme bağlamında kullanılmaktadır (Coşgun, 2012: 844).

Sanayi Devrimi öncesinde toplumsal aşama içerisinde çalışma ve artı değer söz konusu olmadığı için, bu dönemde toplum için iş görme gündelik hayatın doğal seyri içinde gerçekleşen bir olgu durumundadır. Günümüzde anladığımız şekli ile çalışma ilk kez sanayileşme dönemi ile ortaya çıkmış ve üretime dayalı kapitalist sanayi sürecinde yoğun işgücü ve çalışma ortaya çıkarken, ilerleyen dönemlerde yaşamak kadar değil daha fazlası için üretim başlamıştır (Ay, 2015: 164).

Tüketim kavramsal açıdan ilk kez 1899'da Thorstein Veblen'in The Theory of Leisure Class (Aylak Sınıfın Teorisi) kitabında ele alınmıştır. Veblen'in çalışmasından sonra tüketimi

ihtiyaçlar ve sahte ihtiyaçlar şeklinde sınıflandıran isim ise Herbert Marcuse olmuştur. Marcuse'a göre beslenme, giyim ve barınma gerçek ihtiyaçlar iken; dinlenme ve eğlenme gibi unsurlar reklamların etkisinde ortaya çıkan tüketme, sevme ve nefret etmeyi içeren sahte ihtiyaçlardır (Hatıpler, 2017: 38).

Serbest pazar koşullarının egemen hale gelmesi ile beraber tüketim, kapitalist sistem, sanayileşme ve tüketim ideolojisi yayan kitle iletişim araçlarının gelişmesi sonucunda toplumsal ve kültürel yapılar üzerinde belirleyici etkiye sahip olmuştur (Elmasoğlu, 2017: 28). Bu bağlamda kitlesel tüketici kültürü, 19. yüzyılın sonlarında ve 20. yüzyılın başlarında reklamın profesyonelleşmesi ve yayılması ile ortaya çıkmıştır.

Tüketim kavramı günümüz dünyasının ideolojisi olarak tanımlanmakta ve tüm ideolojiler gibi hem olumsuz hem de olumlu anlamda eleştirilmektedir. Buna göre tüketim ideolojik açıdan, daha fazla üretim ve daha fazla tüketimin bir sonucu olarak daha zengin bir yaşama dayanır ve insanların özgürlüğünü kısıtlayan, insanları başkalarına bağımlı kılan ve onları yabancılaştıran bir faktör olarak kabul edilir (Fırat vd., 2013: 184).

Tüketim sosyal açıdan incelendiğinde, insanlar arasındaki ilişkileri düzenleme işlevine sahip olduğu, özellikle statü ve prestij endeksine ve göstergesine dönüştüğü göze çarpar (Çakır, 2014: 168). Tüketim ekonomisinde tüketim, pazar koşulları, fiyat mübadele ilişkisi bağlamında sunulan ve tüketilen bir durumun oluşması ile ortaya çıkmakta, dolayısıyla ihtiyaç yerine tüketmiş olmak için tüketme durumu ortaya çıkmaktadır. Bu haliyle alışveriş merkezleri, hipermarket ve alışveriş arabaları tüketimin can damarını temsil etmektedir. Bu süreçte alışveriş için ihtiyaç listesi yapılmaz ve hesapta olmayan alışverişler boş zaman etkinliği ve stres atma aracı olarak değerlendirilir (Hatıpler, 2017: 40).

Tüketim içinde reklamcılığın rolü, yeni arzular uyandırmak ve alıcıları halihazırda sahip oldukları ürünlerin modası geçmiş, olduğuna ikna etmektir. Reklamcılık mesleği, serbest piyasadaki işlevsel ürünler arasından rasyonel seçimler yapan alıcıları, belirli marka ve / veya ürünlerle akılcı olmayan duygusal bağlarla ilişkili seçimler yapan tüketicilere dönüştürmüştür (Bahar, 2003: 2).

Reklam, insanların hayatında hem sektör hem de toplum açısından önemli bir faaliyet alanına sahiptir. Bu faaliyet alanı, kitle iletişim araçlarının hayatımıza yayılma hızı ve yeteneği ile doğrudan bir ilişki içindedir, çünkü kitle iletişim araçları (televizyon, radyo ve internet) reklamları sunmak için en etkili yerlerdir. Tam olarak bilinmekle birlikte, reklamın satılacak mallar ve malzemeler ve onları konuşacak bir araç olduğu sürece etrafta olduğunu iddia etmek güvenlidir (Tungate, 2007, s. 10). Reklamın yayılmasında en önemli görevi ise medya üstlenmiştir. Medya ekonomik anlamda varlığını sürdürmek için reklamlara daha fazla ihtiyaç duymaktadır. Bu nedenle daha fazla reklam yayınlamaya yönelik çabalar sarf etmektedir. Daha fazla reklam yayınlayan medya daha fazla ciro elde edecek ve karlılığını arttıracaktır. Daha fazla reklamın yayınlanması ise insanların tüketime daha fazla teşvik edilmesi anlamına gelmektedir. Ortaya çıkan tabloda tek gelir kaynağı olan medya işletmelerinin daha fazla reklam yayınlamaya daha fazla para kazanması gerekliliğini çıkartmıştır. Yayınlanan

reklamların üreticiye geri dönüşü ise tüketim miktarı ile ölçülmektedir. Bu nedenle endüstride üretici ile tüketici arasında reklam ve medyanın bir araç olarak kullanıldığı bir döngü kurulmuştur. Bu döngüde medyanın amacı daha fazla reklam almak. Reklam endüstrisinin amacı ise medya aracılığı ile duyurduğu reklamlarının tüketim alışkanlıklarına olumlu etki etmesidir. Bu şekilde dönen bir çarkta üretici daha fazla ürün satacağından daha fazla reklam verecek ve tüketimin artması ile beraber daha yüksek miktarda cirolar yakalayacaktır. Bu çalışmada tüketimin medyanın başta reklam olmak üzere kendi içerikleri aracılığı ile tüketime etki oranı ve biçini hakkında bir araştırma yapılmış ve bu etkinin yeni nesil olarak adlandırılan Z Kuşağının gözünde değerlendirilmiştir.

2. TÜKETİM TOPLUMU KAVRAMI

Her kültürün kendi üretim-tüketim ilişkilerinden kaynaklanan tutum ve davranışları vardır. Antropolojide kültür olarak kavramsallaştırılan bu yaklaşım, günümüz sosyal hayatında iletişim ve bilgi teknolojilerindeki gelişmeler nedeniyle değişmiştir. Bunun nedeni sadece bireyin bağlı olduğu aile veya çevrenin değil, bilgi teknolojisindeki gelişmelerin de bireyin tüketim alışkanlıklarını etkilemesidir. Dolayısıyla küreselleşmeyle ortaya çıkan bu yeni kültür anlayışı, tüketici alışkanlıklarına da yansımakta ve bireyin yaşam tarzını ve tüketimini etkilemektedir (Nar, 2015: 944). Bu nedenle, medya mesajları küçük veya kitlesel insan gruplarına iletmek için gerekli mecra haline dönüşmüştür.

Reklamın mesajlarını iletmek için, ister ağızdan ağıza, ister kağıt, radyo, televizyon veya internet olsun, bir ortama ihtiyaç vardır. Piyasa ekonomisi ve kapitalist sistemle ilişkili tüketim toplumunda, ürünler tüketicilere bir dizi gösterge ve sembol aracılığıyla satılmaktadır. Böylelikle ürünün maddi varlığı ile ona atfedilen değerler arasında bağlantı kurulmakta ve değer yüklü ürün tüketiciye satılmaktadır (Gökaliçler ve Saatçioğlu, 2016: 26).

Tüketim toplumu olgusu, tüketimin ihtiyaçtan ziyade bir grubun üyesi olma, kimlik, imaj ve sınıf atlama gibi simgeler ile değer yaratmaktadır. Dolayısıyla kitle iletişim araçlarında tüketim yolu ile insanların sınıf atlayacağı, kendilerini değerli hissedeceği, bir grup aidiyetinin olacağı ve farklı olacağına yönelik iletiler sunulmaktadır. Bu bağlamda ürüne çok az vurgu yapılmakta ya da hiç yapılmamaktadır (Dikici, 2017: 61).

Günümüz toplumsal anlayışında tüketime büyük önem atfedilmekte, tüketime yönelik bir yaşam biçimi popüler kültür aracılığı ile her kesime taşınmaktadır. Tüketimin önem kazanmasının ilk nedeni, bireylerin toplum içerisindeki yerlerinin belirleyiciliğidir. Buna göre toplumsal katmanda bireyler daha üst sınıf gibi görünebilmek için o sınıfın yaşam tarzını taklit etmekte, bu anlamda tüketim insanların sınıf atlama duygularına hitap etmektedir.

Tüketim kültürü içerisinde bireylere özgür oldukları ve seçim şanslarının olduğu söylene de tüketici sistem tarafından kontrol edilerek yönlendirilmektedir. Bu nedenle konu ile ilgili eleştirilerin odak noktasını tüketim adı altında esaret altına alınan bireylerin tükettikçe tükendikleri oluşturmaktadır. Dolayısıyla sistemde tüketicinin kendisi de üretilmekte ve sistem

ürünü üretirken tüketiciyi kontrol altına almayı amaçlayarak, yapay ihtiyaçlar yaratmaktadır (Dikici, 2017: 59).

Tüketim toplumu, tüketicinin, tüketim ideolojisi tarafından yönlendirildiği bir toplum modelidir. Sanayi toplumu sonrasında üretim, ekonomik bir sorun olmasının yanı sıra kültürel boyutu ile de önem kazanmış ve metalar yalnızca nesne olarak değil gösterge, imge, hayal ve zevk olarak tüketilmiştir. (Aydın, Marangoz ve Fırat, 2015: 28).

Kapitalizm, 2. Dünya Savaşı'ndan sonra siyasi, ekonomik ve kültürel alanlarda önemli dönüşümlerin nedeni olmuştur. Kültürel yapıyı oluşturan farklı kaynaklardan biri olan tüketim olgusu, kültürel yeniden yapılanma sürecinde değişmiş ve tartışma konusu olmuştur. Yeni kapitalizm artık üretim süreçlerine olan desteğini tüketim alanlarına kaydırdı ve insanların geri kalan zamanlarını tüketim için çalışmaya harcamalarını talep etmiştir. Kapitalizmin amacı, boş zamanı amaçlı kullanmak ve yeni ideolojiler, değer yargıları ve kanaatler yaratmaktır. Hegemonik bir güç haline gelen kapitalizm, durumu farklı kanallardan kitlelere benimsetmeye çalışmaktadır (Aytaç, 2004: 116).

Modern reklamcılık tarihindeki en önemli gelişme, insan kararlarını etkilemeye başlamasıdır. Bu, tüketim toplumuna geçişteki en önemli dinamiklerden biridir. Tüketicideki değişim, tüketim bilincinin şekillenmesinden geçer. Böylelikle ihtiyaçların belirlenmesi ve ürünlerin kullanımı teşvik edilerek yaratılan sanal ihtiyaçlar arasından tüketicilerin seçiminde özgürleşmiştir. Aynısı, mevcut ürünlerde yapılan değişikliklerin yanı sıra yeni ürün ve hizmetlerin üretimi için de geçerlidir. Tüketim araçlarının yaratılması yeni bir kavram değil, ancak 2. Dünya Savaşı'ndan sonra tüketim hızının arttığı görülmektedir.

Postmodern bir toplumda reklam, yalnızca tüketimi artırmanın ve tüketici bilincini yönlendirmenin ve yükseltmenin bir yolu değildir. Aynı zamanda bireylerin sadece temel ihtiyaçlarına göre değil, üretim stratejilerinin belirlenmesine göre de tüketmelerini sağlayan önemli bir unsurdur. Jean Baudrillard, geç kapitalist toplumda elektronik kitle iletişim araçlarının rolüne dikkat çekmiştir. Televizyon, insanların gerçeklik duygusunu tehdit eden çok sayıda görüntü ve bilgi üretir. Bu dünya, gerçeklik ve hayal gücü arasındaki ayrımın azaldığı bir simülasyon dünyası yaratır. Bu nedenle Baudrillard, ihtiyaçlar söyleminin ve tüketim toplumunun yakıtının, mutluluğa yönelik doğal bir eğilime dayandığını öne sürmektedir. Ürün satmak amacıyla medya ve reklamların gönderdiği tüm mesajlar mutluluk vaadi içermektedir. Baudrillard'a göre mutluluk efsanesi eşitlik mitinden türemiştir. Eşitlik mitinin gücü sanayileşme sonrası mutluluk mitine aktarıldı ve insanlar mal ve malzeme edinerek mutlu olmaya başladı. Ancak gizli tez, tüm insanların ihtiyaçtan ve kullanım değerinden önce eşit olduğu, ancak eşitsiz oldukları ve nesnelere ve malların değişim değerinden önce bölündükleridir (Baudrillard, 1999: 50).

Bir tüketim toplumunun vaadi, kitle iletişim araçlarındaki mesajlarla (aynı televizyon programlarını seyrederek, herkes için aynı şekilde) benzer arzular yaratarak insanları eşit hale getirmektir. Nesnelere artık basit nesnelere değil, ancak vitrinler, reklamlar, üretici ve marka adı sayesinde tutarlı ve kolektif bir vizyon sunmaktadır. Çamaşır makinesi gibi bir nesne / alet,

bulaşık makinesi veya buzdolabı gibi diğer nesnelere / aletleri çağrıştırır ve bu şekilde birbirlerini daha karmaşık bir süper nesne olarak gösterirler ve tüketiciyi daha karmaşık bir dizi satın alma güdüsüne çekerler (Baudrillard, 1999: 27).

Ritzer (2005, s. 28) bunun iki nedeni olduğunu belirtir. Birincisi, insanların daha fazla kaynağı ve serveti olmuş ve onları kişisel tüketimlerine harcama ve yatırım yapma konusunda istekli olmuşlardır. İkinci olarak, 2. Dünya Savaşı'ndan sonra, arzular yaratmak ve insanları tüketmeye ikna etmek için tasarlanmış reklamlara muazzam miktarda para yatırılmıştır, böylece insanlar sözde "ihtiyaçlarını" tatmin etmeye başlamıştır. Günümüzün rekabetçi pazarında üreticilerin özenle tasarlanmış reklamlar ve satış promosyonları ile tüketicilerin dikkatini çekmesi hayati önem taşımaktadır. Reklam, üretimin vazgeçilmez bir parçası haline gelmiştir. Bunun sonucunda üretim giderlerinin yüzde 34'ü reklama atfedilmiştir (Sama, 2019, s.55).

Post-modern çağda tüketimin temel unsuru sahip olunan araçların, gereksinimleri karşılamadan çok prestij ve statü nesnesi haline gelmesidir. Bu tarz bir tüketim, bireylerin toplumda kendilerini daha değerli hissetmelerini sağlamaktadır (Hatıpler, 2017: 45). Medya içerikleri ise tüketiciye ürünleri kullanarak sınıf atlama ve yaşamının olumlu şekilde değişeceği algısının yanı sıra farklı olacağını empoze etmektedir. Özellikle 90'lardan itibaren medya ürünleri ve kitle iletişim araçlarındaki reklamlarda bu durum açık bir şekilde görülmektedir (Elmasoğlu, 2017: 29).

3. KİTLE İLETİŞİM ARAÇLARI VE TÜKETİM ARASINDAKİ İLİŞKİ

Kitle iletişim araçları, matbaanın ortaya çıkmasından günümüze kadar her zaman var olmuştur. Gazetelerin yaygınlaşması ile artan günlük okuyucu sayısı nedeniyle gazeteler reklam verenlerin hedefi haline gelmiş ve gazete sahiplerinin gelirlerini artırmaları için bir fırsat olmuştur.

Gazeteler daha hızlı hazırlanmaya başlaması ve fotoğraf gibi görsel unsurların daha yaygın kullanılması gibi gelişmeler gazetenin okuyucunun ilgisini artıran ve gazeteleri ilgi çekici kılan bir araca dönüşmesine de yardımcı olmuştur. 19. yüzyıldan itibaren çağdaş gazete modeli, daha geniş bir kitleye hitap eden yeni bir iş modeli üzerinde gelişmiştir. Bu bağlamda gazeteler iş modellerini değiştirerek bu yeni okuyuculara hitap edecek daha geniş kitlelere çeşitli formatlarda gazetelerini basmaya başlamışlardır.

Sanayi Devrimi'nin getirdiği değişimle birlikte kâğıt ve diğer girdi maliyetleri azalmış, gazete fiyatları düşmeye başlamış ve bu da okuyucu sayısının artmasını sağlamıştır. Tüm bu gelişmeler, önceki iş modelinde olmayan yeni bir uygulamaya geçişi kolaylaştırmıştır. Yeni ve alternatif bir iş modeli ortaya çıkmıştır. Bu iş modeli reklam gelirlerini kendisine hedef almış ve perakende ürünleri geniş bir şekilde tanıtmaya başlamıştır. Bunun sonucunda reklamcılar bu yeni ve dinamik kitleye yönelmiştir. Gazetelerin reklam gelirleri artmaya başlamış ve basın işletmelerinin tüm gelirlerinin yarısını oluşturmaya başlamıştır.

Radyonun icadından sonra, radyo mecrası dinleyiciler arasında hızla popüler olmuştur. Radyo dinlerken insanların ihtiyaç duyduğu tek şey, sinyalleri alıp sese dönüştüren bir radyo cihazıdır ve gerekli ekipmanı aldıktan sonra, herhangi bir radyo istasyonunu dinlemek ücretsizdir. Herkesin kabul ettiği gibi "ücretsiz" terimi, herhangi bir kitle iletişim aracının doğasına aykırıdır. Ticari radyo ve televizyon işletmelerinin masraflarının karşılanması gereklidir. ABD Ticaret Bakanı Herbert Hoover'ın 1919'da radyo dalgalarını kirletmemek için reklam yapmama umudunu dile getirmesine rağmen, radyoda ilk reklamın yayınlanması yalnızca bir yıl sonrasına rastlamaktadır. Radyodaki reklamların öncüsü ise radyonun kendi tanıtımı olmuştur. Bu ilk reklamlar halkı kendi kullanımları için radyo alıcısı almaya teşvik etmiştir (Turow, 2009: 423).

İlk yıllarda bazı istasyonlar bunu düşünsede radyo istasyonlarının dinleyicilerden para talep etmesi mümkün değildir. Bu nedenle, bir radyo istasyonu işletmenin artan maliyetlerini reklam yoluyla karşılanmasını zorunlu kılmaktadır. Amerikan evlerinin yüzde 80'inin radyo setine sahip olduğu (50 milyondan fazla) 1940 yılında, radyo sektörü için reklam geliri 155 milyon dolar olarak ölçülmüştür. Bu da doğal olarak gazetelerin reklam gelirlerinde ciddi bir düşüşe neden olmuştur. Gazete sahipleri bu sorunu radyo istasyonları satın alarak veya yeni radyo kanalları kurarak çözmüşlerdir. Aynı yıl ABD'deki tüm radyoların üçte biri gazete şirketlerinin mülkiyetlerine geçmiştir (Hilliard ve Keith, 2005: 91).

Bu konudan da anlaşılmaktadır ki tüm kitle iletişim şirketlerinin temel amacı reklam yoluyla para kazanmaktır. Belki kullanıcılar radyo dinlemek için para ödemiyorlar ama bu bedeli kitle iletişim araçlarının yönlendirdiği mesajları tüketerek ödüyorlar. Aynı sebep televizyon için de geçerlidir. Bir televizyon istasyonu ve televizyon programlarını işletmenin maliyeti radyoya göre çok daha fazladır.

Televizyonun insanların günlük yaşamlarına girmesi ile birlikte insanların kitle iletişim araçlarının sunduğu her mesajı görmeye ve dinlemeye alıştıkları bir atmosfer yaratılmıştır. İlk olarak 1940'larla beraber ABD'de bir reklam aracı olarak kullanılmaya başlayan televizyon, ses ve görüntüyü aynı anda iletebilmesinin avantajı ile milyonlarca insanı kendisine bağlamış ve reklamcılık için en uygun ortam olarak değerlendirilmiştir (Atar ve İspir, 2019: 307).

Bilgi ve iletişim teknolojileri sayesinde gelişen ve yaygınlaşan medya, sahip olduğu görsellik aracılığı ile geniş kitleleri büyüleyerek yönlendirebilir hale gelmiştir. Günümüzde medya gücünün en önemli özelliği ucuz ve bireysel bir etkinlik olan internetin yaygınlaşmasıdır. Medya toplumu dönüştürebilme gücüne eriştiği gibi bu özelliği artık çok daha geniş kitlelere yaymış durumdadır. 20. yüzyıl itibarıyla tüketimin sunduğu değerlerin benimsenmesinde temel araç, Batı kaynaklı filmler ve dizilerle yayılan yaşam biçimi olmuştur. Özellikle yeme içme, mobilya, araba seçimi ve moda gibi gizli reklamlar sayesinde yeni bir yaşam tarzı ortaya konularak bunun yerleşmesi sağlanmıştır (Hatipler, 2017: 46).

Reklam, üyelerin sosyal, kültürel, ekonomik ve davranışsal yönlerini perspektif olarak etkileyen çok güçlü bir olgudur. Tüketim kültürünün bir ürünüdür ve yaşam tarzını açıklar. Reklamın büyüdü dünyasında ürün ve hizmetler, insanları mutlu yaşam için tetikleyerek vaatlerle sunulur. İnsanlar günlük hayatta binlerce reklam mesajıyla karşılaştı. Ortalama miktar

sadece televizyon reklamcılığı ile ayda 900'e ve yılda 10 bine ulaşmaktadır. (Karadeniz, 2013: 19). Ücreti ödenmiş bir medya aracı olarak reklam, mal ve hizmet tanıtımının ötesine geçerek yaşam biçimleri sunmakta ve tüketicilere birçok noktadan ulaşabilmektedir. Reklamlar ile kuşatılmış toplumda kitle iletişim araçları satın almayı kolaylaştırmakta ve tüketim kültürünün oluşmasını sağlamaktadır. Reklam ürün ve satın alma kültürü arasında köprü vazifesi görerek tüketim ideolojisini yaygınlaştırmaktadır (Elmasoğlu, 2017: 40).

Televizyon reklamları diğer mecralar ile karşılaştırıldığında daha maliyetlidir. Bununla beraber ödeme stratejisi diğer araçlardan farklı olsa bile etkinliği yüksektir. Herkesin evinde en az bir televizyon olduğu için çok sayıda insana ulaşabilen bu mecra, izleyicilerin yayınları izlerken reklama maruz kalmaları sayesinde gelir elde etmektedir. Öte yandan televizyon duygularımıza hitap ediyor çünkü televizyon reklam içeriğinin ne hakkında olduğunu görüyor, dinliyor ve yorumluyoruz. Bu karakterinden dolayı televizyon hareket ediyor yani televizyon güçlü bir mecra ve etkinliği çok daha güçlü olduğu için reklamcılar tarafından diğer mecralardan daha çok tercih ediliyor.

Televizyon her ne kadar toplumun tüketim alışkanlıklarında temel araç olarak yerini korusa da, internet ve mobil cihazların kullanımı sayesinde sosyal medya da etkin hale gelmeye başlamıştır (Aktaş vd., 2011: 120). Özellikle 2000li yıllarda yaygınlaşan dijitalleşme sonrasında bir dijital dönüşüm başlatmış ve medyayı olduğu kadar reklam endüstrisi ve beraberinde tüketime olan etkisini de şekillendirmeye başlamıştır.

Günümüzde yeni iletişim teknolojilerinin ve dijital medya araçlarının en popüler olanı hiç kuşkusuz sosyal paylaşım ağlarıdır (Babacan, 2015:75). Sosyal paylaşım ağları tek bir ortak kaynak üzerinden birine bağlanan insan grupları olarak tanımlanabilmektedir. Genel olarak sosyal ağ kullanıcıların kendileri ile ilgili kişisel haberleri verebilecekleri, arkadaş edinebilecekleri veya arkadaşları ile etkileşimli bir şekilde iletişim kurabilecekleri, resimlerini, videolarını paylaşabilecekleri, çeşitli etkinlikler düzenleyebileceği web sitelerine denilmektedir (Aydoğan, 2010:27).

Sosyal ağ siteleri gibi diğer tüm sosyal medya araçları bireylerin sosyalleşme sürecini kolaylaştırmakla beraber paylaşılan bilgiler neticesinde de tüketicilerin hem yaşam biçimlerinde hem de alışkanlıklarında kayda değer değişiklikler meydana getirmiştir ve söz konusu etkileşimli yapı, tüketicilerin yaşam biçimlerinde ve alışkanlıklarında önemli değişiklikler meydana getirmektedir. Tüketici sosyalleşmesi bağlamında yapılan bir çalışmada, “Çevrimiçi tüketicilerin sosyal ağ reklamlarına yönelik tutumlarının büyük ölçüde sosyalleşme faktörlerine bağlı olduğu ortaya çıkarken tüketime yönelik sosyal medyada akran iletişiminin satın alma kararlarını etkilediği ortaya çıkmaktadır” (Balıkçioğlu ve Volkan, 2016:302).

4. TÜKETİM TOPLUMU VE MEDYANIN İŞ BİRLİĞİ

Tüketim toplumunda bireyler sürekli olarak kitle iletişim araçları aracılığı ile tüketime yönelik mesajlar ile nasıl görünmesi gerektiği, nasıl davranması gerektiği veya ne olması gerektiği ile ilgili olarak yönlendirilmektedir. Böylece tüketim bir boş zaman etkinliği haline gelerek

gündelik hayat içerisinde yer almasının yanı sıra bireyin planlı bir şekilde kodlanarak tüketime itildiği bir yöne evrilmektedir.

Kitle iletişim araçları olan medya kanallarının, önemli işlevlerinden biri algı yönetimi açısından toplumda üstlendikleri roldür. Kitle iletişim araçları aracılığı ile topluma iletilen mesajlar bireyin tüketim algısı yaratmasında başat rol üstlenmektedir. Kitle iletişim araçlarında görüntüsel özelliğe sahip internet ve televizyon yayınları toplumların moral değerleri üzerinde belirleyici hale gelmiş; bu haliyle de sadece sosyo-kültürel ve ekonomik değil, aynı zamanda stratejik baskı gücüne de sahiptirler. Dolayısıyla medya gücünü en çok kullanan toplumlar, küreselliği de savunmaktadır (Dikici, 2017: 66-67).

Reklam, tüketicilerin marka hakkında bilgilendirilmesini ve markanın ürün ve hizmetlerini tanıtmalarını sağlamak için stratejik olarak planlanmış bir iletişim sürecidir. Reklamcılığın bir diğer önemli görevi de tüketicileri satın almaya ikna etmektir. İkna edici iletişim ve tüketici davranışı gibi araştırma konuları, tüketicileri satın alma konusunda yönlendirmek amacıyla reklamcılık için giderek daha önemli hale gelmektedir (İplikçi, 2015: 51).

Bireyin medya ve reklamların satın almaya yönlendiren etkisi ile karşılaşması, tüketim toplumunda yer almasını kolaylaştırmaktadır. Kitle iletişim araçlarının sunduğu yaşam biçimleri, bireyi tüketmeye yönlendirmektedir. Daha geniş bir perspektiften kitle iletişim araçları ile sunulan tüketim kalıplarının oluşmasında da medya belirleyici durumdadır. Bu araçlar, bireyleri bilgilendirmesinin yanı sıra toplum üzerinde tüketim kültürünün egemen olmasına çalışmakta ve bireyleri tüketime yönlendirmektedir. Bireylerin günlük yaşamlarında oluşturulmaya çalışılan tüketim algısı da kitle iletişim araçları sayesinde kitleselleşmektedir (Şahin, 2005: 159).

Kitle iletişim araçlarında sunulan yayınlar bireye gerçeklik göstermekten ziyade göstergelerden yararlanmaktadır. Kitle iletişim araçları; içeriğiyle, aktardığı mesajlarla, aktarılan içerikte yer alan ve derinlik sağlayan unsurlarla, bireyi etkilemektedir (Özdemir, 1998: 98). Böylece medyanın sunduğu tüm içeriklerin belirli bir süzgeçten çıkarak bireyin karşısına çıkması, bireyi ihtiyaçlarını sorgulamaya itmektir. Medya gerçekliği sunduğunu iddia etse de gerçekte sunulan gerçekliğin yanılsamasıdır. Tüketim olgusu kitle iletişim kanalları ile daha kolay yayıldığından, bireyin ürüne ulaşmasının çabukluğu tüketimin devamlılığını sağlamaktadır.

Medya ya da kitle iletişim araçlarıyla tüketiciye mesaj aktarımını sağlamaktadır. Kitle iletişim araçları geniş kapsama ve etki alanına sahip olmaları nedeniyle reklamcılar açısından güçlü etki sağlama ve sonuç alma arzusuyla en çok tercih edilen araçlar olarak değerlendirilmektedir. Reklam araçları ya da reklam medyası basın, yayın ve diğer olarak üç başlık altında ifade edilmektedir. Hedef kitle ile reklam mesajlarının karşılaşmasını sağlayan bu üç alan ekonomik, sosyal, kültürel etki ve bu etkilerin sonuçları bakımından son derece önemlidir". Bu araçlara kısaca göz atmak gerekirse (Ertunç, 2011:12-13):

- *Basılı Reklam Araçları:* “Mesajları hedef kitleye yazı, fotoğraf gibi görsel unsurlar ile ulaştıran görece daha kalıcı reklam ortamlarıdır. Bu araçlar; gazete, dergi, doğrudan postalamadır”.
- *Yayın Yapan Reklam Araçları:* “Mesajları hedef kitleye ses, görüntü ve efektler gibi hem görsel hem işitsel unsurlar ile geniş kitlelere ulaştıran, ilgi çekiciliğinin yüksek olması nedeniyle en etkili ve reklam verenlerce en çok tercih edilen reklam ortamlarıdır. Bu araçlar ise; radyo ve televizyondur”.
- *Diğer Reklam Araçları:* “Basılı ve yazılı reklam ortamlarının destekleyicisidirler. Açık hava reklamcılığı, sinema, internet gibi araçlardır. Diğer reklam araçlarında belirtilen İnternet, günümüzde ilerleyen ve yaygınlaşan iletişim teknolojileri bakımından reklam ve reklamcılık için büyük önem taşımaktadır. Yaygın internet kullanımı içerik ya da nitelikte değil reklam alanında yöntem olarak değişiklik getirmiştir”.

Kitle iletişim araçlarıyla, tüketim empoze edilmeye çalışıldığı için medya kanalları hızla gelişmeye devam etmektedir. Kitle iletişim araçlarının gelişmesi ve bu gelişmeyle oluşan yeni medya kanalları, interneti bir tüketim ortamı olarak kullanmaktadır. Tüketicinin kişiselleştirilmesini sağlayan araçlar, internet yoluyla bireye tüketim biçimlerini sunmaktadır. Dijital medya sayesinde oluşan sanal pazar, birey için zaman ve mekan ilişkisininin bağımsız bir ortam yaratmaktadır. Küreselleşen dünyayla bağlantılı olarak her yere ürün satabilen internet siteleriyle, bireyin, tüketim isteğini gidermesi kolaylaşmaktadır. Böylece tüketim için kolaylaştırıcı ve tüketimi hızlandırıcı bir yol sunan internet siteleri, giderek bireyleri tüketime yönlendirmektedir. Yeni medya kanallarıyla, bireyde gerçeğin imgesel kurgusu yaratılmakta ve sürekli tüketim sağlanmaktadır (Bıçakçı, 2008: 14-15).

5. MEDYA VE TÜKETİM İLİŞKİSİ ÜZERİNE DAHA ÖNCE GERÇEKLEŞTİRİLEN AKADEMİK ÇALIŞMALAR

Atar ve İspir (2019) geleneksel ve internet ortamındaki reklamların tüketicilerin reklam değeri konusundaki algıları üzerindeki etkisini ölçmeye yönelik çalışmalarında sosyal medya reklamları geleneksele göre daha bilgilendirici, eğlendirici olarak değerlendirilmiş ve reklam değerini daha yüksek algıladıkları belirlenmiştir.

Göktaş ve Tarakçı (2018) Instagram reklamları özelinde sosyal medya reklamlarını inceledikleri çalışmalarında katılımcıların yüzde 64 gibi büyük çoğunluğu bu mecraya her gün girdikleri, yüzde 78'i sosyal ağda reklamlara dikkat ettikleri, yüzde 45'i ise bu mecraada bir ürün reklamı görerek ürün satın aldığı ve yüzde 60'ının da ürünle ilgili detaylı bilgi sahibi olduklarını ortaya koymuştur.

Can (2015) televizyon reklamlarının marka hassasiyeti üzerindeki etkilerini incelediği çalışmasında televizyon reklamlarının tercihte etkili olmasının, markaya değer sağlamasının, reklamın işletmeye katkısının ve televizyon reklamının önemli olmasının marka hassasiyetine etki ettiği belirlenmiştir.

İşler (2014) televizyon reklamlarında ünlü kullanımının kişilerin satın alma davranışı üzerindeki etkilerini belirlemeye yönelik yürüttüğü çalışmasında katılımcıların yüzde 24,9'u reklamın dikkatini çektiğini belirtirken yüzde 11,8'i reklamın dikkatini çektiğini ve ürünü satın alarak deneyeceğini belirtmiştir. Ayrıca katılımcılar reklamda ünlü birinin oynamasını yüzde 45 oranında etkili olduğunu belirtmiştir.

Özçam ve Bilgin (2012) reklamların satın alma davranışı üzerindeki etkisine yönelik iki ayrı dönemde gerçekleştirilen çalışmalarında kitle iletişim araçlarında en etkili mecraların sırası ile televizyon, radyo, dergi ve broşür olduğunu belirlemiştir.

Aktaş vd (2011)'nin medya ve çocukların tüketim alışkanlıklarına yönelik araştırmalarının sonuçlarına göre çocukların kimden ve hangi kitle iletişim aracından etkilendiği tutum sorularından şu şekilde elde edilmiştir. Çocuklar birincil olarak televizyondan (%55,6), ikincil olarak sınıf arkadaşlarından (% 53) ve üçüncül olarak radyodan (% 35,8) duydukları ve gördükleri ürünleri satın almaya yönelmektedirler. Televizyon, gücünü çocuklar üzerinde de hissettirmektedir. Çocukların televizyona genel olarak bir eğlence aracı gözüyle bakması, kimi zaman reklamların da bu kategoride değerlendirilmesini sağlamaktadır.

6. ARAŞTIRMANIN AMACI VE YÖNTEMİ

Küreselleşmenin etkisiyle medya aracılığı ile Amerikan kültürü tüm dünyaya empoze edilmektedir. Bu kültürün en belirgin özelliği ise tüketimi yüceltmesi ve toplumu “tüketim toplumuna” dönüştürmesidir. Günümüzde neredeyse “yaşamak için tüketmek” değil “tüketmek için yaşamak” durumu yaygın hale gelmiştir. Medyanın tüketime olan etkisi hem akademik hem de sektörel bazda sürekli olarak tartışma konusu yapılmakta ve araştırmalara konu edilmektedir. Geleneksel medyada reklamlar kitlelere yapılagelmişken, özellikle internetin “kişiyeye özel reklam” çağını başlatması ile birlikte bireylerin manipüle edilmesi kolaylaşmıştır.

Günümüzde herhangi bir konuda araştırma yapan birisi, internet üzerinde haber okurken dahi araştırdığı konuya ilişkin reklamlarla karşı karşıya kalmaktadır. Bu araştırmada, hayatlarının tamamında dijital medya ile yakın olan ve Z kuşağı olarak adlandırılan kitlenin medyanın tüketime olan etkisine yönelik görüşlerinin incelenmesi amaçlanmıştır.

Bu amaçla toplam yirmi iki , 1999 yılından sonra doğan Z kuşağına ait gence yarı yapılandırılmış ona dakikalık mülakatlar yapılmıştır. Medya endüstrisinde hangi mecranın insanların tüketim alışkanlıklarını daha fazla etkilediğine ilişkin bir soru yönetilerek Z Kuşağının bu soru çerçevesinde “medya & tüketim” ilişkisi üzerine görüşleri kayıt altına alınmıştır. 01-28 Şubat tarihleri arasında telefon görüşmesi ile yapılan mülakatlar incelenmiş ve araştırmaya katılan gençlerin medyanın tüketim alışkanlıklarına olan etkisine yönelik düşünceleri analiz edilerek derlenmiştir. Araştırmanın temel sorusu Z Kuşağı medyanın insanların ve kendilerinin tüketim alışkanlıklarını nasıl etkiliyor?” iken temel amacı medyanın insanların tüketim alışkanlıklarını etkilediği hipotezi ile ilgili ne düşündüklerinin örneklem üzerinden betimlenmesidir.

6.1 Araştırmada Elde Edilen Bulgular

Katılımcılara medya endüstrisinde hangi mecranın insanların tüketim alışkanlarını daha fazla etkilediği ve en fazla etkileyen üç mecranın hangisinin olduğu sorusu yönetilmiştir. Katılımcılara görüşleri açık uçlu soru olarak sorulduğundan, verilen yanıtlarda “sosyal medya” gibi genel bir yanıt ve ayrıca “Instagram” ve “Youtube” gibi spesifik yanıtlar da bulunmaktadır. Çizelge 1’de Tüketimi en çok etkileyen mecraya yönelik katılımcıların görüşlerinin dağılımları görülmektedir. Buna göre tüketimi en çok etkileyen ilk üç mecra, Televizyon, Sosyal Medya ve Instagramdır.

Çizelge 1. Tüketimi En Çok Etkileyen Mecra

Televizyon	9	Eğlence	2
Sosyal Medya	8	Giyim	2
Instagram	6	Twitter	2
Reklamlar	4	Dijital Medya	1
Youtube	4	Gazeteler	1
İnternet	3	Sinema	1
Alışveriş Siteleri	2	Yazılı Medya	1
Diziler	2	Toplam	48

Çizelge 2. İçeriklerine Göre Tüketimi Tetikleyen Araçlar

	%
Sosyal Medya (Instagram, Twitter, Youtube)	41,67
Televizyon- Reklamlar- Diziler	31,25
İnternet- Dijital Medya- Alışveriş Siteleri/Uygulamaları	12,50
Yazılı Basın- Gazete Reklamları	4,17
Eğlence Sektörü Reklamları	4,17
Sinema Mecrasındaki Reklamlar	4,17
Giyim Sektörü Reklamları	2,08
Toplam	100,00

Z kuşağına göre tüketimi en çok etkileyen mecra sosyal medya, mecra ise Instagram’dır. Instagram’da ünlülerin de yer alması nedeniyle bu durumun ünlülerin hayatına özenmenin sonucunun tüketime yol açtığını savunan K1, görüşlerini şu şekilde dile getirmiştir:

K1: “(...) Instagram üzerinde hem yazı hem fotoğraf hem de video paylaşımı yapılabilmesi sebebiyle kullanımı açısından alternatif sunmakta hem de hızlı olmasından dolayı kullanım kolaylığı sağlamaktadır. Ünlülerin de bu platformda yer alması, insanların onları takip etmesi ve örnek alması, onların yaptıklarını yapmaya, giydiklerini giymeye ya da yediklerini yemeye yönlendirmektedir. (Bu da tüketime yol açmaktadır).”

Benzer görüşleri E1, K4 ve K5 de dile getirmiştir.

E1: (...) Sosyal medyada insanlar Instagram, Facebook gibi sitelerde sürekli çok lüks hayatlar görmekte ve belli bir süre sonra kendi hesaplarını bu hesaplara benzetme çabası içerisinde alışverişe odaklanmaya başlamaktadır. Belirli bir zaman geçtikten sonra günlerinin çoğunu bu ortamda geçirmeye başlayan bireyler, (...) beğenilmek arzusuyla gittiği, yediği, aldığı her şeyi paylaşmaya başlıyorlar ve bu da bireyin tüketim alışkanlıklarını kendiliğinden etkilemeye başlıyor. (...) (Ayrıca) ünlülerin sosyal medyada giydiği ya da paylaştığı ürün de çok sık talep görüyor. Bu da insanları tüketime yönlendiriyor.

K4: “(...) İnsanlar, sosyal medyadaki kanaat önderlerinin önerilerine, hayran oldukları bir mankenin, ünlü bir oyuncunun elbisesine sahip olmak istiyor. Bu da sosyal medyayı büyük bir reklam pazarı haline getirip, bu yolla yapılan satışları (tüketimi) artırıyor.”

K5: “(...) Sosyal medyada içerik oluşturarak etkili olan kişilerin etki ve satın alma gücünün yüksek olması, insanlarda “onun gibi olma” arzusu oluşturmaktadır. Bu durum insanların tüketim alışkanlıklarına etki etmektedir.

Televizyonun tüketimi en çok etkileyen mecra olduğunu dile getiren katılımcılar ise özellikler diziler ve reklamlara atıf yaparak bu görüşlerini temellendirmiştir. Örneğin K1, bu konuda televizyon dizilerinin ve reklamlarının insanın ihtiyacı olmayan ürünlere ihtiyacı varmış gibi göstererek tüketimi artırdığını belirtmiştir.

K1: “Televizyon dizileri ve reklamları ile insanların ihtiyacı olmayan ürünlere ihtiyacı varmış gibi hissetmesi sağlanıyor, bu da tüketimi artırıyor.”

E2: “... İnsanların tüketimi için televizyon kanallarından reklamlar vasıtasıyla tüketim toplumu haline getirilmektedir. Diziler, içerisinde sunulan mesajlar ve uygulamalarla tüketim sürekli olarak desteklenmektedir. Firmalar tarafından oluşturulan mesajların kanallar yolu ile alıcısına ulaştırılması yolunun en etkili alanı arasında televizyon birinci sıradadır.”

E1 ise televizyon reklamlarında oynayan ünlülerin, reklamı yapılan ürüne olan talebi artırdığını dile getirerek sözlerini şu şekilde sürdürmüştür:

E1: “Televizyon reklamları insanlarda büyük öneme sahip. Bir ürünün tanıtımında ya da bir giyim markasının tanıtımında birçok kişi tarafından beğenilen erkek ya da bayanın oynaması o üründe yüksek oranda bir talebe neden oluyor. Örneğin bir kot markasında ünlü oyuncu Kıvanç Tatlıtuğ’un oynaması markanın Türkiye ve dünya çapında kaderini değiştirdi.”

E3 ve K2 ise televizyonun özentiliğe yol açtığını belirterek televizyonun ve dizilerin tüketim üzerinde büyük etkisi olduğunu savunmuştur:

E3: “İnsanlar izledikleri televizyon dizi ve filmlerinde özendikleri ya da hayranı oldukları kişiye benzeyebilmek için veya özendikleri hayata karşı bir doyum sağlayabilmek için harcama, yani tüketim yaparlar. (...) Farkında olmadan hayatlarını boş ihtiraslar ve hevesler peşinde harcarlar.”

K2: “(...) Günümüzde televizyon hala birçok insan için özellikle boş vakitlerini değerlendirdikleri bir eğlence aracıdır. Bununla birlikte İnsanlar izledikleri televizyon dizilerindeki ve programlarındaki kişileri kendilerine model olarak almakta, bu kişiler gibi hareket etmekte ve bu kişiler gibi yaşamak istemektedir. Bu da sembolik tüketim biçimini ortaya çıkarmaktadır.”

7.SONUÇ VE DEĞERLENDİRME

Sanayileşme sonrasında toplumsal anlamda büyük değişimler meydana gelmiştir. Bu sürecin sonucunda gelişen kitle iletişim araçlarının tüketimi yönlendirmesi de kaçınılmaz olmuş ve böylece bu araçlar reklamlar sayesinde tüketimi yönlendirebilir hale gelmiştir. Dolayısıyla reklamın yeni gereksinimler yaratması olgusu ilkel ekonomiden modern ekonomiye geçişin de kırılma noktası olmuştur.

Bu nedenle günümüz tüketim toplumunda insanların ihtiyaçları olmasa dahi tüketime yönlendirildikleri, bu nedenle ticari ürün veya hizmetin kendisinin ikincil planda olduğu; önemli olanın kitle iletişim araçları aracılığıyla reklamlar tarafından bir tüketim toplumu ortaya çıkarıldığı kabul edilmektedir.

Günümüzde kitle iletişim araçlarının tümü hem reklamlar hem de tüketimi yönlendirici yayınlarla tüketim toplumunun oluşumunda başat rol üstlenmektedir. Toplum içindeki bireylerin tüketerek geçerli bir konuma erişeceği, reklamlar ve yayınlar aracılığı ile zihinlere yerleşmektedir. Bu haliyle tüketim toplumu tüketim kültürünün ortaya çıkmasını sağlamış ve kitle iletişim araçları bu değişimde önemli roller üstlenmiştir. Özellikle medyada yaratılan içerik, tüketimi artırıcı ve yeni tüketiciler yaratmaya odaklanan nitelikler taşımaktadır ve böylece izleyicilerin bilinç dışı arzularına seslenen magazinsel bir söylem egemen haline gelmiştir. Böylece medya içerikleri ile izleyici kitle yeni tüketim formatları karşılaşırken öte yandan medya içerikleri doğrudan tüketime yönelik birer ürün olarak algılanmaktadır.

Yapılan bu araştırmada Z kuşağı bireylerinin tüketim alışkanlıklarının medyadan nasıl etkilendiği sorgulanmıştır. Çalışmada ön plana çıkan mecralar sosyal medya ve televizyon olmuştur. Kuşak üyeleri sosyal medyanın özellikle Instagram aracılığı kendilerinin tüketim alışkanlıklarını etkilediğine vurgu yapmıştır. Toplum genelinde ise sosyal medya ve televizyon mecrasının insanların tüketim alışkanlıklarını etkilediğine dair görüş bildirilmişlerdir.

Instagram’da influencerların yaptığı paylaşımların ve yine Instagramda yapılan reklam paylaşımlarının tüketimi motive edici bir etkisi olmaktadır. Z Kuşağına göre televizyon mecrasında ise diziler ve reklamlar insanlara daha fazla tüketim yapmaya sevk etmektedir. Özellikle dizilerde sunulan yaşam şartları ve yaşam biçimleri insanların hem maddi tüketimlerini hem de manevi anlamda karakteristik, duygularını dahi tükettiğini görmekteyiz.

Instagram tüketim teşvikini influencerlarla yaparken, Televizyon mecrası, reklamlarda kullandığı ünlüler ile yapmaktadır. Z Kuşağı üyelerinin kendilerini olmasa da toplumun

genelinde televizyon mecrasının tüketimi teşvik eden bir mecra olduğunu vurgulamaları, dijital bir nesil olarak adlandırılan bu kuşağın gözünde dahi televizyon mecrasının tüketimi tetikleyen güçlü bir mecra olduğunu kabul ettiğini göstermektedir.

Sonuç olarak reklam verenin de en yoğun olarak kullandığı televizyon ve dijital medya / sosyal medya Z Kuşağı gençleri tarafından da toplumların tüketim alışkanlıklarını en çok etkileyen mecralar olduğu onaylanmıştır. Radyo ve yazılı basın ise tüketim alışkanlıklarını en az etkileyen mecralar olarak araştırmada son sırada yer almış ve toplumu etkileme gücü en düşük iki mecra olmuştur.

KAYNAKÇA

Aktaş, H., Özüpek, M.N., Altunbaş, H. (2011). “Çocukların Marka Tercihleri ve Medya Tüketim Alışkanlıkları”, *Akdeniz İletişim Dergisi*, 6(4): 115-25.

Atar, M., İspir, B. (2019). “Geleneksel ve Sosyal Medyada Reklama Yönelik Tutum ve Reklam Değeri Arasındaki İlişkinin Karşılaştırılması”, *Akdeniz İletişim Dergisi*, 31: 305-322.

Ay, A. (2015). “Küreselleşme Olgusu Bağlamında Yeni Medya ve Tüketim”, içinde *İletişim Çalışmaları*, F. Aydoğan (ed), İstanbul: Derin Yayınları.

Aydın, A. E., Marangoz, M., & Fırat, A. (2015). A Literature Review on Consumption Culture Studies. *Tüketici ve Tüketim Araştırmaları Dergisi*, 7(1): 23–40.

Aydoğan, F. (2010). İkinci Medya Çağı'nda Gözetim ile Kamusal Alan Paradoksunda İnternet, içinde *İkinci Medya Çağında İnternet*, F. Aydoğan ve A. Akyüz (der.), Alfa Yayınları, İstanbul

Aytaç, Ö. (2004). “Kapitalizm ve Hegemonya İlişkileri Bağlamında Boş Zaman”, *C.Ü. Sosyal Bilimler Dergisi*, 28(2): 115–138.

Babacan, M.E. (2015) *Sosyal Medya ve Gençlik*, İstanbul: Açılımkitap Pınar Yayınları.

Balıkçioğlu, B.; Pelin, V. (2016) “Sosyal Medya, Televizyon ve Akran İletişiminin Materyalizm ve Gösteriş Tüketimi Üzerindeki Etkisi: Tüketici Sosyalleşmesi Perspektifi”, *Mustafa Kemal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 13(35): 299-319.

Baudrillard, J. (1999). *The Consumer Society: Myths and Structures*. Wiltshire: Sage Publications.

Bıçakçı, İ. (2008). “Sanayi Toplumundan Bilgi Toplumuna Tüketimin Evrimi ve Türkiye'deki Yansımaları”, *Uluslararası İnsan Bilimleri Dergisi*, 5(1): 1-25.

Can, P. (2015). “Televizyon Reklamlarına İlişkin Algının Marka Hassasiyeti Üzerine Etkisi”, *AIÜBÜ Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 5(15): 105-124.

Coşgun, M. (2012) “Popüler Kültür ve Tüketim Toplumu”, *Batman Üniversitesi Yaşam Bilimleri Dergisi*, 1(1): 837-850.

Çakır, M. (2014). “Küresel Şirketlerin Yeni Medya Odaklı Tüketim ve Tüketici Tasarımları”, *Medya ve Tasarım*, S. Çakır (ed), İstanbul: Urzeni Yayınları.

Dikici, E. (2017) “Tüketim Algısındaki Değişim: Kitle İletişim Araçları ve Tüketim İlişkisi”, *Journal of Social Sciences and Humanities*, 1(1): 58-85.

Elmasoğlu, K. (2017). “Tüketim Kültüründe Etkili Bir Araç Olarak Reklamın İşlevlerine Dair Genel Bir Değerlendirme”. *Abant Kültürel Araştırmalar Dergisi (AKAR)*, 2(4): 27-42.

Ertunç, F. (2011). *Çocuk Dünyasında Reklamın Rolü: Televizyon Reklamlarında Çocuklara Yönelik Düzenlemeler*, Ankara: Radyo ve Televizyon Üst Kurulu (RTÜK) Yayınlanmamış Uzmanlık Tezi.

Fırat, A., Kutucuoğlu, K., Saltık, I.A., Tunçel, Ö. (2013). “Consumption, Consumer Culture and Consumer Society”, *Journal of Community Positive Practices*, XIII(1): 182-203.

Gökaliçler, E.; Saatcioğlu, E. (2016). “Relationship Between Consumption Rituals Represented By Ads and Brand Loyalty”, *The Journal of the Faculty of Communication of the University of Akdeniz*, 26: 24–46.

Göktaş, B., Tarakçı, İ.E. (2018) “Bir Tutundurma Aracı Olarak Reklamın Sosyal Medyada Uygulamalarına Yönelik Bir Araştırma: Instagram Örneği”, *Girişimcilik İnovasyon ve Pazarlama Araştırmaları Dergisi*, 2(3):50-67.

Hatipler, M. (2017) “Postmodernizm, Tüketim, Popüler Kültür ve Medya”, *Bilgi*, 3 4): 32-50.

İplikçi, H.G. (2015) Reklamlarda Tüketiciyi İkna Etmek İçin Kullanılan Stratejiler ve Reklam Örnekleri, *Sosyal ve Beşeri Bilimleri Dergisi*, 7 (1): 66-77.

Özçam, D.S., Bilgin, F.Z. (2012) “Satın Alma Davranışında Reklamın ve Reklam Türlerinin Önemi ve Etik Algısı”, *Organizasyon ve Yönetim Bilimleri Dergisi*, 4(1): 65-74.

Özdemir, S. (1998). *Medya Emperyalizmi ve Küreselleşme*, İstanbul: Timaş Yayınları.

Ritzer, G. (2005). *Enchanting a Disenchanted World: Revolutionizing the Means of Consumption*. Pine Forge Press.

Şahin, M. D. (2005). “Türkiye’de Gençliğin Toplumsal Kimliği ve Popüler Tüketim Kültürü”, *Gazi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 25 (2): 157-181.

Turow, J. (2009). *Media Today: An Introduction to Mass Communication*. New York: Routledge.



YENGEÇ SEPETİ SENDROMU'NA TEORİK BİR BAKIŞ

YL Öğr. Emrah ARSLAN ¹, Arş. Gör. Serap KALFAOĞLU ², Prof. Dr. Tahir AKGEMCİ ³

¹ Selçuk Üniversitesi, , ORCID ID: 0000-0002-9789-5052

² Selçuk Üniversitesi, İİBF, ORCID ID: 0000-0002-7248-8370

³ Selçuk Üniversitesi, İİBF, ORCID ID: 0000-0001-5936-7462

ÖZET

Rekabet yarışının yoğun olduğu örgütlerde çalışan bireyler, başarılarını en üst seviyelere çıkarmak, statü kazanmak ve takdir edilmek amacıyla çok çaba sarf eder. Bireyler bulunduğu örgütlerde veya aynı sektördeki rakiplerine karşı daha başarılı olmak ister. Bireylerin doğasında var olan kıskançlık ve diğer çalışanların başarılı olmalarını istememe tutumları, örgütlerde yoğun rekabeti beraberinde getirir. Rekabet ortamının üst düzeyde gözlemlenmesi, iş hayatında başarılı bir ivme kazanan çalışanın aniden önüne engeller çıkarılmasını kolaylaştırır, çalışanın başarısının önüne geçer ve onu gölgede bırakır. İş hayatında başarılı bir grafik izleyen işgörenler, kendisinden daha üst ve alt pozisyonlardaki çalışanların bir takım faaliyetleri ile aşağı doğru çekilmek istenir. Tüm bu sebeplerden ötürü iş görenler rakiplerine oranla daha üst düzeyde olmak için “ben” duygusuyla hareket eder. Bu tür örgütlerde çalışanlar kendi başarıları için, diğer çalışanların elde ettiği başarıları manipüle edebilirler. Yengeç Sepeti Sendromu olarak karşımıza çıkan bu olgu, zamanla iş görenlerin işe karşı tutum ve davranışlarını etkileyip onların işe ve örgüte karşı yabancılaşmasını tetikler. İşine ve örgütüne yabancılaşan bireylerde zamanla korku, kaygı duyguları oluşur ve iş görenlerin etkinlik ve verimliliklerinde düşüşler meydana gelir. Çalışanlar üzerinde fiziksel etkilerinin olmasının yanı sıra çalışanların psikolojik olarak da düşmelerine sebep olan bu olgu, beraberinde özgüven eksikliği yaşatır. Bu durum zamanla iş görenin örgüte karşı duyduğu bağlılık duygusunun yok olmasına ve işten ayrılmalarına sebebiyet verir.

Yengeç Sepeti Sendromu'na teorik bir bakışla tasarımlanan bu çalışmada, bu sendrom ya da bir başka deyişle zihniyet kavramsal tanımı, özellikleri, oluşum nedenleri ve yarattığı sonuçlar yer almıştır. Ayrıca sendromun neden olabileceği sorunlara yönelik çeşitli çözüm önerileri getirilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Kıskançlık, Sendrom, Yengeç Sepeti Sendromu (Zihniyeti).

A THEORETICAL OVERVIEW OF THE CRAB BASKET SYNDROME

ABSTRACT

Individuals working in organizations with intense competition make great efforts to maximize their success, gain status and be appreciated. Individuals want to be more successful in their organizations or against their competitors in the same sector. The inherent jealousy of individuals and the attitude of not wanting other employees to be successful brings with it intense competition in organizations. Observing the competitive environment at a high level makes it easier for the employee, who has gained a successful momentum in business life, to suddenly create obstacles in front of them, prevents the employee's success and overshadows him. Employees who follow a successful graphic in business life are desired to be pulled down with a number of activities of employees in higher and lower positions. For all these reasons, employees act with the feeling of "me" to be at a higher level compared to their competitors. Employees in such organizations can manipulate the achievements of other employees for their own success. This phenomenon, which appears as Crab Basket Syndrome, affects the attitudes and behaviors of the employees towards work over time and triggers their alienation from the job and the organization. Over time, feelings of fear and anxiety occur in individuals who are alienated from their job and organization, and a decrease occurs in the efficiency and productivity of the employees. In addition to having physical effects on the employees, this phenomenon, which causes the employees to fall down psychologically, causes a lack of self-confidence. This situation causes the employee's sense of loyalty to the organization to disappear over time and to leave the job.

In this study, which was designed with a theoretical view of Crab Basket Syndrome, this syndrome or in other words, the conceptual definition of mentality, its features, reasons for its formation and its results were included. In addition, various solutions have been suggested for the problems that may be caused by the syndrome.

Keywords: Jealousy, Syndrome, Crab Basket Syndrome (Mentality).

1. GİRİŞ

Örgütsel davranış literatüründe incelenen konular zamanla başkalaşım göstermişlerdir. 1990 yılından bu yana oluşan bu yaklaşım birçok araştırmaya ön ayak olmuştur. Özellikle kurum içerisindeki diğer çalışanlar ve kurumun kendisi için negatif neticeleri olacağı güdüsüyle bir ya da bir takım iş görenler vasıtasıyla gerçekleştirilen eylemler olarak tanımlanan ve eylemlerin karanlık yüzü olarak ifade edilen konular sıklıkla incelenmeye başlanmıştır. Bu olumsuz davranışlardan biri örgüt içerisinde gerçekleşebilecek olan Yengeç Sepeti Zihniyeti (Sendromu)'dur (Özdemir ve Üzüm, 2019: 125).

Literatürde, Yengeç Sendromu (Crab in Barrel Syndrome) veya Yengeç Zihniyeti (Crab Mentality) olarak karşımıza çıkan bu kavram, bir bireyin kendisinden daha iyi performans sergileyen öteki bireyleri ekarte etmeye, düşürmeye ve zayıflatmaya çalıştığı davranışsal bir modeldir. Bir balıkçının kovadaki yengeçleri gözlemlemesi sonucunda elde ettiği çıkarımlardır. Kovanın içindeki yengeçler tırmanarak çok rahat bir şekilde kovanın dışına çıkabileceklerinin farkında olsalar dahi bunu yapamazlar. Çünkü bu adımı attıklarında kovada bulunan diğer yengeçlerin, onu aşağı sürükleyeceklerini bilirler (Brosky, 2009: 26). Buna rağmen yengeçler esaret altında kalmaktansa, özgür olmayı ister ve bu davranışı sergilerler. Zamanla başarısız olan yengeçler yorulur, yavaşlar ve depresifleşirler (Perry, 2009:7). Yengeç sendromu, bireyin başarısız olduğunda, diğer bireylerin başarılı olmaması istendiğinde meydana gelen bir tutumdur. Aynı zamanda diğer bireyin motivasyonunu düşürür ve onu vazgeçme eğilimine iter. Bu zihniyet, grup saygı, yardım ve destek durumlarının göz ardı edildiği tartışmacı ve rekabetçi bir ortam yaratır (Miller, 2014: 4). Yengeç Zihniyeti bir nevi nefret etme veya kıskançlık duyma durumu olarak kabul edilebilir (Aydın ve Oğuzhan, 2019: 619). Yengeç Sepeti Sendromu'na teorik bir bakışla hazırlanan bu çalışmada sırasıyla söz konusu sendrom ya da bir başka deyişle zihniyetin kavramsal tanımı, ortaya çıkış hikayesi, nedenleri, özellikleri ve yarattığı sonuçlar ele alınmıştır. Ayrıca sendromun neden olabileceği sorunlara yönelik çözüm önerileri sunulmuştur. Çalışmanın teorik olmasına karşılık ileride bu konu üzerine yapılacak çalışmalara ışık tutacağı düşünülmektedir.

2. YENGEÇ SEPETİ SENDROMUNUN KAVRAMSAL TANIMI

Esasen “sendrom” kavramının çıkış noktası Fransa olup sonraları Türkçe'ye kazandırılmıştır. “Bir bozukluğu işaret eden, tanıyı kolaylaştıran belirtilerin ve bulguların tümü” anlamını taşımaktadır. Syn “ile” ve dromein “koşmak” sözcüklerinin bir araya gelmesiyle Yunanca'da “bir hastalığa ilişkin nitelikler ve aynı zamanda meydana gelen belirtiler” olarak kendisine yer bulmuştur. Psikoloji bilimine bakıldığında ise bu kavram “duygu düşünce ya da davranışların karakteristik olarak bir araya gelmesi” anlamını taşımaktadır (TDK, 2019). Genellikle bir tür hastalık veya psikolojik rahatsızlık kavramları ile birlikte kullanılan sendrom kavramı ayrıca “belirli bir hastalıkta sıklıkla bir araya gelen fiziksel problemlerin bir kombinasyonu” olarak da aktarılır (Cambridge Sözlüğü, 2020).

Özellikle son yıllarda gündeme gelen ve ilgi duyulan “Yengeç Zihniyeti” kavramının pek çok tanımı mevcuttur. Thomas (2004)'a göre yengeç zihniyeti, balıkçıların yengeç avı sırasında yüz yüze geldikleri bir olaydan ortaya çıkmıştır. Balıkçılar tuttıkları yengeçleri ağzı açık bir kovanın içine koyarlar. Tek başına kovanın içinde yer alan bir yengeç kovadan rahatlıkla çıkabilme gücüne sahiptir. Kovanın içinde birden fazla yengeç bulunduğu durumda; bir yengeç tırmanma aşamasındayken, diğer bir yengeç onun üstüne çıkarak kovadan kurtulmak isteyecektir. Süregelen bu durumda altta kalan yengeçler tekrar kovanın içine düşeceğinden, bütün yengeçler kovanın içinde tutsak kalırlar. Yengeç Sendromu ismi verilen bu olgu yengeçlerin gözlemlenmesiyle bu davranışa atıfta bulunmaktadır (Thomas, 2004). Bir başka açıdan Yengeç zihniyeti, bütün insanların aynı düzeyde olmasını, bu sebeple de başarılı olan bireyleri ekarte etmeyi karşılayan olumsuz, kültürel bir eğilimi açıklamaktadır (Bulloch, 2013: 234). Ayrıca Yengeç Zihniyeti, “ben başarılı olamazsam sen de başarılı olamazsın” mantığına dayanarak oluşturulan negatif tutum ve davranışlar bütünüdür (Caples, 2016). Pegues (2018: 7)'e göre bu zihniyet örgütlerde, alt statülerde yer alan iş görenlerin, iş ortamında ki diğer

bireylere zarar verici, küçük düşürücü ve onların motivasyonlarını düşürmeye yönelik besledikleri kötü niyetler bütünüdür.

Öte yandan, Amerika’da hayatını sürdüren ve azınlık halinde bulunan siyahi vatandaşları temsil eden bu olgu, siyahi vatandaşların yükselmelerine ve saygınlık kazanmalarına engel olmak için çalışılan uğraşlar olarak ifade edilmektedir. Bu açıklamadan yola çıkarak yengeç zihniyetinin; kişilerin bir takım özellikleriyle kendilerinden farklı olan kişilere karşılık olarak da gerçekleştirilebileceği ortaya çıkmıştır (DeGruy, 2005; Pegues, 2018).

Yengeç zihniyeti nefret etme ve kıskançlık gibi birtakım duyguların yansımasıdır. Örneğin; bir dönemin Roma hükümdarının bahçesinde bulunan en uzun gelinciklerin başını kesmesi literatürde “gelincik sendromu” olarak yer almıştır. Bunun gibi kovadaki yengeçlerin birbirini aşağı çekmesi insanlar üzerinde düşünülerek ‘yengeç sendromu’ nun oluşmasına zemin hazırlamıştır (Spacey, 2015:1).

