

Alanında Uluslararası Araştırmalar III

Sosyal, Beşeri ve İdari Bilimler



2022

NISAN



Editor:

Dr. Öğr. Üyesi Aysel Öztürkçü Akçay

Sosyal, Beşeri ve İdari Bilimler

Alanında
Uluslararası Araştırmalar III

EĞİTİM

yayınevi

**SOSYAL BEŞERİ VE İDARİ BİLİMLER ALANINDA ULUSLARARASI
ARAŞTIRMALAR (E-KİTAP) III**

Editör: Dr. Öğr. Üyesi Aysel Öztürkçü Akçay

Genel Yayın Yönetmeni: Yusuf Ziya Aydoğan (yza@egitimyayinevi.com)

Genel Yayın Koordinatörü: Yusuf Yavuz (yusufyavuz@egitimyayinevi.com)

Sayfa Tasarımı: Eğitim Yayınevi Grafik Birimi

Kapak Tasarımı: Eğitim Yayınevi Grafik Birimi

T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı

Yayıncı Sertifika No: 47830

E-ISBN: 978-625-8108-75-0

1. Baskı, Nisan 2022

Kütüphane Kimlik Kartı

**SOSYAL BEŞERİ VE İDARİ BİLİMLER ALANINDA ULUSLARARASI
ARAŞTIRMALAR (E-KİTAP) III**

Editör: Dr. Öğr. Üyesi Aysel Öztürkçü Akçay

332 s., 165x240 mm

Kaynakça var, izin yok.

ISBN: 978-625-8108-75-0

Copyright © Bu kitabın Türkiye'deki her türlü yayın hakkı Eğitim Yayınevi'ne aittir. Bütün hakları saklıdır. Kitabın tamamı veya bir kısmı 5846 sayılı yasanın hükümlerine göre kitabı yayımlayan firmanın ve yazarlarının önceden izni olmadan elektronik/mekanik yolla, fotokopi yoluyla ya da herhangi bir kayıt sistemi ile çoğaltılamaz, yayımlanamaz.

EĞİTİM

yayınevi

Yayınevi Türkiye Ofis: İstanbul: Eğitim Yayınevi Tic. Ltd. Şti., Atakent mah. Yasemen sok.
No: 4/B, Ümraniye, İstanbul, Türkiye

Konya: Eğitim Yayınevi Tic. Ltd. Şti., Fevzi Çakmak Mah. 10721 Sok. B Blok, No: 16/B,
Safakent, Karatay, Konya, Türkiye
+90 332 351 92 85, +90 533 151 50 42, 0 332 502 50 42
bilgi@egitimyayinevi.com

Yayınevi Amerika Ofis: New York: Eğitim Publishing Group, Inc.
P.O. Box 768/Armonk, New York, 10504-0768, United States of America
americaoffice@egitimyayinevi.com

Lojistik ve Sevkiyat Merkezi: Kitapmatik Lojistik ve Sevkiyat Merkezi, Fevzi Çakmak Mah.
10721 Sok. B Blok, No: 16/B, Safakent, Karatay, Konya, Türkiye
sevkiyat@egitimyayinevi.com

Kitabevi Şubesi: Eğitim Kitabevi, Şükran mah. Rampalı 121, Meram, Konya, Türkiye
+90 332 499 90 00
bilgi@egitimkitabevi.com

İnternet Satış: www.kitapmatik.com.tr
+90 537 512 43 00
bilgi@kitapmatik.com.tr

İÇİNDEKİLER

TEKNOLOJİ TRENDLERİ VE ENTEGRE RAPORLAMA İLİŞKİSİ: KAVRAMSAL BİR DEĞERLENDİRME	7
Mehmet YÜCENURŞEN	
BİLİMSEL AÇIKLAMA MODELLERİ: PRAGMATİK BİLİMSEL AÇIKLAMA MODELİNE KARŞI KAPSAYICI YASA MODELİ.....	23
Ömer Fatih TEKİN	
ÇOCUKTA TANRI İMAJI	41
Abdulkadir DEMİR, Davut AÇAR	
NEDENSELLİK ANALİZİNDE ZEMİN PROBLEMİ.....	53
Sercan PALAVAN	
DESTİNASYON MARKALAŞMA STRATEJİSİ: BARTIN ÖRNEĞİ.....	69
Deniz ÇELİK	
ENFLASYONİST DÖNEMDE BİR SONRA GİRECEK OLAN İLK ÇIKAR (NIFO) DEĞERLEME YÖNETİMİNİN FİNANSAL TABLOLARA ETKİSİ: ÜRETİM İŞLETMESİ ÖRNEĞİ	89
Ayşe ATILGAN SARIDOĞAN	
KADINLARIN KARIYER ENGELLERİNİ DEĞERLENDİRMEYE YÖNELİK BİR DENEME TED KONUŞMALARİ ÖRNEĞİ.....	99
Hatice KARAKUŞ ÖZTÜRK	
KAMPÜS REKREASYONU	121
Ebru BARAKAZI	
DESTİNASYON PAZARLAMA YÖNETİMİ SÜRECİNDE UNESCO YARATICI ŞEHİRLER.....	131
Mahmut BARAKAZI	
KURUMSAL SOSYAL SORUMLULUK BAĞLAMINDA YEŞİL DENETİME KAVRAMSAL BİR BAKIŞ	145
Seçkin GÖNEN, Özben YURTLU	
ETİK BİR TARTIŞMA KONUSU OLARAK ERDEM, ADALET İDESİ VE MODERN TOPLUM.....	161
Ferdî SELİM	
KÜLTÜREL YETKİNLİĞE SAHİP SOSYAL HİZMET UYGULAMASININ TARİHSEL VE TEORİK GELİŞİMİ	181
Şerif UZUNASLAN	

KÜLTÜREL GERONTOLOJİ: KUŞAKLARARASI DAYANIŞMADA ANLAM 197

Ahmed Hamza Alpay

**TÜKETİCİ YENİLİKÇİLİĞİ VE ALGILANAN RİSK FAKTÖRLERİNİN
SATIN ALMA DAVRANIŞIYLA İLİŞKİSİ 209**

Uğur ERDOĞAN

KIRIM HANLIĞI'NDA TUZ ÜRETİMİ VE TUZLALAR 223

İsmail BÜLBÜL, Mustafa IŞIK

LANCHESTER KANUNLARI: MODELLEME VE TEORİ 235

Aynur İNCEKIRIK, Öznur İŞÇİ GÜNERİ, Burcu DURMUŞ

**SAĞLIK İDDİASI İÇEREN GIDA REKLAMLARI
VE SAĞLIK İLGİNLİĞİNE YÖNELİK BİR LİTERATÜR TARAMASI 251**

G. Motif ATAR

**TARİH İLE EDEBİYAT ARASINDAKİ KÖPRÜNÜN SAHİBİ KİM?:
TÜRKLERİN İSLAMLAŞMA DEVRİ TARİHİNE DELİ DUMRUL'UN
GÖZÜNDEN BAKMANIN İMKÂNI 275**

Enes ŞAHİN

**YOKSULLUĞUN AZALTILMASINDA MİKROKREDİ UYGULAMALARININ
ETKİNLİĞİ..... 289**

Mahmut Sami DURAN, Ayşe Özge ARTEKİN

**ZENGEZUR ULAŞTIRMA KORİDORU'NUN BÖLGESEL VE
KÜRESEL ETKİLERİ ÜZERİNE PROJEKSİYON..... 307**

Alpaslan ALPASLANOĞLU

ÖNSÖZ

İnsanların ve toplumların sürekli değişim içinde olması, onları karmaşık sorunlarla karşı karşıya getirmektedir. Toplum içinde yaşayan bireylerin ihtiyaçları ile toplumun beklentileri arasındaki dengeyi sağlamada ve bireylere gerekli bilgi ve becerileri kazandırmada sosyal bilimler alanına önemli görevler düşmektedir. Sürekli değişim ve gelişimlerin yaşandığı günümüz dünyasında en az bilgiyi üretmek kadar bu birikimleri başkaları ile paylaşmak da başarının sağlanması açısından önem arz etmektedir. Bu açıdan bünyesinde birçok bilim dalını barındıran ve her geçen gün daha da önem kazanan sosyal bilimler alanında önemli sayıda çalışma yapılmış ve bu çalışmaların sonuçları toplumların şekillenmesine önemli katkılar sağlamıştır.

Bu amaçla “Sosyal, Beşeri ve İdari Bilimler Alanında Uluslararası Araştırmalar III” adlı bu eserde farklı disiplinlerdeki bilim insanlarının uzmanlık alanlarına yönelik yapmış oldukları, sosyal bilimler alanında teorik ve pratik literatürün gelişimine katkı sağlayacak ve okuyuculara rehber olabilecek özgün çalışmalara yer verilmiştir. Değerli bilim insanları ve uygulayıcıların katkılarıyla oluşturulmuş olan “Sosyal, Beşeri ve İdari Bilimler Alanında Uluslararası Araştırmalar III” adı altında sunulan bu esere değerli çalışmaları ile katkı sağlayan sayın araştırmacı yazarlar; *Mehmet YÜCENURŞEN, Ömer Fatih TELKİN, Abdulkadir DEMİR ve Davut AÇAR, Sercan PALAVAN, Deniz ÇELİK, Ayşe ATILGAN SARIDOĞAN, Hatice KARAKUŞ ÖZTÜRK, Ebru BARAKAZI, Mahmut BARAKAZI, Seçkin GÖNEN ve Özben YURTLU, Ferdi SELİM, Şerif UZUNASLAN, Ahmet Hamza ALPAY, Uğur ERDOĞAN, İsmail BÜLBÜL ve Mustafa IŞIK, Aynur İNCEKIRIK, Öznur İŞÇİ GÜNERİ ve Burcu DURMUŞ, G. Motif ATAR, Enes ŞAHİN, Mahmut Sami DURAN ve Ayşe Özge ARTEKİN, Alpaslan ALPASLANOĞLU* ve kitabın basımında her türlü desteği sağlayan Eğitim Yayınevi yetkililerine teşekkürlerimi sunar, kitabın akademisyen, araştırmacı ve ilgili tüm okuyuculara faydalı olmasını temenni ederim.

Editör

Dr. Öğr. Üyesi Aysel ÖZTÜRKÇÜ AKÇAY

HAKEM KURULU

- Prof. Dr. Zafer KANBEROĞLU
(Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İktisat Bölümü)
- Doç. Dr. Özlem BALABAN
(Sakarya Üniversitesi, İşletme Fakültesi, İşletme Bölümü)
- Prof. Dr. Abdulkadir BİLEN
(Dicle Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İşletme Bölümü)
- Doç. Dr. Zehra YILMAZ YAĞCI
(Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, Uluslararası İlişkiler Bölümü)
- Doç.Dr. Rahmi TEKİN
(Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi, Edebiyat Fakültesi, Tarih Bölümü)
- Dr. Öğr. Üyesi Canan ERKAN
(Dokuz Eylül Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İktisat Bölümü)
- Doç. Dr. Rıdvan KALAYCI
(Sakarya Üniversitesi, Siyasal Bilgiler Fakültesi, Uluslararası İlişkiler Bölümü)
- Dr. Öğr. Üyesi Zülküf ÇEVİK
(Sakarya Üniversitesi, İşletme Fakültesi, İşletme Bölümü)
- Dr. Öğr. Üyesi Halil İbrahim ŞENGÜN
(Dicle Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İşletme Bölümü)
- Doç.Dr. Mehmet Niyazi ÇANKAYA
(Uşak Üniversitesi, Uygulamalı Bilimler Fakültesi, Uluslararası Ticaret ve Finansman Bölümü)

TEKNOLOJİ TRENDLERİ VE ENTEGRE RAPORLAMA İLİŞKİSİ: KAVRAMSAL BİR DEĞERLENDİRME

Mehmet YÜCENURŞEN¹

GİRİŞ

Geleneksel olarak yatırımcı iletişimi, hissedarlar için yıllık raporlarda sunulan kısa vadeli finansal performansa odaklanmıştır. Ancak günümüzde paydaşlar, kuruluşlardan ek olarak uzun vadeli değer yaratımı için net bir strateji ve bunu destekleyecek ölçütleri ifade etmesini talep etmektedir. Fon sağlayanlar daha uzun vadeli bir bakış açısının, kısa vadeli finansal sonuçları doğru bağlamda anlamalarına yardımcı olduğuna giderek daha fazla inanmaktadır. Bilginin artan önemi, kuruluşların sorumlu olduğu finansal raporlamanın kapsamını genişletmektedir. Yatırımcılar, karar alma süreçlerinde daha geniş bir metrik yelpazesini kullanmaktadır.

Entegre raporlamanın uygulanması ve başarılı bir şekilde benimsenmesi, bilginin otomasyonunu ve sayısallaştırılmasını kolaylaştırmak için teknoloji araçlarının kullanılmasını gerektirmektedir (Monterio, 2014). Teknolojinin kendi başına entegre raporlamanın benimsenmesine ve uygulanmasına yol açmayacağı açık olsa da teknoloji araçları karar verme süreçlerinin otomatikleştirilmesine katkı sağlayacaktır (Lamboglia, Mancini ve Paolone, 2017).

Verilerin etkin ve verimli karar almadaki rolüne ilişkin yeni bir anlayış, işletmelerin rekabet etme ve çalışma şeklini değiştirmektedir. Verilerine yatırım yapan ve verilerinden başarılı bir şekilde değer elde eden kuruluşlar, rakiplerine göre bir rekabet avantajı elde etmektedir.

Uluslararası Entegre Raporlama Konseyi (IIRC) tarafından belirlenen Uluslararası Çerçevesi <IR>, kuruluşların strateji ve planları hakkında bütünsel olarak düşünmelerine, bilinçli kararlar vermelerine ve yatırımcı ve paydaş güvenini oluşturmak ve gelecekteki performanslarını artırmak için temel riskleri yönetmelerine yardımcı olur.

¹ Doç. Dr., Aksaray Üniversitesi, yucenursen@hotmail.com, ORCID: 0000-0002-6327-0169.

Entegre rapor, kuruluş içindeki entegre düşüncenin açık sonucudur. Bir kuruluşun stratejisinin, yönetişiminin, performansının ve beklentilerinin kısa, orta ve uzun vadede değer yaratılmasına nasıl yol açtığını özlü bir şekilde özetler (Brown ve Dillard, 2014). Bu entegre düşünme süreci, organizasyonun iç ve dış iletişimini yönlendirir.

<IR>'nin özünde, kuruluşun finansal, üretilmiş, doğal, sosyal ve ilişki, insan ve entelektüel gibi faaliyetleri için önemli olan tüm kaynaklar ve sermayeler arasında zaman içinde değer yaratmak için nasıl performans gösterdiğine dair bir anlayış vardır (Vaz, Fernandez-Feijoo ve Ruiz, 2016). <IR>, kuruluşların stratejik ve ilgili bilgilere odaklanmasına yardımcı olacak bir yapı sağlar. Teknoloji, raporlamanın amaca uygun olduğundan emin olmak için entegre düşünme ve raporlama süreçlerini desteklemede kritik bir role sahiptir.

Devrim niteliğindeki teknolojilerin iş ortamı üzerindeki etkisini hesaba katmak önemlidir. Finansal raporlama ve bilgilerin daha iyi analizi ve anlaşılması yalnızca kısa vadede değil, aynı zamanda orta ve uzun vadede de büyük önem arz etmektedir. Başka bir ifade ile yeni teknolojiler hem muhasebecilik mesleğinde hem de dış kullanıcıların kurumsal bilgileri elde etme ve yorumlamasına ilişkin paradigma değişimlerini temsil eder (Güney, 2014; Soh, Leung ve Leong, 2015). Bu teknoloji araçlarının gücünden ve kapsamından tam olarak yararlanmak hem kuruluşta çalışan yöneticilerin hem de bu alandaki çözümleri uygulamakla görevli teknoloji uzmanlarının sorumluluğundadır (Taipaleenmäki ve Ikäheimo, 2013).

Entegre raporlamanın benimsenmesi ve uygulanması yalnızca teknoloji araçları tarafından yönlendirilmez. Ancak teknoloji trendleri ve platformları, çeşitli kuruluşlarda entegre raporlamanın işleyişine ilişkin ayrıntıları yönlendirecektir. Paydaş odaklı bir ortamda teknoloji ve raporlama trendlerinin entegrasyonu ve insan sermayesinin önemi göz önünde bulundurulduğunda, teknoloji ve finansal raporlama arasındaki bağlantı kolayca görülebilir (Lim, 2013). Muhasebe mesleğini ve organizasyonlardaki raporlama sürecini etkileyen üst düzey eğilimler incelendiğinde, özellikle öne çıkan üç eğilim ortaya çıkmaktadır: Yapay zekâ, blok zinciri ve analitikler. Bu bağlamda çalışmada; yapay zekâ, blok zinciri ve veri analitiği kavramları açıklanarak entegre raporlama ile ilişkisi açıklanmaya çalışılacaktır.

ENTEGRE RAPORLAMA

1970'lerden itibaren sürdürülebilirlik olgusuna olan ilgi gittikçe artmaktadır. Artan ilgi nedeniyle, sürdürülebilirlik faaliyetlerine yatırım yapan paydaş grupları, sürdürülebilirlik verilerinin nasıl ölçüleceği ve raporlanacağı konusunda farklı fikir ve çözüm önerisi sunmuştur (Kolk, 2005). Söz konusu farklı fikir ve çözüm önerilerini standardize etmek kısa vadede zor gözükse de entegre raporlama bu yönde umut vaat etmektedir. Entegre raporlama, özünde bir raporlama çerçevesi olmasına rağmen, bilgiyi raporlamanın bir yolundan çok daha fazlasıdır (Abeysekera, 2013). Üretilen farklı bilgi ve veri akışlarını raporlamaya sürecine

dahil etmek, yöneticilerin bu verilerin karar verme sürecini nasıl etkilediğini incelemesini de sağlar (Churet ve Eccles, 2014).

<IR>'de Entegre Raporlama, “*entegre düşünce biçimi üzerine inşa edilen ve bir kuruluş tarafından zaman içinde yaratılan değer hakkında bir entegre raporun ve değer yaratma sürecinin unsurları hakkındaki diğer ilgili bildirimlerin yayınlanmasıyla sonuçlanan bir süreçtir.*” (IIRC, 2013) olarak tanımlanmıştır.

Entegre raporlama bütün paydaşlara yönelik olarak hazırlansa da özellikle hissedarlar ve yatırımcıların ilgisini çektiği görülmektedir. Entegre bir raporun, bir kuruluş tarafından yürütülen sosyal ve çevresel faaliyetleri finansal sonuçlarla bağlantı kurma yeteneği önemlidir (Garcia-Sanchez, Raimo ve Vitolla, 2021). Farklı bilgi akışlarını ölçmek ve raporlamak ve bu bilgileri finansal performansla ilişkilendirmek, entegre raporlamanın önemli bir avantajını temsil eder (Zhou, Simnett ve Green, 2017).

Entegre raporlama kavramının temelinde yönetici ve yatırımcıların, kuruluşun performansını etkin bir şekilde değerlendirmek için çok çeşitli bilgilere ihtiyaç duyduğu gerçeği yatmaktadır (Pistoni, Songini ve Bavagnoli, 2018). Günümüz iş dünyasında, yöneticilerin giderek artan bir şekilde hem hissedar hem de toplum bakış açısını göz önünde bulundurarak kararlar almaları beklenmektedir (Jensen ve Berg, 2012). Bu noktada, finansal olmayan raporlarda yer alan bilgilere ilişkin tutarlılık ve karşılaştırılabilirlik eksikliği söz konusu olmaktadır (Hoque, 2017). <IR>, karar vericilere ilgili bilgileri iletmek için karşılaştırılabilir bir çerçeve sunar.

Entegre raporlamaya temel olan raporlama çerçevesi ve modeli, çoklu sermaye modelidir. Çeşitli bilgilerin nicelleştirilmesini ve karşılaştırılabilirliğini temsil eden bu model, yönetime ve dış kullanıcılarına çeşitli faydalar sağlamaktadır (Doni vd., 2019).

Çoklu sermaye modeli, farklı bilgi ve sermaye türlerinin, kuruluş için olumlu veya olumsuz sonuçlar oluşturabileceğini belirtir (Camilleri, 2018). Bu durum, yenilikçi bir değişiklik gibi görünmese de yönetimin paydaş odaklı bir işletme yönetimi ve uygulaması modeline geçişini güçlendirmektedir (Roth, 2014). Çoklu sermaye modeli, finansal olmayan verilerin iletilmesi ve yayılmasıyla ilgili olarak iletişimdeki boşluğu gidermeye yöneliktir (Aras & Yıldırım, 2022).

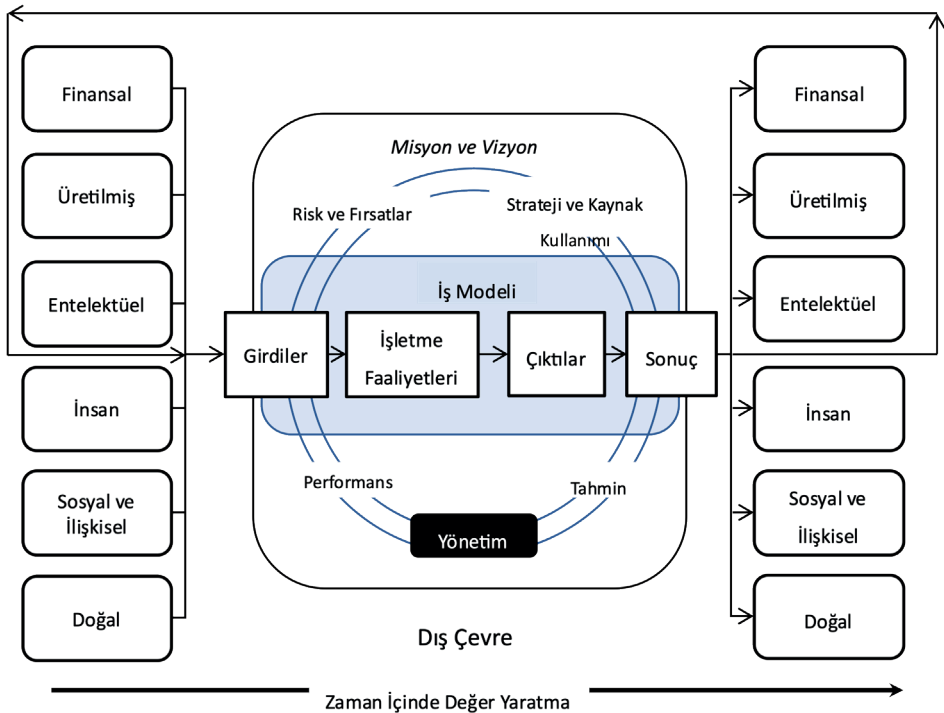
Geleneksel anlamda sermaye, etkin iş kararları alınmasına yardımcı olmak için bir organizasyonun yönetimine sunulan finansal kaynaklarını ifade eder. Ancak bu tanımın günümüzde sermaye kavramını tam olarak tanımlayamadığı söylenebilir. Bu bağlamda sermaye, kuruluşun hedeflerine ulaşmak için yönetimin kullanabileceği bilgi ve kaynakların toplamı şekliyle tanımlanabilir (Stacchezzi vd., 2019).

Yöneticilerin temel görevi kuruluş için değer yaratmaktır ve bu durum, kuruluşun operasyonlar sırasında tüketilenden daha fazla değer ve varlık yaratıp yaratmadığı ile ölçülebilir. Kuruluşlar, muhasebe hata ve hileleri ile sahte bir şekilde başarısız olarak gösterilebilir (Gerety ve Lehn, 1997). Aynı zamanda bir

kuruluşu sadece finansal terimlerle değerlendirmek, kuruluşun nasıl performans gösterdiğine dair kapsamlı bir görüş elde etmeye çalışan analistler için yetersizdir (Dobrovic vd., 2018). Özellikle bu paydaş ortamında sermaye kavramını yeniden tanımlamak ve genişletmek esastır.

Şekil 1’de gösterilen çoklu sermaye modeli, entegre raporlama çerçevesinin merkezinde yer alır ve bu raporlama yapısını diğer raporlama seçeneklerinden ayırır (Coulson vd., 2015). Bu model, yöneticilerin kuruluş içinde halihazırda mevcut olan bu çeşitli veri akışlarını analiz etmesi, ölçmesi ve raporlaması için bir çerçeve sağlar (Doni vd., 2019).

Entegre raporlama, kuruluşun mali durumunu ve performansını açık ve net bir şekilde rapor ederken, bu sonuçların nasıl üretildiğini de aktarmaya çalışır (Villiers, Rinaldi ve Unerman, 2014). Paydaşların karar vermesi bağlamında sermaye hem finansal hem de operasyonel bilgi biçimini alabilir (Camilleri, 2017). Operasyonel veriler ve veri akışları elbette çeşitli kuruluşlar arasında farklılık gösterecektir ancak her kuruluş, operasyonlar ve finansal sonuçlar arasındaki bağlantıyı anlayabilmeli ve ölçebilmelidir (Bartolini, Santini ve Silvi, 2013).



Kaynak: IIRC, 2013'ten uyarlanmıştır.

Şekil 1: Değer Yaratma Süreci

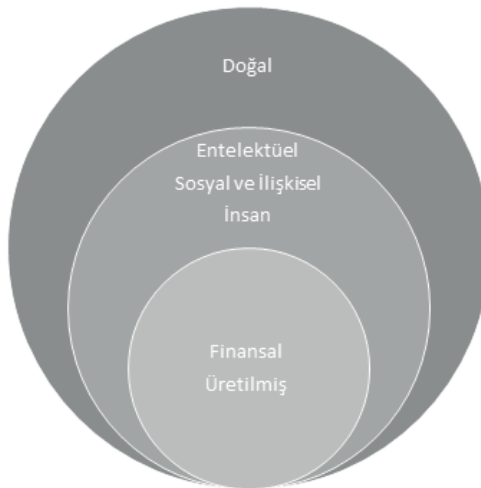
Çoklu sermaye modeli, nicel verilerin iş kararlarının büyük çoğunluğunu yönlendirdiği gerçeğinin gerçekleştirilmesini ve kabul edilmesini ifade eder (Grassmann, Fuhrmann ve Guenther, 2019). Çoklu sermaye modeli, finansal

sermayeye ek olarak, beş sermaye sınıfı içerir. Bu sermaye türleri, doğal, sosyal ve ilişkisel, üretilmiş, entelektüel ve insan sermayeleridir.

<IR>'de tanımlanan 6 sermaye ögesi aşağıdaki gibidir (IIRC, 2013):

- **“Finansal sermaye:** Bir kuruluşun mal üretimi veya hizmet sağlama amacıyla kullanımına sunulanlar ve borçlanma, öz sermaye veya hibe gibi finansman yoluyla ya da faaliyetler veya yatırımlar yoluyla edinilenler;
- **Üretilmiş sermaye:** Binalar; ekipmanlar; altyapı bir kuruluşun mal üretimi veya hizmet sağlama amacıyla kullanımına sunulan üretilmiş fiziksel nesnelere
- **Entelektüel sermaye:** Patentler; telif hakları, yazılımlar gibi kuruluşa ait bilgiye dayalı maddi olmayan varlıklar;
- **İnsan sermayesi:** İnsanların yeterlilikleri, kabiliyetleri, deneyimleri, yenilik yapma motivasyonları ve bir kuruluşun kurumsal yönetim çerçevesine, risk yönetimi yaklaşımına ve etik değerlerine uyum sağlamaları ve bunları desteklemeleri, bir kuruluşun stratejisini anlama, geliştirme ve uygulama kabiliyetleri, sadakatleri, süreç, ürün ve hizmetleri geliştirme motivasyonları ve liderlik etme, yönetme ve iş birliği yapma kabiliyetleri,
- **Sosyal ve ilişkisel sermaye:** Toplumlar, paydaş grupları ve diğer ağların kendi içindeki ve aralarındaki gelenek ve ilişkiler ile bireysel ve toplu refahı artırmak amacıyla bilgi paylaşma kabiliyeti.
- **Doğal sermaye:** Bir kuruluşun dün, bugün ve gelecekte sahip olduğu ve olacağı refahı destekleyen ürün veya hizmetler sunulmasını sağlayan yenilenebilir ve yenilenemez doğal kaynaklar ve süreçler.”

Sermayeler ise bağımsız değildir. Hepsini birbirine bağlıdır ve etkileşime girer. Şekil 2’de, sermayelerin değer yaratma sürecindeki rollerini sunulmuştur.



Şekil 2: Altı Sermaye Modeli

Kaynak: IIRC, 2017’den uyarlanmıştır.

Yöneticilere sunulan artan miktardaki bilgiden etkin bir şekilde yararlanmak için, bu bilgileri tutarlı ve karşılaştırılabilir bir şekilde raporlamak için bir çerçeve ve yapı oluşturulmalıdır (Gerwanski, 2020). Bilginin üretimi ve daha büyük bilgi türlerinin entegrasyonu, çoklu sermaye modelinin gerçek katma değerinin devreye girdiği yerdir (Aras ve Yıldırım, 2019). Bu modeli oluşturmak ve bunu yapmanın zaman alacağı gerçeğini kabul etmek, yöneticiler tarafından daha kapsamlı raporlama ve analiz yapılmasını sağlayacaktır. Entegre bir raporlama çerçevesi içine yerleştirilmiş çoklu sermaye modeli oluşturmak, yönetimin hissedar sorunlarıyla daha az zaman harcamasını ve büyüme ve gelişme için yönetmeye daha fazla zaman ayırmasını sağlar (Smith, 2015).

ENTEGRE RAPORLAMA VE TEKNOLOJİ TRENDLERİ BAĞLANTISI

Teknoloji, 1980'lerde raporlama için bilgi teknolojisinin benimsenmesinden bu yana raporlama konusunda kilit bir rol oynamıştır. Yeni teknoloji uygulamaları büyük ölçüde finansal raporlamanın maliyetini, hızını ve kalitesini iyileştirmeye odaklanmıştır (Türegün, 2019; Salehi ve Torabi, 2012). Bu bağlamda şirketler; statik, tek dönemlik bilgileri işlemek ve güvenli bir şekilde depolamak için tasarlanmış sistemlere önemli yatırımlar yaptılar (Hodge, Kennedy ve Maines, 2004). Bu eski sistemler, geleneksel finansal raporlama amaçlarına hizmet etmeye devam etmektedir.

Modern iş ortamı, yeni bir dizi zorluk ortaya çıkarmaktadır. Bir kuruluşun zaman içinde ve finansal/finansal olmayan birden fazla sermaye üzerinden nasıl değer yarattığını iletmek, büyük miktarda veri gerektirir (Sproviero, 2020). Değer yaratma sürecinin temelini oluşturan verilerin doğru şekilde toplanması, entegre edilmesi ve işlenmesi gerekmektedir (Haller, 2016).

Kuruluşların teknolojiden yararlanmaları, daha kapsamlı bir çerçeve oluşturup raporlamaları önem arz etse de entegre raporlamanın bir iletişim aracı olduğunu da unutmamak gerekir (Velte ve Stawinoga, 2017). Kuruluşlar, kısa ve uzun vadeli bilgiler de dahil olmak üzere, finansal bilgileri piyasaya sürekli artan bir hızla raporlamaktadır. Analistler, daha büyük kurumsal hissedarlar ve genel olarak piyasa, belirli bir zaman çizelgesinde raporlanan bilgiyi talep ederler. Raporlama metodolojisini, hızı ve iletişim içeriğini değiştirebilmek, yöneticilerin teknoloji araçlarını kullanmasını gerektirir (Helmina vd., 2019). Yapay zekâ, blok zinciri ve hatta kripto para birimleri, kuruluşlardan son kullanıcılara sunulan bilgi iletişiminin türleri ve sıklığı üzerinde yıkıcı bir etkiye sahip olacak şekilde tasarlanmıştır (Yu, Lin ve Tang, 2018; Smith, 2018; Pimentel ve Boulianne, 2020).

Teknoloji araçları, yani yapay zekâ, analitik platformlar tarafından gerçekleştirilen ve blok zinciri ağları aracılığıyla kolaylaştırılan muhasebe ve finansal hizmetlerinin artan yüzdesi, gerçek zamanlı raporlamayı giderek daha mümkün hale getirmeye devam etmektedir (Trigo, Belfo ve Estébanez, 2014). Söz konusu bu araçlar hem kurum içi hem de kurum dışı karar alıcıların mevcut verilere dayalı olarak daha etkili ve verimli kararlar almalarını sağlar (Tian,

2015). Kaynaklar doğası gereği sınırsız değildir, bu nedenle yöneticilerin işletme faaliyetlerini yürütürken seçeneklerden etkin bir şekilde yararlanmaları küresel rekabet ortamında özellikle önemlidir.

Yapay Zekâ

Yapay zekâ, bilgisayar sistemlerinin insan gözetimi ve incelemesi gerektiren kararlar almasını sağlayan bilgisayar programlarını ve yazılım protokollerini ifade eder (Pirim, 2006; Atalay ve Çelik, 2017).

Yapay zekâ platformlarında yöneticiler tarafından uygulanan, daha önce çalışanlara atanan daha düşük seviyeli veri analizi ve giriş işlevlerinin bazılarını yapay zekaya devretmek ve dış kaynak kullanmaktır (Kolbjørnsrud, Amico ve Thomas, 2016). İlk bakışta bu durum, yalnızca giriş seviyelerinde çalışan sayısını azaltan bir eğilim gibi görünebilir ancak bu, yapay zekanın kuruluşlar ve çalışanlar için ne anlama geldiğine dair eksik bir görüştür (Leyer ve Schneider, 2021). Entegre raporlama ile yapay zekadaki ilerlemeler arasındaki belki de en doğrudan bağlantı, karar verme için artan bilgi ve veri konusudur (Kulikova ve Mukhametzyanov, 2019).

Kuruluşlar tarafından daha fazla ve daha geniş çeşitlilikte bilgi üretilip toplandığından, kuruluşlar bu bilgileri sayısallaştırmaya ve iç ve dış kullanıcılara raporlamaya odaklanırlar (Kannenbergh ve Schreck, 2019). Sürdürülen faaliyetler yoluyla üretilen büyük miktarda veri ve bilgi ile, verileri tutarlı bir biçimde sunmak, analiz etmek ve raporlamak finansal ve finansal olmayan paydaşların çıkarıdır (Morros, 2016). Entegre raporlama çerçevesine dönen bu bilgi akışlarının birçoğunun doğası gereği finansal olmaması ancak kuruluşun finansal performansı üzerinde önemli bir etkiye sahip olabilmesi özellikle önemlidir (Bhasin, 2017). Yapay zekâ platformları ve araçları, kuruluşlar tarafından kullanılan belirli araç veya platformdan bağımsız olarak, yöneticilere sürekli olarak daha etkili kararlar verme yeteneği sağlar.

Ayrıca yapay zekâ, kuruluşun yalnızca şirkette bulunan ve operasyonlar tarafından oluşturulan bilgileri analiz etmesine değil, aynı zamanda bilgileri karar verme süreçlerine dahil edilmeden önce netleştirmesine de olanak tanır (Jarrahi, 2018). Paydaş odaklı bir ortamda, organizasyonda yürütülen operasyonlardan ve diğer faaliyetlerden elde edilen bilgileri elde etmek ve toplamak yetersizdir. Entegre raporlama ilkelerini uygulayabilmek için yöneticiler, bilginin hem kalitesine hem de miktarına güvenebilmelidir. Kurumsal bilginin kalitesinin iyileştirilmesi, çoklu sermaye modelinde yer alan bilgilerin oluşturulmasına ve raporlanmasına yönelik ilk adımdır. Yapay zekâ araçlarının uygulanması, organizasyondaki iletişim sorunları açısından herhangi bir sorunu çözmeyecektir, ancak verilerin daha akıcı bir şekilde işlenmesini kolaylaştıracaktır (Tabesh, 2021). Yapay zekâ, büyük miktarda bilgi ve veriyi temizlemenin ve sunmanın yanı sıra, çalışanların stratejik planlama sürecini formüle etmek ve iletmek için gerekli olan daha üst düzey faaliyetlere katılmaları için zaman kazandırır (Grewal vd., 2021).

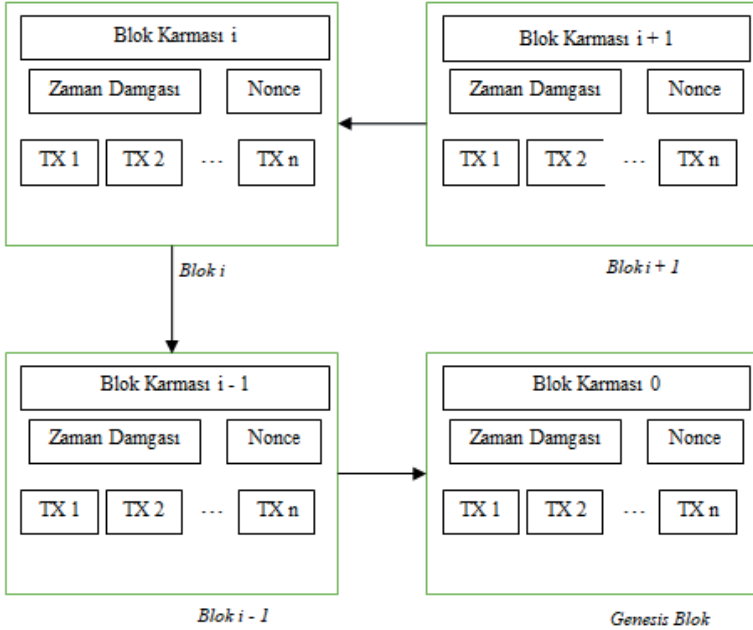
Yapay zekâ, geleceğe çok uzak bir fikir veya kavram ya da bir kuruluşun finansal raporlamasıyla doğrudan bağlantılı olmayan bir olgu gibi görünebilir. Ancak böyle bir yaklaşım yalnızca yanlış olmakla kalmaz, aynı zamanda potansiyel olarak kuruluşları daha yenilikçi rakipler tarafından dezavantajlı olmaya açık hale getirir. Yapay zekâ, diğer araçlar gibi yeni bir teknolojidir ve ilk etapta sadece belirli teknoloji organizasyonlarında ve pazardaki büyük çok uluslu firmalardan bazıları arasında kullanılıyor olsa da bu teknolojinin potansiyeli henüz keşfedilmektedir (Reim, Åström ve Eriksson, 2020).

Bir entegre raporun içinde farklı sermaye türlerini tutarlı bir şekilde sunmak için yönetimin temel verileri kullanabilmesi ve işleyebilmesi gerekir. Çevresel bilgiler, çalışan eğitimi ve gelişimi ile ilgili veriler, kurumsal yönetim konuları ve tesis, mülk ve ekipmana yapılan yatırımların devam eden faaliyetlere bağlanması, özellikle kuruluşun uzun zamanda kar edip etmediğini, faaliyet etkinliğinin sürdürülebilirliğini belirlemede kritik faktörlerdir (Barnabè, Giorgino ve Kunc, 2019). Özellikleri zamanla kaçınılmaz olarak değişecek olan yapay zekâ araçları ve platformları, bilgilerin raporlanması ve analizinde giderek daha büyük bir rol oynayacaktır.

Blok Zinciri

Blok zinciri; dağıtık, paylaşılan, şifrelenmiş, geri dönüşü olmayan ve bozulmayan bir bilgi deposudur (Ünal ve Uluyol, 2020).

Bir kuruluş tarafından üretilen bilgiler, verilerin işlenmesi ve kontrolü ile bu bilgilerin dış paydaşlara iletilmesi arasındaki bağlantıdaki kritik boşluklardan biri, bu verilerin kötü niyetli kuruluşlar ve diğer üçüncü şahıslar tarafından çalınması ve 'hacklenmesi' olasılığıdır. Blok zinciri teknolojisi, sürekli olarak şeffaf ve gerçek zamanlı bilgi aktarımına izin veren bir platform ve metodolojidir (Ünsal ve Kocaoğlu, 2018; Tanrıverdi, Uysal ve Üstündağ, 2019). Hem finansal hem de finansal olmayan bilgiler için uygulanabilir. Blok zincirine farklı bilgiler yüklendiğinden, doğrulandığından ve ilgili tarafların hem açık anahtarlarının hem de özel anahtarlarının kullanımıyla onaylandığından, blok zincirinin blok bileşeninden bahsedilebilir (Tan ve Low, 2019). Mali ve operasyonel bilgilerden oluşabilen bu bloklara, blokta yer alan bilgilerle ilişkili harf ve rakamlardan oluşan benzersiz bir kimlik adı da atanır (Yu, Lin ve Tang, 2018).



Şekil 3: Blok Zinciri Örneği

Kaynak: Nofer vd., 2017.

Mevcut bloklara yüklenecek ve eklenecek blokta oluşan işlem bilgisi blok zincirine eklenmeden önce, bilgi ve bloğun kendisi mevcut blok zincirinin tüm mevcut üyeleri tarafından doğrulanmalı ve onaylanmalıdır (Smith ve Castonguay, 2020). Tüm verilerin mevcut üyeler tarafından doğrulanması ve onaylanması gerektiğinden, fikir birliği onay sürecinin doğası gereği geçerli olmasını sağlamaya yardımcı olur.

Potansiyel dolandırıcılık ve etik olmayan faaliyetlere karşı korumayı temsil eden blok zinciri ortamına bilgi aktarmak, onaylamak ve bilgi eklemek için büyük miktarda enerjiye ihtiyaç duyulmaktadır (Avunduk ve Aşan, 2018). Kuruluşlar hem sunucular hem de personel dahil olmak üzere teknoloji varlıklarına yatırım yapmanın yanı sıra blok zinciri platformunu yönetmek ve etkin bir şekilde kullanmak için gerekli artan enerji maliyetleriyle karşı karşıyadır. Blok zincirini entegre raporlamaya bağlamak, hem karar verme sürecinde teknolojinin artan entegrasyonunun hem de paydaşların kurumsal performansla bağlantılı daha kapsamlı bilgi edinme konusundaki artan ilgisinin bir sonucudur.

Entegre raporlama çerçevesi ve modelinin önemli bir yönü ve faydası, verilerin blok zincirinin tüm üyelerine dağıtılabilmesi ve erişilebilir olmasıdır (McCallig, Robb ve Rohde, 2019). Örneğin yöneticiler blok zinciri ile paydaş gruplarıyla periyodik toplantılarla uğraşmak yerine, kuruluştaki değişiklikler ve ilgili tüm veriler hakkında paydaş gruplarına bilgi dağıtabilecek ve raporlayabilecekler (Borhani vd., 2021). İletişimi geliştirmek, tedarik zinciri ortakları ve kuruluş

verilerinin dış kullanıcıları arasında veri akışını dağıtmak, stratejik planlama ve uygulama sürecini kolaylaştıracaktır.

Bu noktada açıkça belirtmekte fayda var ki, günümüzde piyasada kullanılan blok zinciri teknolojisi, küresel bazda iş yapan en büyük kuruluşların için geçerlidir. Örneğin, özel blok zincirler Wal-Mart, Alibaba ve Samsung gibi kuruluşlar tarafından kullanılmaktadır. Gerekli donanımı kurma, uygun personeli işe alma ve uygun bir elektrik altyapısı kurma maliyeti nedeniyle, blok zinciri kaçınılmaz olarak başlangıçta büyük kuruluşlar tarafından benimsenecektir. Bununla birlikte, özellikle küresel bir iş ortamında, blok zinciri teknolojisinin en önemli faydalarından biri, tedarik zincirinde verilerin doğrulanması üzerindeki etkileri olacaktır.

Tedarikçilere e-postalar veya diğer tür mesajlarla bilgi vermek yerine, özel blok zincirine ait tüm katılımcılar, nakliye işlemi sırasında herhangi bir zamanda belirli envanter veya diğer öğelerin nerede olduğunu belirlemek için işlem kayıtlarını inceleyebilir (Pournader vd., 2020). Blok zinciri, özellikle bir kuruluş ve onun tedarik zinciri ortaklarından oluşan özel bir blok zinciri, farklı kurumsal kaynak programları kullanılsa bile kuruluşlar arasında bilgi transferini kolaylaştırır (Queiroz, Telles ve Bonilla, 2020). Teknolojik bir yükseltme gibi görünen bu durumu entegre raporlama sürecinde uygulamak, teknoloji ve raporlama kalitesinin bağlantısı için önemli bir adımdır.

Entegre raporlamanın temel fikri, yöneticilerin paydaş gruplarına sürekli ve doğrulanabilir bir şekilde bilgi aktarımını sağlayabilmesidir. Bu bilgi aktarımı özellikle tedarik zinciri sorunlarıyla ve çevre sorunlarıyla bağlantılı olduğu için, yöneticilerin bu bilgilere erişmesi ve verilerin doğruluğuna güvenmesi büyük önem arz eder. Sürdürülebilirlik, çevresel ve operasyonel bilgiler dahil olmak üzere organizasyonel veriler blok zinciri ortamına gömülebilir (Dujak ve Sajter, 2019).

Bir kuruluş açısından; doğal kaynaklar, gıda ürünleri, değerli madenler, küresel tedarik ortaklarından alınacak mal/hizmet ve söz konusu bu ürünlerin menşeinin izlenmesi ve doğrulanması çok önemlidir. Bu hususlar, yalnızca mali ve operasyonel açıdan önemli olmakla kalmaz, aynı zamanda yasal sorumluluğun ilişkin risklere maruz kalmanın sınırlandırılmasına da yardımcı olabilir. Aynı zamanda, her tür bilgi blok zinciri platformuna eklenebildiği için, bu bilgiler gerçek zamanlı sıcaklık ve konum verilerini içerebilir (Azzi, Chamoun ve Sokhn, 2019). Bu tür bilgiler operasyonel faaliyetlere yardımcı olurken, aynı zamanda sorunların izlenmesine ve tam olarak belirlenmesine de yardımcı olabilir (Saberi vd., 2019).

Entegre raporlama sadece finansal bilgilere değil, daha geniş bir bilgi yelpazesine erişim sağlar ve teşvik eder. Bu bağlamda, doğrudan her türden bilgiyi depolamak, erişmek ve analiz etmek için kullanılabilen bir veri yönetim sistemi olan blok zinciri teknolojisinin potansiyeline entegre raporlama için önemlidir (Pizzi vd., 2022).

Entegre raporlamanın en önemli faydalarından biri, bu farklı türdeki bilgileri farklı paydaşlara iletmektir ve bu faydanın maksimum seviyeye çıkarılabilmesi, blok zincirinin entegre raporlama için önemini kavramaktan geçer. Özel bir blok zinciri ortamında bulunan farklı bilgi türleri, ağın tüm üyelerinin sürekli olarak bilgiye erişmesine izin verir. Bu durum, entegre raporlamayı ve yarattığı değeri artırır. Bilginin gerçek zamanlı ve sürekli bir şekilde dağıtılmasına izin vermek, paydaşların kuruluşun yönü ve performansı ile ilgili sürekli iletişim halinde olmaları anlamına gelir (Casado-Vara vd., 2018).

Sözleşmelerin, sözleşme şartlarının ve ilgili hak ve yükümlülüklerin otomasyonu ve dijitalleştirilmesi, paydaş odaklı bir ortamda giderek daha önemli hale gelmektedir (Zheng vd., 2020; Ante, 2021). Hem finansal hem de finansal olmayan nitelikteki paydaşlar, bir kuruluşun bugünkü ve gelecekteki performansı ile ilgilidir. BP ve Volkswagen şirketlerinde yaşanan olayların (petrol sızıntısı, emisyon skandalı) mali sonuçları ve bu olaylarla ilişkili açıklanmayan yükümlülükler hem kuruluş hem de ilgili yöneticiler açısından mali, yasal ve operasyonel sorunlar oluşturdu. Bu kuruluşların daha net iletişim, daha proaktif yönetim ve artan şeffaflığı, bu tür etik dışı faaliyetleri engelleyemedi, ancak muhtemelen bu bilgiler hakkında önceden iletişim kurulmasına yardımcı olabilirdi.