3. YENGEÇ SEPETİ SENDROMUNUN ORTAYA ÇIKMA NEDENLERİ

Örgütlerde yer alan işgörenler, diğer işgörenler tarafından bir takım engelleyici davranışlara maruz kalabilirler. Bir bireyin başarılı olması ve giderek iş hayatında yükselmesi, diğer çalışanlar tarafından istenmeyebilir. Her ne kadar insan doğasında beğenme, hoşlanma, takdir etme gibi duygular olsa da, aynı zamanda bu insanlar kıskançlık duygusuna da sahip olabilirler. Özetle yengeç zihniyeti insan doğasında var olan bir olgudur (Soubhari ve Kumar, 2014: 3022). Yengeç zihniyeti ile ilişkilendirilen nedenler arasında yer alan kıskançlık, benlik, özgüven ile ilgili olumsuzluklar, narsistlik, korku ve kaygı gibi insan psikolojisi ve insan olmaya dair kavramları aşağıdaki gibi açıklamak mümkündür:

Kıskançlık: İnsanlar, hayatı süresince olumlu ya da olumsuz hissettiği birçok duyguları barındıran varlıklardır. Kıskançlık kişinin çocukluğundan yetişkinliğine kadar sahip olduğu bu davranışlardan bir tanesidir. TDK’ye göre kıskançlık “belirli varlık veya olaya karşı bireyin iç dünyasında bulunan ruhsal hareketlilikler olarak geçmektedir. Kıskançlık duygusu kişiyi olumlu ya da olumsuz olarak yönlendirici bir yol izler. İş hayatında kıskançlık, başarıya ulaşmak için rakipleri elemeye yönelik hisler, istekler anlamına gelmektedir (Taştan ve Aydın Küçük, 2019: 53).

Benlik ile ilgili olumsuzluklar: Benlik saygısının azlığı, Üst benliğin yetersizliği ve benliğin zayıflığı olarak incelenmektedir:

Benlik Saygısı: İngilizcede “Self-Esteem” olarak literatüre geçen kavramın Türkçe karşılığı benlik saygısıdır ve özgüven, benlik değeri, öz değerlilik gibi kavramların yerine de kullanılmaktadır. Abraham Maslow’un geliştirdiği ihtiyaçlar hiyerarşisinde fiziksel, güvenlik ve aidiyet ihtiyaçlarından sonra 4. basamakta yer alır. Benlik saygısı bireyin kendisini ilgilendiren tutum ve değerlendirmeler bütünüdür. Kişinin kendisi hakkında düşündüğü olumlu ya da olumsuz tutum ve davranışlardır. Kişinin kendisi hakkında yaptığı değerlendirmeler ışığında vardığı sonuçlar olumlu ise yüksek benlik saygısı, olumsuz olması durumunda ise benlik saygısı yetersizliğinden söz edilir. Olumsuz benlik saygısına sahip insanların özellikleri arasında şunlar yer alır (Boylu, 2020: 18-19): 1) Kendileri ile ilgili olumsuz düşünürler. 2) Kendilerini bir amaca yönlendirmekten kaçınırlar. 3) Kötümser bir tavır takınırlar. 4) Eleştiriye açık olmayıp, duygusal tepkiler verirler. 5) Depresyon durumu ile karşı karşıya olma olasılıkları daha yüksektir.

Üst Benlik Yetersizliği: Üst benlik, bireyin hayatını ahlaki değerlere göre boyutlandırma, diğer bireyleri sömürme, kendi lehine başkalarını kullanma davranışlarını oluşturan ruhsal bir

durumdur. Yüksek oranda kişilik bozukluğu bulunan insanlarda önemli derecede üst benlik yetersizliği mevcuttur. Sömürme, yalan söyleme davranışında bulunma, hırsızlık gibi bir takım davranışlar üst benlik yetersizliği olan kişilerde görülen davranışlardır (Eren, 2010: 88).

Benlik Zayıflığı; Kişinin dış dünya istekleri ve iç dünyasına bağlı istekler ve üst benlik duyguları arasında meydana gelen dengesizlik olarak tanımlanır. Benlik zayıflığı oluşan bireyler çok çabuk endişelenir ve bu endişeler günden güne büyür. Benlik zayıflığı mevcut olan bireyler düşüncelerinin içten mi? dıştan mı? Olduğunun farkına varmakta zorlanır (Eren, 2010: 88-89).

Özgüven Eksikliği: Bireyin kendisini mutlu hissedeceği bir takım duygulara yönelmesi ve bu şekilde mutlu olması durumudur. Bu mutluluğu çevresindeki insanlara yansıtır. Özgüven düzeyi yetersiz olan bireyler, kendilerini işe yaramaz, önemsiz ve değersiz görmektedir. Bu olguya sahip bireyler tükenmişlik, depresif olma, kaygı gibi psikolojik yönden rahatsızlık veren davranışlara daha meyilli olurlar (Karacan Özdemir, 2016: 137).

Hubris: Hubris, bir bireyin kendisini çok beğenme, kibirlenme, fazla gururlanma ve bunlara bağlı olarak diğer bireyleri hor görme anlamına gelen bir sendromdur (Owen ve Davidson, 2007: 1396). Hubris sendromuna yakalanan bireyler aşırı güven gösterir, kendisi dışındaki insanları ötekileştirme çabası içine girer ve haksız durumlarda bile kendisini haklı çıkarmaya çalışır (Özgüzel ve Taş, 2016: 126).

Korku: Tehlikeli veya tehdit içerikli durumlara verilen tepkilerdir (Dinçer,2017: 772).

Kaygı: Korkunun gelecek ile ilişkili olması ve aşırı düzeyde olmasına kaygı denir. Tehdit söz konusu bir durumla yüz yüze gelindiğinde gerçekleşen bilişsel değişmeye korku adı verilirken, buna karşı duyulan duygusal tepkimeye kaygı denir (Demir, 2017: 100).

Verilen bilgilerden hareketle “Yengeç Sendromu” kişilik bozuklukları olarak gösterilen korku, kıskançlık, stress, düşük benlik saygısı, kaygı, bireyin kendini etkisiz ve yetersiz hissetmesi gibi durumlarla ilişkili olan bir olgudur.

4. YENGEÇ SEPETİ SENDROMUNUN ÖZELLİKLERİ

Örgütlerde olumsuz iş davranışları ve üretim karşıtı davranışları kavramlarına benzeyen Yengeç Zihniyeti olgusunun bir takım özellikleri mevcuttur. Bu özellikleri şu şekillerde sıralamak mümkündür (Anderson ve Pearson, 1999: 453; Schilpzand vd. 2016; Pegues, 2018: 8-9).

- Bilinçli ya da bilinçsiz olarak ortaya çıkan, başkalarına zarar verme amacı güden tutum ve davranışlardır.
- Bünyesinde saldırgan tavırlar sergileme, zorbalık yapma, ürkütme ve mobbing gibi eylemleri barındırır.
- Fiziksel zarar verme yerine psikolojik yaralama ya da duygusal sıkıntı verme amacıyla uygulanır.
- Asttan üste veya üstten asta (dikey) gerçekleştirilebileceği gibi eşit departmanlar arası (yatay) olarak ta gözlemlenebilir.

Örgütlerde olumsuz yaklaşılacak ve üretim karşıtı davranışlar kategorisinde incelenen yengeç sendromu, bu davranışlardan daha geniş bir alana sahiptir. Dolayısıyla bu davranışları bünyesinde kapsayan bir kavramdır. Başka bir anlatımla, toplum tarafından kabul görmüş ahlaki kuralları kapsamayan, diğer iş görenlerin başarılı performansını göz ardı eden, fiziksel ve ruhsal açılardan diğer bireylerde hasar oluşturan davranışlar yengeç sendromu çatısı altında incelenebilmektedir. Örgütler bünyesinde yengeç sendromuna maruz kalan veya bu davranışı sergileme eğiliminde bulunan idareci ve iş görenler bulunduğu sürece olumsuz iş davranışlarının meydana gelme olasılığı çok yüksektir.

5. YENGEÇ SEPETİ SENDROMUNUN SONUÇLARI

Örgütlerin sahip olduğu bir takım normları görmezden gelerek diğer çalışanlara karşı beslenmesi gereken saygının yok olması, fiziksel ve doğrudan gerçekleştirilmeyen tutum ve davranışlar yengeç zihniyetinin oluşmasına zemin hazırlayan belirtilerdir. Mobbing (Psikolojik Şiddet), zorbalık, dışlama ve saldırganlık yönündeki davranışlar örgütlerde yengeç zihniyetinin varlığını gösterir. Yengeç sendromunun neticeleri şeklinde incelenebilecek bu başlıkları şu şekillerde sıralamak mümkündür (Özdemir ve Üzüm, 2019: 128).

Saldırganlık: Latince “agression” kelimesinden türetilen bu kavram; bir takım baskı, kısıtlamalar ve incinme duygularının bir neticesi olarak kişilerde meydana gelen öfke kontrolünün sağlanamaması, diğer bireylere zarar verici, onları engelleyici ve kişiliği müdafaaaya yönelik davranışlar bütünüdür (Cenkseven Önder ve Yalnızca Yıldırım, 2020: 31). Saldırgan davranışlar fiziki olarak meydana gelebileceği gibi, fiziksel olmayan (pasif) şekillerde de gerçekleştirilebilir. Pasif saldırgan davranışlar, diğer bireylere zarar verme ve nefsi müdafaa amacıyla gerçekleştirilen davranışlardır (Özdevecioğlu, 2003: 80). Yengeç sendromuna göre, kişi kendisine rakip olarak gördüğü diğer kişi veya kişileri başarısız göstermeye yönelik tür saldırgan davranışlar sergileyebilmektedir.

Dedikodu ve Söylenti: İnfomal yapıları benimseyen örgütlerin sahip olduğu en yaygın davranışlardan bir tanesi dedikodu ve söylentilerdir. Gerçekleştirilen araştırmalar sonucunda kişilerin, sohbetlerinin %70 oranında dedikoduların oluşturduğu gözlemlenmiştir. Dedikodu ve söylentiler, örgütlerde meydana gelen önemli bir iletişim ağıdır. Söylentiler; kaynağı bilinmeyen ve bu yüzden doğrulanma şansı bulunmayan önerme ve iddialar bütünüdür. Örgüt bünyesinde meydana gelen söylentiler bireysel isteklerin sağlanması, ortak edinme ve grup normlarının sağlamaştırılması gibi etkilere sahiptir (Himmetoğlu vd., 2020: 58). Örgütlerde meydana gelen bir diğer iletişim kanalı dedikodulardır. Dedikodu; iki veya daha fazla kişi arasında meydana gelen, bir diğer kişi ya da kişiler hakkında yapılan subjektif değerlendirmelerdir. Dedikodular sosyal anlamda; eğlenme, sosyal ilişkiler kurma ve bu ilişkileri sürdürme, sosyal ihtiyaçların karşılanması, grup halinde hareket etme gibi olanaklar sağlayan işlevlerdir. Dedikodu ve söylentiler yalnızca olumlu sonuçları doğurmayacağı gibi karşı taraf için olumsuz sonuçlara da sebebiyet verip, onların performanslarını kötü yönde etkileyebilir (Michelson ve Mouly, 2004: 192).

Kraliçe Arı Sendromu: İlk olarak 1973 yılında Carol Tavrıs, Toby Epstein Jayarante ve Graham Staines’in yaptığı çalışmalar sonucunda ortaya çıkan kraliçe arı sendromu, kadın idarecilerin, kadın çalışanların önlerine engeller çıkarması meydana gelen cam tavan sendromunun alt boyutlarından biridir. Arı kolonisinin içerisinde, diğer arılardan daha yetişkin olan arının koloninin sürekliliğini sağlayacak olması düşüncesinden ötürü kavram “Kraliçe Arı Sendromu” olarak literatüre geçmiştir. Kraliçe arının kolonideki diğer dişi arıları rakip görmesi gibi kadın yöneticilerin, diğer çalışan kadınları tehdit unsuru olarak görmesi onların önlerine bir takım engeller koymaya sürükler (Tekyazman, 2019: 27). Bu kavram “eğer sahip olamazsam sen de olamazsın” düşüncesiyle örtüştüğü için yengeç sendromu alt boyutları altında incelenir.

Mobbing: Latince “Mobile Vulgus” sözcüklerinden türeyen bu kavram ilk olarak Heinz Leyman tarafında çalışma hayatında kullanılmıştır. Türkçe ’ye Psikolojik şiddet ve yıldırma olarak geçen bu olgu; örgütteki bir ya da birkaç çalışanın, diğer insanlar tarafından duygusal açıdan zarar görmesi ve işten ayrılması anlamını taşımaktadır. Tehdit, şiddet, aşığılama

davranışları şeklinde kendini gösteren bir kavramdır. Üst pozisyonda yer alan kişilerin, alt pozisyondaki bireylere uyguladığı mobbingleri daha çok bilirse de, mobbing aynı statüdeki çalışanlar arasında da (yatay) gerçekleşebilir (Bedük, 2019: 1183).

Zorbalık: Mobbing gibi başarı düzeyi yüksek kişilere uygulansa da bu kavramı, mobbingten ayıran yönü fiziksel şiddeti de kapsamasıdır (Erdoğan, 2009: 319).

Dışlanma: Toplumdaki bütün insanların sahip olması gereken politik, ekonomik ve ir takım sosyal haklardan bazı insanların men edilmesi anlamına gelmektedir (Şahin, 2009).

6. YENGEÇ SEPETİ SENDROMUNUN YARATABİLECEĞİ SORUNLAR VE ÇÖZÜM ÖNERİLERİ

Örgütler belirli amaçlar doğrultusunda bir takım çalışanları uyumlu bir halde etrafında toplayan yapılardır. Örgütün etkinliğinin ve verimliliğinin sağlanması için örgüt çıkarlarının, kişisel çıkarların önünde tutulması amaçlanmalıdır. Tüm bu sebepler dolayısıyla yengeç sendromunun önüne geçmek için öncelikle nasıl ortaya çıktığını ve ne gibi çözüm yollarının üretileceği tespit edilmelidir (Özdemir ve Üzüm, 2019: 134).

Örgütlerde olumsuz davranışlara yol açan yengeç zihniyetini ortadan kaldıracak önlemleri aşağıdaki gibi sıralamak mümkündür (Seçer ve Seçer, 2009: 452-455; Üzüm, 2017: 28; Binboğa vd., 2018: 388-399).

- Örgüt bünyesinde adaletin sağlanması gerekir. Ödül ve cezalar adil bir şekilde paylaşılmalıdır.
- Hak eden çalışana hak ettiği iş verilmeli ve bu ölçüde terfi edilmesi sağlanmalıdır. Örgütteki diğer çalışanlar da bu konuda aynı kanaate sahip olmalıdır.
- İş görene karşı saygı, takdir etme, sevgi gibi motivasyon unsurları verilerek onlara değerli oldukları hissiyatı verilmelidir.
- Örgüt bünyesindeki çalışanlara gezi, yemek gibi ritüeller sunulmalı, olumlu duyguların çoğaltılması sağlanmalıdır.
- Sağlıklı bir örgütün temellerini atmak amacıyla, sağlam stratejiler oluşturulmalıdır.
- Çalışanlara söz hakkı verilerek fikirlerinin önemli olduğu hissettirilmelidir.
- Etkin bir iletişim ağı oluşturulmalıdır. Çalışanlar, iletişim engellerine uğramadan düşüncelerini ifade edebilmelidir.
- Yönetici ve idarecilerin önyargılarında arınmaları gerekmektedir.
- Örgütün huzurunu bozacağı düşünülen kişiler varsa örgütten uzaklaştırılmalıdır. Bu tip özellikteki kişiler bir takım testler uygulanarak saptanmalı ve iş ortamına dâhil edilmemelidir.
- İşe alımlarda net bir psikolojik sözleşme oluşturulmaya çalışılmalıdır.
- Esnek çalışma sistemlerinin var olması, örgütte meydana gelen veya gelebilecek yengeç zihniyetinden çalışanları uzak tutmaya yarayacaktır

7. GENEL DEĞERLENDİRME VE SONUÇ

Küreselleşen rekabet koşullarında kişilerin hem örgüt hem de sosyal yaşamında başarılı olması, rakiplerine karşı daha iyi pozisyonlarda yer alması büyük çaba gerektiren durumlardır. İnsanlar bağlı buldukları örgütlerde olumlu veya olumsuz pek çok davranışlara maruz kalmaktadırlar. Bu davranışlar bilinçli ya da bilinçsiz olarak gerçekleştirilebilmektedir. Yengeç Sendromu kişilerin bağlı buldukları örgütlerde istenmeyen, olumsuz ve üretim dışı davranışların meydana gelmesinde etkili olan nedenlerden birisidir. Aşırı düzeyde korku, çekememe, kaygı gibi duyguların oluşmasıyla bireyler ilk olarak kendi psikolojisine daha sonra etrafında bulunan

insanlara bir takım zararlar verebilirler. Bireylerin yaşamış olduğu psikolojik sorunlar örgüt bünyesinde işe yabancılaşma, mobbing, işten ayrılma, dışlanma ve stress gibi olumsuz sonuçlar doğurabilmektedir.

Kavram olarak bir kişinin kendisinden daha başarılı olan diğer bir kişinin başarısını gölgelemek amacıyla o kişiyi aşağı çekmesi anlamına gelen yengeç zihniyeti “başaramazsam sende başaramazsın” düşüncesiyle ortaya çıkmaktadır. Bu zihniyete yol açan en temel neden kıskançlık olgusudur. Öz güven eksikliği yüksek olan bireylerde bu kavramın görülme düzeyi daha yüksektir.

Yengeç sendromuna yakalanan bireylerin kendilerine ve örgütlerine karşı sergilemiş oldukları bir takım olumsuz sonuçları bulunmaktadır. Sendromun kendisini gösterdiği bireyler saldırganlık, mobbing, korku gibi olumsuz duyguları yaşayabilir ve yaşatabilmektedir. Bu duyguya sahip bireyler hem kendisinin hem de zarar verdiği kişinin işe yabancılaşması, hatta işine son verilmesine sebebiyet vermektedirler.

Yengeç sendromu, olumsuz örgütsel davranışları bünyesinde barındıran en üst boyutların başında gelmektedir. Başarılarının görülmemesi adına önlerine engeller çıkartılan ve kendisinin aşağı doğru çekildiğini gözlemleyen iş görenlerin performansları zamanla düşer. Bu iş görenler “ne yaparsam yapayım olmayacak” hissiyatına kapılıp iş ile ilgili motivasyonlarını zamanla kaybederler. Motive olmayan iş görenlerin performanslarından etkin ve verimli olmaları beklenemez. Tüm bu sebeplerden ötürü zamanla başarısız olduklarını düşünen bireyler yaptıkları işlerden keyif alamayıp örgüte ve işe yabancılaşırlar.

Kişi ve örgüt iletişiminin iyileştirilmesi için örgütlerde etkin bir adalet sisteminin kurulması ve bu adalet sistemine göre terfi sisteminin oluşturulması gerekmektedir. Etkin bir çalışma sisteminin ve iletişim ağının olduğu örgütlerde bireylerin Yengeç Sendromu’na kapılma olasılığı ortadan kaldırılabilir.

KAYNAKÇA

Anderson, L. M. ve Pearson, C. M. (1999). Tit for tat? The Spiraling Effect of Incivility In The Workplace. *The Academy of Management Review*, 24 (3), 452-471.

Aydın, G. ve Oğuzhan, G. (2019). The “Crabs in a Bucket” Mentality in Healthcare Personnel: A Phenomenological Study. *Hitit Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 12 (2), 618-630.

Bedük, A. (2019). A Research On The Relationship Between Mobbing And Organizational Commitment: The Case Of Municipal Bus Drivers. *The Journal Of International Social Research*, 12 (62), 1183-1193.

Boylu, M. A. (2020). *Üniversite Öğrencilerinin Özgeçmiş Düzeyleri ile Eğitim ve Benlik Saygısı Arasındaki İlişkinin İncelenmesi*. Yayımlanmış Yüksek Lisans Tezi, Çağ Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Mersin.

Brosky, D. J. (2009). *Icropolitics In The School: Teacher Leaders' Use Of Political Skill And Influence Tactics*. Doctoral Dissertation, Department Of Educational Leadership Oakland University, Michigan.

Bulloch, H. C. M. (2013). Concerning Constructions Of Self and Other: Outo-Racism and İmagine Amerika İn the Christian Philippines. *Anthropological forum*, 23 (3), 221-241.

Caples, C. (2016). *Does The "Crabs İn A Bucket Syndrome" Still Exist?* <https://medium.com/@CEOCaples/does-the-crabs-in-a-bucket-syndrome-still-exist-written-by-derrick-ceo-caples-4b823b2297ff> (Erişim tarihi: 10.11. 2020).

Cenkseven Önder, F. ve Yalnızca Yıldırım, S. (2020). Duygusal Zekâ ve Saldırganlık Arasındaki İlişkide Yaşam Doyumunun Aracı Rolü. *YYÜ Eğitim Fakültesi Dergisi*, 17 (1), 30-53.

Demir, V. (2017). Effect of Mindfulness Based Cognitive Therapy On The Anxiety Levels Of University Students. *International Journal of Society Researches*, 7 (12), 100-118.

Dinçer, A. (2017). Korku: Dili, Kavramsallaşması, Kültürel Boyutu. *Uluslararası Türkçe Edebiyat Kültür Eğitim Dergisi*, 6 (2), 769-798.

Erdoğan, G. (2009). Mobbing (İş Yerinde Psikolojik Taciz). *TBB Dergisi*, 8, 318-352.

Eren, N. (2010). Ağır Kişilik Bozuklukları ve Hemşirelik Girişimleri. *Psikiyatri Hemşireliği Dergisi*, 1 (2), 86-95.

Himmetoğlu, B., Ayduğ, D. ve Bayrak, C. (2020). Okullarda İnfomal İletişim Türü Olarak Söylenti Ve Dedikodu Ağına İlişkin Okul Yöneticilerinin Görüşleri. *Çukurova Üniversitesi Dergisi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 49 (1), 45-72.

Karacan Özdemir, N. (2016). Deneysel Bir Çalışma: Bibliyopsikolojik Dayanışmaya Dayalı Özgüven Geliştirme Programının 6.Sınıf Öğrencilerinin Özgüven Düzeylerine Etkisi. *Elementary Education Online*, 15 (1), 136-147.

Michelson, G. ve Mouly, V. S. (2004). Do loose lips sink ships? The meaning, antecedents and consequences of rumour and gossip in organisations. *Corporate Communications: An International Journal*, 9 (3), 189-201.

Miller, C. D. (2014). The Crabs İn A Barrel Syndrome: Structural İnfuence On Competitive Behavior. In *Academy Of Management Proceedings*, (1), 155-156.

Owen, D. ve Davidson, J. (2007). "Hubris Sendrome" An Acquired Personality Disorder? A Study Of US President And UK Prime Ministers Over The Last 100 Years. *Brain: Journal of Neorology*, 132, 1396-1406.

Özdemir, Y. ve Üzüm, B. (2019). Yengeç Sendromu. (Ed. Kaygın, E. ve Kosa, G). *İçinde Olumsuz Boyutlarıyla Örgütsel Davranış*, Konya: Eğitim Yayınevi, 125-138.

- Özdevecioğlu, M. (2003). Algılanan Örgütsel Adaletin Bireylerarası Saldırgan Davranışlar Üzerindeki Etkilerinin Belirlenmesine Yönelik Bir Araştırma. *Erciyes Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 21, 77-96.
- Özgüzel, S. ve Taş, S. (2016). Hubris Sendromuna Yakalanan Yöneticilerde, Çocuktaki Aile İçi İletişimin Etkisinin İncelenmesi. *Eğitim ve Toplum Dergisi*, 5(13), 119-132.
- Pegues, A. D. (2018). *An Investigation Into the Social and Instigated Acts of Workplace Incivility Between Black Professionals*. Doctoral Thesis, Executive Committee of the Graduate School of Arts and Sciences. Columbia University, Columbia.
- Perry, K. (2009). Kicking the Bucket: It's All about Living. *Educational Perspectives*, 45 (1-2), 7-16.
- Schilpzand, P., Pater, I. E. D ve Erez, A. (2016). Workplace Incivility: A Review Of The Literatüre And Agenda For Future Research. *Journal of Organizational Behavior*, 37, 57-88.
- Seçer, B. ve Seçer, Ş. (2009). Örgütlerde Üretkenlik Karşıtı İş Davranışları: Belirleyicileri ve Önlenmesi. (Ed. Keser, A., Yılmaz, G. ve Yürür, S.). İçinde *Çalışma Yaşamında Davranış*, Kocaeli: Umuttepe Yayınları, 479-520.
- Soubhari, T. ve Kumar, Y. (2014). The CRAB_Bucket Effect And Its Impact On Job Stress-An Exploratory Study With Reference To Outonomous Colleges. *International Journal On Recentand Inovation Trends in Computing and Communication*, 2 (10), 3022-3027
- Spacey, S. (2015). *Crab Mentality, Cyberbullying And "Name And Shame" Rankings*, <https://srl.to/u5e2dNha/Crab%20Mentality,%20Cyberbullying%20and%20Name%20and%20Shame%20Rankings.pdf>. (Erişim Tarihi: 28.05.2020).
- Şahin, T. (2009). *Sosyal Dışlanma ve Yoksulluk İlişkisi*. Sosyal Yardım Uzmanlık Tezi Başbakanlık Sosyal Yardımlaşma ve Dayanışma Genel Müdürlüğü, Ankara.
- Taştan, S. ve Aydın Küçük, B. (2019). Üretkenliğe Aykırı Çalışma Davranışlarını Açıklayan Psikososyal Yapılar Olarak İşyerinde Kıskançlık Duygusu Ve Strese Yönelik Esnekliğin İncelenmesi. *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi Ve İdari Bilimle Fakültesi Dergisi*, 24 (1), 55-79.
- TDK (Türk Dil Kurumu). (2019). *Sendrom*. <https://sozluk.gov.tr/>. (Erişim Tarihi: 24.05.2020)
- Tekyazman, E. F. (2019). *Spor Eğitimi Veren Yükseköğretim Kurumlarında Kraliçe Arı Sendromu*. Yayımlanmış Yüksek Lisans Tezi Manisa Celal Bayar Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Manisa.
- Thomas, B. (17.11.2004). *Mentality Harms Minoroties The George-Anne*.

YENGEÇ SEPETİ SENDROMU'NDA DUYGUSAL ZEKÂNIN ETKİSİ

FATMA YILDIRIM¹¹ , PROF. DR. HASAN GÜL²¹ Ondokuz Mayıs Üniversitesi, Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, İşletme Anabilimdalı,

ORCID: 0000-0002-3585-5370

² Ondokuz Mayıs Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İşletme Bölümü,

ORCID: 0000-0002-3720-5451

ÖZET

Çalışanların örgüt içinde yaptıkları davranışların tümü, örgütsel davranış başlığı altında incelenmektedir. Bu davranışlar içinde çalışma hayatındaki normlara ve işletmenin amaçlarına zararı dokunanlara olumsuz iş davranışları denilmektedir. Son yıllarda birçok araştırmaya konu olan ve farklı başlıklar altında incelenen bu davranışlar; misilleme yapma, sesini yükseltme, küçük görme, yok sayma, iftira atma, dışlama şeklinde çeşitlendirilebilmektedir. Çalışanlar tarafından yapılan bu normal dışı davranışların çoğu Yengeç Sepeti Sendromu etkisiyle gerçekleşmektedir. Bu sendrom; ağzı açık bir sepetten çıkmak isteyen cesur yengecin, sepetin içinde çıkamayan ya da çıkmaya cesaret edemeyen diğer yengeçlerin kıskaçları tarafından tutulup geri çekilmesi şeklinde tanımlanmaktadır. Bu bağlamda Yengeç Sepeti Sendromu örgüt içinde; bazı yönetici ya da çalışanların, başarı basamaklarını çıkmaya çalışan bireylere engel olmaya yönelik düşünceleri ve faaliyetleri demektir. Aslında bir çeşit yazılı olmayan olumsuz davranışlar çizelgesidir. Çünkü sebepleri arasında kıskançlık, korku, nefret, bencillik, çekememe, kibir, kaygı gibi hissedilen ya da hissettirilen duygular olduğu bilinmektedir. Dolayısıyla sosyal ortamların en önemlisi olan çalışma hayatında bu şekildeki istenmeyen davranışlar, hem çalışanlara hem örgüte maddi ve manevi zarar olarak yansımaktadır.

Günümüz kurumları müşteriye anlamaya, onları memnun etmeye, ihtiyaçları karşılamaya ihtimam gösterirken bir yandan da örgütün kültürünü korumaya, duygusal iklimini düzenlemeye, çalışanların uyumuna özen göstermektedirler. Nitekim nihai amaç; aynı hedefe birlikte odaklanmak ve birlikte başarmaktır. Fakat artık işletmeler insanın önemine vurgu yaptığından, örgüt içinde oluşan sorunların çözümüne de odaklanmak zorundadırlar. Bu oluşum içinde duygusal zekâ kavramı önemi bir kilit unsur olarak karşımıza çıkmaktadır. Çünkü duygusal zekâ; bireyin kendini ve çevresini anlama yolunda her türlü duygunun farkında olması, tanımlaması ve bunları düşünceleri yardımıyla davranışlarına yansıtabilme becerisidir. Bu bağlamda yapılan çoğu araştırmada çalışanlardaki duygusal zekâ seviyesinin ve becerilerinin, örgüt içi olumsuz çatışmaları önemli ölçüde azalttığı saptanmıştır. Ayrıca duygusal zekâsı yüksek işgücüne sahip örgütlerde karşılaşılan sıkıntılar, değişkenlikler, saldırılar yani çoğu olumsuzluklar daha kolay bertaraf edilebilmektedir. Tüm bu bilgiler ışığında örgüt içinde yaşanan Yengeç Sepeti Sendromu ile başa çıkabilmek için örgütlerin birtakım planlar doğrultusunda programlar, eğitimler, seminerler ile farkındalıklar yaratması

¹ Sorumlu Yazar: Fatma Yıldırım

oldukça faydalı olmaktadır. Bu çalışma Yengeç Sepeti Sendromu ile duygusal zekâ konularında bilgilendirmeler yaparak ikisi arasındaki ilişkiyi irdelemeyi amaçlamaktadır.

Anahtar Kelimeler: İş Davranışları, Yengeç Sepeti Sendromu, Duygusal Zekâ, Çalışanlarda Duygusal Zekâ.

ABSTRACT

All of the behaviors of employees displayed within the organization are examined under the heading of organizational behavior. Of these behaviors, the ones that harm the norms in working life and the goals of the enterprise are called negative business behaviors. These behaviors, which have been the subject of many studies and examined under different titles in recent years, can be of different sorts such as retaliation, raising their voices, contempt, ignoring, slander and exclusion. Most of these abnormal behaviors performed by employees occur with the effect of "crab in the barrel syndrome". This syndrome is defined as a situation in which a brave crab that wants to get out of a basket with no cap is grabbed and pulled back by the claws of other crabs that cannot or do not dare to get out of the basket. In this context, crab in the barrel syndrome within the organization means the thoughts and activities of some managers or employees to prevent individuals from trying to carry the world before them. It's actually a kind of unwritten chart of negative behavior. Because it is known that among the causes are feelings that are felt or made to be felt, such as jealousy, fear, hatred, selfishness, envy, arrogance, anxiety. Therefore, such unwanted behaviors in working life, which is the most important of social environments, cause financial and emotional damage to both employees and the organization.

Today's institutions pay attention to understanding the customers, satisfying them, and meeting their needs on one hand, and take care of protecting the culture of the organization, regulating the emotional climate, and the harmony between the employees on the other hand. As a matter of fact, the ultimate goal is to focus on the same goal together and achieving it together. But now, since businesses emphasize the importance of people, they also have to focus on the solution to the problems that occur within the organization. The concept of emotional intelligence emerges as a key element in this case. Because emotional intelligence is the ability of an individual to be aware of all kinds of emotions and define them in order to understand himself and his environment, and to behave accordingly with the help of his thoughts. Most studies conducted suggest that the emotional intelligence level and skills of the employees reduce the negative conflicts significantly within the organization. In addition, the difficulties, variability, attacks, that is, most of the negativities encountered in organizations with a workforce of high emotional intelligence can be eliminated more easily. In the light of all this information, it is very beneficial for organizations to raise awareness with programs, education, and seminars in line with certain plans in order to cope with the crab in the barrel syndrome experienced within the organization. This study aims to examine the relationship between crab in the barrel syndrome and emotional intelligence providing information about them.

Key Words: Work Behaviors, Crab in The Barrel Syndrome, Emotional Intelligence, Emotional Intelligence on Employees.

YENGEÇ SEPETİ SENDROMU

Dünya hızla değişmekte ve dönüşmektedir. Bu dönen çarkın içinde işletmelerin vizyon ve misyonları da dünyaya ayak uydurmaya çalışmaktadır. Bu bağlamda işletmelerin merkezindeki en önemli unsur olan insanın; duyguları, tutumları, hal ve davranışları da önem kazanmakta hatta vazgeçilmez olmaktadır. Bu yüzden örgütler; bir organizasyonun içindeki bireylerin, grup ve örgüt yapısını etkileyen sabit ya da farklılaşan davranışlarını incelemek zorunda kalmaktadır (Robbins and Judge, 2012). Bu çok yönlü bakış çalışanların bazı davranışlarının, örgüt içinde olumlu bazı davranışların da olumsuz tutumlar sergilediğini göstermiştir. Olumsuz iş davranışları, hem bu davranışı sergileyen çalışanları hem de diğer çalışanları negatif yönde etkilenmektedir. Hatta bu davranışlardan bazıları örgüte veya örgüt çalışanlarına ciddi zarar verme amacına yönelik olmaktadır (Yavan, 2016: 279). Boyutları değişen bu yıldırma hareketleri, kişiyi gerek fiziksel gerekse ruhsal olarak etkilemekte ve onun yaşadığı bu negatif hallerin boyutları özel yaşantısına kadar uzanmaktadır. Nitekim organizasyonlarda olumsuz nitelikteki davranışlar; aşağılama, bilgileri gizleme, misilleme yapma, çabasını önemsememe, hor görme, hakaret etme, dedikodu yapma, iftira atma hatta saldırganlık gibi sıralanabilir (Kumral ve Çetin, 2016: 155). İşte Yengeç Sepeti Sendromu, tüm bu olumsuz veya karanlık sayılabilecek örgütsel davranışların nedeni durumundadır. Özellikle süreklilik kazandığında örgüte maddi ve manevi büyük zararları vardır (Özdemir ve Üzüm, 2019). Ağzı açık bir kovadan çıkmak isteyen bir yengece kıskançlarıyla izin vermeyen kovanın içindeki diğer yengeçler, adeta iş yerindeki kıskanç çalışanları temsil etmektedir. “Ben yapamazsam sen de yapamazsın”, “eğer ben başarılı olamazsam sen de olamazsın”, anlayışına sahip bu sendrom; iş hayatında bir çeşit ilkel benliğin dışı vurumunu yansıtmaktadır. Burada yengeçler, hiyerarşik ikili gruplarda sosyal olarak yönlendirilmiş diğerleriyle ilişkili olumsuz sonuçların potansiyelini açıklamak için kavramsal bir metafor olarak kullanılmaktadır (Zhang,2020). Yengeç Sepeti Sendromu içinde en belirgin kişisel özellik kıskançlıktır. Çünkü kıskanmak TDK sözlüğünde (2015); bir insanın sevdiği sahip olduğu bir şeyle, başkalarının aynı şekilde ilişki içinde olmasına dayanamamak, katlanamamak gibi anlamlara gelmektedir. Üstelik kıskanç bireylerle mücadele etmek ve hatta çatışmaya girmek doğru bir tutum da değildir (Tarhan, 2009). Hal böyleyken çalışma hayatı içinde; kıskanç kişisel özelliklere sahip bireylerin yanında benlikle ilgili sıkıntılı özellik taşıyanlar, özgüven eksikliği olanlar, kibirli, kaygılı ve endişe içinde korkuya kapılanlar da çıkınca; çalışan için iş hayatı çekilmez bir hal olmaktadır.

Tüm bu olumsuz Yengeç Sepeti Sendromu çatısı altında toplanmaktadır (Özdemir ve Üzüm, 2019: 129). Dolayısıyla psikolojik, sosyolojik ve hatta ahlaki açıdan da kabul görmeyen olumsuz iş davranışları; kaçınılmaz şekilde iş performansını ciddi şekilde etkilemektedir. Dünya genelinde çalışanların %81'i yöneticilerinden, yüzde %58'i çalışma arkadaşları tarafından yıldırma maruz kalmaktadır (Alparaslan ve Tunç, 2009). Teknolojinin ve küreselleşmenin de etkisiyle hızla değişen işletmelerde en çok zarar gören insani duygular olmaktadır. Hatta sıkıntıyı yaşayan kadar yaşatan da belki o anda olmasa bile daha sonra kendi içinde muhakemesini yapmakta vicdan muhasebesiyle baş başa kalmaktadır. Karşılıklı yaşanan bu insani fakat hoş olmayan durumlardan en çok duygusal insanlar etkilenmektedir. Çünkü çoğu araştırmaya göre; duygusal yönden zeki olan, hassas, kendini sorgulayan, karşı tarafı anlamaya çalışan, sabırlı, tahammül gücü yüksek bireyler iş yerinde daha çok psikolojik hatta

fiziksel saldırıya açık adeta bir kurban olmaktadır (Çobanoğlu, 2005). Bu noktada bu konuyu daha detaylı anlamak ve irdelemek için duygusal zekâsı düşük bireyler ile yüksek bireylerin özellikleri de bilmek önem kazanmaktadır.

DUYGUSAL ZEKÂ KAVRAMI VE ÇALIŞMA HAYATI

Son yıllarda yapılan çalışmalar, sadece bilişsel anlamda zeki olmanın çalışma hayatında başarılı olmak için en büyük geçerlilik olmadığını, bu yüzden karmaşık bir yapıya sahip insan zekâsının tek bir zekâ türü ile açıklanmayacağını ve zekânın çok boyutlu incelenmesi gerektiğinin altını çizmektedir (Gardner, 2006; Goleman, 2003). Birey odaklı yaklaşımların önem kazanması, bireysel mutluluk, kendini tanıma, içsel yolculuk gibi kavramların öne çıkmasıyla birlikte duygusal zekâ giderek önem kazanmaya başlamıştır. En genel ifadeyle duygusal zekâ; bireyin hem kendi duygularını hem de karşısındakinin duygularını algılaması, ifade edebilmesi, empati kurması, algıladığı duyguları, becerisi ile ayırt edip kurabilmesi ve düzenleyebilmesi şeklinde tanımlanmıştır (Mayer vd., 1999). Ayrıca duyguların doğru biçimde algılanması, değerlendirilmesi ve ifade edilmesi, hislerden düşünceye ulaşmada ve düşünce oluşturmada yararlanabilmesi, duygu ve duygusal bilgiyi anlayabilme, duygusal ve analitik gelişimi sağlamada bireylerin yetenekleri ile duygularını ayırt edip kullanabilmesi olarak da açıklanabilmektedir (Avcı, 2019: 71). Daniel Goleman'a göre ise duygusal zekâ; bireyin öz varlığını harekete geçirebilmesi, başına gelen aksiliklere rağmen çizdi hayat yoluna devam edebilmesi, dürtülerini kontrol altına alabilmesi, ruh halini düzenleyebilmesi, yaşadığı sıkıntılar yüzünden duygularına yenik düşmeden ayağa kalkabilmesi, kendisini başkasının yerine koyabilmesi ve umut besleyebilmesi olarak tanımlanmıştır (Goleman, 2003). Bu tanımlardan anlaşıldığı üzere; duygusal zekâsı yüksek olan bireyler, kişisel alanda kendi içindeki duygu ve düşünceleriyle etkili bir şekilde başa çıkabilmektedir. Ayrıca bu bireylerin motivasyonu ve üretkenliği yüksek olmaktadır. Duygusal zekâ seviyesi düşük olan bireylerde ise; daha çok içe kapanma, duyguları ifade edememe, hayattan memnun olmama, yalnız hissetme, iletişim kuramama, fiziksel ve psikolojik rahatsızlıklar gibi çeşitli problemler daha çok görülmektedir (Reisoğlu vd., 2013: 153).

Duygusal zekâyı tanımak ve anlamak için çok çeşitli tanımlar ve kuramlar bulunmaktadır. Nihayetinde çoğunda amaç insanın kendi duygu ve düşüncelerini anlaması, tartması, tanımlaması, ifade etmesi olduğu kadar aynı tavırları karşısındakiler içinde uygulayabilmesidir. Ancak bu meziyetlere sahip olan insanlar, duygusal yönden zeki kabul edilebilirler. Çünkü duygu; insanın ayrılmaz bir parçası olup, onu diğer insanlardan ayıran yegâne bir olgudur. Çünkü duygular güçlüdür ve bir birey duygularını güçlü şekilde kullanmayı başarabiliyorsa, duygularını fırsata çeviriyor, yaşadığı olumsuz olayları, mekânları hatta ihtiyaçlarını dahi kontrol altına alabiliyor demektir (Bozdağ, 2006: 132). Bu bakımdan duygusal zekâ; bir insanda özgün bir durum, etki ve hatta güç yetisi olabilmektedir. Ayrıca bazı duygusal yeterlilikler aynı zamanda bireydeki duygusal sağlığın da işaretidir. Bazı insanların hayatta neden daha başarılı olduğunun sorusunu aramak için yapılan çoğu araştırmalarda, yanıtı bilişsel zekâsıyla duygusal zekâsını dengede tutan bireylerde bulunmuştur (Weerdts ve Rossi, 2012: 147).

Nitekim uyum alanı yaratma ve stresle başa çıkarak daha mutlu bireyler olma yolundaki yetenekler; insanları çalışma hayatında daha ılımlı, sakin, kendi işine odaklı, başkalarının ne

düşündüğünü önemsemeyen bireyler yapmaktadır. Çünkü gerek özel hayatta gerek çalışma hayatında genellikle olumlu duyguların yönetilmesi daha kolay, olumsuz duyguların üstesinden gelmek çok daha zordur (Keskin vd., 2016: 64). Sadece duygusal zekânın alt boyutlarından olan öz yönetime sahip bireyler, en zor anlarda bile sakin ve soğukkanlı davranabilirler. Ayrıca sadece kendi hayatlarından değil, başkalarının tecrübelerinden de ders aldıklarından yaşam boyu sürekli öğrenmeye ve kendini geliştirmeye açıktırlar. Dolayısıyla hem kendilerine hem çevrelerine hoşgörü ve olumlu bir bakış açısı sergileyebilirler (Goleman, 2003).

Günümüzde duygusal zekanın değerini anlayan şirketler ve kurumlar, teknik bilgi sahibi ve iş deneyimine sahip adaylar arasından; öz saygısı ve özgüveni yüksek, kuvvetli yönlerini etkin olarak kullanan ve geliştirilmesi gereken yönleri tespit edip her geçen gün üzerine koyan, stres altında çalışabilen, iyimser, değişime çabuk adapte olan ve yenilikçi, iletişim becerileri gelişmiş, empati yeteneği olan, iş arkadaşları ile uyumlu iç motivasyonu olan, plan yapabilen ve bu planları hayata geçirebilen, fikrini söylemekten çekinmeyen, liderlik özellikleri kuvvetli, dürüst, vicdanlı ve değerleri olan adayları kablolarını almak ve onlarla çalışmak istemektedirler. Diğer bir ifadeyle bir çalışanın duygusal zekâ becerilerinin gelişmiş olması, bir kurumun çalışana işe alması için önemli olmaya başlamıştır. Çünkü kendini duygusal ve ruhsal açıdan iyi hisseden çalışanlar; iyi ruh hallerini daha uzun süre devam ettirerek işinde daha verimli olmakta, iş arkadaşları ile müşterilerine karşı da daha olumlu bir bakış açısı geliştirmektedirler (Goleman, 2016). Yani mutlu, iyimser çalışanlar; içlerindeki bu duyguyla iş arkadaşları ve müşterilerine daha sıcak ve daha ilgili davranmaktadırlar (Becerren, 2012). Ayrıca yapılan araştırmalar, duygusal zekâ becerilerinden biri olan, öz saygısı yüksek ve kendine güvenen çalışanların iş yerinde;

- Daha istekli iş gördüklerini,
- Yaptıkları işten daha çok doyum aldıklarını,
- Zor işlere daha çok istekli olduklarını,
- Başarı duygusunu daha çok önemsedikleri,
- Övülme ve onaylanma gibi ihtiyaçlarının daha az olduğunu,
- Yapıcı eleştiri dikkate aldıklarını ama yıkıcı eleştirilerden daha az etkilendiklerini
- Oluşan çatışmaları da daha iyi yönettiklerini göstermektedir (Şen, 2015: 144).

Bütün bunların yanında duygusal zekâ seviyesi yüksek olan iş görenin; kendi duygu, düşünce ve davranışları arasında dengeli olduğu, işyerindeki olaylar karşısında doğru ve uygun tepkiler verdiği, doğru zamanda doğru davranışları sergilediği, bu davranışları sergilerken kendinin de başkalarının yerine koyduğu bu yüzden yapıcı olduğu bilinmektedir (Titrek, 2007: 100). Ayrıca yine öfke ve kişisel kaygı gibi olumsuz duyguların önüne geçerek, bunların yerine güvenle hoşnutluk gibi olumlu duyguları geliştirme yeteneği olarak, acil davranışsal düşünce yetisi yine duygusal zekâdır. Eğer iş görenler duygusal zekâlarını diğerleriyle ilişkilerinde kullanır ve duygusal zekâlarını örgütte bir bütün olarak uygularsa, duygusal zekâsı yükseltilmiş bir örgüt yaratılabilir (Weisinger, 1998: 14).

Görüldüğü gibi olumsuz iş davranışlarında en çok duygusal zekâsı yüksek olan bireyler hedef noktası olduğu halde, örgüt içinde istenmeyen kişisel davranışlardan kurtulmanın yolları yine çalışanların duygusal zekâ seviyelerine bağlıdır. Bu anlamda Yengeç Sepeti Sendromu için duygusal zekâ, hem hedef hem çaredir. Bu açıdan örgüt içinde çalışanların, duygusal zekâ seviyelerinin yükselmesini önemsemek sanıldığından daha gereklidir.

DUYGUSAL ZEKÂ GELİŞİR Mİ?

İnsan kişiliğinde doğuştan gelen yani kendi biyolojik özelliklerine bağlı bir mizaç bulunmaktadır. Bu mizaç bazı şartlar altında dıştan müdahale edilirse değiştirilebilmektedir. Bu bağlamda duygusal zekâ değiştirilip geliştirilebilmektedir. İnsanların kişisel ve kişiler arası yeteneklerini kapsayan duygusal zekânın da geliştirilebilir olması kaçınılmazdır (Gardner, 2006). Bu değişim içinde kişide doğuştan gelen özellikler de uygunsuzsa duygusal zekâ becerileri daha kolay artırılabilir (Soyugüzel, 2019: 140). Fakat duygusal zekânın gelişim aşamalarına aile, çevre ve cinsiyet başlıca önemli noktalar olarak karşımıza çıkmakta, bireysel olarak çabaya bağlı olarak da geliştirilmesi de mümkün olabilmektedir. Nitekim yaş aldıkça insanların kendi yaşadıklarını daha kolay anladığı, başına gelen kötü hadiseleri daha olgun karşıladığı, daha serinkanlı olduğu, uzlaşmazlıkları daha dengede tuttuğu da gözlemlenmektedir. Duygusal zekânın yetişkinlerde bireysel bazda gelişim noktalarını; bireysel farkındalık, duyguları kontrol etmeyi öğrenmek, kişisel motivasyon, iletişim kurma becerisini artırmak ve empati gibi başlıklar altında incelemek ve sıralamak mümkündür.

Bireysel farkındalık diğer bir ifadeyle kendini tanımak, duygusal zekânın gelişmesini sağlamak için ilk adımdır. Bir bireyin kendisini iyi tanıması, kendi hakkında olumlu olumsuz yönlerini iyi bilip yönetmesi açısından çok önemlidir. Özellikle güçlü ve zayıf yanlarının bilincinde olan bir insan kendini ne gereksiz yere eleştirir ne de boş hayallere kapılır (Goleman, 2003).

Duyguları kontrol etmeyi öğrenmek, duygusal zekânın gelişmesi açısından önemlidir. Bunu yaparken de bireyin kendini tanıyıp, cesur ve duygularından emin olarak yaşaması gereklidir. Diğer türlü korku duygusuyla yaşadığından; doğru düşünüp, doğru hamleler atamayacaktır (Kılıç vd., 2007: 214). Nitekim korku enerjisi ile çıkılan hiçbir yolda başarıya yer kalmamaktadır.

Kişisel motivasyon, ne kadar canlı ise bir bireyin umutsuzluklara karşı ümit taşıması, yeniden ayağa kalkması o denli çevik olmaktadır (Beceren, 2012: 113). Motivasyon genel anlamıyla bir şey ortaya çıkarmak için harekete geçmek demektir. Ancak her insan farklı biçimde ve düzeyde güdülenmektedir. Bu yüzden bireyin kendini tanıması yine burada çok önemlidir.

İletişim kurma becerisini geliştirmek; bir insanın kendini sözlü veya sözsüz şekilde ifade edebilmesi, kelime dağarcığını artırabilmesi, bu sayede duygu ve düşüncelerini daha doğru düzgün ifade edebilmesidir. Bu durum duygusal zekânın gelişmesine katkı sağlamaktadır (Kılıç vd., 2007: 214).

Empati de duygusal zekânın bireysel gelişiminde çok önemli bir noktadır. Çünkü bazı araştırmalar mevki olarak yükseldikçe insanların kişisel bağları koruma becerisinin zayıfladığını göstermektedir. Duygusal zekânın yüksek olması için sezgi ve ihtiyat dengesini doğru kurmak da çok önemlidir (Goleman, 2003).

Kişiler arası ilişkilerde yetkinlik, iki tarafı da karşılıklı olarak memnun eden, duygusal yakınlık, içtenlik gibi özelliklerdir. Bu tarz ilişki yönetimi ve iletişim becerileri gerek özel hayatta gerek çalışma hayatında oldukça önemlidir. Kişiler arası ilişkilerde yetkin olan kişi, bu

duygusal yetkinlik sayesinde kurduğu duygu dđnyasın başkalarını daha kolay dâhil edebilmektedir (Weisinger, 1998). Ayrıca yapılan bazı araştırmalar genç yöneticilerin % 40'ının ilk bir ay içinde başarısızlığa uğradığını tespit etmiştir. Bu başarısızlığın sebepleri olarak da insan ilişkilerindeki uyumsuzluk, üst yönetimle çatışma, hırs, stresle başa çıkma güçlükleri gibi duygusal zekânın önemini vurgulayan sorunlar olduğu gösterilmektedir. Buradan da anlaşılacağı gibi günümüzde insan ilişkilerinde maharetli olmak, çalışanların işlerindeki başarı ve performans paylarını giderek daha çok etkilemektedir (Baltaş, 2006: 56).

SONUÇ VE DEĞERLENDİRME

Örgütlerde olumsuz olarak değerlendirilen davranışların tümü, hem çalışanlara hem de örgüte zarar vermektedir. Bu olumsuz davranışlar da Yengeç Sepeti Sendromu etkisiyle gerçekleştiğinden, bu sendromu anlamak ve değerlendirmek işletmeler için önem arz etmektedir. Bu noktada duygusal zekâ becerileri oldukça değerlidir. Çünkü bakıldığında Yengeç Sepeti Sendromu ile gerçekleşen tüm olumsuz davranışlar ile duygusal zekâ düşük insan özellikleri yüksek derecede benzerlik göstermektedir. Dolayısıyla kolaylıkla örgüt içinde de Yengeç Sepeti Sendromu'na ister çalışan olsun ister yönetici olsun daha çok duygusal zekâ düzeyi düşük bireyler sebep olmaktadır denilebilir. Bu açıdan örgüt içinde olumsuz davranışlara sebep olan Yengeç Sepeti Sendromu'na karşı alınabilecek liyakata bağılı terfi sistemi, adil bir yükselme kriteri, etkin iletişim yöntemleri, doğru performans değerlendirme sistemi, eşit çalışma şartlarının (Özdemir ve Üzüm, 2019) yanında; duygusal zekâ üzerinde dikkatli çalışmalar da yapılması son derece önemlidir. Bunu yaparken iki konuyu göz ardı etmemek gereklidir. Birincisi duygusal zekâ düzeyi düşük olan çalışanların; duygusal zekâ düzeylerinin artışı için eğitimlerle, uygulamalarla, programlarla desteklenmesi ikincisi ise duygusal zekâ seviyesi yüksek çalışanların da kendi becerilerinin farkına vardırılıp bunları daha etkin kullanmaları için desteklenmesinin gerektiğidir. Ancak bu şekilde örgütsel davranış alanında olumsuz bir durum olan Yengeç Sepeti Sendromu'nun bireysel ve kurumsal düzeyde ortaya çıkardığı olumsuz etkileri en aza indirilebilecektir. Çünkü çalışanların yaşadığı olumsuz davranışlar ve bunların devamlılığı, hem onların sağlığını ve performansını etkilemekte hem de örgütlerin nihai amaçlarına ulaşmasının önünde büyük engel olmaktadır.

GİRNE
25 - 25 NİSAN 2021

KAYNAKÇA

- Alparslan, A. M., ve Tunç, H. (2009). Mobbing Olgusu Ve Mobbing Davranışında Duygusal Zekâ Etkisi. *Süleyman Demirel Üniversitesi Vizyoner Dergisi*. 1(1). 146-159.
- Avcı, Ö. (2019). *Duygusal Zekâ ve İletişim*. İstanbul: Beta.
- Baltaş, Z. (2006). *Duygusal Zekâ*. İstanbul: Remzi Kitapevi.
- Beceren, E. (2012). *Duygusal ve Sosyal Zekâmız*. İstanbul: Postiga Yayınları.
- Bozdağ, M. (2006). *Ruhsal Zekâ*. İstanbul: Nesil Yayınları.
- Çobanoğlu, Ş. (2005). *Mobbing; İş Yerinde Duygusal Saldırı ve Mücadele Yöntemleri*. İstanbul: Timaş Yayınları Psikoloji Dizisi.
- Gardner, H. (2006). *Çoklu Zekâ: Yeni Ufuklar*. Asiye Hekimoğlu Gül (çev.). İstanbul: Optimist Yayınları.
- Goleman, D. (2003). *Duygusal Zekâ Neden IQ'dan Daha Önemlidir?* İstanbul: Varlık.
- Goleman, D. (2016). *İşbaşında Duygusal Zekâ*. Haldan Balkara (çev.). İstanbul: Varlık.
- Keskin, H., Akgün, A. E. ve Yılmaz, S. (2016). *Örgütlerde Duygusal Yetenekler*. Ankara: Nobel Akademik Yayın.
- Kılıç, S., Doğan, S. ve Demiral, Ö. (2007). Kurumların Başarısında Duygusal Zekânın Rolü Ve Önemi. *Yönetim ve Ekonomi: Celal Bayar Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*. 14(1): 209-230.
- Kumral, T. ve Çetin, C. (2016). İşyeri Nezaketsizliği Üzerine Bir Yazın İncelemesi. *Kafkas Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*. (1). 153-171.
- Mayer, J. D., Caruso, D. R., and Salovey, P. (1999). Emotional Intelligence Meets Traditional Standards For An Intelligence. *Intelligence*. 27(4): 267-298.
- Özdemir, Y. ve Üzüm, B. (2019). Yengeç Sendromu. Erdoğan Kaygın ve Gözde Kosa (der). *Olumsuz Boyutlarıyla Örgütsel Davranış*. (s.125-138). Konya: Eğitim Yayınevi.
- Reisoğlu, İ., Gedik, N. ve Göktaş, Y. (2013). Öğretmen Adaylarının Özsaygı ve Duygusal Zekâ Düzeylerinin Problemlerle İnternet Kullanımıyla İlişkisi. *Eğitim ve Bilim*. 38(170). 150-165.
- Robbins, S. P. and Judge, T. A. (2012). *Örgütsel Davranış*. İnce Erdem (çrv). İstanbul: Nobel Yayınları.
- Soyugüzel, M. (2019). *Duygusal Zekâ*. İstanbul: Yediveren Yayınları.
- Şen, B. (2015). *Metaforlarla Duygusal Zekâ*. Ankara: Nobel Yayıncılık.
- Tarhan, N. (2005). *Kadın Psikolojisi*. Ankara: Nesil Yayın.

Titrek, O. (2007). *IQ'dan EQ'ya Duyguları Zekice Yönetme*. Ankara: Pegem Yayıncılık.

Türk Dil Kurumu Güncel Sözlüğü, (2015), <https://sozluk.gov.tr/> (20.04.2021).

Weerdt, M. D. and Rossi, G. (2012). The Bar-On emotional quotient inventory- evaluation of psychometric aspects in the dutch speaking part of Belgium. *Psychology-Selected Papers*. (9): 145-172.

Weisinger, H. (1998). *İş Yaşamında Duygusal Zekâ*. Nurettin Süleymangil (çev.). İstanbul MNS Yayıncılık.

Yavan, Ö. (2016). Örgütsel Davranış Düzleminde Adanmışlık. *Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*. (25). 278-296.

Zhang, H. (2020). Application Of Production-Oriented Approach İn College English Instruction in China: A Case Study. *English Language Teaching*. 13(10). 14-22.I



YOLSUZLUK VE ETİK ÜZERİNE BİR İNCELEME: ABD ÖRNEĞİ

Dr. Havin Öner GÖREN

ORCID ID 0000-0003-1073-7180

ÖZET

Her ülkenin yolsuzluk ve etik konusunda geçmişi, tarihi ve uygulamaları farklı olsa da yolsuzluk evrensel boyutta ele alınan en önemli konulardan birisidir. Yolsuzluk tüm dünyada hem ahlaki hem de ekonomik anlamda bir hastalık olarak nitelendirilmektedir. Yolsuzluğun dünya literatüründe önüne geçilemeyen yükselişi yanında, mevcut problemlere çözüm arayışlarının da devam ettiği görülmektedir. Bu sorunun yegâne çözüm yolu ise tüm dünyada etik kavramı üzerinde inşa edilmektedir. Çalışmada yolsuzluk ve etik konusu, yolsuzluğun evrensel yönünün en çok tartışıldığı 1990'lı yıllardan günümüze ve ABD'de özelinde ele alınacaktır. Çalışmanın etik konusunu ABD'yle sınırlandırması, yolsuzluk konusunda uzun dönem ve önemli aşamalar geçirmiş ABD'de yolsuzluğun araştırılmasında mevcut materyalin oldukça çeşitli olması dolayısıyladır. Bu çerçevede yolsuzluk kavramı, ABD kamu yönetiminde yozlaşmanın ana nedenleri bağlamında ele alınıp; çözüm önerisi olarak etik kodları ele alınacaktır. Yolsuzluğun çözümü noktasında etik kodlarının uygulama alanı bulduğu bu coğrafya da yolsuzluk örneklerinin birçok ülkeyle benzerliği yanında dünya tarihinde ilk olma özelliği taşıyan örnekler de mevcuttur. Bu çerçevede her dönem var olan kamu görevlilerinin kötü ve ahlaksızca hareketleri ABD için tartışılmaz bir olgu olmuştur. Gelişmiş ülkelerin yolsuzlukla mücadelede önemli yol kaydettikleri varsayımının aksine çözülemeyen bir takım ahlak dışı davranışların çözümü etik konusunu ön plana çıkartmaktadır. Şeffaflaşma sürecinin önem arz ettiği ve etik kodların bu noktada tüm dünyada önemli bir uygulayıcı kitle bulduğu söylenebilir. Çalışmada ABD'de yapılan birçok etik uygulamalara karşın kamu görevlilerinin karşılaştıkları ikilemler ve ahlak dışı davranışların neden tam olarak çözülemediği irdelenmeye çalışılacaktır. Yolsuzluk konusunun araştırılmasındaki karşılaşılabilecek güçlüklerde çalışmanın sınırlarını oluşturmaktadır. Yolsuzluğun bir tabu olduğu dünyamızda bu konuda yapılan araştırmaların sınırlı olması konunun akademik açıdan değerlendirilmesini de güçleştirmektedir.

Anahtar Kelimeler: Kamu Yönetiminde Yolsuzluk, Etik, Etik Kodlar

1.GİRİŞ

Yolsuzluk, dünya ülkelerinin çözüm aradığı önemli sorunların başında gelmektedir. Tüm dünyada yolsuzluğu önleyebilecek çözüm yolunun ise etik kavramı üzerinde şekillendiği söylenebilir. Bu kavramların dünya literatüründe önüne geçilemez yükselişi, bir takım çözüm

arayışlarının da devam ettiğini göstermektedir. Ancak çözüm yolu belirlenmiş bir sorunun neden halen sorun teşkil ettiği ise bir muammadır.

Çalışmamızda yolsuzluk kavramı, ABD kamu yönetiminde yozlaşmanın ana nedenleri bağlamında ele alınıp; çözüm önerisi olarak etik kodları ve bu noktada alınabilecek diğer çözüm önerileri ele alınmaya çalışılacaktır. Çalışmada, yolsuzluğun evrensel yönünün en çok tartışıldığı 1990'lı yıllardan günümüze kadar var olan süreç ele alınacaktır. Bu noktada ABD'yi çalışmamızın ana nedeni; ABD kamu kesiminde var olan ahlak dışı uygulamaların ABD tarihi kadar eski olması dolayısıyladır. Uzun bir dönem ve önemli aşamalar geçirmiş bu ülkede yolsuzluk konusunu çalışmak bu anlamda gerekli olup; araştırmanın derinliği açısından elzemdir.

Yolsuzluğun ve etik kodlarının önemli uygulama alanı bulduğu bu coğrafya da mevcut örneklerin birçok ülkede benzerleri olduğu gibi dünya tarihinde bir ilk olma özelliği taşıyan örneklerde vardır. Her dönem var olan kamu görevlilerinin kötü ve ahlaksızca hareketleri ABD için tartışılmaz bir olgu olmuştur. Yapılan birçok etik uygulamalara karşın kamu görevlilerinin karşılaştıkları ikilemler ve ahlak dışı davranışlarına halen neden çözüm bulunamadığı çalışmamız içerisinde yer alacaktır.

2.ABD'DE AHLAK DIŞI DAVRANIŞLAR VE YOLSUZLUK

Yolsuzluk tüm dünyada hem ahlaki hem de ekonomik anlamda evrensel bir hastalık olarak nitelendirilmektedir. Niceliği ve niteliği farklı olmasına rağmen günümüzde hemen hemen tüm dünya ülkelerinin çözüm aradığı önemli bir sorundur. Ancak bu sorunun yerel boyutu aşır; evrensel düzeyde ele alınması yolsuzluk kavramının önemini daha da arttırmıştır. Yolsuzluğun yerel boyuttan evrensel düzleme taşınması çok eski bir olgu değildir. Ancak evrensel düzeyin, birçok uluslararası kuruluşun tanımlamalarıyla, yeniden şekillendiği dönem 1990'lı yıllardır. Bu dönemde yolsuzluğu; Birleşmiş Milletler(BM), Dünya Bankası(DB),Uluslararası Saydamlık Örgütü(TI), Avrupa Birliği(AB),İktisadi İşbirliği ve Kalkınma Örgütü(OECD) gibi uluslararası örgütler yolsuzlukla mücadele adı altında gündemlerine almışlardır. Örneğin DB 'ye göre;

Dünya Bankası'na göre yolsuzluk, kamu gücünün özel çıkarlar amacıyla kötüye kullanılmasıdır. Bu tanım şu anlamda ele alınabilir; herhangi bir kamu görevlisinin rüşvet alması, rüşvet talep etmesi ya da rüşvet için baskı yapması, ayrıca rüşvet olmaksızın nepotizm, patronaj, devlet mallarının çalınması, zimmet ve iltimas yollarıyla, kamu gücünü özel çıkarları için kötüye kullanılabilmektedir.(Gönülaçar, 2012: 41)

Evrensel boyutuyla çeşitli uluslararası kuruluşların yaptığı tanımlarla ele alınan yolsuzluk kavramının evrensel boyutunun yanında yerel boyutunun ülkenin ekonomik, siyasal ve toplumsal yapısının da ele alınması gerekmektedir. Evrenselliğin vurgulanmasında amaç, kavramın gerek dünya ülkeleri gerekse uluslararası kuruluşlarca büyük bir tehdit olarak algılanmasındandır. Bu noktada evrensel normlar bağlamında ABD'yi ele aldığımız çalışmamızda genelden özele bir yolsuzluk araştırması yapılması yerinde olabilir. Her ülkenin yolsuzluk algılamasının tarihine, kültürüne, siyasal yapısına ve ülkenin şartlarına göre farklılaştığını vurgulamak yerinde bir söylem olabilir. ABD tarihinin önemli olaylarından, coğrafyasından ve siyasi ahlakından yola çıkılarak evrensel bir bakış açısıyla yolsuzluk anlayışı ortaya konulabilir.

Yolsuzluğun ABD'ye etkisi çok önemli boyutlara ulaştığı söylenebilir. Sürekli olarak yapılan kamuoyu araştırmaları bu açıdan önemli bulgular içermektedir. Halkın yönetime olan güveninin azalması ve artarda çıkan skandallar ABD açısından birtakım önlemler alınması için önemli bir aşama olmuştur. Yolsuzluğun boyutlarının ekonomik anlamda önemli boyutlara ulaştığı ülkede bununla ilgili örnekler vermek yerinde olabilir. ABD için yolsuzluk tablosu oldukça çeşitlidir. Ancak ABD için Watergate skandalı en önemli siyasal yolsuzluk örneği olarak ilk etapta dikkat çekmektedir.

Watergate skandalı kısaca şu şekilde gerçekleşmiştir. Amerikan iç politikası ve dünya kamuoyunda önemli yankıları ve sonuçları olan siyasal casusluk olayıdır. 1972 Haziran'ında, Washington muhalefet partisi olan Demokrat Parti'nin seçim işlerini yürüttüğü merkez olarak kullanılan Watergate binasına, iktidar partisi ve Başkan Nixon'un yakın adamlarının tertibiyle gizlice dinleme cihazı yerleştiren 7 kişilik bir grubun yakalanması olayı, önceleri bir basit hırsızlık sanıldı ise de gazetecilerin kurcalaması üzerine daha sonra siyasi amaçlarla yapıldığı, Başkan Nixon'un bu faaliyetten haberi olduğu ortaya çıktı. Ancak Nixon uzun süre, bu olayla hiçbir ilişkisi olmadığını, hiç bir emir vermediğini ve bilgisi bulunmadığını iddia etti. Bu arada, olayı soruşturma işine bakan bir savcı da azledildi. Bir kısım diğer karışık olaylar üzerine, Amerikan Kongresi Başkan'ın yargılanması için dokunulmazlığını kaldırma eğilimi gösterince, Nixon gizlediği Beyaz Saray'daki konuşmalara ait bir kısım ses bantlarını mahkemeye tevdi etmek zorunda kal ve bazı yerleri silinmiş veya bozulmuş olmasına rağmen, bantlardan Nixon'un bu işten haberi olduğu ve yalan söylediği anlaşıldı. Bu durum, kamuoyunu ve parlamenterleri daha çok etkiledi, Başkan Nixon ikisene direndikten sonra Ağustos 1974'de istifa etti, yerine yardımcısı Gerald Ford geçti ve kısa bir süre sonra hastalanan Nixon'u yargılamaktan affetmiştir. (Watergate Skandalı, 2013)

Bir diğer örnek ise, ABD tarihinin en büyük hisse senedi yolsuzluk operasyonu verilebilir.

Yaklaşık 120 borsacı ve mafya üyesinin tutuklandığı ve tutuklananların büyük bölümünün New York'taki 5 büyük mafya ailesinin üyesi olduğu belirtiliyor. Tutuklananlar hisse senedi manipülasyonu, yeni kurulan internet şirketlerinin halka arzında yolsuzluk yapma, düşük fiyatlı hisse senetlerinin işlemlerin yolsuzluk yapmakla suçlanıyor. Soruşturmanın Amerikan tarihinin en büyük borsa yolsuzluğu olarak nitelendirilirken, 1997 ve 1998 yılında da mafyanın karıştığı menkul kıymetler piyasası yolsuzlukları gerçekleşmiştir. (ABD'de Büyük Borsa Yolsuzluğu, 2000)

Yukarıda verilen örneklerin ABD için hem ekonomik hem siyasi açıdan önemli sonuçları olmuştur. Bu sonuçlar medya tarafından dünya gündeminde yer almıştır. Medyanın araştırması ve şeffaflık politikaları gereği bu coğrafyada yolsuzluk olayları kolayca ifşa edilmiştir. Ülkenin olanlara karşı aldığı tedbirler ve uygulamalara aşağıda kısaca değinilmeye çalışılacaktır.

3.ABD'DE KAMU YÖNETİMİ ETİĞİNE GENEL BİR BAKIŞ

ABD'de yolsuzluk gibi kamu yönetiminde yozlaşma çalışmanın sınırlılığı açısından ele alınmıştır. Yozlaşma örneklerinin yanında birçok etik kuralın mimarı durumundaki ABD için 19.yy.'la gelindiğinde "yağma sistemi" kamu yönetiminin temelini oluşturmuştur. Yağma sistemine göre iktidara gelen siyasi parti, bir anlamda seçimi kazanmanın ödülü olarak bürokrasisinin istediği şekilde değiştirme ve istediği personeli istihdam etme hakkına sahiptir.

Yozlaşmanın kabul edilemez seviyeye ulaşması üzerine Amerika'da yağma sisteminin kaldırılmasına karar verilerek bunun siyasetten bağımsız bir kamu yönetimi sistemi kurulmasına karar verilmiştir. Özellikle kamu personel sistemine liyakat ilkesinin getirilmesiyle birlikte, yolsuzluk vakalarında önemli bir azalma görülmüştür.

Yolsuzluğun ilacı olarak görülen etik kavramı da yine bu ülke açısından çok önemli bir yere sahiptir. ABD için kamu yönetiminde etik kavramı çeşitli standartlarla tanımlanır. Bu standartlara kısaca etik kodlar adı verilir. Etik kodları ilk kez 1924 yılında Uluslararası Kent Yönetimleri Birliği (ICMA) tarafından yayımlanmıştır. Bu kodlar daha çok kamu görevlilerinin davranışlarını ahlaki düzenlemelere uygun olması adına meslek etiği niteliğindedir. 1958 yılında, Amerikan Kongresi tarafından federal yürütme şubesi görevlileri için davranış kuralları olarak kabul edilen bu kodlar Watergate skandalı ile birlikte hem devlet yönetimi hem de yerel yönetimlerde yaygınlaşmaya başlamıştır. (Klavuz, 2003: 151). Amerikan Kamu Yönetimi Topluluğu (ASPA) ICMA'nın etik kodlarını adapte ederek Amerikan Kamu Yönetimi Topluluğu tarafından 1984 yılında yayımlanmıştır.

Amerikan Kamu Yönetimi Topluluğu'nun Etik Bildirgesi

Biz, Amerika Kamu Yönetimi Topluluğu üyeleri, vicdanın davranışları yönlendirmedeki kritik rolünü idrak ederek ve hayatın ahlaki belirsizliklerini gözönünde bulundurarak, (şunları) taahhüt ediyoruz:

1. Kamu kurumlarına kamusal güveni ve emniyeti aşımak için, tüm kamusal aktivitelerimizde kişisel dürüstlük, doğruluk, onur ve metanet gibi yüksek standartları göstermeyi.
2. Halka hizmet etmenin herhangi bir kişiye hizmetin ötesinde olduğunu idrak ederek, halka saygı, ilgi, nezaket ve hevesle hizmet etmeyi.
3. Kişisel mesleki mükemmellik için çaba göstermeyi ve iş ortaklarımızın ve kamu yönetimi alanına girmek isteyenlerin mesleki gelişimini teşvik etmeyi.
4. Kamuya ait görevlerimize olumlu bir tutumla yaklaşmayı ve açık iletişim, yaratıcılık, kendini hizmete adanma ve şefkati yapıcı bir şekilde desteklemeyi.
5. Resmi görevlerimizi yerine getirirken, meşru olmayan kişisel kazanç elde etmeyecek şekilde hizmet etmeyi.
6. Resmi görevlerimizin yürütülmesi ile bağdaşmayan tüm menfaat ve aktivitelerden kaçınmayı.
7. Resmi görevlerimiz sırasında ulaştığımız ayrıcalıklı bilgiyi korumayı ve ona saygı göstermeyi.
8. Kamu çıkarını artırmak için, kanunen sahip olduğumuz tüm takdir yetkisini kullanmayı.
9. Görevimizle ilgili olarak ortaya çıkan işleri zamanında yerine getirme ve kamu işlerini mesleki yeterlilikle, adil, tarafsız ve etkin bir şekilde yönetme sorumluluğunu kişisel bir görev olarak kabul etmeyi,
10. Toplumun tüm kesimlerinden nitelikli kişilerin işe alınmasında, seçilmesinde ve ilerletilmesinde eşit fırsat temin etmek için, liyakate dayalı istihdamı ve olumlu aksiyon programlarını desteklemeyi, uygulamayı ve geliştirmeyi.
11. Yasal olmayan farklı muamele, sahtekarlık ve kamu kaynaklarının yanlış idaresinin tüm şekillerini ortadan kaldırmayı ve bu tür farklı muamele, sahtekarlık, yanlış idare ya da kötüye kullanmayı düzeltmeye yönelik sorumlu gayretlerinden dolayı zor duruma düşen iş arkadaşlarını desteklemeyi.
12. Federal ve eyalet anayasalarına ve kamu daireleri, çalışanlar, müşteriler ve vatandaşlar arasındaki ilişkileri düzenleyen diğer kanunlara saygı göstermeyi, onları desteklemeyi ve zorunlu ise geliştirmek için çalışmayı (<http://www.canaktan.org/din-ahlak/ahlak/yolsuzlukla-mucadele-stratejileri/ahlak-kodlari/amerikan-kamu-yonetimi-toplulugu.htm>) şeklinde ele alınmıştır.

Etik kültürünün incelenmesinde bir başka önemli faaliyet ise yasama faaliyetleridir. Kongre üyeleri ve diğer federal memurlarla ilgili olarak özellikle yolsuzluk, rüşvet ve çıkar

çatışmasını yasaklayan kanun hükümleri, iç savaş döneminden beri federal hukukun bir parçası olmuştur. Ancak hediye kabulü, parlamento dışında çalışmayla ilgili genel sınırlamalar ve özel mali varlıkların kamuoyunun bilgisine sunulmasına ilişkin ahlakî kurallar yakın geçmişte meydana gelmiştir. 1968'de Kongre üyelerinin hediye kabulünü konu alan yasama kuralları ile başlar, 1989 yılında revize edilen Ahlak Yasası Reformu'na kadar sürer. (Korkut, Yıldız, Amerika Birleşik Devletler Kongresi İçin Ahlakî Kurallar:1994)

Birleşik Devletler Kongre üyelerine ilişkin mevcut ahlakî kısıtlamaların ana hükümleri şöyle sıralanmıştır: (Korkut, Yıldız, Amerika Birleşik Devletler Kongresi İçin Ahlakî Kurallar:1994)

- Özel hediye kabulü ile ilgili kısıtlamalar,
- Dışarıda özel olarak çalışma,
- Hibeyi de içine alan dış kazançlardan elde edilen gelirler,
- Mali varlıklar ve gelir getirici mülklere sahip olunması ve kamuoyuna açıklanması,
- Eski üyelerin özel çalışma faaliyetleri üzerindeki kısıtlamalar.

Yolsuzluk olayları yasama faaliyetleri yanında diğer birçok alanda etiksel düzenlemelere konu olmuştur. Amerikan Anayasası'nda da ABD Başkanı'nın yargılanarak görevden uzaklaştırılması hususunda rüşvet ve vatan hainliği suçları açıkça ifade edilmiştir. Bu örneklerle birlikte kamu yönetiminde etik kavramının açıkça her alanda tanımlandığını ve uygulamaların bu yönde olacağı anlaşılmıştır.

4.SONUÇ VE DEĞERLENDİRME

Yolsuzluk konusu gerek dünyada gerekse ülkelerin kendi bünyesinde çözüm aradığı önemli sorunların başında gelmektedir. Yolsuzluk ortaya konan yasal düzenlemeler, etik uygulamalar, etkin denetimler, medyanın etkin rolü olmasına rağmen halen devamlılık arz eden kronik bir hastalıktır. Nedenleri ve sonuçları üzerine yapılan birçok akademik çalışma olmasına rağmen kapalı bir kutudur.

ABD'de yolsuzluk konusunda örnek olaylar ışığında, bu coğrafyada siyasi yozlaşmanın önemli boyutlara ulaştığı söylenebilir. Ancak özellikle şeffaflaşma adına atılan adımların gerçekte önemli adımlar olduğu ve etik kodların bu noktada tüm dünyada önemli bir uygulayıcı kitle bulduğu vurgulanmalıdır. Özellikle Kongre üyelerinin mal varlıklarının her artışının kamuoyuna aktarılması ve bu anlamdaki şeffaflık ve hesap verebilirlik etik konusunun uygulama alanı bulduğunu gösterebilir. Etik konusunun ülke genelinde çeşitli bildireler ve ilkeler yoluyla ortaya konulması çalışmada yolsuzluk kadar etik konusunun da çeşitliliğinin olduğunu göstermiştir.

Sonuç olarak; her ülkenin yolsuzluk ve etik konusunda geçmişi, tarihi ve uygulamaları arasında farklılıklar olsa da yolsuzluk evrensel boyutuyla ele alınan önemli konuların başında gelmektedir. Bu konuyla ilgili yapılacak her araştırmanın ülkelerin ilerlemesi adına önemli bir adım olacağı bilinmektedir.

KAYNAKÇA

ABD'de Büyük Borsa Yolsuzluğu, 2000, <http://arsiv.ntv.com.tr/news/11792.asp#BODY>, (Erişim Tarihi: 23.04.2021)

Gönülaçar, Ş., Etkili Bir Yolsuzlukla Mücadele İçin Kamu Denetiminde Yeni Bir Kurumsal Yapı Önerisi, *Mali Hukuk Dergisi*, S. 159, Y.27, 2012.

Klavuz, R., *Kamu Yönetiminde Etik ve Bir Sorun Alanı Olarak Yozlaşma*, Seçkin Yayınları, Ankara, 2003.

Korkut, S., Yıldız, A., *Amerika Birleşik Devletler Kongresi İçin Ahlaki Kurallar*, TBMM Kütüphane ve Dokümantasyon Müdürlüğü Araştırma Servisi Ankara, 1994.

http://www.turkebilgi.com/ansiklopedi/watergate_skandal%C4%B1. (Erişim Tarihi: 24.04.2021)

<http://www.canaktan.org/din-ahlak/ahlak/yolsuzlukla-mucadele-stratejileri/ahlak-kodlari/amerikan-kamu-yonetimi-toplulugu.htm>, (Erişim Tarihi: 26.04.2021)

WORLD BANK, *World Development Report-1997*, World Bank, Washington D.C. www.houstonprogressive.org/ethics.html.

www.saydamlik.org/turkce.html.

www.tesev.org.tr/etkinlik/kamu_gorevleri_etik_kurul_tesev_gorusu.php.

www.transparency.org.

www.transparency.org/cpi/2005/dnld/media_pack_en.pdf.

www.usoge.gov/pages/laws_regs_fedreg_stats/lrfs_files/xeorders/eo12674.html.



ULUSLARARASI TİCARET İŞLETMELERİNDE MUHASEBE BİRLİĞİNİN SAĞLANMASI

Öğr. Gör. Dr. İsa KILIÇ ¹, Dr. Öğr. Üyesi Servet ÖNAL ²

¹ İskenderun Teknik Üniversitesi, İskenderun Meslek Yüksekokulu, ORCID ID: 0000-0001-7406-2245

² Osmaniye Korkut Ata Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, ORCID ID: 0000-0001-5452-6938

ÖZET

Dünyada yaşanan teknolojik gelişmeler; insanların ve ülkelerin birbirleri ile daha hızlı iletişim kurmasını, belirli hususlarda anlaşmalar yapmasını ve aralarındaki ticari ilişkilerini kolaylaştırmaktadır. Özellikle teknolojik imkânlarla tarafların birbirine rahatça ürün veya hizmet tanıtımı yapması; ülkeler arasında yaşanan ticaretin gelişmesini, ülkelerin pazar paylarını yükselterek ithalat ve ihracat miktarını artırmaktadır. Ülkeler arasında yaşanan bu ticari işlemler, her ülkede bulunan yerel muhasebe ve ilke kuralları ile yapılmaktadır. Bu durum; aynı ticari işlemlerin farklı ülkelerde, farklı kayıtlar yapılarak farklı finansal tablolar oluşmasına sebep olmaktadır. Yaşanan bu farklılıkları en aza indirmek adına, tüm dünyada uygulanabilen ve ülkeler arasında bir muhasebe birliğini sağlayan Uluslararası Muhasebe/Finansal Raporlama Standartları hazırlanmış olup ihtiyaca göre de gerekli güncellemeler yapılmaktadır. Ülkemizde de bu muhasebe/finansal raporlama standartlarının çevirisi yapılarak bu standartlar, bölüm bölüm yayınlanmakta ve belirli kriterlere sahip işletmelerin bu muhasebe/finansal raporlama standartlarına uyması bir zorunluluk haline getirilmektedir. Bu çalışmada; uluslararası ticaret işletmelerinin yapmış oldukları ticari işlemlerde bir muhasebe birliği sağlamak adına, müşteri sözleşmelerinden hasılat standardı ve kur değişiminin etkileri standardı ile getirilen düzenlemelere değinilecektir.

Anahtar Kelimeler: Uluslararası Ticaret, Muhasebe, Muhasebe Standartları,

PROVIDİNG UNION IN ACCOUNTING PROCEDURES TO BE APPLIED IN INTERNATIONAL TRADE BUSINESS

ABSTRACT

Technological developments in the world; It facilitates people and countries to communicate with each other faster, make agreements on certain issues and trade relations between them. Particularly with technological opportunities, the parties can easily promote products or services to each other; It increases the amount of imports and exports by increasing the development of trade between countries and the market shares of countries. These commercial transactions between countries are carried out with local accounting and policy rules in each country. This situation results in different financial statements by making different records of the same business transactions in different countries. In order to minimize these differences,

International Accounting / Financial Reporting Standards, which can be applied all over the world and provide an accounting union between countries, have been prepared and necessary updates are made according to the needs. In our country, by translating these accounting / financial reporting standards, these standards are published section by section and it is obligatory for businesses with certain criteria to comply with these accounting / financial reporting standards. In this study, in order to provide an accounting unity in the commercial transactions of international trade businesses; The revenue standard from customer contracts and the regulations introduced by the standard of effects of exchange rate changes will be discussed.

Key Words: International Trade, Accounting, Accounting Standards,

1. GİRİŞ

Coğrafya olarak olmasa da ulaşım ve iletişim noktasında giderek küçülen bir dünyada yaşıyoruz. Birkaç dakika içerisinde istenilen ülkeden mal ithalatı yapılırken, aynı süre içerisinde istenilen ülkeye mal ihracatı yapılabilmektedir. Ticaretin bu denli artması, sınır kavramlarının giderek soyutlaşması vb. sebepler ülkeleri birçok alanda olduğu gibi muhasebe dilinde de ortak bir zeminde buluşmaya sevk etmiştir (Alataş ve Kılıç, 2018:454). Ortak bir muhasebe sisteminin oluşması düşüncesi, 1970’li yıllardan sonra hız kazanmıştır. Kurulun ilk adı Uluslararası Muhasebe Standartları Komitesi (International Accounting Standards Committee/IASC)’dir. IASC, 1973 yılında kurulmuş olup 2001 yılında yapılan bir değişiklikle tüm yetkilerini Uluslararası Muhasebe Standartları Kurulu (International Accounting Standards Board/IASB)’na devretmiştir. IASB; uluslararası muhasebe standartlarının, dünyanın bütün ülkelerinde uygulanmasını amaçlamaktadır (Şahin, 2010:69). Bu kurul tüm dünyada uygulanmasını istediği Uluslararası Muhasebe Standartları/Uluslararası Finansal Raporlama Standartları (UMS/UFRS’ler)’ni hazırlayıp yayınlamaktadır. Uluslararası Muhasebe Standartları/Uluslararası Finansal Raporlama Standartları (UMS/UFRS’ler), Uluslararası Muhasebe Standartları Kurulu (IASB) tarafından geliştirilerek yayımlanan muhasebe standartları setidir. Bu standartların dünya genelinde tutarlı bir şekilde uygulanmasıyla, halka açık işletmelerin finansal durumlarının yatırımcılar ve diğer finansal tablo kullanıcıları tarafından uluslararası düzeyde karşılaştırılabilmesine imkân sağlanması amaçlanmaktadır. 2001 yılına kadar UMS adıyla yayımlanan bu standartlar, bu tarihten sonra UFRS adıyla yayımlanmaya başlamıştır (www.kgk.gov.tr, 18/04/2021). Ülkemizde ise bu dönüşümü; Kamu Gözetimi, Muhasebe ve Denetim Standartları Kurumu (KGK) yürütmektedir. KGK, yayımlanan uluslararası muhasebe standartlarının çevirisini yaparak ülkemizde yayınlamaktadır. Tüm dünyada ortak bir muhasebe birliğinin sağlanması amacıyla oluşturulan muhasebe standartları, şüphesiz ki en çok uluslararası ticaret yapan işletmeleri etkilemektedir. Uluslararası ticari işlemler; her ne kadar ülke para birimi ile muhasebe kayıtlarına kaydedilse de o günkü kur üzerinden işlem yapılmakta ve kur dalgalanmaları etkisi veya müşterilerle yapılan sözleşmeler, bu işletmeleri önemli bir oranda etkilemektedir. Bu çalışmanın temel amacı, müşteri sözleşmelerinden elde edilen hasılat standardı ve kur değişimi etkileri standartlarının içerdiği düzenlemeleri ifade etmektir.

2. ULUSLARARASI TİCARET İŞLETMELERİNDE MUHASEBE SİSTEMİ

Uluslararası ticaret; bir ülkenin teknoloji gücü, doğal kaynakları, eğitim düzeyi, kültürel yapısı gibi özelliklerini avantajlı olduğu alanlara yönlendirerek bazı ürün ve hizmetleri diğerlerine göre daha verimli ve daha az maliyetle üretilebilme, dezavantajlı olduğu malları ise ithal etme ihtiyacı sonucunda oluşmuştur (Gönen ve Yılmaz, 2015:134). Teknolojik imkânların artması ile birlikte ülkeler arasında yaşanan kolay transfer, daha az maliyet gibi sebepler ithalat ve ihracatı artırmıştır. Artık sadece işletmeler değil bireyler dahi ülkeler arasında rahatça alışveriş yapma imkânı bulmuştur. Ticarete ibrenin uluslararası göstermesi, muhasebe sistemlerinde de bütün ulusların ortak bir muhasebe dili kullanılmasını zorunlu kılmıştır. Bu nedenle uluslararası muhasebe standartları geliştirilerek ortak bir dil oluşturulması yolunda azımsanmayacak bir yol kat edilmiştir. Kısa bir süre sonra Çin’de hazırlanan bir bilançoyu hiçbir destek almadan okuyup anlayabileceğimiz gibi, ülkemizde hazırlanan bir gelir tablosu da Şili’de aynı şeffaflık içinde okunabilecektir. Bu aynı zamanda ülkelerin ve insanların birbirini daha iyi anlaması, daha doğru ilişkiler kurmasını da sağlayacaktır (Güneş, Durmuş ve Solak, 2012:62). Ancak ülkelerin kendi iç dinamikleri, yerel faktörleri, vergi kanunlarının yerleşik yapısı, uluslararası ticaretin öncesinde bu kadar etkin olmaması gibi birçok faktör; ülkelerin bireysel muhasebe işlemleri uygulamasında etkili olmuştur.

Ülkelerin farklı muhasebe sistemlerine sahip olması nedeniyle uluslararası alanda ortaya çıkan sorunlara muhasebe camiası tarafından teoride ve uygulamada çeşitli çözüm önerileri getirilmiştir. Bu öneriler içerisinde önceleri “Uluslararası Muhasebe Uyumlaştırması (International Accounting Harmonization)”,sonraları “Muhasebe Standartlarının Yakınsaması (Convergence o Accounting Standards)” yaklaşımı; bütün ülkeleri ortak standartlar etrafında toplamayı amaçlayan, günümüze kadar yapılan akademik nitelikli çalışmalarda birçok muhasebe araştırmacısı tarafından en çok savunulan ve kabul gören yaklaşımlar olarak ön plana çıkmıştır (Ağca ve Aktaş, 2007:4). Muhasebede uluslararası yakınsama (convergence) ise, dünya çapında kullanılmak üzere tek bir muhasebe standartları takımı geliştirmeye katkıda bulunacak yeni veya revize edilmiş standartlar geliştirmek amacıyla ilgili kurumların birlikte çalışması anlamına gelmektedir. Gerek uyumlaştırma gerekse yakınsama süreci, dünya çapında kullanım amacıyla tek bir muhasebe standartları takımı geliştirmeye yardım etmeye yöneliktir (Arslan, 2004:94). Daha önce de ifade edildiği gibi tüm dünyada sağlanacak muhasebe birliği ile ilgili çalışmaları; dünyada Uluslararası Muhasebe Standartları Kurulu, ülkemizde de KGK yürütmektedir. Uluslararası ticari işlemlerin standardizasyonu ve işlemlerin kolaylaşması adına yayımlanan birçok standart olsa da ağırlık olarak dış ticaret işletmelerini etkileyen *TMS 21 Kur Değişiminin Etkileri Standardı* ve *TFRS 15 Müşteri Sözleşmelerinden Hasılat Standardı* ifade edilecektir.

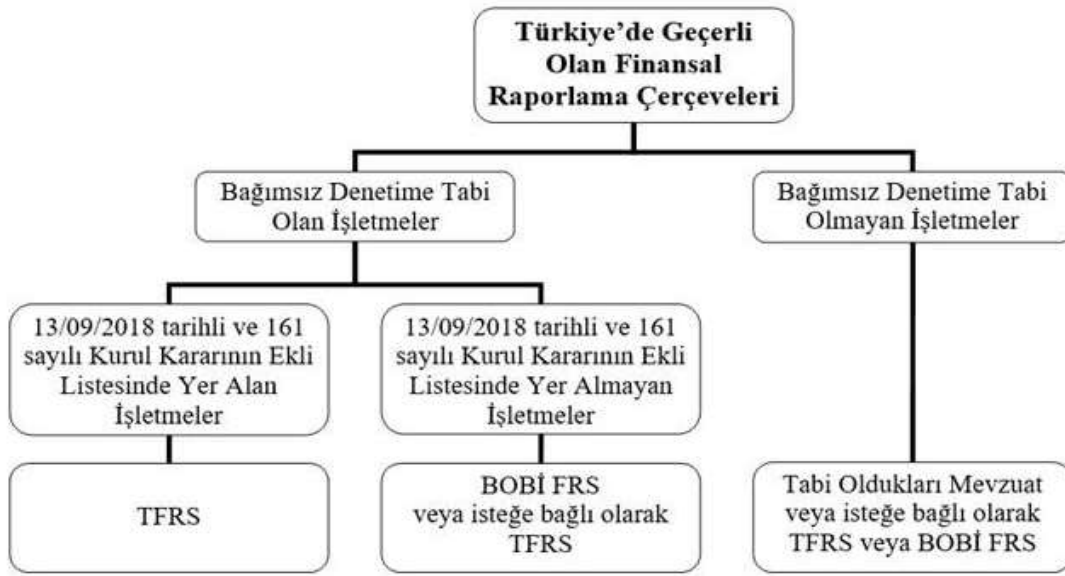
2.1. Uluslararası Muhasebe Standartları

Kamu Gözetimi, Muhasebe ve Denetim Standartları Kurumu (KGK), Türkiye Muhasebe Standartları (TMS) Uygulama Kapsamına İlişkin Kurul Kararı’nda

a) Karara ekli listedeki kurum, kuruluş ve işletmelerin münferit ve konsolide finansal tablolarının hazırlanmasında TFRS'lerin uygulanmasına,

b) Bağımsız denetime tabi olup ekli listede yer almayan kurum, kuruluş ve işletmelerin münferit ve konsolide finansal tablolarının hazırlanmasında BOBİ FRS'nin uygulanmasına; ancak söz konusu kurum, kuruluş ve işletmelerin isteğe bağlı olarak TFRS'leri uygulayabileceğine,

c) Yukarıdaki kapsama dâhil olmayan kurum, kuruluş ve işletmelere yönelik kurum tarafından henüz bir TMS yayınlanmadığından bunların münferit ve/veya konsolide finansal tablolarının hazırlanmasında yürürlükteki mevzuatın uygulanmasına; ancak söz konusu kurum, kuruluş ve işletmelerin münferit ve/veya konsolide finansal tablolarının hazırlanmasında isteğe bağlı olarak TFRS'leri ya da BOBİ FRS'yi uygulayabileceğine, karar vermiştir (www.turmob.org.tr, 20/04/2021).



Görsel 1: TMS/TFRS Uygulaması Gereken Kurum/Kuruluşlar

Kaynak: KGK

2.2. TFRS 15 Müşteri Sözleşmelerinden Hasılat Standardı

Hasılat, finansal tabloların en önemli unsurlarından biridir. Dönem karı/zararı ve vergiyi belirlemede hasılat, etkili bir konuma sahiptir. Hasılatla ilgili önceki standartların ihtiyaca cevap vermemesi nedeniyle *TFRS 15 Müşteri sözleşmelerinden Hasılat Standardı* hazırlanarak yürürlüğe girmiştir. TFRS 15'e göre hasılat, beş aşamalı bir model izlenerek muhasebeleştirilmektedir. Bu aşamalar sırası ile; sözleşmenin belirlenmesi, yükümlülüklerin belirlenmesi, işlem fiyatının belirlenmesi, işlem fiyatının edim yükümlülüklerine dağıtımı ve hasılatın kaydedilmesi şeklindedir (Demirkol, 2018:415). Bu standardın amacı; müşteriyle yapılan bir sözleşmeden doğan hasılatın ve nakit akışlarının niteliği, tutarı, zamanlaması ve belirsizliğine ilişkin faydalı bilgilerin finansal tablo kullanıcılarına raporlanmasında işletmenin uygulayacağı ilkeleri düzenlemektir (www.kgk.gov.tr, 20/04/2021). TFRS 15'in hasılatın ölçümü ve muhasebeleştirilmesi konusunda getirdiği en önemli yenilik, hasılatın dayanak noktası olarak bir sözleşmenin varlığıdır. TFRS 15'de sözleşme; iki veya daha fazla taraf arasında yapılan, hukuken icra edilebilir hak ve yükümlülükler doğuran bir anlaşma olarak tanımlanmıştır (TFRS 15, ek A). Müşteri ile yapılan sözleşmede işletme, mal veya hizmet

teslimine ilişkin bir vaatte bulunur; müşteri ise buna karşılık aynı veya nakdi bir bedel ödemeyi taahhüt eder. Bunun sonucunda ise hak ve yükümlülükler doğar (Gökgöz, 2018:47). Uluslararası ticaret işletmeleri için ise sözleşmelerin oluşturulması ve yükümlülüklerin yerine getirilmesi bu standardın önemini ortaya çıkarmaktadır.

İşletmelerin kambiyo faaliyetleri sonucunda meydana gelen hasılatın doğru ve güvenilir bir biçimde ölçülebilmesi gerekir. Dış ticaret, yurt içi ticarete nazaran daha karmaşık işlemlere sahiptir. Bu nedenle dış ticarete, hasılat kavramı herhangi bir karışıklığa neden olmayacak şekilde açıklanmalıdır (Akçay ve Uysal, 2019:268). Standartla birlikte hasılatın finansal tablolara alınması da uygulamalar arasında tutarlı bir davranış oluşturmaktadır. Bu davranışla birlikte uluslararası çapta işletmeler arasında birliktelik ve tutarlılık sağlanmaktadır. Bu çerçevede gelirlerle ilgili uygulamalardaki karmaşıklığa çözüm üreterek daha sağlam bir yapı oluşturmaktadır. Standart ayrıca finansal tabloların karşılaştırılabilirliğini sağlamaktadır (Demirkol, 2018:432).

2.3. TMS 21 Kur Değişiminin Etkileri Standardı

Her işletme; muhasebe kayıtlarını, bulunduğu ülkenin para birimine göre yapmak zorundadır. Son yıllarda dünyada küreselleşmenin de etkisi ile dış ticaretin artması ve dış ticaret işlemlerinin de yabancı para cinsinden olması, işletmelerin bu para cinsini ülkesinin para cinsine çevirmesi zorunluluğunu getirmiştir. Dış ticaret işlemlerinin ana konularından bir tanesi de bu kur değişiminin finansal tablolara doğru şekilde yansıtılmasıdır (Ağsagal ve Baral, 2016:267). Özellikle kur'un hareketli olduğu ülkelerde, kur değişimlerinin uluslararası ticaret yapan işletmelerde yaşanan kur yönüne göre olumlu/olumsuz etkileri olmaktadır. Bu durum da işletmelerin hazırladığı finansal tablolara sirayet etmektedir.

KGK tarafından çevirisi yapılarak yayımlanan TMS 21 Kur Değişiminin Etkileri Standardı'nın amacı; *“Bir işletme, yabancı para birimlerinde işlemler yapmak ya da yurt dışında işletmeye sahip olmak suretiyle yabancı faaliyetlerde bulunabilir. Ayrıca, bir işletme finansal tablolarını bir yabancı para biriminde sunabilir. Bu standardın amacı, yabancı para işlemlerin ve yurt dışındaki işletmelerin finansal tablolara nasıl dâhil edileceğini ve finansal tablolarda kullanılan para birimine nasıl çevrileceğini düzenlemektir.”* şeklinde yer almaktadır (TMS 21, md.1). Bu standardın temel konusu, ticarete hangi döviz kuru/kurlarının kullanılacağı ve döviz kurlarındaki değişimin finansal tablolar üzerindeki etkilerinin nasıl raporlanacağıdır (TMS 21, md.2).

TMS 21 Kur Değişiminin Etkileri standardı aşağıdaki durumlarda uygulanır (Kökeş ve Ünal, 2014:102):

- ✓ Yabancı para işlemleri ve yabancı para birimindeki bakiyelerin muhasebe kayıtlarına alınmasında,
- ✓ Finansal tablolara konsolidasyon, oransal konsolidasyon ya da öz kaynak yöntemi uygulanarak dâhil olan yurtdışındaki işletmelerin faaliyet sonuçlarının ve finansal durumunun raporlamasında,
- ✓ İşletmenin faaliyet sonuçlarının, finansal durumunun finansal tablolarda kullanılan para birimine çevrilmesinde.

TMS 21'e göre, üç temel para birimi tanımı vardır: geçerli para birimi, sunum para birimi ve yabancı para birimi. Geçerli para birimi, işletmenin faaliyet gösterdiği temel ekonomik ortamın para birimidir. Sunum para birimi, finansal tabloların sunulduğu para birimidir. Yabancı para, işletmenin geçerli para biriminden farklı bir para birimidir (Çayırılı, 2020:3). Kur değişimleri hakkında yayımlanan ve işletmelerin raporlamalarını etkileyen standartlar, şeffaf bir raporlama yapılmasını sağlamak ve finansal bilgi kullanıcılarının sağlıklı karar alabilmesi içindir.

3. SONUÇ

Teknolojik gelişmelerin etkisiyle hızlanarak artan uluslararası ticaret, bu alanda faaliyet gösteren işletmelerin sayısını da artırmış adeta dünyayı tek bir pazar haline getirmiştir. Artan lojistik imkânlar, ülkeler arasında ürünlerin el değişimini hızlandırmış ve dış ticareti kolaylaştırmıştır. Fiili işleyiş olarak uluslararası ticaret artmış olsa da işletmeler, yaptığı ticari işlemleri kaydederken ve raporlarken ülkeler arasındaki farklı muhasebe kurallarından ötürü farklı kayıtlar yapmaktadır. Tüm bu farkları azaltmak ve ülkeler arasında tek bir muhasebe/finansal raporlama birliği oluşturmak adına uluslararası muhasebe standartları kurulu oluşturulmuştur. Çalışmamız kapsamında TFRS 15 Müşteri Sözleşmelerinden Hasılat Standardı'na göre; işletmelerin döviz üzerinden işlem yaptığı takdirde hasılatın doğru ve güvenilir bir biçimde ölçülebilmesi, TMS 21 Kur Değişiminin Etkileri Standardı'na göre de belirlenecek dönem kar veya zararının doğru belirlenmesi, bu alanda faaliyet gösteren işletmelerin yaşadığı bazı sorunların giderilmesi sağlanmıştır. Bu muhasebe standartlarının, ülkelerin yetkili birimlerince yasal/idari düzenlemeleri yapılarak kullanımının yaygınlaştırılması ve kullanıcılar açısından benimsenmesi ülkeler arasında muhasebe birliğinin oluşmasını mümkün kılacaktır. Bu sayede yapılan muhasebe kayıtlarının gerek ulusal gerekse uluslararası anlaşılabilirliği ve karşılaştırılabilirliği sağlanacaktır.

KAYNAKÇA

Ağca A., ve Aktaş R., (2007). Muhasebe/Finansal Raporlama (IAS/IFRS) Standartları İMKB'de Yer Alan Firmaların Finansal Tablolarını Nasıl Etkiledi?, *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 18, 1-17

Ağsakal, A., Baral, G., (2016). Dış Ticaret İşlemlerinin TMS 21 Kur Değişim Etkileri Standardına Göre Muhasebeleştirilmesi, *Kastamonu Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, Sayı:12, 262-277.

Akçay, S., Uysal, M., (2019). Dış Ticaret İşlemlerinin Tms ile İlişkisinin Vergi Usul Kanunu Çerçevesinde Değerlendirilmesi, *Business & Management Studies: An International Journal* 7(1), 257-279

Alataş, A., ve Kılıç, İ., (2018). Özet Tablolar İle Bobi Frs Ve Tms/Tfrs Arasındaki Farkların Karşılaştırılması, *Akademik Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 6(64), 453-478

Aslan, S., (2004). Global Muhasebe Sürecinde Yakınsama Eğilimleri, *MUFAD*, (23),93-100.

Demirkol, Ö. F., (2018). Tfrs 15 Müşteri Sözleşmelerinden Hasılat Standardı: 5 Aşamalı Model, *AVRASYA Uluslararası Araştırmalar Dergisi*, 6(15), 415-434.

Çayırılı, Ö., (2020). TMS 21 - Kur Değişiminin Etkileri: Kavramlar ve İlgili Sorunlar Üzerine Bir İnceleme, DOI: 10.13140/RG.2.2.19750.47689, (Basım Aşamasında).

Güneş, R., Durmuş, A.F., Solak, B., (2012). Küreselleşmenin Muhasebe Uygulamalarına Etkisi, *Akademik Yaklaşımlar Dergisi*, 3(2), 57-66.

Gökgöz, A., (2018). TFRS 15 Hizmet Sözleşmelerinden Hasılat Standardı Çerçevesinde Sözleşme Varlığı ile Sözleşme Yükümlülüğü Kavramları ve Raporlanması, *Journal of Accounting, Finance and Auditing Studies*, 4(4), 45-57

Gönen, S., Yılmaz, A., (2015). Uluslararası Ticaret İşlemleri Nedeniyle Oluşan KDV'nin Muhasebeleştirilmesine Yönelik Sağlık Sektöründe Bir Uygulama, *Optimum Ekonomi ve Yönetim Bilimleri Dergisi*, 2(2), 133-151.

Kökeş, E. ve Ünal T. (2014) TMS Çerçevesinde Dış Ticaret İşlemlerinin Muhasebeleştirilmesi ve Örnek Uygulamalar, *Yüksek Lisans Tezi*, Okan Üniversitesi, İstanbul.

Şahin, E., (2010). Uluslararası Muhasebe Standartları Çerçevesinde Oluşturulan Tms-16, Tms-36, Tms-38 Muhasebe Standartlarının Tekdüzen Muhasebe Sistemi ile Karşılaştırılması ve Çorum'da Bir Sanayi İşletmesi Örneği, *Yüksek Lisans Tezi*, Hitit Üniversitesi, Çorum.

KGK, <https://www.kgk.gov.tr/DynamicContentDetail/6649/UMS/UFRS-nedir?>

TÜRMOB, <https://www.turmob.org.tr/ekutuphane/Read/1da52b50-0b1d-438c-af80-bf94b0573c5a>

TFRS15, https://www.kgk.gov.tr/Portalv2Uploads/files/DynamicContentFiles/T%C3%BCrkiye%20Muhasebe%20Standartlar%C4%B1/TMSTFRS2018Seti/TFRS/TFRS_15_2018.pdf

GİRNE
25 - 25 NİSAN 2021

YENİLENEBİLİR ENERJİ TEKNOLOJİLERİNE YÖNELİK REKLAMLARIN MÜŞTERİ MEMNUNİYETİNE ETKİSİ: EGE BÖLGESİ'NDE BİR UYGULAMA

¹Dr. Öğr. Üyesi Osman Özdemir , ²Arş. Gör. Kadir Özdemir

¹Şırnak Üniversitesi - 0000-0001-8880-1459

²Şırnak Üniversitesi- 0000-0002-2034-4797

ÖZET

Dünya genelinde enerji talebi hızla artmaktadır. Bu durum iklim değişikliği ve küresel ısınma gibi önemli çevresel problemlere neden olmaktadır. Bu bağlamda, müşteriler çevreye karşı daha duyarlı bir hale gelmekte ve yenilenebilir enerji teknolojilerinin (YET) önemi daha da artmaktadır. Güneş enerjisi, rüzgâr enerjisi, jeotermal enerji, hidroelektrik enerjisi, biokütle enerjisi ve okyanus enerjisi yaygın olarak kullanılan YET ürünleri olarak bilinmektedir. Ayrıca YET ürünleri enerjiye ulaşmanın en temiz yolu olarak da kabul edilmekte olup YET ile üretilen enerjiler tükenmediği için bu ürünler günümüzde toplum, ekonomi ve sürdürülebilirlik bağlamında en önemli faktörlerden biridir. Bu bağlamda işletmeler, özellikle reklamlarında çevresel problemlere dikkat çekmekte ve müşteri güvenini sağlamayı amaçlamaktadır. Çünkü reklamlar müşterilerin satın alma kararında önemli bir belirleyici olup işletmeler reklamlar aracılığıyla müşterilere ürünlerini tanıtmakta ve satın alma konusunda onları ikna etmektedir.

Bu doğrultuda çalışmada, YET ile ilgili reklamların çevresel endişe, yeşil güven ve müşteri memnuniyeti ile ilişkisinin araştırılması amaçlanmaktadır. Bu bağlamda, öncelikle 5'li Likert ölçeğine sahip standart bir anket formu hazırlanmış olup anket verileri Ege Bölgesi'nde ikamet eden bireylerden Mayıs-Haziran 2020 tarihlerinde online anket yolu ile toplanmıştır. Ana kütle olarak Ege Bölgesi'nde ikamet eden bireylerin seçilmesinin nedeni, YET açısından bölgenin zengin olması ve bölge sakinlerinin bu teknolojileri ve bu teknolojiler ile üretilen ürünleri daha fazla kullanıyor olmasıdır. Araştırma sonucunda 388 katılımcıya ulaşılmış ve elde edilen veriler SPSS 23.0 paket program kullanılarak analiz edilmiştir.

Çalışma kapsamında YET ile ilgili reklamların çevresel endişe, yeşil güven ve müşteri memnuniyeti ile ilişkilerini test eden hipotezlerin tamamı kabul edilmiştir. Ayrıca çalışma sonucunda elde edilen bulgular literatürdeki çalışmaları desteklemekte olup akademisyenlere ve yöneticilere katkı sağlayacak niteliktedir.

Anahtar Kelimeler: *Yenilenebilir Enerji Teknolojileri, Reklam, Çevresel Endişe, Yeşil Güven, Müşteri Memnuniyeti*

EFFECTS OF ADVERTISEMENTS RELATED RENEWABLE ENERGY TECHNOLOGIES ON CUSTOMER SATISFACTION: AN APPLICATION IN THE AEGEAN REGION

ABSTRACT

Energy demand is increasing rapidly in worldwide which causes significant environmental problems such as climate change and global warming. In this context, customers are becoming more sensitive to the environmental issues and the importance of Renewable Energy Technologies (RET) is increasing. Solar energy, wind energy, geothermal energy, hydroelectric energy, biomass energy and ocean energy are widely used RET products. In addition, RET products are considered as the cleanest way to reach energy, and these products are one of the most significant factors in the context of society, economy, and sustainability. Since the energy that is produced by RET products is inexhaustible. In this phenomenon, businesses aim to attract attention and ensure customers confidence in their advertisements. Because advertisements are an important determinant in the purchasing decision of customers. Thus, businesses present their products to customers through advertisements and try to convince them to buy.

Accordingly, the study aims to investigate the relationship among RET related advertisements and environmental concern, green trust and customer satisfaction. In this context, a standard questionnaire with a 5-point Likert scale was prepared, and data were collected from individuals who is living in Aegean Region through an online survey in May-June 2020. The purpose of selecting individuals living in the Aegean Region as the population is that the region is intense in RET products and individuals who are living in the region use these products more. The research was applied on 388 participants and data obtained were analyzing by SPSS 23.0 package program.

As a result of the study, all the hypotheses which test the relationships of RET related advertisements with environmental concern, green trust and customer satisfaction were accepted. In addition, the findings of the study support the studies in the literature and contribute to the academicians and administrators.

Key Words: *Renewable Energy Technologies (RET), Advertisements, Environmental Concern, Green Trust, Customer Satisfaction*

GİRİŞ

Dünya genelinde enerji talebi hızla artmakta olup bu durum iklim değişikliği ve küresel ısınma gibi önemli çevresel problemlere neden olmaktadır. Ortaya çıkan çevresel problemlerin çözümünde YET ürünleri önemli rol oynamaktadır (Economou, 2010). Bu doğrultuda müşteriler çevreye karşı daha duyarlı bir hale gelmekte ve güneş enerjisi, rüzgâr enerjisi, jeotermal enerji, hidroelektrik enerjisi, biokütle enerjisi ve okyanus enerjisi gibi yaygın olarak kullanılan YET ürünlerinin önemi artmaktadır. Çünkü YET ürünleri enerjiye ulaşmanın en temiz ve güvenilir yolu olarak bilinmektedir (Panwar vd., 2011; Cazzaniga vd., 2019; Sin, 2018; Panwar vd., 2011; Fridleifsson, 2001). Bu bağlamda işletmeler reklamlarında çevresel

problemlere daha fazla dikkat çekmekte ve müşteri güvenini sağlamayı amaçlamaktadır. Çünkü reklamlar müşterilerin satın alma kararında önem arz etmekte olup reklamlar aracılığıyla müşterilere ürünler tanıtılmakta ve satın alma konusunda müşteriler ikna etmektedir (Aziz ve Ariffin, 2010; Bakar vd., 2015).

Dünya genelinde çevresel problemlerin artması, müşterilerin çevresel endişesini de artırmaktadır. Bu nedenle çevresel endişeye sahip olan müşteriler çevreye zarar vermeyen ve çevresel olarak güvenli ürünleri tercih etmektedir (Minton ve Rose, 1997). Bu durum YET ürünü üreten işletmelerin reklamlarında çevresel problemlere dikkat çekmesine neden olmaktadır. Bu bağlamda reklamlarda müşterilerin çevresel endişesinin, yeşil güveninin ve memnuniyetinin artması amaçlanmaktadır. Böylece işletmeler rekabet avantajı elde etmektedir (Lin ve Huang, 2012; Chuah vd., 2020; Supriadi vd., 2017).

Bu bağlamda çalışmanın amacı YET ile ilgili reklamların çevresel endişe, yeşil güven ve müşteri memnuniyeti ile ilişkisini araştırmaktır. Anket verileri Ege Bölgesi'nde ikamet eden bireylerden Mayıs-Haziran 2020 tarihlerinde online anket yolu ile toplanmıştır. Anakütle olarak Ege Bölgesi'nde ikamet eden bireylerin seçilmesinin nedeni, YET açısından bölgenin zengin olması ve bölge sakinlerinin bu teknolojileri ve bu teknolojiler ile üretilen ürünleri daha fazla kullanıyor olmasıdır. Araştırma sonucunda 388 katılımcıya ulaşılmış ve elde edilen veriler SPSS 23.0 paket program kullanılarak analiz edilmiştir.

Yenilenebilir Enerji Teknolojileri ve Reklamlar

Günümüzde çevresel sorunların en önemlileri küresel ısınma ve iklim değişiklikleri olarak ifade edilmektedir. Bu çevresel sorunların çözümünde YET ürünlerinin kullanımı önem arz etmektedir (Economou, 2010). Çünkü YET ürünleri enerjiye ulaşmanın en temiz yolu olarak da kabul edilmekte olup YET ile üretilen enerjiler tükenmediği için bu ürünlerin günümüzde toplum, ekonomi ve sürdürülebilirlik bağlamında en önemli faktörlerden biri olduğu ifade edilmektedir (Panwar vd., 2011). Ayrıca güneş enerjisi, rüzgâr enerjisi, jeotermal enerji, hidroelektrik enerjisi, biokütle enerjisi ve okyanus enerjisi yaygın olarak kullanılan YET ürünleri olup bunlar tarafından üretilen enerjiler sürekli yenilendiği için tükenmemektedir (Sin, 2018; Panwar vd., 2011; Fridleifsson, 2001; Cazzaniga vd., 2019).

YET ürünü üreten Aydem, Siemens, Zorlu, General Elektrik, Akfen gibi işletmeler müşterilere YET ürünlerini tanıtmak ve faydalarını anlatmak amacıyla reklamları sıkça kullanmaktadır. Ayrıca bu işletmeler reklamlarında çevresel problemlere dikkat çekmekte ve müşteri güvenini sağlamayı amaçlamaktadır. Çünkü reklamlar müşterilerin satın alma kararında önemli bir belirleyicidir, işletmeler reklamlar aracılığıyla müşterilere ürünlerini tanıtmakta ve satın alma konusunda onları ikna etmektedir (Aziz ve Ariffin, 2010; Bakar vd., 2015).

Çevresel Endişe

Dünya genelinde birçok çevresel problem bulunmaktadır. Su kirliliği, hava kirliliği, ozon tabakasının incilmesi, küresel ısınma, iklim değişiklikleri, asit yağmuru vb. gibi problemler yaşamı birçok açıdan olumsuz etkilemektedir (Zimmermann, 2016). Bu bağlamda çevresel endişe, müşterilerin çevresel problemlere ilişkin farkındalıklarını ve endişelerini ifade etmektedir. Ayrıca çevresel problemlere karşı endişe duyan müşteriler bu problemlerin çözümü ve ortadan kalkması için çaba göstermektedir (Minton ve Rose, 1997). Bu nedenle çevresel

endişesi fazla olan müşteriler YET gibi çevre dostu ürünleri satın almakta ve çevreye zarar veren ürünleri boykot etmektedir. Bu doğrultuda YET ürünü üreten işletmeler, reklamlarında çevresel problemlere vurgu yapmakta ve müşterilerin çevresel duyarlılıklarını artırmayı amaçlamaktadır (Lin ve Huang, 2012).

Yeşil Güven

Müşteriler çevreye karşı daha duyarlı bir hale gelmiş olup çevresel problemlere bağlamında daha fazla endişe duymaktadır. Artan çevresel endişe nedeniyle işletmeler reklamlarında müşteri güvenini sağlamak zorunda kalmıştır. Bu nedenle rekabet avantajı elde etmek isteyen işletmeler için yeşil güvenin önemi artmıştır. Bu bağlamda yeşil güven, müşterilerin -çevre dostu olma konusunda- işletmelere güven duymasını ifade etmektedir (Chuah vd., 2020; Chen ve Chang, 2013). İşletmeler müşterilerin çevresel taleplerini karşılayacak ürünler üretmeli ve reklamlarında bunu vurgulamalıdır. Bu bağlamda çevresel faktörler ve yeşil güven özellikle YET ürünleri üreten işletmeler için önem arz etmektedir. Çünkü müşteriler çevresel olarak güven duymadığı işletmelerden alışveriş yapmamaktadır ve yeşil güven, müşteri memnuniyetinin önemli belirleyicilerindendir (Chen ve Chang, 2013).

Müşteri Memnuniyeti

Müşteri memnuniyeti işletme performansının müşterilerin beklentisini karşılayabilme derecesini ifade etmektedir. Satın alınan ürünler müşterilerin talep ve isteklerine uygunsuz müşteri memnuniyeti sağlanmaktadır. Bu bağlamda müşteri memnuniyeti işletme başarısı açısından en önemli faktörlerden biridir (Supriadi vd., 2017). YET ürünleri için ise müşteri memnuniyeti, müşterilerin çevresel taleplerini gerçekleştirerek sağlanmaktadır. Bu doğrultuda işletmeler, çevresel problemlerle ilgilenmeli ve çevre dostu bir imaj ortaya koymalıdır. Özellikle reklamlarda çevresel problemlerle ilgili güvenilir bilgiler sunmak müşteri memnuniyeti açısından önem arz etmektedir (Chen ve Chang, 2013).

ARAŞTIRMANIN AMACI VE YÖNTEMİ

Bu çalışmanın amacı YET ile ilgili reklamların çevresel endişe, yeşil güven ve müşteri memnuniyeti ile ilişkisinin araştırmaktır. Bu bağlamda, öncelikle 5'li Likert ölçeğine sahip standart bir anket formu hazırlanmış olup anket verileri Ege Bölgesi'nde ikamet eden bireylerden Mayıs-Haziran 2020 tarihlerinde online anket yolu ile toplanmıştır. YET ile ilgili reklamlar değişkenin ölçeği için Sharifi vd. (2019)'nin çalışmasından; çevresel endişe değişkeninin ölçeği için Lin ve Huang (2012)'in çalışmasından; yeşil güven ve müşteri memnuniyeti değişkenlerinin ölçeği için ise Chen ve Chang (2013)'in çalışmasından yararlanılmıştır. Anakütle olarak Ege Bölgesi'nde ikamet eden bireylerin seçilmesinin nedeni, YET açısından bölgenin zengin olması ve bölge sakinlerinin bu teknolojileri ve bu teknolojiler ile üretilen ürünleri daha fazla kullanıyor olmasıdır. Araştırma sonucunda 388 katılımcıya ulaşılmış ve elde edilen veriler SPSS 23.0 paket program kullanılarak analiz edilmiştir.

BULGULAR**Demografik Bulgular**

Katılımcıların demografik bulguları Tablo 1’de gösterilmekte olup tabloda cinsiyet, medeni durum, yaş, eğitim, meslek ve gelir durumu hakkındaki bilgiler yer almaktadır.

Tablo 1. Demografik Bulgular

Katılımcıların Özellikleri	Sayı	Yüzdesi	
Cinsiyet	Kadın	185	47.7
	Erkek	203	52.3
Medeni durum	Bekar	241	62.1
	Evli	147	37.9
Yaş	24 ve altı	144	37.1
	25-34	156	40.2
	35-44	57	14.7
	45-54	23	5.9
	55-65	7	1.8
	65 ve üstü	1	0.3
Eğitim	İlkokul	16	4.1
	Lise	37	9.5
	Ön lisans	29	7.5
	Lisans	206	53.1
	Y. Lisans	65	16.8
	Doktora	35	9
Meslek	Öğrenci	165	42.5
	Kamu Sektörü	115	29.6
	Özel Sektör	67	17.3
	İşsiz	37	9.5
	Emekli	4	1
Gelir	0-2000 TL	145	37.4
	2001-4000 TL	75	19.3
	4001-6000 TL	74	19.1
	6001-8000 TL	51	13.1
	8001-10.000 TL	30	7.7
	10.000 TL Üzeri	13	3.4

Katılımcıların demografik özellikleri incelendiğinde cinsiyete göre erkeklerin; medeni duruma göre bekarların; yaşa göre 34 yaş ve altındakilerin; eğitim durumuna göre lisans derecesine sahip olanların; meslek durumuna göre öğrenci ve kamu sektöründe çalışanların; gelir durumuna göre ise 2000 TL ve altı gelire sahip olanların yoğunlukta olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Normallik Testi, Güvenilirlik Testi ve Faktör Analizi

Korelasyon analizine geçilmeden önce elde edilen verilere ilişkin normallik testi, güvenilirlik testi ve faktör analizi yapılmıştır. Yapılan analizler sonucunda verilerin normal dağılımdan ayrılmadığı tespit edilmiştir.

Güvenilirlik analizi sonuçlarına göre Cronbach Alpha değerleri reklam için: 0,946; çevresel endişe için 0,854; yeşil güven için 0,930; müşteri memnuniyeti için 0,883 olarak bulunmuştur.

Faktör analizi sonuçlarına göre KMO değerleri reklam için 0.950 ($p < 0.000$); çevresel endişe için 0.880 ($p < 0.000$); yeşil güven için 0.869 ($p < 0.000$); müşteri memnuniyeti için 0.831 ($p < 0.000$) olarak bulunmuştur.

Bu sonuçlar doğrultusunda reklam, çevresel endişe, yeşil güven ve müşteri memnuniyeti faktörlerine ilişkin soru ifadelerinin faktör yüklerinin 0,80'den büyük olduğu görülmektedir. Analize devam etmeye uygun bulunan bu sonuçlarla birlikte korelasyon ve regresyon analizine geçilmiştir.

Korelasyon Analizi

Korelasyon analizi bağımlı ve bağımsız tüm değişkenler arasındaki ilişkinin varlığını tespit ederek yönünü ve derecesini tahmin etmek için kullanılmaktadır. r ile gösterilen korelasyon katsayısı -1 ile +1 arasında değer almaktadır. r katsayısı 1'e yaklaştıkça değişkenler arasındaki ilişkinin kuvveti artarken 0'a yaklaştıkça ilişkinin kuvveti azalmaktadır (Durmuş vd., 2011).

Tablo 2. Korelasyon Analizi

		Reklam	Çevresel Endişe	Yeşil Güven	Müşteri Memnuniyeti
Reklam	Pearson Korelasyon (p)	1			
Çevresel Endişe	Pearson Korelasyon (p)	,626**	1		
Yeşil Güven	Pearson Korelasyon (p)	,748**	,696**	1	
Müşteri Memnuniyeti	Pearson Korelasyon (p)	,692**	,616**	,783**	1

** . Korelasyon 0.01 düzeyinde anlamlıdır (2-tailed).

Korelasyon analizi sonuçları incelendiğinde tüm değişkenler arasında pozitif yönde orta ve yüksek düzeyde bir ilişki bulunduğu görülmektedir. Tablo 2'deki Pearson korelasyon değerleri doğrultusunda i bu ilişkilerin %99 güven aralığında olduğu anlaşılmaktadır.

Regresyon Analizi

Regresyon analizi bağımlı değişkenin bağımsız değişkenler tarafından nasıl açıklandığını; ilişkilerin yönünü ve kuvvetini belirterek tahmin etmektedir (Durmuş vd., 2011).

Reklam ve Çevresel Endişe İlişkisi

H₁: YET ürünleri ile ilgili reklamlar müşterilerin çevresel endişesini etkilemektedir.

Tablo 3. Reklam ve Çevresel Endişe Değişkenlerinin Regresyon Analizi

Model	Uyarlanmamış Katsayılar		Uyarlanmış Katsayılar		R	R ²
	B	St. Hata	Beta	t		
(Sabit)	1,331	,147		9,045	,000	F
Reklam	,613	,039	,626	15,788	,000	249,258

a. Bağımlı Değişken: Çevresel Endişe

Regresyon modeline göre reklam değişkeni çevresel endişe değişkenindeki değişimin %39,2'sini açıklamaktadır. Regresyon modelinin (p) değeri 0,05'ten küçük olduğu için model anlamlıdır. Bu sonuçlar bağlamında H_1 desteklenmektedir.

Reklam ve Yeşil Güven İlişkisi

H_2 : YET ürünleri ile ilgili reklamlar müşterilerin yeşil güvenini etkilemektedir.

Tablo 4. Reklam ve Yeşil Güven Değişkenlerinin Regresyon Analizi

Model	Uyarlanmamış Katsayılar		Uyarlanmış Katsayılar	t	p	R	R ²
	B	St. Hata	Beta			,748 ^a	,559
(Sabit)	,767	,138		5,567	,000	F	p
Reklam	,804	,036	,748	22,111	,000	488,906	,000 ^b

a. Bağımlı Değişken: Yeşil Güven

Regresyon modeline göre reklam değişkeni yeşil güven değişkenindeki değişimin %55,9'unu açıklamaktadır. Regresyon modelinin (p) değeri 0,05'ten küçük olduğu için model anlamlıdır. Bu sonuçlar bağlamında H_2 desteklenmektedir.

Reklam ve Müşteri Memnuniyeti İlişkisi

H_3 : YET ürünleri ile ilgili reklamlar müşteri memnuniyetini etkilemektedir.

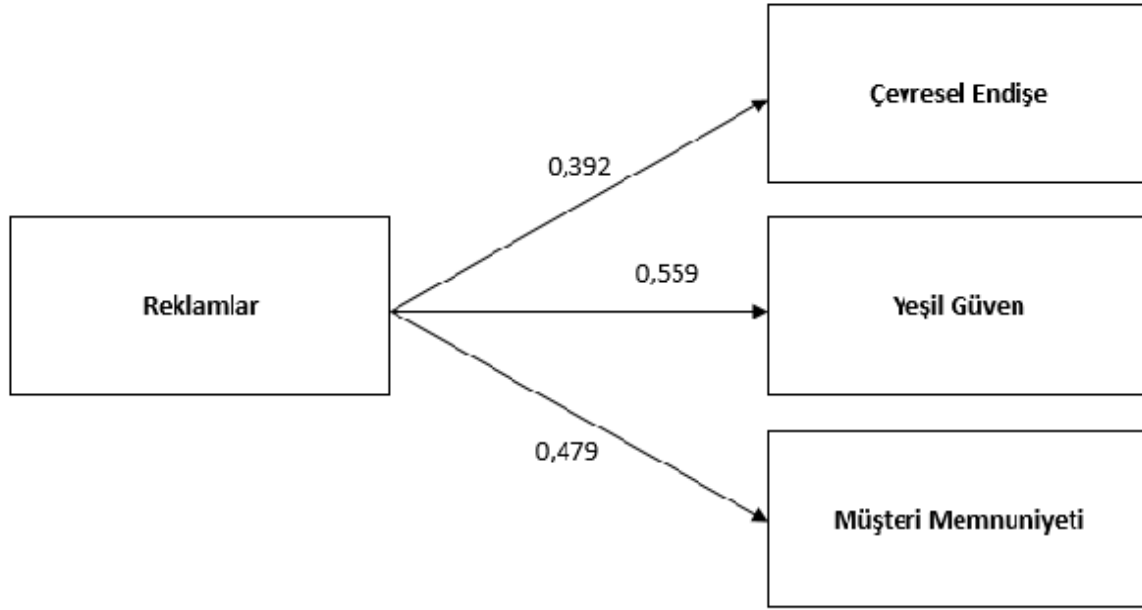
Tablo 5. Reklam ve Müşteri Memnuniyeti Değişkenlerinin Regresyon Analizi

Model	Uyarlanmamış Katsayılar		Uyarlanmış Katsayılar	t	p	R	R ²
	B	St. Hata	Beta			,692 ^a	,479
(Sabit)	1,500	,137		10,980	,000	F	p
Reklam	,679	,036	,692	18,836	,000	354,805	,000 ^b

a. Bağımlı Değişken: Müşteri Memnuniyeti

Regresyon modeline göre reklam değişkeni müşteri memnuniyeti değişkenindeki değişimin %47,9'unu açıklamaktadır. Regresyon modelinin (p) değeri 0,05'ten küçük olduğu için model anlamlıdır. Bu sonuçlar bağlamında H_3 desteklenmektedir.

Değişkenler arasındaki ilişkiler, regresyon analizi sonuçlarına göre değerlendirilmiş olup bağımsız değişken olan reklamların bağımlı değişkenler olan çevresel endişe, yeşil güven ve müşteri memnuniyetini pozitif yönde etkilediği Şekil 1'deki araştırma modelinde gösterilmektedir.