Veri Analitiği

İlk bakışta, veri analizi gibi nicel ve veriye dayalı bir yetkinlik ile entegre raporlama gibi stratejik bir kavram arasındaki bağlantı zayıf algılanabilir ancak bu algı hem analitik kavramının hem de entegre raporlamanın etkilerinin tam olarak anlaşılmasından kaynaklanmaktadır (Kaya ve Akbulut, 2018). Entegre raporlamaya, finansal ve finansal olmayan bilgiler de dahil olmak üzere kuruluşla ilgili çeşitli bilgi ve veriler dahildir. Etkili kararlar vermek hem bilginin mevcudiyetini hem de yöneticilerin analiz etme becerisini gerektirir.

Farklı paydaş gruplarıyla etkileşim veya sosyal medya kanalları aracılığıyla etkin kararlar almak nicel bilgi gerekir. Bilgi kanalları, söz konusu kuruluşla ilgili olarak farklı olacaktır ancak veri, karar vermeyi yönlendirir ve entegre raporlama, daha kapsamlı veri toplama ve analiz için bir platformdur. (Richardson ve Shan, 2019) Kuruluş, analiz etmek ve kararları almak için çok büyük miktarda veriye sahip olsa bile, bu sürecin başarılı bir şekilde benimsenmesi ve uygulanması için süreci stratejik planlama ve çoklu sermaye modeli ile ilişkilendirmek gereklidir (Schneider vd., 2015).

Çoklu sermaye modelini, veri analitiğine yardımcı olmak için mevcut olan temel teknoloji araçlarıyla desteklemek kuruluşlara fayda sağlar. Kuruluşlar büyük miktarlarda bilgi topladıklarından birden fazla sermaye için ölçüm ve kıyaslamalar geliştirmek olasıdır. Örneğin bir kuruluş tedarik zinciri, envanter seviyeleri ve sermaye yatırımı ile ilgili daha fazla bilgi elde etmek çaba gösteriyorsa, üretilen sermaye alanında bir sermaye çerçevesinin geliştirilmesi kolaylaşacaktır.

Veriler; projelerin nasıl değerlendirildiği ve kuruluşun stratejisinin nasıl oluşturulduğu konusunda her zaman önemli bir role sahiptir ancak iş dünyasının yeni bir dijital karar verme çağına girdiği görülmektedir. Bu çağda, iş ortamında raporlama ve bilginin iletilmesi gereken yöntemler de değişmeli ve gelişmelidir. Entegre raporlama, kurumsal performansın değerlendirilmesi ve değerlendirilmesine çeşitli farklı kaynaklardan gelen bilgileri dahil ederek değerlendirme yapılmasına olanak sağlar.

Yapay zekâ, blok zinciri uygulamaları ve veri analitiği gibi belirli teknoloji araçlarının organizasyonel bilgilerin toplanmasını ve analizini kolaylaştıracağı doğrudur ancak bu bilgileri yalnızca ‘elde etmek’ amacıyla toplamak gereksizdir. Büyük miktardaki bilgiyi paydaş gruplarına iletmek, bunu şeffaf bir şekilde yapmak ve paydaşları kuruluşun daha geniş iş ortamındaki değişikliklerden haberdar etmek hem daha etkin karar almayı hem de hem kısa hem de uzun vadeli kararları gerçekleştirmeyi mümkün kılar (Owen, 2013). Ancak veriler, yalnızca analitik amaçlar için değil, karar verme için de yararlı olacak şekilde temizlenmeli ve analiz edilmelidir.

SONUÇ VE ÖNERİLER

Teknoloji, yönetimi ve yatırımcı karar verme süreçlerini destekleyen bir bilgi mimarisinin oluşturulmasını sağlar. Böyle bir mimariye ihtiyaç vardır, çünkü bir kuruluşun sadece finansal sermayenin ötesinde birden fazla sermayede nasıl değer yarattığını raporlayabilmek büyük miktarda veri gerektirir. Değer yaratma raporlamasının temelini oluşturan verilerin doğru şekilde toplanması, entegre edilmesi ve işlenmesi gerekmektedir.

Günümüzün iş ortamı olağanüstü bir hızda değişmektedir. Teknoloji, veri kullanımı ve iş etkileşimlerinin hızı bu değişimi yönlendirmede kilit bir rol oynamıştır. Aynı zamanda teknoloji, kuruluşların sorunları anlamasını, değerlendirmesini ve çözülmesi için eyleme geçilmesini sağlayan bir yol da sunar.

Entegre raporlama, kuruluşların kaynaklarını belirlemesi, yönetmesi ve bu kaynaklar hakkında iletişim kurması için optimal bir yol sunar. Entegre raporlama, bir kuruluşun performansı hakkında tüm ilgili kaynaklar veya ‘sermayeler’ hakkında bilgileri bir araya getirebilir. Modern şirketlerde, mevcut yönetim uygulaması ve kurumsal raporlama modelinden entegre bir görünüme geçiş için teknolojinin uygulanmasını gerektirecektir.

KAYNAKÇA

- Abeysekera, I. (2013). A Template for Integrated Reporting. *Journal of Intellectual Capital*, 14(2), 227-245.
- Ante, L. (2021). Smart Contracts on the Blockchain – A Bibliometric Analysis and Review. *Telematics and Informatics*, 57, 1-29.
- Aras, G., & Yıldırım, F. M. (2019). Entegre Raporlamada Çoklu Sermaye Ögelerini Temsil Eden Göstergelerin Belirlenmesi: Türk Bankacılık Sektörü Örneği. *Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi İ.İ.B.F. Dergisi*, 6(2), 408-422.
- Aras, G., & Yıldırım, F. M. (2022). Development of Capitals in Integrated Reporting and Weighting Representative Indicators with Entropy Approach. *Social Responsibility Journal*, 18(3), 551-572.
- Atalay, M., & Çelik, E. (2017). Büyük Veri Analizinde Yapay Zeka ve Makine Öğrenmesi Uygulamaları. *Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 9(22), 155-172.
- Avunduk, H., & Aşan, H. (2018). Blok Zinciri (Blockchain) Teknolojisi ve İşletme Uygulamaları: Genel Bir Değerlendirme. *Dokuz Eylül Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 33(1), 369-384.
- Azzi, R., Chamoun, R. K., & Sokhn, M. (2019). The Power of A Blockchain-Based Supply Chain. *Computers & Industrial Engineering*, 135, 582-592.
- Barnabè, F., Giorgino, M. C., & Kunc, M. (2019). Visualizing and Managing Value Creation Through Integrated Reporting Practices: A Dynamic Resource-Based Perspective. *Journal of Management and Governance*(23), 537-575.
- Bartolini, M., Santini, F., & Silvi, R. (2013). Performance Measurement and Capitals. C. Busco, M. Frigo, A. Riccaboni, & P. Quattrone içinde, *Integrated Reporting* (s. 127-145). Cham: Springer.
- Bhasin, M. L. (2017). Integrated Reporting: The Future of Corporate Reporting. *International Journal of Management and Social Sciences Research*, 6(2), 17-31.
- Borhani, S. A., Babajani, J., Vanani, I. R., Anaqiz, S. S., & Jamaliyanpour, M. (2021). Adopting Block chain Technology to Improve Financial Reporting by Using the Technology Acceptance Model (TAM). *International Journal of Finance and Managerial Accounting*, 6(22), 155-171.
- Brown, J., & Dillard, J. (2014). Integrated Reporting: On the Need for Broadening Out and Opening Up. *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, 27(7), 1120-1156.
- Camilleri, M. A. (2017). The Integrated Reporting of Financial, Social and Sustainability Capitals: A Critical Review and Appraisal. *International Journal Sustainable Society*, 9(4), 311-326.
- Camilleri, M. A. (2018). Theoretical Insights on Integrated Reporting - The Inclusion of Non-Financial Capitals in Corporate Disclosures. *Corporate Communications: An International Journal*, 23(4), 567-581.
- Casado-Vara, R., Prieto, J., Prieta, F. D., & Corchado, J. M. (2018). How Blockchain Improves the Supply Chain: Case Study Alimentary Supply Chain. *Procedia Computer Science*, 134, 393-398.
- Churet, C., & Eccles, R. G. (2014). Integrated Reporting, Quality of Management, and Financial Performance. *Journal of Applied Corporate Finance*, 26(1), 56-64.
- Coulson, A. B., Adams, C. A., Nugent, M. N., & Haynes, K. (2015). Exploring Metaphors of Capitals and the Framing of Multiple Capitals: Challenges and Opportunities for < IR >. *Sustainability Accounting, Management and Policy Journal*, 6(3), 290-314.
- Dobrovic, J., Lambovska, M., Gallo, P., & Timkova, V. (2018). Non-Financial Indicators and Their Importance in Small and Medium-Sized Enterprises. *Journal of Competitiveness*, 10(1), 41-55.
- Doni, F., Larsen, M., Martini, S. B., & Corvino, A. (2019). Exploring Integrated Reporting in the Banking Industry: The Multiple Capitals Approach. *Journal of Intellectual Capital*, 20(1), 165-188.
- Dujak, D., & Sajter, D. (2019). Blockchain Applications in Supply Chain. A. Kawa, & A. Maryniak içinde, *SMART Supply Network* (s. 21-46). Cham: Springer.

- Güney, A. (2014). Role of Technology in Accounting and E-accounting. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 152(7), 852-855.
- Garcia-Sanchez, I.-M., Raimo, N., & Vitolla, F. (2021). CEO Power and Integrated Reporting. *Meditari Accountancy Research*, 29(4), 908-942.
- Gerety, M., & Lehn, K. (1997). The Causes and Consequences of Accounting Fraud. *Managerial and Decision Economics*, 18(7-8), 587-599.
- Gerwanski, J. (2020). Managers' Incentives and Disincentives to Engage with Integrated Reporting or Why Managers Might Not Adopt Integrated Reporting: An Exploratory Study in a Nascent Setting. *Qualitative Research in Accounting & Management*, 17(4), 553-587.
- Grassmann, M., Fuhrmann, S., & Guenther, T. W. (2019). Drivers of the Disclosed "Connectivity of the Capitals": Evidence from Integrated Reports. *Sustainability Accounting, Management and Policy Journal*, 10(5), 877-908.
- Grewal, D., Guha, A., Satornino, C. B., & Schweiger, E. B. (2021). Artificial Intelligence: The light and the Darkness. *Journal of Business Research*, 136, 229-236.
- Haller, A. (2016). Value Creation: A Core Concept of Integrated Reporting. C. Mio içinde, *Integrated Reporting* (s. 37-57). Londra: Palgrave Macmillan.
- Helmina, M. R., Ghozali, I., Isgiyarta, J., & Sutomo, I. (2019). How Does Reporting Technology Affect Firm Value? *International Journal of Scientific & Technology Research*, 8(7), 534-541.
- Hodge, F. D., Kennedy, J. J., & Maines, L. A. (2004). Does Search-Facilitating Technology Improve the Transparency of Financial Reporting? *The Accounting Review*, 79(3), 687-703.
- Hoque, M. E. (2017). Why Company Should Adopt Integrated Reporting? *International Journal of Economics and Financial Issues*, 7(1), 241-248.
- Ünal, G., & Uluyol, Ç. (2020). Blok Zinciri Teknolojisi. *Bilişi Teknolojileri Dergisi*, 13(2), 167-175.
- Ünsal, E., & Kocaoğlu, Ö. (2018). Blok Zinciri Teknolojisi: Kullanım Alanları, Açık Noktaları ve Gelecek Beklentileri. *European Journal of Science and Technology*(13), 54-64.
- Jarrahi, M. H. (2018). Artificial Intelligence and the Future of Work: Human-AI Symbiosis in Organizational Decision Making. *Business Horizons*, 61(4), 577-586.
- Jensen, J. C., & Berg, N. (2012). Determinants of Traditional Sustainability Reporting Versus Integrated Reporting. An Institutional Approach. *Business Strategy and the Environment*, 21(5), 299-316.
- Kannenberg, L., & Schreck, P. (2019). Integrated Reporting: Boon or Bane? A Review of Empirical Research on its Determinants and Implications. *Journal of Business Economics*(89), 515-567.
- Kaya, İ., & Akbulut, D. H. (2018). Big Data Analytics in Financial Reporting and Accounting. *PressAcademia Procedia*(7), 256-259.
- Kolbjørnsrud, V., Amico, R., & Thomas, R. J. (2016). How Artificial Intelligence Will Redefine Management. *Harvard Business Review*, 1-6.
- Kolk, A. (2005). Sustainability Reporting. *VBA Journaal*, 21(3), 34-42.
- Kulikova, L. I., & Mukhametzyanov, R. Z. (2019). Formation of Financial Reporting in the Conditions of Digital Economy. *Journal of Environmental Treatment Techniques*, 1125-1129.
- Lamboglia, R., Mancini, D., & Paolone, F. (2017). The Relationship Between Technology and Integrated Reporting: A Theoretical Framework. *11th European Conference on Information System Management* (s. 148-156). Reading: Academic Conferences and Publishing Limited.
- Leyer, M., & Schneider, S. (2021). Decision Augmentation and Automation with Artificial Intelligence: Threat or Opportunity for Managers? *Business Horizons*, 64(5), 711-724.
- Lim, F. P. (2013). Impact of Information Technology on Accounting Systems. *Asia-pacific Journal of Multimedia Services Convergent with Art, Humanities, and Sociology*, 3(2), 93-106.
- McCallig, J., Robb, A., & Rohde, F. (2019). Establishing the Representational Faithfulness of Financial Accounting Information Using Multiparty Security, Network Analysis and a Blockchain. *International Journal of Accounting Information Systems*, 33, 47-58.

- Monterio, b. J. (2014, Mart). Integrated Reporting and Corporate Disclosure. *Strategic Finance*, 54-57.
- Morros, J. (2016). The Integrated Reporting: A Presentation of the Current State of Art and Aspects of Integrated Reporting that Need Further Development. *Intangible Capital*, 12(1), 336-356.
- Nofer, M., Gomber, P., Hinz, O., & Schiereck, D. (2017). Blockchain. *Business & Information Systems Engineering*(59), 183-187.
- Owen, G. (2013). Integrated Reporting: A Review of Developments and their Implications for the Accounting Curriculum. *Accounting Education*, 22(4), 340-356.
- Pimentel, E., & Boulianne, E. (2020). Blockchain in Accounting Research and Practice: Current Trends and Future Opportunities. *Accounting Perspectives*, 19(4), 325-361.
- Pirim, H. (2006). Yapay Zeka. *Journal of Yasar University*, 1(1), 81-93.
- Pistoni, A., Songini, L., & Bavagnoli, F. (2018). Integrated Reporting Quality: An Empirical Analysis. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 25(4), 489-507.
- Pizzi, S., Caputo, A., Venturelli, A., & Caputo, F. (2022). Embedding and Managing Blockchain in Sustainability Reporting: A Practical Framework. *Sustainability Accounting, Management and Policy Journal*, 13(3), 545-567.
- Pournader, M., Shi, Y., Seuring, S., & Koh, S. C. (2020). Blockchain Applications in Supply Chains, Transport and Logistics: A Systematic Review of the Literature. *International Journal of Production Research*, 58(7), 2063-2081.
- Queiroz, M. M., Telles, R., & Bonilla, S. H. (2020). Blockchain and Supply Chain Management Integration: A Systematic Review of the Literature. *Supply Chain Management*, 25(2), 241-254.
- Reim, W., Åström, J., & Eriksson, O. (2020). Implementation of Artificial Intelligence (AI): A Roadmap for Business Model Innovation. *AI*, 1(2), 180-191.
- Richardson, V. J., & Shan, Y. (2019). Data Analytics in the Accounting Curriculum. T. Calderon içinde, *Advances in Accounting Education: Teaching and Curriculum Innovations (Advances in Accounting Education, Vol. 23)* (s. 67-79). Bingley: Emerald Publishing Limited.
- Roth, H. P. (2014). Is Integrated Reporting in the Future? *The CPA Journal*, 84(3), 62-67.
- Saberi, S., Kouhizadeh, M., Sarkis, J., & Shen, L. (2019). Blockchain Technology and Its Relationships to Sustainable Supply Chain Management. *International Journal of Production Research*, 57(7), 2117-2135.
- Salehi, M., & Torabi, E. (2012). The Role of Information Technology in Financial Reporting Quality: Iranian Scenario. *Poslovnoa Izvrnost Zagreb*, 6(1), 115-127.
- Schneider, G. P., Dai, J., Janvrin, D. J., Ajayi, K., & Raschke, R. L. (2015). Infer, Predict, and Assure: Accounting Opportunities in Data Analytics. *Accounting Horizons*, 29(3), 719-742.
- Smith, S. S. (2015). Arguing for a Multiple Capital Model. *International Journal of Managerial Studies and Research (IJMSR)*, 3(5), 22-32.
- Smith, S. S. (2018). Digitization and Financial Reporting – How Technology Innovation May Drive the Shift toward Continuous Accounting. *Accounting and Finance Research*, 7(3), 240-250.
- Smith, S. S., & Castonguay, J. (2020). Blockchain and Accounting Governance: Emerging Issues and Considerations for Accounting and Assurance Professionals. *Journal of Emerging Technologies in Accounting*, 17(1), 119-131.
- Soh, D. S., Leung, P., & Leong, S. (2015). The Development of Integrated Reporting and the Role of the Accounting and Auditing Profession. M. Rahim, & S. Idowu içinde, *Social Audit Regulation - CSR, Sustainability, Ethics & Governance* (s. 33-57). Cham: Springer.
- Sproviero, A. F. (2020). Integrated Reporting and the Epistemic Authority of Big Data: An Exploratory Study from the Banking Industry. *Financial Reporting*(2), 99-124.
- Stacchezzini, R., Florio, C., Sproviero, A. F., & Corbella, S. (2019). An Intellectual Capital Ontology in an Integrated Reporting Context. *Journal of Intellectual Capital*, 20(1), 83-99.

- Türegün, N. (2019). Impact of technology in financial reporting: The case of Amazon Go. *The Journal of Corporate Accounting & Finance*, 30(3), 90-95.
- Tabesh, P. (2021). Who's Making the Decisions? How Managers Can Harness Artificial Intelligence and Remain in Charge. *Journal of Business Strategy*, 1-8.
- Taipalceenmäki, J., & Ikäheimo, S. (2013). On the Convergence of Management Accounting and Financial Accounting – The Role of Information Technology in Accounting Change. *International Journal of Accounting Information Systems*, 14(4), 321-348.
- Tan, B. S., & Low, K. Y. (2019). Blockchain as the Database Engine in the Accounting System. *Australian Accounting Review*, 29(2), 312-318.
- Tanrıverdi, M., Uysal, M., & Üstündağ, M. T. (2019). Blokzinciri Teknolojisi Nedir ? Ne Değildir ?: Alanyazın İncelemesi. *Bilişim Teknolojileri Dergisi*, 12(3), 203-217.
- Tian, X. (2015). Does Real-Time Reporting Deter Strategic Disclosures by Management? The Impact of Real-Time Reporting and Event Controllability on Disclosure Bunching. *The Accounting Review*, 90(5), 2107-2139.
- Trigo, A., Belfo, F., & Estébanez, R. P. (2014). Accounting Information Systems: The Challenge of the Real-time Reporting. *Procedia Technology*, 16, 118-127.
- Vaz, N., Fernandez-Feijoo, B., & Ruiz, S. (2016). Integrated Reporting: An International Overview. *Business Ethics: A European Review*, 25(4), 577-591.
- Velte, P., & Stawinoga, M. (2017). Integrated Reporting: The Current State of Empirical Research, Limitations and Future Research Implications. *Journal of Management Control*(28), 275-320.
- Villiers, C. d., Rinaldi, L., & Unerman, J. (2014). Integrated Reporting: Insights, Gaps and an Agenda for Future Research. *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, 27(7), 1042-1067.
- Yu, T., Lin, Z., & Tang, Q. (2018). Blockchain: The Introduction and Its Application in Financial Accounting. *The Journal of Corporate Accounting & Finance*, 29(4), 37-47.
- Zheng, Z., Xie, S., Dai, H.-N., WeiliChen, Chen, X., Weng, J., & Imran, M. (2020). An Overview on Smart Contracts: Challenges, Advances and Platforms. *Future Generation Computer Systems*, 105, 475-491.
- Zhou, S., Simnett, R., & Green, W. (2017). Does Integrated Reporting Matter to the Capital Market? *Abacus*, 53(1), 94-132.

BİLİMSEL AÇIKLAMA MODELLERİ: PRAGMATİK BİLİMSEL AÇIKLAMA MODELİNE KARŞI KAPSAYICI YASA MODELİ

Ömer Fatih TEKİN¹

GİRİŞ

Bilimsel açıklama ile ilgili tartışmalar Sokrates öncesi döneme kadar uzatılabilir. Doğa filozoflarının yaptıkları felsefe, yani ‘evrenin merkezinde ne bulunur?’ sorusu temelinde ‘arkhe’ arayışları sonucunda ifade ettikleri söylemler bilimsel açıklamalar olarak değerlendirilebilir, çünkü o dönemde bilim ile felsefe aslında birbirine eş kavramlardı. 19. Yüzyıla geldiğimizde mantıkçı pozitivistler ile birlikte bilimsel açıklama konusu analitik bilim felsefesinin önemli konularından biri olmuş; pragmatik bilimsel açıklama ve kapsayıcı yasa modeli olarak söylenebilecek iki bilimsel açıklama tarzı ileri sürülmüştür. Bilimsel açıklamanın olmazsa olmaz iki koşulu *açıklayıcı uygunluk* ve *sınanabilirlik* koşullarıdır ve bu koşullar doğa hakkında yapılan açıklamanın bilimsel olup olmamasını belirler. Bu bakımdan her iki bilimsel açıklama modelinin de temele aldığı bu koşullar aracılığıyla *explanans* ve *explanandum* ifadeleri arasındaki ilişki gün yüzüne çıkarılarak doğa anlamlandırılmaya çalışılır. Pragmatik bilimsel açıklama modeli gözlemlenebilir varlıklar üzerinde çalışmalar yürüttüğü için kapsayıcı yasa modeline nazaran daha az açıklama kapasitesine sahiptir. Buna karşın, kapsayıcı yasa modeli *tümdengelsel yöntemi* benimseyerek ve aynı zamanda *doğa yasalarına yaslanarak* gözlemlenebilir varlıklarla birlikte gözlemlenemeyenleri de dikkate alarak *empirik veriler* oluşturma noktasında yukarıdaki koşullar altında bilimsel açıklamalar yapabilmeye bakımından doğayı anlama etkinliğinde diğerine göre daha uygun bir açıklama tarzı olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu modelin savunucuları olarak birçok filozof sayılabilir. (Popper, 1935, 1959; Gardiner, 1959; Nagel, 1961) Fakat en önemli filozof Carl Hempel (1942, 1965)’dir, çünkü konuyu en ayrıntılı ve etkili işleyen kişidir. Böylece, bu yazıda Hempel’in

¹ Dr. Araştırma Görevlisi, Kastamonu Üniversitesi, Fen Edebiyat Fakültesi, Felsefe Bölümü, oftekin@kastamonu.edu.tr, ORCID: 0000-0002-1142-2706.

belirlediği kapsayıcı yasa modeli, pragmatik bilimsel açıklama modeli karşısında savunularak açıklanmaya çalışılacaktır.

Bu yazıda Hempel'in kapsayıcı yasa modeline yaslanarak *açıklama* kavramının pragmatik açıklama modeli karşısında nasıl daha kullanışlı olduğu gözler önüne serilmeye çalışılacaktır. Öncelikle, *bilim* kavramının kendisinden başlanarak; bilimin tanımı verilecektir. Verilen bilim tanımının açıklama kavramına ihtiyaç duyması gerektiğinden genel hatlarıyla bilimsel açıklama dediğimiz kavramın ne olduğu en önemli kavramları olan *explanans* ve *explanandum* kavramları ile birlikte serimlenmeye çalışılacak. Daha sonrasında *pragmatik bilimsel açıklama modeli* van Fraassen öncülüğünde detaylandırılacaktır. Bu kısımda van Fraassen'in açıklama modelini irdelemeye başlamadan hemen önce onun bilim anlayışını ele alacağız. İnşacı deneycilik olarak literatürde kendisine yer bulan bu yaklaşım, her şeyden önce bilimsel gerçekçilik yaklaşımına karşı çıkan gözlemlenemeyen kavramlar ve varlıkların bilimsel çalışmalarda kullanılmamasını dile getiren bir anlayış biçiminde gözükecektir. Bu yaklaşım hakkında kısaca bilgilendirme verildikten sonra; asıl inceleme konusu olan pragmatik bilimsel açıklama modelinin temel özellikleri ve yapısı verilmeye çalışılacaktır. Böylece, kapsayıcı yasa modeli için bir temel oluşturulduktan sonra; pragmatik bilimsel açıklama modelinin bilimsel açıklama için neden kullanışlı olmadığı ve bu model yerine neden kapsayıcı yasa modelinin öne sürüldüğü detaylarıyla verilmeye çalışılacaktır.

Kapsayıcı yasa modeli Hempel tarafından ortaya atılan ve bilimsel aktivitelerde genel geçerliği ve sağlamlığı kontrol edebilmemizi sağlayan bir açıklama modeli olması bakımından önem taşımaktadır. *Doğa yasalarını* zemine alması bakımından kapsayıcı yasa modeli pragmatik açıklama modeli karşısında savunulup desteklenmiştir.

BİLİM NEDİR?

Einstein bilim hakkında şöyle bir tanım vermiştir. Ona göre bilim, kaotik bir biçimde oluşan duyu deneyimleri ve zihnin düşüncesinin bir araya gelmesi ile birlik oluşturulması ve bu birliğin mantıksal formu ve düzenli sistemiyle bütünlük oluşturması sonucu elde edilen girişim olarak tanımlanabilir. Deneyler ve kuramsal yapının bu sistem içinde tam bir uyumla birbirleriyle bağlantılı olarak çalışması beklenir. Einstein için bilimsel düşünce, bilim öncesi düşüncenin gelişimi ve yetkinleşmesidir (Einstein, 2013: 214). Bilimi sadece bir yasalar derlemesi olarak tanımlamak, onu birbirinden bağımsız gerçekler kataloğu olarak ifade etmek demektir ki kuşkusuz böyle bir görüşün doğruluğu savunulamaz. Einstein'ın ifadesi ile genel anlamda bilim, özgürce ulaşılmış düşünceleri ve kavramlarıyla beraber, insan aklının yaratusudur (Einstein ve Infeld, 2015: 252).

Bilim hakkında verilecek çalışma alanları bağlamında değerlendirildiğinde başka bir tanım ise, olguları *açıklamaya* çalışan, bir taraftan pratik boyutu olan (deney, gözlem, ölçüm, sayım gibi) diğer taraftan da teorik olan (kavram üreten, hipotez kuran, belli başlı yöntem olan) bir etkinlik olarak görülebilir. Bilimin

olgudan kurama ulaşmaya çalışan bir etkinlik olduğu söylenir. Bu süreçte, mantıklı açıklamalar yapabilmek amacıyla doğrulama ya da yanlışlama ölçütü ekseninde tümevarımsal ya da tümdengelimsel yöntemle sahip kuramlar oluşturmayı hedefler. Bilimsel bilginin diğer bilme etkinliklerinden farklı olarak *tutarlı açıklamalarda* bulunması beklenir. Tutarlı açıklamalarda bulunabilmesinin nesnel olmak, yöntem kullanmak, ön görüde bulunmak, denetlenebilir olmak gibi bazı ön koşulları bulunmaktadır. Einstein'a göre bilgiye ya da bilgi elde etmeye yönelik çabanın yapısında, temel varsayımlardaki tutumluluk, yalınlık ve basitlik kadar; deneyin geniş ve bol çeşitliliğini kapsayıp kuşatmak eğilimi de vardır. Bu hedeflere ulaşmada varılan uzlaşma, araştırmamızın ön aşamasında kararlaştırılmış olan bir inanç meselesi ile ilgilidir. Böyle bir inanç olmadan bilginin bağımsız değerine güvenme ve kani olma Einstein'a göre kesin, sağlam ve değişmez değildir (Einstein, 2013: 255). Bununla beraber Einstein'a göre bilgi, tek başına basit bir deneyden elde edilemez; bilgi, gözlemlenen olgu ile zihnin kavradığının karşılaştırılması sayesinde ve sonucunda elde edilebilir (Einstein, 2013: 123). Bu ifadeden de anlaşılacağı üzere bilimsel bilgiye, deneyden olduğu gibi kuramdan da varılabileceği sonucu çıkmaktadır. Ancak belirli olgular, teori ile öngörülmekte ve ardından deney ile doğrulanmaktadır (Uçar, 2019: 397).

Bilim dediğimiz anlama etkinliğini nasıl tanımlarsak tanımlayalım, yaşadığımız çağa kadar gelen zaman diliminde hakikate ulaşma yolunda kullandığımız ve ulaştığımız verilerin gerçekliği ile tüm insanlığa hizmet etmesi bakımından tüm farklılıklar karşısında herkese hitap edebilen özelliğe sahip olması bakımından birikimsel bir başarıya sahip olan en güvenilir bilgi türü olarak değerlendirilebilir. Bu güvenilir bilgi türü olmasının en önemli bir özelliği de bilimsel *açıklama* gücünün diğer açıklamalardan daha etkili olmasıdır. Bu bakımdan, bilimin tanımının verilmesinin ardından bilimsel açıklama kısmına geçiş yapabiliriz.

BİLİMSEL AÇIKLAMA KAVRAMI

Doğa bilimlerinin temel amaçlarından biri yaşadığımız dünyanın olgularını açıklamaktır. Bilim belirli tikel bir olgu peşinde koşup onun fiziki koşullarını belirlemekle uğraşmaktan ziyade böyle olguları açıklamamamızı sağlayan bir düşünceler topluluğu elde etmeyi amaçlamaktadır. Hempel'e göre, "bu soruşturmalar ne kadar loğusa humması kapıldığı, suyun kaldırma gücünün pompalama kapasitesinin niçin kendi özel sınırları olduğu, ışık iletiminin niçin geometrik-optik yasalarına uyduğu gibi sorularla ilgilidir" (Hempel, 2015: 47). Bu bakımdan, bu bölümde, bilimsel açıklama kavramının genel özellikleri detaylı bir şekilde verilmeye çalışılacaktır.

İlkçağlardan günümüze insan dış dünyada meydana gelen olağanüstü, istisnai ve aynı zamanda kafa karıştırıcı ve doğal olarak korkutucu olaylar karşısında belli başlı açıklamalar getirmeyi denemiş; bu açıklamalarla hayatlarını sürdürmüş, temelsiz bir şekilde oluşturmuş olduğu bu tür mitlere, söylenlere ya da metaforlara inanmıştır. Hempel bu açıklamalarla ilgili şunları söyler: " Bu açıklayıcı

tasarımlardan bazıları, doğa güçlerinin antropomorfik kavramlaştırılmasına dayanmaktadır; başka bazıları gizli güçlere failere başvurmaktadır, yine başkaları da Tanrı'nın gizemli planına ya da kadere işaret etmektedir". (a.g.e.). Bu bağlamda dünyayı anlama etkinlikleri olarak karşımıza çıkan bu tarz açıklamalar sonucunda din, söylen, mitoloji, sanat, felsefe ve bilim meydana gelmiştir. Bu etkinliklerin hepsinin en temelde amacı dünyayı anlamaya çalışmak ve onu *açıklama* uğraşı vermektir. Bu etkinlikler arasında öyle bir tanesi vardır ki; dünyayı anlama uğraşında nesnel açıklamalar verdiğini iddia eder. Tabi ki hemen anlaşılacağı üzere bilimdir bu.

Bilimsel açıklama kavramı, merkeze aldığı sorunu bağlamında bilim felsefesinin birçok konusuyla bağlantılı olarak işlenir. Bu bakımdan bilimsel açıklamanın ne demek olduğu üzerine düşündüğümüz zaman bize yardımcı olacak belki de ilk kavram doğa yasaları kavramıdır. Şöyle ki, "bilimsel yasalar açıklama gücüne sahiptir çünkü bu yasalar şeylerin nasıl olması gerektiğini betimlerler" (Rosenberg, 2014: 62). Burada dikkat edilmesi gereken önemli bir konu doğa yasalarının zorunluluğu bilimsel aktivite ile anlaşılıp anlaşılamayacağı üzerinedir. Çünkü bilimsel aktivite yani deney ve gözlem bize zorunluluk yerine yasaların nasıl olduğunu verebilir. Mantıkçı pozitivistler tam da bu tarz metafizik konulardan kurtulmak için bilimsel bir felsefe yapmanın peşinde koşmuşlardır fakat bazı bilim felsefecileri bilimin bu tarz metafizik konularına ilgi duyarak böyle metafizik konuları analitik bilim felsefesinin merkezine oturtmaya çalışmışlardır. Hempel'e göre, "bilimin amaçları hepsinden öte dünyayla ilgili bir açıklığı ve deneyimiz üzerinde mantıksal etkisi olan, bu yüzden de nesnel olarak sınanabilir olan bir kavrayış geliştirmektir. Bu nedenle, bilimsel açıklamalar iki sistematik koşulu karşılamalıdır. Bu koşullar *açıklayıcı uygunluk koşulu* ve *sınanabilirlik koşuludur*" (Hempel, 2015: 47-48).

Klasik anlamda felsefe, mantıkçı pozitivistlere göre bilimsel açıklamalar ya da bilimden türetilen açıklamalar karşısında olumsal ya da varsayımlı kalmak durumundadır. Felsefenin ortaya koyabildiği şey 'açık bir tanım', 'akılsal bir yeniden inşa' ya da 'kavramsal analiz' denen şeydir. Felsefi temele sahip pozitivistler ile bilim felsefecileri bilimsel bir açıklamanın olmazsa olmaz bazı koşulları olduğunu ve bu koşulların sistematik olarak yerine getirilmesi gerektiğini belirtirler. Bu koşullar bilimsel bir açıklamanın yeterliliğini oluştururlar. Başka bir deyişle, "geleneksel yaklaşım, bir şeyin bilimsel açıklama olabilmesi için tek tek zorunlu ve hep birlikte yeterli koşullar kümesini arayıp bulma çabasıdır. 'Ussal yeniden inşa' bilimsel açıklama kavramının kesin ve mantıksal olarak açık seçik olmasını sağlar" (Rosenberg, 2014: 62).

Rosenberg'in de yukarıda belirttiği gibi, pozitivism olguları merkeze alarak bilim yapma ve olguların ötesine geçmemeyi prensip haline getiren bir akım olarak karşımıza çıkmıştır. Olgular üzerinden bilgi üretme bu yaklaşımın temel özelliğidir. Bu bakımdan Anlı'ya göre bu bilginin esas anlamı, "olgular üzerinden

elde edilmesi ve konu edindiği olguyu bilimsel açıdan açıklamasıdır. Bu açıklama biçimi, belirli olgularla genel ifadeler arasında bağ kurma ve kurulan bağ sonucunda elde edilen ilişkileri önermesel düzeyde ifade etmektir. Başka bir şekilde söylersek, metafiziksel bir açıklama olmaması bu tarz bilimsel açıklamaların olguların ötesine gitmemesi ve bundan dolayı temel nedenler üzerinden açıklama yapmamasına bağlıdır. Hempel'e göre "doğa bilimlerinin başlıca amaçlarından biri fiziksel dünya fenomenlerini açıklamaktır" (Hempel, 1966: 47). Bununla birlikte, bilimsel açıklama karakteristik özellikler taşımakta ve bu özellikleriyle 'sözde açıklama'lardan ayrılmaktadır" (Anlı, 2011: 80).

Reichenbach'a göre en basit tanımı ile bilimsel açıklama, bilimsel verileri bir tek yasada toplamaktan başka bir şey değildir. Bu tanıma verilecek en kapsamlı örnek ise Kopernik'in, Galileo'nun ve Kepler'in yasalarını bir formül içerisinde toplamış olan Newton'un Genel Çekim Yasası'dır (Reichenbach, 2013: 102). Bilimsel açıklama yapabilmek için bilimsel kavramlardan faydalanmamız gerekmektedir (Uçar, 2019: 401).

Bu bakımdan Hempel'in bilimsel açıklamanın metafizik açıklamalardan farklı olduğunu belirtmek için aşağıda vermiş olduğu örnek dikkatleri üzerine çekmektedir:

Galileo'nun aksine gökbilimci F. Sizi, hiçbir uydunun Jüpiter gezegeni etrafında neden dönmediğini açıklamak için verdiği örneği inceleyelim: insanların kafalarında iki adet göz, yine iki adet kulak ve burun ve son olarak bir adet de ağız bulunmaktadır. Benzer şekilde gökyüzüne de baktığımız zaman iki merhametsiz yıldız, iki ışıklı ve tek başına istikrarsız ve umursamaz Merkür bulunmaktadır. Buradan şöyle bir çıkarım yapmak hiç de zor olmasa gerek: kafamızda yedi adet pencereyiz olduğu gibi; gökyüzünde de yedi adet gezegen vardır. Daha da ileri giderek, gökyüzündeki uyduların gözle görülmesinin imkansızına yakın olduğunu ve böylece dünyamıza da herhangi bir etkisinin olamayacağı söylenebilir. Dolayısıyla orada gökyüzünde bulunmaları gereksizdir, bundan dolayı da olmadıkları ifade edilebilir (Holton ve Roller, 1958: 160).

Bu örnek üzerinde açıklamalar yapan Hempel, Sizi'nin önermesinin aşırı yorum olduğunu, mantıksız ve ilgisiz önemelerin birbirine bağlanması sonucu oluşturulmuş bir açıklama olduğunu dile getirir. Örnekte argümanlar ile sonuç arasında hiçbir ilişki yoktur. Kanıtlar olgularla tamamıyla alakasızdır. Verilen örnekler, Jüpiter'in uyduya ihtiyacının olup olmaması ya da uydusunun olup olmadığı ile ilgili herhangi zorunlu ve mantıklı bir temel değildir. Önermelerini 'zorunlu olarak' ya da 'bu yüzden' veya 'dolayısıyla' gibi bağlantı kuran kelimelerle süslemek önermeler bütününe herhangi bir zorunluluk katmamaktadır (Hempel, 2015: 48).

Hempel, yukarıdaki örneğin tam tersi bilimsel bir açıklamaya sahip olan bir örnek verir. Gökkuşağının fiziksel açıklaması ile ilgili olarak Hempel, bu olgunun bir bulutta bulunan küresel su damlacıkları içinde Güneş'in beyaz ışığının yansımaları

ve kırılmasının bir sonucu olarak meydana geldiği şeklinde bir açıklama yapar. “Optik yasalarına göre ne zaman su damlacıklarından meydana gelen bir çiseleme veya sis gözlemcinin arka tarafından gelen güçlü bir beyaz ışıkla aydınlatılırsa bir gökkuşağının belirmesi beklenir” (Hempel, 2015: 48). Böyle bir bilimsel açıklama sonucunda, hiçbir zaman gökkuşağı görmesek bile, bu şartlar oluştuğunda gökkuşağının oluşacağını tahmin etmemizi sağlayacak, beklenti oluşturacak sağlam bir zemin meydana gelmiş olacaktır. Bu özellik, fiziksel açıklamanın *açıklayıcı uygunluk koşulunu* karşılayan bir özellik olarak ele alınabilir. “Kanıt olarak gösterilen açıklayıcı bilgi, açıklanan olgunun gerçekten meydana gelmiş olduğuna ya da meydana geldiğine inanmamız için sağlam temeller sağlar” (a.g.e.).

Uygunluk koşulu, yukarıdaki önekte olduğu gibi, açıklamaya gereklilik katar fakat bir bilimsel açıklama için tek başına gereklilik yeterli değildir. Dünyamızdan oldukça uzaktaki galaksilerin spektrumlarında herhangi bir kırmızıya kayma durumu oluştuğunda ve bunu çokça veri ile desteklediğimizde bu uzak galaksilerin dünyamızın da içinde bulunduğu samanyolu galaksisinden çok büyük hızlarla ivmelenip uzaklaşmalarına inanmamız için bilim insanlarına gerekli zemin hazırlar fakat bu uzaklaşmanın neden olduğu hakkında herhangi bir açıklama getirmez.

Bilimsel açıklama için Hempel’in belirlediği ikinci koşul olan *sınanabilirlik* koşulunu doğal bir eğilim olarak da betimlenebilecek kütle çekim düşüncesi üzerinde açıklamaya çalışalım. Temelde, bu düşünce deneysel olsun ya da olmasın herhangi bir sınama ifadesine sahip gözükmemektedir. Dolayısıyla, kütle çekim düşüncesi için deneysel bulgulara gibi ya da sınanabilir yanlışlama yöntemleri gibi empirik desteğe sahip olan kanıt göstermek pek olanaklı gözükmemektedir. Yani, deneysel içeriğe sahip olmaması kütle çekimin nesnel açıklama yapma gücünü elinden almaktadır. Benzer şekilde, doğaüstü bir şey hakkında da yapılacak bir açıklama deneysel içerik eksikliği sebebiyle nesnel açıklama oluşturamama sonucunu doğurmaktadır. Fakat önceki örnekte gördüğümüz gibi, bir gökkuşağının gökyüzünde hangi şartlar altında ve renklerinin oluşum yapısının düzenliliği konusunda yapılabilecek fiziksel açıklamalar çeşitli sınama koşullarını beraberinde getirecektir. “Bunlar bir gökkuşağının gökyüzünde hangi şartlar altında ve içerdiği renklerin hangi sırada görüneceğiyle; kayalara dalgalar çarpınca ortaya çıkan su damlacıkları serpintisinde, çim sulama fiskeyelerinin yol açtığı çiselemede ve bunun gibi başka durumlarda gökkuşağı olgularının belirlemesiyle ilgilidir.” (Hempel, 2015: 48). Bu tarz örnekler, bilimsel açıklama kavramının ikinci koşulu olarak öne sürülen sınanabilirlik koşulu dediğimiz koşulu oluşturan örneklerdir. Sonuçta, bilimsel açıklamalar için şu söylenebilir: bilimsel açıklama olarak ileri sürülen önermeler deneysel olarak sınanabilirlik özelliğine sahip olmalıdır.

Hempel bu açıklama modelini Toricelli deneyi ile örneklendirir (Hempel, 1966: 50). Toricelli bu deneyinde cam boruyu cıva ile doldurur. Cam boru yaklaşık bir metre uzunluğundadır ve aynı zamanda bir ucu da kapalı şekildedir. Cam boruyu bir kabın içine ters çevirdiğinde cıvanın büyük kısmının kaba boşaldığını fakat aynı

zamanda cam boruda da belirli bir miktarda cıvanın bulunduğunu gözlemlemiştir. Burada cam borunun içinde bulunan hava basıncı nedeniyle borudaki cıvanın tamamının kaba boşalmadığı gibi bir açıklama yapılabilir. Yani kabın içindeki hava basıncı ile cıvanın basıncı birbirlerini dengelemiştir. Farklı boyutta ve genişlikte borular ile sayısız deneme yapılmasına rağmen borulardaki hava basıncı ile cıvanın basıncı birbirini dengelemiş olduğu gözlemlenmiş ve tüm deneylerde boru içindeki cıvanın aynı uzunlukla sabit kaldığı kanıtlanmıştır. Böylelikle, Anlı'ya göre,

Deney mümkün olduğunca yinelenerek ve bu yineleme olanağı her zaman açık olmak üzere tümevarım yoluyla bir yasaya ulaşmış olmaktadır. Bu yasa hava basıncı ile cıva basıncı arasında koşullara bağlı sabit bir ilişki kurmaktadır. Açıklanması gereken olgu, deniz seviyesinden yükseldikçe cıva seviyesinin düşmesi fenomenidir. Bu fenomenin açıklanması, tümevarım ile ulaşılmış yasaya dayalı olarak ortaya koyulur. Buna göre, deniz seviyesinden yükseldikçe, bu yükseklikle orantılı olarak cıva seviyesi düşmektedir. Deniz seviyesinde yapılmış deney ve gözlemlerle ulaşılan yasaya göre bu durum, yüksekliğin artmasıyla hava basıncının düşmesi olarak açıklanır. Kabın açık bölümünün üzerine etki eden hava basıncının düşmesiyle daha fazla cıva kaba boşalmakta ve böylece kapalı borunun içindeki cıva miktarı azalmaktadır (Anlı, 2011: 81).

Bu deneyden çıkarılacak sonuç, bilimsel açıklama modelinde, ilk önce tümevarım yöntemi kullanılmış, bu yöntem sayesinde tekrarlanabilen düzenli empirik örnekler toplanarak bilimsel yasa merkezli dış dünyadaki bir olgu açıklanmaya çalışılmıştır. Hempel bu genel yasaya, kapsayıcı yasa; bu tür yasalara bağlı açıklama modeline de kapsayıcı yasa ya da tümdengelimsel yasalı açıklama adını vermektedir (Hempel, 1966: 51). Böyle bir açıklama modeli yukarıda bahsi geçen bilimsel açıklamanın iki koşulu olan *açıklayıcı uygunluk* ve *sınanabilirlik* koşullarını sağlaması bakımından kabul edilebilir bir açıklama modeli olarak karşımıza çıkmaktadır.

Hempel'in kapsayıcı yasa modeli, bilimsel açıklama yapabilmeye sağlam temellere sahip olabilmek ve genel geçer açıklamalar yapabilmek amacıyla sahip olduğu iki koşulun yanında aynı zamanda en az bu koşullar kadar önemli olan bir diğer faktör ise yasa kavramına da sahiptir. Anlı'ya göre, "yasa, farklı empirik fenomenler arasında düzenli bağlantılar öne süren ifadedir. Saptanan bağlantının düzenli olması, bir başka deyişle belirli koşullar altında sürekli gözlemlenebilir olması, yasanın evrensel önerme formunda ifade edilmesini gerektirir" (Anlı, 2011: 82). Buna göre bir yasa, "nerede ve ne zaman olursa olsun belirli bir F türünden koşul gerçekleştiğinde her zaman ve istisnasız olarak G türü koşullar açığa çıkar" (Hempel, 1966: 54) biçiminde ifade olunur. Burada dikkatleri üzerine çeken olay böyle ifadelerin bir yasa için yeter-koşul olarak ele alınamayacağı, bunların gerek-koşul oldukları üzerinedir. Bunun da sebebi yasalar gibi tesadüfi genellemeler de aynı formatı kullanabilirler. Örnek vermek gerekirse, Örneğin, "A kutusunun içerisindeki tüm taşlar demir içerirler" gibi bir ifade de belirli bir kutudaki tüm taşları kapsadığı için evrensel formdadır. Buradan da anlaşılacağı üzere, bir yasa

ile genel bir ifade arasındaki en temel farklılık öngörü gücü barındırma üzerinedir. Hempel'in örneği ile "bütün parafinden yapılmış mumlar kaynayan suda erirler" gibi bir ifade bir yasa önermesidir. Hempel'in örneğini kapsayıcı yasa modeli temelinde detaylı bir incelemeye alacak olursak; öncelikle parafin maddesinin sürekli ve tekrarlanan bir formatta deneyleyip gözlemlediğimizde maddenin 60 santigrat derecede sıvılaştığını fakat 100 santigrat derecede ise buharlaştığını ileri sürebiliriz. Buradaki gözlem, parafinin maddesinin kaynar sudaki hal değişimidir. Empirik açıdan değerlendirip açıklamada bulunmak gerekirse, suyun ısısının 100 santigrat dereceye ulaşması sonucu elde edilen veri parafinin maddesinin buharlaşması olgusudur. Sonuç olarak şu söylenebilir, bahsi geçen koşullar altında her durumda nereye gidersek gidelim, parafinden yapılmış bir mum suya bırakılırsa katı halden sıvı hale gelecektir, çünkü ortam ısısının parafinin erime derecesinden fazla olduğu bir durum yaşanmaktadır.