Şekil 1. Araştırma Modeli

SONUÇ

Çalışmada YET ile ilgili reklamlar, çevresel endişe, yeşil güven ve müşteri memnuniyeti arasındaki ilişkiyi araştırmak amacıyla üç adet hipotez oluşturulmuş ve hipotezler regresyon analizi ile test edilmiştir. Regresyon analizi sonuçlarına göre oluşturulan hipotezler desteklenmiştir. Bu bağlamda YET ürünleri ile ilgili reklamların müşterilerin çevresel endişesini, yeşil güven algısını ve memnuniyetini pozitif yönde etkilediği sonucuna ulaşılmıştır. Ayrıca elde edilen sonuçlara göre YET ile ilgili reklamlar, en önemli etkiyi müşterilerin yeşil güven algısı üzerinde yapmaktadır. Bu doğrultuda YET ürünü üreten işletmeler reklamlarında müşterilerin yeşil güven algısını etkilemeye yönelik stratejiler uygulamaktadır. Çünkü müşteriler çevre dostu olarak algılayıp güven duydukları işletmeleri tercih etmektedir.

Çalışma YET ile ilgili reklamların müşterilerin çevresel endişesini, yeşil güven algısını ve memnuniyetini nasıl ve hangi yönde etkilediği ortaya koymaktadır. Bu bağlamda Aydem, Siemens, Zorlu, General Elektrik, Akfen gibi YET ürünü üreten işletmelerin reklam stratejilerinde hangi faktörlere ağırlık verdiklerini ve bu stratejilerin müşterileri nasıl etkilediği görülmektedir. Ulaşılan sonuçlar doğrultusunda işletmeler YET ile ilgili reklamlarda hangi stratejileri ön plana çıkarmaları gerektiğini ve hangi stratejilerin beklentileri karşıladığını tespit edebilmektedir. Çalışmanın örneklemini Ege Bölgesinde ikamet eden müşterilerden oluştuğu için özellikle YET ile ilgili reklamların Ege Bölgesindeki müşterilerin algısını nasıl etkilediğini ortaya koyması açısından da çalışma önem arz etmektedir. Tüm bu yönleriyle çalışma literatüre ve iş dünyasına önemli katkılar sunmaktadır.

Bununla birlikte çalışmanın bulguları literatürdeki benzer çalışmalarını destekler niteliktedir. Bu bağlamda YET ile ilgili reklamların müşterilerin çevresel endişesini etkilediği sonucu Kumar (2017), müşterilerin yeşil güven algısını etkilediği sonucu Sariputri vd. (2019) ve müşterilerin

satın alma niyeti ve memnuniyetini etkilediği sonucu da Suhaily ve Darmoyo (2019)'un çalışmalarını desteklemektedir.

Çalışma verileri bütçe ve zaman kısıtlarından dolayı Ege Bölgesi'nde ikamet eden 388 katılımcıdan Mayıs-Haziran 2020 tarihlerinde toplanmıştır. Bu kısıtlar, çalışmanın analizlerini ve bulgularını etkilemektedir. Bu nedenle gelecek çalışmaların farklı zaman dilimlerinde, diğer bölgeleri veya ülke genelini kapsayacak şekilde daha fazla katılımcıya ulaşılarak yapılması literatüre önemli katkılar sunacaktır. Ayrıca gelecek çalışmalarda müşterilerin YET ürünlerine yönelik tutumu, satın alma niyeti, sadakati vb. farklı değişkenlerin modele dahil edilmesi de önerilmektedir.

KAYNAKLAR

Aziz, N., & Mohd. Ariffin, A. A. (2010). Exploring customers attitude towards web advertising and its influence on Web Ad usage in Malaysia. *Jurnal Pengurusan*, 31, 55–63.

Bakar, M. H. A., Desa, M. A. M., & Mustafa, M. (2015). Attributes for image content that attract customers' attention to advertisements. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 195, 309–314.

Cazzaniga, R., Rosa-clot, M., Rosa-clot, P., & Marco, G. (2019). Integration of PV floating with hydroelectric power plants. *Heliyon*, 5(June), e01918.

Chen, Y. S., & Chang, C. H. (2013). Towards green trust: The influences of green perceived quality, green perceived risk, and green satisfaction. *Management Decision*, 51(1), 63–82.

Durmuş, B., Yurtkoru, E. S. ve Çinko, M. (2011). *Sosyal bilimlerde SPSS'le veri analizi*, İstanbul, Beta Yayıncılık.

Economou, A. (2010). Renewable energy resources and sustainable development in Mykonos (Greece). *Renewable and Sustainable Energy Reviews*, 14(5), 1496–1501.

Fridleifsson, I. B. (2001). Geothermal energy for the benefit of the people. *Renewable and Sustainable Energy Reviews*, 5, 299–312.

Kumar, P. (2017). Intents of green advertisements. *Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics*. 29(1), 70-79

Lin, P. C., & Huang, Y. H. (2012). The influence factors on choice behavior regarding green products based on the theory of consumption values. *Journal of Cleaner Production*, 22(1), 11–18.

Minton, A. P., & Rose, R. L. (1997). The effects of environmental concern on environmentally friendly customer behavior: An exploratory study. *Journal of Business Research*. 40(1). 37-48.

Panwar, N. L., Kaushik, S. C., & Kothari, S. (2011). Role of renewable energy sources in environmental protection: A review. *Renewable and Sustainable Energy Reviews*, 15(3), 1513–1524.

Sariputri, I. D. A., Lapian, J. S., & Tielung, M. V. (2019). The influence of green advertising and green claim toward green trust with misleading environmental claim as intervening variable of aqua product on faculty of economics and business unsrat student. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 7(3).

Sharifi, M., Khazaei Pool, J., Jalilvand, M. R., Tabaeian, R. A., & Ghanbarpour Jooybari, M. (2019). Forecasting of advertising effectiveness for renewable energy technologies: A neural network analysis. *Technological Forecasting and Social Change*, 143(April), 154–161.

Suhaily, L., & Darmoyo, S. (2019). Effect of green product and green advertising to satisfaction and loyalty which mediated by purchase decision. *International Journal of Contemporary Applied Researches*, 6(1).

Sin, L. (2018). Renewable energy: The clean fact. <https://www.nrdc.org/stories/renewable-energy-clean-facts>, Erişim Tarihi: 15.04.2021.

Supriadi, B., Astuti, W., & Firdiansyah, A. (2017). Green product and its impact on customer satisfaction. *IOSR Journal of Business and Management (IOSR-JBM)*, 19(8), 19.

Zimmermann, N. (2016). Five of the world's biggest environmental problems. <https://www.dw.com/en/five-of-the-worlds-biggest-environmental-problems/a-35915705>, Erişim Tarihi: 10.04.2021



GÜNÜMÜZ MODASINDA ASKERİ ÜNİFORMALAR, ASKERİ TEKSTİLLER VE SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK

Dr. Öğr. Üyesi S. Çiğdem KOÇAK

Uşak Üniversitesi, Güzel Sanatlar Fakültesi

0000-0001-5998-6394

ÖZET

Giysiler, ihtiyaçları karşılamaının yanı sıra bir meslek grubunu da yansıtabilmektedir. Çeşitli meslek gruplarını yansıtan bu giysilere tekdüze, monoton anlamında “Üniforma” denilmektedir. Üniformalar giyim kültürünün önemli bir parçasıdır ve toplumsal konumu belirlemektedir. Üniformalar, aynı işi yapan kişilere kıyafet standardı sağlayarak birlik ve beraberliği mümkün kılmaktadır. Şüphesiz üniforma denilince ilk akla gelen ordudur. Toplumsal, siyasal, ekonomik ve mesleki konumu yansıtan üniformalardan özellikle askeri olanlar hem kendi kurumları hem de toplumsal açıdan farklı kademe ve derecede olan kişilerin ayırt edilebilmesini mümkün kılar. Askeri üniformalar ilk olarak Avrupa'da 17. yüzyılın sonlarında ortaya çıkmıştır. 19. yüzyılda ise yaşanan savaşlardan ötürü askeri üniformalarına artan talepleri karşılamak ve üretimi hızlandırmak adına standart beden ölçülerini belirlemeye yönelik çalışmalar yapılmıştır. Bu çalışmalar tekstilde seri üretimin başlangıç adımı olmuştur. II. Dünya Savaşı döneminde Vogue dergi kapaklarında kadın imgesi, zor görevlere hazır güçlü bir profil ile yansıtılmıştır. Savaşın kadın giyimi üzerinde büyük etkisi olduğu, askeri renkler ve bayrak renklerinin kullanıldığı, özellikle ceket ve şapkalarda askeri üniforma etkilerinin görüldüğü, saç, makyaj ve aksesuarlarla birlikte maskülen ve feminen etkinin dengelendiği görülmüştür. Günümüzde bazı tasarımcılar atık askeri malzeme stoklarıyla tasarlanan zarif, faydacı, şık bir moda anlayışını sürdürülebilirlik açısından gözler önüne sermişlerdir. Askeri atıklarla tasarlanan giysiler ileri dönüşüme en iyi örneklerden biridir. Bu giysiler moda dünyasında tasarımın gücünü vurgulamaktadır. Üniformalardan esinlenilerek yapılan unisex tasarımlar ve kamuflaj baskı deseni modanın olmazsa olmazları arasındadır. Markaların ileri dönüşüm (upcycling) girişimleri ile eski atık askeri üniformalar, battaniyeler, çadırlar, paraşütler, kar giysileri gibi askeri tekstil ürünleri moda dünyasına dahil edilmekte ve oldukça ses getirmektedir. Hardy Blechman, Greg Lauren, Yves Andrieux ve Vincent Jalbert, Christopher Raeburn gibi tasarımcıları, ileri dönüşüm (upcycling) ile eski askeri üniforma ve tekstil ürünlerine hayat veren tasarımcı örnekleri arasında sıralayabiliriz. Çalışmada, askeri üniformaların ve askeri tekstillerin gerek görsel anlamda gerek sürdürülebilirlik anlamında moda etkileri araştırılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Askeri üniforma, askeri tekstil, moda, sürdürülebilirlik

MILITARY UNIFORMS, MILITARY TEXTILES AND SUSTAINABILITY IN TODAY'S FASHION

ABSTRACT

In addition to meeting the needs, the garments can also reflect a professional group. These garments, which reflect different occupational groups, are called "Uniform" in a uniform and monotone sense. Uniforms are an important element of clothing culture and shape social position. Uniforms make unity and solidarity possible by providing a dress standard for people doing the same job. Certainly the military is the first thing that comes to mind with regard to uniforms. It makes it possible to distinguish between uniforms that reflect social, political, economic and professional position, especially military ones, both in their own institutions and people of different grades and degrees in social terms. Military uniforms made their appearance in Europe in the late seventeenth century. In the 19th century, due to wars, efforts were made to determine standard sizes in order to meet the increasing demands on military uniforms and speed up production. These studies were the first stage in mass production in the textile industry. The image of women on the covers of Vogue magazine during the Second World War was reflected with a solid profile prepared for difficult missions. It has been observed that the war had a great effect on women's clothing, military colors and flag colors were used, military uniform effects were seen, especially in jackets and hats, and masculine and feminine effect was balanced with hair, makeup and accessories. Today, some designers have demonstrated an elegant, utilitarian, stylish fashion approach designed with waste military material stocks in terms of sustainability. Garments designed with military waste are one of the best examples of further transformation. These garments emphasize the power of design in the fashion world. Unisex designs inspired by uniforms and a camouflage print pattern are among the must-haves of fashion. With the upcycling initiatives of brands, military textile products such as old waste military uniforms, blankets, tents, parachutes, snowsuits are included in the fashion world and are make a great impact. Designers such as Hardy Blechman, Greg Lauren, Yves Andrieux and Vincent Jalbert, Christopher Raeburn are among the examples of designers who bring old military uniforms and textiles to life with upcycling. In the study, the effects of military uniforms and military textiles on fashion both visually and in terms of sustainability were investigated.

Keywords: Military uniform, military textile, fashion, sustainability

1. GİRİŞ

Üniforma giyim kültürünün önemli bir parçasıdır. Üniformaların pek çok işlevi vardır. Kişinin vücudunu çevresel ve doğal etmenlerden koruyan; toplumsal, siyasal, ekonomik ve mesleki konumu yansıtan bir göstergedir. Tek biçimli, tekdüze, monoton anlamlarında kullanılan İtalyanca "Uniforme" kelimesi kendisinden sonra gelenin tek olduğunu niteleyen "uni" ile şekil, biçim, kalıp, görünüş, üslup anlamındaki "forma" kelimelerinin birleşmesi ile oluşmuştur. Üniformalar, kurumların çalışan personellerini farklı kılabilmek ve ihtiyacını karşılamak amacıyla bilinçle geliştirilmiş, kurum yönetiminin göstermek istediği imajın giysi yoluyla edinilmesinde kullanılmıştır. Kurumsal kimliğin oluşmasını ve devamlılığını sağlamak, bu giysilerin kullanımındaki ilk amaç olsa da diğer bir amaç, kullanıcı personele konforlu ve

verimli bir iş ortamı hazırlanmasına katkıda bulunmaktadır. Üniformaların, çalışanların rahat hareket etmeleri, kendilerini hem psikolojik hem de fizyolojik açıdan rahat hissetmeleri, kullanışlılık, estetik görünümü, fonksiyonellik, vücuda uygunluk ve bazı durumlarda önde bazı durumlarda geri planda görünebilmelerini sağlayan özelliklere sahip olması gerekmektedir. Üniformaların konforlu bir yapıya sahip olması gerektiği kadar güvenli olması da gerekmektedir. İş giysilerinde estetik kaygılar en aza indirgenerek renklerin uyarıcı ve koruyucu etkilerinden faydalanılacak şekilde düzenleme yapılmıştır. Belirli mesleklerde giyilen üniformalar işçiyi dışarıdan gelebilecek tehlikelerden koruduğu gibi, bazıları da uluslararası kurallara bağlı olduğu için toplum tarafından o meslek ile özdeşleştirilmiştir (Tanyıldız, 2020:1,2).

İlk önceleri mütevaziliğin, iffetin ve itaatin ifadesi olan üniformalar sonrasında okullarda eşitlikçi bir vurgu ile de kullanılmıştır. Üniforma, kişilerin toplum içerisindeki sosyal statüsünü de belirlemektedir. Beyaz önlüğün doktorluğu, cüppenin hakimliği ve avukatlığı simgelemesi, okul üniformalarının ise kişinin öğrenci olduğunu göstermesi gibi.

Askeri üniformaların tarihine bakacak olursak, eskiden ordularda askerler istediği gibi giyinerek savaşa gitmiştir. Her toplumun kendine özgü kıyafeti olduğundan herkes yurttaşlarını giysilerinden tanımaktaydı. Eski Yunan ahalisinden Ispartalıların kırmızı elbise giyerek savaşa gittikleri ve Romalıların ise bunu asker için üniforma olarak kabul ettikleri bulgulardan anlaşılmaktadır. İslamiyet’de ise her Müslüman cihat görevi ile yükümlü olduğundan askeri kıyafete gerek görülmemiştir (Arıç, 2007:144).

Özellikle askeri üniformalarda farklı kademe ve dereceler hem kendi kurumları hem de toplum tarafından ayırt edilebilmektedir. Sıradan giysilerle dışa vurulamayan toplumsal farkları, üniformalar ve mesleki giysiler ifade etmektedir. Üniformaların üç temel kategorisi şu şekilde tanımlanabilir. 1. Çeşitli mesleklerdeki kamu görevlilerinin üniformaları 2. Dükkanlar, mağazalar ve fabrikalar gibi özel işletmelerin çalışanlarının üniformaları 3. Ev hizmetlilerinin üniformaları (Ercivan, Meydan, 2019:78). Sürdürülebilir büyüme ve başarı, ürün ve hizmet sunulan bir ortamda tüketici açısından rakiplerinden farklı algılanmak ile mümkündür. Bir kurumun üniforma tasarımı, imaj ve itibar açısından bu farklılaşmayı sağlayan ana etkenlerin başında gelmektedir (Ayçiçek, 2019).

2. SAVAŞ DÖNEMLERİNİN MODAYA ETKİSİ

Üniforma; bireyleri eşit kılmak, sosyal statü ve demografi farklılıklarından vazgeçmek anlamına gelir. Erkek modası ve modern kıyafetlerin çoğu üniformalardan gelir. Standart boyutlarda ve oranlarda ilk hazır giyim sadece askeri giysilerdeydi. Dışarıdan bakıldığında, üniformanın amaçlarından birisi birliktir. Bir fikre ve bir millete aidiyet duygusu yaratır. Bir diğer amacı gücü ve geleneği vurgulayarak rakiplerinde korku uyandırmaktır. Bu nedenlerden dolayı üniformalarda sembolik renkler sıklıkla kullanılır. Buna İngilizlerin kırmızı ceketlerini örnek verebiliriz. Gelenek ve görenekler, çeşitli süslemeler ve başlıklar üniformalara dahil edilir. Bir savaş giysisi olarak üniforma, farklı hava ve çevre koşullarına uyumlu olmalı ve askere çeviklik olanağı sağlayabilmelidir. Ayrıca askeri üniformalar yeni teknolojiler ile geliştirilmelidir. Askeri üniformaların ilk ortaya çıkışı Avrupa’da 17. yüzyılın sonlarındadır. Yüzyıllar boyunca Batı Avrupa’yı rahatsız eden birçok iç savaştan sonra, düzenin yeniden

sağlanması ve ulusallaşmanın yeniden dirilmesiyle birliğin sembolü olan askeri üniformalar ortaya çıkmıştır. 18. yüzyılın sonunda üniforma ile ilgili birçok şey değişmiş; yüzyılın başında itaatkarlık ve kontrolün bir işareti olarak tasarlanmasına rağmen zamanla ordu disiplinin ve Avrupa'nın büyüklüğünün sembolü haline gelmiştir. 19. yüzyılın başında üniformalardaki canlı renkler ortadan kalkmış canlı renklerin yerini gri-kahverengi, hâkî tonları ve kamuflaj desenleri almıştır (Colja, 2017:2).

19. yüzyılda yaşanan savaşlardan ötürü askeri üniformalarına yönelik artan talepleri karşılamak ve hızlandırmak adına standart beden ölçülerini belirlemeye yönelik çalışmalar yapılmıştır. İlk bilimsel verileri Belçikalı Adolph Quetelet (1796-1874) yayınlar ve bu şekilde insan vücudunu inceleyen ve ölçülendiren 'antropometri' bilimi gelişim gösterir. Bu şekilde tekstilde seri üretimin başlangıç adımı atılmış olur (Ayhan, 2019:16). Konstrüktivizm akımı 20. yüzyılın ilk yarısında endüstriyel açıdan geri kalmış durumda olan Rusya'nın 1917 Rus Devrimi sonrası ilerici atılımlarının uzantısıdır. Sanatçılar toplumsal gereksinmelere odaklanarak sanattan çok uygulamalı sanatlara yoğunlaşmıştır. Konstrüktivist sanatçılar, yeni kurulan okullarda öğrenci yetiştirmiş aynı zamanda da tiyatro dekorları, iç mimarlık uygulamaları ve üniforma tasarımları yapmışlardır. Devrimin hedeflerini yansıtan giysiler modern ve fonksiyoneldir (Üstüner, 2018:51).

II. Dünya Savaşı yıllarında ise üniformizm (tek biçimlilik) etkisinde bir yoksunluk dönemine geçilir. Normalde sivil giysiler için kullanılan malzemeler savaş döneminde askeri üniformaların üretiminde kullanılmaya başlanmış ve her şey gibi kıyafetler de tek tip olup karne ile dağıtılmıştır. Bu dönemde kumaşın verimli kullanılacağı basit kesimli modeller tercih edilmiş ve süslemelerden kaçınılmıştır. Du Pont firması ordunun paraşüt ihtiyacını karşılamak için naylon üreticisinin malzeme tedarikini savaş endüstrisine kaydırmak zorunda kalır dolayısı ile bu dönemde naylon çoraplar kadınlar için lüks sayılmaktadır. Hammadde, tedarik ve üretim sıkıntısı sebebi ile eski giysilerin onarıldığı ve sadece elde mevcut olan malzemenin kullanıldığı adeta bir geri dönüşüm dönemi yaşanmıştır (Yetmen, 2020:666,667).

II. Dünya Savaşı döneminde Vogue dergi kapaklarında, kadın imgesinin vatansever, yardımsever, barışçıl, fedakâr, en az erkekler kadar savaş döneminde etkin ve söz sahibi, göreve hazır, güçlü bir kadın profili yansıtıldığı görülmüştür. Savaşın kadın giyimi üzerinde büyük etkisi olduğu, sivil kıyafetlerde dahi hâkî, Kızıl Haç ve Amerikan bayrağı yansıtımı olarak beyaz, kırmızı, lacivert renklerinin kullanıldığı, özellikle ceket ve şapkalarda askeri üniforma etkilerinin görüldüğü, saç, makyaj ve aksesuarlarla birlikte maskülen ve feminen etkinin dengelendiği saptanmıştır (Tanyer, Alp, 2020:1539). Kadınlar savaş ortamında ordu da dâhil olmak üzere birçok alanda erkeklerin yerini almıştır. Kadınların sosyal hayatta aktif rol almasıyla birlikte giysiler sadeleşmiş, bir tür sivil üniforma tarzına geçilmiştir. Aktif görevler alan kadınlar; orduda üniforma, fabrikada işçi tulumu giymiştir. Sivil moda da askeri üniformalardan izler taşımaya başlamıştır. Fazla kumaş kullanılması yasaklanınca etek boyları kısalmış ve elbiseler Birinci Dünya Savaşı'ndan bu yana en sade halini almıştır. "İdare ve tamir et" kampanyası yürürlüğe girmiştir. İkinci Dünya Savaşının kadın giyimi üzerinde önemli etkileri olmuştur. Savaşın yarattığı ekonomik, politik ve sosyal koşulların giyim modası üzerine etkisi dikkate değerdir. Savaşla birlikte orduda ve sosyal hayatta aktif bir şekilde rol almak durumunda kalan kadınların giysilerinde hareket rahatlığı sağlayan maskülen askeri bir tarz

hâkim olmuştur. Estetik olmaktan daha çok pratik olmaya doğru geçiş yapan modayla birlikte giysilerin daha fonksiyonel olmaları önem kazanmıştır (Albayrak, 2016:539, 554).



Görsel 1: Kraliyet Donanması Kadın Üniformaları, 1940.

Kaynak: <https://www.pinterest.de/pin/708542953867251594/>

3. GÜNÜMÜZ MODASINDA ASKERİ ÜNİFORMA VE TEKSTİL ÜRÜNLERİ

Günümüzde askeri üniformalar ve tekstil ürünleri hem modadaki görsel etkileri hem de sürdürülebilirlik açısından büyük önem taşımaktadır. Kadın giyiminde askeri üniformayı çağrıştıran kıyafetlerle güç vurgusu kuvvetlendirilmektedir. Ayrıca üniformadan esinlenilerek yapılan unisex tasarımlar ile cinsiyet ayrımı gözetmeyen tasarımlar vurgulanmaktadır. Kamuflej baskı deseni modanın olmazsa olmazları arasındadır. Markaların ileri dönüşüm (upcycling) girişimleri ile eski atık üniformalar moda dünyasına dahil edilmekte ve oldukça ses getirmektedir.

"Bir adamın çöprü başka bir adamın hazinesidir" deyimini, bir kişi için değersiz olanın, diğeri için olağanüstü değerli olduğu düşüncesini anlatmakta ve adeta ileri dönüşümü tanımlamaktadır. Pek çok sanatsal ifade türü toplum atıkları ile değer bulmuştur. Moda endüstrisindeki üreticiler ve tasarımcılar, üretime giren malzemelerin ortalama%15'ini atıyor. Bu atık çoğu zaman katı atık sahasına gönderilerek yakılır. Kaynağından atılan elyaf, dokuma ve örme aşamasındaki hatalı atıklar, hasarlı boya partileri atıkları, baskı numune atıkları, kısaca her türlü üretim atıkları ve hatalı konfeksiyon ürünleri hepsi tüketici öncesi atıkları oluşturur.

Geri dönüşüm (recycle), malzemelerin yeniden kullanılmasıdır ve genellikle ileri dönüşüm (**upcycle**) ve aşağı dönüşümü de (**downcycle**) kapsayan bir ifade olarak kullanılır. Aşağı dönüşüm; malzemelerin (örneğin araba koltuğu dolgusu için kullanılan hasarlı tekstiller gibi) son kullanımının orijinal kullanımdan daha az değerli olacak şekilde yeniden

kullanılmasıdır. İleri dönüşüm; malzemelerin yaratıcı ifade ve emek yoluyla yeniden kullanılmasıdır ve oluşan nihai ürünün, onu oluşturmak için kullanılan malzemelerden daha yüksek değer görmesine neden olur. Hazır giyim imalatçıların, atıkları keserek giysi üretmesi ileri dönüşüm olarak kabul edilir. Günümüzde pek çok tasarımcı endüstriyel tekstil atığını değersiz bir fazlalık yerine bir kaynak olarak görmeye başladı. Her geçen gün daha da artarak, aşırı üreten endüstride kaynağın ne kadarının atıldığını vurgulamak için çok az şey yapıyor ve atıklar eğer farklı bir yol düşünülürse kullanılabilir durumda oluyor. Kumaş kesim atıkları her bir parçanın ayrı ayrı kesilerek kullanılması ile iyi tasarlanmış elbiselere dönüşebilir. Tasarımın gücünü kullanarak israfa karşı şiirsel ve etik bir çözüm dengesi kurabilmek mümkündür. Atık malzemelerle çalışan tasarımcıların en büyük zorlukları malzemelerin farklı doğasıdır. Atıkların renk, doku, ağırlık ve boyut farklılıkları onları zorlamaktadır. Kaynak malzemenin özgünlüğü, dengeli bir bütün oluşturmak için her renk örneğinin dikkatlice seçilmesi ve koordine edilmesinin gerekliliği, üretimi de ölçeklendirmeyi de zorlaştırmaktadır. Her kumaş parçasının özenle seçilmesi ve diğerleriyle koordine edilmesi veya bir giysi oluşturmak için parçalanması ve yerleştirilmesi ile üretim ve tedarik süreci son derece karmaşık ve zaman alıcı olmaktadır. Ölçeklendirme karlılık için önemlidir. Üretim öncesi ve sonrası tüketici atığı ile çalışan tasarımcılar için ölçeklendirme önemli bir sorundur. Fakat geri dönüşümün önemi zaman içinde anlaşıldıkça yaratıcı atık yönetimi elde etmek isteyen şirketler artmaktadır. Bu şirketler tasarımcılar ile iş birliği kurabilme gayretindedir. Markalı ve özel tekstil atıkları genellikle yakılırken, diğerleri nakit akışı yaratmanın ve depolama alanını özgürleştirmenin bir yolu olarak çok az bir para karşılığında bir aracıya satılır. Doğru strateji ile aracıyı ortadan kaldırarak gerek askeri gerek fabrika ölü stok kumaşlarını tedarik etme konusunda uzmanlaşmış yeni nesil tasarımcısı Christopher Raeburn gibi diğer tasarımcılar da başarıya ulaşabilir. Daha fazla giysi yapmak, daha fazla atık üretmek anlamına gelmektedir ve bu durum daha büyük ölçekli geri dönüşüm projelerine yol açabilmektedir. Bir önceki sezondan elde kalan kumaşları kullanarak kitlesel pazar segmentindeki markalara bir kapsül koleksiyonu tasarlamak da üretimi azaltmak için uygulanabilecek çözümlerden birisidir. Böylece orta sınıf temsilcileri ünlü bir tasarımcıdan erişemeyecekleri bir tasarımı elde edebilir.

Büyük ölçekli üreticilerin kendi atıklarını, tasarımcılar ile iş birliği kurarak yeniden tasarlayabilmeleri gelecekteki potansiyel sermayeleştirmenin önemli bir alanıdır. Büyük üreticilerin kendi bünyesindeki atıklarını çöp haline gelmeden önce fabrikalarında bir geri dönüşüm hattı oluşturarak değerlendirmesi gerekmektedir. Bu sistemin ilerlemesinde yaşanabilecek zorluk uygulanabilir olamama durumu değil, ileri dönüşümün gerektirdiği kaçınılmaz yavaşlamadır (<http://www.ecofashiontalk.com/2014/02/commentary-critique-one-mans-trash-is-another-mans-treasure/>).



Görsel 2: Burberry 2021 Kamufraj Baskılı Kış Koleksiyonu

Kaynak: designscene.net/2021/01/burberry-pre-fall-2021.html

Maharishi markası Hardy Blechman tarafından çevreye duyarlı, adil ticaretle üretilmiş, yüksek kaliteli, dayanıklı, faydacı giysiler üretmek için benzersiz bir vizyonla 1994 yılında kurulmuştur. Mevsimsel koleksiyonunda genellikle kenevir, organik pamuklar ve dönüştürülmüş askeri giysiler bulunur. Doğu kültürü etkisini şehir sokaklarının cesareti ve çeşitliliği ile birleştirmiştir. (<https://thepreheater.wordpress.com/2017/03/09/jungle-warfare-maharishi-ss17-tour-dafrique/>)



Görsel 3: Maharishi “Tour d’Afrique” İlkbahar/Yaz 2017 Defilesi.

Kaynak: <https://thepreheater.wordpress.com/2017/03/09/jungle-warfare-maharishi-ss17-tour->

Greg Lauren’in adını taşıyan erkek ve kadın giyim koleksiyonu, tamamen dönüştürülmüş malzemelerden yapılmıştır. Eski ABD ordu çadırları gibi hizmet dışı bırakılmış askeri tekstil ürünleri, yavru izci uniformaları, battaniyeler, kot pantolonlar ve paraşütlerle de çalışmaktadır (<http://www.ecofashiontalk.com/2016/05/greg-lauren/>).



Görsel 4: Greg Lauren, Dönüştürülmüş Erkek ve Kadın Giyim Koleksiyonu, 2016.

Kaynak: <http://www.ecofashiontalk.com/2016/05/greg-lauren/>

Yves Andrieux ve Vincent Jalbert, 2003 yılından beri eski askeri kumaşlara hayat vermektedir. Geri dönüştürülmüş antika ve askeri kumaşlara olan sevgisi ve tutkusuyla bilinen ikili mucizevi başkalaşımalar bekleyen hammaddeleri sofistike tasarımlara dönüştürmektedir. Eski askeri kumaşlardaki solmuş zengin tonlara uygulanan süsleme ve baskı etkileri ile tasarımlarını zenginleştirmekteler (<http://www.ecofashiontalk.com/wp-content/uploads/2013/12/YvesAndrieuxVincentJalbert-1.jpg>).



Görsel 5: Yves Andrieux and Vincent Jalbert, 2013.

Kaynak: <http://www.ecofashiontalk.com/wpcontent/uploads/2013/12/YvesAndrieuxVincentJalbert-1.jpg>

Atık askeri kumaşları yeniden kullanan genç İngiliz moda tasarımcısı Christopher Raeburn; orijinal, etik açıdan bilinçli erkek ve kadın giyim koleksiyonları tasarlaması ile tanınmaktadır. Christopher Raeburn, ordunun kullanılmış kar giysilerine, askeri muharebe üniformalarına, Kraliyet Hava Kuvvetlerinin hafif rüzgâr geçirmez pamuklu kumaşlarına yeniden hayat vermektedir (<https://www.raeburndesign.co.uk/pages/about>).



Görsel 6: Christopher Raeburn, 2011.

Kaynak: <http://www.ecofashiontalk.com/2011/01/christopher-raeburn/>

4. SONUÇ

Toplumsal, siyasal, ekonomik ve mesleki konumu yansıtan üniformalar giyim kültürünün önemli bir parçasıdır. Üniformalar, aynı işi yapan kişilere kıyafet standardı sağlayarak birlik ve beraberliği mümkün kılmaktadır. Şüphesiz üniforma denilince ilk akla gelen ordudur. Askeri üniformalar ilk olarak Avrupa'da 17. yüzyılın sonlarında ortaya çıkmıştır. 19. yüzyılda yaşanan savaşlardan ötürü askeri üniformalara yönelik artan talepleri karşılamak ve hızlandırmak adına standart beden ölçülerini belirlemeye yönelik çalışmalar yapılmıştır. Bu çalışmalar tekstilde seri üretimin başlangıç adımı olmuştur. II. Dünya Savaşı döneminde Vogue dergi kapaklarında kadın imgesi güçlü bir profil ile yansıtılmıştır. Kadın giyiminde askeri renkler ve bayrak renkleri, ceket ve şapkalarda askeri üniforma etkileri, saç, makyaj ve aksesuarlarla birlikte maskülen ve feminen etkiler görülmüştür. 20. Yüzyıl kadın ve erkek modasında askeri üniformalardan esinlenme dönemidir. Günümüzde de kadın giyiminde askeri üniformayı çağrıştıran kıyafetlerle güç vurgusu kuvvetlendirilmektedir. Üniformadan esinlenilerek yapılan unisex tasarımlar ile cinsiyet ayrımı gözetmeyen tasarımlar vurgulanmaktadır. Kamuflaj baskı desen modanın olmazsa olmazları arasındadır. Sürdürülebilirlik açısından da askeri tekstiller çok önemlidir. Tekstilde sürdürülebilirliğin büyük önem kazandığı günümüz şartlarında, kullanılmayan atık askeri üniformaların ve askeri

tekstillerin dönüştürülerek çağdaş moda kazandırılmasının sağladığı yararlar dikkate değerdir. Az üretmenin ve dönüşümün önemini fark eden markaların askeri atıklar ile ileri dönüşüm (upcycling) girişimleri moda dünyasında oldukça ses getirmektedir. Eski atık askeri uniformalar, battaniyeler, çadırlar, paraşütler, kar giysileri gibi askeri tekstil ürünleri; Hardy Blechman, Greg Lauren, Yves Andrieux ve Vincent Jalbert, Christopher Raeburn gibi örnek tasarımcılar tarafından moda dünyasında yeniden hayat bulmuştur. Bu tasarımcılar ve markalar, dünyaya ve ülkemize geri dönüşüm ile birlikte gelecekteki potansiyel sermayeleştirme konusunda model olabileceklerdir.

KAYNAKÇA

- [1] Albayrak, A., E., *İkinci Dünya Savaşı'nın (1939-1945) Kadın Giyimine Etkileri*, Akademik Sosyal Araştırmalar Dergisi, Yıl: 4, Sayı: 35, Aralık, 539-555, 2016.
- [2] Arıç Sezer, A., *Türklerde Kıyafetin Kısa Tarihi*, Kultura Narodov Priçernomoriya Dergisi, No:109, Ukrayna-Kırım, 144, 2007.
- [3] Ayçiçek, B., *Uçaklarda Kabin Ekiplerinin Gömleklik Dokuma Kumaşlarının İnovatif Tasarımı*, Bursa Uludağ Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, Tekstil Mühendisliği Anabilim Dalı, Yüksek lisans tezi, 2019.
- [4] Ayhan Y., 19. *Yüzyılda Avrupa'da Teknolojik ve Toplumsal Değişimlerin Giysi Modasına Etkileri*, Marmara Üniversitesi Güzel Sanatlar Enstitüsü Tekstil Ana Sanat Dalı, Yüksek Lisans Tezi, 16, 2019.
- [5] Colja, M., *Designing Sustainable Collection With Recycled Army Clothing*, University of Ljubljana Faculty of Natural Sciences and Engineering Department of Textiles, Graphic Arts And Design Ljubljana, 2, 2017.
- [6] Ercivan, G., Meydan C., *Modanın Dili*, YEDI Dokuz Eylül Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi Dergisi, 78, 2019.
- [7] Tanyıldız, G., 19.yy 'dan Günümüze İstanbul İtfaiyecilerin Tarihi ve Giysilerinin Günümüze Kadarki Değişimi, Yüksek Lisans, Moda ve Tekstil Tasarımı, Işık Üniversitesi, 1,2, 2020,
- [8] Tanyer S., Alp Ö. K., *II. Dünya Savaşı Dönemi Vogue Dergi Kapaklarındaki Kadın İmgesi ve Giyim Anlayışı Üzerine Gösterge Bilimsel Bir Çözümleme*, Motif Akademi Halkbilimi Dergisi, Cilt: 13, Sayı: 32, 1539-1557, 1539, 2020.
- [9] Üstüner, S., *Tekstil Tasarım Tarihine Genel Bir Bakış*, Sanat-Tasarım Dergisi, Sayı: 8 ISSN: 1309-2235 ss.49-58 DOI: 10.17490/Sanat.2018.21, 51, 2017.
- [10] Yetmen, G., *Modanın Yaşama Sevinci Yaratma İşlevi: Le Théâtre De La Mode Ve Le Mythe Dior*, İzmir Demokrasi Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi, Geleneksel Türk Sanatları Bölümü, 666,667, 2020.
- [11] <https://thepreheater.wordpress.com/2017/03/09/jungle-warfare-maharishi-ss17-tour-dafrique/>

(Erişim tarihi:13.04.2021).

[12] <http://www.ecofashiontalk.com/2016/05/greg-lauren/>

(Erişim tarihi:13.04.2021).

[13]<http://www.ecofashiontalk.com/wpcontent/uploads/2013/12/YvesAndrieuxVincentJalbert-1.jpg>

(Erişim tarihi:11.04.2021).

[14] <https://www.raeburndesign.co.uk/pages/about>

(Erişim tarihi:09.04.2021).

[15]<https://www.pinterest.de/pin/708542953867251594/>

(Erişim tarihi:14.04.2021).

[16]designscene.net/2021/01/burberry-pre-fall-2021.html

(Erişim tarihi:13.04.2021).

[17]<https://thepreheater.wordpress.com/2017/03/09/jungle-warfare-maharishi-ss17-tour->

(Erişim tarihi:12.04.2021).

[18]<http://www.ecofashiontalk.com/2016/05/greg-lauren/>

(Erişim tarihi:11.04.2021).

[19]<http://www.ecofashiontalk.com/wp-content/uploads/2013/12/YvesAndrieuxVincentJalbert-1.jpg>

(Erişim tarihi:10. 04.2021).

[20]<http://www.ecofashiontalk.com/2011/01/christopher-raeburn/>

(Erişim tarihi:09.04.2021).

[21]<http://www.ecofashiontalk.com/2014/02/commentary-critique-one-mans-trash-is-another-mans-treasure/>

(Erişim tarihi:09.04.2021).

СЕНСОРИКА: СЕЗИМ-ТУЮМ АРКЫЛУУ ИШКЕ АШКАН КАРЫМ-КАТНАШ

SENSORİK: DUYU VE SEZGİ ARACILIĞIYLA GERÇEKLEŞEN İLETİŞİM

Amanbek MURZAKMATOV

Osh state university

Saltanat BOYTOEVA

Osh state university

ÖZET

İnsan farklı kokular, tatlar, renkler ve seslerin olduğu bir dünyada yaşar. İnsanın duyu organlarıyla alınan bu sinyaller, kültürler arası iletişimde önemli bir yere sahiptir. Çünkü, sözlü iletişimin diğer yönleri gibi, iletişim kurulmakta olan bir yabancıya ya da farklı bir kültüre yönelik tutumlar, bu duyu organlarının yardımıyla alınan duyu ve sezgilerin temelinde oluşur. Bu tutum bizim kokuları nasıl algıladığımıza, tadları nasıl tattığımıza, renkleri nasıl gördüğümüze ve sesleri nasıl duyduğumuza bağlıdır. İnsanın duyu organlarının bu iletişimsel işlevleri, onları sözlü olmayan iletişim araçları olarak kabul etmemize izin verir. **Sensorik** (latince «*sensus*» - algılama) — doğrudan duyu algısını, dış etkenleri tanımlayan bir kategori. O diğer kültürlerin temsilcilerinin duysal algılarına dayanan sözlü olmayan bir iletişim türüdür. İletişimde çeşitli kokular ayrı bir öneme sahiptir. Bunlara, ilk sırada vücut kokusu ve insanın kullandığı kozmetiklerin kokusu girer. Eğer bir insan kötü kokuyorsa, biz o kişiyle iletişim kurmayı reddederiz. Böyle karmaşık durum ile kültürlerarası iletişimde de karşılaşırız. Bir kültürde yaygın ve alışık olan kokular, diğer kültürlerde en kötü koku olarak algılanabilir. Çeşitli halkların ulusal mutfağının özellikleri de birbirinden çok farklıdır. Bir halkın ulusal mutfağının bir yabancı tarafından alışılmadık veya tatsız olarak algılanan aromaları ve tat, o ulusal mutfakın sahipleri için çok hoş ve alışıktır. Farklı kültürlerde kullanılan farklı renklerin kombinasyonu da birbirinden farklıdır. Diğer kültürlerde kullanılan renk kombinasyonlarını ve işlemleri biz beğenmeyebiliriz, onlar bize çok parlak veya çok koyu gelebilir. Aynı zamanda işiterek algılama da kültürlere göre değişiyor. Çeşitli halkların müziklerinin birbirinden farklı olmasının sebebi de budur. Başka halkın müziği genelde bizim için tuhaf ve nahoştur. Yabancı bir kültürü takdir etmemiz, bu kültür ile ilgili hoş ve nahoş duyuların sayısına bağlıdır. Eğer hoş, olumlu duyular çok ise, o zaman bu kültürü takdir ediyoruz. Eğer olumsuz duyular çok ise, o zaman bu kültürü sevmiyoruz.

Anahtar Kelimeler: İletişim, Koku, Tat, Renk, İşitme.

КІРІШҮҮ

Бөлөк өлкөнүн жашоо-тиричилигине баам салганда, эң оболу жүрүм-турумдагы специфика, өзүбүздүн этикеттен айырмаланган, ошол бөлөк коомдо кабыл алынган этикеттин өзгөчөлүктөрү көзгө дароо урунат. Андай айырмачылыктардын болушуна адамдардын сезим-туюму да таасир кылат.

ИЗИЛДӨӨЛӨР ЖАНА ТЫЯНАКТАР

Адам түрдүү жыт, даам, түс, добуштардын дүйнөсүндө жашайт. Адамдын сезүү органдары менен кабыл алынган бул сигналдар маданияттар ортосундагы коммуникацияда маанилүү орунду ээлейт. Анткени, вербалдык эмес коммуникациянын башка тараптарындай эле карым-катнаш түзүп жаткан чет элдик адамга же бөлөк маданиятка карата мамиле ошол сезүү органдарынын жардамы менен кабыл алынган сезим-туюмдардын негизинде калыптанат. Ал мамиле биз жыттарды кантип туюп, даамдарды кантип татып, түстөрдү кантип көрүп, добуштарды кантип угуп жатканыбызга жараша болот. Адамдын сезүү органдарынын ушул коммуникативдик функциялары аларды вербалдык эмес коммуникациянын инструменттери деп эсептегенге мүмкүнчүлүк берет (Кнапп, М.Л., 1978: 187).

Сезим-туюм аркылуу ишке ашкан карым-катнашты *сенсорика* деп аташат. Сенсорика (лат. *sensus*, «кабыл алуу») – туюмдарды, тышкы таасирлерди түздөн-түз кабыл алууну түшүндүргөн категория. Ал бөлөк маданияттын өкүлдөрүн сезүү органдары менен кабылдаганга таянган вербалдык эмес коммуникациянын тиби болуп саналат. Карым-катнашта түркүн жыттар өзгөчө зор мааниге ээ. Алардын катарына, биринчи кезекте, дененин жана адам колдонгон косметиканын жыттары кирет. Эгерде бөлөк адамдан жагымсыз жыт келип жатса, биз ошол адам менен болгон карым-катнаштан баш тартабыз. Ушундай кыйын кырдаалга маданияттар ортосундагы коммуникацияда дагы туш болобуз. Бир маданияттын алкагында көнүмүш сезилген жыттар, бөлөк маданиятта жийиркене турган, эң жаман жыт катары туюлушу мүмкүн. Алсак, Жаңы Гвинеянын бийик тоолорунун жашоочулары өздөрүнүн денесине чочконун майы менен ылайды шыбап алышат жана дээрлик жуунушпайт. Ушундай кишилер менен карым-катнаш түзүү зарыл болгонун жана ошол адамдарга карата сиздин мамилеңиз кандай боло турганын элестетип көрүүнүн өзү кыйын.

Жоро-жолдошунун жытын сезүү мүмкүнчүлүгү арабдарга мамилелерди жумшарткандай таасир кылат. Мисалы Түштүк Йеменде бедуиндер бири-бири менен кездешкенде кааданы сактап мурдуларын тийгизишип амандашат (Герасимов, О., 1976:15). Жыт алуу сезими аларга бөлөк адамдын жан дүйнөсүнө «сүңгүп кирип кетүү» ыкмасы катары каралат. Албетте, мындайда башка адамга өз жытын жытатпай коюу, партнерун сыйлабагандык дегенди билдирет. Жакынкы Чыгыштын айрым элет жерлеринде, болочоктогу келинди көргөнү чакырылган кудалар, кээде ошол келинди жыттап көргөнү уруксат сурашат.

Ар түрдүү элдердин улуттук ашканасынын өзгөчөлүктөрү дагы бири-биринен өтө айырмаланат. Бир элдин улуттук ашканасынын чет өлкөлүк адамга адаттан тыш же жагымсыз жыт катары кабылданган ароматтары жана даам, ошол улуттук ашкананын ээлерине өтө жагымдуу жана көнүмүш болуп туюлат. Алсак, сууга кайнатылган жумуртканын жыты америкалыктардын үйүндө көнүмүш эле жыт болуп, америкалыктарда ал эч кандай жагымсыз сезимдерди жаратпайт. Бирок, айрым азиялык элдер үчүн ал жыт бузулуп бараткан балыктын жыты сыяктуу эле чыдап тура алгыс жыт болуп саналат. Алар сууга кайнатылган жумурткаларды жешпейт жана аларды жыттап

дагы коюшпайт. Тамак жасоо учурунда көп сандаган татымалдарды колдонушкан себептүү, орус киши индиялык же индонезиялык ашкананын тамак-аштарын этияттап татып көрүшү керек. Индус кишиге болсо орустардын ашканасы өтө эле тузу кем катары сезилиши айдан-ачык (Бороздина, Г.В. 1998:248).

Демек, адамдар жеген тамак-ашта жана ошол тамакты жегенде колдонгон эрежелерде да олуттуу улуттук айырмачылыктар бар (Школа этикета, 1996:430). Натыйжада, бир эл жакшы көрүп жеген тамакты башка эл уккусу да келбейт. Ошондуктан башка өлкөгө бара жатып ошол жактын ашканасы тууралуу маалыматка ээ болуу сизге пайдалуу гана болот. Чет өлкөлүк коноктордун табитин эске алуу менен аларды тамак-аш менен сыйлагаганды уюштура билүү да жогорудагыдай эле пайда алып келет. Мисал катары айрым өзгөчөлүктөрдү санап өтөлү. Көпчүлүк чет өлкөлүктөр эртең мененки, түшкү жана кечки тамакты ичүү учурунда минералдык жана мөмө-жемиш сууларын же кадимки эле кайнатылган сууга муз кошуп ичүүнү туура көрүшөт, ошол эле учурда монголдордун, япондордун, корейлердин көпчүлүгү минералдык сууну ичишпейт.

Чехтердин, венгерлердин, алжирликтердин, египеттиктердин, ирандыктардын көпчүлүгү кета икрасын (Ыраакы Чыгыштагы лосось түрүнө кирүүчү балык), туздалып сүрсүтүлгөн кызыл (сөөксүз) балыктан жасалган нерселерди, жаңы туздалган семганы жешпейт.

Чехиянын, Польшанын, Румыниянын, Даниянын, Норвегиянын жашоочулары кой этинен жасалган тамак-аштарды жактыра беришпейт.

Венгерлер кисель (көбүнчө жемиш суусу же сүт кошулуп, кандайдыр бир ундан жасалган килкилдек тамак); румындар – соустарды, англиялыктар – бышырылган колбасаларды, блинчиктерди (жука камырга эт же варенье же быштак ороп бышырган тамак), блиндерди (суюк камырдан жука кылып табада бышырылган жупка), пельмендерди; корейлер сорпону; шведдер, даниялыктар, норвегиялыктар быштактан (творогдон) жасалган тамак-аштарды жешпейт. Корейлердин тамактануу рационунда күрүч маанилүү орунду ээлегени менен андан жасалган оокаттарды аларга бербеш керек. Бул нерсе биздин өлкөдөгү күрүчтү кайра иштетүүнүн Кореядагыга салыштырмалуу такыр башкача экендиги менен байланыштуу.

Индиядан жана айрым бир өлкөлөрдөн келген конокторго эртең мененки тамактан мурун чай, ал эми америкалыктарга кофе бериш керектигин унутпоо зарыл, корейлер болсо кофе менен какаону такыр ичишпейт.

Көпчүлүк өлкөлөрдөн келген коноктор эртең менен жеңил гана тамактарды жегенди артык көрүшсө, поляктар эртең менен нык тойгон тамакты жакшы көрүшөт.

Көпчүлүк өлкөлөрдө эртең мененки тамак, эреже катары, мөмө-жемиш ширесинен, каймак майдан, джемден, булочкадан, кофе же чайдан турат. Эртең мененки тамакка ошондой эле сметана (ачыган коюу каймак), чала бышкан жумуртка, сосискаларды же чочконун сүрсүтүлгөн сан этин беришет. Мындайча эртең мененки тамак, адатта, европалык деп аталат жана көпчүлүк чет өлкөлүктөрдүн табитине төп келет (Школа этикета, 1996:430-436).

Көпчүлүк чет өлкөлүктөр улуттук тамак-аштарды – орустардын щиси менен украиндик боршту, сметана, икра кошулган блиндерди, киевче жасалган котлеттерди, түрктөрдүн көфтесин, азербайжандардын, грузиндердин шашлыктарын, кыргыздар менен казактардын беш бармагын жакшы көрүшөт. Бирок, келген чет өлкөлүк коноктордун бардыгы эле жакшы көрүшөт деп ойлоо дагы жаңылыштык болот. Мисалы беш бармактын бетине тууралган казы-картанын спецификалык жыты, даамы айрым чет өлкөлүктөргө жагымсыз таасир калтырып, ошол себептүү жегенден баш тартышы мүмкүн. Ошондуктан каалабай жатса деле жегиле деп кыстоо, узатып жатканда баштыкка салып берүү олдоксон иш болуп саналат. Эгерде, конок өзү суранса гана берүү адепке туура келет.

Ар кыл маданияттарда колдонулган түрдүү түстөрдүн айкалышы дагы ар түрдүү болот. Бөлөк маданиятта колдонулган түстүк айкалыштар, саймалар бизге жакпашы мүмкүн, алар өтө эле ачык же күнүрт болуп көрүнүшү ыктымал. Этикет эрежелери жөнүндөгү китептерде кайсыл өлкөлөрдө кандай түстүк символикадан алыс болуу кажет деген кеңештердин берилиши бекеринен эмес. Мисалы, Мексикада кызыл түс – кайгынын, азанын символу, ал эми алар эң жакшы көргөн түс – ак түс. Кытайда жана Туркияда ак менен көк түстүн айкалышуусун, кошулуусун жактырышпайт. Кытайда ак түс – аза күтүүнүн түсү болуп саналат. Бул тууралуу И. Эренбург өзүнүн чет жерлерден алган кызыктуу таасирлерин баяндап жатып: «Европада аза күтүүнүн түсү болуп кара түс эсептелсе, Кытайда ак түс саналат. ... Дүйнө көп түрдүү, ошондуктан тигил же бул салтка баш катыруунун пайдасы жок; эгерде бөтөн монастырь болсо, демек, бөлөк эрежелер (уставдар) да бар» (Формановская, Н.И., 1987: 92-93) - деп белгилейт.

Бөлөк маданияттын өкүлү менен болгон карым-катнашта көзгө биринчи урунган тышкы көрүнүшкө, кийген кийимге да маани берилет. Мисалы, арабдар ар бир учурда эркек киши өзүн кантип алып жүрүшү керек, аял киши өзүн кантип алып жүрүшү керектигин так билишет; кантип кийинүү керек, чач жасалгасы кандай болушу керек ж.у.с. Алар чачы узун эркектерге ачык эле жактырбагандай карашат. Эркектерге таандык, мүнөздүү болгон стилдеги, бычылыштагы кийимдерди кийген аялдар дагы арабдардын сый-урматына арзышпайт (Шагаль, В.Э., Сканава А.А., 2008:162).

Арабдыкына конокко бара жатып ашыкча кооз кийинбей, мүмкүн болушунча жупуну, бирок ошол эле кезде өзүңүздүн тышкы көрүнүшүңүз менен үй ээсине карата сый-урматыңызды билдиргидей болуп респектабелдүү кийинүү сунушталат (Шагаль, В.Э., Сканава А.А., 2008:159).

Кулак менен угуп кабылдоо дагы конкреттүү маданиятка жараша болот. Мына ошондуктан улам ар түрдүү элдердин музыкасы дагы бири-биринен абдан айырмаланат. Башка элдин музыкасы көбүнчө таң калыштуу жана уккулуксуз болуп сезилет.

Карым-катнаш – партнерлордон коммуникациялык ыктарды жана бири-бирин уга билүүнү талап кылган эки же көп тараптуу процесс. Ар башка маданияттар өз сөзүн ар башкача гана колдонушпастан, ар башкача дагы угушат. Айтылган кепти кулак төшөп жакшы уккандар бар, мисалы, немистер же шведдер. Ошол эле кезде кепти кулак сыртынан кетирип жаман уккандар да бар (француздар, испандар). Кепти укканга дээрлик толук ориентир алган маданияттар да бар, мисалы финдердин маданияты. Анын

үстүнө алар оратордон кайсыл-бир нерсени кайталоону же дагы бир ирет түшүндүрүп берүүнү суранууну, тилди жетиштүү деңгээлде билбегендиктен улам түшүнбөй жатканына карабастан адепсиздик деп эсептешет (Шагаль, В.Э., Сканави А.А., 2008:175).

Бардык сенсордук факторлор биргеликте аракеттенишет жана ошонун натыйжасында тигил же бул маданияттын сенсордук картинасын жаратышат. Бөтөн маданиятка берген биздин баа, жагымдуу жана жагымсыз сенсордук сезимдердин санына жараша болот. Эгерде жагымдуу сезимдер көп болсо, биз ал маданиятты оң баалайбыз. Эгерде негативдүү сезимдер көп болсо, анда, ал маданият бизге жакпайт.

КОРУТУНДУ

Жыйынтыктап айтканда, чет өлкөлөргө барганда же алар бизге келгенде өзүбүзгө тааныш эмес каада-салттарга, этикет эрежелерине, үрп-адаттарга тоотпогондой мамиле жасап, чет элдиктердин улуттук абийир, ар-намысын кемсинтип, катачылыктарды кетирбөө үчүн ошол өлкөлөрдүн, элдердин менталитети, этикет эрежелери, жалпы эле маданияты, тарыхы менен таанышуу, алар тууралуу мүмкүн болушунча көптү билүү, аларды урматтоо керек.

АДАБИЯТТАР

Бороздина, Г.В. (1998). Психология делового общения. Глава 7. Имидж делового человека. - М.: «Деловая книга».

Герасимов, О. (1976.) На краю пустыни Руб Эль-Хали // Вокруг света, №5.

Кнапп, М.Л. (1978). Невербальные коммуникации. - М.: «Наука».

Формановская, Н.И. (1987). Вы сказали «Здравствуйте!» (Речевой этикет в нашем общении). Изд. 2-е. – М.: «Знание».

Шагаль В.Э., Сканави А. А., Тарасенко О. В. (2008). Культура повседневности в арабo-мусульманском мире. – М.: Отражение.

Школа этикета: поучения на всякий случай. – Екатеринбург: Сред.-Урал. кн. изд-во.

INFLUENCERLARIN 14 ŞUBAT SEVGİLİLER GÜNÜ REKLAMLARI ÜZERİNE ETKİSİ

İhsan EKEN¹

¹ İstanbul Medipol Üniversitesi, İletişim Fakültesi, 0000-0002-0401-8545

ÖZET

Teknolojinin gelişmesiyle beraber kullanım oranı artan sosyal medya uygulamalarıyla beraber yeni pazarlama faaliyetleri ortaya çıkmıştır. Bu faaliyetler arasında en önemlilerinden birisi ise *Influencer marketing* olarak geçen *etkileyici pazarlama* yöntemidir. *Influencer*ın tam olarak açık bir anlamı olmasa da etkileyen olarak çevrilmektedir. Sosyal medya açısından *Influencer* kelimesi açıklandığında ise yaklaşık binlerce hatta milyonlarca takipçisi bulunan, paylaştığı fotoğraf, video ve haberlerin binlerce hatta milyonlarca kişi tarafından beğenilen ve paylaşılan kişi olarak tanımlanmaktadır. Bu anlamda *Influencer* kelimesi incelendiğinde bir anlamda insanlara yol gösteren veya ilham veren kişi olarak da tanımlanabilmektedir. *Influencer* kavramı bu anlamda günümüzde önemli pazarlama ve reklam faaliyetlerinden biri olarak görülmeye başlanmıştır. Bu çalışmanın amacı; yıl içerisinde önemli alışveriş günlerinden biri olarak düşünülen Sevgililer günü döneminde tüketicilerin, sosyal medya platformlarından biri olan *Instagram Influencerlarından* etkilenip etkilenmediğini ortaya koymayı amaçlamaktadır. Çalışmanın önemli noktalarından birisi ise çalışmaya katılan tüketicilerin *Influencerları* bir yol gösteren veya ilham veren kişi olarak değerlendirip değerlendirmedir. Çalışmanın yöntem nicel araştırma yöntemlerinden biri olan tarama araştırmalarıdır. Tarama araştırmaları; sosyal bilimlerde en çok kullanılan araştırma türlerinden biri olan tarama ya da anket araştırma desenleridir (Gürbüz ve Şahin, 2016). Çalışma evrenini sosyal medya uygulamalarından biri olan *Instagram* üzerinden *Influencer* takip eden kullanıcılar oluşturmaktadır. *Instagram* üzerinden *Influencer* takip eden kullanıcı sayısı tam olarak bilinmediğinden dolayı %95 güvenirlilik seviyesine göre asgari örneklem modeli kullanılmıştır. %95 güvenirlilik seviyesine göre 539 tüketici çalışmanın evrenini oluşturmaktadır. Çalışma kapsamında olasılıklı olmayan tekniklerden amaçsal örneklem tekniği kullanılmıştır. Çalışma kapsamında ölçek olarak “Takipçiler Nezdinde Sosyal Medya Fenomenlerinin Kanaat Önderliği Ölçeği” kullanılmıştır (Tam, 2020). Çalışma neticesinde farklı sonuçlar elde edilmiştir. Özellikle *Instagram* üzerinden *Influencer* takip eden tüketicilerin, *Influencerları* birer ilham kaynağı olarak görmektedir.

Anahtar Kelimeler: Influencer, Instagram, 14 Şubat, Sevgililer Günü, İlham Kaynağı

1. GİRİŞ

Sevgililer günü her yıl 14 Şubat'ta tüm dünya da kutlanan özel bir gündür. Sevgililere gününün tarihçesi incelendiğinde milattan sonra üçüncü yüzyıla dayandığı görülmektedir. 14 Şubat, o dönem de yaşayan *Aziz Valentine* dayanmaktadır (Akşam, 2017). Oxford sözlüğüne göre *Valentine* kelimesi “sevgili veya özel arkadaş olarak belirtilen kişi” olarak tanımlanır

(Oxforddictionary, 2021). 14 Şubat günü tüm dünyada “Valentine’s Day – Sevgililer Günü” olarak kutlanır. Yıl içerisinde şirketler tarafından kabul edilen en önemli günlerden birisi 14 Şubat Sevgililer günüdür. Sevgililer gününde özellikle şirketler yoğun bir iletişim kampanyası düzenler ve bu sayede satışlarını arttırmaları. Firmalar, 14 Şubat için geleneksel ve dijital medya ortamlarında çeşitli kampanyalarda bulunurlar. Günümüzde teknolojinin gelişmesiyle beraber farklı pazarlama ortamları ve şekilleri ortaya çıkmıştır. Günümüzde kullanılan en önemli pazarlama ortamlarından birisi ise sosyal medya ortamlarıdır. Sosyal medya ortamları geleneksel medya araçlarına hem daha ucuz hem de sürekli kendini yenileyerek, kendini geliştirmektedir. Sosyal medya ortamlarının artmasıyla beraber, pazarlama şekillerinde de önemli değişiklikler yaşanmaya başlamıştır. Sosyal medya mecraları arasında ortaya çıkan en önemli kavramlardan birisi ise Influencer kavramıdır. Sosyal medya açısından Influencer kelimesi açıklandığında ise yaklaşık binlerce hatta milyonlarca takipçisi bulunan, paylaştığı fotoğraf, video ve haberlerin binlerce hatta milyonlarca kişi tarafından beğenilen ve paylaşılan kişi olarak tanımlanmaktadır. Bu anlamda *Influencer* kelimesi incelendiğinde bir anlamda insanlara yol gösteren veya ilham veren kişi olarak da tanımlanabilmektedir. *Influencer* kavramı bu anlamda günümüzde önemli pazarlama ve reklam faaliyetlerinden biri olarak görülmeye başlanmıştır. Bununla beraber Influencer seçimi de marka için ve tüketiciler için de oldukça önemli bir yere sahiptir. Influencer seçiminde dikkat edilmesi gereken bazı unsurlar bulunmaktadır. Influencer seçiminde dikkat edilmesi gereken hususlar (Dıraman, 2018 akt. Alışarlı ve Eken, 2018);

- Influencerı takip eden kişi sayısı
- Etkileşimler; beğeniler ve yorumlar (analizde dil, şehir, ülke gibi durumlara bakılır çünkü araştırma Türkiye’de yapılıyorsa ve hedef kitlesi Türkçe konuşan birisi ise Influencerın yayınlarının örneğin İngilizce olması Türkçe konuşan bir grup için uygun olmayabilir)
- Influencerların yaptığı yayınların kategorileri
- Influencerı takip eden bireylerin demografik özellikleri ve tercih ettikleri kategoriler

Literatür çalışmaları incelendiğinde sosyal medya, bireylerin veya tüketicilerin eğilimleri, Influencer pazarlaması konularında çokça kaynak olduğu görülmektedir. Litertürde yer alan *Dijital Pazarlama Ekseninde Influencer Marketing Uygulamaları* (Mert, 2018) çalışması incelendiğinde Türkiye’de Influencer pazarlamasının tarihsel gelişimi, nasıl uygulandığı, ekonomik boyutu ve Influencerların geleceği ile ilgili bilgiler yer almaktadır. Çalışma kapsamında nitel araştırma metotlarından derinlemesine görüşme tekniği kullanılmış ve sektörde faaliyet gösteren üç kişiyle mülakat gerçekleştirilmiştir. Çalışma kapsamında birçok sonuç elde edilmiştir. Bunlar:

Türkiye’de influencer marketing uygulamaları ağırlıklı olarak Instagram ve YouTube platformları üzerinden gerçekleştirilmektedir... ..Uygulama açısından mali süreçte influencer’lar tarafından fatura kesilebilmesi ve vergi kaybına yol açılmaması için sosyal ağlarla ilgili yasal düzenlemelerin yapılması gerekmektedir... ..Sistemin Türkiye’de henüz yeni kurulduğu düşünüldüğünde kısa sürede kazandığı ivme dikkate alınarak gelecekte daha hızlı gelişeceği düşünülmektedir

Pazarlamanın Yükselen Yıldızı Influencer Marketing: Influencer Takipçilerinin Satın Alma Davranışını Belirlemeye Yönelik Bir Araştırma (Canöz, Gülmez ve Eroğlu, 2020) çalışması incelendiğinde Influencer pazarlamanın *etkili kullanıldığında özellikle genç tüketici profiline ulaşmada stratejik öneme sahip olan bu yöntem ile markalar, rakipleri arasında rekabet üstünlüğü sağlamaktadır*. Bu sebeple son dönemlerde önemli bir ivme kazanarak sosyal medya da Influencer pazarlama şekli artmıştır. Çalışma kapsamında nicel araştırma metotları kullanılmıştır. 400 kişi ile anket yapılmıştır. Çalışma kapsamındaki sonuçlar incelendiğinde *tüketicilerin çoğunlukla sosyal medya fenomenlerini takip ettikleri ve influencer marketing'i etkili bir yöntem olarak kabul ettikleri bulgularına ulaşılmıştır*.

Diğer bir çalışma olan *Yeni Ana Akım Pazarlama: Influencer Pazarlaması* (Eroğlu Pektaş & Ormanlı, 2019) incelendiğinde *postmodern pazarlama döneminde markaların görünen yüzlerinin Influencerlar olduğu ve bu kişilerin kendi takipçileri arasında yarattıkları etki ve oluşturdukları küçük topluluklarda firmaların dikkatlerini çektiği ve kendileri de bu kanalı bir tutundurma faaliyeti olarak kullandıkları görülmüştür*.

Sosyal Medya Etkileyicilerinin Kanaat Önderliği Rolü (Tam, 2020) çalışması incelendiğinde *son yıllarda giderek bilinir hale gelen etkileyicilerin kanaat önderliği rolünün var olup olmadığı ve burada hangi öğelerin öne çıktığını, sosyal medya kullanıcıları nezdinde ortaya koymayı amaçlamaktadır*. Çalışma kapsamında nicel araştırma metotlarından tarama yöntemi kullanılmıştır. 571 kişiyle anket yapılmıştır. Çalışma sonucunda; *İletişim, Taklit ve Bilgi değişkenlerin her biri etkileyicilerin kanaat önderliği rolü üzerinde etkisi olduğu görülmüştür*.

2. ÇALIŞMANIN YÖNTEMİ

Çalışmanın yöntemi nicel araştırma desenlerinden tarama araştırmasıdır. Tarama araştırması sosyal bilimlerde en fazla kullanılan araştırma türlerinden biridir (Gürbüz ve Şahin, 2016). Tarama araştırmalarında kullanılan başlıca veri toplama tekniği ankettir. Çalışmada kullanılan anket veri toplama tekniği pandemi sebebiyle yüz yüze yapılamamıştır. Anket tekniği çevrimiçi anket uygulaması olan surveymonkey vasıtasıyla dijital ortam üzerinden yapılmıştır. Özellikle internet vasıtasıyla mail üzerinden veya sosyal medya uygulamaları vasıtasıyla gönderilen anketler kısa sürede çok fazla katılımcı tarafından anketin doldurulmasına olanak sağlamaktadır. Nicel yönelimli sosyal bilimler araştırmaları için %95 güvenilirlik düzeylerinde 250 bin kişilik bir evreni temsilen kabul edilebilir asgari örneklem büyüklüğü 384'dür (Gürbüz ve Şahin, 2016). Araştırma kapsamında çalışmaya 429 birey katılmıştır. Başka bir ifade ile çalışmaya asgari örneklem büyüklüğünden daha fazla birey katılmıştır. Araştırma evrenini Türkiye'de 18 yaşından büyük Instagram da Influencer takip eden bireyler oluşturmaktadır. Instagram uygulamasını kullanan ve Influencer takip eden bireylerin her gün artmaktadır. Bu evrene ulaşmak noktasında zaman, maliyet gibi sınırlılıklar bulunmaktadır. Bu sınırlılıklar nedeniyle çalışmaya en uygun örneklem şekli seçilmiştir. Araştırma kapsamında çalışmaya katılacak bireylerin seçiminde olasılıklı olmayan tekniklerden amaçlı örnekleme tekniği kullanılmıştır. Amaçsal örnekleme, araştırmacının amacına en uygun birimler örnekleme dahil edilmektedir (Gürbüz & Şahin, 2016).

Bu çalışmanın amacı; yıl içerisinde önemli alışveriş günlerinden biri olarak düşünülen Sevgililer günü döneminde tüketicilerin, sosyal medya platformlarından biri olan *Instagram Influencerlarından* etkilenip etkilenmediğini ortaya koymayı amaçlamaktadır. Çalışmanın önemli noktalarından birisi ise çalışmaya katılan tüketicilerin *Influencerları* bir yol gösteren veya ilham veren kişi olarak değerlendirip değerlendirmedir.

Araştırmanın amacı doğrultusunda oluşturulan anket formunda yer alan tüm ifadeler Mehmet Sinan Tam tarafından geliştirilen “Sosyal Medya Etkileyicilerinin Kanaat Önderliği Rolü” ölçeklerinden alınmıştır. Araştırmada yer alan “Sosyal Medya Etkileyicilerinin Kanaat Önderliği Rolü” isimli ölçek Tam (2020) tarafından geliştirilmiştir. Ölçek, 22 maddeden meydana gelmektedir. Ölçek 5’li likert tipi bir ölçektir. Çalışma da kullanılan ölçekte yer alan seçenekler; “kesinlikle katılmıyorum”, “katılmıyorum”, “kararsızım”, “katılıyorum” ve “kesinlikle katılıyorum” şeklindedir. Ölçeğin; eğlence, iletişim, güven, taklit, yakınlık ve bilgi olmak üzere toplamda altı alt boyutu bulunmaktadır. Tam (2020)’in çalışmasında kullanılan ölçeğin *Cronbach Alfa* ,926’dır. Tam’ın çalışmasına benzer olarak yapılan çalışmanın *Cronbach Alfa* ,914’dür. Başka bir anlamda güvenilirlik açısından benzer sonuçlara ulaşılmıştır.

3. SONUÇLAR VE DEĞERLENDİRME

Çalışmaya katılan bireylerin cinsiyet değişkeni üzerinden sayıları incelendiğinde 242 bireyin kadın olduğu, 187 bireyin ise erkek olduğu gözlemlenmiştir. Çalışmaya katılan kadın bireylerin yüzdesel oranı % 56 iken erkek bireylerin yüzdesel oranı ise % 44’dür. Çalışmaya katılan bireyleri yaş değişkeni üzerinden incelendiğinde, bireylerden 149’unun 18-30 yaş aralığında olduğu, 117’inin 31-40 yaş aralığında olduğu, 87’sinin 41-50 yaş aralığında olduğu ve 51 ve üstü yaş grubunda olan bireylerin sayısı ise 76’dır. Çalışmaya katılan bireylerin yaş değişkeni üzerinden yüzdesel oranları incelendiğinde 18-30 yaş grubu içerisinde yer alan bireylerin yüzdesel oranı %35, 31-40 yaş grubundakilerin % 27, 41-50 yaş grubundakilerin % 20, 51 ve üstü yaş grubundakilerin yüzdesel oranı ise % 18’dür.

Çizelge 1. Ölçeğin İç Tutarlılık Değerlerinin Dağılımı (%)

Alt Başlık	Soru Sayısı	Cronbach’s Alpha
İletişim	3	,908
Eğlence	3	,905
Yakınlık	4	,871
Taklit	4	,898
Güven	3	,901
Bilgi	5	,917
Toplam	22	,914

Ölçeği oluşturan alt başlıkların in tutarlılığını gösteren *Cronbach Alfa* değerleri incelendiğinde Bilgi alt başlığının soru sayısı 5 ve *Cronbach Alfa* değeri ise ,917’dir. Ölçeğe ait en yüksek *Cronbach Alfa* değeri İletişim’dir. Yakınlık alt başlığının soru sayısı 4 ve *Cronbach Alfa* değeri ise ,871’dir. Ölçeğe ait en düşük *Cronbach Alfa* değeri Yakınlık’dır. Ölçeğe ait genel *Cronbach Alfa* değeri ise ,914’dür.

Çalışmada kadın ve erkek bireylerin sosyal medya etkileyicilerinin kanaat önderliği ölçeğinde yer alan iletişim / eğlence / yakınlık / taklit / güven / bilgi alt başlıklarına ait görüşleri hakkında 0.05 anlamlılık oranında bir farklılık olup olmadığı araştırılmaktadır. Her alt başlığa ait farklı soru sayısına sahip başlıklarda 5'li likert tipi ölçek kullanılarak görüşleri toplanmıştır. Çalışmaya 242 kadın 197 erkek birey katılmıştır. Çalışmaya ait hipotezler aşağıdadır.

H1: Bireylerin kanaat ölçeği alt başlığında yer alan iletişime ilişkin görüşleri cinsiyete göre anlamlı bir farklılık gösterir.

H2: Bireylerin kanaat ölçeği alt başlığında yer alan eğlenceye ilişkin görüşleri cinsiyete göre anlamlı bir farklılık gösterir.

H3: Bireylerin kanaat ölçeği alt başlığında yer alan yakınlığa ilişkin görüşleri cinsiyete göre anlamlı bir farklılık gösterir.

H4: Bireylerin kanaat ölçeği alt başlığında yer alan taklitle ilişkin görüşleri cinsiyete göre anlamlı bir farklılık gösterir.

H5: Bireylerin kanaat ölçeği alt başlığında yer alan güvene ilişkin görüşleri cinsiyete göre anlamlı bir farklılık gösterir.

H6: Bireylerin kanaat ölçeği alt başlığında yer alan bilgiye ilişkin görüşleri cinsiyete göre anlamlı bir farklılık gösterir.

Çizelge 2. Ölçeğin Alt Başlıklarına Ait T-test Sonuçları

	Cinsiyet	N	Ort.	S.S.	S.D.	t	P
İletişim	Kadın	242	3.97	0.12	427	10.925	.000
	Erkek	187	1.64	0.56			
Eğlence	Kadın	242	3.12	0.62	427	.371	.183
	Erkek	187	3.15	0.63			
Yakınlık	Kadın	242	3.56	0.23	427	10.623	.001
	Erkek	187	2.85	0.46			
Taklit	Kadın	242	3.79	0.32	427	9.217	.000
	Erkek	187	2.61	0.41			
Güven	Kadın	242	2.99	0.48	427	.527	.162
	Erkek	187	2.92	0.43			
Bilgi	Kadın	242	4.00	0.00	427	8.588	.000
	Erkek	187	2.85	0.66			

Cinsiyet değişkeni üzerinden elde sonuçlara göre bireylerin cinsiyeti ile iletişim değişkeni hakkındaki görüşleri arasında anlamlı bir farklılık bulunmaktadır ($t_{(427)} = 10.925$; $p < 0.05$); bireylerin cinsiyeti ile eğlence değişkeni hakkındaki görüşleri arasında anlamlı bir farklılık bulunmamaktadır ($t_{(427)} = .371$; $p > 0.05$); bireylerin cinsiyeti ile yakınlık değişkeni hakkındaki görüşleri arasında anlamlı bir farklılık bulunmaktadır ($t_{(427)} = 10.623$; $p < 0.05$); bireylerin cinsiyeti ile taklit değişkeni hakkındaki görüşleri arasında anlamlı bir farklılık bulunmaktadır ($t_{(427)} = 9.217$; $p < 0.05$); bireylerin cinsiyeti ile güven değişkeni hakkındaki görüşleri arasında anlamlı bir farklılık bulunmamaktadır ($t_{(427)} = .162$; $p > 0.05$); bireylerin cinsiyeti ile iletişim değişkeni hakkındaki görüşleri arasında anlamlı bir farklılık bulunmaktadır ($t_{(427)} = 8.588$; $p < 0.05$).

Çalışmada bireylerin yaşları ile sosyal medya etkileyicilerinin kanaat önderliği ölçeğinde yer alan iletişim / eğlence / yakınlık / taklit / güven / bilgi alt başlıklarına ait görüşleri hakkında 0.05 anlamlılık oranında bir farklılık olup olmadığı araştırılmaktadır. Her alt başlığa ait farklı soru sayısına sahip başlıklarda 5'li likert tipi ölçek kullanılarak görüşleri toplanmıştır. Çalışmaya 18-30, 31-40, 41-50 ile 51 ve üstü yaş grubundaki bireyler katılmıştır. Çalışmaya 429 birey katılmıştır. Çalışmaya ait hipotezler aşağıdadır.

H7: Bireylerin kanaat ölçeği alt başlığında yer alan iletişime ilişkin görüşleri yaşa göre anlamlı bir farklılık gösterir.

H8: Bireylerin kanaat ölçeği alt başlığında yer alan eğlenceye ilişkin görüşleri yaşa göre anlamlı bir farklılık gösterir.

H9: Bireylerin kanaat ölçeği alt başlığında yer alan yakınlığa ilişkin görüşleri yaşa göre anlamlı bir farklılık gösterir.

H10: Bireylerin kanaat ölçeği alt başlığında yer alan taklitle ilişkin görüşleri yaşa göre anlamlı bir farklılık gösterir.

H11: Bireylerin kanaat ölçeği alt başlığında yer alan güvene ilişkin görüşleri yaşa göre anlamlı bir farklılık gösterir.

H12: Bireylerin kanaat ölçeği alt başlığında yer alan bilgiye ilişkin görüşleri yaşa göre anlamlı bir farklılık gösterir.

Çizelge 3. Ölçeğin Alt Başlıklarına Ait T-test Sonuçları

Alt Başlık	Yaş	N	Mean	Std. Deviation	S.D	F	P
İletişim	18-30	149	3,0891	0,52054	3.390	10,844	0,000
	31-40	117	2,9145	0,62346			
	41-50	87	2,9576	0,42834			
	51 ve üstü	51	2,6050	0,87413			
	Toplam	429	2,8682	0,67507			
Eğlence	18-30	149	3,6667	0,41194	3.390	10,203	0,000
	31-40	117	3,1078	0,53260			
	41-50	87	2,7615	0,77089			
	51 ve üstü	51	2,7882	0,26602			
	Toplam	429	2,9746	0,62466			
Yakınlık	18-30	149	3,0891	0,52054	3.390	9,761	0,000
	31-40	117	2,7145	0,62346			
	41-50	87	2,6891	0,52054			
	51 ve üstü	51	2,6050	0,87413			
	Toplam	429	2,8682	0,67507			
Taklit	18-30	149	1,6000	0,38568	3.390	-0,573	0,144
	31-40	117	1,8079	0,78111			
	41-50	87	1,7753	0,66650			
	51 ve üstü	51	1,6234	0,68335			
	Toplam	429	1,6861	0,63797			
Güven	18-30	149	3,3148	0,63511	3.390	9,852	0,000
	31-40	117	3,2575	0,62722			
	41-50	87	2,9963	0,34013			
	51 ve üstü	51	2,8579	0,33116			
	Toplam	429					
Bilgi	18-30	149	3,6667	0,41194	3.390	9,403	0,000
	31-40	117	3,1078	0,53260			

41-50	87	2,7615	0,77089			
51 ve üstü	51	2,7882	0,26602			
Toplam	429	2,8746	0,62466			

Yaş değişkeni üzerinden elde sonuçlara göre bireylerin yaşları ile iletişim değişkeni hakkındaki görüşleri arasında anlamlı bir farklılık vardır ($F(3,390) = 10.844, p < .05$). Hipotez sonucunda farklılığı yaratan grupları incelemek için yapılan *Tukey* testi sonuçlarına göre farklılığın 51 ve üstü yaş grubundaki bireylerden kaynaklandığı görülmüştür. Bireylerin yaşları ile eğlence değişkeni hakkındaki görüşleri arasında anlamlı bir farklılık vardır ($F(3,390) = 10.203, p < .05$). Hipotez sonucunda farklılığı yaratan grupları incelemek için yapılan *Tukey* testi sonuçlarına göre farklılığın 31-40, 41-50 ile 51 ve üstü yaş grubundaki bireylerden kaynaklandığı görülmüştür. Bireylerin yaşları ile yakınlık değişkeni hakkındaki görüşleri arasında anlamlı bir farklılık vardır ($F(3,390) = 9.761, p < .05$). Hipotez sonucunda farklılığı yaratan grupları incelemek için yapılan *Tukey* testi sonuçlarına göre farklılığın 31-40, 41-50 ile 51 ve üstü yaş grubundaki bireylerden kaynaklandığı görülmüştür. Bireylerin yaşları ile taklit değişkeni hakkındaki görüşleri arasında anlamlı bir farklılık yoktur ($F(3,390) = -.573, p > .05$). Bireylerin yaşları ile güven değişkeni hakkındaki görüşleri arasında anlamlı bir farklılık vardır ($F(3,390) = 9.852, p < .05$). Hipotez sonucunda farklılığı yaratan grupları incelemek için yapılan *Tukey* testi sonuçlarına göre farklılığın 41-50 ile 51 ve üstü yaş grubundaki bireylerden kaynaklandığı görülmüştür. Bireylerin yaşları ile bilgi değişkeni hakkındaki görüşleri arasında anlamlı bir farklılık vardır ($F(3,390) = 9.403, p < .05$). Hipotez sonucunda farklılığı yaratan grupları incelemek için yapılan *Tukey* testi sonuçlarına göre farklılığın 41-50 ile 51 ve üstü yaş grubundaki bireylerden kaynaklandığı görülmüştür.

4. GENEL DEĞERLENDİRME VE SONUÇLAR

Sosyal medya uygulamaları günümüzde en önemli pazarlama araçlarından biri haline gelmiştir. Bu uygulamalardan en çok kullanılanlardan birisi ise de Instagram uygulamasıdır. Instagram'ın bir pazarlama aracı haline dönüşmesi bu ortamda farklı pazarlama etkinlikleri yapılmasını da sağlamıştır. Sosyal medya uygulamaları sayesinde ortaya çıkan Influencer kavramı özellikle Instagramda uygulamasında da hem kişilerin hem de markaların kullandığı önemli bir pazarlama unsurudur. Günümüzde teknolojik araçların çoğalmasından dolayı her an ve her zaman insanların yanında olmasından dolayı bireyler ve Influencerlar arasında güçlü bir bağ oluşmaya başlamıştır. Oluşan bu bağ özellikle şirketler için oldukça önemlidir. Şirketler yılın belirli dönemlerinde özellikle iletişim faaliyetlerini belirli günlere göre daha fazla kullanırlar. Bu günler içinde, önemli bir yere sahip olan günlerden birisi ise de 14 Şubat Sevgililer günüdür. Şirketler artan maliyetler, bireylere daha kolay ulaşabilmek gibi sebeplerden dolayı sosyal medyayı uygulamalarını da aktif bir şekilde kullanmaya çalışırlar. Bu çalışmanın amacı; yıl içerisinde önemli alışveriş günlerinden biri olarak düşünülen Sevgililer günü döneminde tüketicilerin, sosyal medya platformlarından biri olan *Instagram Influencerlarından* etkilenip etkilenmediğini ortaya koymayı amaçlamaktadır. Çalışmanın önemli noktalarından birisi ise çalışmaya katılan tüketicilerin *Influencerları* bir yol gösteren veya ilham veren kişi olarak değerlendirip değerlendirmedir.

Çalışma da Mehmet Sinan Tam tarafından geliştirilen “Sosyal Medya Etkileyicilerinin Kanaat Önderliği Rolü” ölçeği kullanılmıştır. Çalışmaya 429 birey katılmıştır. Bireylerden 242’si kadın, 187 erkektir. Bireylerin yaşları incelendiğinde tüm bireylerin 18 yaşından büyük olduğu görülmüştür. 18-30 yaş grubunda yer alan bireylerin sayısı 149, 31-40 yaş grubunda yer alan bireylerin sayısı 117, 41-50 yaş grubunda yer alan bireylerin sayısı 87, 51 ve üstü yaş grubunda yer alan bireylerin sayısı ise 76’dır. Çalışmanın *Cronbach Alfası* ,914’dür. Çalışma kapsamında 12 hipotez belirlenmiştir. Cinsiyet değişkeni açısından incelendiğinde; iletişim, yakınlık, taklit, güven ve bilgi alt başlıklarıyla cinsiyet arasında anlamlı bir farklılığın olduğu görülmüştür. Eğlence alt başlığıyla cinsiyet arasında ise anlamlı bir farklılığın olmadığı görülmüştür. Yaş değişkeni üzerinden incelendiğinde; iletişim, eğlence, yakınlık, güven ve bilgi alt başlığıyla yaş arasında anlamlı bir farklılık vardır. Taklit alt başlığıyla yaş arasında ise anlamlı bir farklılığın yoktur. Yaş değişkeni üzerinden alt başlıklar incelendiğinde yaş arttıkça özellikle gruplar arası farklılaşmaların yaşandığı görülmüştür.

Kaynakça

- [1] Akşam, 15 Şubat 2017. [Çevrimiçi]. Available: <https://www.aksam.com.tr/yasam/14-subat-sevgililer-gunu-nedir-nereden-cikti-tarihi-ne-14-subat-2017-hangi-gun/haber-595282>. [Erişildi: Nisan 2021].
- [2] Oxforddictionary, 24 Nisan 2021. [Çevrimiçi]. Available: <https://www.oxfordlearnersdictionaries.com/definition/english/valentine?q=valentine>.
- [3] Y. L. Mert, «Dijital Pazarlama Ekseninde Influencer Marketing Uygulamaları,» *Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi*, pp. 1299-1328, 2018.
- [4] G. Ö. Eroğlu Pektaş ve F. Ormanlı, «Yeni Ana Akım Pazarlama: Influencer Pazarlaması,» %1 içinde *4 th International EMI Entrepreneurship & Social Sciences Congress*, İstanbul, 2019.
- [5] M. S. Tam, «Sosyal Medya Etkileyicilerinin Kanaat Önderliği Rolü,» *Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi*, pp. 1325-1351, 2020.
- [6] S. Gürbüz ve F. Şahin, *Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri*, Ankara: Seçkin , 2016.
- [7] Ö. Alisharlı ve İ. Eken, «YENİ MEDYADA ÜRÜN YERLEŞTİRME: YOUTUBE’DA PAYLAŞIM YAPAN FENOMENLER ÜZERİNDEN KAMPANYA SÜRECİ,» %1 içinde *2. Uluslararası İletişimde Yeni Yönelimler Konferansı: Eğlence ve Ürün Yerleştirme*, İstanbul, 2018.
- [8] K. Canöz, Ö. Gülmez ve G. Eroğlu, «Pazarlamanın Yükselen Yıldızı Influencer Marketing: Influencer Takipçilerinin Satın Alma Davranışını Belirlemeye Yönelik Bir Araştırma,» *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu Dergisi* , cilt 23, no. 1, pp. 73-91, 2020.

SİYASİ PARTİLER HUKUKUNA ÖZGÜ SUÇ VE CEZALARIN TEORİK VE PRATİK SONUÇLARI İLE İLGİLİ ELEŞTİREL YAKLAŞIM

Dr. Fatih GÜLER

Çanakkale 18 Mart Üniversitesi

ORCID ID: 0000-0002-5365-5700

ÖZET

2820 sayılı Siyasi Partiler Kanunu'nun yedinci kısmında siyasi partiler hukukuna özgü bir takım suçlar düzenlenmiş ve bu suçların bir kısmı için hafif hapis ve hafif para cezası öngörülmüştür. Hafif hapis ve hafif para cezaları 2004 yılında 5252 sayılı kanun ile adli para cezasına, 2005 yılında 5349 sayılı kanun ile idari para cezasına dönüştürülmüş ve bu idari para cezaları hakkında karar vermeye Cumhuriyet savcılarını yetkili kılınmıştır. 2012 yılında yargı hizmetlerinin etkinleştirilmesi amacıyla 6352 sayılı kanun ile yapılan değişiklikle Cumhuriyet savcılarının bu yetkileri mülki amirlere devredilmiştir. Mülki amirlerin siyasi partilerin hukuka aykırı eylemleri ile ilgili idari yaptırımlara karar vermeye yetkili kılınmasının, siyasi partilere uygulanacak yaptırımların adil bir yargılama neticesinde ve yargı organlarıncaya karar verilmesini öngören uluslararası normlarla uyumu tartışmalıdır.

Siyasi Partiler Kanunu'nun 118.maddesinde Dernekler Kanunu'nda öngörülen yaptırımların siyasi partiler hakkında da uygulanabileceği düzenlenmiştir. 5253 sayılı Dernekler Kanunu'nda sayılan eylemlerle ilgili idari para cezaları hakkında karar vermeye mülki amirler yetkili kılınmıştır. Bir siyasi partinin il/ilçe başkanlığının il/ilçe kongrelerini kanunda öngörülen sürelerde toplanmaması sebebiyle Dernekler Kanunu hükümleri çerçevesinde mülki amir tarafından uygulanan idari para cezaları Anayasa Mahkemesinin 2014/4663 ve 2014/15220 numaralı başvurulara konu olmuştur. Anayasa Mahkemesi siyasi parti yöneticilerine mülki amirler tarafından uygulanan idari para cezalarının “kanunilik” ve “belirlilik” şartlarını taşımadığına işaret ederek, siyasi örgütlenme özgürlüğünün ihlal edildiğine hükmetmiştir.

Siyasi Partiler Kanunu'nun 117.maddesinin “Kanunun dördüncü kısmındaki yasaklarla ilgili hukuka aykırı eylemler için öngörülen altı aydan az olmayan hapis cezası” yaptırımı ile ilgili hüküm 2012 yılında Anayasa Mahkemesi tarafından iptal edilmiş olup, gerekli yasal düzenlemenin yapılması amacıyla yürürlük tarihi altı ay sonrası olacak şekilde belirlenmesine rağmen, Türkiye Büyük Millet Meclisi bu hukuki boşluğu doldurma yönünde bir irade ortaya koymamıştır.

Siyasi parti yöneticilerinin hukuka aykırı eylemlerinin yaptırımsız kalması da yaptırımların belirli olmaması da tercih edilmemelidir. Bu çerçevede siyasi parti yöneticileri tarafından işlenebilecek suçların ve bu suçlar için öngörülen yaptırımlarla ilgili hususların siyasi partilerin anayasal değerleri ile uyumlu olacak ve tereddüte mahal bırakmayacak şekilde doğrudan Siyasi Partiler Kanunu'nda düzenlenmesinin faydalı olacağı değerlendirilmektedir.

Anahtar Kelimeler: Anayasa Mahkemesi, Siyasi Partiler Kanunu, Belirlilik İlkesi, Bireysel Başvuru, İdari Para Cezası.

ABSTRACT

In the seventh part of the Law on Political Parties No. 2820, some crimes specific to the law of political parties have been regulated and light imprisonment and light fines are stipulated for some of these crimes. Light imprisonment and light fines were turned into judicial fines in 2004 with Law No.5252, and administrative fines in 2005 with Law No.5349, and public prosecutors were authorized to decide on these administrative fines. With the amendment made by the Law No. 6352 in order to make judicial services more effective in 2012, these powers of the public prosecutors were transferred to the civilian authorities. Compliance with the international norms stipulating that the administrative authorities are authorized to decide on administrative sanctions for unlawful acts of political parties and that the sanctions to be imposed on political parties should be decided by independent courts as a result of a fair trial is controversial.

In the 118th article of the Political Parties Law, it is regulated that the sanctions foreseen in the Associations Law can also be applied to political parties. Civilian authorities are authorized to decide on administrative fines related to the actions listed in the Associations Law No. 5253. Administrative fines imposed by the civilian authority in accordance with the provisions of the Law on Associations due to the fact that the provincial / district presidency of a political party did not convene the provincial / district congresses within the time stipulated by the law, was the subject of the applications numbered 2014/4663 and 2014/15220 of the Constitutional Court. The Constitutional Court ruled that the freedom of political association was violated, pointing out that the administrative fines imposed on political party executives by civilian authorities did not meet the requirements of "legality" and "certainty".

It should not be preferred that the unlawful acts of the political party executives remain without sanctions and the sanctions are not clear. In this framework, it is considered beneficial to regulate the crimes that may be committed by political party managers and the sanctions foreseen for these crimes directly in the Political Parties Law in a way that is compatible with the constitutional values of political parties.

The provision of "imprisonment not less than six months for unlawful acts related to the prohibitions in the fourth part of the Law" of Article 117 of the Law on Political Parties was annulled by the Constitutional Court in 2012. Although the Constitutional Court postponed the date which the annulment decision is to come into effect, in order to make the necessary legal arrangements, The Grand National Assembly of Turkey hasn't put forward a resolution to fill this legal gap.

Keywords: Constitutional Court, Political Parties Law, Certainty Principle, Individual Application, Administrative Fine.

1. Giriş

Siyasi partiler demokrasinin vazgeçilmez unsuru olup, temel amaçları seçmenlerdeki desteklerini maksimize ederek, tahayyül ettikleri değerlerle devleti yönetmektir. Bu çerçevede siyasi partiler açısından en önemli yaptırımın seçmenlerin oy desteğini azaltması olduğu söylenebilir. Fakat adil bir siyasal düzeni sağlamak amacıyla siyasi partiler ile ilgili bir takım esas ve usullerin kanuni düzenlemeye konu olması, bunların ihlali halinde de hukuki müeyyidelerin belirlenmesi önemlidir. Siyasi partilerin yasal düzenlemelere konu olmalarının sebeplerinden bir tanesi de, siyasi yaşamın kalbi olan siyasi partilerin anayasal sınırlar içerisinde kalmasını temin etmek olduğu söylenebilir. (Özcan & Yanık, 2011: 57)

Siyasi sürecin hukuki çerçevesine ilişkin konuların anayasa hukukunun ilgi alanı girmesi sebebiyle, (Gönenç, 2008:7) siyasi partilerle ilgili genel ilkeler 1982 Anayasasının 68. ve 69. maddelerinde düzenlenmiş, diğer hususların bu ilkelerle uyumlu olacak şekilde kanunla düzenlenmesi öngörülmüştür. Siyasi partiler ile ilgili hükümlerin önemli bir kısmı bu çerçevede 1983 tarih ve 2820 sayılı Siyasi Partiler Kanununda düzenlenmiştir. Anayasa, parti yönetici ve üyelerinin eylemlerinden dolayı bir şekilde siyasi partiyi sorumlu tutmuştur. (Öden, 2003:109) Bu çerçevede siyasi parti tüzel kişiliğini etkileyebilecek hukuka aykırı eylemlerden parti yönetici ve üyelerinin sorumlu olması ilkesi benimsenmiştir.

2. 2820 sayılı Siyasi Partiler Kanununda Düzenlenen Suçlar ve Cezaları

Bir kanun ceza hukukuna ilişkin belirli bir alanla ilgili ceza normlarını düzenliyorsa bu kanunlar “özel ceza kanunları”, müstakilen bu normları düzenlememekle beraber suç teşkil eden fiiller ve bu fiil karşılığı uygulanacak yaptırımları içeriyorsa bu kanunlar “ceza içeren kanunları” ifade eder. (Arslan, 2021:49) Bu çerçevede “ceza içeren bir kanun” olan 2820 sayılı Siyasi Partiler Kanunu’nun yedinci kısmında siyasi partiler hukukuna özgü bir takım suçlar düzenlenmiştir. Bu suçların bir kısmı için hafif hapis ve hafif para cezası, bir diğer kısmı için hapis cezası ve adli para cezası öngörülmüştür.

Tablo- 1 2820 sayılı Siyasi Partiler Kanununda Düzenlenen Suçlar ve Cezaları

Hafif Hapis Cezası ve Hafif Para Cezası Öngörülen Suçlar	Hapis Cezası ve Adli Para Cezası Öngörülen Suçlar
Cumhuriyet Başsavcılığına ve Anayasa Mahkemesine gerekli bilgilerin verilmemesi (c bendi hariç)	Parti defter ve kayıtlarının tutulmaması, tahrifi, defterlerin yok edilmesi veya gizlenmesi
Organlarda görev alanların bildirilmemesi	Oylamaya hile karıştırılması
Genel ceza hükümleri	Gerçek dışı üye kaydı yapılması
Seçimlerde alınan tedbirlere uymama	Kanuna aykırı bağış, kredi veya borç alınması, borç verilmesi

Hafif hapis ve hafif para cezaları 2004 yılında 5252 sayılı *Türk Ceza Kanununun Yürürlük ve Uygulama Şekli Hakkında Kanun* ile adli para cezasına dönüştürülmüştür. 2005 yılında ise 5349 sayılı *Türk Ceza Kanununun Yürürlük ve Uygulama Şekli Hakkında Kanunda Değişiklik Yapılmasına Dair Kanun* ile adli para cezasına dönüştürülen hapis ve hafif para cezaları idari para cezasına dönüştürülmüş ve bu idari para cezaları hakkında karar vermeye Cumhuriyet Savcıları yetkili kılınmıştır.

2012 yılında “3.Yargı Reformu” paketi ile olarak bilinen 6352 sayılı *Yargı Hizmetlerinin Etkinleştirilmesi Amacıyla Bazı Kanunlarda Değişiklik Yapılması ve Basın Yayın Yoluyla İşlenen Suçlara İlişkin Dava ve Cezaların Ertelenmesi Hakkında Kanun* ile birçok kanunda değişiklik yapılmıştır. Kanunun ana amacının yargının iş yükünün azaltılması ve yargılamaların makul sürede sonuçlandırmak olduğu ifade edilmiştir. (Bakanlar Kurulu, 2012:25) Bu çerçevede kabahat niteliğinde olan hukuka aykırı eylemlerin karşılığı olan idari para cezalarının, adli makamlar tarafından değil, idari makamlar tarafında karar verilmesi ilkesi benimsenmiştir. (Türkiye Büyük Millet Meclisi Adalet Komisyonu, 2012:30)

6352 sayılı kanun ile getirilen düzenlemeler yargılamanın hızlanmasını sağlamasına rağmen siyasi partiler hukukunun ruhuna aykırı hususları da barındırmaktadır. (Apaydın, 2012:72) Çünkü 6352 sayılı kanun ile yapılan değişiklikle Siyasi Partiler Kanununa göre karar verilecek idari para cezaları ile ilgili yetkiler Cumhuriyet Savcılarında mülki amirlere devredilmiştir.

Mülki amirlerin siyasi partilerin hukuka aykırı eylemleri ile ilgili idari yaptırımlara karar vermeye yetkili kılınmasının, siyasi partilere uygulanacak yaptırımların adil bir yargılama neticesinde ve yargı organlarınca karar verilmesini öngören uluslararası normlarla uyumu tartışmalıdır. (Venice Commission, 2009:21)

3. Anayasa Mahkemesinin Konuyla İlgili Bireysel Başvurular Neticesinde Verdiği Kararların Değerlendirilmesi

12 Eylül 2010 tarihli halkoylaması neticesinde onaylanan 5982 sayılı anayasa değişikliği kanunu ile olağan kanun yolları tüketilmesine rağmen anayasada güvence altına alınmış temel hak ve özgürlüklerinden, AİHS kapsamındaki herhangi birinin kamu gücü tarafından ihlal edilmesi sebebiyle Anayasa Mahkemesine başvuru hakkı tanınmıştır. (Gözler, 2019:1152-1153) Bu düzenlemenin amaçlarından biri Avrupa İnsan Hakları Mahkemesine yapılan başvuru sayısını azaltmaktır. (Şahin & Kahraman, 2019:40)

Bilindiği üzere siyasi parti kurma, siyasi partiye girme ve siyasi partiden ayrılma anayasanın 68.maddesinde özel olarak düzenlenmiştir. AİHS’de siyasi partilerin örgütlenme hakkı özel olarak düzenlenmemesi sebebiyle AİHM siyasi parti özgürlüklerini sözleşmenin 11. maddesinin toplantı ve dernek özgürlüğü çerçevesinde değerlendirilmektedir. (Metin, 1998) 233 Bu çerçevede Anayasa Mahkemesinin gündemine örgütlenme özgürlüğünün ihlali iddiasıyla gelen başvurularla ilgili verdiği kararların siyasi partiler ceza hukuka ile ilgili bir takım sonuçları olduğu söylenmelidir.

Siyasi Partiler Kanunu'nun 118.maddesinde Dernekler Kanunu'nda öngörülen yaptırımların siyasi partiler hakkında da uygulanabileceği düzenlenmiştir. 5253 sayılı Dernekler Kanunu'nda genel kurul toplantılarını süresi içinde toplamayan yöneticiler hakkında idari para cezasına hükmedileceği ve bu konuyla ilgili karar vermeye mülki amirlerin yetkili olduğu ifade edilmiştir.

Bir siyasi partinin il/ilçe başkanlığının il/ilçe kongrelerini kanunda öngörülen sürelerde toplanmaması sebebiyle Dernekler Kanunu hükümleri çerçevesinde mülki amir tarafından uygulanan idari para cezaları bireysel başvuruya konu olarak Anayasa Mahkemesinin gündemine gelmiştir. (Metin Bayyar ve Halkın Kurtuluş Partisi, 2015) (Deniz Dönmez ve Diğerleri, 2016)

Anayasa Mahkemesi mezkur bireysel başvuru kararlarında siyasi partinin yerel yöneticilerine uygulanan idari para cezalarında, siyasi parti tüzel kişiliği ile siyasi parti üye ve yöneticileri arasında sıkı bir bağ olması sebebiyle siyasi partinin tüzel kişiliğinin güncel ve kişisel bir hakkı olduğuna işaret ederek, siyasi parti tüzel kişiliğinin mağdur statüsünü kabul etmiştir.

Anayasa Mahkemesi, siyasi partilerle ilgili bireysel başvuru kararlarında Venedik Komisyonu kararlarına atıf yaptığı görülmektedir. Venedik Komisyonu örgütlenme özgürlüğüne ilişkin kısıtlamaların, ikincil düzenlemelerden (Dernekler Kanunu) ziyade ilgili devletin anayasasına veya kanunlarına (Siyasi Partiler Kanunu) dayanması ve bu kısıtlamaların ihlal edilmeleri halinde karşılaşılabilecek sonuçları anlayabilmelerini sağlamak için anlaşılması kolay, açık ve eşit oranda uygulanabilir olması gerektiğine işaret etmiştir. (Venice Commission, 2009)

Anayasa Mahkemesi siyasi parti yöneticilerine ikincil mevzuat aracılığıyla mülki amirler tarafından uygulanan idari para cezalarının “kanunilik” ve “belirlilik” şartlarını taşımadığına işaret ederek, siyasi örgütlenme özgürlüğünün ihlal edildiğine hükmetmiştir.

İzin alınması gereken alana izin alınmaksızın asılan bir afiş gerekçesiyle belediye başkanlığı tarafından ilgili siyasi partiye uygulanan idari para cezası sebebiyle örgütlenme özgürlüğünün ihlali iddiasıyla yapılan bireysel başvuruda Anayasa Mahkemesi, siyasi partilerin demokrasinin sağlıklı işleyişinin sağlamak açısından mer'î mevzuat hükümlerine herkes gibi uymak zorunda olduklarına işaret ederek hak ihlali olmadığına hükmetmiştir. (Halkın Kurtuluş Partisi, 2018)

Anayasa Mahkemesinin bu konuyla ilgili kararları bütüncül bir perspektifle değerlendirildiğinde, siyasi parti ve yöneticilerinin genel hükümlere aykırı fiil ve davranışları sebebiyle adli merciler dışındaki idari makamların kararıyla idari para cezası uygulanmasının hukuka aykırı olmadığı, fakat siyasi partiler hukukundan kaynaklı müeyyidelerin uygulanmasında daha hassas davranılması gerektiğine işaret ettiği söylenebilir.

4. Anayasa Mahkemesinin Konuyla İlgili Norm Denetimi Neticesinde Verdiği Kararların Değerlendirilmesi

Siyasi Partiler Kanununun 117.maddesinde “Siyasi Partiler Kanununun dördüncü kısmındaki yasaklarla ilgili hukuka aykırı eylemler için altı aydan az olmayan hapis cezası” öngörülmüştür. Siyasi Partiler Kanununun 117.maddesi itiraz yolu ile Anayasa Mahkemesi gündemine gelmiştir.

Anayasa Mahkemesi, yasa koyucunun, ceza hukuku ilkelerine bağlı kalarak, hangi eylemlerin suç sayılacağına, bunlara verilecek cezanın niteliği, miktarı, artırımı ve indirim halleri ve oranlarının öngörebileceğine işaret ederek, Siyasi Partiler Kanununun 117.maddesinde bu koşulların sağlanmadığını hükmederek iptal etmiştir. (Anayasa Mahkemesi, 2012)

Siyasi Partiler Kanununun 117.maddesi 2012 yılında Anayasa Mahkemesi tarafından iptal edilmiş olup, gerekli yasal düzenlemenin yapılması amacıyla iptal kararının yürürlük tarihi altı ay sonrası olacak şekilde belirlenmesine rağmen, Türkiye Büyük Millet Meclisi bu hukuki boşluğu doldurma yönünde bir irade ortaya koymamıştır.

5. Sonuç

Avrupa İnsan Hakları Mahkemesi, siyasi süreçte kamu güveninin sağlanması için siyasi partilerin faaliyetlerinin denetlenmesi gerektiğini kabul etmektedir. (Cumhuriyet Halk Partisi Kararı, 2016) Bu çerçevede siyasi parti yöneticilerinin hukuka aykırı eylemlerinin yaptırımsız kalması da yaptırımların belirli olmaması da tercih edilmemelidir. Anayasa Mahkemesinin kararlarında referans aldığı Venedik Komisyonu ilkeleri göz önünde bulundurularak siyasi parti yöneticileri tarafından işlenebilecek suçların ve bu suçlar için öngörülen yaptırımlarla ilgili hususların siyasi partilerin anayasal değerleri ile uyumlu olacak ve tereddüte mahal bırakmayacak şekilde doğrudan Siyasi Partiler Kanunu’nda düzenlenmesinin faydalı olacağı değerlendirilmektedir.

Kaynakça

Apaydın, B. (2012). 6352 sayı ve 02.07.2012 tarihli Kanun ile İdari Yargılama Usûl Kanunu’nda Yapılan Yeniliklere Dair Bir İnceleme. *İdare Hukuku ve İlimleri Dergisi*, 15(2), 45-72.

Arslan, Ç. (2021). *Uzlaştırmanın Genel Şartları*. O. Cuni , M. Özcan, Ç. Arslan, & O. Değirmenci içinde, *Ceza Muhakemesinde Uzlaştırma* (2. Baskı). Ankara: Alternatif Çözümler Daire Başkanlığı.

Bakanlar Kurulu. (2012). Kanun Tasarısı. *Yargı Hizmetlerinin Etkinleştirilmesi Amacıyla Bazı Kanunlarda Değişiklik Yapılması ve Basın Yayın Yoluyla İşlenen Suçlara İlişkin Dava ve Cezaların Ertelenmesi Hakkında Kanun Tasarısı.*

Gönenç, L. (2008). *Türkiye'de Seçim Uyuşmazlıkları ve Çözüm Yolları.* Ankara: Adalet.

Gözler, K. (2019). *Türk Anayasa Hukuku* (3. Baskı). Bursa: Ekin.

Metin, Y. (1998). Siyasi Parti Kapatma Davalarında Ortaya Çıkan Ön Sorunlar. *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*(3(Güz)), 223-236.

Öden, M. (2003). *Türk Anayasa Hukukunda Siyasi Partilerin Anayasaya Aykırı Eylemleri Nedeniyle Kapatılmaları.* Yetkin: Ankara.

Özcan, H., & Yanık, M. (2011). *Siyasi Partiler Hukuku.* İstanbul: Der Yayınları.

Şahin, M., & Kahraman, M. (2019). Anayasa Mahkemesi Bireysel Başvuru Kararlarının Yerine Getirilmesi. *Anayasa Yargısı*, 36(2), 37-61.

Türkiye Büyük Millet Meclisi Adalet Komisyonu. (2012). *Yargı Hizmetlerinin Etkinleştirilmesi Amacıyla Bazı Kanunlarda Değişiklik Yapılması ... Kanun Tasarısı ile... Dair Kanun Teklifi ile Adalet Komisyonu Raporu (1/565, 2/90, 2/120, 2/223, 2/257, 2/268, 2/292, 2/322, 2/326).* Ankara: Türkiye Büyük Millet Meclisi.

Venice Commission, E. C. (2009). *Code Of Good Practice In The Field Of Political Parties(Adopted by the Venice Commission at its 77th Plenary Session (Venice, 12-13 December 2008)).*

Mahkeme Kararları

Anayasa Mahkemesi Genel Kurulu.(2012). Esas Sayısı : 2011 /62, Karar Sayısı : 2012/2.

Anayasa Mahkemesi İkinci Bölüm. (2018). Halkın Kurtuluş Partisi Kararı. BireyselBaşvuru Numarası: 2015/19585

Anayasa Mahkemesi Genel Kurulu.(2012). Metin Bayyar ve Halkın Kurtuluş Partisi Kararı. Bireysel Başvuru Numarası: 2014/15220.

Anayasa Mahkemesi Birinci Bölüm. (2016). Deniz Dönmez ve Diğerleri Kararı. Bireysel Başvuru Numarası: 2014/4663

Avrupa İnsan Hakları Mahkemesi İkinci Bölüm. (2016). Cumhuriyet Halk Partisi Kararı, Başvuru Numarası: 19920/13

TCK'DA HATA HALLERİ

ALİ PENDİK

Selçuk Üniversitesi, Hukuk Fakültesi, ORCID ID: 0000-0002-6944-3630

ÖZET:

Hata, bilmeyerek veya istemeyerek yapılan yanlış, kusur veya yanılğı olarak tarif edilebilir. İnsanın olduğı bir yerde hatanın olmaması pek mümkün değildir. Ceza Hukuku da insan fiil ve davranışlarına önem vermektedir. Hata sonucu gerçekleştirilen bir suç ile bilerek ve istenerek gerçekleştirilen suç elbette bir tutulamaz. Aksi halde adalet duygusunu zedeleyici bir durum ortaya çıkar. Ceza kanunları, bu konuyu haklı olarak kasten işlenen suçlara uygulanacak yaptırımlardan farklılaştırmıştır. Türk Ceza Kanunu, hata hükümlerini TCK 30. maddede düzenlemiştir. TCK 30. maddede hata hükümleri dört fıkra halinde düzenlenmiştir. Bu fıkralarda, suçun maddi unsurlarında hata, nitelikli unsurlarda hata, hukuka uygunluk sebeplerinde veya cezayı kaldıran veya azaltan sebeplerde hata ve haksızlık yanılğı hali olarak düzenlenmiştir. Bu bahsedilen hata hallerinden bazıları kastı kaldıran hata, bazıları ise kusurluluğı etkileyen hata halleridir. TCK da düzenlenen hata hallerinden suçun maddi unsurlarında hata (TCK m.30/1), suçun nitelikli unsurlarında hata (TCK m. 30/2) ve hukuka uygunluk sebeplerinin maddi şartlarında hata (TCK m.30/3) kastı ortadan kaldıran hata halleridir. Kusurluluğı etkileyen nedenlerin maddi şartlarında hata (TCK m. 30/3) ile haksızlık yanılğı veya diğeri bir ifadeyle işlenen fiilin haksızlık oluşturduğı hususunda kaçınılmaz hata (TCK m. 30/4) ise kusurluluğı etkileyen hata halleridir. Buna göre suçun maddi unsurlarını bilmeyen kimse kasten hareket etmiş olmaz ancak taksirle işlenebilen bir suç söz konusuysa kişinin taksirine ilişkin sorumluluğı saklıdır. Aynı şekilde suçun nitelikli halleri konusunda hataya düşen kişi hatasından faydalanır ve kişiye, hatası sorumluluğı ağırlaştırıcı sebebe ilişkin ise sorumluluğı ağırlaştırıcı sebep uygulanmaz; hafifletici nedenin olduğunu düşünerek fiili gerçekleştirmişse bu hafifletici neden uygulanır. Ceza sorumluluğunu azaltan veya kaldıran sebeplerin gerçekleştiğı konusunda kaçınılmaz hataya düşen kişi de hatasından faydalanır ve sorumluluğı buna göre belirlenir. Haksızlık yanılğı durumunda olan kimsenin hatası kaçınılmaz ise bu durumda faile ceza verilmez. Haksızlık yanılğı hukuki hata kavramından farklı bir anlama gelmektedir. Kanunda suç olarak düzenlenmiş bir fiilin, suç teşkil etmediğı inancıyla işlenmesi tarzında gerçekleşen hukuki hata, bir takım pratik ihtiyaçlar dolayısıyla TCK m. 4' te yer verilen ceza kanunlarını bilmemek mazeret sayılmaz kuralı ile ilgilidir. Bu kuralın katı bir şekilde uygulanması hiç şüphesiz çoğı kez adalet duygusuyla çelişen neticelerin doğmasına sebebiyet verecektir. Bir kimsenin hukukçu dahi olsa ülkede geçerli mevzuatı bilmesine imkân yoktur. Aslında TCK m. 30/4 düzenlemesi yapıldıktan sonra TCK m. 4' ün TCK sisteminde bir öneminin kalmadığını belirtmek gerekir. Zira haksızlık yanılğı, bir fiilin kanunda suç olarak düzenlenmediğinden ziyade, kişinin eylemi ile alakalı, toplumda geçerli değerler karşısındaki konumuyla ilgili algılamasına bir değer atfetmekte bu yanlış algılamanın, kaçınılmaz bir hatadan kaynaklanması, kusurluluğun yokluğunu sonuçlamaktadır. Burada hatanın kaçınılmaz olduğı kişinin yaşam koşullarına, görgü, bilgi seviyesi ve kültürüne göre belirlenir.

Anahtar Kelimeler: Hata, ceza sorumluluğı, kast, taksir, haksızlık yanılğı, nitelikli haller, ceza sorumluluğunu azaltan sebepler

SUMMARY

A fault can be described as an unwittingly or unintentional mistake, delinquency or error. It is unlikely that there wouldn't be a fault where there is a human being. Criminal Law also attaches importance to human actions and behaviors. Obviously, a crime committed as a result of fault and a crime committed unwittingly and intentionally cannot be counted as the same. Otherwise, the case damaging the sense of justice will occur. Criminal laws rightly differentiated this issue from sanctions for crimes committed intentionally. The Turkish Criminal Law has regulated the fault adjudgments through 30th article of TCK(TCL). In 30th article of TCK(TCL), the adjudgments of fault are arranged in four subsections. In these subsections, the fault is embodied as fault in the material elements of the crime, fault in qualified elements, fault in the reasons of compliance with the law or reasons that abolish or reduce the penalty, and the fault of tort. Some of these mentioned fault conditions are the faults which abate the intention, and some are fault conditions that affect the culpability. Among the fault conditions regulated in the TCK, fault in the material elements of the crime(TCK Article 30/1), fault in the qualified elements of the crime (TCK Article 30/2) and fault in the material conditions of the reasons for compliance with the law (TCK Article 30/3) are the fault conditions that eliminate the intention. In the material conditions of the reasons affecting the fault (TCK Article 30/3), the unavoidable fault (TCK Article 30/4) that the committed act constitutes injustice, are the error cases that affect the fault. According to this, a person who does not know the material elements of the crime does not act deliberately, but if there is a crime that can be committed by negligence, the responsibility of the person is reserved. Likewise, the person who makes the mistake about the qualified situations of the crime takes advantage of the fault and the reason that aggravates the responsibility is not applied to the person if the fault is related to the reason that aggravates the responsibility; If the act has been realized by thinking that there is an mitigating reason, this mitigating reason is applied. The person who makes the inevitable mistake about the realization of the reasons that reduce or remove the Penal responsibility also benefits from his mistake and his responsibility is determined accordingly. If the mistake of a person who is in a position of wrongdoing is inevitable, then the perpetrator is not punished. The fault of tort has a different meaning than the concept of legal mistake. The legal mistake that occurs in the manner of committing an act that is regulated as a crime in the law with the belief that it does not constitute a crime is related to the rule of not knowing the penal laws stated in 4th article of the TCK is not an excuse. The strict application of this rule will undoubtedly lead to results that often contradict the sense of justice. It is not possible for a person to know the current legislation in the country, even if he is a lawyer. In fact, it should be noted that after the regulation of TCK article 30/4, TCK 4th article has no significance in the TCK system. This is because the fault of tort attributes a value to the perception of an act related to the action of the person and its position in relation to valid values, rather than the fact that an act is not regulated as a crime in the law. Hereby, the inevitable fault is determined according to the living conditions, manners, knowledge level and culture of the person.

Key words: Fault, penal responsibility, intention, negligence, the fault of tort, qualified cases, Reasons extenuating penal responsibility.

1. GİRİŞ

Hata, bilmeyerek veya istemeyerek yapılan yanlış, kusur veya yanılğı olarak tarif edilebilir. İnsanın olduğu bir yerde hatanın olmaması, pek mümkün değildir. Ceza Hukuku da

insan fiil ve davranışlarına önem vermektedir. Türk Ceza Hukuku, hata hükümlerini TCK 30'uncu madde de düzenlemiştir.

TCK 30' uncu madde de hata hükümleri dört fıkra halinde düzenlenmiştir. Bu fıkralarda, suçun maddi unsurlarında hata, nitelikli unsurlarda hata, hukuka uygunluk sebeplerinde veya cezayı kaldıran veya azaltan sebeplerde hata ve haksızlık yanılığının hali düzenlenmiştir.

Bu bahsedilen hata hallerinden bazıları kastı kaldıran hata, bazıları ise kusurluluğu etkileyen hata halleridir. Çalışmamızda hata hükümlerini ayrıntılı olarak inceleyeceğiz.

2. KAVRAM OLARAK HATA

Sözlük anlamı olarak hata istemeyerek ve bilmeyerek yapılan yanlış, kusur, yanılma yanılığının durumu anlamına gelmektedir¹. Yine doktrinde² ya gerçekle ilgili olmayan düşünceye (eksik yada yanlış) ya da gerçekle ilgili hiçbir düşünceye sahip olunamamasını ifade eder şeklinde tanımlanmış ve başka bir ifade de ise bilmek ya da yanlış bilmek şeklinde ortaya çıkan hata, kişinin tasavvuru, zihninden geçirdikleri ile gerçeğin birbirine uymaması anlamına gelir³ şeklinde tanımlanmıştır. Tanımdan da anlaşılacağı gibi hata halinde bir irade bozukluğu hali mevcuttur. Kişinin gerçekleştirmek istediği durum ile maddi hayatta gerçekleştirdiği durum arasında fark bulunması durumu mevcuttur. Böyle bir durumda kişinin gerçekleşen olayda kastının olmadığı kabul edilmelidir. Kastın olmadığı bir durumda kişinin kasten hareket etmişçesine yaptırma tabi tutulması adaletle bağdaşmayacaktır. TCK'da isabetli olarak hatanın maddi şartlarda yanılma durumunda kastı ortadan kaldırdığı ve eğer işlenen suçun taksirle işlenebilen şekli mevcut ise ve olayda da failin taksiri mevcut ise taksirli suçtan dolayı ceza sorumluluğunun belirleneceği hükme bağlanmıştır. (TCK m. 30/1) Yine TCK'da haksızlık yanılığının durumu da düzenlenmiş ve buna göre fail eğer kaçınılmaz bir hataya düşmüşse fiilin suç oluşturduğu noktasında artık kişiye ceza verilmez denilmiştir. (TCK m. 30/4)

Hata TCK'nın 30. maddesinde düzenlenmiş bir kurumdur. Maddede: “(1) Fiilin icrası sırasında kanuni tanımdaki maddi unsurları bilmeyen bir kimse, kasten hareket etmiş olmaz. Bu hata dolayısıyla taksirli sorumluluk hali saklıdır.

(2) Bir suçun daha ağır veya daha az cezayı gerektiren nitelikli hallerinin gerçekleştiği hususunda hataya düşen kişi, bu hatasından yararlanır.

(3) Ceza sorumluluğunu kaldıran veya azaltan nedenlere ait koşulların gerçekleştiği hususunda kaçınılmaz bir hataya düşen kişi, bu hatasından yararlanır.

(4) İşlediği fiilin haksızlık oluşturduğu hususunda kaçınılmaz bir hataya düşen kişi, cezalandırılmaz.

TCK'nın bu maddesine göre hata; kastı kaldıran ve kusurluluğu etkileyen hata olmak üzere iki kısımda incelenebilir.” şeklinde hata halleri düzenlenmiştir.

¹ TDK sözlüğü

² MITSCH Wolfgang, Ordnungswidrigkeiten, Recht der Ordnungswidrigkeiten, 2. Auflage, Berlin Heidelberg, 2005, s. 71,72.

³ ÖNDER Ayhan, Ceza Hukuku Dersleri, 1. Bası, Beta Yayıncılık, İstanbul, 1992, s. 355

Kastı ortadan kaldıran hata a) suçun maddi unsurlarında hata (TCK m.30/1), b) suçun nitelikli unsurlarında hata (TCK m. 30/2) c) hukuka uygunluk sebeplerinin maddi şartlarında hata (TCK m.30/3) dir.

Kusurluluğu etkileyen hata ise; a) kusurluluğu etkileyen nedenlerin maddi şartlarında hata (TCK m. 30/3) ile b) haksızlık yanılığı veya diğer bir ifadeyle işlenen fiilin haksızlık oluşturduğu hususunda kaçınılmaz hata (TCK m. 30/4) olmak üzere ikiye ayrılır⁴.

TCK'nın 30. maddesinde hem kastı kaldıran hata halleri ne yer verilmiş hem kusurluluğu kaldıran hata hallerine yer verilmiştir. Ancak taksiri kaldıran hataya ilişkin bir düzenleme doğal olarak söz konusu değildir. Bunun sonucunda da taksirli suçlarda, kastın kalkmasından bahsedilemeyeceğinden kastı kaldıran hükümlerin uygulanmayacağı, ancak yasak hatasının kastla ilgili olmayıp kusurla ilgili olması nedeniyle bu fiillerde de geçerli olacağı ortaya çıkmaktadır⁵.

Hata ile karıştırılmaması gereken bir husus olarak hedefte sapma konusuna değinmekte fayda var. Hedefte sapma kişinin konu üzerinde gerçekleştirmek istediği neticeyi başka bir konu üzerinde kast veya taksirine göre gerçekleştirmesi durumudur. Örneğin: A, B' ye vurmak isterken B'nin sakınması üzerine A'nın C' ye vurması durumu.

Yanıma ve sapma, aşağıdaki yönlerden birbirine benzer⁶:

Failin suçu gerçekleştirmek istediği konu üzerine gerçekleştirememesi yönünden ve yine her ikisinde de sonuçta bir suç gerçekleşmiştir.

Şu yönlerden ise yanıma ve sapma birbirinden ayrılır:

Yanımda kusur faildedir, dikkatli davransaydı, yanılmayı önleyebilirdi. Sapmada ise hareket yapıldıktan, yani olay failin elinden çıktıktan sonra sapma söz konusu olmakta, dolayısıyla failin engel olabilme imkânı bulunmamaktadır⁷. Yine madde gerekçesinde “keza, hedefte sapma hali ile ilgili olarak bu madde kapsamında düzenleme yapılmasına gerek görülmemiştir. Çünkü hedefte sapma halinde bir hata söz konusu değildir. Bu durumda suçların içtimaı hükümleri bağlamında değerlendirilmesi gereken bir sorun söz konusudur. Nitekim, uygulamada da hedefte sapma, suçların içtimaı ve özellikle fikri içtima bağlamında ele alınmaktadır.” (TCK m. 30 gerekçesi) denilmektedir. Örneğin birini öldürmek için hareket eden kişinin silahından çıkan kurşunun sekmesi sonucu başka bir kişiyi öldürmesi durumunda sapma söz konusudur. Bu durumda öldürmeyi düşündüğü kişi açısından öldürmeye teşebbüs, sekme sonucu gerçekleşen netice açısından ise taksirle öldürme söz konusudur⁸. Böyle bir durumda failin sorumluluğu fikri içtima kurallarına göre belirlenir.

3. KASTI KALDIRAN HATA HALLERİ

3.1.Suçun Maddi Unsurlarında Hata

TCK m. 30/1 de failin “Fiilin icrası sırasında suçun kanuni tanımındaki maddi unsurları bilmeyen bir kimse kasten hareket etmiş olmaz. Bu hata dolayısıyla taksirli sorumluluk hali saklıdır.” denmektedir. Buna göre suçun maddi unsurlarında hataya düşen failin kasti

⁴ ARTUK M. Emin / GÖKCEN Ahmet / YENİDÜNYA A. Caner, Ceza Hukuku Genel Hükümler, 9.Baskı, Adalet Yayınevi, Ankara, 2015, s.545.

⁵ AKBULUT Berrin, Ceza Hukuku Genel Hükümler, 2. Baskı, Adalet Yayınevi, Ankara, 2015, s. 360

⁶ ÖNDER Ayhan, Ceza Hukuku Genel Hükümler II. Cilt, 1. Bası Beta Yayıncılık, İstanbul, 1989,s. 351

⁷ ÖNDER, II, s. 352

⁸ AKBULUT, s. 364,365.

sorumluluğu olmayıp, eğer suç taksirle işlenebilen bir suç ve olayda da failin taksiri mevcutsa taksirli sorumluluk cihetine gidilir. Maddi unsurlarda hatanın ceza hukuku açısından önem taşıyabilmesi için hatanın fiilin icrası sırasında bulunması gerekmektedir. Yani hareketin gerçekleştiği sırada failin maddi unsurlarla ilgili tasavvuru ile gerçeğin birbirine uygun olmaması gerekir⁹. Yanılmanın esaslı bir hata olması gereklidir¹⁰.

Maddi unsurlara ilişkin hata taksirliyse ve işlenen fiil de taksirle icra edildiği takdirde dahi cezalandırılabilen bir eylemse, failin bilmemesi veya yanılması onun kusurlu sayılmasına engel teşkil etmez. Başka bir söylemle, taksirle işlenebilen bir fiilin unsurlarında tedbirsizlik, dikkatsizlik, gibi kusurlu bir yanılma, cezai mesuliyeti ortadan kaldırmaz. Nitekim tedbirli bir kimse yanılmamak ve hataya düşmemek hususunda gerekli önlemleri almakla yükümlüdür. Buna riayet etmeyerek yanılması halinde, taksirden dolayı sorumludur¹¹. Yargıtay Ceza Genel Kurulu da 19.06.1995 gün, 189/217 sayılı kararında, geceleyin saat 22.00 sıralarında atlı olarak köye giderken, ayı sesi üzerine atın ürkmesi nedeniyle korkarak sesin geldiği yöne ateş edip maktulün ölümüne neden olan sanıkta, öldürme kastı olmadığını, eylemin özensizlik ve tedbirsizlik sonucu ölümüne neden olma suçunu oluşturduğunu kabul etmiştir¹².

Suçun kanuni tanımında yer almakla beraber, maddi unsurlardan sayılmayan, şahsi cezasızlık sebepleri, cezayı ortadan kaldıran ya da azaltan şahsi sebepler veya objektif cezalandırılabilme koşullarının varlığındaki hatanın kasta etkisi olmaz, zira esasen kastın bu hususları kapsamaması gerekir¹³.

Yanılığının kişinin kusuruna dayanıp dayanmamasının önemi yoktur. Örneğin sarhoş olduğu için yanlışlıkla kendi evi zannıyla başkasının evine giren kimse bakımından, sarhoş olmasaydı bu hatayı yapmazdı denilemez. Sarhoşluğuna rağmen kişi bu hatasından yararlanır. Benzer şekilde sarhoş olduğu için yırtıcı bir hayvan zannederek bir insanı öldüren kimse de sarhoşluğu kusursuz olsa da taksirle öldürmeden sorumlu tutulur¹⁴.

Hata sonucu meydana gelen netice, sadece kasten işlenebilen suçlardan ise, failin cezai sorumluluğu, yanılmasının niteliğine bakılarak tespit edilmelidir. Nitekim fail yanılmasaydı, yani zihninde canlandırdığı hal ve şartlar, gerçeğe uygun bulunsaydı, fiil hiç suç teşkil etmeyecek idiyse, yanılma kastı ortadan kaldırır. Örneğin, vestiyerden kendi paltosu zannıyla başka birine ait paltosu alan kişinin yanılması kusursuz olduğundan sorumlu tutulmaz¹⁵. Buna karşılık fail yanılmasaydı ve gerçekleştirdiği eylem iradesine uygun olsaydı fiil de başka bir suça sebebiyet verseydi yanılma önemsiz olurdu. Bu durumda iradeye göre cezalandırma yapılır ve gerçekleştirmek istediği suçtan sorumlu tutulur.

Failin sonucu gerçekleştirebilecek şekilde davranması fakat bir başka şekilde sonucun gerçekleşmesi halinde, objektif olarak bu sonucun meydana gelmesi mümkünse yanılmanın önemi yoktur. Örneğin zehirlediği kişiyi öldüğü düşüncesiyle denize atmışsa ve boğulma sonucu ölüm gerçekleşmişse fail kasten öldürmeden sorumlu tutulur¹⁶. Bu durumda failin hatasının hiçbir karşılığı yoktur.