Pragmatik bilimsel açıklama modeli ve kapsayıcı yasa modeli açıklama çeşitlerine geçmeden hemen önce 'explanans' ve 'explanandum' kavramlarının nasıl anlaşıldığı üzerinde durmak açıklama kavramını temelledirme girişiminde bize yardımcı olacak kavramlar olarak karşımıza çıkacaktır.

Explanans ve Explanandum

Bilimsel açıklama çeşitlerinin hepsinin kabul ettiği temel iki bileşen vardır: Biri 'explanandum' ki o 'açıklanacak fenomeni tanımlayan' bir cümledir; diğeri 'explanans' ki o 'fenomenin nedenini açıklamada kanıt gösteren böyle cümleler sınıfı'dır (Hempel ve Oppenheim, 1948, reprinted in Hempel, 1965: 247)². Explanansların görevi explanandumları başarılı bir şekilde açıklamak ve onları anlaşılır kılmaktır. Bunu yapmak için de Hempel'e göre, bazı temel şartlar vardır: "ilk olarak, Explanandum, explanansların mantıksal bir sonucu olmalıdır" ve "explanansları oluşturan cümleler doğru olmalıdır" (Hempel, 1965: 248).

Rosenberg bu konu ile şöyle söyler: "

Neredeyse bütün bilim insanlarının kabul edilebilir bulunduğu açıklama türlerine dair bir inceleme, bilimsel explanansın çoğu kez bir yasa içerdiğini gayet açıklıkla ortaya koyar. Explanandum, Çernobil nükleer santral kazası ya da 1986 güzünde Batı Avrupa semalarında geceleyin Halley kuyruklu yıldızının gözükmesi gibi tikel bir olay olduğunda, explanans da bazı 'başlangıç' ya da 'sınır koşullarını' gerektirecektir (Rosenberg, 2014: 63).

Yukarıdaki örnekte gördüğümüz gibi, explananslar yani ilgili etmenler ki onlar Halley kuyruklu yıldızının son görülme anındaki bulunduğu konum ve hızı ve explanandumun ortaya çıkışında ele alınan yasanın birlikte ele alınması sonucu oluşturulan bir açıklama olarak karşımıza çıkar.

Bilimsel açıklamanın en önemli iki kavramı olan explanans ve explanandumu kısaca açıkladıktan sonra, bilimsel açıklama modellerinden ilki olan pragmatik bilimsel açıklama modelini incelemeye başlayabiliriz.

² Bu tanımlardan Explanandum için "açıklama"; Explanans için ise "açıklayıcılar" terimleri kullanılabilir. Fakat bu makalede bu terimleri olduğu gibi kullanmayı tercih edeceğim.

PRAGMATİK AÇIKLAMA MODELİ

Bilimsel açıklama kuramlarından ilki olan pragmatik açıklama modeli inşacı deneycilik yaklaşımının da kurucusu olan Bass van Fraassen ile karşılık bulan bir model olarak karşımıza çıkmıştır. Bu modeli van Fraassen, bilim felsefesinde adından çokça söz edilen yapıtı “The Scientific Image”(1980) ‘nda gözler önüne sermiş ve ilgi uyandırmıştır. Van Fraassen tarafından ileri sürülen bilimsel anlayış olan inşacı deneycilik, gözlemlenemeyen varlıkların sistem dışına itilmesi gerektiğini belirten bir yaklaşım olarak karşımıza çıkar. Bu bakımdan, bilimsel açıklama kavramı olan pragmatik bilimsel açıklama modelini inşacı deneycilik yaklaşımı temelinde incelemek daha uygun olacaktır

Pragmatik bilimsel açıklama modelinin tanıtılmasından önce modele getirilen eleştirilere yer vermek modelin alt yapısı ile ilgili okuyucu bilgilendirecektir. Bu bakımdan, model üç farklı ölçüt ekseninde eleştirilmiştir. Bunlardan ilki, pragmatik modeli benimsemiş bir bilim insanı için bilimsel açıklama, yalnızca olgular bağlamında desteklenmiş kuramlar ve yöntemler üzerinde ifadeler bütünü olarak değerlendirilebilir. Bu bakımdan sınırlı alan ve belirli bir form gerektirir. Bir açıklamaya bilimsel diyebilmek, “o açıklamanın formu ya da iddia edilen bilginin türüne dair herhangi bir şey söylemek demek, yalnızca açıklamanın bu bilgiyi elde etmek için bilimden faydalandığını söylemektir” (Fraassen, 1980: 155). Böylece, bilim olgu temelli açıklamayı yöntemsel bir biçimde kurulmuş kuramlar toplamı olmaktan çıkarır. Bu durum ise, onun diğer bilme biçimlerini karşısında sağlam zemine oturtan bir özelliği olan açıklama formunu kaybetmesine neden olacaktır.

Diğer ölçüt ise, pragmatik modelin çok fazla şüpheli olması ile ilgilidir. Şöyle ki, sınanabilirlik ölçütü temelinde açıklamaların bilimsel olabilmesi ya da bilimsel olamaması bağlamında duyulan inanç eksikliği diğer modellere nazaran pragmatik modelde çok yoğun gözükmektedir. Dahası, bilimsel bir açıklamanın sahip olacağı formun, istatistiksel olsun ya da kapsayıcı yasa modelinde olsun formel bir yapıda uygunluğunun bile olamayacağını dile getirir.

Son ölçüt ise, doğa yasalarının pragmatik modelde sağlam, mutlak genel geçer ifadeler topluluğu olarak sağlam zemine sahip olduğu iddiası kabul edilmemektedir. Doğal olarak, kapsayıcı yasa modelinin merkezinde bulunan bu iddiaya pragmatik model karşı gelmektedir. Bu bakımdan pragmatik model açıkça diğer modellerden empirik olarak dış dünyadaki olguların varlığı hakkında ileri sürdüğü empirik bağlılık bağlamında farklılık gösterir. Bu bakımdan bakıldığında, pragmatik modeli benimsemiş bir bilim insanı, dış dünyada bulunan olguları oldukları gibi ele alır ve bu olguların arkalarında herhangi bir temele başvuru yapmayı uygun görmez. Derin analizler ile açıklama yapılmasına itiraz etmese de bayağı ve basit inceleme sonucu oluşturulan açıklamaları da kabul etmez. Niyeti ortaya çıkarılan bilgileri çarpıtmak değil; tam tersine yorum katmadan olguların oldukları gibi verebilmektir.

Sonuçta, pragmatik açıklama modeli nasıl tanımlanabilir. Burada Lambert ve Brittan'ın vermiş oldukları tanımları gözler önüne sermek yararlı olacaktır:

Somut bir durum ya da olayı bilimsel olarak açıklamak; neden-sorusunun ilgili ana teması, aksi sınıflandırmaları ve açıklayıcı uygunluk koşulları aracılığıyla belirlenen bahsi neden-sorusuna bilimsel olarak cevap verilmesidir. Bu durum, aşağıdaki örneğin de açıklayacağı üzere, gerçekte olduğundan daha zor görünür (Lambert ve Brittan, 2017: 28).

Şöyle bir örnek soru ile devam edebiliriz: “Bu iletken neden eğrilmiştir?” Buradaki temel mesele iletkenin eğrilmiş olması durumudur. Yani hali hazırdaki soru sorulduğu esnada soruyu soran kişinin bu meseleyi sorun haline getirdiği düşünsel düzlem üzerinedir. Bu soru ile ilgili aksi sınıflandırma oluşturmak istenirse, o zaman meselenin alternatiflerinin düşünüldüğü bir grup düşünceler bütünü ortaya çıkabilir. Açıkça görülebilecek sorunlu kısım, sorulan soru çerçevesinde iletkenin tekil bir örnek olarak ele alınması yani başka iletkenin eğilmemiş olması ya da tekil örnek temele alınarak yürütülen çalışmaların tümel sonuçlar vermesi beklentisinin tam olarak açıklanamaması verilebilir. Pragmatik açıklamada kullanılan açıklayıcı uygunluk ölçütü bağlamında düşündüğümüzde bu soruya bir cevabın talep edilmesi gerekmektedir. Şimdi iletken çubuğun şekil değiştirip eğilmesinin nedeni olarak bir ya da daha fazla açıklama talep edilmesi modelin uygulanma süreci bakımından gereklilik gösterir. Burada cevaben, iletken çubuğun belki de manyetik bir alan içinde bulunması ya da belli başlı tozların çubuğu kaplaması ya da havadaki nemin iletken çubuğun yüzeyine yapışması gibi açıklamalar verilebilir. Burada talep edilen şey nedenden başka bir şey olarak bir bilgi de olabilir, yani bu iletkenin eğrilmesi bilgisi (oradaki iletkenin aksine) sorudaki iletkenle ve eğrilme ve manyetik alanla bağlantılı yasalara dair başka olgular sonucunu çıkarmıştır. Ya da istenen şey, bu iletkenin eğrilmesinin kesin nedeni olarak bir elektrik santralının çalıştırılması örneği de olabilir vb. (Fraassen, 1980: 141-142). Pragmatik bilimsel açıklamada neden-sorusu; temel meselenin belirlenmesi, aksi sınıflandırma ve talep edilen cevabın ilgili yönleri ortaya koyularak açıklığa kavuşturulması süreci olarak değerlendirilir.

Pragmatik bilimsel açıklama modelinde yasalar bilimsel örneklerin açıklanmasında zorunlu bir şekilde kullanılan kavramsal bütünlükler olarak değerlendirilmezler. Bazı durumlarda neden sorusu temelinde bir açıklama verilme istenirken kullanılabilirler. Örnek olarak Bernoulli yasası uçakların irtifa kaybetmesi sonucunda neden hızlarının düşüp yere çakıldıklarını açıklamada kullanılan bir yasadır. Bu yasa pragmatik bilimsel açıklama modelinde kullanılabilir. Buna rağmen, bu yasa pragmatik bilimsel açıklama modeli için zorunlu olarak ihtiyaç duyulan bir yasa değildir. Çünkü bu model, neden-sorularını açıklarken verilen cevaplar üzerinde herhangi bir yasayı zorunlu olarak başvurmayı talep etmemektedir.

Lambert ve Brittan'a göre pragmatik model,

Özellikle üç bakımdan büyük ilgi görmektedir. Öncelikle, diğer bilimsel açıklama kuramlarından daha basit ve dolaysızdır: Bilimsel bir açıklama herhangi bir neden sorusuna verilen açıklayıcı bir cevaptır; ne daha fazlası ne de daha azı. İkinci olarak, pragmatik kuram diğer bilimsel açıklama kuramlarının özel yönlerini düzenleyici bir yöntem oluşturabilir; bunlar, neden-sorusuna bilimsel bir cevabın istendiği özel hususları ele alıyor şeklinde yorumlanabilir. ... Üçüncü olarak ise, ilk bakışta en geniş alana sahip olan pragmatik kuram; önkoşulsuz bilimsel açıklama durumlarının en geniş yelpazesini en iyi düzenleyecek kuram olarak gözükmektedir. Bununla beraber pragmatik kuram hiç eleştiri almayan bir kuram da değildir. Bunların bazıları aşağıda detaylandırılacaktır (Lambert ve Brittan, 2017: 30-31).

Toparlarsak, neden-soruları temelinde oluşturulmuş tüm bilimsel argümanların aksi bir sınıflandırma genellemesi oluşturmak zorunda olmasının tartışılması gerektiğini söyler. Eğer böyle bir durum pratikte varsa, pragmatik bilimsel açıklama modeli çerçevesini benimsemiş kuramcılarının bilimsel açıklamalarına uymayan belli başlı bilimsel açıklamalar bütünü var olduğu söylenebilir.

Pragmatik bilimsel açıklama modeli karşısından bilimsel etkinliğin daha sağlam zemine sahip olması ve açıklamasının tümdengelimsel bir yönetime sahip olması gerektiğini dile getirenler bağlamında kapsayıcı yasa modelini incelemek bilimsel açıklama konusunda popüler olmuş bir yaklaşım olarak karşımıza çıkmaktadır.

KAPSAYICI YASA MODELİ

Pragmatik bilimsel açıklama modeli explanans ile explanandum arasında nesnel bir bağ kuramama ve tümevarımsal değerlendirme temelinde açıklama yapma modeli olması bakımından bilimsel açıklama için tamamen uygun gözükmemekteydi. Oysa kapsayıcı yasa modeli, mantıkçı pozitivistler tarafından pragmatik açıklama modelinin eksikliklerinin ortaya konulup; explanans ile explanandum arasında nesnel bir ilişkisellik kurmayı doğa yasaları aracılığıyla zorunluluğa bağlamayı önermeleri açısından önem kazanmış bir modeldir. Explanans ile explanandum arasında sağlam nedenler ileri sürme zorunluluğu fazladan bilgi üretmeyi gerektirecektir ki böyle bir bilgi explanandum olayının gerçekleşmeden onun hakkında beklentiye girmemizi ve çıktılarını tahmin edebilme durumunu gerçekleştirecektir. Rosenberg'e göre, "bir yasa ile sınır ya da başlangıç koşullarına ilişkin bir önerme, eğer söz konusu yasa ile sınır koşulları bir arada mantıksal olarak explanandumu imliyorlarsa, bizim bu koşulu yerine getirmemizi sağlar" (Rosenberg, 2014: 69). Mantık temelli bu açıklama doğrusunu koruduğu için aynı zamanda olguya nesnellik kazandırır. Açıklamanın mantıksal olması dedüktif yöntem ile doğru öncüllerin sonucu doğru yapmasını sağlaması gibi; öncüllerin sonucu imlemesi nesnellik ölçütünü oluşturması mantıkçı pozitivistler açısından bilimsel bir açıklamadan tam olarak beklenen özellik olarak karşımıza çıkar.

“Dedüktif nomolojik model” yani kapsayıcı yasa modeli, Hempel tarafından, explanansın explanandum olgusunun gerçekleşmesini sağlayacak sağlam gerekçeler ortaya koyma zorunluluğu temelinde yükselmesi bakımından ileri sürülmüştür. Bu modelin, bilimsel açıklama konusunda pragmatik modelden ayrıldığını gösteren en önemli ölçüt yukarıda bahsettiğimiz gerekçeler ortaya koyma zorunluluğudur.

Kapsayıcı yasa modelinin Hempel bağlamında açıklama gerekleri şu şekilde sıralanabilir: Bu koşulları sağlayan açıklamalar, bilimsel açıklama olarak değerlendirilir.

1. Açıklama, geçerli bir dedüktif argüman olmalıdır.
2. Explanans, dedüksiyonda gerek duyulan en az bir genel yasayı içermelidir.
3. Explanans, empirik olarak sınanabilir olmalıdır.
4. Explanans'taki tümceler doğru olmalıdır.

Belirtilen bu koşullar, tek bir olgu hakkında verilecek bilimsel bir açıklama için bir küme önermenin zorunlu ve yeterli koşullarının maddeleri olarak değerlendirilir. Bu dört maddeyi kendi içinde barındıran bir açıklamanın bilimsel açıklama olabilmesi için yeterli bilgiye sahip olduğu söylenir. Böylece açıklamanın başlangıç ve sınır durumlarının belirlenmesi, explanandum olgusunun doğru bir biçimde kurulan explananslar aracılığıyla açıklanmasını sağlayacak tahmin edilebilir bir pozisyonda olabileceği görülür. Dolayısıyla, “K-Y modeli açıklama ve öndeyi ilkesinde simetriyi gözetir. Gerçekten de simetri sağlama yönündeki bu çaba yukarıda belirtilen nesnel ilişkisellik koşulundan kaynaklanmaktadır” (Rosenberg, 2014: 70).

Koşulları detaylı bir şekilde incelemek gerekirse; birinci koşul, explanans ile explanandum arasındaki ilişkisellik bağının zorunluluğu ile ilgilidir. İkincisi, koşulu daha iyi anlayabilmek için Rosenberg aşağıdaki gibi ilgisiz bir örnek vermiştir:

1. Bütün serbest düşen cisimlerin ivmesi sabittir.
 2. Pazartesi yağmur yağdı.
- O halde,
3. Pazartesi yağmur yağdı.

Bu argümanın açıklamanın diğer bütün koşullarını karşıladığına dikkatinizi çekerim. Bu dedüktif açıdan geçerli bir argümandır çünkü her önerme dedüktif olarak kendisini imlemekte, dolayısıyla da 2. Önerme 3. Önermeyi imlemektedir. Fakat bu bir açıklama değildir, sırf hiçbir şey kendini açıklayamaz diye! (Rosenberg, 2014: 70-71).

Explanansın empirik olarak sınanabilir olması koşulu yani üçüncü koşulun, bilimsel açıklamayı bilim-dışı olarak kabul edilen açıklamalardan ayırt etmek için ileri sürüldüğü söylenebilir. Burada empirik sınanabilirlik, gözlem ve deneyi merkeze almak ve doğrulama ya da yanlışlama yöntemini kullanmak olarak

değerlendirilebilir. Böylece, epistemolojik bağlılık kavramı bilimsel açıklamanın vazgeçemeyeceği bir bağlılık olarak karşımıza çıkacaktır. Aynı zamanda explanansın sınanabilirlik ilkesinin olması da, açıklamanın sözde-bilimsel ya da bilim-dışı açıklamaları dışladığını kanıtlar niteliktedir.

Son koşul, explanansın doğruluğu ile ilgilidir. Doğa yasalarına yaslanan açıklamaların bilimsel açıklamalar olarak değerlendirilmesi üzerine kuruludur. Burada nedensellik konusu üzerinde mantıkçı pozitivistlerin doyurucu bir açıklama yapmadan kapsayıcı yasa modelini açıklamaya çalışmaları bazı sorunları yanında getirmiştir. Bu bakımdan, bilimsel açıklamaların bir yasa içermesi zorunluluğu yasanın kendisinin sorunsal olması bağlamından sıkıntılı olarak değerlendirilmiştir. Rosenberg'e göre, "yasalar, tanım gereği, her yerde ve her zaman, geçmişte, şimdide, gelecekte, burada ya da evrenin herhangi bir yerinde doğru olan önermelerdir. Böyle olmakla, doğruluğu kesinkes tesis edilen savlarda bulunamazlar. Sonuçta, şu anda (olayların yasaları doğrulayacak şekilde gerçekleştiği) evrenin her yerine ve bütün zamanlara ulaşmak şöyle dursun, uzak geçmişe, hatta en yakın geleceğe bile erişme şansımız yoktur. Bu şu anlama gelir: Bizim yasa olduğuna inandığımız önermeler, olsa olsa, doğruluğundan kesin olarak emin olamadığımız hipotezlerdir" (Rosenberg, 2014: 71).

Kapsayıcı yasa modeli ile ilgili Hempel'in kendi örneğini incelemek gerekirse, Hempel, KY modeline, termometrenin içindeki cıvanın davranışını betimleyerek başlar: "sıcak su içine batırılan termometre içindeki cıva önce düşer sonra aniden yükselir" (Hempel, 1966: 246). Bilim insanı böyle bir durumda cıvanın neden bu tarz davrandığını yani önce düşüp sonra yükseldiğini açıklamaya çalışır. "Bilim insanı, bu olgunun açıklamasına; sıcaklık nedeniyle önce termometrenin camının genişlemesi ve genişleyen cam içinde cıvanın daha geniş bir alana yayılması nedeniyle derece çizgisinde bir düşüş olduğunu belirterek başlar. Sonra cıvanın genişleme katsayısının camınkinden fazla olması nedeniyle cıvanın yükseldiğini söyleyerek devam eder. Cıvanın davranışı ile ilgili olan böyle bir açıklama, belli bir olgu için yapılan bilimsel açıklamanın tipik bir serimlemesidir. Hempel bundan sonra bu çeşit bir serimlemenin özenli mantıksal çözümlemesini ve bilimsel açıklamanın mantıksal yapısını ortaya koymaya çalışacaktır" (Tağman, 2013: 178).

Bu örnekte de görülebileceği gibi, cıvanın hareketinin açıklanması ön-koşullar ve genel yasalar olarak iki temel parça üzerinde kurulur. Ön-koşullar, incelenecek tek olgunun davranışının öncesinde meydana gelen sebeplerin açıklanması iken; örnek ile bağlantılı olan bir genel geçer ilkeler topluluğun niceliksel ve biçimsel birliğine de doğa yasası öncülük etmektedir. Cıvanın davranışındaki ön koşullar "termometrenin cıva dolu cam bir tüpten oluşması ve sıcak suyun içine batırılmasıdır" (Hempel, 1966).

İşte kapsayıcı yasa modeli hakkında söylenebilecek en net ifadeler şöyle verilebilir: Hempel'in ileri sürdüğü açıklama modeli, ele aldığı olguyu önce önkoşullar etrafında belirleyip ardından doğa yasaları destekli açıklamaya

çalışmak üzerine kuruludur. Böyle bir açıklama denemesi, bilimsel açıklamanın özünü oluşturacağı gibi modelin kendisine de dedüktif nomolojik yani kapsayıcı yasa modeli adı verilebilir.

Kapsayıcı yasa modeli bağlamında Hempel başka bir örnek üzerinden modelin işleyişini anlatmaya devam eder. Hempel önce mutlak değişkenlerin (j. R. S. P) anlamını oluşturmaya başlar. Bunlardan 'j' Jone'un enfeksiyonunu, 'R' enfeksiyondan kurtulmasını, 'S' streptokok enfeksiyonunu ve 'P' ise yüksek dozda penisilin almasını ifade eder. Hempel, argümanı şu şekilde gösterir (Hempel, 1966: 67):

$p(R, SAP) \text{ 1'e yakındır.}$

$S_j \Delta P_j$

r

R_j

yüksek ihtimalle mutlaklıdır.

Bu argüman yüksek dozda penisilin ve streptokok enfeksiyondan korunma olasılığının 1'e yakın olduğu anlamına gelir. Bir sonraki öncül Jone'un streptokok enfeksiyonu olduğunu ve ona yüksek dozda penisilin verildiğini söyler. O halde Jone iyileşecektir.

Bu argümandaki explanans; bir genel yasa ve iki ön koşuldan oluşmaktadır:

Genel yasa, yüksek dozda penisilin verilerek streptokok enfeksiyondan kurtulma olasılığı

- Önkoşullar (1) Jone'un streptokok enfeksiyona yakalanması
- (2) Jone'a yüksek dozda penisilin verilmesi.

Bu argümanın bir diğer özelliği de explanansın altında ve explanandumun üstünde çift çizgi olmasıdır. Bu çift çizgi olasılık çıkarımını ifade eder. KY modelindeki tek çizgiden ayrılır. KY modelindeki tek çizgi dedüktif mutlaklığı ifade eder. PY modelinde kesinlik yoktur. Yapılabilecek iyi şey sonucu yüksek olasılık olarak nitelemektedir. Bu çift çizginin yanındaki ifadeyi de açıklar. Hempel'in yüksek olasılık derecesini göstermek için kullandığı diğer yol, r harfini kullanmasıdır (Hempel, 1966: 87). Bu çift çizginin altındaki önerme Jone'un kurtulduğunu bildiren sonuçtur.

Bilimsel yasalarımızın doğa yasaları olup olmadığını, yani onların doğru olup olmadığını bilemeyeceğimiz için, herhangi bir açıklamanın yukarıdaki 4. Koşulu (explanansın doğru olması gerektiği bildiren koşul) karşıladığından asla emin olamayız. Aslında durum daha da kötüdür; doğa yasaları hakkında ortaya koyduğumuz her hipotezin yanlış olduğu ortaya çıktığı ve onun yerini çok daha doğru bir bilimsel yasa aldığı için, bizim hâlihazırda bilimsel yasalarımızın da (doğa yasalarının ne olduğuna dair en iyi kestirimlerimiz) yanlış olduğunu düşünmememiz için hiçbir sebep yoktur. Böyle bir durumda, mevcut bilimsel açıklamalarımızın hiçbirinin dedüktif-nomolojik modeli karşılamadığını düşünmek için de aynı şekilde sağlam bir gerekçeye sahip oluruz. Çünkü onların en azından

bir explanansının –bilimsel yasa– yanlış olduğunu düşünmemiz için sağlam bir nedenimiz vardır (Rosenberg, 2014: 71-72).