⁹ AKBULUT, s. 361.

¹⁰ BAKICI Sedat, Ceza Hukuku Genel Hükümler, 2. Baskı, Adalet Yayınevi, Ankara, 2008, s. 674.

¹¹ ARTUK / GÖKCEN / YENİDÜNYA, s. 546,547

¹² BAKICI, s. 674.

¹³ HAKERİ Hakan, Ceza Hukuku Genel Hükümler, 17. Baskı, Adalet Yayınevi, Ankara, 2014, s.334

¹⁴ HAKERİ, s.334

¹⁵ ARTUK / GÖKCEN / YENİDÜNYA, s. 547.

¹⁶ BAKICI, s. 674.

Nedensellik bağı da suçun maddi unsurları arasında olup, nedensellik bağı hususunda hataya düşülmesi halinde failin kastına etkisi olup olmayacağı tartışmalıdır. Bir görüşe göre nedensellik bağı maddi unsurlardan olduğu için failin kastının bunu da kapsamaması gereklidir. Aksi görüş ise nedensellik bağının kast üzerine etkili olmayacağını savunur¹⁷. Kanaatimizce nedensellik bağının failin kastına etkisi olmaması görüşü daha isabetlidir.

3.2.Suçun Nitelikli Unsurlarında Hata

Bir suçun daha ağır veya daha az cezayı gerektiren nitelikli hallerinin gerçekleştiği hususunda hataya düşen kişi, bu hatasından yararlanır. (TCK m.30/2)

Bir suçun daha ağır veya daha az cezayı gerektiren halleri, o suçun nitelikli halleridir. Başka bir ifade ile sadece cezayı ağırlatıcı nedenler olmayan nitelikli haller daha az cezayı gerektiren halleri de kapsar. Nasıl ki kasten öldürmenin çocuğa karşı işlenmesi nitelikli halse hırsızlık suçunda çalınan eşyanın değerinin azlığı da nitelikli haldir.

Cezayı azaltan nitelikli hallerde yanılmanın söz konusu olduğu hallerde fail, olayda hafifletici sebebin olmadığı halde, hafifletici sebebin olduğunu sanıyorsa bu durumda sorumluluğun belirlenmesi için dikkate alınması gereken husus, failin sübjektif durumudur. Yani faile hafifletici sebep uygulanır. Örneğin borçlusunu sanarak, kendisinden herhangi bir alacağı bulunmayan ve sadece borçlusuna benzeyen bir kimseyi tehdit ederek, alacaklı olduğu kadar parayı alan kişi TCK 150/1' deki cezayı hafifleten nitelikli halden yararlanır¹⁸. Diğer bir olasılıkta failin gerçekleştirmek istediği suçta hafifletici sebep yok fakat gerçekleşen neticede cezayı hafifletici neden varsa fail niyeti ne kadar kötü de olsa bu hafifletici sebepten yararlanır. Failin cezasında indirimde gidilir. Örnek verecek olursak müzede bulunan değerli tabloyu çalmak isteyen fail, tedbir olarak tablonun saklanıp kopyasının teşhir edilmesi nedeniyle taklidini çaldığında değerinin azlığı nedeniyle cezada yapılacak indirimden yararlanır¹⁹.

Cezayı artıran nitelikli hallerde yanılma durumunda ise birkaç olasılık gerçekleşebilir.

Fail olayda ceza sorumluluğunu artıran bir sebep olduğunu sanıyor, fakat gerçekte ağırlatıcı sebep yoksa, mefruz suç (işlenemez suç) kuralları uygulanacaktır. Burada irade ile gerçek arasında farklılık olduğu durumunda irade lehine sorunun çözüleceği kuralına bir istisna getirilmekte ve ağırlatıcı sebep faile uygulanmamaktadır²⁰. Örneğin gecenin karanlığında pusuya yatıp oğlunu öldürmek isteyen bir baba karanlık dolayısıyla net bir şekilde göremediği fakat oğluna benzettiği birisini öldürmüş, oğlunu öldürdüğünü sanmaktadır fakat gün yanına gittiğinde oğlu olmadığını anlamıştır. Bu durumda faile kasten öldürmenin alt soy veya üst soya karşı işlenmesi nitelikli hali uygulanmayacak irade ve gerçek arasındaki fark durumunda irade lehine çözümlenir prensibinin istisnası olarak faile kasten öldürmenin basit hali uygulanacaktır. Burada şunu da belirtmekte fayda var. Şahısta hata yapılması durumunda kişinin nitelikli hal harici sorumluluğunda bir değişme olmaz. Çünkü cezalandırılan eylemdir, yani kasten bir insanın öldürülmesi fiilidir.

Fail olayda ağırlatıcı sebep olmadığını sanıyor, fakat gerçekte ağırlatıcı sebep varsa, ağırlatıcı sebep eğer netice sebebiyle ağırlaşmış suç tipi ise failin bu netice bakımından en azından taksirinin bulunması gerekir. Failin gerçekleşen netice itibarıyla taksiri dahi yoksa failin ağırlaşan neticeden dolayı sorumluluğu cihetine artık gidilemez. Bu halin dışında

¹⁷ Bkz. KARAKURT Ahu, "Türk Ceza Kanunu'nda Hata", Ceza Hukuku Dergisi, Yıl:4, Sayı:10, Ağustos 2009, s. 120.

¹⁸ HAKERİ, s. 436.

¹⁹ BAKICI, s. 676.

²⁰ HAKERİ, s.436,437.

meydana gelen ağırlatıcı nedenler bakımından ise irade ile gerçek arasında farklılık bulunması durumunda irade lehine çözümlenir prensibiyle ağırlatıcı sebep faile uygulanmaz. Mesela komşusuyla kavga eden adamın komşusunu bıçaklamak isterken araya aniden giren oğlunu bıçaklaması durumunda failin oğlunu yaralamak gibi bir iradesi mevcut olmadığından faile b ağırlatıcı sebep olan nitelikli halin uygulanması söz konusu değildir. Ağırlatıcı sebebin uygulanması için failin ağırlatıcı sebebi bilmesi gerekmektedir.

Diğer bir olasılıkta ise gerçekleştirilmek istenen ve gerçekleşen suçların her ikisinde de nitelikli halin bulunması olasılığıdır. Bu durumda kişi kastettiği ağırlatıcı neden olan nitelikli halli suçu gerçekleştirilememekte ancak hata sonucu kastettiği dışında yine başka bir nitelikli hali gerçekleştirmiştir. Ancak burada failin gerçekleşen netice için kastı yoktur. Örneğin fail kardeşini öldürmek için ateş etmiş fakat annesi içgüdüsel olarak kurşunun önüne atlamış ve fail kardeşi yerine annesini öldürmüştür. Böyle bir durumda fail aslında kardeşini öldürmek istiyor fakat bunu gerçekleştiremiyor ancak hiç istemeden ve iradesi dışında gerçekleşen sebepten dolayı annesini öldürüyor. Bu olayda failin sorumluluğu kardeşini öldüremediği için bundan sorumlu değil annesini öldürme kastı olmadığı için kasten öldürmenin alt soy veya üst soya karşı işlenmesi nitelikli halinden de sorumlu olmayıp TCK 81 kasten öldürmenin basit şeklinden sorumluluk tayin edilmelidir. Nitekim Yargıtay'ın da bu yönde kararları mevcuttur²¹.

3.3.Hukuka Uygunluk Sebeplerinin Maddi Şartlarında Hata

Ceza sorumluluğunu kaldıran veya azaltan nedenlere ait koşulların gerçekleştiği hususunda kaçınılmaz bir hataya düşen kişi, bu hatasından yararlanır. (TCK m. 30/3)

Hukuka uygunluk sebeplerinin maddi şartlarında hata bahsi, bu şartların kastın mı yoksa kusurluluğun mu kapsamına dahil olduğuyula yakından alakalıdır. Doktrinde, bu hususta çeşitli teoriler ileri sürülmüştür²².

Tipikliğin olumsuz unsurları teorisine göre hukuka uygunluk sebeplerinin maddi şartları, tipikliğin parçasıdır. Tipiklikte yer verilmeyen bu şartlara ilişkin bilgi, tipiklikte yer alan diğer maddi unsurlar gibi, kastın kapsamına dahildir. Bu nedenle, hukuka uygunluk nedenlerinin maddi şartlarında hataya düşen kimse, kasten hareket etmiş olmaz. Hatanın kaçınılabilir olması durumunda, failin taksirli hali düzenlenmişse, kişi taksirinden sorumlu tutulur²³.

Katı kusur teorisi ise, hukuka uygunluk sebeplerinin maddi şartlarında hatayı, haksızlık yanılığısına ilişkin kurallara göre ele almaktadır. Bu teoriye göre, hukuka uygunluk sebeplerinin gerçekleştiği hususunda hata kastı değil, kusurluluğu kaldırmaktadır²⁴.

Sınırlı kusur teorisine göre ise, hukuka uygunluk sebeplerinin maddi şartları, tipikliğin unsuru olmamakla birlikte bu şartlarda hataya düşülmesi halinde, unsur yanılığısına ilişkin hükümler uygulanmalıdır²⁵.

Kanaatimizce hukuka uygunluk sebeplerinin maddi koşullarında hata, kusurluluğu kaldıran değil, kastı ortadan kaldıran hata niteliğinde değerlendirme yapmak yerinde olacaktır.

²¹ 1.CD, 20.11.2000, 2798/3202

²² ARTUK / GÖKCEN / YENİDÜNYA, s.553.

²³ ÖZGENÇ İzzet, Türk Ceza Hukuku Genel Hükümler, 12. Baskı, Seçkin Yayınevi, Ankara, 2016, s. 447

²⁴ ÖZGENÇ, s. 447,448.

²⁵ KOCA Mahmut / ÜZÜLMEZ İlhan, Türk Ceza Hukuku Genel Hükümler, 2. Baskı, Seçkin Yayıncılık, Ankara, 2009, s. 275.276

Buna göre fail eğer kaçınılabılır bir hata içindeyse kastı olmadığı cihetinden hareket edilir fakat taksiri olayda mevcut ise taksirinden dolayı ceza sorumluluğunu belirme yoluna gidilir.

Konuyla ilgili bir Yargıtay kararında, Ordu ili kırsalında terör faaliyetlerinin başlaması üzerine Ordu Emniyet Müdürlüğü'nce özel hareket timinin bölgede görevlendirildiği, Mesudiye Kaymakamlığından gelen bölgede terörist görüldüğü ihbarı üzerine timin görevlendirildiği, üç araç halinde hareket eden timin, köye girdiği, köyde ilerledikleri sırada, araçlardan birinden kimliği tespit edilemeyen bir görevlinin pusuya düştük demesi üzerine yola 10 metre kadar yaklaşan fenerli üç insan silüetine bu oto içinden seri atışlara başlandığı, bilahare bunların çocuk olduğu anlaşılmıştır. Çocukların ikisi ölmüş, biri ise yaralanmıştır. Yargıtay bu olayda terörle mücadele ödeviyle akşam vakti yola çıkan sanıkların, içinde buldukları teyakkuz ortamında, karanlıkta yaklaşan ışığın teröristlere ait olduğunu sanmalarının ve içlerinden birinin baskına uğradık sözü üzerine denetimsiz bir şekilde ışık istikametine öldürmek amacıyla ateş etmelerinin hukuka uygunlukta yanılığ olacağı ve bu tür bir yanılığın hukuka uygunlukta yanılığ olacağı ve bu tür yanılığların dahi hukuka uygunluk düzeyinde himaye göreceği düşüncesi savunulabilse de hal ve icabın gerekli kıldığı dikkat ve özenin gösterilmesine karşın yanılığa düşmenin objektif ölçülerle önlenemez olduğu ahvalde, hukuka uygunlukta yanılığın hukuka uygunluk mertebesine sayılabileceğine ve kolluğun silah kullanmasıyla oluşan ihlallerde de yetki tanıyan normların gereklerine eksiksizce uyulduğu durumlarda hukuka uygunluktan söz edilebileceğin kurallar karşısında, köyde yaşamın sürdüğünü bilen ve ellerindeki ışıkla yola yaklaşanların, köy halkından birileri olmasının asıl, terörist olmasının ise istisna olacağını düşünmesi gereken sanıkların, hedefe ateş öncesinde hukuka uygunlukta yanılığa düşmemek için görev ve sorumluluklarının icabı olan özeni göstermediklerinin ve bu itibarla objektif ölçülerle sakınılamaz bir yanılığ içinde olmadıklarının anlaşılması karşısında, hukuka uygunluk düzeyinin aşıldığının kabulünün gerektiğine karar vermiştir²⁶.

Hukuka uygunluk sebeplerinin varlığı veya yokluğuna göre ikili bir ayırım yaparak inceleme yapalım. Somut olayda var olan hukuka uygunluk sebebini fail bilmekte veya bilmemektedir. Olayda fail var olan hukuka uygunluk sebebini bilmemekte ise örneğin kendisine saldırana karşı kendini savunan fail yaptığı fiilin meşru müdafaa kapsamında kaldığını bilmeseyse bile bu hukuka uygunluk sebebinden yararlanır.

Buna karşılık bir hukuka uygunluk nedeni içinde olduğunu bilmeksizin hareket eden kişi, hukuka uygunluk sebebinden yararlanır²⁷. Örneğin bir kimseyi etkisiz hale getiren kişi hakkında mağdurun faili öldürmek üzere olduğunun sonradan anlaşılmasında bile hukuka uygunluk sebebi uygulanmaz.

Buna karşılık hukuka uygunluk sebebi mevcut olmasına rağmen olduğunu zannederek fiili gerçekleştiren fail, hatasının bulunduğu koşullar bakımından kaçınılmaz olması halinde, bu hatasından istifade eder ve cezalandırılmaz²⁸. Bu hatasının kaçınılabılır olup olmadığının belirlenmesinde, dikkat ve özen yükümlülüğünün ihlaline ilişkin ölçütler esas alınacaktır²⁹.

Hukuken geçerli rızanın arandığı durumlarda rıza beyanında bulunan kişinin algılama yeteneğinin haiz olduğu, yani beyan ettiği rızanın hukuki sonuçlarını kavrama yeteneğinin

²⁶ 1.CD 19.04.2002 1480

²⁷ HAKERİ, s.439.

²⁸ ARTUK / GÖKCEN / YENİDÜNYA, s. 555.

²⁹ ÖZGENÇ İzzet, Türk Ceza Kanunu Gazi Şerhi (Genel Hükümler), 3. Baskı, Adalet Akademisi Yayınları, Ankara, 2006, s. 425.

gelişmiş olduğu hususunda yanılığa düşülmesi halinde; işlenen suç açısından artık kastın varlığından bahsedilemez³⁰.

4. KUSURLULUĞU ETKİLEYEN HATA HALLERİ

4.1. Kusurluluğu Kaldıran veya Azaltan Nedenlerin Maddi Şartlarında Hata

TCK'nın 30. maddesinin 3. fıkrasında "ceza sorumluluğunu kaldıran veya azaltan nedenlere ait koşulların gerçekleştiği hususunda kaçınılmaz bir hataya düşen kişi, bu hatasından yararlanır." denmektedir. Bu hükümde düzenlenen hata çeşitlerinden biri de kişinin fiili işlerken kusurluluğu etkileyen nedenlerin maddi şartlarında yanılığa düşülmesidir³¹.

Kusurluluğu etkileyen nedenler kusurluluğu ortadan kaldıran veya azaltan nedenler olarak ikiye ayrılır. Kusurluluğu ortadan kaldıran veya azaltan nedenin maddi şartlarında hataya düşen kimse, bu hatasından yararlanır. Bu ihtimalde, kişi kusurluluğu etkileyen veya ortadan kaldıran halden faydalanacağından, hatanın bu çeşidi kusurluluk kapsamında değerlendirilmektedir³².

Kişi, somut olayda kusurluluğu kaldıran neden olarak örneğin zorunluluk halinin koşullarında, tehdidin ya da hukuka aykırı ve fakat bağlayıcı bir emrin varlığı hususunda hataya düşmüş olabilir. Bu yanılığın kişi açısından kaçınılmaz olması halinde, işlediği fiil açısından kusurunun varlığından söz edilemez. Dikkat edilmelidir ki, bu gibi durumlarda somut olayda kusurluluğu kaldıran bir neden olarak zorunluluk hali mevcut değildir. Ancak kişi zorunluluk halinin şartlarının gerçekleştiği hususunda yanılığa düşmüştür. Bu yanılığın kaçınılmaz olması halinde, bu nedenle hakkında cezaya hükmolunmaz³³.

Aynı şekilde kişinin hayatı bakımından tehlike olmadığı halde, kişi tehlikede olduğunu düşünerek suç işlemişse zorunluluk halinin maddi şartlarında yanılığ vardır. Örneğin sık sık yer sarsıntısının gerçekleştiği bir yerde, ağır tonajlı bir aracın meydana getirdiği sarsıntıyı deprem sanarak, evden hızla kaçarken komşusunun çocuğuna çarparak onu yaralayan kimse³⁴ zorunluluk halinin maddi şartlarında yanılığ içindedir. Bu yanılığın kişi yararlanır³⁵.

Kusurluluğu azaltan nedenlerin varlığı hususunda da düşülmüş olabilir. Örneğin, kendisine küfreden kişiyi dövmek için pusu kurup bekleyen A, dövmek istediği B' ye benzeyen C'yi dövmüşse, dikkat edilmesi gereken husus B'nin tanınıp tanınmayacağına ilişkidir. A gerekli dikkat ve özeni gösterdiği taktirde gelen kişinin B olmayıp bir başka kişi olduğunu anlayabiliyorsa haksız tahrikten yararlanamayacaktır. Ne kadar dikkat ederse etsin bulunulan ortam (örneğin B ile C'nin fiziki görünüm ve giysileri itibariyle birbirine benzemeleri, ay ışığı olmayan gecenin karanlığında ayırt edilmelerinin çok zor olması, olay yerinin ıssız bir yer olup sadece B'nin kestirmeden evine gittiği bir yer olması halinde) gelen kişinin B olmadığını anlayamayacağı durumda fail A yanılmış olsa da haksız tahrikten yararlanır³⁶.

Yukarıdaki örnekte de değinildiği üzere failin haksız tahrik altında olup şahısta hata durumunda bulunması halinde haksız tahrik hükümlerinin kendisi için uygulanabilmesi için bu yanılığının kaçınılmaz önlenemez olması gerekmekte başka bir ifadeyle failin dikkat ve özen yükümlülüklerini ihlal etmeden yanılmış olması gerekmektedir.

³⁰ ÖZGENÇ, s.452.

³¹ ARTUK / GÖKCEN / YENİDÜNYA, s. 556.

³² ÖZGENÇ, Gazi şerhi, s. 425.

³³ ÖZGENÇ, s. 453.

³⁴ HAKERİ, s. 444

³⁵ HAKERİ, s. 444.

³⁶ BAKICI, s. 677.

Kusurluluğu kaldıran veya azaltan nedenlerin maddi şartlarında hatanın kaçınılabilir olması halinde; kişi cezalandırılacaktır fakat cezasında, ancak alt sınıra kadar indirim yapılabilecektir³⁷. Örneğin zorunluluk halinde olmamasına rağmen kendisini zorunluluk halinde sanan ve bu husustaki hatası kaçınılabilir olan fiilin TCK 151 kapsamında mala zarar verme suçunu işlemesi halinde kişiye ceza verilecek ancak madde metninde belirtilen dört aydan üç yıla kadar hapis aralığında hakim temel cezayı belirlerken duruma göre alt sınıra yakın bir ceza belirleme yoluna gidebilir.

4.2.Haksızlık Yanılgısı

İşlediği fiilin haksızlık oluşturduğu hususunda kaçınılmaz bir hataya düşen kişi, cezalandırılmaz. (TCK m. 30/4) denilerek işlediği fiilin haksızlık oluşturduğu hususunda kaçınmayacağı bir yanılgı içerisinde bulunması durumunda cezai sorumluluğu tamamen kaldırılmıştır.

5237 sayılı Yasa'nın 4. maddesinin ikinci fıkrasında yer alan "Ancak sakınamayacağı bir hata nedeniyle kanunu bilmediği için meşru sanarak bir suç işleyen kimse cezaen sorumlu olmaz." hükmü 5377 sayılı Yasa ile madde metninden çıkarılmıştır. Buna karşılık anılan yasa ile 30. maddeye 4'üncü fıkra eklenmiş, işlenen fiilin haksızlık oluşturduğu hususunda kaçınılmaz bir hataya düşen kişinin cezalandırılmayacağı kabul edilmiştir³⁸.

Haksızlık yanılgısı hukuki hata kavramından farklı bir anlama gelmektedir. Yasada suç olarak düzenlenmiş bir fiilin, suç teşkil etmediği inancıyla işlenmesi tarzında gerçekleşen hukuki hata, bir takım pratik ihtiyaçlar dolayısıyla TCK m. 4' te yer verilen ceza kanunlarını bilmemek mazeret sayılmaz kuralı ile ilgilidir³⁹. Bu kuralın katı bir şekilde uygulanması hiç şüphesiz çoğu kez adalet duygusuyla çelişen neticelerin doğmasına sebebiyet verecektir. Bir kimsenin hukukçu dahi olsa ülkede geçerli mevzuatı bilmesine imkân yoktur⁴⁰.

Aslında TCK m. 30/4 düzenlemesi yapıldıktan sonra TCK m. 4' ün TCK sisteminde bir öneminin kalmadığını belirtmek gerekir. Zira haksızlık yanılgısı, bir fiilin kanunda suç olarak düzenlenmediğinden ziyade, kişinin eylemi ile alakalı, toplumda geçerli değerler karşısındaki konumuyla ilgili algılamasına bir değer atfetmekte bu yanlış algılamanın, kaçınılmaz bir hatadan kaynaklanması, kusurluluğun yokluğunu sonuçlamaktadır⁴¹. Böyle bir durumda faille ilgili yapılacak olan yargılamanın neticesinde kusurun yokluğu nedeniyle ceza verilmesine yer olmadığına karar verilmelidir.

Haksızlık yanılgısında fail fiili bilerek ve isteyerek işlemektedir. Ancak bu fiilin suç teşkil ettiğini bilmemekte, yasak olmadığını düşünmektedir. Ancak fiilin yasalarla yasaklanmasının bilinmemesi hükmün uygulanması için yeterli olmayıp fail, bir haksızlık yaptığını da bilmemelidir. Bu nedenle hukuka uygun bulunduğu görüşünde hataya düşmektedir. Bu hatanın kaçınılmaz olması halinde failin cezalandırılmasına karar verilmeyecektir. Kişi işlediği fiilin bir haksızlığa neden olduğunu, kamu veya bir kişiye zarar verdiğini bilmediğini savunmuşsa, yaşı, sosyal durumu, kültür düzeyi, yetiştiği ortam, halen içinde bulunduğu ortam, algılama yeteneği vs. dikkate alınarak bu husus değerlendirilmelidir⁴².

³⁷ ÖZGENÇ, s.453.

³⁸ BAKICI, s. 677.

³⁹ ARTUK / GÖKCEN / YENİDÜNYA, s. 559.

⁴⁰ GÜLEÇ, SESİM, SOYER, "Türk Ceza Hukuku'nda Haksızlık Yanılgısı (m. 30/4)" DEÜHFD, C.10, S.1, 2008, s. 63,64.

⁴¹ ARTUK / GÖKCEN / YENİDÜNYA, s. 560.

⁴² BAKICI, s.677,678.

Kişinin işlediği fiilin haksızlık oluşturduğu, meşru olmadığı hususunda hataya düşmesi, kasta etkili değildir. Zira haksızlık yanılığı, kusurlulukla ve kusurluluğun unsurlarından algılama yeteneği ile irtibatlıdır⁴³. Burada algılama yeteneği bir kimsenin yaptığı hareketin toplumun düzenini korumayı hedefleyen hukuk kurallarıyla çatışma içerisinde bulunduğunu anlayabilmesidir. Buradan denebilir ki kişi eylemin suç olduğunu bilmese de en azından bu eylemin yasaklandığını tahmin ediyorsa haksızlık bilinci var denebilir. Diyelim ki bir kişi parkta otururken, oturduğu bankın yanında bir çanta olduğunu fark eder fakat sahibini etrafta göremez. Çantanın içini açtığında çantanın içinde yüklü miktarda para olduğunu görür ve kişi kaybolmuş eşyanın sahibinin bulunması için herhangi bir girişimde bulunmaz ve parayı sahiplenip harcarsa fail kaybolmuş veya hata sonucu ele geçmiş eşya üzerinde tasarruf diye bir suç olduğunu bilmediğini iddia etse kişinin bu iddiası dikkate alınmaz. Çünkü fail yaptığı hareketin toplum düzenini koruyan normlarla çatışma içinde olabileceğini en azından tahmin edebilir ve kişi kaybolmuş eşya üzerinde tasarrufta bulunmasından dolayı cezalandırılır.

Failin, ahlaki dini veya siyasi görüşleri nedeniyle fiili doğru sayması veya vicdanen kendini fiili icra etmeye mecbur zannettiği hallerde hukuki yanılığı söz konusu olamaz⁴⁴. Örneğin İslam dininde bir erkeğin dört kadına kadar aynı anda evlenmesine izin verilir. Türkiye’de ise aynı anda birden çok evlilik yasaklanmıştır. Fail Müslüman ve birden çok kimseyle evlenmeyi dini inancından dolayı meşru saysa ve iki kadınla evlense ve hukuki yanılığı içindeyim savunması yapsa bu kabul edilmez ve fail birden çok evlilik suçundan cezalandırılır.

Eğer kişi, hareketinin toplumun değer yargılarıyla çelişen bir hal alacağını kestiriyor ve hareketinin anti sosyal bir karakter taşıdığını bilmeli ise bireysel inançları mazur görülemeyecektir⁴⁵.

İşlenen fiilin haksızlık teşkil ettiği hususundaki bilginin azalmasından bahsedilemez. Kişi işlediği fiilin bir haksızlık teşkil ettiğini ya bilmektedir veya bilmemektedir. Şayet kişi, işlediği fiilin haksızlık teşkil ettiğini bilmiyor ise; o zaman bu yanılığın kaçınılabilir olup olmadığı araştırılacaktır. Bu yanılığın kaçınılabilir olduğunun kabul edilmesi halinde, bu kaçınılabilirliğin derecesine göre kusurun da derecelendirilmesinden bahsedebiliriz. Bu durumda, kişinin işlemiş bulunduğu suçtan dolayı temel cezanın belirlenmesinde dikkate alınır⁴⁶.

Maddenin uygulanabileceği bir örnek olarak Almanya’da gerçekleşen ve Türkiye’de gazete haberlerine konu olan şu olay gösterilebilir: Yunanistan’ın Türkiye sınırı yakınlarındaki Rodop şehrine bağlı Şapçı kasabasında 1 Ekim 2004 tarihinde Türk asıllı Yunan vatandaşı 22 yaşındaki Batı Trakyalı genç ile 11 yaşındaki kız evlenir ve altı hafta sonra gencin yaşadığı Almanya’ya giderler. Evliliği bildirmek için Düsseldorf Nüfus İdaresi’ne başvururlar. Daire yetkilileri kızın yaşı dolayısıyla evlilikten şüphe duyarak gençlik dairesine durumu bildirirler. Düsseldorf Savcılığı, evliliğin 1914 yılında Yunanistan’da çıkarılan ve velilerin onayıyla Müslüman azınlığa 9 yaşından itibaren evlilik imkânı tanıyan bir yasaya dayandığını bildirir⁴⁷. Olayda 15 yaşından küçük biriyle cinsel ilişkide bulunma suçu mevcut olup küçüğün rızasına bakılmaksızın suç tamamlanmış olmaktadır. Ancak olaya bakıldığında failin hata içerisinde olduğu anlaşılabilir. Çünkü fail evliliği bir yasa hükmüne dayanarak gerçekleştirmiş ve

⁴³ ÖZGENÇ, Gazi Şerhi, s. 426.

⁴⁴ HAKERİ, s. 449.

⁴⁵ ÖZBEK Veli Özer, Türk Ceza Kanununda Hata, Ceza Hukuku Dergisi, Yıl:3, Sayı:7, Ağustos 2008, s. 97.

⁴⁶ ÖZGENÇ, s. 457.

⁴⁷ HAKERİ, s.450.

bu evliliği de Alman makamlarına bildirmektedir. Böyle bir durumda failin kaçınılmaz bir hata içerisinde bulunduğu kabul edilmelidir.

Türkiye’ de Nevşehir İli’nde yaşanan ve yerel mahkemeye intikal eden olay da bu konu için güzel bir örnektir. Olayda 15 yaşından küçük bir kız 22 yaşındaki erkekle yerel adetlere göre evlendiriliyor ve evlenmelerinden itibaren karı koca gibi yaşamaya başlıyorlar. Bu birliktelikten birde çocuk dünyaya geliyor. Kız 16 yaşını tamamlayınca resmi nikâhta yapılıyor. Erkek, erkeğin anne ve babası ile kızın anne ve babası hakkında 15 yaşını tamamlamamış çocuğa karşı cinsel istismar suçuna iştiraktan kamu davası açılıyor. Açılan kamu davası neticesinde yerel mahkeme yörede küçük yaşta çocuk evlendirmenin hukuka aykırı bir davranış olmadığı hususunda bir kanının hâkim olduğunu saptamış ve sanıkların içinde bulunduğu, sosyal ve kültürel çevre ile eğitim ve bilgi düzeylerini göz önüne alarak işledikleri fiilin haksızlık oluşturduğu hususunda, kaçınılmaz ve kusurluluklarını ortadan kaldıran bir hataya düştükleri kanaatine varmış ve sanıklara caza verilmesine yer olmadığına ilişkin karar vermiştir⁴⁸.

Hukuki hata diye bir kavram daha vardır. Hukuki hata halinde fail, kanunu biliyor fakat yorumda hataya düşerek, yasak olan eylemi gerçekleştiriyor. Bakıldığında failde, bir haksızlık bilinci yok ve aynı zamanda suç işleme düşüncesi de mevcut değil. Bu hususunda haksızlık yanılması çerçevesinde ele alınması gereklidir⁴⁹. Hukuki hatayı da TCK 30/4 kapsamında değerlendirdiğimizde, hata kaçınılmaz ise faile ceza verilemeyecektir.

5. KABAHAHLERDE HATA HÜKÜMLERİ

Kabahat esasen kasten işlenebildiği gibi taksirle de işlenebilen ve karşılığında hapiscezası dışında para cezası ve mülkiyetin kamuya geçirilmesi gibi idari yaptırımların uygulandığı haksızlıklardır.

Hata hükümleri kural olarak ceza hukuku açısından suç teşkil eden haksızlıklar açısından önem arz etmektedir. Fakat 5326 sayılı Kabahatler Kanununun 10’uncu maddesine göre Türk Ceza Kanunu’nun hata hallerine ilişkin hükümleri, ancak kasten işlenen kabahatler bakımından uygulanır denilerek TCK’nın hataya ilişkin hükümlerinin yalnızca kasten işlenen kabahatler açısından uygulama bulmasının yolu açılmıştır. Fakat taksirle işlenen veya hem taksirle hem de kasten işlenebilen kabahatler açısından hata hükümlerinin uygulanması mümkün değildir.

6. SONUÇ

Hata sonucu gerçekleştirilen bir suç ile bilerek ve istenerek gerçekleştirilen suç elbette bir tutulamaz. Aksi halde vicdanları yaralayıcı bir durum ortaya çıkar. Ceza kanunları, bu konuyu haklı olarak kasten işlenen suçlara uygulanacak yaptırımlardan farklılaştırmıştır. TCK da 30’uncu maddesinde böyle bir yöntem izlemiştir.

Suçun maddi unsurlarında hata durumunda kişi, suçun kanuni tanımındaki maddi unsurlarını bilmemekte olup, suç işleme kastı mevcut değildir. TCK bu durum için maddi unsurlarda hataya düşen kişinin kasten hareket etmiş olmayacağını belirterek, maddi unsurlarda yanılğı halinin kastı ortadan kaldırdığını kabul etmiştir. Ancak meydana gelen netice taksirli halde işlendiğinde sorumluluk gerektiriyorsa, failin taksirli sorumluluğu devam etmektedir.

Suçun daha az cezayı gerektiren ya da daha fazla cezayı gerektiren nitelikli hallerde hata yapılması halinde, kişinin hatasından faydalanacağı TCK 30/2 maddesinde belirtilmiştir. Bu

⁴⁸ Nevşehir Ağır Ceza Mahkemesi 2010/142 E ve 2012/20 K. sayılı karar

⁴⁹ APAYDIN Cengiz, “Ceza Hukukunda Hukuki Hata”, Terazi Hukuk Dergisi, Cilt:12, Sayı: 133, Eylül 2017, s. 46.

yararlanma, kişi lehine olacak şekildedir. Yani fail ağırlatıcı nitelikli hali bilmeden, ağırlatıcı nitelikli halli suçu işlemişse, fail için nitelikli hal uygulanmaz. Diğer taraftan kişi hafifletici nitelikli halin olduğu konusunda hataya düşmüşse, bu hatasından yararlandırılır ve hafifletici neden faile uygulanır. 'İrade ile gerçek arasındaki fark irade lehine çözümlenir', prensibi mevcuttur.

Hukuka uygunluk nedenlerinin maddi şartlarının gerçekleştiği konusunda, kaçınılmaz bir hataya düşen fail, bu hatasından yararlanacak ve ceza almayacaktır. Kanaatimizce bu konuya ilişkin düzenlemenin kastı ortadan kaldıran hata olduğunu kabul etmek daha yerinde olacaktır. Bundan dolayı failin hatası, kaçınılabılır bir hata dâhilinde ise failin taksirli sorumluluğu cihetine gidilebilecektir.

Olayda hukuka uygunluk sebebi olduğu halde fail, bu halin hukuka uygunluk sebebi olduğunu bilmiyorsa, uygunluk sebebinden yine de yararlanır. Örneğin kendisine saldırı olması halinde kendini savunan fail, meşru müdafaa hukuka uygunluk sebebini bilmeseydi veya meşru müdafaa olmadığını düşünseydi de meşru müdafaa hükümlerinden yararlanır. Diğer taraftan olayda bir hukuka uygunluk sebebi olmadığı halde fail, olduğunu zannetmiş ve hatası kaçınılmaz ise hatasından faydalanır, ceza almaz. Ancak hatası kaçınılabılır bir hata ise taksirli sorumluluğu saklıdır.

Kusurluluğu etkileyen hata halleri, TCK 30'uncu madde de kusurluluğu kaldıran veya azaltan nedenlerin maddi şartlarında hata ve TCK 30/4 hükmünde düzenlenen haksızlık yanılığı olarak düzenlenmiştir. Buna göre kusurluluğu kaldıran veya azaltan nedenlerden olan, zorunluluk hali ve haksız tahrik gibi nedenlerin maddi şartlarında kaçınılmaz hataya düşülmesi halinde fail, hatasından faydalanır ve hataya düştüğü sebep fail hakkında uygulanır. Ancak hatası kaçınılmaz değilse, kişi cezalandırılacak, fakat verilecek cezada alt sınırlara kadar indirim yapılabileceği de göz önünde bulundurulacaktır.

Haksızlık yanılığı halinde kişi, bir fiil gerçekleştiriyor, fakat fiilin haksızlık oluşturduğunu bilmiyor ve haksızlık oluşturduğu konusunda herhangi bir tereddüde bile düşmüyor. Bu durum çeşitli sebeplerle meydana gelebilir. Örneğin yaşadığı çevreden dolayı veya eğitim seviyesi gibi hallerden dolayı olabilir. TCK haksızlık yanılığına düşen kişinin ceza almaması için bir şart öngörmüştür. O şartta haksızlık yanılığına düşülmesinin kaçınılmaz olmasıdır.

Kişinin haksızlık yanılığına düşmesinin, kaçınılmaz olup olmadığının araştırması hususunda, kişinin yaşı, sosyal durumu, eğitim seviyesi, kültür düzeyi, yetiştirdiği ve halen yaşadığı sosyal çevre gibi etmenler göz önünde bulundurulur.

Haksızlık yanılığında, kişinin ceza yasalarını bilip bilmemesi baz alınmaz. Zira hukukçular dahi bütün ceza yasalarını bilemeyebilir. Ancak kişi, gerçekleştirdiği fiilin kamuya veya özel kişilere zarar verebileceğini düşünüyor ve yasaklanmış olabileceği tereddüdünü yaşıyorsa, haksızlık yanılığından faydalanamaz. Bu durumda kaçınılmaz hatadan bahsetmek mümkün değildir.

Kabahatler açısından hata hükümlerinin uygulanması mümkündür. Ancak kasten işlenebilen kabahatlerde hata hükümleri uygulanabilir. Taksirle veya hem kast hem de taksirle işlenebilen kabahatlerde, hata hükümleri uygulanamaz.

Şunu da belirtelim ki hata ile sapmanın birbirine benzer yönleri olmakla birlikte birbirinden farklı konulardır.

KAYNAKÇA

AKBULUT Berrin, Ceza Hukuku Genel Hükümler, 2. Baskı, Adalet Yayınevi, Ankara, 2015.

APAYDIN Cengiz, “Ceza Hukukunda Hukuki Hata”, Terazi Hukuk Dergisi, Cilt:12, Sayı: 133, Eylül 2017.

ARTUK M. Emin / GÖKCEN Ahmet / YENİDÜNYA A. Caner, Ceza Hukuku Genel Hükümler, 9.Baskı, Adalet Yayınevi, Ankara, 2015.

BAKICI Sedat, Ceza Hukuku Genel Hükümler, 2. Baskı, Adalet Yayınevi, Ankara, 2008.

GÜLEÇ, SESİM, SOYER, “Türk Ceza Hukuku’nda Haksızlık Yanılgısı (m. 30/4)” DEÜHFD, C.10, S.1, 2008.

HAKERİ Hakan, Ceza Hukuku Genel Hükümler, 17. Baskı, Adalet Yayınevi, Ankara, 2014.

KARAKURT Ahu, “Türk Ceza Kanunu’nda Hata”, Ceza Hukuku Dergisi, Yıl:4, Sayı:10, Ağustos 2009.

KOCA Mahmut / ÜZÜLMEZ İlhan, Türk Ceza Hukuku Genel Hükümler, 2. Baskı, Seçkin Yayıncılık, Ankara, 2009.

MİTSCH Wolfgang, Ordnungswidrigkeiten, Recht der Ordnungswidrigkeiten, 2. Auflage, Berlin Heidelberg, 2005.

ÖNDER Ayhan, Ceza Hukuku Dersleri, 1. Bası, Beta Yayıncılık, İstanbul, 1992.

ÖNDER Ayhan, Ceza Hukuku Genel Hükümler II. Cilt, 1. Bası Beta Yayıncılık, İstanbul, 1989.

ÖZBEK Veli Özer, “Türk Ceza Kanununda Hata”, Ceza Hukuku Dergisi, Yıl:3, Sayı:7, Ağustos 2008.

ÖZGENÇ İzzet, Türk Ceza Hukuku Genel Hükümler, 12. Baskı, Seçkin Yayınevi, Ankara, 2016.

ÖZGENÇ İzzet, Türk Ceza Kanunu Gazi Şerhi (Genel Hükümler), 3. Baskı, Adalet Akademisi Yayınları, Ankara, 2006.

TDK sözlüğü.

HASAN ALİ TOPTAŞ'IN “BİR GÜLÜŞÜN KİMLİĞİ” ADLI HİKÂYE KİTABI ÜZERİNE BİR DEĞERLENDİRME

Berna Civalhoğlu Sevindik¹, Prof. Dr. Yakup Çelik²

¹ Yıldız Teknik Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, 0000-0002-4325-6175

² Yıldız Teknik Üniversitesi, Fen-Edebiyat Fakültesi, 0000-0001-9252-8221

ÖZET

Hasan Ali Toptaş'ın ilk hikâyesi olan “Dili Mühürlü Gelin” 1983'te Dönem Dergisi'nde yayımlanmıştır. Hikâyelerin kitap haline getirilmesi ise 1987 yılında “Bir Gülüşün Kimliği” adıyla yayımlanması ile gerçekleşir. Yayımlandığı dönemde pek ilgi görmeyen bu ilk hikâye kitabının maliyeti Toptaş'ın kendisi tarafından karşılanmıştır. 2016 yılında Everest Yayınları “Geçmiş Şimdi Gelecek” adıyla Toptaş'ın bazı hikâyelerini yayımlamıştır. Yirmi dokuz yıl boyunca bir daha hiçbir yerde yayımlanmamış olan “Bir Gülüşün Kimliği” adlı hikâye kitabı “Geçmiş Şimdi Gelecek” kitabının içinde bir bölüm olarak yer almıştır.

“Bir Gülüşün Kimliği” Hasan Ali Toptaş'ın edebî kişiliğinin ilk yansımalarını taşır. Toptaş'ın yazın serüveninin ilk basamağını teşkil eden bu eserde yazar, nasıl anlatması gereğinden çok neyi, hangi sorunu ele alması gerektiği üzerine düşünmüştür. Toptaş'ın romanlarında sıklıkla karşılaşılan postmodernizmin teknik imkânlarının kullanımı, ilk hikâye kitabında birkaç üstkurmaca unsur dışında neredeyse hiç yoktur.

Kitapta on iki adet hikâye yer alır. Bunlardan iki tanesinin başkışisi ve anlatıcısının kadın olması dikkati çeken bir unsurdur. Toptaş hikâyelerinde olaylara hem kadın hem erkek açısından bakar. Bu şekilde iki cinsiyete de eşit mesafede durduğunu gösterir. Hikâye kitabındaki bir diğer ortak unsur tema bağlamında görülür. Hikâye kitabındaki on iki hikâyeden altı tanesinde yoksulluk, işsizlik, seksen dönemindeki toplumsal sorunları ele alması oldukça dikkati çeken bir özelliktir. Diğer hikâyelerinde kadın-erkek ve evlilik ilişkileri, bireyin iç dünyasında yaşadığı var oluş sıkıntıları gibi Toptaş'ın edebiyatında genellikle yer verdiği temalar yer alır.

Hikâyelerde genellikle başkışinin aynı zamanda anlatıcı konumunda olduğu görülür. Bununla birlikte birkaç hikâyede hâkim bakış açısına sahip üçüncü tekil şahıs anlatıcı da kullanılmıştır.

Bu çalışmada, Toptaş'ın ilk hikâye kitabında yer alan on iki hikâye kurgulanışı, anlatım biçimleri ve temaları hakkında bir değerlendirmede bulunabilmek amacıyla incelenecektir.

Anahtar Kelimeler: Hasan Ali Toptaş, Bir Gülüşün Kimliği, hikâye.

1. Hasan Ali Toptaş'ın Hikâyeleri ve Hikâyeciliği

Hasan Ali Toptaş, yazın yaşamına hikâye türüyle başlamıştır. İlk hikâyesinin 1983 yılında Dönem Dergisi'nde yayımlanan “Dili Mühürlü Gelin” adlı hikâye olduğunu TRT Belgesel'in

hazırladığı yapımda yazarın kendisi dile getirir. (Toptaş, 2011). İlk hikâye kitabı “Bir Gülüşün Kimliği” 1987 yılında İz Yayınları tarafından yayımlanır. Bu kitabın tüm maliyeti Toptaş tarafından karşılanmıştır. Bu ilk kitap okur düzleminde yeterince karşılık bulamamış ve bir daha basılmamıştır.

Toptaş, 1988 yılında edebiyatçı arkadaşlarıyla “Yazıt Kültür Sanat” isimli bir dergi yayımlamaya başlar. Bu derginin imkânlarıyla ikinci hikâye kitabı olan “Yoklar Fısıltısı”nı 1990 yılında yayımlar. İlk iki hikâye kitabını kendi imkânlarıyla yayımlayan Toptaş üçüncü kitap için de bunu yapacak cesareti kendinde bulamaz. Fakat üçüncü hikâye kitabı “Ölü Zaman Gezgini” Çankaya Belediyesi ve Damar Edebiyat Dergisi’nin düzenlediği öykü yarışmasında birinci olur. Kitap Çankaya Belediyesi tarafından 1993’te yayımlanır.

Hasan Ali Toptaş’ın ilk hikâye kitabı “Bir Gülüşün Kimliği” 2016 yılında Everest Yayınları tarafından yayımlanan “Geçmiş Şimdi Gelecek” adlı hikâye kitabının içinde ilk bölüm olarak yer alır. Bu kitabın 1988 yılında yapılan ilk baskısının ardından okurla yeniden buluşması Toptaş’ın edebî serüveninin başlangıç noktasını öğrenmek için oldukça önemlidir. “Geçmiş Şimdi Gelecek” adlı kitabın içindeki ikinci bölüm “Yoklar Fısıltısı”nın ilk baskısından sonra bir daha yayımlanmamış olan altı hikâyeden oluşur. Üçüncü bölüm ise “Ölü Zaman Gezgini” başlığıyla verilen “Herkes Hiçbir Yere” adlı hikâyedir.

Toptaş’ın şimdiye kadar yayımlanan son hikâye kitabı ise 2017 yılında basılan ve beş adet hikâyeden oluşan “Gecenin Gecesi” adlı kitaptır.

İlk hikâye kitabı olarak bu çalışmada inceleyeceğimiz “Bir Gülüşün Kimliği” Toptaş’ın edebî hayatının ilk nüvesi olarak kabul edilebilir. Bu kitapta yer alan hikâyelerde Toptaş’ın anlatım biçimi yönünden oldukça sade bir tavır sergilediği görülür. Bilhassa ikinci ve daha sonraki hikâye kitaplarında, romanlarında yer alan postmodernist teknikler ilk hikâye kitabında oldukça başlangıç seviyesindedir.

“Yazma serüvenimin başlangıcında nasıl anlatmam gerektiğinden çok neyi anlatmam, hangi sorunu ele almam gerektiğini düşünüyordum. İlk kitabım Bir Gülüşün Kimliği’nde, bu oldukça açıktır. Ama ondan sonraki hikâyelerimi ve romanlarımı yazarken, benim için önemli olan biçim ve kurgu oldu.” (Ecevit, 2018:159). Yıldız Ecevit’in Toptaş ile yaptığı söyleşide Toptaş’ın bu açıklaması onun ilk hikâye kitabındaki anlatım tarzını özetler. Kitapta yer alan tüm hikâyelerin bir “mesele”si vardır. Hikâyelerde genellikle üzerinde durulan konu geçim sıkıntısı, işsizlik, bireyin var oluş sıkıntısı ve kadın-erkek ilişkileri ile ilgilidir.

2. Bir Gülüşün Kimliği

2.1. Olay Örgüsü

Toptaş’ın kendisinin de ifade ettiği üzere bu kitaptaki hikâyelerde biçimden ziyade içerik önde gelir. Bu durum, hikâyenin tüm unsurlarına sirayet etmiştir. Bilhassa sonraki hikâyelerinde, romanlarında bulunan her şeyin belirsiz bırakılması, nedensizlik, akıldan ziyade sezginin ön planda olması gibi Toptaş’ın klasik özellikleri bu kitaptaki öykülerde görülmez. Olay örgüsü, başı ve sonu belli, takip edilebilir özelliktedir. “Işığında Gül İzi” ve “Çağrı” hikâyelerinde yer

alan üstkurmaca dışında diğer hikâyelerde postmodernizmin anlatım tekniklerinden yararlanılmadığı görülür.

Kitapta yer alan ilk hikâye, kitapla aynı adı taşır. “Bir Gülüşün Kimliği” adlı hikâyenin olay örgüsünü, otuz iki yıllık kocası beş ay önce vefat eden bir kadının bu vefat olayından sonra ilk gülüşünün hikâyesi oluşturur. Beş ay sonunda ilk kez gülen kadın, aynada kendi gülümseyişinde birkaç arkadaşını görüp hepsinin karakterlerini gülüşleri üzerinden inceler. Sonunda kendi gülüşü, hiç benzemek istemediği kocasının gülüşüne dönüşür. Kalabalık içinde yalnızlaşan bireyin varlığı gülüş üzerinden sembolleştirilmiştir.

“Çiğdem Yürekli Reşat” adlı hikâyede nedeni belli olmadığı hâlde işinden kovulan belediye işçisi Reşat’ın geçim mücadelesi konu edilir. Belediyedeki sekiz yıllık görevinden kovulan Reşat beş ay boyunca iş arar. İş bulamamanın ve ailesine bakamamanın verdiği sıkıntı, omuzlarına çöker. Belediyedeki görevi sokakları temizlemek olan bu adam işine aşkla bağlıdır. Öyle ki rüyalarında bile süpürgesini görür. Sonunda kayınbiraderinden gelen bir mektupla iş bulan Reşat, karısı ve kızını alarak neresi olduğu bilinmeyen bir yere taşınır. Bu işi kabul etmesiyle birlikte gönülden bağlı olduğu temizlik görevinden uzaklaşmış olan Reşat yaşadığı yerden ayrılırken üzülür.

“Rüştü Adlı Bir Karınca”da bir bakkal dükkânı sahibinin yüklü miktarda alacaklısı olduğu Rüştü adlı müşterisi ile ilgili düşündükleri konu edilir. Kalp krizi geçiren dükkân sahibinin imdadına Rüştü ve Necmettin Efendi adlı komşusu yetişir. Buna rağmen başkışı tüm hikâye boyunca Rüştü ile ilgili düşler, sanrılar görür. Onu bir karıncaya benzetip yakalamaya çalışır. Geçirdiği krizden ötürü göğsü sıkışan başkışı, tüm bunlara “Rüştü adlı bir karınca”nın sebep olduğunu düşünür.

Aslında kendisi ve diğer dükkân sahiplerinin yaptıkları yolsuzluklar boylarını aşmış olsa da dükkân sahibinin alacaklı olduğu Rüştü’ye takıntılı olması ve tüm kötülükleri onunla bağdaştırması önemli bir yansıtma psikolojisine işaret eder. Hikâye boyunca başkışının sanrılarını hariç Rüştü’ye dair bir olumsuz davranış görülmez. Hikâyedeki asıl kötü, tartıda hile yapan, ürünlerin gramajlarıyla oynayan başkışı ve onun gibi dükkân sahipleridir. Fakat bu kişiler kendi yaptıklarının farkında olmayıp tamamen başkalarının ne yaptığına odaklanır. Hikâyenin başkışısının tüm kötülüğü Rüştü’de maddeleştirmesi bu bakımdan oldukça önemlidir.

“İçimdeki Orkestra” yaşamın inceliklerini fark etmeden yaşayıp gidenlere edilen bir sitemin hikâyesidir. Hikâyenin başkışısı on iki yıldır huzurevinde yaşayan bir adamdır. Tespih çekmenin inceliklerinden söz açarak insanların birçok duyguya hasret kaldıklarından dem vurur. Tespih sesinden hareketle içindeki orkestranın önce nasıl oluştuğunu, sonra da enstrümanların birer birer nasıl yok olduğunu anlatır. Başkışı, önce yaşadığı güzel olayların ardından içinde birer birer enstrümanların oluşması ve bunların orkestraya dönüşmesini anlatır. Ardından yaşadığı kötü olaylarla birlikte bu enstrümanları bir bir kaybedişini ve tespih sesine muhtaç kalışından bahseder. Kendi yaşam öyküsünü müzik aletleriyle özdeşleştiren başkışı yaşamı öylesine değil duyarak, hissederek sürmek gerektiğini vurgular.

“Islığımda Gül İzi”nde iki kişilik bir hastane odasında yatan ağır hasta Rafet ve onun yanına sonradan gelen Cezmi’nin hikâyesi konu edilir. Üstkurmaca tekniğinin kullanıldığı hikâyede, yazar tarafından iki farklı olay örgüsü denir. Bunlardan ilkinde, Cezmi Rafet’i hayata

döndürmek için büyük uğraşlar sarf eder. Rafet geçirdiği ağır ameliyatlar ve kimsesiz oluşu dolayısıyla ölmek ister. Yaşamaya dair en ufak bir hevesi yoktur. Cezmi onunla iletişim kurabilmek için çok uğraşır. Ona tüm yaşam öyküsünü anlatır, ıslık çalmayı bildiği halde bilmiyormuş gibi davranıp Rafet'in kendisine öğretmesini sağlar. Bu şekilde Rafet yavaş yavaş yaşama döner. Hikâyedeki ikinci olay dizisinde ise Cezmi Rafet'in varlığının farkına bile varmaz. Hastane odasında kendisine gelen çiçekler ve telefonla zaman geçirir, Rafet ile hiçbir şekilde iletişim kurmaz. Cezmi bir süre sonra yatağında sessizce vefat eder. İnsanların birbirine karşı duyarsızlaşması, başkasının acısını ve hâlini umursamamak bu hikâyedeki değinilen temel meseledir.

“Boz Atlı Hızır” adlı hikâyede, uzun süredir işsiz olan başkişi bir gün eve iş bulmuş olmanın sevinciyle gelir. Fakat ne karısı ne de çocukları bu habere başkişi kadar sevinmez. Hikâyenin sonuna doğru başkişinin bulduğu işin hapishane inşaatında olduğu öğrenilir. Bunun üzerine başkişinin karısı oğlunun siyasi bir sebepten hapiste olduğunu hatırlatarak “Hani Mehmedimiz nerde, Mehmedimiz? Kitaplarını da vurmuşlar kelepçeye, bileklerini de! Sen de geçmiş karşıma mapusane inşaatından söz açarsın!” (Toptaş, 2018: 36-37) hapishane inşaatından gelen parayı istemediğini söyler. Tüm sevinci kursağında kalan başkişi ne yapacağını bilmez bir hale gelir.

“Düş Yorgunu”nda hikâyenin başkişisi Cengiz Bey, memur emeklisidir. Mizacı gereği çok girişken olmayan Cengiz Bey bir gün şehir içi otobüs yolculuğu yapar. Sıkıntı henüz duraktayken başlar. Yolcular tarafından itilip kakılan Cengiz Bey otobüste de oturacak yer bulamaz. Cengiz Bey'e yine kendi yaşlarında biri yer verir. Oturduğu yerde camdan bakarken gençliğini hatırlayan Cengiz Bey gençken sevdiği kadınla otobüs yolculuğu yaparak tüm şehri dolaştığını anılarını hatırlar. Bunları hatırlarken adeta yeniden yaşayan Cengiz Bey yorulur, kendisine yer veren beyefendiye tekrar yerini vererek kalkar. Hikâyede; içe dönük, dış dünyayla ilişkisi sınırlı olan birinin insanlara oldukça sıradan gelen bir otobüs yolculuğu deneyimini kendi varlığında nasıl yorumladığı işlenmiştir.

“Bu Kent Köyden Küçük” adlı hikâyede asker emeklisi başkişinin, emekli olduktan sonra alıştığı hayatı özlemesi konu edilir. Tüm hayatı ona karşı saygı göstermeye mecbur olan askerlerle geçen bu adam gün içinde karısına ve çocuğuna yeterli miktarda emir verememekten dolayı mutsuzdur. Okul çağında olan çocuğu genellikle arkadaşlarıyla birlikte vakit geçirir. Askerliğe ait unsurlara büyük özlem duyan başkişi bu duygusunu tatmin edebilmek için oyuncakçı dükkânındaki askerlikle ilgili oyuncaklarla ilgilenir.

Bir gün, ailesine köye taşınmaya karar verdiğini açıklar. Karısına ve çocuğuna yeterli miktarda emir veremeyen bu adam otuz iki yıllık alışkanlığına duyduğu özlemi köyde karşılayabileceğini düşünür. Başkişinin köye taşınma fikrinin sebebi; köyde kendisine askerlikten alıştığı hürmetin gösterileceğine olan inancıdır. Oraya gidince onu gören herkesin ayağa kalkıp selam vereceğini, kahvede en iyi yere oturtulacağını, anlattığı şeylerin can kulağıyla dinleneceğini düşünür. Kişinin kendi değerini böyle saygı gösterimiyle ölçmesi bakımından dikkate değer bir hikâyedir.

“Şüphesiz Bir Şüpheli”nin başkişisi Necmi Bey izlenildiğini zanneder. Hikâye her birine tarihler atılarak birbirinden ayrılmış on bölümden oluşur. Necmi Bey, bu bölümlerde kendisini takip eden kişinin kim olabileceğine dair akıl yürütür. Seksenli yıllarda yazılan hikâyede

dönemin sosyal ve siyasî ortamının yansımaları söz konusudur. Sonunda ayna vasıtasıyla kendisiyle hesaplaşan şizofrenik halüsinasyonlara sahip olan Necmi Bey, kaçtığı kişinin kendisi olduğuyla yüzleşir. İnsanın kaçtığı şeyin yalnızca kendisi olduğunun farkına varmasının önemini vurgulayan hikâye bu kitaptaki en dikkate değer olanlardan biridir.

“Acıya Demir Atmak”ta bir kaza sonucu gözleri görmez hâle gelen ve kollarını kaybeden Cemil ve annesinin geçim sıkıntısı konu edilir. Annesi Cemil’in ameliyatı için gerekli parayı zar zor toplayabilmiştir. Hastane bahçesinde beklerken ikisi de acıkır. Annenin tek bir simit alacak kadar parası vardır. Oğlunun bunu fark etmemesi için boş ağzını şapırdatması, yaşanan yoksulluğu oldukça çarpıcı biçimde yansıtır. İki kişinin yaşamından kısa bir kesit şeklinde kurgulanan bu hikâye oldukça trajik bir olay örgüsüne sahiptir.

“Yeryüzünde Bir Kerem” adlı hikâyede cebinde yemek yiyecek kadar bile parası olmayan bir matbaa işçisi olan Kerem’in hikâyesi konu edilir. Kerem, hak ettiği parasını bile ustasından isteyemez. Çünkü parasını istediğinde sanki hak etmediği bir şeyi istiyor gibi utandırılır. Bir müşterileri için hazırladıkları kartvizitleri götürmek üzere yola çıkan Kerem burnuna gelen köfte kokusu karşısında çok etkilenir. Kartvizitlerden aldığı parayla ustasından dayak yeme pahasına bile olsa köfte yemeye karar verir. Derken Kerem’in Ali adlı arkadaşı onu kolundan tutup kendine getirir. Bu noktada Kerem’in yaşadıklarının ne kadarının gerçek ne kadarının düş olduğu belirsiz kalır.

“Ah Minik Kuşum” adlı kadın-erkek ve evlilik ilişkisinin konu edildiği bu hikâyede mektup tekniği kullanılmıştır. Başkişi, Meltem adlı arkadaşına hitaben okuldan mezun olduktan sonraki beş yılını özetler. Tiyatro sanatçısıyken Hakan adlı birine âşık olup evlenen başkişi, evlendikten sonra kocasının geçirdiği büyük değişimlerden dolayı hiç mutlu değildir. Başkişi, kocasının zorlamasıyla önce çalışmayı bırakır. Ardından kocası ona karşı saygısız ve umursamaz hâle gelir. Bebek sahibi olduktan sonra kocasının iyice duyarsız hale gelmesi başkişinin üst katında oturan Göksel adlı konservatuvar öğrencisine ilgi duymasına neden olur. Kapının deliğinden onu gözlemlemek başkişinin en büyük heyecanı hâline gelmiştir. Bir evliliğin başlayış ve neredeyse bitiş noktasına gelişi bu hikâyede çarpıcı şekilde ele alınır.

2.2. Bakış Açısı

Bakış açısı, hikâye türünden bir sanat eserinde konuya hangi bakış açısından yaklaşıldığını ifade eder. Hikâye etmedeki odak noktası anlamına gelen bakış açısı hikâyelerin sınıflandırılması ve bir düzene sokulmasında oldukça önemlidir (Stevick, 2017: 83).

Toptaş’ın yazınında bakış açısı onun oyun alanı değerlendirilebilir. Fakat ilk hikâye kitabında hikâyenin unsurlarıyla oynanan oyunlar yoktur. Kitapta yer alan on iki hikâyeden altısında hâkim bakış açısı kullanılmış, kalan altı hikâyede de başkişinin anlatıcı olduğu kahramana ait bakış açısı kullanılmıştır. Hikâyelerin genelinde nasıl anlattığından ziyade ne anlattığına odaklanan Toptaş’ın bakış açısı bakımından en sade ve oyunsuz metinleri ilk hikâyeleridir.

2.3. Zaman

Toptaş’ın metinlerinde “zaman” neredeyse kişileşmiş, olay örgüsü hâline bürünmüş bir özellik taşır. Metnin unsurlarından bilhassa zaman üzerinde uğraşan bir yazar olan Toptaş’ın ilk

hikâyelerinde diğ er unsurlarda oldu ğ u gibi zaman konusunda da bir yalınlık hâkimdir. Hikâye türünün de gereğ i olarak uzun uzadıya zaman ve dönem tasvirlerine yer verilmesi de döneme ait ipuçları verilir. Örneğ in “Boz Atlı Hızır” adlı hikâyede başkiş inin karısının söylediğ i “kitaplarını da vurmuş lar kelepçeye” (Toptaş, 2018:36) ifadesi hikâyenin yazıldı ğ ı dönemi de işaret eden 1980’li yıllara ait bir durumdur. Dönemle ilişkili ipuçlarından baş ka hikâyelerdeki zaman açıkça belirtilmiştir. Bilinçli bir şekilde zaman bakımından belirsiz bırakılan bir hikâyeye yoktur.

2.4. Mekân

Mekân Toptaş’ın metinlerinde genellikle insan psikolojisiyle birlikte var olan bir unsurdur. Bu hikâyeye kitabındaki konuları yansıtan taşrada yaşanan sıkıntılar, ekonomik zorluklar, şehir yaşamındaki bireyin iç sıkıntıları mekân ile birebir bağlantılıdır. Örneğ in “Bu Kent Köyden Küçük” adlı hikâyeye direkt olarak mekânla ilişkilidir. Hikâyenin başkiş isi özlemini duyduğ u saygı görme arzusunu kentte gerçekleştirememesi de sınırlı bir çevreye ve imkâna sahip olan köyde bu duygusunu tatmin edebileceğ ini düşünür. Kent ve taşra yaşamına ait sıkıntılar, zorluklar Toptaş’ın birçok eserinde sıklıkla yer alan bir konudur. Ekonomik sıkıntılar, varoluş problemleri bireyin içinde bulunduğ u mekânla ilişkili olarak düşünülebilir.

Hikâyenin olay örgüsü, bakış açısı ve zaman başlıklarında oldu ğ u gibi mekân başlığında da belirsizlik, postmodernizmin getirdiğ i oyunsuluk gibi özellikler ilk hikâyeye kitabındaki hikâyelerde yer almaz.

2.5. Şahıs Kadrosu

“Bir Gülüşün Kimliğ i” kitabındaki hikâyelerde genellikle birkaç kişiden müteş ekkil şahıs kadrosu görülür. Başkiş inin ön planda oldu ğ u bu hikâyelerde diğ er kişilerin kişilik özellikleri ayrıntılı olarak tasvir edilmez. Hikâyeye kitabındaki altı hikâyede başkiş inin anlatıcı konumunda oldu ğ u göz önüne alınırsa şahıs kadrosunda yazarın genellikle tek bir kişiye yoğunlaştığı tespit edilebilir.

Kitaptaki “Bir Gülüşün Kimliğ i” ve “Ah Minik Kuşum” adlı hikâyelerde başkiş i ve anlatıcı karakterin kadın olması dikkate değ er bir husustur. Bu iki hikâyede de konunun evlilik, kadın-erkek ilişkileri çerçevesinde oldu ğ u görülür. Böyle temaların işlendiğ i hikâyelerde Toptaş’ın kendini bir kadın karakterle özdeşleştirip durumu bu şekilde ele alması ilişkilere tarafsız bir şekilde bakabilmesine olanak sağlar.

Hikâyelerde yer alan karakterin ortak özelliğ i bir sıkıntıları olmasıdır. Geçim sıkıntısı, kadın-erkek ilişkilerinde yaşanan sıkıntılar, varoluş sıkıntısına sahip olmaları ve bunun farkında olmaları onları ortak paydada ele almayı sağlar.