Bu problemde, 4. Koşulun ağırlığını azaltarak kaçınmayı deneyebiliriz. Explanansın doğru olması gerektiği yönündeki koşul yerine, explanansın bizim doğa yasaları hakkındaki mevcut en iyi kestirimlerimiz olması gerektiğini şart koşabiliriz. Bu ağırlığı azaltılmış koşulla ilgili olarak çift yönlü bir sıkıntı vardır. Doğa yasaları hakkında en iyi kestirimlerimizin hangileri olduğu hiçbir şekilde açık ve net değildir (Rosenberg, 2014: 72). Fizikçiler hangi kestirimin en iyi tahmin olduğu konusunda tıpkı sosyal bilimciler gibi görüş birliği içerisinde değildir; bilim felsefecileri ise birbiriyle çekişen hipotezlerden birisini seçme problemini çözüme kavuşturmuş değildir. Gerçekten, bu sorun üzerinde ne denli kafa yorulursa bilimin doğası da o denli sorunsallaşmaktadır. Dolayısıyla, doğruluk koşulunu explanansın mevcut en sağlam bilimsel yasayı (yani, bizim en iyi kestirimde bulunan hipotezimizi) içermesi gerektiği yolundaki koşula dönüştürerek zayıflatmak, D-N modelinin açıklamada kesinlik sağladığı yönündeki iddialarının altını oyar (Rosenberg, 2014: 72).

SONUÇ

Sonuç olarak bu çalışmada bilimsel açıklama modellerinden popüler olan iki tanesi, pragmatik bilimsel açıklama modeli ile kapsayıcı yasa modelinin bilimsel açıklamada kullandıkları yöntem, açıklamalarının kapsamı gibi konular temelinde birbirleriyle ilişkisi ve kapsayıcı yasa modelinin daha fazla açıklama gücüne sahip olduğu ileri sürülmüştür. Bu bakımdan, bilme etkinliği olması bağlamında, bilimin diğer etkinlikler karşısında üstünlüğünü açıklama gücü sayesinde sağlamlaştırması, popüleritesinin giderek artması onun açıklama gücü sayesinde.

Bilimsel açıklamaların hangi modelinin daha geçerli ve ilgili olduğu bilim alanı için uygun kavrayışa sahip ilkeler ileri sürmesinden önce bilimin kendisinin diğer bilme çeşitlerinden farklılığını ve özelliğini belirttik. Dış dünyada karşılaştığımız herhangi bir sorun ya da olgu hakkında akla uygun ve empirik başarı göstermiş aynı zamanda akla uygun açıklama kapasitesine sahip görüşler birliği olarak tanımlanabilecek bilim kavramının bilimsel açıklama modellerinin zemininde bulunan çalışma sahası biçiminde ifade edilmesi kuşkusuz yanlış olmayacaktır. Bu bakımdan, bilim kavramının kendisinin de en önemli özelliklerinden bir tanesi doğayı anlamada insanlığa bir açıklamada bulunmasıdır.

Bilimin bu açıklama gücü, kendi içinde farklı modeller etrafından tartışılmaya; bilimsel aktivitelerin ne tür bir açıklama gerektirdiği üzerine derin düşüncelerin doğmasına neden olmuştur. Bu bağlamda, bu yazımızda anlattığımız gibi, pragmatik açıklama modeli ile kapsayıcı yasa modeli bilimsel açıklama önerilerinden en önemlileri olarak karşımıza çıkmıştır.

Pragmatik açıklama modeli, özellikle gözlemlenemeyen varlıklar üzerinde bilimin çalışmaları bağlamında alacakları tutumun negatif olması yani gözlemlenemeyen varlıkların bilimin inceleme konusu olamayacağı mottosuyla

çalışmalar yürüten bilimsel gerçekçilik karşıtlarının savunduğu bir model olarak karşımıza çıkar. Burada van Fraassen, inşacı deneycilik yaklaşımı olarak bilinen yaklaşımı temelinde bilimsel açıklamaların pragmatik model etrafında şekillendiğini belirtmişti. Tümevarımsal yöntem merkezinde bilim insanların açıklanans ile explanandum arasında zorunlu bağlantı kurmadan ve açıklamalarını herhangi bir doğa yasasına yaslandırmadan ileri sürdükleri bir pratikte faydalı olabilecek bir modeldir. Bu yaklaşımın karşısında dedüktif nomolojik model yani kapsayıcı yasa modeli olarak karşımıza çıkan açıklama modeli bulunmaktadır.

Kapsayıcı yasa modeline göre bilimsel açıklama, belirli bir olayın genel doğa yasalarının ve ilgili koşulların mantıksal sonucu olduğunu göstermekten ibarettir. Bu görüşe göre bilimsel açıklama gündelik hayatımızda sık sık kullandığımız açıklamayla büyük benzerlikler gösterir. Örneğin ilk kez trafikte yanınızda bulunan kızınızın arabaların neden durduğunu sorduğunu düşünün. Arabaların neden durduğunu açıklamak adına, yasa gereği arabaların kırmızı ışıkta durması gerektiğini ve şu an kırmızı ışık yandığını söyleyebilirsiniz. Böylece bilimsel açıklamayla benzer şekilde bir yasanın içinde bulunduğunuz durumu nasıl kapsadığını göstermiş olursunuz. Bu açıdan kapsayıcı yasa modeli bilimsel açıklama için sezgilerimizle uyuşan ve anlaması kolay bir yapı sunar.

Sonuçta, bilimsel açıklama için genel geçerlik, tümellik ve doğa yasalarına yaslanma sayesinde zorunluluk kavramlarının içerilmesi; ve böylece, açıklamanın bilimsellik açısından sağlam zemine oturması kapsayıcı yasa modelini pragmatik açıklama modeli karşısında daha üstün hale getirmiş ve bilimin diğer bilme çeşitleri karşısında önermelerini ileri sürmede ve dış dünyadaki olgular hakkında yorum yapmada yasalara dayanan zorunlu bağlantılara sahip açıklamalar üretebilmesi açısından daha kullanışlı olmasını sağlamıştır.

KAYNAKÇA

- Anlı, Ö.F. (2011). Doğruluğun Uygunluk Kuramı ve Bilimsel Açıklama Modeli. *Kaygı* (17), 71-89.
- Bird, A. (2019). *Knowlmg Science*. Oxford: Clarendon Press.
- Einstein, A. (2013). *Bilim ve Felsefe Yazıları*. (çev. N. Bozkurt). Ankara: Sentez Yayıncılık.
- Einstein, A & Infeld, L. (2015). *Fiziğin Evrimi*. (çev. S. Turgal). Ankara: Alter Yayıncılık
- Hempel, C. (1965). Aspects of Scientific Explanation. *In Aspects of Scientific Explanation and Other Essays in the Philosophy of Science*. (s. 331-496). USA: The Free Press
- Hempel, C. (1966). *Philosophy of Natural Science*. New Jersey (USA): Prentice-Hall Inc.
- Hempel, C. (2015). *Doğa Bilimi Felsefesi*. (çev. C. İ. Özkan & T. Kabadayı). Ankara: Nobel Akademik Yayıncılık.
- Hempel, C. and Paul O. (1948). Studies İn The Logic of Explanation. *Philosophy of Science* (15), 135-75.
- Ladyman, J. (2002). *Understanding Philosophy of Science*. London and New York: Routledge.
- Lambert, K & Brittan, G. (2017). *Bilim Felsefesine Giriş*. (çev.: S. E. Tağman). 4. Basım. Ankara: Nobel Akademik Yayıncılık.
- Reichenbach, H. (2013). *Bilime Yeni Pozitivist Bakış: İstanbul Konferansları*. (Çev. N. Hızır& H. V. Eralp). Ankara: Epos Yayıncılık
- Rosenberg, A. (2012). *Philosophy of Science: A Contemporary Introduction*. Third Edition, ABD: Routledge.
- Rosenberg, A. (2014). *Bilim Felsefesi: Çağdaş Bir Giriş*. (çev. İ. Yıldız). Ankara: Dipnot Yayınları.
- Russell, B. (2016). *Din ile Blim*. (Çev. A. Göktür). İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.
- Uçar, S. (2019). Genel Fizik Felsefesi ve Fizikçi Filozoflar. *Beytulhikme An International Journal of Philosophy*, 9(2), 393-418.
- Tağman, E. (2013). Carl G. Hempel'in Kapsayıcı Yasa Modelinin Değerlendirilmesi. *Dört Öge*, (4), 175-189.
- Topdemir, H., & Unat, Y. (2012). *Bilim Tarihi*. Ankara: Pegem Yayınevi.
- van Fraassen, B. (1980). *The Scientific Image*. Oxford: Oxford University Press.

ÇOCUKTA TANRI İMAJI

Abdulkadir DEMİR¹, Davut AÇAR²

GİRİŞ

Tanrı ve çocuk kavramları tek başına gerek felsefe ve eğitim bilimleri gerekse de diğer disiplinler bağlamında ilgi çekici olmakla birlikte iki kavramın sentezinden doğan araştırmalar ise araştıran ve okuyan bireylere daha da cazibeli ve grift bir düzlem sunmaktadır. Varoluşun karmaşık kulvarında ilk adımlarını atarken yalpalaya yalpalaya yaşam merdivenini yükselen çocuk, genelinde inanç ve spesifik olarak da Tanrı kavramını kendi bilişinin hamurunda yoğurarak şekillendirir. Şekillenen bu hamurun harcında ebeveyn dediğimiz aile, okul, kültürel çevre, sosyal oyun ve imgeler gibi fenomenlerin etkin rol oynadığı yadsınamaz.

Tanrı kavramı bağlamında Tanrı figürünün çocukta nasıl biçimlendiği ile ilgili araştırmalar incelendiğinde, çocuğun farklı gelişim evrelerinde Tanrı'yı nasıl düşündüğü, Tanrı ile ilgili ne tür empirik bilgilere sahip olduğu görülebilmektedir (Thackeray, 2000). Bu araştırmaların özellikle ilgi çeken önemli ilk ikisinin, Freud'un psikodinamik kuramına dayanan ve çocuğun kendi Tanrı imajını Oedipus kompleksinin çözülmesi bağlamında ebeveyn olarak babasının bir çeşit illüzyonu gibi tasavvur ettiği görüş ve Piaget'nin bilişsel gelişim evrelerine dayanan kognitif yaklaşımı olduğu söylenebilir.

İnanç faktörünün egemen formu olarak görülebilecek olan Tanrı imajının çocukta nasıl biçimlendiği ile ilgili bu derleme çalışmada öncelikle temel kavramlar olarak dedüktif yöntemle Tanrı tasavvuru, Tanrı imgesi ve Tanrı kavramları tanımlanmıştır. Ardından Tanrı ve çocuk ilişkisi irdelenmiş ve çocukta Tanrı imajının ortaya çıkışıyla bağlantılı kuramlara kısaca değinilmiştir. Yaş aralığı gözetilerek çocukların yaşlarına göre Tanrı imajlarında meydana gelen değişimler belirtilmiş ve ardından 1910'lu yıllardan günümüze değin ilgili konuda ele alınmış uluslararası ve yerel araştırmaların bir kısmına kısaca değinilmiş ve Tanrı çocuk bağlamında çocuklarda Tanrı imajının analizi yapılmıştır.

¹ Lisansüstü Öğrencisi, Hakkari Üniversitesi, demirabdulkadir@gmail.com, ORCID: 0000-0003-4919-7396.

² Öğretim Görevlisi, Hakkari Üniversitesi, davudacar@gmail.com, ORCID: 0000-0003-4877-9036.

TANRI

Varlık ve evren tasavvurunun varoluşsal konsepti düşünüldüğünde bir yaratıcı ihtiyacının doğması bağlamında Tanrı şeması zihni meşgul eden en önemli durumlardan biri olarak görülebilir. İster inansın ister inanmasın her bireyin zihnini meşgul eden bir Tanrı şeması olduğu düşünülebilir. Bu şemalar Tanrı'nın kendisi değil, insanın bilişsel kurgu yeteneğine bağlı ortaya çıkan Tanrı'ya ait tasavvurlardır. Tanrı tasavvuru, Tanrı imgesi ve Tanrı kavramı birbirine çok yakın kavramlar olarak görülse de aralarında ince nüansların olduğu gerçeği üzerinden öncelikle bu üç kavrama açıklık getirmek gerekmektedir.

Tanrı Tasavvuru, Tanrı İmgesi ve Tanrı Kavramı

Tasavvur; kaynağını duyuşsal verilerden alan görsel bilgilerin, olmayan bir şeyin veya hayal gücünün yaratımına dayalı zihinsel şemadır (Budak, 2005). İmge; duyu organlarının algıladığı nesnelerin bilişte bıraktığı izlenim, imaj (URL-1) iken kavram ise bir ulamı karşılayan ve o ulamın temel özelliklerinden meydana gelen soyut ve genel idelerdir (Budak, 2005). Bu tanımsal kategorilerden de anlaşılacağı üzere imge ve kavram sözcükleri birbirine çok yakın iki sözcük olmakla birlikte tasavvurun, imge ve kavram idelerini de genellediği ifade edilebilir.

Tasavvur, imge ve kavram sözcükleri arasındaki bu akrabalık denklemi üzerinden düşünüldüğünde Tanrı tasavvuru, Tanrı imgesi ve Tanrı kavramlarında da yakın anlam ilişkisi görülüyor olsa da anlamsal farklılıklar görülebilmektedir. Tanrı tasavvuru, Tanrı'nın bireyi tecrübe edişi (Seyhan, 2014) ile ilgili iken Tanrı imgesi, inanan bireyin inanç metaforuyla ilgili içsel deneyimlerin Tanrı'sı olmakla birlikte Tanrı kavramı ise im ve imgelerin Tanrı'sıdır (Rizzuto, 1979:28). Tasavvur idesinin imge ve kavram idelerini genellemesi gibi Tanrı tasavvurunun da Tanrı imgesi ve Tanrı kavramını genellediği ifade edilebilir.

Tanrı tasavvuru ile ilgili çeşitli teoriler öne sürülmüş olmakla birlikte bunun Freud ile başladığı bilinmektedir (Jonker vd., 2008). Freud'a göre dinin kökeni, ilkel kabilelerin tabu ve totem fikirlerinin temelini oluşturan Oedipus kompleksidir (Hyde, 1990). Tanrı tasavvurunda Freud Tanrı kavramının kendisini; zihnin bir yaratımı ve çocuğun, ebeveynlerine yönelik fikirlerin yeniden ortaya çıkıp canlanması olarak görür (Freud, 1913). Yani Tanrı tasavvuru, babaya duyulan özlem (Jones, 2007) olup doğrudan babayla olan ilişkinin sonucu olarak ortaya çıkar.

Tanrı tasavvuru ile ilgili önemli bir görüş de Jung'a aittir. Ona göre, insan kişiliğinin tümünü ifade eden bilişin arketiplerinden³ biridir Tanrı. Arketip olarak Tanrı; bireyin sonradan edindiği bir kazanımdan öte, bireyde doğal olarak vardır ve algılamının bir formudur ve birey edinmiş olduğu dini tecrübesiyle kendi Tanrı'sını deneyimler (Kısa, 2005) ki ona göre din, bir tecrübe ürünü olup birey, Tanrı'nın kendisini bu tecrübe sonucu edinir ve bilir.

3 Arketip; sözlük anlamıyla kalıp, şablon demek olup insan kültürünü oluşturan yapıtaşlarıdır. Felsefede genellikle sembolik anlatım, özel örnekleme gibi anlamları karşılar (URL-3).

Rizzuto ise Tanrı kavramını zihinsel temelli ve nesnel, Tanrı tasavvurunu da duyuşsal kökenli ve öznel olarak ele alır (Rizzuto, 1979). Bu bağlamda değerlendirildiğinde Tanrı tasavvurunun özünde Tanrı olmayıp bireyin zihninde beliren birer tasarım, imaj olduğu ifade edilebilir.

ÇOCUK VE TANRI

Özü itibarıyla psikolojik, biyolojik ve antropolojik bir varlık olduğu kadar felsefi bir kavram olarak da irdelenmesi gereken bir kavram olarak çocuk; 1989 Birleşmiş Milletler Çocuk Hakları Sözleşmesi (URL-2)'nde, on sekiz yaşın altındaki bütün bireyleri kapsar. Mengüoğlu (2013) için ise gelişip olgunlaşma boyutuyla atlatılması gereken bir dönem olmanın ötesinde, sahip olduğu potansiyelleriyle ele alınması gereken bir varlık algısıyla çocuk, “eğilip bükülebilen” bir biçim olarak insan olmanın tüm özelliklerini özünde barındıran bir aktarıcıdır. Tüm potansiyelleriyle irdelendiğinde bilişsel ve duyuşsal tüm özellikleriyle birer aktarıcı olan çocukta Tanrı imgesi ve buna bağlı tasavvurların da daha erken yaşlardan itibaren ortaya çıktığı görülebilir.

Sosyal bir varlık olarak insan, Tanrı'ya inanma sürecinde çevresel desenlerin etkisinde de kalabilmektedir. Toplum ise bu desenin çizilmesinde rol oynayan fırça darbelerinden bir tanesidir. İnsan yaşamı, Ruth Benedict'in de ifade ettiği gibi nesilden nesile aktarılan belli davranışların topluma uyumudur. İnsanda duygu ve bilişin gelişip yerleşmesi ve davranışlara evrilmesi bu doğrultudadır (Benedict, 2003). Toplumsal bir birleşen olarak ailenin ise çocuğun varoluşsal kimliği üzerinde önemli bir etkiye sahip olduğu gerçeği yadsınamaz. Özellikle Tanrı imgesinin çocukta oluşması noktasında aile önemli bir konumda yer edinir ve aile ile çevreden edinmiş olduğu deneyimlerle çocuğun inanç formu oluşmaya başlar ki çocuk; Tanrı imajını, Tanrı hakkında düşünmeye başladığı ana kadar edinmiş olduğu tecrübelerle oluşturur.

Bu bağlamda sorulması gereken temel sorunun; insanları, bir Tanrı imajı yaratmaya iten temel beşerî koşul ve durumlar nelerdir, sorusu olduğudur. Bu gerçeklik de bizi, bebeklerin doğumdan itibaren kazanmış oldukları özellikle bilişsel süreçlerin dikkatlice analiz edilip okunması gerektiği gerçeği ile yüz yüze getirir.

Tanrı İmajının Oluşumuna Dair Kuramlar

Toplumsallaşma Kuramı

Çocukta dinsel ilgi, davranış ve inancın ortaya çıkmasında en önemli faktörlerin başında aile ve doğal olarak ebeveynlerin geldiği söylenebilir. Genetik faktörler etkili olsa da aynı sosyal ortamı paylaşma ve etkileşimin önemi ile ilk öğretmenler olması bağlamında ebeveynlerin etkisi inkar edilemez.

Bu kurama göre çocuğun bakıcıları olan ebeveynlerin; evde çocuğu dini etkinliklere katması, ibadet mekanlarına götürmesi, dini okullara göndermesi, çocuğun dini dersler almasına yardımcı olması, çocukla dini muhabbetler yapması

ile çocukta inanç temelini oluşmasının zemini hazırlanır (Beit-Hallahmi ve Argyle, 1997).

Nesne Bağlantıları Kuramı

Bu kuram, az biraz farklılıkla Freud'un çalışmalarından temelini alan bir ekoldür. Bilinç dışı ve itki üzerinde duran Freud'dan farklı olarak bu kuramın temsilcileri; çocukluğun, erken yaşından itibaren ebeveyn (bakıcı) ve sosyal çevredeki bireylerle girilen ilişki sonucu gelişen kişilik ve etkileşimi üzerinde durur (Schultz ve Schultz, 2007). Kuramın kurucusu sayılan Melanie Klein için çocukta, annesinin memesiyle kurulan ilk bağ büyük önem arz eder. Çünkü çocuk için meme, ihtiyacı karşılayan nesne algısıyla çocukta arzu edilen şey konumunu alır. Bebek için meme, anneden de önce gelir ve anne bebeği beslerken yeteri kadar besini vermez, olumsuz duyguları çocuğa aktarırsa çocuk, hayali objelerle dolu kendi iç dünyasına yönelir (Yıldız, 2007). Anne ile çocuk arasındaki bu ilk ilişki olumlu ya da olumsuz tüm nesne ve dolayısıyla çocuğun gözünde de tüm insanlara genelleştirilir. Bu yönüyle çocukluğun ilk altı ayı, kişilik gelişimi ve doğal olarak da oluşacak olan Tanrı imajı için de kritik bir evredir (Schultz ve Schultz, 2007).

Bağlanma Kuramı

Bowlby ile anılan bu kurama göre birey ve Tanrı ilişkisi, çocuğun bebekliğinde ve erken çocukluk dönemindeki bakıcıları (genelde bu annedir) ile olan bağın yansımasıdır. Bu çerçevede Bowlby; bakıcının tehlike zamanlarında ortama döndüğü, güvenli bir liman olarak görüldüğü ve tehlikenin olmadığı zamanlarda oynamak için bebeğin güvenli ayrıldığı evre olarak "Güvenli Bağlanma"; çocuğun endişeli olduğu ve kucağı bırakmak istemediği, ebeveynden ayrılıp keşfetmeye isteksiz olduğu evre olarak "Kararsız-Kaygılı Bağlanma" ve son olarak da güvenli ve kararsız-kaygılı bağlanmanın ikisini de sentezleyen "Karışık Bağlanma" olmak üzere üç tür bağlanmadan söz eder (Loewenthal, 2000'den akt. Yıldız, 2007).

Kirkpatrick ise Bowlby'nin çocuk ve bakıcı arasındaki bağlanma kuramını teolojik düzleme genişletmiştir (Loewenthal, 2000). Kirkpatrick'e göre bu bağlanma formları, dini durumları yansıtır ve çocuğun Tanrı ile olan bağı, erken evre ebeveynleri (bakıcı) ile olan bağıyla aynı formdadır (Loewenthal, 2000).

Çocukta Tanrı İmajının Oluşumu

0-3 Yaş Çocuklarda Tanrı

Kognitif psikolojide sıfır-iki yaş aralığı, Piaget'nin duyuşal-motor dönemine (URL-4) denk gelip aşamalı bir süreçle çocuğun çevreyi öğrenmeye çalıştığı, deneme yanılma yöntemiyle merak duygusunu giderdiği, mekan ve zamanla ilgili kimi olgu ve olayları algıladığı gelişimin ilk evresidir. Güven bağlamıyla bu evreyi açıklamaya çalışan Eric Ericson ise genelde dini duygu ve spesifik olarak da Tanrı imajına ait duyguyu güvenle ilişkilendirir (Oruç, 2010). İncanın, ahlaki gelişimle paralellik gösterip form kazandığı güven bağlamında bir inanç vurgusuyla benzer bir görüş ileri süren Fowler ise bu yaş aralığını "farklılaşmamış primitif inanç"

olarak sınıflandırır. Ericson'un güven duygusuna yüklediği mana gibi Fowler da bu primitif inancın; çocuğun, özelinde Tanrı ve genelinde inanç sürecini belirlemese de ilerde biçim kazanacak olan itikadının özünü oluşturduğunu belirtir (Yıldız, 2007). On sekiz yaş öncesi çocuklarda ibadete yönelik ilk adımlar atılıyor olsa da inanç bağlamıyla çocuklarda dindarlıkla ilgili bir bilgiye ulaşmanın güç olduğunu belirten kayda değer bir çalışmanın da Werner Gruehn (Holm, 2018) tarafından ortaya atıldığı görülmektedir.