2.6. Tema

Tema bakımından; altı hikâyede geçim sıkıntısı, iş bulma sıkıntısı, ekonomik kaygılar işlenmiştir. Dört hikâyede bireyin varoluş sıkıntısı, kendini arayışı; iki hikâyede evlilik ve kadın-erkek ilişkileri ele alınmıştır. Bilhassa iş arayan karakterlerin yaşadığı zorluklar, insanların birbirini görmezden gelmesi gibi konular trajik olay örgüleriyle birlikte işlenmiştir. Bu durum, temanın daha fazla ön plana çıkmasına hizmet etmiştir.

İnsanların birbirlerinin acısına duyarsız olması, birbirlerine “sırtlarıyla” bakmaları, kuyruğuna basılan köpeklerin havlamak için bile tepki vermemeleri genel bir toplum eleştirisini içinde barındırır. İnsanların içindeki kötülüğü aslında onunla alakası olmayan başka bir insana yansıtmasının bir örneği “Rüştü Adlı Karınca” adlı hikâyede başarıyla verilir.

Yaşamının incelikleri, farkında olarak yaşamak “Bir Gülüşün Kimliği” ve “İçimdeki Orkestra” adlı hikâyelerde vurucu bir şekilde işlenir.

İlk hikâye kitabında işlenen bu temalar, Toptaş’ın bundan sonraki hikâye ve romanlarında da sıklıkla yer verdiği temaların başında gelir.

3. SONUÇ

Hasan Ali Toptaş’ın ilk hikâye kitabı “Bir Gülüşün Kimliği” adlı kitabında yer alan on iki öykünün olay örgüsü, bakış açısı, zaman, mekân, şahıs kadrosu ve tema unsurları bakımından incelenmesinin amaçlandığı bu çalışmada Toptaş’ın ilk hikâye kitabında biçimden ziyade içeriğe ait unsurlara önem verdiği tespit edilmiştir. Toptaş’ın sonraki hikâye kitapları olan “Yoklar Fısıltısı” ve “Ölü Zaman Gezinleri” adlı kitaplarında yer alan metinler düşünüldüğünde ilk kitaptaki hikâyelerin oldukça kolay anlaşılır, girift yapıda olmayan eserler olduğu tespit edilebilir. Bu durum Toptaş’ın yazınında biçimsel özelliklerle daha ileriki metinlerinde oynamaya başladığının tespit edilmesine yardımcı olur.

Kaynakça

- Ecevit, Y. (2018). Roman Yazan Bir Şair. M. Varlık içinde, *Başlarken Yalnızsın Bitirdiğinde Daha da Yalnız* (s. 156-165). İstanbul: Everest Yayınları.
- Stevick, P. (2017). *Roman Teorisi*. (çev. S. Kantarcıoğlu,) Ankara: Akçağ Yayınları.
- Toptaş, H. A. (2011). Büyük Umutlar Hasan Ali Toptaş. (TRT Belgesel)
- Toptaş, H. A. (2018). *Geçmiş Şimdi Gelecek*. İstanbul: Everest Yayınları.

GİRNE
25 - 25 NİSAN 2021

TÜRK KİMLİĞİ YARATIMINDA HALKEVLERİ VE DERGİLERİ: ELAZİZ- ALTAN DERGİSİ

Ebru Akkuyu

Niğde Ömer Halisdemir Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü

ORCID ID 0000-0003-4702-1194

ÖZET

Osmanlı İmparatorluğu'ndan Türkiye Cumhuriyeti'ne geçiş, rejim değişikliğini de beraberinde getirmişti. Yeni devletin kuruluş aşamasında, Aydınlanma idealleri çerçevesinde, siyasal, ekonomik ve sosyal alanda çok sayıda yenilik hayata geçirilmiştir.

Tarım toplumu olarak nitelendirebileceğimiz Osmanlı'da halk eğitimsiz ve bilinçsizdi. Bu sebeple Atatürk'ün Cumhuriyet rejiminde öncelikli amaçlarından biri de halkı aydınlatmak olmuştur. Bu bağlamda halkevlerinin kurulması, yeni kurulan devletin devamlılığı açısından büyük önem taşımaktadır.

Cumhuriyetle birlikte, Atatürk öncülüğünde 'kültür kurumu' olarak ele alınan halkevleri ilk olarak 1932 yılında açılmaya başlanmış; 1951 yılına kadar faaliyetlerine devam etmiştir. Böylelikle yeni düzen, halkevleri vasıtasıyla halka benimsetilmeye çalışılmıştır. Bu bağlamda araştırmamızın en önemli noktasını Halkevleri ve Halkevleri Dergileri oluşturmaktadır. Araştırma nesnesi olarak ele aldığımız, 1935-1939 yılları arasında faaliyet göstermiş olan Elazığ Altan Dergisi üzerinden bu geçiş dönemiyle ilgili veriler elde edileceği düşünülmektedir. Halkevlerinin işlevleri ve halkevleri yayınlarından olan dergilerin incelenmesi kapsamında ele aldığımız Altan Dergisi üzerinden araştırmanın amaçlarını şu şekilde sıralayabiliriz:

Halkevlerinin yeni toplumsal hayatın entegrasyonuna etkileri nelerdir?

Altan Dergisi'nin Cumhuriyet rejimi ve inkılaplarının benimsenmesinde ne gibi etkileri söz konusudur?

Dergide üzerinde en çok durulan konular nelerdir ve bu konular nasıl işlenmiştir?

Dergi üzerinde 'Türk uluslaşması'na yönelik halka hangi görevler verilmek istenmiştir?

Yeni Türk kimliği kendisini nasıl şekillendirmiş ve var etmiştir?

Bu amaçlar üzerinden araştırma yöntemi olarak nitel araştırma yöntemlerinden içerik analizi kullanılmıştır. Elazığ Altan Dergisinin tüm sayıları kullanılarak (toplamda 48 sayısı bulunmaktadır) verilerin analizi gerçekleştirilmeye çalışılmıştır. Bu da araştırmada veri toplama aracı olarak Altan Dergisi'nin kullanılacağını hâlihazırda göstermektedir.

Derginin incelenmesi sonucunda üzerinde en çok durulan konular Cumhuriyet rejimi ve inkılaplarının benimsenmesi, kadın, çocuk, eğitim ve halkevleri faaliyetleri olmuştur. Sosyal ve kültürel olarak yeniden üretilen bu alanlar yeni rejimin uygulanmasında aktif rol oynar

biçimde dergi içeriğinde karşımıza çıkmaktadır. Cumhuriyet dönemi ile ilgili yapılacak olan yerel araştırmalarda bu dergiler, dönemi yansıtan niteliklere yer veren kaynaklar olarak ele alınabilmektedir.

Anahtar Kelimeler: Halkevleri, Halkevleri Dergileri, Altan Dergisi, Elazığ, Cumhuriyet Dönemi.

ABSTRACT

Switch to the Republic of Turkey from the Ottoman Empire had brought with it a change of regime. During the establishment of the new state, many innovations in the political, economic and social fields were implemented within the framework of Enlightenment ideals.

In the Ottoman Empire, which we can describe as an agricultural society, the public as uneducated and unconscious. For this reason, one of the primary goals of Atatürk in the republican regime has been to enlighten the people. In this context, it is of great importance to establish people's houses for the continuity of the newly established state.

With the Republic, people's houses, which were considered as "cultural institutions" under the leadership of Atatürk, were first opened in 1932; It continued its activities until 1951. Thus, the new order was tried to be adopted by the people through the community centers. In this context, the most important point of our research is people's houses and people's houses Magazines. It is thought that data regarding this transition period will be obtained through Elazığ Altan Magazine, which we consider as a research object, which operated between 1935-1939. We can list the aims of the study through Altan Magazine, which we discussed within the scope of reviewing the functions of the community centers and the journals from the public houses, as follows:

What are the effects of community centers on the integration of new social life?

What are the effects of Altan Magazine on the adoption of the Republic regime and reforms?

What are the most emphasized topics in the journal and how are these topics handled?

What tasks are intended to be given to the people on the "Turkish nationalization" on the magazine?

How has the new Turkish identity shaped and created itself?

For these purposes, content analysis, one of the qualitative research methods, was used as a research method. By using all issues of Elazığ Altan Magazine (there are 48 in total), the analysis of the data was tried to be carried out. This already shows that Altan Magazine will be used as a data collection tool in the research.

As a result of the review of the magazine, the most emphasized topics were the adoption of the Republic regime and reforms, women, children, education and community centers. These socially and culturally reproduced areas appear in the content of the magazine, playing an active role in the implementation of the new regime. These journals can be considered as resources

that include qualifications reflecting the period in local studies to be conducted on the Republican era.

Keywords: People's Houses, Public Houses Magazines, Altan Magazine, Elazığ, Republic Period.

1. GİRİŞ

Osmanlı Devleti'nden Cumhuriyet Dönemi'ne geçişte Türk kimliğinin oluşumunda Halkevleri önemli işlevleriyle karşımıza çıkmaktadır. Atatürk, Halkevleri'ni bir kültür kurumu olarak görmüş, halkın yeni rejime ve yeni toplumsal hayata adapte olmalarını sağlamasında önemli bir halk kurumu olarak rol almasına büyük katkılarda bulunmuştur. Halkevlerinin faaliyetleriyle birlikte köylü ile aydın arasındaki mesafenin ortadan kalkması, yeni rejimin ve inkılapların benimsenmesi, böylelikle halkın 'Türk uluslaşması'na katkı sağlaması amaçlanmıştır. Halkevlerini bu bağlamda sadece halkın eğitilmesi olarak görmemek; Türk kimliği ve Türk uluslaşmasına katkı sağlayacak bir faktör olarak görmek gerekmektedir.

Halkevleri içerisinde birçok şube yer almaktadır. Bu şubelerden biri Neşriyat Şubesi olarak karşımıza çıkar. Neşriyat Şubesi bünyesinde Halkevleri Dergileri bulunmaktadır. Halkevleri Dergileri, bulunulan ilin Halkevine bağlı olarak yayınlanmış ve gerek aydın gerek halk kesimi tarafından yazılar yayınlanmıştır.

Araştırma kapsamında ele aldığımız Elazığ Halkevi ve Altan Dergisi üzerinden Cumhuriyet Dönemi'ne geçişte Halkevlerinin ve Halkevleri Dergilerinin işlevleri üzerinde durulması ve bu bağlamda analizler gerçekleştirilmesi amaçlanmıştır. Altan Dergisi üzerinde en çok durulan konular; eğitim, kadın, çocuk, yeni rejimin ve inkılapların benimsetilmesi ve hem halka hem de dönemin aydınlarına düşen görevler olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu bağlamda adabı muâşeret kurallarından yeni rejim ve inkılaplara kadar yeni cemiyet hayatının gereklilikleri halka benimsetilmeye çalışılmıştır. Yeni bir Türk kimliği ve Türk uluslaşması kendisini ancak böylelikle mümkün kılacaktır.

1.1.Araştırma Sorunsalı

Osmanlı'dan Türkiye Cumhuriyeti'ne geçiş muhakkak ki birdenbire gerçekleşmemiş, bir sürece yayılmıştır. Bu geçiş sürecinde etkin rol oynayan kurumlardan biri de Halkevleri olmuştur. Atatürk'ün 'kültür kurumu' olarak gördüğü Halkevleri, 'Türk uluslaşması'na büyük katkı sağlamış; halk ile devlet arasında köprü görevi görmüş ve bu bağlamda rejim değişikliğinin benimsenmesinde etkin roller oynamıştır. Buradan hareketle Elazığ Halkevi tarafından yayınlanan Altan Dergisi'nin yeni rejimin benimsenmesinde nasıl bir rol oynadığı, ne denli bir etkiye sahip olduğu ve bunu nasıl gerçekleştirip ya da gerçekleştirmediği araştırma problemimizin temelini oluşturmaktadır.

1.2.Çalışmanın Amacı

Elazığ Altan Dergisi doğrultusunda rejim değişikliğinin ‘Türk’ kimliğine yansımaları incelenecektir. Rejim değişikliği ile birlikte meydana gelen ulusal değişimler ve bu değişimlerin toplumsal alana uygulanmasında büyük rol oynayan Halkevleri’nin ve Halkevleri Dergilerinin bu bağlamda ne denli etkisinin olduğu araştırmanın temel amacını oluşturmaktadır. Araştırmanın cevap aradığı en temel sorular şu şekildedir:

- Halkevleri yeni rejimin halka benimsetilmesinde nasıl bir rol üstlenmektedir?
- Altan Dergisi’nde, üzerinde en çok durulan konular nelerdir?
- Halkın yeni bir ulusal kimlik yaratımındaki görevleri nelerdir ve ne denli gerçekleştirilmiştir?

1.3.Araştırmanın Önemi

Osmanlı Devleti’nden Türkiye Cumhuriyeti’ne geçilmesinin bir süreci kapsadığını gözden kaçırmadan söylememiz gereklidir ki bu geçiş, aynı zamanda bir rejim değişikliğini ifade etmektedir. Atatürk, bu geçişin halk tarafından benimsenmesi için Halkevleri’nin kurulmasına vesile olmuş; böylelikle halka her türlü konuda bilgiler verilmesi amaçlanmıştır. Bu bağlamda araştırmanın önemini vurgulayan şey yeni bir kimliğin nasıl yaratıldığı (ya da yaratılmadığı), yeni bir kitleleşmenin ne şekilde gerçekleştirildiği olarak karşımıza çıkmaktadır. Araştırma nesnesi olan Altan Dergisi’nden hareketle bu değişim ve dönüşümün nasıl gerçekleştirilmeye çalışıldığı açığa çıkarılmaya çalışılmıştır. Çalışmadan elde edilen verilerden hareketle dönemin zihniyeti çerçevesinde analizler gerçekleştirilmesi ve elde edilen verilerin literatüre katkı sağlaması düşünülmektedir.

1.4.Yöntem

Araştırma Elazığ Altan Dergisi üzerinden gerçekleştirildiği için araştırma yöntemi olarak nitel araştırma yöntemleri içerisinde yer alan içerik analizi kullanılmıştır. İçerik analizi, metin içeriği toplama ve analiz etme tekniğidir. Bu analiz, metin içerisinde yer alan sözcükler, anlamlar, semboller, düşünceler aracılığıyla gerçekleştirilir. İçerik analizi, araştırmacının üzerinde durduğu kitap, makale ya da dergi gibi iletişim kaynaklarının içeriğini, yani verilen mesajları, ortaya çıkarmayı sağlar (Neuman, 2017;46). Araştırmamızda da dergiler üzerinden elde edilen verilerle analizler gerçekleştirilmesi amaçlanmıştır. Burada verilerin yorumlanmasından ziyade metin içeriğinin açığa çıkarılması söz konusudur. Araştırma süresince üzerinde durulan temalar genel hatlarıyla; ‘eğitim’, ‘kadın’, ‘çocuk’, ‘cumhuriyet rejimi ve inkılapların benimsenmesi’ ve halkevlerinin bu temalardaki etkinlikleri üzerine olmuştur.

Araştırmada veri toplama aracı olarak Elazığ Altan Dergisi kullanılmış, derginin tüm sayıları (toplamda 48 sayı) üzerinden analizler gerçekleştirilmiştir.

Bu bağlamda araştırma kapsamında kullanılan kaynaklar dergi bağlamında sadece Altan Dergisi üzerinden gerçekleştirilmiş; Halkevleri bağlamında ise literatürde yer alan verilerden

girdiler sağlanmışır. Bu sebeple araştırmaı sınırlandıran en önemli unsur Altan Dergisinin yayınlandığı yıllar (1935-1939) olarak karşımıza çıkmaktadır.

1.5.İlgili Alan Yazını

Araştırma süreci boyunca kullanılan en temel kaynak, araştırma yönteminden de hareketle, Altan Dergisi'dir. İçerik analizi yapılacak olması ve Altan Dergisi ile ilgili literatürde tek bir kaynağın yer alması sebebiyle dergi ile ilgili başka kaynak kullanılamamıştır.

Altan Dergisi, Cumhuriyet döneminde Elazığ'ın ilk dergisi konumundadır. Yayınlandığı dönem boyunca da Elazığ'da yayınlanan tek dergi olmuştur. Elazığ Halkevi'nin kuruluşundan bir yıl sonra, 22 Şubat 1935 tarihinde, Altan Dergisi'nin ilk sayısı; 29 Ekim 1939'da da sonuncu sayısı yayınlanmıştır. Derginin 4 yılda toplam 48 sayısı bulunmaktadır. Altan Dergisi, yoğun olarak Cumhuriyet ideolojisi ile inkılaplarını öven ve yetişecek neslin bu fikirlerle donatılmasını amaçlayan bir yayın politikası sürdürmüştür.

Halkevlerinin, Cumhuriyet Halk Partisi'nin halkçılık esaslarına göre halkın kültür ve ülkü ihtiyacını karşılamak amacıyla kurulan bir kültür kurumu olduğunu belirten Altan Dergisi, halkevlerinin siyasal bir ocak olmadığını da vurgulamıştır. Halkevlerinin bir devlet müessesesi olmadığı, halkın sosyal ve kültürel hayatını geliştirerek, bilgi ve görgüyü öğreten bir millet kurumu olduğu dönemin başbakanı olarak görev yapan İsmet İnönü tarafından da belirtilmiştir (Altan, s.2; s.2).

Cumhuriyet inkılapları dergide yoğun olarak işlenmiştir. Bunun yanında dil devrimi, medeni yaşamda yapılan yenilikler, kadın hakları başta olmak üzere, milliyetçilik, halkçılık, laiklik gibi ilkeler ışığındaki gelişmeler üzerinde dergide ayrı bir önemle durulmuştur.

Yazıların çoğunluğunda öğretmenlerin imzasının bulunduğu Altan Dergisi, dönemin ideolojik, sosyal ve kültürel gelişimi içerisinde önemli bir görev görmüştür. Halkın ideolojik, sosyal ve kültürel gelişmelerden haberdar olmasına imkân vermiştir. Özellikle Elazığ ve çevresi ile ilgili yapılan çalışmalar ve bu çalışmaların bazılarının daha sonra daha da genişleyerek devam etmesi, Altan Dergisi'nin üstlendiği kültürel misyonu daha iyi göstermiştir (Haykır, 2007;161-162).

Halkevleri ile ilgili literatürde yer alan bazı yazınlarda ise;

Halkevlerinin kurulmasında iki önemli faktörden söz etmek mümkündür. Bunlardan ilki Türk Ocakları ve Köycüler Cemiyeti gibi kökleri Jön Türkler devrimine uzanan bir sosyal reformu işaret ederken; diğeri ise Türkiye Cumhuriyeti'nin Batılılaşma yönünde bir gelişme göstermesine katkı sağlamaktır. Yeni bir süreç yaşamanın da etkisi ile gerek köylü gerek kentli tüm halk bir eğitim sürecinden geçecek, ülkelerini anlamada halkevleri bu bağlamda etkili olacaktır (Ortakçı, 182).

Osmanlı'nın yıkılmasıyla birlikte gelen süreçte yeni bir Türk Devleti kurulmuş, fakat yıkıntının etkisini üzerinden atamamıştır. Yeni devletin kurulmasıyla birlikte çağdaşlaşma yolunda birtakım inkılaplar yapılmış fakat halka ulaşamama gibi bir durum söz konusu olmuştur. O dönemlere denk gelen 1929 Ekonomik Buhranı ile de bu durum kendisini hayli olumsuz

göstermiştir. Halk ile devlet arasındaki bu mesafeyi azaltmak ve insanlara yeni devleti ve inkılapları benimsetmek amacı ile bazı adımlar atılması gerektiği düşünülmüş; Halkevleri de bu adımlardan biri olmuştur. Tek partili dönem olmasının da etkisiyle Cumhuriyet Halk Partisi halkın desteğine bilhassa daha çok ihtiyaç duymuş, halk ve yönetici kesim ile aynı zamanda dönemin aydınları arasındaki mesafeyi azaltmak ve halkı çağdaşlaşma yolunda eğitmek için Halkevleri önemli bir aracı görevi görmüştür. En genel haliyle Halkevleri, kültürel anlamda yeniliklerin temelini oluşturulmasında kilit görevler üstlenmektedir (Özdemir ve Aktaş, 2011; 242-243).

Modernleşme süreci olarak da ele alabileceğimiz bu dönemde esasen yeni bir Türk kimliği yaratımı Cumhuriyet'in kurulması ile mümkün kılınmıştır. Bu süreçte yeni Türk Devleti halkın desteğine fazlasıyla ihtiyaç duymakta, bu yeni Türk kimliğini halka kazandırmaya, benimsetmeye çalışmaktadır. Bu süreçte dönemin tek partisi Cumhuriyetçi Halk Fırkası, Mustafa Kemal Atatürk'ün de öncülüğünde Halkevlerini kurmaya karar vermiştir.

Halkevleri Genel Sekreteri Recep Peker, Halkevleri açılış konuşmasında amaçlar ve beklentiler doğrultusunda şunları söylemiştir:

"...Bu asırda milletleşmek için, milletçe kitleleşmek için, mektep tahsilinin yanında ve ondan sonra mutlaka bir halk terbiyesi yapmak ve halkı bir arada ve birlikte çalıştırmak esasının kurulması lazımdı..." (akt. Arıkan, 1999;268).

Kitleleşmek vurgusunun yapıldığı bu konuşmayı destekler nitelikte dergide Halkevleri ile ilgili bazı yazınlara da yer verilmiştir. "Halkevleri Ne İçin?" başlıklı yazında sınıflaşmak devrinin iflas ettiği, artık dünya genelinde bir kitleleşmek fikrinin ortaya çıktığı üzerinde durulmuştur. Topluluk olabilmenin çok güçlü bir kuvveti temsil ettiği vurgusu yapılmış, şu demeçlerle de desteklenmeye çalışılmıştır: "*Beş insanın kuvveti bir insanın beş misli değildir. Belki beş bin mislidir!*". Bu kitleleşmenin gerçekleşebilmesi için insanların birer eşya gibi bir araya toparlanmaları gerekmez. Birbirlerine kenetlenen insanlar, yine birbirlerine tesir ederek, birbirlerinin düşünce ve davranışlarını değiştirerek yeni ve nitelikli kuvvetler oluştururlar. Buradan çıkarılan kıssa ise, "*İki korkak bir araya gelince ikisi de cesur olabilirler.*" şeklinde yazında yer almaktadır (Altan, s.23; s.1).

Buradan çıkarılacak sonuç, kitleleşmek fikrinin fiiliyata geçebilmesi için insan kalabalığından ziyade; insanların ilerleme ve uluslaşma yönünde birbirlerini değişime teşvik etmesi olarak kendisini göstermektedir. Sınıflaşmak devrinin iflası olarak ele alınan Saltanat İdaresi'nin yergisine yer verilmiş; Osmanlı zihniyetinde yer alan sınıf, kast, zümre gibi kavramsallaştırılabilen toplumsal tabakaları temsil eden katmanların yerini yeni Türk Cumhuriyeti ile birlikte kitleleşme, uluslaşma olarak çalışmada ele aldığımız olgu, fikri almıştır.

Bu amaçlar doğrultusunda açılan Halkevlerinin dokuz şubesinden söz edilebilmektedir. Bunlar: Dil ve Edebiyat Şubesi, Güzel Sanatlar Şubesi, Temsil Şubesi, Spor Şubesi, Sosyal Yardım Şubesi, Halk Dershanesi ve Kurslar Şubesi, Kütüphane ve Yayın Şubesi, Köycülük Şubesi, Tarih ve Müze Şubeleri olmuştur (Özdemir ve Aktaş, 2011;188).

2. ELAZIĞ HALKEVİ VE ALTAN DERGİSİ

Halkevleri 1932 yılından itibaren çeşitli illerde açılmaya başlanmış, Elazığ'da da 1934 yılında faaliyete geçmiştir. 1951 yılına kadar çeşitli bölgelerde ve kollarda faaliyet gösteren halkevleri Cumhuriyet'in anlaşılmasında büyük rol oynamış, ulusallaşmaya çok büyük etkileri söz konusu olmuştur.

Elazığ Halkevi bünyesinde çıkarılan Altan Dergisi'nin ikinci sayısında yer alan "Altan'ı Okuyanlara" başlıklı duyuruda, derginin amaçları doğrultusunda bazı bilgiler verilmiştir.

Altan Dergisi, dönemin Elazığ'da bulunan ilk ve tek dergisi olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu sebeple dergi üzerinden Elazığ ile ilgili özelliklerin ortaya çıkarılması, ticaret ve ziraat alanlarında gelişmesine katkı sağlamak amacıyla faaliyete geçilmiştir. Burada geleceğe yön verecek olan genç neslin ve dönemin aydınlarının dergiye katkı sağlamaları beklenmiştir. "Altan'ı Okuyanlara" başlıklı yazının içerisinde yer alan maddeler şu şekilde karşımıza çıkmaktadır:

1-Altana her nurlu ve ışıklı yurttaş yazı verebilir.

2-Yazılar Elazizin hususiyetlerine ve Elazizin muhiti ihtiyaçlarına uygun olmalıdır.

3-Gelen yazılar, değerlerine göre sıraya konularak basılır.

4-Memleket türkülerine ve halkın kahramanlık hikâyelerine özel bir ehemmiyet verilir.

5-Yurda ve bilhassa Elazize fâideli yazılar şükranla kabul edilir.

6-Altanın yapmak istediği bu yurt ve ulus içinde yurttaşlarımız en sağlam ve en istekli gayret ve yardımlarını esirgememelidir" (Altan, s.2; s.15).

Buradan da anlaşılacağı üzere dergiye, toplumun her kesiminden yurttaşlar yazı gönderebilmektedir. Fakat bu yazılar, değer sırasına konularak basılmaktadır. Buradaki değer sırasının belirleyici faktörü, dördüncü maddede yer alan halkın kahramanlık hikâyeleri çerçevesinde şekillenmekte, bu gibi yazılara öncelik tanınmaktadır. Bu hikâyeler dergide ara ara karşımıza çıkmakta (örneğin *Yurd Masalı*, Altan, s.2; s.11), saltanat idaresi yerilmekte ve yeni Türk devletinin halkın desteği ile ayakta kalacağı yönünde cümleler sarf edilmektedir. Bu gibi masal ve hikâyeler yolu ile halkın gizil bir şekilde kitleleşmesi sağlanmaktadır. Masal, okuyan kişide milli duygular uyandırmakta, kitleleşmeye teşvik etmekte ve aynı zamanda Saltanat idaresiyle kıyaslamalar yoluyla toplumu bir arada tutmaya çalışmaktadır. Bu bağlamda dergide yer alan masallar gizil içerikleriyle topluma yön vermeyi sağlamaktadır.

2.1.Dergi İçeriğinde Halkevleri

"Halkevleri: Cumhuriyetçi Halk fırkasının kurduğu ve fırka prensiplerinin Halkçılık esaslarına göre ve tamamile halkın ülkü ve kültür ihtiyacına muvazi özel bir kurumdur. Halkevleri asla siyasal bir ocak değildir" (Altan, s.2; s.1).

Dönemin başbakanı olarak görev yapan İsmet İnönü'nün de Halkevleri ile ilgili görüşlerine yazında yer verilmiştir. İnönü, Halkevleri'nin siyasi birer kurum olmadığını, halkın sosyal ve

kültürel alanlardaki etkinliklerinin onarılması görevini üstlenen bir kurum olduğunu söylevlerinde belirtmiştir. Memur, zabıt, serbest meslek erbabı gibi her sınıftan yurttaşın çalışabildiği Halkevleri, bir devlet müessesinden ziyade ‘ulus müessesesi’ vurgusu yapmakta ve ulusal faaliyetlerin kaynaşma yeri görevini yerine getirmektedir. Halkevlerine yapılan vurguda, devletten daha fazla etkiye sahip olan bir yapılanma ‘milletin kendisi’ olarak karşımıza çıkar. Dergi üzerinden verilen örnekle açıklamak yerinde olacaktır ki, dünyadaki en köklü ve kuvvetli ulusların başarıları, devletin yaptıklarından çok halk kütlelerinin elde ettikleri başarılarıdır. Ulusların elde ettikleri güç ve kudret artık eski mahiyetinde değildir. Artık, et ve kemik yığınlarından kalabalıklar oluşturmak, ateşli makinelerle ölüm savaşları açmak, yerini kafa ve bilgi kuvvetine bırakmalıdır. Bunun için de yapılması gereken kültürel ve teknik alanlarda gelişmeyi sağlayabilmek; kafaca yetişmiş yurttaşlar yetiştirmektir. Halkevlerinin görevi burada halkı aydınlatmak, inkılabı hizmet etmek ve Cumhuriyet’in emanet edildiği gençliği aydınlatmaktır. Bu eksende her rejim kendi ülküsünü koruyup kuvvetlendirebilecek bir kaynak kullanmıştır. “Bizim kendi başımızda yıllarca felaket havaları estiren saltanat idaresi...” diyerek başlayan cümleden de anlaşılacağı üzere, saltanat rejiminin insanlar üzerindeki katı ve baskıcı uygulamaları; medrese ve tekkelerde verilen dini eğitimlerle maneviyat duygularının ve iradelerinin nasıl karşı konulamaz hale getirildiğine dikkat çekilmiştir. Medreseler, saltanat rejimini asırlarca beslemiş ve halkın bu huzurda mutlu olmaları gerektiği öğretilmiştir. Camiler rejimin kürsüsü olarak kullanılmış; dindar bir görünüme bürünmüş ve dünya yaşamının önemsizliği, bu dünyaya önem verenlerin cehenneme ulaşacakları hurafeleri etrafında insanları kendilerine inandırmışlardır. Türk ulusunu bu çıkmazdan kurtaran Cumhuriyet’tir. Bu sürece kadar yaşanan felaketlerin unutulmaması ve bu sebeple Cumhuriyet’in korunması gerekliliği vurgulanmıştır. Bu Cumhuriyet ülküsünü yaşatıp yurdun dört bir yanına götürecektir olan yegâne kurum ise Halkevleri’dir. (Altan, s.2; s.1).

Cemal Ataç’ın “Halkın Okuması Yolunda Halk Evlerinin Ödevi” başlığı ile yer alan yazınında ise, halkın, metinde geçtiği haliyle köylünün, okuma alışkanlığı ve yetisi üzerine tavsiyelerde bulunulmuştur. Esasen köylü, kendi kültürü ve çevresi çerçevesinde okumayı biliyor ve seviyorken, aydınlar tarafından yazılan yazıları okumakta zorlanıyor. Burada, köylünün yazınları anlamamasına sebep olarak üst bir dil kullanılıyor olması yer almaktadır. Bu durum da köylü her ne kadar okumayı bilse de yeni hayatın gelişimine katkı sağlayacak derecede bir okuma alışkanlığı bulunmadığını bizlere gösteriyor. Bu bağlamda verilen tavsiye ise, hem yazanın kitap satışından zararlı çıkmaması hem de okuyucunun anlayıp gelişimine katkı sağlayacağı düşünülen eserlerde kültürel öğeleri içeren bir dilin kullanılması ve ulusal kahramanlık hikâyelerine öncelik verilmesinin altı çizilmiştir. Burada Halkevleri’ ne düşen görev ise bu eserlerin neşredilmesine ve halka tanıtılmasına, okunmasının özendirilmesine vesile olmak ve bunun bir ulus borcu olarak görülmesini sağlamaktır (Ataç, s.12; s.1-3).

2.2.Cumhuriyet Rejimi

“Türk Cumhuriyetinin Karakteri Yapıcılık ve Yaratıcılıktır” (Altan, s.10; s.1), “Cumhuriyet Devri Kültürü” (Altan, s.19; s.1), “Büyük Atamızın Nutukları” (Altan, s.20;s.1), “İlk Cemiyet” (Altan, s.21), “İleri Fikir Geri Fikir” gibi yazınlarda, yeni Cumhuriyet rejimi ile ilgili halka bazı bilgiler verilmeye ve yeni rejim benimsetilmeye çalışılmıştır. Bunun yanı sıra “Laiklik ve

Vicdan Hürriyeti” gibi dergide yer alan metinlerle halka inkılaplar tanıtılmaya ve benimsetilmeye çalışılmış; miras, soyadı kanunu, medeni kanun gibi konu içeriklerine sahip yazınlar da yer bulmuştur.

Yazınların içeriğini genel hatlarıyla, dergide *Saltanat idaresi* olarak sözü edilen Osmanlı Devleti’nin yeni Cumhuriyet rejimi ile karşılaştırmaları oluşturmakta, bu çerçevede yazılar neşredilmektedir. Saltanat idaresine bu kadar vurgu yapılmasının sebebi olarak kıyaslamanın, içinde bulunulan durumun anlaşılmasında etkili bir yöntem olabileceği düşünülmektedir.

Cumhuriyet devri kültürü başlıklı yazında, rejim değişikliği ile birlikte dönüşen düzenle ilgili bazı bilgiler yer almaktadır. Yazında yer alan bazı değişiklikler şu şekilde karşımıza çıkmaktadır:

Anaokulları yeni terbiyeye uygun açılmış, ilk ve ortaokullara yeni yön verilmiştir. Üniversiteler inkılapa göre modern hale getirilmiştir. Kitaplar çıkartılmış, okuma odaları açılmıştır. Halka konferanslar verilerek kültürün ilerletilmesi ölkü edinilmiştir. Müzeler, millet mektepleri açılmıştır. Ordu ile kültürün el ele verdiği belirtilmiştir. Cumhuriyet rejimi, kültürümüzü millileştirmiştir. Bu bağlamda hem halkçı hem de milliyetçi öğeler ön plana çıkmaktadır. Medreseler kapatılmış, dünya ve ahiret işleri birbirinden ayrılmıştır (Ağar, s.19; s.1). Bu da laik bir düzene geçiş yapıldığının göstergesi olarak karşımıza çıkmaktadır.

Cumhuriyet Devri Kültürü (s.19; s.1-2) başlıklı yazında, Cumhuriyet dönemine geçişle birlikte kültür ve eğitim alanında yeniliklerle ilgili bazı sayısal verilere de yer verilmiştir. Bu verilerde; ilkokul, ortaokul, millet mektepleri, öğretmen okulları, üniversite ve yüksekokullardaki öğrenci-öğretmen sayısına ilişkin bilgiler bulunmakta, dönemsel karşılaştırmalar yapılmakta, ayrıca kadın-erkek oranını da açığa çıkaran bilgilere yer verilmektedir. Bu verilere bakacak olursak;

İlkokul

1923-1924- ilkokul sayısı 4894. Öğretmen sayısı: 10238 (9021 erkek, 1217 kadın öğretmen). Öğrenci sayısı: 273,107 erkek, 62,954 kız öğrenci. Toplam 341,941 öğrenci eğitime devam etmektedir.

1934-1935-ilkokul sayısı 6402. Öğretmen sayısı: 15102 (4886 kadın, 10216 erkek öğretmen).

Ortaokul

1923-1924-ortaokul sayısı 72. Öğretmen sayısı 796. Öğrenci sayısı: 5905.

1934-1935- ortaokul sayısı 118. Öğretmen sayısı: 2354 (1772 erkek, 582 kadın öğretmen). Öğrenci sayısı: 34009 erkek, 1211 kız öğrenci.

Öğretmen Okulları

1923-1924- okul sayısı:20. Öğretmen sayısı: 325. Öğrenci sayısı: 2528 (1745 erkek, 783 kız öğrenci).

1934-1935- okul sayısı: 14 (Öğretmen okullarının birinci devreleri kapatılmış; bazı öğretmen okulları yürürlükten kaldırılmıştır). Öğretmen sayısı: 230 (149 erkek, 81 kadın öğretmen).

Öğrenci sayısı: 2577 (1309 erkek, 1268 kız öğrenci). (ilk defa kız öğrenci sayısı, erkek öğrenci sayısından fazlalık göstermiştir.)

Meslek okulları

1923-1924- okul sayısı: 44. Öğretmen sayısı: 258 (177 erkek, 81 kadın). Öğrenci sayısı: 4019 (3427 erkek, 592 kız öğrenci).

1934-1935- okul sayısı: 36. Öğretmen sayısı: 469 (374 erkek, 95 kadın). Öğrenci sayısı: 4940 (3561 erkek, 1349 kız öğrenci).

Üniversite ve yüksekokullar

1923-1924- okul sayısı: 9. Öğretmen sayısı: 308 (307 erkek, 1 kadın). Öğrenci sayısı: 2914 (2629 erkek, 285 kız öğrenci).

1934-1935- okul sayısı: 15. Öğretmen sayısı: 691 (598 erkek, 93 kadın). Öğrenci sayısı: 6666 (5625 erkek, 1011 kız öğrenci).

Millet mektepleri

Millet mektepleri 1928 Ocak ayı itibariyle açılmaya başlanmıştır.

1934-1935 yılı sonlarına kadar toplamda 1,354,255 öğrenci eğitim almıştır (Ağar, 1936; s.19; s. 2-3).

Verilerden hareketle; 1923-24 ve 1934-35 arası on yıllık bir dilimi kapsayan süreçte verilen eğitim, eğitim kurumları, öğretmen ve öğrenci sayılarında gözle görülür biçimde artışlar sergilenmiştir. Genel eğilimde her ne kadar erkek öğrenci ve öğretmen sayısı kadınlara nazaran daha fazla olsa dahi, kadın öğrenci ve öğretmen seviyelerindeki artış da çok önemlidir. Kadının saltanat idaresindeki yeri ile Cumhuriyet rejimine geçildikten sonraki yerinin de karşılaştırmasını yapabileceğimiz bu bağlam içerisinde, rejim değişikliğinin kadın üzerinden dönüşümü kendisini bu noktada açıkça belli etmektedir.

2.3. Halk Eğitimi ve Ödevler

Yeni rejimin halka benimsetilmesi için eğitimin olmazsa olmaz bir işlevi vardır. Bu bağlamda dergide, eğitim konusunda birçok yazın bulunmakta ve halk yeni rejimi benimsemeye yönelik eğitime çalışılmaktadır. Burada hem halka hem de halka eğitim verecek olan dönemin aydınlarına önemli görevler düşmektedir. Bu eğitimler, kişinin hem eğitim-öğretim hayatının gelişmesinde hem de toplumsal alanlarda yeni rejimin gerektirdiği yönde davranışlar sergilemesinde önemli görülmektedir. Gündelik hayatta hala uyguladığımız adabı muşeret kurallarından tutun, kişinin eğitim öğretim hayatını da kapsayan bir eğitim dergi yoluyla da halka iletilmeye çalışılmıştır.

“Medeni Yaşayışta Medeni Gidiş” başlıklı yazında, halka, sinema, tiyatro ya da konferans gibi toplu katılımların gerçekleştirildiği yerlerde nasıl davranışlar sergilenmesi gerektiği anlatılmıştır. Toplu alanlarda sessiz olunması gerekliliğinden, oturma biçimi ve planına kadar tüm detaylar yazında halka açıkça dile getirilmiştir (Altan, s.16).

“Ehemiyyet vermediğimiz büyük şeyler” başlıklı yazında ise, halkın, dönemin önde gelen isimlerine gösterdiği saygıyı bayrağımıza, askerlere ve cenazelere göstermediği üzerine dem vurulmuştur (Ataç, s.18). Bayrak, milli duyguları uyandıran sembolik bir unsur olarak karşımıza çıkmakla birlikte aynı zamanda bütünleşmeyi sağlayıcı bir unsur görevi görür.

“Modern Türk Devleti ve Münevverlere düşen ödevler” başlıklı yazının içeriğinde modern devlet tanımlaması üzerinde durulmuş, hâkim kuvvetin millet olduğu vurgusu yapılmıştır. “*Hâkim kuvvet bölüm kabul etmez, birdir. Ve fertler hukuken ve tamamen müsavidir. ...Modern devlet demokratiktir*” (Altan, s.20). Modern devletin tüm yurttaşlara eşit derecede hizmet ettiği vurgusu yapılmış, demokratik bir devlet yapısının olması gerekliliği üzerinde durulmuştur. Aynı yazından elde edilen bilgilere göre; “*millet aynı kültürün mahsulü olmalı; aynı dili konuşmalı, ilmi, seviyesi yekdiğerine çok yakın olmalı, hukuki, ahlaki, bedii, hatta siyasi tefekkür ve tahassürleri çok ayrı ve farklı olmamalıdır*” (Altan, s.20). Aynı ülkeye bağlı olmak, aynı değerleri ve kültürü paylaşmak vurgusu yapılmakta ve modern devletin ‘milli’ öğeleri içerisinde barındırdığı fikri sıklıkla dergi içeriğinde yer almaktadır.

2.4.Kadın

İclal Ataç tarafından yazılan derginin ikinci sayısında yer alan “*Türk Kadınlığına verilen haklar ve salâhiyetler Karşısında Türk kadınlığının Vazifesi ve mevki*” başlıklı yazında, kadınların ilkel dönemlerden Cumhuriyet dönemine kadar olan konumlarını ele almıştır.

Dünyanın kuruluşundan bu yana kadın ve erkek birbirlerine sıkı sıkıya bağlı bir ihtiyaç halinde bugünlere gelebilmiştir. En ilkel dönemlerde bile erkek, kadının yardımına; kadın erkeğin himayesine tabiydi. Diri diri gömülen kız çocukları, yaşlılığında vazife göremeyeceği sebebiyle öldürülen kadınlar olmuş; yaşadıkları topluluklarda insanlar kadının yerini dolduramamıştır. Unutulmaması gereken bir şey vardır ki o da üreyip çoğalmadıkça güç ve kudret sahibi olmak mümkün değildir. Üremeyi sağlayan, zor koşullarda çocuk yetiştiren kadına her daim ihtiyaç vardır. Nüfusun artmasıyla yaşam şekillerinde de bazı değişiklikler meydana gelmiştir. Kadına verilen ‘kadınlık vazifelerinin’ yanında bir de erkeklerin yanında silahlanıp savaşa katılan kadınlar bile olmuştur. Bu zor koşullarda dahi kadının gücünü ve önemini görüyoruz.

Sosyal hayatın ilk kurumu karşımıza aile olarak çıkar. Türklerde aile büyük önem teşkil etmektedir ve bu hususta ailenin en değerli unsuru kadındır. Kadın, aile kurumunun en kudretli unsuru, erkek ise en güçlü ve en yüce gönüllüsüdür. Ailede erkek ne denli sayılır ve güvenilirse, kadın da bir o kadar sevilir ve saygı duyulur konuma gelmektedir. Erkek dış hayatın kontrolünü elinde bulundururken, kadın eve bir kimlik kazandıran unsur olarak karşımıza çıkmaktadır. Erkek evin içine müdahale etmemeli; kadın ise evin içini kontrol altına alarak erkeğin memnuniyetini sağlamalıdır. Bunu sağlamayan kadın nefretle karşılanır. Erkeğin tüm gününü dışarıdaki uğraşlarla geçirdiği sebebi ile kadın, erkek eve geldiğinde huzuru ve saadeti sağlamalıdır. Bu sebeptir ki kadın evin hakiki ve kudretli sahibidir(!). Öyledir ki çocuk en çok anneye yakın olur, önce anneyi sever ve saygı duyar, inanır; daha sonra anne çocuğuna babaya saygı duymasını öğretir.

Türk hayatında kadınlık ve erkeklik bir bütün olarak görülür ve ancak birbirlerini tamamlayarak mutlu bir hayat sağlanabilir. Dünyada kadının kıymetini bilen ve hakkını teslim eden ilk millet

Türk milleti olmuştur. Garp medeniyetlerinde kadınların hakları zorlu uğraşlar sonucunda elde edilmiş olsa dahi, Türk milleti kadınlarının kayıtsız ve şartsız ulaştığı mertebeye ulaşamamıştır.

Kadın, Osmanlı'da bir esir, heves ve haz nesnesi iken, Cumhuriyetle birlikte cemiyette erkek ne ise kadın da o olmuştur. Saltanat idaresindeki kadın, kötü boyunduruğun altından alınıp Cumhuriyetin emin ellerine bırakılmıştır. Türk bütünlüğünü ulusal bir şart olarak gören Atatürk, kadınları mahkûm oldukları o sefil hayattan kurtarmıştır. Kadınları cemiyet hayatına sokmakla kalmamış, aynı zamanda erkeklerin sahip oldukları siyasal hakların tamamını da vermiştir. Kadın artık bazı sorumluluklar altına girmiş, kendisine düşen görevleri yerine getirme vazifesini sosyal ve ulusal düzeyde gerçekleştirmesi hedeflenmiştir (Ataç, 1935; s.2;s.9-10).

Derginin otuzuncu sayısında yer alan, ortaokul öğretmeni olarak da dergide birçok yazısına rastladığımız Ömer Kemal Açar, Kız Enstitülerinin açılışı ile ilgili yazılara yer vermiştir.

Gelişen şartlar ve bununla birlikte gelen ihtiyaçlar doğrultusunda sadece erkeğin çalışması ile bir aile hayatının refaha ulaşamadığını belirten Açar, Kız Enstitüsünün açılmasıyla birlikte bu standartların yükseleceğini düşünmektedir. Çünkü kadınların da eğitim alması erkeklerin omuzlarındaki yükün hafifletilmesi anlamına gelmektedir. Bu bağlamda ev işi, ev idaresinin de bir bilgi gerektirdiği düşüncesi ortaya çıkmaktadır. Kız Enstitüsünün açılmasıyla kızlar ortaokul müfredatındaki dersleri de görece ve kültürlerini geliştireceklerdir. Bunun haricinde nakış, biçki, dikiş, çiçek, şapkacılık gibi meslek ve sanat eğitimi de alacaklardır. Aynı zamanda 'birçok genç kızın bütün hayatında lazım olacak bilgiler ve hüneler' olarak görülen çamaşır, temizlik, ütü, yemek yapmak, çocuk bakmak gibi ev idaresini ilgilendiren konularda da bu enstitülerde ayrıca eğitimler verilecektir. Bazı kişiler kız çocuklarını ortaokula göndermek konusunda çekingen davranmaktadır. Burada söz konusu çekinme, ortaokulun karma yapısından kaynaklanmaktadır. Açar aynı zamanda ortaokulun bir kızın hayatına lazım olacak bilgileri veremeyeceğini düşünmekte; bu bakımdan Kız Sanat Enstitüleri'nin en temiz ve en çağdaş eğitim kurumu olduğunu vurgulamaktadır (Açar, s.30; s.6).

Açar'ın düşüncelerinden de anlaşılacağı üzere kadınlar için ortaokullar yetersiz görülmekte, derslerin yanında gündelik hayatlarında kadınlara katkısının büyük olacağı düşünülen bir evi idare edebilme kabiliyeti kadınlara eğitimle verilmek istenmektedir. Bu eğitim de kız enstitüleri tarafından sağlanmaktadır. Her ne kadar burada söz konusu çağdaşlaşmak yolunda eğitim almak olsa da, kültürel öğelerin baskın bir şekilde karşımıza çıktığı görülmektedir. Kültürel öğeleri baskın olarak hissettiğimiz bu enstitüler sadece gelişme çağındaki kızlar için değil, aynı zamanda yetişkin kadınlar için de bir gelişme ve terbiye aracı olarak görülmektedir.

Yazının bir diğer üzerinde durulması gereken noktasında ise; enstitünün parasız olduğu, yeme-içme, kıyafet, defter ve de kitap gibi gerekli olacak malzemelerin devlet tarafından karşılanacağı belirtilmiştir. Defter ya da kitap gibi eğitim sürecinde gerekli olan temel malzemelerin yanında kıyafet, ayakkabı gibi ihtiyaçların da ücretsiz bir şekilde karşılanması aklımıza bazı soruları getirmelidir. Özellikle yapılacak olan kıyafet yardımındaki amaç zorunlu bir okul kıyafeti mi yoksa kadınların nasıl giyinmesi gerektiği konusunda bir yönlendirme mi açıkça belirtilmemiştir. Zorunlu bir okul kıyafetinden ziyade giyim konusunda kadınların bu yolla değiştirilmeye çalışıldığı fikri dönemin zihniyetine daha paralel bir düşünce olarak

karşımıza çıkmaktadır. Çünkü bunu hem eğitim vasıtasıyla hem de ücretsiz bir şekilde yapması sebebiyle bir nevi sorgulamaya kapalı hale getirecektir.

Ömer Kemal Açar'ın düşüncelerine paralel olarak Nihal Güzey de "Kızlarımız Okumalı mıdır?" başlıklı yazısında benzer düşüncelere yer vermiştir. Eğitim almak sadece iş hayatında değil, aynı zamanda aile hayatında da büyük önem arz etmektedir. Yazıda yapılan vurguda dikkat çekilmesi gereken nokta, her kadının aile hayatında çalışmasının gerekli olmadığı fakat her kadının yine aile hayatında eğitim almış, okumuş olması gerektiğidir. Buna sebep olarak ise kadının hem evini hem de çocuklarını yeni cemiyyet hayatının usullerine göre yetiştirmesi gerekliliği gösterilmiştir. Bu bağlamda eğitim almış ve almamış olan kadınların yetiştirdiği çocuklar arasında farklılıklar olacağı üzerine dikkat çekilmek istenmiştir (Güzey, s.30;s.7). Muhakkak ki eğitim almış bir kadın ile eğitim almamış bir kadın arasında büyük farklılıklar görülecektir. Fakat esasen üzerinde durmamız gereken nokta kadının eğitim alması gerektiği değil, eğitim olsa dahi iş hayatına karışmasının pek de önemli görülmediğidir. Kadınların eğitim alması ev idaresinde ve çocuk yetiştirmesinde şart olarak görülürken, iş hayatına katılımının yine aynı şekilde neden şart olarak görülmediği sorgulanmalıdır. Her ne kadar çağdaşlaşmak için eğitim şart görülse de yine kültürel öğelerden sıyrılmak pek de mümkün olmamıştır. Kadının her şeyi bilmesi, bunun eğitimini alması yine ev idaresini sağlayabilmek; kadınları evin bütün ihtiyaçlarını karşılayabilecek konuma getirebilmekle alakalı bir durum olarak karşımıza çıkmaktadır.

Ömer Kemal Açar'ın yine Kız Enstitüsü ile ilgili bir yazısında (Kız Enstitüsü Açıldı/ Cumhuriyetin 14. yıldönümü) üzerinde durduğu parametreler en genel haliyle Türk aile yapısının temelini sağlamlaştırılmak istenmesidir. Bunun için de kız enstitüleri önemli birer araç olarak görülmektedir.

" Kuvvetli ordu demek, kuvvetli millet demektir. Kuvvetli ordunun esası Türk milleti, Türk milletinin esası ailedir. Hürriyet ve istiklalimizi muhafaza edebilmek için kuvvetli bir aileye muhtacız" (Açar, s.34; s.12-13). Buradan da anlaşıldığı üzere kız enstitülerinin esas açılma sebebi olarak Türk aile yapısına temel oluşturmak; bunu da kültürel öğeleri göz ardı etmeyerek yapmak istenmektedir. Aile hayatını düzenleyecek olan kişi kadındır. Bu bağlamda tüm sorumluluklar kadına yüklenmiş, eğitimin şart olduğu dile getirilmiş, kız enstitülerinin açılmasına sebep olarak aile yapılarının temellendirilip korunması gerekliliği gösterilmiştir. Burada hem mevcut kültürün korunması ve yaşatılması söz konusuysen hem de yeni bir kültürel hayatın gereklilikleri bir arada yerine getirilmeye çalışılmaktadır.

Aynı yazının devamında Açar, Cumhuriyetin 14. Yıldönümü sebebiyle hazırlanan programda generalin nutkundan bazı kesitlere yer vermiştir. Kız enstitülerinin, çocukları 'sokak kadını olmaktan kurtaracağı, ev kadını yapacağı' ibarelerini kullanan general, bu kız enstitülerinde Cumhuriyet'in amaçlarını öğrenen, bilgili, becerikli birer 'ana' yaratılacağını; bütün bu becerilerin kadınlara kazandırılacağını söylemiştir.

Cumhuriyetin 14. Yıldönümü sebebiyle hazırlanan programda Kız Enstitüsü müdürü Nuriye Hekimoğlu'nun konuşmasına da yer verilmiştir. Enstitü müdürü programda sunduğu nutkunda şunlar üzerinde yoğunlaşmıştır:

“Gayesi kızlarımızı Türklüğünü bilir ve sever yurduna bağlı, Türk devriminin çalışman birer üyesi olarak yetiştirmek, onlara umumu bilgilerle hayatlarını kazanmaya yarayacak bir meslek ve meslek ve icabında kuracakları yuvanın bütün ihtiyaçlarını ürkmeden, sarsılmadan kolaylıkla başarabilecek bilgili ev kadını yetiştirmek olan enstitülere bugün Atatürk Türkiyesinde lüzumu kadar kıymet veriliyor” (Altan, s.34; s.12-13).

Çocuğun topluma fayda sağlayacak şekilde büyüüp gelişmesini sağlayacak kişi ailede kadındır. Kız enstitülerinin açılmasının temel sebeplerinden biri olarak çocuğu yetiştirecek olan kadının da yetiştirilmesi amaçlanmıştır.

İlkokulu bitirdikten sonraki aşamada karşımıza çıkan kız enstitüleri, üç yıllık orta eğitim ile birlikte, toplamda içerisinde biçki, nakış, ev idaresi gibi derslerin de verileceği beş yıllık bir eğitim süreci planlaması yapmıştır. Aynı zamanda ortaokulu bitirip enstitüye gelen öğrenciler ve okul çağını aşmış kadınlar da düşünülmüş; onlar için ayrı sınıflar oluşturulmuş, mesleki boyutta eğitimlerin verileceği akşam kursları açılmıştır.

Metinde üzerinde durulan önemli bir diğer konu ise ‘milli dil’ kullanımınıdır. Enstitüye eğitim almaya gelen kızlar/kadınlar aynı zamanda yeni dilin kullanımını öğrenecek; yaşantılarında ‘milli benlik’ olarak görebileceğimiz Türklük bilincini de böylelikle öğrenip yaşatabileceklerdir. Tam bu noktada yazar, şimdiye kadar kadınlara verilmemiş bu eğitimin sorumlusu olarak saltanat idaresini bize şu sözlerle göstermektedir:

“...Kabahat, muhasebe edilemediği için itimad etmediği öğrenmeyen, sevgi ve şefkat görmediği için saymayı bilmeyen şark bölgesinin bazı yerlerindeki vatandaşlarımızda değil, altı yüz yıl onları ihmal eden, sırf saraylarının israfı için istismar eden saltanat idaresindedir” (Hekimoğlu, s.33-34-35; s.32).

İçerisinde kız enstitülerinin verdiği eğitimi de kapsayacak şekilde, metnin devamında alt başlıklar karşımıza çıkmaktadır: “Tertip ve İntizam”, “Neşe”, “Sihhat”, “Tahsil ettirmek”, “Konuşmada Nezaket”, “Temiz Olmak”, “Çocukla Alaka”. Bu başlıklar altında kadından yeni dönemin, cumhuriyetin, esaslarını yansıtabilecek biçimde davranışlar sergilemesi, çocuğunu da bu çerçevede yetiştirmesi gerekliliği ve bunu nasıl yapabileceği açık bir şekilde anlatılmaktadır.

Tertip ve intizam başlığı altında genel olarak kadının evin düzenini ve temizliğini sağlaması gerektiği üzerinde durulmaktadır. Düzene istinaden, evin düzeninin sağlanması, erkeğin kendi evini diğerlerinden daha güzel bulmasında yatmaktadır. Bu düzenin süslü ve şatafatlı eşyalarla değil sadelikle, kadının kendisinin ürettiği elişleri ile güzelleştireceği düşüncesi yer edinmiştir. Ailede başlayan düzenin etkisinin toplumsal hayata da sirayet edeceği vurgulanmıştır.

Neşe başlığı altında sadece tertip ve intizamın yeterli olmayacağı, lüks ve gösterişli yaşamın insanı mutlu etmeyebileceği, bu sebeple de kadınların evlerinin neşe kaynağı olmaları gerekliliği vurgulanmıştır.

Bir annenin, çocuğunun hem fiziksel hem de ruhsal olarak sağlığını düşünerek hareket etmesi, çocuğuna yeterli özeni göstermesi gerekliliği üzerinde durulmuştur. Bunu sağlayabilmek için ise işe ilk olarak kendi bakım ve temizliğine dikkat ederek başlamalı; çocuğunun kendisini iyi bir örnek olarak almasını sağlamalıdır. Geleceğe yön verecek, ulus adına temsil edecek çocukları terbiyeli birer insan olarak yetiştirmenin önemi vurgulanmıştır.

Aile içerisinde nasıl konuşulması gerekliliği, anne-baba tartışması sırasında kullanılabilen kötü sözcüklerin çocuğu nasıl olumsuz etkileyebileceği üzerinde durulmuştur. Ayrıca dikkat çekilen bir nokta daha vardır ki, babanın metinde yer verilmeyen söylemlerinden yola çıkılarak, çocuğa babasını kötüleyecek şekilde konuşmalarda bulunan, ona tuzak kuran kadın imgelemi bulunmaktadır. Bu da aslında her ne kadar kötü bir davranış sergilemese dahi her türlü sorumluluğun kadına yüklendiğini gözler önüne sermektedir.

Anne çocuğa örnek olarak kendi giyim ve kuşamına dikkat etmeli, her daim temiz olmalı, kirli el, yüz ve elbiselerle asla kalmamalıdır. Çocuk annesinden görerek tüm bunları öğrenecek ve kendisi de uygulayacaktır.

Bir anne her zaman çocuğuna karşı ilgili olmalıdır. Buradaki ilgi, çocuğu sadece yedirip giydirmek olarak anlaşılmamalıdır. Çocuğun her şeyiyle ilgilenmeli, duygu ve düşüncelerine önem vermeli, çocukta oluşabilecek herhangi bir olumsuz durumda annesiyle paylaşabilecek konumda olabilmelidir. Bu bağlamda çocuğun alacağı eğitim de büyük önem arz etmektedir (Hekimoğlu, s.33-34-35; s.33-36).

Kız enstitüleri ışığında paylaşılan bu düşünceler genel olarak kadın ve çocuk üzerinde yoğunlaşmaktadır. Kadınlara hem kendilerini hem de çocuklarını nasıl yetiştirip geliştirebilecekleri anlatılmıştır. Tüm bu anlatıların uygulayıcısı olacak olan kadın, kız enstitülerinde eğitimini almalı; cumhuriyete uygun bir kadın imgelemi oluşturmalıdır. Buradan hareketle, değiştirip dönüştürme işlevi çoğunluklu olarak kadın üzerinden kendisini göstermektedir.

SONUÇ

Cumhuriyet rejimine geçilmesiyle birlikte halkın en temelde kültür ihtiyacını karşılamak amacıyla kurulan Halkevleri, Elazığ'da 1934 yılında faaliyete geçmiştir. Halkevinin faaliyete geçmesinin ardından bir yıl sonra neşriyat koluna bağlı olarak Elaziz Altan Dergisi yayın hayatına başlamıştır. Dönemin Elazığ'daki ilk ve tek dergisi olarak karşımıza çıkan Altan Dergisi üzerinde yerel çalışmalara ağırlıklar verilmiş, bölgenin sosyal ve kültürel faaliyetlerinin yeni rejime uygun olarak geliştirilmesine katkı sağlanmıştır.

Derginin yazar kadrosunu çoğunlukla dönemin okullarında eğitim veren öğretmenler oluşturmakta, fakat halkın her kesiminden yurttaşlar dergiye yazı gönderebilmekteledir. Dönemin aydınlarının üzerinde durduğu konular genellikle halkı yeni rejimi benimsetmeye yönelik olup bizlere ideolojik bir perspektif sunarken, halkın gönderdiği yazınlar çoğunluklu olarak şiir, masal, mektup, halk türküleri gibi kültürel öğeleri içeren çeşitlilikler gösterebilmektedir.

Dergi üzerinde en çok işlenen konular yeni rejim, halka benimsetilmesi esasında yapılan yenilikler, bu yeniliklerin toplumsal alana uygulanması, bu bağlamda hem halka hem de aydınlara düşen sorumluluklar, kadın, çocuk, halkevleri ve faaliyetleri, Cumhuriyetin getirdiği resmi bayramlar ve kutlamalar olarak karşımıza çıkmaktadır.

Araştırma boyunca derginin tüm sayılarından faydalanılmış olup, konunun genel hatlarının anlaşılması için dergi içerisinde yer alan bazı metinlere araştırmada yer verilmiştir. Fakat genel değerlendirme derginin tüm sayıları temel alınarak yapılmıştır.

Bu bağlamda dergi içeriğinde karşımıza sıklıkla çıkan kadın ve kadının toplumsal vazifesi dönüşümün sağlanmasında büyük önem arz ederken, dikkat çeken bir başka konu ise cumhuriyet rejimine geçtikten sonra okul-öğretmen-öğrenci sayılarında görülen artış olarak karşımıza çıkmaktadır. Gerçekleşen artış oranlarının hem erkek hem de kadınlarda söz konusu olduğu, bu durumda da hem Elazığ Halkevinin hem de Altan Dergisinin etkili olduğu söylenebilmektedir. Dergi, hem bölgesel kalkınma ve ilerlemeye yön verirken hem de toplumun uluslaşmasına büyük katkılar sağlamıştır.

Halkevleri faaliyetleri ve dergileri dönemin anlaşılması bakımından bizlere çalışmalarımızda nitelikli kaynaklar sunmaktadır. Yerel araştırmaların dönemsel incelemelerinde bu dergilerin literatüre büyük katkı sağladığı düşünülmektedir.

KAYNAKÇA

- Ağar, Ö.K. (1936). Cumhuriyet Devri Kültürü. *Altan Dergisi*. 19, 2-3.
- Ağar, Ö.K. (1937). Kız Enstitüsü Açılırken. *Altan Dergisi*. 30, 6-7.
- Ağar, Ö.K. (1937). Kız Enstitüsü Açıldı. *Altan Dergisi*. 34, 12-13.
- Altan. (1935). Altan'ı Okuyanlara. *Altan Dergisi*. 2, 15.
- Altan. (1935). Halkevleri. *Altan Dergisi*. 2, 1.
- Altan Dergisi*, (1935-1939).
- Altan. (1936). Medeni Yaşayıştta Medeni Gidiş. *Altan Dergisi*. 16, 4.
- Arıkan, Z. (1999). Halkevlerinin Kuruluşu ve Tarihsel İşlevi. *Atatürk Yolu Dergisi*, 23, 261-281.
- Ataç, C. (1935). Halkın Okuması Yolunda Halkevlerinin Ödevi. *Altan Dergisi*. 12, 1.
- Ataç, C. (1936). Ehemmiyet Vermediğimiz Büyük Şeyler. *Altan Dergisi*. 18, 1.
- Ataç, C. (1936). Modern Türk Devleti ve Münevverlere Düşen Ödevler. *Altan Dergisi*. 20, 6.
- Ataç, İ. (1935). Türk Kadınlığına Verilen Haklar ve Salahiyetler Karşısında Türk Kadınlarının Vazifesi ve Mevkii. *Altan Dergisi*. 2, 9-10.
- Aytaç, Ş. (1937). Halkevleri Ne İçin? *Altan Dergisi*. 23, 1.
- Güzey, N. (1937). Kızlarımız Okumalı mıdır? *Altan Dergisi*. 30, 7.
- Haykır, Y. (2007). Elazığ (Elaziz) Halkevi Yayınları ve Altan Dergisi. *Türk Dünyası Araştırmaları*, s.171 (s.121-170).
- Hekimoğlu, N. (1938). Kız Enstitüsü Niçin Açıldı? *Altan Dergisi*. 33-34-35, 31-38.

Neuman, W. L. (2017). *Toplumsal Araştırma Yöntemleri: Nitel ve Nicel Yaklaşımlar* (9. Basım) (çev. Sedef Özge). Cilt:2. Ankara: Yayınodası.

Ortakçı, A. (?). Halkevleri Müze ve Sergi (Tarih) Şubesi'nin Faaliyetlerinde Halk Kültürünü Koruma Düşüncesi. *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 7(30), 181-189.

Özdemir, Y. ve Aktaş, E. (2011). Bütünden Parçaya Halkevleri Şubeleri. *Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 15 (2): 187-204.

Özdemir, Y. ve Aktaş, E. (2011). Halkevleri (1932'den 1951'e). *Atatürk Üniversitesi Türkiyat Araştırmaları Enstitüsü Dergisi*, 235-262.