Yapılan çalışmalar ışığında literatür taramalarının da göstermiş olduğu gibi sıfır-üç yaş aralığındaki çocuklarda oluşan Tanrı imajında öz benlik ilişkisinin yadsınamayacağı görülmektedir. Winnicott'ın da ifade ettiği gibi çocuk; doğumla birlikte, kendini de içinde bulduğu dışsal alanı anlamlandırırken bir öz benlik geliştirmeye başlar. Bunu, ihtiyacı olan ve meme ucuyla aldığı besini de dahil, diğer nesnelere de kendisinin yarattığını varsayarak yapar (Winnicott, 1966). Bu öz benliğin başlangıcı; bebeğin, bakıcısı ile arasındaki etkileşimin niteliğini içselleştirmesiyle oluşur (Nelson, Çev; Sezen, 2009).

Çocuklarda Tanrı imajının oluşumunda temel yapı taşı özelliği gösterebildiği iddia edilebilen benlik kavramının, çocukluğun ilk aylarındaki gelişimi çerçevesinde yapılan kayda değer çalışmalardan birinin de Stern (1985)'e ait olduğu bilinmektedir. Bu çalışmaya göre, doğumla başlayıp ikinci aya kadar olan süreçte çocuk; dış dünyadaki varlıklara karşı gösterdiği oral tepki, baş hareketi ve bakışlarla "uyanık hareketsizlik" denen bu dönemde ilk benlik duygusunu ortaya çıkarmaktadır. Çocuğun, kendini anneden (bakıcı) ayrı olduğunu hissetmeye başladığı iki ile altı ay arasında Stern, bir öz benlik duygusunun ilk kıvılcım evresi olarak görmüştür. Bir bilişe sahip olduğunu artık çocuğun fark ettiği, isteklerini aktarmaya başladığı, sözcük ve el-kol hareketlerini kullanarak iletişim kurmaya çalıştığı, belirgin davranışların arka planında yatan güdü ve duyguları anlamaya başladığı yedi-on beş ay yaş aralığı da sübjektif benlik duygusu olarak görülür. İki yaş ortalarında konuşmaya başlayıp bilinçli benliğe doğru ilerleyen çocukta on beş ve otuz altı aylar arası evre ise Stern için sözel benlik duygusudur. Çocuk artık üç yaşına geldiğinde de taklit yapabilir ve kendini, başka bireylerle iletişime geçebilen bir birey olarak görebilir.

Çocuklarda temel bir Tanrı imajı, üçüncü yaşın sonlarında yaratılır. Tanrı imajının bu ilkel formu, çocuğun öz benlik oluşumunun psikolojik gereksiniminin tatmini amacıyla oluşur ve bu imaj; çocuğun, kendi ebeveyni (bakıcı) ile yaşadığı deneyimleri yansıtır. Çocuklarda Tanrı imajı statik değildir. Çocukların içselleştirdikleri objeler ile Tanrı tasavvuru farklılaşır. Çocuğun kayıtsız kalamayacağı içsel bir gerçeklik olarak Tanrı imajı da tıpkı vicdan gibi bir ve iki yaşlarında içselleştirilir (Nelson, Çev; Sezen, 2009). Yaklaşık üç yaşlarına gelindiğinde de görülüyor ki primitif Tanrı imajı her çocuk için biriciktir. Bu imaj; öz benlikte içselleştirilen bir imge ve ebeveyn, oyun ortağı, toplumsal çevre ve aileden gelen dinsel ortamla oluşan duygu fenomenleri olarak bir ve bakıcılardan alınan eğitim olmak üzere iki kaynaktan özünü alır (Hyde 1990: 83-97).

Çocuk kendi Tanrı imajını, bilincinin sırlarında oluşturduğu anda bu imaj, Rizzuto (1979)'nun da deyimiyle, içselleştirilmiş bir bireyin rolünü üstlenir.

3-7 Yaş Çocuklarda Tanrı

Yaklaşık olarak üç-yedi yaşları, çocukların dini ilgileri için altın çağ (Harms, 1944) olmakla birlikte üç yaşından itibaren çocukta korku ve saygı ile ilahi olana akseden merak; genelinde ebeveyn, özelinde baba imajının arkasındaki Tanrı imajı ile güçlenir ve çocuk için Tanrı, tıpkı ebeveynleri gibi bir koruyucudur. Hissi, hayali ve taklit içerikli olan bu Tanrı tasavvuruyla (Heller, 1988) çocuk kendini güvende hisseder.

Çocuk üç-dört yaşlarında söylenen her şeye inanır ve onun etkisinde kalarak kendi bireysel dünyasını kurarak onu geliştirmeye çabalar. Bu yaşlarda çocuk; melek, şeytan, cennet, cehennem, doğum, ölüm gibi metafizik konuları merak etmekle birlikte “neden, niçin” gibi soruların cevaplarını hayal gücüyle tamamlamaya çalışır (Sandröm, 1971).

İnanç gelişim kuramı adıyla Fowler için üç-yedi yaş aralığı; çocukların ilk kez kültür ve aile etkisiyle izole edilmiş cinsellik ve ölüm gibi etkin tabuların farkına varmaya başladıkları evre olarak adlandırılır (Karaca, 2006: 192). Fowler bu evreyi hem duygu ile harmanlanmış bir Tanrı inancının oluşması hem de teolojik bazı kavramları anlamlandırmaya çalışması yönünde kritik bir evre olarak açıklar (Fowler, ve Dell, 2006).

İki-dört yaş aralığını *efsun öncesi evre* olarak tanımlayan Gruehn'a göre çocuk için Tanrı, çoğu kez bir sihirbazdır ve çocuk için dua, kendisine birtakım yararlar sağlayacak bir büyü algısıdır (Holm, 2018).

Çocukta kendiliğinden gelişen bir adalet duygusunun olduğu evre olarak Oser bu yaş dönemini, ödül ve ceza konusunda adil ve her şeyi görüp bilen bir Tanrı algısının hakim olduğu evre olarak düşünür (Hood vd., 2009).

Dindarlık öncesi sezgisel dini düşünce evresi olarak Goldman tarafından nitelendirilmekle birlikte Harms'ın *peri masalı* dediği bu evrede çocuk için Tanrı algısı; gökyüzünde bulutların üstünde yaşayan, tüm varlıklarla bir biçimde ilişkide olan ve tüm insanların yegane hakimi ve koruyucusu formundadır. Çocuk, Tanrı'ya antropomorfik özellikler yüklese de Tanrı için yüce bir görüş geliştirebilmekle birlikte bu yaş çocuklarında gerçeklikten uzak bir dini yaşayış düşüncesi hakimdir (Harms, 1944).

7-12 Yaş Çocuklarda Tanrı

Piaget'nin, çocuğun bilişsel gelişimi bağlamında *somut işlemsel evre* olarak adlandırdığı yedi-on bir yaş aralığındaki çocukta, okul dönemine girmesi itibarıyla de düşüncelerindeki denge ve koordinasyon düzeyi yükselir. Yedi yaş sonrasında özgürlüğe doğru seyreden çocukta somuttan soyuta gidiş ve bir algılama gücüne sahip oluş görülmektedir (İçmeli, 2013) ve bu bağlamda; çocukta, kavramsal zenginlik ve akıl yürütmelerde artış saptanmıştır (Yıldız, 2007).

Bu yaş aralığında çocuk, sezgisel akıl yürütme ve eğitim öğretim kanalıyla Tanrı'yı anlayıp anlamlandırıp tasavvur etmeye çalışır. Nitekim, ibadete daha istekli olan yedi-dokuz yaşlarında bir çocuk için Tanrı göklerde bir yerde iken on-on iki yaşlarındaki çocuk ise Tanrı'yı artık her yerde olabilecek bir tasarım olarak imgeler (İçmeli, 2013).

Fiziksel özellikleri ve insan türünün en büyük formu olarak algılanan ve somutlaştırılan ilk Tanrı imajı, Piaget'ye göre antropomorfiktir. Çocuğun dini kavramları algılayışı bu yöndedir. Çocuk yedi yaşlarına geldiğinde, somut ile soyut durumlar arasında kavramsal geçiş yaşanır ve on bir yaşlarında ise artık çocuk için Tanrı kavramı soyut bir kavramdır (Yıldız, 2007). Antropomorfik özellikleriyle bir önceki dönem ile karşılaştırıldığında bu dönemki Tanrı imajı bayağı bir insan figürü iken bu yaş evresindeki Tanrı, süper güçleri olan olağanüstü bir insan figürü olarak görülebilir.

12 Yaş ve Üzeri Çocuklarda Tanrı

Piaget'de *soyut işlemsel evre* olarak adlandırılan bu evrede Tanrı'nın antropomorfik özellikleri genel olarak yok olmaya başlar. Çocuk, hipotetik ve dedüktif olarak sembolik ve soyut terimler çerçevesinde düşünebilir ve böylece Tanrı imajı da daha soyut hale dönüşür. Bu yaş döneminde çocuk için Tanrı; karşılıksız seven, yardımcı olan, affeden, dostluk eden, onu zor durumdan kurtarandır (Yıldız, 2007).

Çocuk ve Tanrı kavramları bir araya geldiğinde çocukların biliş ve iç dünyalarında sosyo-kültürel kaynaklı farklı Tanrı tasavvurlarının ortaya çıktığı görülebilmektedir. Üç yaş öncesi küçük çocukların Tanrı imgesinin, gerçek bir bedeni ve insani duyguları olan bir ruh (Sohn, 1985) olduğu görülmektedir. Yaklaşık üç-beş yaş aralığındaki okul öncesi çocuklarda da animizm, peri masalları, efsunlu ve antropomorfik özellikleriyle dolu Tanrı figürü görülürken; altı-on bir yaş aralığında olan ilkökul çocuklarında ise daha reel ve tanımlayıcı Tanrı tasavvurlarıyla biraz antropomorfik ama daha somut dini görüşler görülür. On iki-on sekiz yaş arası çocuklara gelindiğinde ise onların Tanrı imajının daha bireysel ve soyut forma evrildiği ve baba, sevgi, merhamet, adalet, ruh, yaratıcı, sır, yaşam, güçlü, içsel gibi kavramların önemsendiği görülmektedir (Ahrendt, 1974'ten akt. Thackeray, 2000:43).

ÇOCUK VE TANRI TEMALI YAPILAN BAZI ÇALIŞMALAR VE ANALİZLERİ

Çocuklarda oluşan Tanrı imajının özünde bilişsel bir gerçeklik olduğu, yapılan literatür taramaları sonucunda konu ile ilgili ele alınmış çalışmaların analizinde de görülebilmektedir.

İlgili konuda 1910'lu yıllardan 2000'lere kadar yapılmış çalışmalar irdelendiğinde, bu çalışmalardan biri olan Leuba (1917)'nin, ekonomik seviye olarak düşük olan bir kenar mahalle okulunda 7-14 yaş aralığında 175 çocuğa uygulamış olduğu ve Tanrı'nın kim ve nerede olduğu, neye benzediği, bir evinin

olup olmadığı, Tanrı'nın ne sıklıkla düşünüldüğünün nedeninin sorulduğu anket soruları sonucunda çocukların vermiş olduğu cevapların genelde insan biçimi ve doğal varlıklar ile ruh ve melek gibi metafizik varlıklar çerçevesinde yoğunlaştığı görülmüştür. MacLean (1930) tarafından yaşları 9-14 olan 443 çocuk ile yapılan çalışma sonucunda çocukların yüzde doksanının her şeyi bilen bir Tanrı imajına sahip olduğu, Tanrı'nın İsa veya anne-babaya benzediği, merhameti ile katilleri bile affedeceği, tüm canlıları koruduğu, mekânsal sınırının olmadığı gibi ilgi çekici cevaplar verdiği görülmektedir. İlgili çekici diğer bir çalışmanın Harms (1944) tarafından ortaya atıldığı ve "Dini Tecrübenin Gelişimi" adlı bu çalışmanın 3-18 yaş aralığında 4800 çocuk ile yapıldığı görülmektedir. Bu çalışmada Harms, çocukların Tanrı'yı nasıl algıladıklarını sorup bunu resmedip bu resmin ne ifade ettiğini sorgulamış ve bu doğrultuda çocuklardaki Tanrı algısını üç evreye bölmüştür (üç-altı yaş aralığı *peri masalı evresi*, yedi-on iki yaş aralığı *gerçekçi evre* ve on iki yaş üzerini de *bireyci evre*). 11-14 yaş aralığındaki çocuklarda Tanrı algısını sorgulayan bir diğer önemli çalışma da Dawes (1954)'a aittir. Dawes'in çalışması sonucunda çocukların Tanrı'ya; ürkütücü, gizemli, güvenilir, adil, insan olmayan, her şeye kadir, güçlü, baba gibi sıfatlar yükledikleri sonucuna varmış ve bu bulguların hem Harms hem de Piaget'nin gelişim evreleriyle paralellik gösterdiği görülmüştür (akt.: Goldman, 2001). Okul öncesi çocuklardaki Tanrı algısını irdeleyen ilk araştırmacı olarak Mailhoit (Yıldız, 2007) örneklemini ise diğer önemli çalışmalardan bir tanesidir. Mailhoit, Kanada'daki 3-5 yaş aralığında 240 okul öncesi çocuk ile yapmış olduğu çalışmayla bu çocukların yüzde doksan ikisinin Tanrı'yı İsa olarak algıladıkları, Tanrı'dan genellikle dünyada var olan gerçek şeyler diledikleri sonucuna varmıştır. Deconchy (1965) tarafından 7-16 yaş aralığındaki Katolik çocukları ve ergenleri kapsayan çalışmada çocuklara Tanrı ve buna benzer kavramlarla karşılaşınca ne hissettiklerine yönelik sorular sorulmuş ve bu doğrultuda çocuklardaki Tanrı algısını Deconchy sırasıyla *atfedicilik (7-11)*, *kişileştirme (11-14)* ve *içselleştirme (14 yaş ve üzeri)* olarak üç evreye ayırmıştır (akt.: Sohn, 1985: 43). Çocuklardan, Tanrı'ya mektup yazmalarının istendiği ilgi çekici bir diğer çalışma olan Marshall ve Hample (1968)'in çalışmaları analiz edildiğinde on yaşın altında olan çocuklardaki Tanrı imajının Piaget'nin somut işlemler evresiyle paralellik gösterdiği ve bu çocukların, Tanrı'nın her şeye kadir olması yönündeki cevaplarının korku ile değil saf hislerle ilişkilendirilebildiği görülmüştür (akt.: Thackeray, 2000). Kousoulas (1973) (URL-5) ise dört, yedi, on bir yaşlarındaki 180 orta sınıf Roman Katolik, Yahudi ve Protestan okullarında okuyan çocuk üzerinde örneklemini oluşturmuş ve ulaştığı bulgular sonucunda da çocukların her yaş grubundaki soyut Tanrı imajlarının gittikçe arttığını ve cinsiyet değişkeniyle çocuklardaki Tanrı imgesi arasında bir ilişkinin bulunmadığını saptamıştır. *İnanç gelişim teorisi* ile Fowler (1981), teorisini ortaya atmadan önce üç yüz kişinin hayat hikayesini dinlemiş ve ilk çocukluğun kudreti ile inanç ve özsel kimlik arasındaki bağ olmak üzere iki noktanın önemini fark etmiştir

(Fowler ve Dykstra, 1986'dan akt. Yıldız, 2007). Çocuk ve Tanrı bağlamında çocuklarında Tanrı imajı ile ilgili kayda değer ve kendisinden sonra çokça çalışmayı besleyen diğer önemli bir çalışma da Heller (1984)'a aittir. Heller, dört ayrı dini grup arasında yaşları 6-12 arasında değişen çocuklardan cinsiyeti de göz önüne alarak gruplar oluşturmuş ve bunun sonucunda dört-altı yaş aralığında bulunan çocuklardaki Tanrı imajında ebeveyn etkisinin fazla olduğu, çocukların bilinen dini kavramları farklılaştırarak kendilerince anlamlandırıldığını gözlemlemiştir. Yedi-dokuz yaş aralığındaki çocuklarda da sosyalleşme ve bilişsel düzeyin gelişmesine paralel olarak meraklarında bir artış olduğu ve onlar için Tanrı kavramının fantezi ile dolu, uçuk, tanımsız ruh figüründe bir kavram olduğunu saptamıştır. On-on iki yaşlarındaki çocukların algısındaki Tanrı'nın ise hem acı çekmenin hem de bundan kurtulmanın kaynağı olduğunu görmüştür. Türkiye'de yapılmış bir çalışma olarak Konuk (1994) ise 5-6 yaşlarında 44 anaokul öğrencisi örneklemeyle yaptığı çalışmasındaki çocukların Tanrı algısının daha çok antropomorfik karakterde olduğu sonucuna varmıştır.

2000'li yıllardan günümüze gelindiğinde ise mezkur konu ile ilgili yapılan önemli çalışmaların birinde Thackeray (2000) görülmektedir. Bu çalışmada Piaget'nin bilişsel gelişim evreleri göz önünde bulundurularak örneklemeler, yaş olarak her bir evrenin ortasında bulunan çocuklar alınmış ve sonuç olarak da Piaget'nin evreleriyle paralellik görüldüğü saptanmıştır. Wenger (2001)'in çalışmasında ise çocukların Tanrı algısında somuttan soyuta bir seyrin olduğu gözlemlenmiştir. Slater (2004) (URL-6), 18 erkek 13 kız olmak üzere toplanda 31 çocuk üzerinde yürüttüğü çalışmada çocuklardaki Tanrı imajındaki farklılaşmayı bebeklik, ilk çocukluk, erinlik, ergenlik olmak üzere dört evrede kuramlaştırmıştır. Çalışmanın sonucu olarak insanbiçimciliğin, denek konusu olmuş tüm yaş gruplarındaki çocukların Tanrı tasavvurlarında ortak olduğu ve derecesinde anlamlı bir farklılaşmanın olmadığı, egoizm ve sürenatüralizmin yaşa bağlı olarak Tanrı imgelerinde değişebildiği, Tanrı tasavvuruna dair resimlerde cinsiyetin anlamlı derecede fark ettiği, Tanrı'yı tasarlama yollarında birkaç benzer nokta dışında cinsiyet farklılıklarının olduğu gözlemlenmiştir. Yaşları 4-11 arasında değişen 135 İngiliz çocuk örneklemeyle Kay ve Ray (2004), çocuklarda yaş farklılıklarına bağlı olarak Tanrı kavramının biçimlenmesi arasında önemli farklılıkların olduğu sonucuna varmıştır. Çocuk ve Tanrı temalı olup Türkiye'de yapılmış önemli çalışmalardan biri de Yavuz (2012)'a aittir. Yavuz, 7-12 yaş aralığında bulunan 588 çocuk üzerinde yaptığı çalışmada çocukların; aile, okul ve çevre süreçlerinin etkisiyle Tanrı'yı esas sıfatları ile bağlantılı biçimde düşündüklerini saptamıştır. Uysal ve diğerleri (2014)'nin Tanrı algısıyla sosyal kaygı ve umut düzeyi arasındaki ilişkiyi ele aldığı çalışmada ergenlerin, Tanrı'yı olumlu formlarda algılama ve Tanrı tarafından korunduğunu düşünme eğiliminin sosyal kaygı düzeyini düşürücü etkiye sahip olduğu saptanmıştır. Nyhof ve Johnson (2017), Endonezya'da 37'si Müslüman ve 32'si Katolik olan toplam 72 çocuk örneklemeyle

Tanrı algısını sorgulanmış ve bunun sonucunda çocukların Tanrı'ya doğaüstü bazı özellikler yüklemenin yanında Tanrı'nın her yerde olduğu şeklinde sonuçlara ulaşmıştır. Bu çalışmayla bireysel farklılıkların Tanrı imajı üzerindeki etkisi ve farklı dini geleneklerin, teolojik öğretimdeki Tanrı kavramının çeşitli yönlerinin kazanılmasında oynadığı rolü incelemek için gelecekte yapılacak çalışmalara ön ayak olma amaçlanmıştır. Aydar ve Tokur (2019) tarafından 4-6 yaş aralığında olan anaokulu öğrencilerinin Tanrı imajını anlamak amacıyla Ankara'daki bir anaokulunda yapılmış bir çalışmada da çocuklara beş ana ve sekiz derin soru sorulmuş ve onların Tanrı algısına ulaşılmaya çalışılmıştır. Sonuç olarak çocukların Tanrı kavramına sahip olduğu, antropomorfik ve ben merkezci düşüncenin ise çocuklarda daha baskın olduğu sonucu ortaya çıkmıştır. Türker ve Tokur (2019)'un yapmış olduğu çalışmada ise Konya ve Bursa illerinde eğitim gören 7-12 yaş arası 32 kız 22 erkek, toplamda 54 Suriyeli sığınmacı çocuk örneklenmiştir. Yapılan görüşmeler sonucunda elde edilen sonuçlara göre çocukların büyük çoğunluğunun Tanrı kavramını kullanırken çekingen davrandıkları; günah, haram gibi ifadeleri günlük yaşamlarında sıkça kullandıkları, yanlış yapma durumunda yoğun şekilde cehennem korkusu yaşadıkları gözlemlenmiş ve bu ceza temelli Tanrı algısının büyük ölçekte aile ile bağlantılı olduğu sonucuna varılmıştır. Göregen ve Yıldız (2021)'in çalışmasında ise ergenlerin sahip oldukları Tanrı algısı, affetme eğilim ve öfke ilişkisi irdelenmiş ve bu üç olgu arasındaki ilişki saptanmıştır.

Bu örneklem çalışmaların sonuçları analiz edildiğinde hemen hemen hepsinde genel olarak obje olan hayali ve insan biçimli bir Tanrı imajından, yaş ilerledikçe içselleşen soyut bir süje olarak Tanrı imajına doğru değişim görülebilmektedir. Bu değişim seyrine, çocuğun bilincinin ve hayal gücünün zengin ürünleri olarak bakılmalı ve çocuğun güdülerinin tatmin olduğu objelerin çocuk üzerinde bıraktığı izlenimlerin önemsenmesi gerekmektedir. Çünkü her çocuk, hayal gücü ve güdülleri ile kendi Tanrı'sını içinde yaratır.

Çocuğun erken yaşlarındaki Tanrı figürünün ebeveynlerce korkutma aracı olarak kullanılmasının da olumsuz bir davranış olduğu görülebilmeli ve bu noktada araştırmaların yapılması önemsenmelidir.

SONUÇ

Tanrı kavramının çocuk için ne anlam ifade ettiğinin, çocuğun yaş dönemleri göz önüne alınarak bilişsel gelişimlerine paralel irdelendiğinde ortaya ilgi çekici sonuçlar çıkabildiği yapılan literatür taramaları sonucunda elde edilen çalışmaların analiziyle görülebilmektedir. Çocuğun, inanç temelli Tanrı gibi soyut imgeleri, içinde bulunduğu dini ve kültürel ilişkilerle kendi zihinsel merceğinde kavramsallaştırarak öznel dini bilişine bir çerçeve oluşturduğu gözlemlenebilir bir veri olarak karşımıza çıkmaktadır. Yapılan araştırma analizlerinin ışığında çocuğun, özellikle kültürel destek yokluğunda oluşumunu zihinsel zemine oturttuğu Tanrı imajının antropoteizm ile ilişkili olduğu görülebilmektedir.

Çocuğun yaşı ilerledikçe zihnindeki antropomorfik Tanrı imajının azalma gösterse de yok olmadığı ve bunun somuttan soyuta doğru değişim gösterdiği söylenebilir.

Tanrı ve çocuk kavramları bir araya gelince ebeveynlerce dikkat edilmesi gereken en önemli vurgulardan birinin de çocuğun bilişsel ve özellikle de duygusal gelişiminin göz önünde bulundurulması gerçeğidir. Tanrı kavramı dile getirilince çocuğun duygu dünyasına zarar verilmemesine dikkat edilmesi gerektiği görülebilmelidir. Çocukta oluşum seyri gösteren davranış bozukluklarını terbiye ederken Tanrı figürünün korku aracı olarak kullanılmasının, onun hem duygu dünyasına zarar verebileceği hem de ileriki yaşlarda oluşacak olan Tanrı imajının olumsuz yansımaları olarak bilincine sirayet edebileceği realitesi görülebilmelidir. Bu bağlamda çocuk, Tanrı ile olan kognitif bağını sevgi üzerine kurmalı ve ebeveynler bu noktada çocuğa örnek yol göstericiler olmalıdır.