SOSYOLOJİ VE TARİH BÖLÜMLERİ ÜZERİNDEN KARŞILAŞTIRMALI BÖLÜM SEÇİMLERİ VE MESLEKİ KAYGI

Ebru Akkuyu

Niğde Ömer Halisdemir Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü

ORCID ID 0000-0003-4702-1194

ÖZET

Geleceğimizi kurgularken üzerinde en çok durduğumuz nokta meslek seçimimiz ve bu yönde alacağımız eğitim olmaktadır. Bireylerin üniversite ve bölüm seçimleri toplumsal hayata katılımlarını genel bir çerçevede belirlemektedir ve bu sebeple büyük önem arz etmektedir.

Bu çalışmanın amacı Niğde Ömer Halisdemir Üniversitesi, Fen-Edebiyat Fakültesi, Tarih ve Sosyoloji bölümlerinde eğitim gören son sınıf öğrencilerinin bölüme nasıl geldiklerini, bölüme olan ilgi düzeylerini ve memnuniyet durumlarını, aynı zamanda bölümden mezun olduktan sonra mesleki anlamda gelecek kaygılarını araştırmak olmuştur. Üzerinde durulan bir başka önemli konu ise öğrencilerin eğitim aldıkları bölümün amaçları ile ilgili görüşleri olmuştur. Araştırma, nitel araştırma yöntemi kullanılarak gerçekleştirilmiş ve nitel araştırma desenlerinden olan fenomenoloji ile anlamlandırılmaya ve açıklanmaya çalışılmıştır. Araştırma kapsamında her iki bölümden toplamda 15 öğrenci ile derinlemesine ikili görüşmeler yapılmıştır. Görüşmeler yüz yüze gerçekleştirilmiş olup, veri toplama aracı olarak ise yarı yapılandırılmış görüşme formu kullanılmıştır. Elde edilen verilerin bir kısmı tablo haline getirilmiş; bir kısmı ise doğrudan alıntı yapılarak metin içerisinde gösterilmiştir.

Verilerden elde edilen sonuçlara göre Sosyoloji bölümünde yer alan öğrencilerin büyük çoğunluğu aldıkları eğitimin amacı olarak *'toplumu yönlendirmek, bilinçlendirmek'* görüşlerini sunmuşlardır. Bu durum Tarih bölümünde ise kendisini *'geçmiş öğrenerek ve geçmişten ders alarak gelecek nesilleri yönlendirmek'* olarak göstermiştir. Her iki bölümdeki öğrencilerin büyük çoğunluğu da eğitim aldıkları bölüme ilgi duyarak ya da araştırarak gelmemiş olduklarını söylemiş; fakat aldıkları eğitim doğrultusunda bu ilgi ve memnuniyet durumlarında farklılaşmalar olduğunu, giderek bölümlerini sevdiklerini belirtmişlerdir. Her iki bölümdeki görüşmecilerden sadece Sosyoloji bölümünde eğitim alan iki kadın öğrenci bölüme isteyerek ve araştırarak geldiklerini belirtmişlerdir. Her iki bölüm öğrencilerinin gelecekle ilgili beklenti ve hayalleri ise çoğunluklu olarak *'öğretmen olarak atanmak'* yönündedir. Görüşme yapılan öğrencilerin sadece birkaçı akademik bir eğitim almayı ya da sosyolog olarak atanmayı öncelikli olarak belirtmişlerdir. Bu da aslında, metnin yorumlama kısmında yer alacağı üzere, öğrencilerin *'devlet güvenceli işi tercih etme'* eğiliminde olduklarını göstermektedir.

Anahtar Kelimeler: Sosyoloji, Tarih, Bölüm Seçimi, Mesleki Kaygı, Mesleki Hayaller.

ABSTRACT

While building our future, the most important point we emphasize is our choice of profession and the education we will receive in this direction. University and department preferences of individuals are of great importance as they determine their participation in social life in a general framework.

The aim of this study is to examine how senior students from Nigde Omer Halisdemir University, Faculty of Science and Literature, Department of History and Sociology come to the department, their level of interest and satisfaction, and their future concerns after graduation. Another important issue emphasized was the opinions of the students about the aims of the department they were educated. The research was carried out by using qualitative research method and it was tried to be explained and explained with phenomenology which is one of the qualitative research designs. Nigde Omer Halisdemir University, Faculty of Science and Literature, Sociology and History departments were determined as the research population. Within the scope of the research, in-depth bilateral interviews were conducted with a total of 15 students from both departments. The interviews were conducted face to face, and a semi-structured interview form was used as the data collection tool. Some of the data obtained was tabulated; some of them are shown in the text by directly quoting.

According to the results obtained from the data, the majority of the students in the Sociology department presented their views of "directing the society, raising awareness" as the aim of the education they received. This situation has shown itself in the History section as 'guiding future generations by learning the past and taking lessons from the past'. Majority of the students in both departments stated that they did not come to the department they studied because of interest or research; However, in line with the education they received, they stated that there were differences in these interests and satisfaction situations, and that they increasingly liked their departments. Among the interviewees in both departments, only two female students studying in the Department of Sociology stated that they came to the department voluntarily and by research. The expectations and dreams of the students of both departments are mostly to be "appointed as a teacher". Only a few of the students interviewed stated that getting an academic education or being appointed as a sociologist was a priority. In fact, this suggests that students tend to 'prefer government guaranteed employment', as will be included in the interpretation section of the text.

Keywords: Sociology, History, Department Selection, Professional Anxiety, Professional Dreams.

1.GİRİŞ

Yaşadığımız çağ bir bilgi çağı olmakla nitelendirilmektedir. Günümüz koşulları bu bilgi çağında rekabeti daha da arttırmış ve uzmanlaşmayı daha da önemli bir konuma getirmiştir. Bu bağlamda ekonominin gerçek sermayesi haline gelen bilginin üretildiği en temel birim üniversiteler olmuştur. Üniversiteler, bilimsel araştırmaların yapıldığı ve bilimde uzmanlaşmanın sağlandığı en temel birimler olmakla birlikte, aynı zamanda bu bilgilerin yayıldığı ve sürekli bir döngü içerisinde bilgilerin yeniden üretime geçtikleri yerlerdir. Bu şekilde bilim üretmek, bilgiyi değiştirip dönüştürmek ve yayılmasını sağlamak üniversitelerin

görevleri olmuştur. Yine burada üniversitelere düşen en büyük görev, bilimin ve bilginin devamlılığını sağlayabilecek kapasitede ve bunun bilgisine sahip yeni, meraklı bilim insanları yetiştirmek olmuştur (Tuzcu; 2003 akt Karaman ve Bakırcı; 2010,95).

Günümüzde üniversite sayısı giderek artmakta ve eğitim olanakları da buna bağlı olarak genişlemektedir. Üniversite eğitimini alacak olan öğrenciler bu durumu, daha çok ‘para kazanmış olacakları meslekler’ olarak düşünmekte; bilimin gelişmesine katkı sağlamayı bir sonraki aşamada dikkate değer görme eğilimindedirler. Durum böyle olsa dahi, öğrenciler için meslek seçimi büyük sorunlar teşkil etmektedir. Üniversite sınavından istedikleri puanları almak, aldıkları puanlarla gitmek istedikleri bölümlere yerleşebilmek, gittikleri bölümden mezun olduktan sonra mesleğe hemen başlayabilmek gibi durumlar öğrencilerin kaygılarına örnek olarak gösterilebilir. Tabi ki burada önemli olan durum, meslek seçiminde hem bireysel hem de toplumsal bazı etmenlerin söz konusu olduğudur. Günümüzde meslek sayılarının oldukça artması ve söz konusu mesleklerin uzmanlıklar gerektirmesi sebebiyle öğrencilerin meslek seçimlerinde giderek bir zorlaşma olduğu görülmektedir. “Bireyin meslek seçimini etkileyen etmenler Savickas (1991) tarafından, yetenek, ilgi, değer ve inanç sistemi, aile, kültür ve çevre olarak belirtilmiştir. Kuzgun (2004) meslek seçimini etkileyen etmenleri psikolojik (yetenek, ilgi, değer vb.) ve sosyal faktörler (sosyoekonomik düzey, aile ilişkileri) olmak üzere iki grupta ele almaktadır. Korkut-Owen (2008) ise bu faktörlere ek olarak, politik, ekonomik, yasal ve sisteme ilişkin özellikler (ülkenin yönetim biçimi, ekonomik yapısı, yasalar vb.) ve şans (sağlık koşulları, doğal olaylar vb.) etmenlerine değinmektedir” (Korkut-Owen vd. , 2012; 135). Tüm bunlara ek olarak, öğrenciler ‘mezuna kalmamak’ sebebiyle de meslek seçimlerine ve üniversite eğitimlerine de zorunlu olarak bir yön verebilmektedirler.

Araştırmada, Niğde Ömer Halisdemir Üniversitesi Fen-Edebiyat Fakültesi Sosyoloji ve Tarih bölümlerinde eğitim alan son sınıf öğrencilerinin bölüm seçimlerinde etkili olan etmenler, bölümleriyle ilgi durumları ve memnuniyet düzeyleri, mezun olduktan sonraki mesleki kaygıları karşılaştırmalı olarak yer almaktadır. Araştırmada cevap aranan sorular şu şekilde sıralanabilir:

- Sosyoloji/ Tarih bölümü öğrencilerinin bölüm tercihlerinde etkili etmenler nelerdir?
- Bölüm seçiminde üniversitenin bulunduğu şehrin etki düzeyi nedir?
- Öğrencilerin bölümlerine olan ilgi ve memnuniyet düzeyleri nasıldır?
- Eğitim aldıkları bölümün amaçları ile ilgili görüşleri nelerdir?
- Ders içi ve ders dışı okuma pratikleri nasıldır?
- Gelecekle ilgili beklenti ve hayalleri nelerdir?

Çalışmanın ilk kısmında, araştırma konusunun temeli olan öğrencilerin bölüm seçimlerinde etkili etmenler ile ilgili literatür taramalarına bakılmış, sonrasında araştırma kapsamında yapılan saha çalışmasında katılımcılardan elde edilen veriler, bölüm memnuniyet ve ilgi düzeyleri, eğitim aldıkları bölümün amaçları ile ilgili görüşleri, gelecekle ilgili beklenti ve

hayalleri gibi konular sunulmuş ve yorumlanmıştır. Araştırmanın son kısmında ise araştırma tartışması ortaya konulmuş ve sonuç bölümüne yer verilmiştir.

İlgili Alan Yazını

Üniversiteler, yüksek nitelikli bireyler yetiştirmek ve toplumsal-bilimsel araştırmalar yapmak üzere ortaya çıkan kurumlardır. Üniversitelerin en belirgin amaçları; ileri düzeyde bilimsel araştırmalar yapmak, bilgi ve bu bilginin kullanımıyla birlikte teknoloji üretmek, bilimsel verileri topluma mal etmek, ulusal ve evrensel çerçevelerde gelişmeye ve ilerlemeye katkıda bulunmaktır. Eğitim sisteminde en üst kademede yer alan üniversiteler, toplumsal yaşamın hemen hemen bütün alanlarıyla iç içedir. Sistemin diğer kademelerinin görevleri var olan bilgiyi aktarmak rolüne sahipken, üniversitelerin en önemli rolü bilgiyi üretmek, üretilen bilgiyi yaymak ve toplumsal yaşamda kullanımı sağlamaktır (Tuzcu; 2003 akt. Bakırcı ve Karaman; 2010,95). Literatürde öğrencilerin bölüm seçimlerini etkileyen, mesleki kaygılarını araştıran birçok çalışma bulunmakla birlikte, bu çalışmaların neredeyse hepsi nicel araştırma formatında yapılmıştır. Bu bağlamda, nitel araştırma yöntemiyle yürütülen çok az sayıda çalışma olduğu gözden kaçırılmamalı; çalışmalar daha çok bu yönde yürütülmelidir.

Öğrencilerin üniversite seçimlerini etkileyen birçok faktör bulunduğu yapılan birçok araştırma sonucunda ortaya konulmuştur. Bu faktörlerden biri üniversitenin bulunduğu şehrin coğrafi şartları ile alakalıdır. “Wright ve Kriewal (1980), Welki ve Navratil (1987), Shank ve Beasley (1998), Moogan ve Baron (2003), Briggs ve Wilson (2007) üniversitenin bulunduğu coğrafi konumun üniversite tercihinde etkili olduğunu göstermişlerdir” (Akar, 2012; 99). Bu kıstasın açıklaması birkaç açıdan değerlendirilebilir nitelikler taşımaktadır. Üniversitelerin, bireylerin yaşadıkları şehirlere yakın bir konumda bulunması, onlar için maddi açıdan bir tasarruf sağlayabilmektedir. Aynı zamanda bu durum üniversiteye ulaşım bakımından da fayda sağlayabilmektedir: süre bakımından hızlı ve ulaşım hizmetleri açısından kolaydır. Üzerinde durulması gereken önemli bir diğer nokta ise, üniversite seçimindeki konumun ailenin veya kişinin kendi yaşadığı şehre olan yakınlığıdır (Ming, 2010; Absher ve Crawford,1996 akt. Akar, 2012;99).Üniversitenin coğrafi konumuyla ilgili önemli bir diğer kıstas ise Soutar ve Turner (2002)’ın üzerinde durduğu, üniversitenin içerisinde bulunduğu şehrin sosyal imkânları ve mezun olduktan sonra iş olanaklarının da bulunuyor olmasıdır (Akar, 2002;99).

Üniversite ve bölüm seçimlerinde, öğrencilerin ailelerinin, üniversitenin bulunduğu şehrin ve üniversiteye giriş sınavından alınan puanın, öğrencilerin seçimlerinde çok büyük etkisi olduğunu Kurt (2013) yaptığı çalışmada saptamıştır. Kurt puan faktörünü en önemli etken olarak ele almış, aynı zamanda sınavdan alınan puanın ‘yeterli’ olmasını, bölüm seçiminde ön koşullardan biri olarak belirtmiştir (Çatı vd.2016; 164).

Sarıkaya ve Khorshid (2009; 395) yaptıkları bir çalışmada, öğrencilerin bölüm ve meslek seçimlerini yaparken asıl önemli olan şeyin, öğrencilerin ilgileri ve yetenekleri yönünde bir seçimde bulunmaları gerektiği olduğunu belirtmişlerdir. Bireylerin gelecek kaygıları, ileriye güvenle bakmalarını ve meslek seçimlerini olumsuz yönde etkileyeceği için, ilk başta eğitim aldıkları bölümlere istemeyerek ve mecburiyetten gitmeleri gelecekleri için fazlasıyla önem teşkil etmektedir. Aynı zamanda eğitim aldıkları bölümlere istemeyerek gelen öğrencilerin

memnuniyetsizlik hali, eğitim sırası haricinde aynı zamanda mezun olduktan sonra da kendisini gösterecek; mesleğe karşı duyulan ilgi düzeyini daha da düşürecek ve bireyleri olumsuz yönlerde etkilemeye sebep olacaktır.

Çulha Özbaş ve Aktekin'in (2013) tarih öğretmen adaylarının tarih öğretmenliğine olan inançları kapsamında yaptıkları araştırmada elde ettikleri sonuca göre, öğrenciler metaforlar üzerinden bu inançları aktarmış ve bununla birlikte bir sınıflamaya gitmişlerdir. Elde ettikleri sonuçlara göre bu metaforları 6 başlık altında toplamışlardır. Bunlar; "tarihsel bilginin aktarıcısı olarak tarih öğretmeni", "tarihsel bilginin depolayıcısı olarak tarih öğretmeni", "aydınlatan/yol gösteren kişi olarak tarih öğretmeni", "müfredatın bekçisi olarak tarih öğretmeni", "toplumu şekillendiren kişi olarak tarih öğretmeni" ve "tarih araştırmacısı olarak tarih öğretmeni" şeklinde karşımıza çıkmaktadır (Çulha Özbaş ve Aktekin, 2013;222).

Benzer bir araştırmada Kaya, Aslan ve Günel (2013), tarih öğretmen adaylarının bölümü tercih etme sebepleri ve beklentileri üzerinde durmuşlar ve yine benzer bir sonuca ulaşmışlardır. Araştırma sonuçlarına göre: "*Görüşme yapılan öğretmen adayları, tarih öğretiminin amaçları hakkında başta tecrübe edinerek geleceğe yön verme üzere geçmişten ders alma, gelecek kuşaklara tarihi mirası iyi bir şekilde aktarabilme ve geçmişimizi öğrenme gibi daha çok bilindik ve geleneksel görüşlere sahiptirler*" (Kaya vd., 2013; 24).

Yöntem

Çalışmanın amacı, Niğde Ömer Halisdemir Üniversitesi Fen-Edebiyat Fakültesi Sosyoloji ve Tarih bölümlerinde eğitim alan öğrencilerin bölüm seçimlerinde etkili olan etmenler üzerinde durmakta; bölüme ilk geldiklerindeki ve sonraki süreçlerde memnuniyet durumlarını, gelecek ile ilgili beklenti ve hayallerinin bu süreç içerisinde nasıl şekillendiği ele alınacak başka değişkenlerle öğrencilerin deneyimleri üzerinden araştırmaktır. Bu çalışmada, araştırmanın amaçları doğrultusunda nitel araştırma yöntemleri kullanılacaktır.

Nitel araştırma desenlerinden ise fenomenolojiden yararlanılmış ve bu bağlamda bir saha araştırması gerçekleştirilmiştir. Fenomenolojide bir çalışma yaparken üzerinde durulması gereken en önemli nokta ortak deneyimlerdir. "Fenomenolojinin temel amacı bir fenomenle ilgili bireysel deneyimleri evrensel nitelikteki bir açıklamaya indirgemektir" (van Manen, 1990;177 akt Creswell, 2013;77). Tanımdan da yola çıkarak, araştırmada öğrencilerin eğitim aldıkları bölümle ilgili kişisel deneyimleri üzerinde durulmuş ve yine bu bağlamda analizler gerçekleştirilmiştir. Araştırma örneklem grubunu ise Niğde Ömer Halisdemir Üniversitesi, Fen Edebiyat Fakültesi, Sosyoloji ve Tarih bölümlerinde eğitim gören öğrenciler oluşturmaktadır. Araştırma kapsamında toplam 15 öğrenci ile görüşmeler sağlanmıştır. Araştırmada veri toplama aracı olarak yarı-yapılandırılmış görüşme formu kullanılmıştır. Görüşmeler sorulan sorular etrafında daha çok sohbet havası içerisinde gerçekleştirilmiştir. Görüşmelerin kayıt altına alınmasında ise, telefonda yer alan ses kayıt uygulamasından faydalanılmıştır. Görüşmelerin ses kaydına alınacağı öğrencilere görüşme öncesinde söylenmiş ve izin alınarak gerçekleştirilmiştir. Görüşmeler kayıt altına alındıktan sonra deşifre edilerek yazıya geçirilmiştir. Verilerin analiz edilmesinde, katılımcıların görüşleri doğrudan alıntılanarak metin içerisinde gösterilmiş ve bu görüşler doğrultusunda yorumlamalar yapılmıştır.

2. BULGULAR

Araştırmanın bulgular kısmında öncelikle öğrencilerin bazı demografik bilgileri sunulmaktadır. Çizelge 1’de Sosyoloji ve Tarih bölümü son sınıf öğrencilerinin sırasıyla görüşmeci kodu, yaş, şehir, anne-baba mesleği ve genel akademik ortalama bilgileri yer almaktadır. Görüşmeci kodlarında yer alan ‘S’ harfi görüşmecinin Sosyoloji bölümünde; ‘T’ harfi ise Tarih bölümünde eğitim aldığını simgelemektedir. Bölüm kodlarından sonra gelen ‘E’ harfi erkek; ‘K’ harfi ise kadın görüşmecileri temsil etmektedir. Bölüm ve cinsiyet kodlarından sonra yer alan numaralar ise görüşmecileri birbirlerinden ayırt etmek için kullanılmıştır.

Çizelge 1: Görüşmeci Bilgileri

<u>Görüşmeci Kodu</u>	<u>Yaş</u>	<u>Şehir</u>	<u>Anne-baba mesleği</u>	<u>Akademik Ortalama</u>
<u>SE1</u>	<u>22</u>	<u>Yozgat</u>	<u>Ev hanımı-Çiftçi</u>	<u>2,29</u>
<u>SE2</u>	<u>23</u>	<u>Gaziantep</u>	<u>Ev hanımı-İnşaat boyacısı</u>	<u>2,70</u>
<u>SE3</u>	<u>22</u>	<u>Adana</u>	<u>Ev hanımı- İnşaat işçisi</u>	<u>2,40</u>
<u>SK1</u>	<u>22</u>	<u>Adana</u>	<u>Ev hanımı-İnşaat ustası</u>	<u>2,77</u>
<u>SK2</u>	<u>23</u>	<u>Kahramanmaraş</u>	<u>Sorulmadı</u>	<u>3,17</u>
<u>SK3</u>	<u>23</u>	<u>Adana</u>	<u>Ev hanımı- Emekli hastane çalışanı</u>	<u>2,70</u>
<u>SK4</u>	<u>21</u>	<u>Kayseri</u>	<u>Ev hanımı-Çalışmıyor(hasta)</u>	<u>2,30</u>
<u>TK1</u>	<u>23</u>	<u>Konya</u>	<u>Ev hanımı-Şoför</u>	<u>3,40</u>
<u>TK2</u>	<u>22</u>	<u>Eskişehir</u>	<u>Ev hanımı-İnşaatçı</u>	<u>3,00</u>
<u>TK3</u>	<u>21</u>	<u>İstanbul</u>	<u>Ev hanımı- Esnaf</u>	<u>3,20</u>
<u>TK4</u>	<u>21</u>	<u>Adana</u>	<u>Ev hanımı- İnfaz koruma memuru</u>	<u>2,34</u>
<u>TK5</u>	<u>23</u>	<u>Adana</u>	<u>Ev hanımı- Fabrikada işçi</u>	<u>2,67</u>
<u>TE1</u>	<u>21</u>	<u>Adana</u>	<u>Ev hanımı- (hayatta değil)</u>	<u>2,85</u>
<u>TE2</u>	<u>21</u>	<u>Kayseri</u>	<u>Ev hanımı- Esnaf</u>	<u>2,77</u>
<u>TE3</u>	<u>22</u>	<u>Gaziantep</u>	<u>Ev hanımı-Esnaf</u>	<u>2,91</u>

2.1. Öğrencilerin Bölüm Tercihlerinde Etkili Olan Etmenler

Öğrencilerin bölüm seçimlerinde birçok faktör etkili olabilmektedir. Araştırmada ele alınan Tarih ve Sosyoloji bölümleri bu noktada pek de büyük farklılıklar sergilememektedirler. Bu noktada çizelge 2’de öğrencilerin bölümü tercih etme sebepleri ve hangi öğrencinin bölümü ne sebeple tercih ettiği yer almaktadır.

Çizelge 2: Öğrencilerin Bölümlerini Tercih Etme Sebepleri

<u>Puanın bu bölüme yetiyor olması –mecburiyetten-</u>	<u>TK1- TK2-SK1</u>
<u>Öğretmenlik mesleğini yapabilmek için</u>	<u>SE2- TE1</u>
<u>Aile bireylerinin isteği doğrultusunda</u>	<u>TK3-TK4-TK5-SE1</u>

<u>Bölüme duyulan ilgi</u>	<u>SK2-SK3</u>
<u>Dört yıllık eğitim alıp polis olabilmek için</u>	<u>SK4-SE3- TE2- TE3</u>
<u>Başka bölümde çift yan ana dal yapabilmek</u>	<u>SK3</u>

Her iki bölüm öğrencilerinin büyük çoğunluğu puanlarının bu bölüme yetiyor olmasından dolayı bu bölümü tercihlerine eklediklerini belirtmiş ve mecburen bu bölümlere geldiklerini söylemişlerdir. Bir başka etmende oluşan çoğunluk ise aile bireylerinin istekleri doğrultusunda bölüme gelmeleri olmuştur. Aile bireylerinin isteği etmeni içerisinde öğrencilerin tercihlerini genellikle kardeşleriyle birlikte yaptıkları görülmektedir. Burada aslında en önemli etmen olarak görülen bölüme ilgi duyma etmeni, sadece Sosyoloji bölümündeki iki kişi tarafından gerçekleştirilmiştir. Tüm görüşmeciler içerisinde sadece SK3 bölüme ilgi duyduğundan ve öğretmenlik mesleğini yapmak istemediğinden dolayı bölüme geldiğini söylemiştir. Geriye kalan tüm öğrenciler, her iki bölüm için de, öğretmenlik mesleğini yapmak istediklerinden dolayı bölüme geldiklerini belirtmiştir.

Öğrencilerin bölüm seçimlerine teorik bir başka açıdan bakacak olursak; Bourdieu (2015;113), öğrencilerin bölüm seçimlerine ilişkin bir analizinde kadın öğrencilerin erkek öğrencilere nazaran Edebiyat Fakültelerini tercih etmeye daha meyilli olduğunu söyler. Ona göre kadın öğrenciler, sözel alanlara erkek öğrencilerin iki katı fazla mahkûmdur ve bu sebeple daha az seçilmiş olarak bu fakültelerde yer alabilirler. Araştırma bağlamında bir ilişki kuracak olursak, Bourdieu'nun öne sürdüğü tez Sosyoloji bölümünde kendisini fazlasıyla göstermektedir. Sosyoloji bölümündeki erkek nüfus, toplam nüfusun sadece üçte biri kadarını ancak oluşturabilmektedir. Bu durum tarih durumunda biraz daha farklıdır. Tarih bölümündeki erkek nüfus, Sosyoloji bölümüne nazaran daha fazladır. Söz konusu durumun farklı olmasının sebebi olarak ise Sosyoloji'nin ülkemizde hala hak ettiği değeri görmediğinden kaynaklı olduğu düşünülmektedir.

Bir başka açıdan konuyu ele aldığında ise (2015;115), “kadınları ‘kadınsı’ yatkınlık gerektiren mesleklere (mesela ‘sosyal’ hizmetler) mahkûm eden veyahut da meslekle ‘kadınsı’ bir yatkınlık gerektiren görevleri veya görevlerin bu türden yanlarını kabul etmeye veya bilinçsizce talep etmeye iten nesnel şanslar sistemini dolaylı olmakla birlikte içerir.” Bu da kadınların yapabilecekleri mesleklerin ‘belirlenmiş’ olduğu, bu yönde bir bölüm seçimine gidildiği anlamına gelmektedir ki içerisinde bulunduğumuz kültürel yapı da bu görüşü destekler niteliktedir. Birtakım tanımlamalar, meslek seçimlerinde öğrencileri hâlihazırda sınırlandırmaktadır. Aynı zamanda Bourdieu'ya göre öğrencilerin tercih ettikleri eğitim alanları kendilerinin de içinde bulunduğu toplumsal sınıfın beklentilerine bağlıdır. Bir öğrencinin eğitimi ve kariyeri ile ilgili beklentisi, ailelerinin eğitim tecrübeleri ve kültürel hayat pratiklerinin belirlenmişliğini taşır. İşçi sınıfı gençleri eğitimde yüksek bir başarı düzeyini hedeflemezler, çünkü Bourdieu'ya göre, fazla kültürel sermayesi olmayanların okulda başarılı olmak konusunda sahip oldukları sınırlı fırsatları içselleştirmiş ve kendilerini bu şekilde sınırlandırmışlardır (Swartz, 2011; 274). Çizelge 1’de yer alan anne-baba mesleği verilerine ve öğrencilerin gelecekle ilgili beklenti ve hayallerine bakıldığında bu durum Bourdieu'nun öne sürdüğü haliyle tezahür etmektedir. Görüşmecilerin çoğunun işçi sınıfı bir aileden geldiği

görülmekte; gelecekle ilgili beklentileri ise bu çerçevede şekillenmektedir. Her ne kadar eğitim olarak kişisel kültürel sermayelerinde bir statü gelişmesi gösterebilirler de, mesleklerinin yapamayacakları kaygısı onların durumu içselleştirdikleri yönünde izlenim vermektedir. Bu durumda Swartz'ın da değindiği haliyle, Bourdieu'ya göre eğitim, miras alınmış kültürel farklılıkların akademik başarıyı ve meslekî fırsatları şekillendirmesini sağlayarak, gerçekle eşitlikçi bir toplumsal düzenin idamesine katkıda bulunur (Swartz, 2011; 264).

2.2. Öğrencilerin Niğde'yi Tercih Etme Sebepleri

Üniversite eğitimi alacak olan birçok öğrencinin seçimlerinde şehirler büyük bir rol oynamaktadır. Gerek gittikleri yerlerin büyükşehir olması, turistik olması, sahil bölgelerinde yer alması gerekse de şehirde bulunan üniversitenin adını duyurmuş olması bu bağlamda yer alan önemli unsurlardan sayılabilmektedir. Çizelge 3'te araştırma örneklemimizde yer alan öğrencilerimizin Niğde'yi tercih etmelerindeki sebepler gösterilmektedir.

Çizelge 3: Öğrencilerin Niğde'yi Tercih Etme Sebepleri

<u>Yakın arkadaşının tercihlerini değiştirmesi sonucu</u>	<u>SK4</u>
<u>Yaşadığım şehre mesafesinin yakın olmasından dolayı</u>	<u>SK3-SK1-TK4-TK1-SE1- TE3</u>
<u>Burada okuyan bir arkadaşımın tavsiyesi üzerine</u>	<u>SK2</u>
<u>Yakın bir şehirde akrabalarımın bulunmasından dolayı</u>	<u>TK3- TK5</u>
<u>Puanımın buraya yetiyor olması</u>	<u>TK2- TE1- TE2- SE3</u>
<u>Ülkücü bir şehir olmasından dolayı</u>	<u>SE2</u>

Çizelge 3'te de görüldüğü üzere Sosyoloji ve Tarih bölümlerinde okuyan üniversite öğrencilerimizin birçoğu eğitim alacakları şehir seçimini yaşadıkları şehre mesafesinin yakın olmasından dolayı yapmışlardır. Yaşadıkları şehirden çok da uzaklaşmak istemediklerini, evlerine rahatlıkla gidip gelebilme istekleri bu tercihi yapmalarına sebep olarak gösterilebilmektedir. Aynı zamanda yakın şehir seçimindeki bir diğer etmense ekonomik bir unsur içerilmektedir. Maddi açıdan da zorlanmak istemedikleri için yakın şehir seçimi olarak Niğde onlara bir avantaj sağlamaktadır. Çoğunluğun dışarısında kalan seçim sebeplerinde ise tavsiye üzerine, puanın buraya tutuyor olması, yakın şehirlerde akrabalarının bulunuyor olması gibi unsurlar yer almaktadır. Burada dikkat edilmesi gereken nokta, yaşadıkları şehre mesafenin yakın olmasından dolayı Niğde seçimini yapan öğrencilerin, her ne kadar bu gerekçeyi sunsalar da puanlarının buraya yetiyor olması da gözden kaçırılmamalıdır. Tüm bu gerekçeler dışında kalan iki gerekçe vardır ve oldukça farklılaşmıştır: Niğde'nin ülkücü bir şehir olduğu düşüncesiyle gelen SE2 ve kendisinden habersiz tercih formunu değiştiren arkadaşı sebebiyle burada bulunan SK4. Her iki öğrencinin Niğde'de bulunış sebepleri de oldukça spesifikdir. Öncelikle SE2, Niğde'ye gelmesinin sebebi olarak bölümü göstermemiş, ülkücü bir şehir olduğu duyumuyla Niğde'ye gelmiştir. Fakat buraya geldikten sonra çok pişman olduğunu, duyduğu şeylere karşılık bir şeyler göremediğini belirtmiştir. SK4 ise kendisi tamamıyla farklı tercihler yapmış fakat yakın bir arkadaşı, 'Buna bu tercihler kesin gelmez' diyerek tercih formunu değiştirmiştir.

2.3. Öğrencilerin Sosyoloji ve Tarih Bölümlerine Gelmeden Önce Eğitim Almak İstedikleri Bölümler ve Şehirler

Ülkemizde birçok öğrenci üniversite sınavından istedikleri puanları alamamalarından dolayı arzu ettikleri bölümlere ve şehirlere yerleşememişlerdir. Üniversitemizin Sosyoloji ve Tarih bölümlerinden örneklem aldığımız görüşmeciler de bu görüşü destekler nitelikte görüşlerde bulunmuşlardır.

SK3 kodlu görüşmeci dışında hiçbir görüşmeci eğitim aldıkları bölümün adını dahi geçirmemiştir. Çoğunluklu bölüm olarak öğretmenlik bölümlerini; şehir olarak ise daha çok sahil bölgelerinde yer alan şehirlere gitmek istediklerini belirtmişlerdir. Burada da aklımıza gelen ilk şey ‘okumaya değil tatile gidiyoruz’ gibi söylemlerde bulunan öğrenciler olmaktadır. Burada da bu düşüncede yer alan öğrencileri ‘tatil tipi öğrenci’ olarak kodlamak istiyorum. Bölüm bazında bir ayrıma gidecek olursak; Sosyoloji bölümünde yer alan öğrenciler çoğunluklu olarak sınıf öğretmenliği ve psikoloji bölümünde okumak istediklerini belirtmiştir. Tarih bölümü öğrencilerinde ise durum biraz daha farklılık gösterebilmektedir. Kadın öğrencilerden iki kişi ilahiyat bölümünde eğitim almak istediklerini belirtirken, gazetecilik, hukuk gibi bölümlerde eğitim almak isteyen öğrenciler de bulunmaktadır. Sosyoloji bölümü öğrencileri, Tarih bölümü öğrencilerinden farklılaşarak çoğunluklu olarak öğretmenlik mesleğine yönelmişlerdir.

2.4. Öğrencilerin Okudukları Bölüme Karşı İlgil Durumları ve Memnuniyet Düzeyleri

Öğrencilerin bölüm seçimlerinde, eğitim alacakları bölümlere olan ilgileri başarı düzeylerini etkilemesi bakımından önemlidir. Aşağıda, öğrencilerin Sosyoloji ve Tarih bölümlerine olan ilgileri ve memnuniyet düzeyleri ile ilgili bazı görüşler yer almaktadır.

Aynı zamanda, bölüm memnuniyet düzeyleri ile ilgili öğrencilerin genel akademik ortalamalarıyla arasında olumlu bir ilişki bulunup bulunmadığına da yer verilecektir.

TK1: *“Bölüme bilinçli olarak ve isteyerek gelmedim ama geldikten sonra sevdim. Geçen hafta sunumum vardı mesela, o sunumu yaptıktan, öğrencilerle kaynaştıktan sonra bölümü sevmeye başladım açık konuşmak gerekirse. Tarih gerçekten zor ve keyifli bir bölüm. Bir şeyleri öğrendim, daha fazla şey öğrenmek istiyorum. Tarihi, merak duygusu olmayan bir insan öğrenemez diye düşünüyorum zaten”.*

TK1 kodlu öğrencinin 3,40 düzeyinde bir başarı ortalaması vardır ve bu da oldukça iyi bir başarı düzeyini temsil etmektedir. Her ne kadar bölüme istemeyerek geldiğini belirtmiş olsa da, başarı düzeyi bize, bölüme geldikten sonraki memnuniyet durumunda olumlu anlamda gelişmeler yaşadığını gösterebilecek bir niteliktedir.

TK4: *“Tarihi hiç sevmiyordum, nefret ediyordum. Lisede hocalarla sürekli bir sıkıntı yaşıyorduk. Onlar bana sevdirmede açıkçası tarihi. Dersi dinlesem bile (hocaların) tavrı yetiyordu nefret etmeme. Tarihi yaşatmadılar bana. Şu an idare eder, seviyorum biraz. Bazı hocaların derslerini çok seviyorum da bazılarınıninkini hiç sevmiyorum. Staj yapıyor olmam sevmemde çok etkili oldu bölümü. Tarihe karşı ilgimden ziyade öğretmenliğe karşı bir ilgim var”.*

TK4 kodu ile yer alan öğrencinin başarı ortalaması 2,34'tür. Kendisi bölümden nefret ettiğini açıkça belirtmiş ve bu durumun başarı düzeyini de olumsuz etkilediği görülmüştür. Formasyon eğitimi alıyor olması sebebiyle bölüme karşı memnuniyetinin az da olsa bir artış gösterdiği söylenebilir.

Katılımcılardan kısmi olarak sunulan görüşler ışığında Tarih bölümü öğrencilerinden hiç kimse bölüme ilgi duyarak ve isteyerek gelmemiştir. Çoğu katılımcı tarihe karşı hiçbir ilgisinin olmadığını belirtirken (TK1, TK3, TK5, TE1, TE2); bir katılımcı (TK4) bölümden nefret ettiğini, iki katılımcı ise (TK2, TE3) bölümü sonradan sevdiğini belirtmiştir. Bölümle ilgili öğrencilerin memnuniyet düzeylerinde eğitim süresince artış görülmüş, bu durumu da genel olarak öğretmenlik mesleğinin verdiği duyguya bağlamışlardır. Bu bağlamda, öğrencilerin memnuniyet düzeylerinde olumlu sonuçların bulunmasında, öğrencilerin aldıkları pedagojik formasyon eğitimi büyük önem arz etmektedir.

SE2: *“Sosyolojiyi formasyon alıp öğretmen olmak için yazdım. Hiç sevmiyorum bu bölümü, gelenlere de hiç tavsiye etmem. Boşta kalma şansın çok bu bölümde. Türkiye’de sosyoloji ilerlemez. Buraya da zaten ülkücü bir şehir olduğu için gelmişim ama hiç de öyle değilmiş. Çok ayrımcılık var. Ayak uyduramadım buraya da bölüme de”*.

SE2 kodlu öğrencinin başarı ortalaması 2,70'tir. Öğrenci, bölümü sevmediğini açıklıkla belirtmiş ve memnuniyet düzeyinde de bir gelişme bulunmadığını *“...gelenlere de hiç tavsiye etmem”* sözüyle göstermiştir.

SK2: *“Çevremde sosyoloji okuyan çok insan var. Biraz onlardan biliyordum, biraz da araştırdım öyle geldim bölüme. İlğim vardı o yüzden bölüme. Çok geliştim birinci sınıftan bu yana. Fikirlerim, düşüncelerim çok gelişti gerçekten. Daha geniş bakabiliyorum mesela olaylara artık. İlk geldiğimde de memnundum, şu an da çok memnunum bölümden. Hocalarım da çok iyi. Onlar da çok etkili oldu”*.

SK2 kodu ile yer alan öğrenci bölüme karşı ilgi duyarak ve bilgisi olduğunu söyleyerek geldiğini belirtmiştir. Bu durumda, arkadaşlarının bu bölümde (başka yerlerde) eğitim aldıkları ve memnun oldukları görüşünü SK2 ile paylaşımları olumlu bir etki göstermiştir. SK2'nin başarı ortalaması 3,17'dir. Başarı seviyesi ile memnuniyet düzeyi arasında bir ilişki kurulmak istendiğinde ise, SK2'nin başarı düzeyi ile memnuniyet durumu arasında olumlu bir ilişki kurulabileceği düşünülmektedir.

Bu durum, bölüme ilgi duyarak, araştırıp isteyerek gelen öğrencilerin başarı düzeyleri ile bu bağlamda paralellik gösterdiğini; öğrencilere olumlu katkılar sağlayabildiğini bizlere sunmaktadır.

2.5. Öğrencilerin Eğitim Aldıkları Bölümün Amaçları ile İlgili Görüşleri

Öğrencilerin, eğitim aldıkları bölümün amaçları ile ilgili görüşleri mesleki anlamda büyük önem taşımaktadır. Öğrencilerin eğitim aldıkları bölümlerin amaçlarını bilerek eğitime devam etmeleri, onları mesleki anlamda da bir yetkinliğe ulaştıracaktır. Bu sebeple araştırmada bu bölüme de yer verme gereği duyulmuştur.

TK2: “Geçmişten ders çıkarabilmek, geleceğimize yön vermek, yeni nesle atalarımızın nasıl zor yollardan geçtiğini göstererek geleceklerine yön verebilmelerini sağlamak”.

TK3: “Geçmişini bilmeyen geleceğini bilemez diye klişe bir söz vardır ya, öyle bir şey. Milli bilinci uyandırabilmek için bu bölüm bence çok önemli gençlik için. “Neler yaşamışız, bugünlere nelerle gelmişiz?”, bunları öğrencilere aşılacak”.

TE2: “Geçmişteki olayları gelecek nesillere doğru bir şekilde aktarmak”.

Tarih bölümü öğrencileri, bölümlerinin amaçları ile ilgili genel olarak ortak görüşler sunmuşlardır. “Tarihi daha iyi anlamak, gelecek nesillere aktarmak, geçmişi öğrenmek ve ders çıkarabilmek” gibi verilen cevaplar, tarih öğretiminin amaçları arasında görülebilmektedir. Öyle olmasa dahi, öğrencilerin eğitim aldıkları bölümle ilgili kişisel görüşleri, mesleki anlamda nasıl bir konumla yapacaklarını da gösterebilir bir nitelik taşıyabilir.

SK1: “Bence sosyologlar sayesinde toplum bilinçleniyor. Toplumunu bilinçlendiremesek bile, sosyoloji okuyan insanlar bilinçlendiği için, bunlar da toplumun bir parçası olduğu için kendilerini geliştirmeleri bile topluma bir katkı. Kimseye fayda sağlamadıkları halde bile kendilerine bir faydası olduğu için bu bile bence toplumun bir parçasını geliştiriyor”.

SK3: “Biz toplumu inceliyoruz, toplum bilimi sonuçta bu ama toplum bunun farkında değil. Böyle bir sıkıntı var. Bizim üniversitemizdeki hocalarımız mesela bize her şeyi öğretiyorlar. Diğer üniversitelerde de bölümü okuyan arkadaşlarım var, onlardan çok farklı bizim bölüm. Karl Marx’ı öğrendik mesela, bunu nerede kullanacağız derdim hep. Neyi nerede kullanabileceğimi öğrendim. Toplumla bağdaştırabiliyorum yani”.

SE1: “Sosyoloji zaten toplum bilimi demek. Toplumunu anlamak, yardım edebilmek önemli. Topluma da bunu anlatmak lazım.”

Sosyoloji bölümü için de Tarih bölümünde olduğu gibi ortak kanılar olduğu söylenebilir. Sosyoloji bölümü öğrencileri, bölümün amaçları ile ilgili görüşlerinde genel olarak “toplumunu incelemek, anlamak, olumlu yönde etkileyebilmek” gibi ortak bir paydada toplayabileceğimiz benzer cevaplar vermişlerdir.

2.6. Öğrencilerin Gelecekle İlgili Beklenti ve Hayalleri

Öğrencilerin bölüm ve meslek seçimini aynı zamanda geleceğini de etkileyen bir diğer faktör beklenti ve hayalleridir. Öğrenciler seçimlerini gelecekle ilgili beklenti ve hayalleri doğrultusunda yapma eğilimi gösterebilmektedirler. Bu durum, istediği bölüme yerleşemeyen öğrenciler için büyük bir sorun teşkil etmektedir. İstemedikleri bir bölümde eğitim almaları hem eğitim süresince başarı düzeylerini etkileyecek hem de gelecekte istemedikleri meslekleri yapmak zorunda bırakacaktır.

Bu bölümü, hem öğrencilerin başarı düzeyleri ile ilgili bağlantı kurmak hem de gelecekle ilgili hayallerini ne denli şekillendirebildiklerini görebilmek sebebiyle araştırmaya eklemek gerekli görülmüştür.

TK2: “Hiçbir beklenti ve hayalim yok. Ruhsuzum biraz. Atanmakla ilgili bir umudum yok, bu yüzden hayalini de kurmuyorum. İmkânsız gibi biraz”.

TK4: “Atanmak, tek hayalim öğretmen olmak. İşimi elime almak ve insanlara bir şeyler öğretmek. Gerçekleşmesi yüzde kırk mümkün”.

TE3: “Atanmak istiyorum tabi ki. Ama çok zor. Okumak ayrı zor, atanmak ayrı zor. Çok çalışırsak belki olur. Allah büyük.”

Tarih bölümü öğrencileri için gelecekle ilgili genel eğilim ‘atanmak’tır. Gerek istemedikleri bir bölümde eğitim alıyor olmalarından gerekse mesleklerini icra edebilecekleri bir konuma sahip olmadıklarını düşündüklerinden (düşündürtmelerden) dolayı gelecekle ilgili söylemleri hep olumsuz düzeyde olmuştur. Başarı düzeylerini yeterli görmemeleri, KPSS sınavından yeterince yüksek puan alamayacaklarını düşünmeleri, alsalar dahi işin içerisine farklı şeyler gireceği düşünceleri onları bu olumsuz düşüncelere sürüklemiş gibi görünmektedir.

SE1: “Ben öğretmen falan olmak hiç istemiyorum. Babam polis ol diye zorluyor beni. Polis de olmak istemiyorum ben. Bana kalsa çiftçilik yaparım. Kendi işim rahat... Polis olunca rahat olamayacağım. O yüzden çiftçilik yapmak istiyorum ben”.

SE2: “Öğretmenlik yapabilmek için formasyon alıyorum. Atanabilirsem ilk hedefim felsefe grubu öğretmenliği. O da olmazsa askeriye falan denerim yani”.

SK1: “İlk önce (sosyolog olarak) atanmak istiyorum. Bunun da imkânsız olduğunu düşünmüyorum. Her şey çalışmaya bağlı. Tabi bende şu an öyle bir çaba yok. Eğer ki birkaç yıl atanamazsam pedagojik formasyon aldığım için dershanelerde, okullarda öğretmenlik yapmak istiyorum”.

SK4: “Sosyolog olarak atanmak isterim öncelikle. Yüksek lisans yapmayı çok isterim. Yüksek lisans yapsam doktora da isterim. Öğrendiklerimi başkalarına da öğretmek isterim mesela. Sahada olmayı çok isterim gerçekten. Ama bu ara sanırım sosyolog olarak atanmayı daha çok isterim”.

Sosyoloji bölümünde de Tarih bölümünde olduğu gibi genel eğilim ‘atanmak’ üzerine yoğunlaşmıştır. Kimi görüşmeciler öğretmen olarak (SK2, SE2, SE3), kimi görüşmeciler sosyolog olarak (SK4, SK1) devlet kadrolarında yer bulmak isterken; SK3 kodlu öğrenci akademik bir kariyer hayali kurmakta; SE1 kodlu öğrenci çiftçi olmak istemektedir. Tarih bölümünde olduğu gibi burada da KPSS sınavı ve atanmak fikri öğrenciler için umutsuzluk anlamlarını da içerisinde barındırmaktadır. Fakat Sosyoloji bölümü öğrencileri, Tarih bölümü öğrencilerine nazaran daha az umutsuzluğa kapılmış gibi görünmektedir.

2.7. Sosyoloji ve Tarih Bölümü Öğrencilerinin ‘Yüksek Lisans’ ve ‘Formasyon’ Fenomenleri

Araştırma bulgularından da anlaşılacağı üzere Sosyoloji ve Tarih bölümü son sınıf öğrencilerimizin (görüşme yaptığımız çoğu katılımcı itibarıyla) çoğu pedagojik formasyon eğitimi almaktadır. Bunların bir kısmı en temelde zaten öğretmen olmak istediklerinden dolayı bu eğitimi alıyor olmakla birlikte, geriye kalan öğrenciler ise kendi mesleklerini yapamama

ihtimali üzerinden hareket ederek bu eğitimi alıyor olduklarını ifadelerinde belirtmişlerdir. Bu durum da katılımcıların mesleki bir kaygı taşıdıklarını gözler önüne sermektedir.

Tarih bölümünde okuyan tüm öğrenciler formasyon eğitimi almaktadır. Bölümün getirisi dolayısıyla öğrenciler ya formasyon alıp öğretmenlik mesleğine yönelecekler ya da 'yüksek lisans' umuduyla akademik bir kariyer yapabilmek için bir adım atacaktırlar. Katılımcılarla yapılan görüşme sonucunda çoğunluğun ilk tercihi tarih öğretmeni olarak atanmak iken, sadece bir kişi yüksek lisans eğitimine öncelik tanıdığını belirtmiştir. Bu durumla ilgili biraz daha ayrıntıya girmek istenilmesiyle birlikte açığa çıkan durum şu olmuştur: KPSS ile mesleği yapmak üzere atanmak ve bununla birlikte yüksek lisans eğitimi almak. Bu da bize gösteriyor ki saf bir akademik kariyer düşüncesi taşıyan kimse görüşmeciler içerisinde özel bir konum teşkil etmemektedir.

Sosyoloji bölümünde de durum pek farklı görünmemektedir. Görüşme yapılan yedi katılımcıdan beşi pedagojik formasyon eğitimi alıyor olduklarını belirtmişlerdir. Geriye kalan iki katılımcıdan biri gerek sosyolog gerekse de öğretmenlik mesleğini yapmak istememesinden dolayı formasyon eğitimi almayı gerekli görmemiştir. Diğer katılımcı ise pedagojik formasyon eğitiminin (sosyoloji bölümü için) fazlasıyla gereksiz ve saçma olduğunu düşünmekle birlikte bu eğitimi almadığının altını ısrarla çizmiştir. Pedagojik formasyon eğitimi almak yerine aile danışmanlığı sertifikası almanın daha mantıklı olacağı görüşünü belirtmiştir. Söz konusu katılımcının yüksek lisans eğitimi almak yönünde bir hedefi vardır. Saf bir yüksek lisans eğitimini isteyen tek katılımcı bu katılımcıdır (SK3). Formasyon almak istemeyen diğer katılımcı haricinde diğer katılımcılar da yüksek lisans eğitimi almak istemektedirler. Fakat burada da mesleki bir kaygının söz konusu olduğu söylenebilir. Burada devreye giren şey ise kendilerini mesleki yeterlilik anlamında eksik hissediyor olmaları olabilir diye düşünülmektedir. Çünkü hâlihazırda şahsım bir yüksek lisans eğitimi alıyor olmamdan dolayı katılımcılar da bana yüksek lisansa nasıl alındığım ile ilgili sorular yöneltmişler ve bu bağlamda bir kıyaslamaya gitmişlerdir. Bu kıyaslamadaki en önemli unsurlardan bazıları (yöneltilen sorular doğrultusunda); genel akademik ortalama (en çok yöneltilen soru bu olmuştur), ALES puanı, bölüm hocalarıyla iletişimimin nasıl olduğu gibi sorular olmuştur ve bu durum içerisinde buldukları kaygıyı da dolaylı olarak bizlere göstermektedir. Aynı zamanda bir kıyaslamaya gittiklerinden dolayı mesleki yeterlilikleri konusunda kendilerine güvenlerinin bu bağlamda tartışılabilir olduğu düşünülmektedir.

3. TARTIŞMA VE SONUÇ

İçerisinde bulunduğumuz çağın bilgi çağı olarak anılmasıyla birlikte eğitime verilen önem de bu düzeyde artmıştır. Bilginin üreticisi olarak görülen üniversiteler bu noktada önemli işlevlere sahiptir. Bu derece önem teşkil eden eğitim kurumuna yapılacak olan öğrenci seçimi de önemli görülebilmektedir. Araştırmada ele alınan konunun üniversiteye alınacak öğrenci seçimi olmamasına karşın, önemine vurgu yapmak istenilmesinden dolayı söz etmiş bulunmaktadır. Asıl üzerinde durulmak istenen konu ise çok farklılaşmamakta; öğrencilerin bölüm seçimlerinde etkili olan etmenler üzerinde durulmakta, buna bağlı olarak birçok değişken ile bağlantılar kurulmaya çalışılmaktadır. Araştırma nitel araştırma yöntemleri ile yürütülmekte ve araştırma deseni olarak ise fenomenolojiden yararlanılmaktadır. Kişisel deneyimlerinden

faydalanacağım örneklemimi ise Niğde Ömer Halisdemir Üniversitesi Sosyoloji ve Tarih bölümlerinde eğitimlerine devam eden son sınıf öğrencileri oluşturmaktadır.

Araştırma konusunun belirlenmesinde etkili olan en önemli unsur, şahsımın da Sosyoloji lisans eğitimi almış olması, bu sebeple de bölümün farklı bir yere konumlandırılmasından kaynaklı olmuştur. Gerek dört yıllık gözlemlerim sonucunda, gerek eğitim aldığım bölüme ilgi duymamdan dolayı konumsal olarak bir farklılaştırmaya gittiğim öz eleştirisini yapabilirim. Kafamda hep bir ‘sosyoloji farklılığı’ olduğu fikri beni bu araştırmayı karşılaştırmalı olarak yapmaya itmiştir. Araştırmaya başlarken de hep bu düşüncede olmuştum: ‘Sosyoloji öğrencileri kendisini her yerde belli eder’. Araştırmanın saha kısmında her ne kadar yanlı bir tutum sergilense de, bu durum görüşmeci öğrencilere yansıtılmamaya çalışılmıştır. Aslında sonradan eksik olduğunu fark edilen bir durum da söz konusu olmuştur. Öğrencilerin hangi liselerden mezun oldukları da bölüm seçme bağlamında etkili bir unsurdur. Bu bölümlere gelen öğrencilerin de hangi liselerden geldikleri araştırmaya belki farklı bir bakış açısı daha kazandırabilirdi diye düşünülmektedir.

Araştırma süresince karşılaşılan bir sıkıntı ise tarih bölümü ve tarih öğretmenliği bölümleri için birçok çalışmanın bulunması, fakat bu durumun sosyoloji bölümü için literatürde pek karşılık bulamamasıdır. Bu ve bunun gibi araştırmaların literatürde daha çok yer alması gerektiği düşünülmektedir.

Araştırmanın ilk kısmında görüşme gerçekleştirilen katılımcıların bazı demografik verilerini sunulmuştur. Tablo halinde yer alan bilgilerde yaş, şehir, anne-baba mesleği ve genel akademik ortalama bilgileri bulunmaktadır. Çizelge 1’de verilen demografik bilgiler daha sonra metnin bölümlerinde ilişkiler kurularak yayılmaya çalışılmıştır.

Asıl meseleye geldiğimizde ise ele alacağımız ilk şey öğrencilerin bölüm seçimlerinde etkili olan etmenler olmuştur. Gerek sosyoloji öğrencileri gerekse tarih öğrencileri, bölümü seçmelerinde en temel etken olarak ‘puanın bu bölüme yetiyor olması’ ve ‘aile bireylerinin istekleri doğrultusunda’ eğitim aldıkları bölümlere geldiklerini belirtmiştir. Eğitim alacakları şehir seçiminde ise; çoğunluk ‘yaşanılan şehre mesafesinin yakın olması’ sebebiyle Niğde’ye geldiklerini belirtmişlerdir. Bu iki etmen arasında da bağlantı kurarak; aslında puanı bu bölüme yeten öğrencilerin genel olarak Niğde’yi seçimlerine ekleme eğiliminde buldukları görülmektedir.

Öğrencilerin eğitim almak istedikleri asıl bölümlere de araştırmanın bir bölümünde yer verilmiştir. Bunu demografik verilerin bulunduğu Çizelge 1’deki bazı değişkenlerle yorumlamak gerekliliği düşünülmektedir. İlk olarak öğrencilerin genel meslek seçimi eğilimi, Sosyoloji bölümünde kendisini sınıf öğretmenliği olarak gösterirken; Tarih bölümünde ise bu durum farklılaşmış, iki öğrenci ilahiyat bölümünde eğitim almak istediğini belirtmiştir. Bu saptamalar çoğunluğun seçimlerine göre yapılmıştır. Gerek sosyoloji gerek tarih bölümlerinde yer alan öğrenciler eğitim almak istedikleri yer seçimi olarak sahil şehirlerini belirtmiş, ‘tatil tipi öğrenci’ tiplendirmesinin yapılması da bu bağlamda etkili olmuşlardır.

Öğrencilerin eğitim aldıkları bölüme karşı ilgi durumları ve bölümdeki memnuniyet düzeyleri ile ilgili bölümde ise, her iki bölümdeki öğrencilerin de bölüme ilgi duyarak ve isteyerek gelmedikleri çoğu katılımcı için söz konusudur. Tarih bölümüne gelen katılımcıların hepsi

bölüme karşı ilk sınıfta ilgi duymadıklarını belirtirken, sonrasında bu durumun giderek değiştiğini, memnuniyet seviyelerinin yükseldiğini belirtmişlerdir. Bu durumun gelişmesinde öğrencilerin pedagojik formasyon eğitimi almalarının katkısı çok büyük olmuştur. Her ne kadar bölümden memnuniyet sebeplerinin formasyon eğitiminden kaynaklı olduğunu direkt olarak söylemeseler de, bu eğitim kapsamınca buldukları stajyer öğretmenlik konumundan dolayı artık bölüme karşı daha ilgili olmuşlardır. Aslında burada da söz konusu ilgi tam olarak bölüme değil de daha çok öğretmenlik mesleğine yönelmiş gibi görünmektedir. Bölüme ilgi ve memnuniyet durumları ile akademik başarı seviyeleri arasında bir bağlantı kurulduğunda ise Tarih bölümü öğrencileri, her ne kadar bölüme ilgisiz bir şekilde geldiklerini belirtseler de, durumu memnuniyet seviyelerindeki artışa bağlayarak genel olarak akademik başarılarının orta- iyi bir düzeyde olduğu saptamasına vardırabilmekteyiz.

Söz konusu ilgi durumunda Sosyoloji bölümü öğrencileri ise, yine çoğunluk olarak bölüme ilgi duymayarak geldiklerini belirtmişlerdir. Bu ‘ilgisizlik’ durumları ileriki dönemlerde kendisini ‘memnun olma’ durumuna bırakmıştır. Genel olarak Sosyoloji bölümü öğrencilerinde sınıf öğretmenliği eğitimi almak isteği görülmüş, fakat bu durum bölümdeki dersleri görmeye ve anlamaya başladıktan sonra ilk tercihleri genel olarak ‘sosyolog olarak atanmak’ şeklini almıştır. Daha sonraki tercihleri ise ‘öğretmen olarak atanmak’ şeklindedir. Sosyoloji bölümünde de iki katılımcı haricinde tüm öğrenciler pedagojik formasyon eğitimi alıyor olduklarını söylemiş ve bu durumun da aslında öğretmenlik mesleğine yöneldikleri sonucuna varmamızı sağladığı görülmüştür. Her ne kadar ‘sosyolog olarak atanmak’ söyleminin ilk tercihleri olduğunu belirtseler de, formasyon eğitimi almalarını mesleklerini yapmak istemediklerinden dolayı değil de, bununla ilgili pek de umutları olmadığı sonucuna vardırabiliriz. KPSS sınavından yeterince yüksek puan alamayacaklarını düşündüklerinden dolayı formasyon almaya yöneldiklerini, aldıkları bu formasyon ile en azından özel okullarda öğretmenlik yapabileceklerini düşündüklerini söyleyebiliriz. Öğrencilerin ilgi durumları ve akademik başarıları ile bir bağlantı kurduğumuzda ise olası durumlara şahit olduğumuz söylenebilir. Bölüme ilgisiz gelmeleri akademik başarı seviyelerini de etkilemiş; çoğu öğrencinin düşük ve orta seviyede bir akademik başarıya sahip olduğu görülmüştür.

Her iki bölüm için bir karşılaştırma yapıldığında; Tarih bölümü öğrencilerinden oluşan katılımcıların bölüm memnuniyet düzeyleri ve akademik başarıları birbirine paralellik gösterebilirken, bu durum Sosyoloji bölümündeki katılımcılar için söz konusu olmamaktadır. Sosyoloji bölümü öğrencileri de memnuniyet seviyelerindeki artıştan bahsederken, bu durumun akademik başarı seviyelerine yansımaması tartışılabilir olmaktadır. Tabi ki bu durumun sınırlı katılımcı ile görüşmeler sonucunda söz konusu olduğu unutulmamalıdır. Tüm Sosyoloji bölümü için bir genellemeye varılmadığı tekrar belirtilmelidir.

Öğrencilerin gelecekle ilgili beklenti ve hayalleri ise her iki bölüm için de pek umut verici görülmemektedir. Her iki bölüm öğrencileri için de gelecekle ilgili ilk hayal ‘atanmak’ tır. Tarih bölümü öğrencileri öğretmen olarak atanmayı ilk hayalleri olarak belirtirken; Sosyoloji bölümü öğrencileri öncelikle sosyolog olarak, olmazsa öğretmen olarak atanmayı istemektedirler. Fakat söz konusu bu atanma durumunun her iki bölüm öğrencilerinin söylemleri üzerinden pek de kolay ve umut verici olmadığı görülmektedir. Atanmayı imkânsız olarak tanımlayan, çok zor olarak gören, çalışırsak neden olmasın olarak anlamlandıran katılımcılar bulunmaktadır. Bu atanamama durumunun öğrenciler üzerinde bir akademik eğitim fikri yarattığı

düşünülmektedir. Neredeyse tüm katılımcılar akademik bir eğitim almak istediklerini fakat ilk tercihlerinin atanmak olduğunu belirtmiştir. Bu durum da aslında saf bir akademik eğitim alma fikrinin öğrenciler üzerinde oluşmadığını; her ne kadar eğitim almak istedikleri için lisans eğitimi aldıklarını söyleseler de diploma sahibi olmak için eğitim aldıkları kanısına sürüklemiştir.

Sonuç olarak, Tarih ve Sosyoloji bölümünde okuyan katılımcılarla yapılan görüşmeler sonucunda, bölüm seçimlerinde puanlarının istedikleri bölümlere yetmiyor olması sebebiyle şu an eğitim aldıkları bölümde buldukları görülmüştür. Bölüm seçimlerinin etkisinin yüksek olduğu düşüncesinde olmakla birlikte, bu durumun gelecek beklenti ve hayallerini olumsuz olarak etkilediği sonucuna varabiliriz. Bu da bölüm seçiminin geleceğimizi ne denli etkilediğini gözler önüne sermektedir. Bu ve bunun gibi çalışmaların öğrencilerin geleceklerini yönlendirebilmesi için önem teşkil ettiği düşünülmekle birlikte, literatüre daha fazla çalışma kazandırılmasının da önemli olduğunu belirtmek gerekmektedir.

KAYNAKÇA

Akar, C. (2002). Üniversite Seçimini Etkileyen Faktörler: İktisadi ve İdari Bilimler Öğrencileri Üzerine Bir Çalışma. *Eskişehir Osmangazi Üniversitesi İİBF Dergisi*, 7(1), 97-120.

Bourdieu, P. (2015). Yeniden Üretim, *Eğitim Sistemine İlişkin Bir Teorinin İlkeleri*. (Türkçe Söyleyenler: Aslı Sümer, Levent Ünsaldı, Özlem Akkaya). Ankara: Heretik.

Çatı, K., İftar, E., ve Özcan, H. (2016). Üniversite Tercihlerine Etki Eden Faktörlerin İncelenmesi: Türkiye Geneline Bir Alan Çalışması. *Yükseköğretim ve Bilim Dergisi*, 6(2), 163-177.

Çulha Özbaş, B., Aktekin, S. (2013). Tarih Öğretmen Adaylarının Tarih Öğretmenliğine İlişkin İnançlarının Metafor Analizi Yoluyla İncelenmesi. *Eğitimde Kuram ve Uygulama*, 9(3), 211-228.

Karaman, S. ve Bakırcı, F. (2010). Türkiye’de Lisansüstü Eğitim: Sorunlar ve Çözüm Önerileri. *Sosyal Bilimler Araştırmaları Dergisi*. 94-114.

Kaya, R., Aslan, H., ve Günal, H. (2013). Tarih Öğretmen Adaylarının Bölümü Tercih Etme Nedenleri İle Bölümden Beklentilerine İlişkin Görüşleri (Atatürk Üniversitesi Örneği). *Türk Tarih Eğitimi Dergisi*, 2 (2), 1-31.

Korkut-Owen, F., Kepir, D.D., Özdemir, S., Ulaş, Ö. ve Yılmaz, O. (2012). Üniversite Öğrencilerinin Bölüm Seçme Nedenleri. *Mersin Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 8(3), 135-151.

Sarıkaya, T., Khorshid, L. (2009). Üniversite Öğrencilerinin Meslek Seçimini Etkileyen Etmenlerin İncelenmesi: Üniversite Öğrencilerinin Meslek Seçimi. *Türk Eğitim Bilimleri Dergisi*, 7 (2) , 393-423.

Swartz, D., (2011). Kültür ve İktidar, *Pierre Bourdieu’nun Sosyolojisi*. (Çeviren: Elçin Gen). İstanbul: İletişim.