Tüm boyutları ile gözlenip analiz edildiği zaman çocuk için Tanrı'nın ne olduğu değil ne olmadığı gerçeği ile çocukta Tanrı imajının panoramik seyri görülebilir.

KAYNAKÇA

- Ahrendt, C.J. (1974). Relationships Between the Self-Concepts of Children and Their Concepts of God. Yayınlanmamış Doktora Tezi. Austin: University of Texas.
- Aydar, A. ve Tokur, B. (2019). Attachment Theory and Child's Perception of God at 4-6 ages. *ULUM*, 2(1), 51-74.
- Beit-Hallahmi, B. ve Argyle, M. (1997). *The Psychology of Religious Behaviour, Belief and Experience*. London and New York: Routledge.
- Benedict, R. (2003). *Kültür Kalıpları*. (çev. N. Şarman). İstanbul: Payel.
- Budak, S. (2005). *Psikoloji Sözlüğü*. Ankara: Bilim ve Sanat Yayınları.
- Deconchy, J. P. (1965). The Idea of God: Its Emergence Between 7 and 16 Years. *From Religious Experience to A Religious Attitude*, 97-108.
- Fowler, J. W. (1981). *Stages of Faith: The Psychology of Human Development and the Quest for Meaning*. San Francisco: Harper & Row.
- Fowler, J. W. ve Dell, M. L. (2006). Foundations for the Scientific Study of Spiritual Development in Childhood and Adolescence. İçinde Eugene C. Roehlkepartain, Pamela Ebstyn King, Linda Wagener ve Peter L. Benson (Editör), *Stages of Faith from Infancy Through Adolescence: Reflections on Three Decades of Faith Development Theory* (s. 34-45). New York: SAGE Publications.
- Fowler, J. W., & Dykstra, C. (1986). *Faith development and Fowler*. Religious Education Press.
- Freud S. (1913). *Totem and Taboo*. (çev. A. Brill). Ankara: Northern Lights.
- Goldman, R. (2001). Düşünme ve Dine Tatbiki. *Erciyes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 1(11), 419-448.
- Göregen, F. ve Yıldız, M. (2021) Ergenlerde Tanrı Algısı, Affetme Eğilimi ve Öfke İlişkisi Üzerine Bir Araştırma. *Dini Araştırmalar*, 24 (61), 427-458.
- Harms, E. (1944). The Development of Religious Experience in Children. *American Journal of Sociology*, 50(2), 112-122.
- Heller, D. I. (1984). The Children's God. Yayınlanmamış Doktora Tezi. Ann Arbor: The University of Michigan.
- Heller, D. I. (1988). *The children's God*. Chicago: University of Chicago Press.
- Holm, NG. (2018) *Din Psikolojisine Giriş*. İstanbul: İnsan Yayınları.
- Hood, Jr. R. W., Hill, P. C. ve Spilka, B. (2009). *The Psychology of Religion: An Empirical Approach*. New York: The Guilford Press.
- Hyde, K. E. (1990). *Religion in Childhood and Adolescence: A Comprehensive Review of the Research*. Religious Education Press.
- İçmeli, C. (2013). Çocukta Dini Duygu ve Düşüncenin Gelişmesi. *Konuralp Medical Journal*, 5(3), 66-75.

- Jones, J. W. (2007). Chapter 3. Psychodynamic Theories of the Evolution of the God Image. *Journal of Spirituality in Mental Health*, 9(3-4), 33-55.
- Karaca, F. (2007). *Dini Gelişim Teorileri*. İstanbul: Dem Yayınları.
- Kay, W.K. ve Ray, L. (2004). Concepts of God: The Salience of Gender and age. *Journal of Empirical Theology*, 17 (2): 238-251.
- Kısa, C. (2005). *Carl Gustav Jung'da Din ve Bireyleşme Süreci*. İzmir: İzmir İlahiyat Vakfı.
- Konuk, Y. (1994). Okul Öncesi Çocuklarda Dinî Duygunun Gelişimi ve Eğitimi. Ankara: Türkiye Diyanet Vakfı
- Leuba, J. H. (1917). Children's Conceptions of God and Religious Education. *Religious Education*, 12(1), 5-15.
- Loewenthal, K. M. (2000). *The psychology of religion: A short introduction*. Oneworld.
- MacLean, A. H. (1930). *The Idea of God in Protestant Religious Education*. New York: Ams Press.
- Marshall, E. ve Hample, S. (1968). What Children Think of God. *Time*, 91.
- Mengüşoğlu, T. (2013). *Felsefeye Giriş*. Ankara: Doğu Batı Yayınları.
- Nelson, C. E. (2009). Tanrı Temsilinin Oluşumu, (çev. A. Sezen). *Dinbilimleri Akademik Araştırma Dergisi*, 9(2), 215-234.
- Nyhof, M.A. ve Johnson, C.N. (2017). Is God Just a Big Person? Children's Conceptions of God Across Cultures and Religious Traditions. *İngiliz Gelişim Psikolojisi Dergisi*, 35 (1), 60-75.
- Oruç, C. (2010). Okul Öncesi Dönemde Dini Duygunun Kökenleri ve Gelişimi. *Dinbilimleri Akademik Araştırma Dergisi*, 10(1), 75-96.
- Rizzuto, A. M. (1979). *Birth of the Living God: A Psychoanalytic Study*. Chicago: University of Chicago Press.
- Sandröm C.I. (1971). *Çocuk ve Gençlik Psikolojisi*. (çev. R. Şemin). İstanbul: İ.Ü. Edebiyat Fakültesi Yayınları.
- Schultz, D. P. ve Schultz, S. E. (2007). *Modern Psikoloji Tarihi [Modern psikolojinin tarihi]*. (çev. Y. Aslay). İstanbul: Kaknüs Yayınları.
- Seyhan, B. Y. (2014). Üniversite Öğrencilerinde Tanrı Tasavvuru ve Psikolojik İyi Olma Hali Arasındaki İlişkiler. *Cumhuriyet Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi*, 18(1), 65-97.
- Sohn, L. E. (1985). God Concepts in Children: Beliefs About the Attributes of God and Implications for Lutheran Curriculum and Instruction. Doctoral Dissertation. Chicago: Marquette University.
- Stern, D. N. (1985). The interpersonal world of the infant. New York: Basic Books. Sullivan, H. S. (1925). The oral complex. *Psychoanalytic Review* 12. 13-38.
- Thackeray, A. M. (2000). Children's Relational Perceptions of God. Yayınlanmamış Doktora Tezi. Florida: The Florida State University.
- Türker, R.N. ve Tokur, B. (2019). Savaş Mağduru Sığınmacı Çocuklarda Hayat ve Tanrı Algısı: 7-12 Yaş Arası Çocuklar. *Eskişen*, (39), 367-389.
- Uysal, V., Batan, S. N., Selma, B. ve Zafer, H. (2014). Ergenlerin Tanrı Algılarıyla Sosyal Kaygı ve Umud Düzeyleri Arasındaki İlişkiler-Relationship Between Adolescents'god Perception And Their Levels Of Social Anxiety And Hope. *Öneri Dergisi*, 11(42), 221-237.
- Wenger, J. L. (2001). Children's Theories of God: Explanations for Difficult-to-explain Phenomena. *The Journal of Genetic Psychology*, 162(1), 41-55.
- Winnicott, D. W. (1966). *The Maturational Process and the Facilitating Environment*. New York: International University Press.
- Yavuz, K. (2012). *Çocukta Dini Duygu ve Düşüncenin Gelişimi*. İstanbul: Boğaziçi Yayınları.
- Yıldız, M. (2007). *Çocuklarda Tanrı Tasavvurunun Gelişimi*. İzmir: İzmir İlahiyat Vakfı Yayınları
- (URL-1): https://tr.wikipedia.org/wiki/Zihinsel_imge (E.T.: 05.04.2022).
- (URL-2): <https://www.unicefturk.org/yazi/cocuklar-icin-bilgi> (E.T.: 05.04.2022).
- (URL-3): <https://tr.wikipedia.org/wiki/Arketip> (E.T.: 06.04.2022).
- (URL-4): https://tr.wikipedia.org/wiki/Piaget_teorisi (E.T.: 06.04.2022).
- (URL-5): <https://www.proquest.com/openview/10688190279b95f3badcb0484d6d252f/1?pq-origsite=gscholar&cbl=18750&diss=y> (E.T.: 07.04.2022).
- (URL-6): https://www.researchgate.net/profile/Jerry-Carlson/publication/232440794_The_Development_of_the_Concept_of_God_in_Children/links/55de456a08aeaa26af0f24d2/The-Development-of-the-Concept-of-God-in-Children.pdf

NEDENSELLİK ANALİZİNDE ZEMİN PROBLEMİ

Sercan PALAVAN¹

GİRİŞ

Düşünce tarihinde ne kadar geriye gidersek gidelim, insan, çevresi ile girdiği iletişimin doğal bir sonucu olarak çevresindeki nesnelere tanımak, anlamak ve açıklamak ister. Bu istek doğrultusunda iki tür bilme etkinliği, önemli bir rol oynar. Bunlardan *ilki*, nesnelere arasında etkileşimi veya ilişkiyi doğrudan betimlemeye çalıştığımız basit çıkarımlara dayanan gözlemsel bilgi türüdür. Bu bilgi türünde çevremizde meydana gelen değişimlere müdahale etmeden, duyularımıza gelen verileri sınıflandırırız. Böyle bir sınıflandırma doğada örgütlenmemiş bir veri olarak duran yapının betimlenerek, kullanışlı bir hale dönüşmesine aracılık eder. Toplanan siyah bulutlardan sonra yağmurun yağacağı; ateşin elimizi yakacağı; su yüzünde hafif nesnelere batmadığı fakat ağır nesnelere battığı gibi durumlar gözlemsel bilgi türüne örnek olarak verilebilir.

İkincisi, çevre ile girmiş olduğumuz ilişki neticesinde gözlemsel bilgi türü aracılığıyla birçok bilgi (deneyim) biriktiren insan, bu gözlemler arasında bir ilişkinin olup olmadığını sorgulamaya başlar. Bu sorgulamalar aracılığıyla da gözleme dayalı kavramsal bir üst dil oluşturur. Gözlemlenen olaylar arasında kurguladığımız veya nesnelere arasında var olduğunu düşündüğümüz bu türden bir girişim ise kavramsal bilginin temelini oluşturur. Yer yüzeyinin belirli dönemlerde hareket etmesi veya hasat elde etmek için buğday tohumunun yeşermesini beklemek gibi durumlar kavramsal bilgi türüne örnek olarak verilebilir. Çünkü değindiğimiz örnekler doğrudan gözlemlerimizin ötesinde bir şeyler hakkında, bizi, beklenti içine koyar. Bu beklenti betimsel olmaktan ziyade kurgusaldir; yani, belirli bir uzamsal ve mekânsal sınırlılığın ötesini ifade eden bir anlam bütünlüğüne sahiptir. Bu tespit, kavramsal bilgi türünün temel karakteristiği niteliğindedir.

Doğa hakkında sorduğumuz sorular ya da yaptığımız sorgulamalar, olaylar arasında doğrudan (veya dolaylı) bir ilişkinin olabileceğini *ilk bakışta* akla getirir. Kavramsal bilgi türü, bilgiye konu olan olaylar arasında ne gibi bir etkileşimin olduğunu veya meydana geliş süreçleri içerisinde ne gibi belirleyici faktörlerin

¹ Bilim Tarihi Doktora Öğrencisi, Ankara Üniversitesi, bysercanpalavan5@gmail.com, ORCID: 0000-0003-2657-7214.

etkin olduğunu açıklamaya çalışan, doğa olayları arasında varsayılan ilişkinin ne türden bir niteliğe sahip olduğunu belirlemeye gayret eden bir çabanın ürünüdür. Bu türden bir inceleme aktüel dünya hakkında bilgi örüntümüzün oluşmasına ve bilgi sınırlarımızın genişlemesine aracılık eder.

Değindiğimiz bilgi edinim türleri ile nedensellik ilişkisi arasında yakın bir bağlantı vardır. Fakat bu bağlantı iki şekilde meydana gelir: Basit nedensellik ve karmaşık nedensellik. Gözlemsel bilgi türü basit nedensel ilişkilerde kullanılır. Kavramsal bilgi türü söz konusu olunca daha çok karmaşık nedensel ilişkiler etkin bir rol oynar. Karmaşık nedensellik aracılığıyla elde ettiğimiz gündelik yaşantımızın ötesindeki soyutlamalar veya çıkarımlar ikinci tür bilginin kaynağıdır. Aslında kaynak bir taraftan da üst düzey (kuramsal) açıklamaların ortaya çıkmasını ve düşünsel bir faaliyetin gelişmesini sağlar. Buradan hareketle, kuramsal düzeyde bir araya getirilen çıkarımlar veya düşünceler tutarlı bir bütün oluştururlarsa güvenilir bilgi edinimi -en azından ilgili dönem içerisinde- elde edilebilir. Çünkü her dönemin dünya algısı bir birinden farklıdır ve elde edilen çıkarımlar belirli bir kurgusal taslak altında bir araya getirilir. Buradaki önemli konu bu kurgusal taslağın nasıl denetleneceği veya mantıksal bütünlüğünün nasıl kurulacağıdır.

Mantıksal bütünlüğün doğruluğu veya güvenilirliği hem felsefe hem de bilim felsefesinde uzun yıllar boyunca tartışılan bir konudur. Bu tartışmanın ana konusu tam olarak şu tarzdan sorulardır: ateşin sıcak, insanların ölümlü olduğu, serbest bırakılan cisimlerin düştüğü gibi istisna kabul etmeyen birkaç basit fiziksel yasanın varlığından söz edebilirken, doğrudan gözlem yoluyla tespit edemediğimiz ilişkisel durumlar ve metafiziksel unsurlar içeren çıkarımlar hakkındaki dayanağımız (yani, *zemini*) nedir? veya elde ettiğimiz çıkarımların doğru bir gerekçelendirmesini nasıl karakterize edebiliriz?

Bu sorular üzerinde düşünen ve tutarlı cevaplar vermeye çalışan önemli isimlerden biri İngiliz düşünür David Hume'dur (1711-1776). O, özellikle bilgi düzeyinde nedensellik ilişkisinin nasıl algılandığı/kavrandığı konusunda epistemolojik bir analiz yapar. Hume'un hem epistemolojiye bakış açısını hem de nedensellik düşüncesini yansıtan eserleri arasında 1739 yılında kaleme aldığı İnsan Doğası Üzerine Bir İnceleme ve 1748 yılındaki İnsanın Anlama Yetisi Üzerine Bir Soruşturma adlı kitapları yer alır. Özellikle 1748 tarihli eseri Hume'un nedensellik ilişkisine yönelik bakış açısını doyurucu bir şekilde okuyucusuyla paylaştığı kitabıdır. Değinen eserlerde belirtilen düşüncelerin iki farklı önemi vardır. Bunlardan *ilki*, nedensellik ilişkisi hakkında yapılan en ciddi eleştiri (epistemolojik olarak) Hume tarafından yapılır. İkincisi, Hume'un yapmış olduğu analiz, hem kendi düşüncelerini destekleyenlerin hem de eleştirenlerin çıkış noktasıdır. Bizim çalışmamız için önemi ise Hume'un nedensellik ilişkisinin *zemini* hakkında düşüncesi olacaktır. O, nedensellik ilişkisini, doğadaki olaylar (veya nesnelere arasındaki ilişkiler) arasında gerçekleşen bir bağlantıdan ziyade daha çok zihinde meydana gelen bir süreç olarak ele alır.

Hume'un en önemli takipçilerinden biri olan ve nedensellik problemine kayıtsız kalmayan diğer bir düşünür ise alman düşünür Immanuel Kant'tır (1724- 1804). Konu ile ilgili düşüncelerini aktardığı eserleri arasında 1783 yılında yayımlanan *Gelecekte Bir Bilim Olarak Ortaya Çıkabilecek Her Metafiziğe Prolegomena* ve 1781 yılında yayımladığı *Saf Aklın Eleştirisi* adlı kitaplar yer almaktadır. Aslında Kant, Hume'u takip etmekten çok onun düşüncelerini eleştiren ve onu aşmak isteyen bir düşünür olarak karşımıza çıkar. Çünkü Kant'a göre Hume'un nedensellik ilişkisi hakkındaki düşünceleri; yani, deneyimin bize sunduğu sınırlıkların ötesine müdahil olmanın mümkün olmadığı görüşü, tam bir hayal kırıklığıdır. Olaylar arasındaki ilişkileri açıklarken gündelik çıkarımlardan veya tecrübelerimizden yararlanan Hume'un aksine Kant, bu türden ilişkilerin varlığını mümkün kılan *a priori* bir temel bulmaya çalışır. Nitekim düşüncelerini de bu temel üzerinde inşa eder. Fakat hemen belirtilmelidir ki Kant da tıpkı Hume gibi nedensellik bağlantısını zihinde meydana gelen bir bağlam olarak ele alır. Dolayısıyla her iki düşünür de nedensellik ilişkisini karakterize ederken zihni zemine koyarak hareket eder.

Genel bir çerçeve içine yerleştirmeye çalışırsak, ilgili düşünürlerin nedensellik ilişkisi hakkındaki yorumları veya nedensellik ilişkisini ele alış biçimleri birbirinden farklıdır. Fakat bu yazıdaki amacımız, her iki düşünürün nedensellik ilişkisini temellendirirken kullandıkları argümanların benzerliğine dikkat çekmek olacaktır. Bu benzerliği bir zemin arayışı problemi olarak ele aldığımız yazımızda düşünürlerin özellikle epistemolojik bakış açılarından hareketle nedensellik ilişkisini nasıl algıladıklarına yer vermek amacımızın konusunu oluşturur. Bu amaca ek olarak, nedensellik ilişkisi üzerinde argüman geliştiren düşünürlerin bir *zemin* arayışına girmelerinin sebeplerine yer verilecektir. Çünkü aynı zamanda, böyle bir *zemin* arayışı düşünürlerin bakış açılarını şekillendirmelerinde kilit bir rol oynayacaktır.

Bu noktada hemen belirtilmelidir ki ele alınan tartışmanın içeriği, tarihsel arka planda oluşan bilgi yığını ve yorum havuzu, burada belirtilemeyecek kadar fazladır. Bu yüzden konunun bütünlüğünü sağlamak ve zemin problemi üzerinden tartışmalara yer vermek, hem konunun sınırlandırılması hem de tartışmanın ana hatlarını aktarmak adına önemli olacaktır. Bu önemin yanında nedensellik ilişkisinin *zemini* hakkındaki sorgulamamıza konu olan bu yazı, nedensellik ilişkisinin yapısı, işlevi ve önemi hakkında okuyucuya bir kesit sunma arzusu taşımaktadır.

DAVID HUME'UN NEDENSELLİK GÖRÜŞÜ

Giriş bölümünden hareket ederek, açıklama yapma (özellikle bilimsel olanlarının) ihtiyacımızın ana sebebi içinde yaşadığımız çevrenin –en azından bir kısmını– tutarlı bir şekilde kavramlarla ve gözlemlerle destekleyerek temellendirmektir. Ancak kabaca ifade edilen bu tanımlama, beraberinde birçok problemi içerir. Konumuz açısından ele alındığında ortaya çıkan problem, açıklamalarımızın temel dayanak noktasının yapısı hakkındadır. Bu yapı hakkındaki cümlelerimiz

daha çok felsefi bir problem olarak karşımıza çıkar. Fakat her ne kadar felsefi bir problem olarak ele alınıyor olsa da düşünsel argümanların bilimsel açıklamalarla (hipotezler, kuramlar ve deneysel yöntemler) yakından ilişkili olduğu göz ardı edilmemelidir. Böyle bir vurgu, nedensellik ilişkisinin önemi bir miktar daha ön planda tutmaktadır.

Bu önemin farkında olan ve nedensellik ilişkisini kapsamlı bir şekilde inceleyen önemli isimlerden biri David Hume'dur. O, nedensellik ilişkisini epistemolojik açıdan ele alan en önemli düşünürlerin başında gelir. Öyle ki, neredeyse iki bin yıllık geleneği sorguya çeken ilk düşünür olduğunu söylemek abartı olmayacaktır. Hume'un nedensellik ilişkisine yönelik yaptığı eleştirisini daha doğru bir şekilde aktarmak için dönemine kadar olan süreçte nedensellik ilişkisinin nasıl algılandığına bir miktar yer vermek faydalı olacaktır. Hume'a kadar olan dönemi klasik nedensellik görüşü ismiyle adlandıralım. Psillos, klasik nedensellik görüşünü şu şekilde betimler:

Rasyonel olmak için tüm inançların gerekçelendirilmesi (yani sebeplerle desteklenmesi) gerektiği görüşüdür. Ayrıca, onun sonucunu kabul etmek için sebepler sunduğu gösterilmedikçe hiçbir çıkarımın rasyonel olmadığı görüşüdür. Basitçe söylemek gerekirse, geleneksel akıl [veya neden] kavramı sebepler ve gerekçeler talep eder (Psillos, 2002: 34).

Klasik nedensellik görüşü, nedensel bir çıkarıma konu olan öncüller aracılığıyla meydana gelecek sonucun kabul edilmesi için gerekli sebeplerin olduğunu savunur. Fakat böyle bir savunmayı tek başına öne sürmek, iddia edilen düşüncüyü temellendirmek için yeterli değildir. Gerçekten de bunların hakiki sebepler olduğu gösterilmedikçe, iddia edilen argüman boş bir ritüelden ibaret olur. Bunun anlamı, çıkarımın öncüllerinin, bize, sonucu rasyonel olarak kabul etmemiz adına sebepler verdiği iddiasını temellendirmek için başka bir ilişkiyi; yani, nesnel arasındaki var olduğu düşünülen zorunluluk ilişkisini, bir ön koşul olarak kabul etmeyi içerir (Psillos, 2002: 34-35). Fakat böyle bir ön koşul aracılığıyla nedensellik çıkarımı gerekçelendirilemez, çünkü gerekçelendirilme girişimi içerisinde aydınlatılmayı bekleyen, zorunluğun kaynağı nedir? veya doğası nedir? gibi sorular vardır. Ayrıca klasik nedensellik görüşünün bir takım sebepler hiyerarşisi üzerinde karakterize edildiğinin farkında olan Hume, bu durumun nedensel çıkarımın rasyonalitesine zarar verdiğini düşünür.

Klasik nedensellik görüşü, doğadaki olaylar arasında var olduğu düşünülen ilişkiye zorunluluk atfetmesi, görüşün temel argümanlarından biridir. Neden ve etki arasında meydana gelen etkileşim, ona müdahale edilmeksizin, mekânsal ve zamansal olarak herhangi bir sınırlama ayracından bağımsız bir şekilde meydana gelir. Bunu bir örnekle açıklayalım. Doğa da bulunan bir *C* nesnesi ve bu nesneden belirli oranlarda farklı olan bir *E* nesnesi düşünelim. Bu nesnel arasındaki ilişki ardışık olsun. (Yani, her ne zaman bir *C* nesnesi meydana gelirse onu bir *E* nesnesinin ortaya çıkması takip etsin). İlk bakışta, bu iki farklı nesne arasında

bir ilişki olduğunu düşünmek mantıklı gelebilir. Nitekim Hume dönemine gelene kadar birçok düşünür², iki nesne arasındaki ilişkinin zorunlu olduğunu kabul eder.

Nesneler arasında var olduğu düşünülen bu ilişkinin zorunluluk kapsamında ele alınması, Hume'un nedensellik ilişkisi hakkındaki eleştirisinin çıkış noktasıdır. Bununla birlikte Hume, eleştirisini daha elverişli bir çerçeveye oturtmak ve yapacağı sorgulamayı sistemli bir şekilde sunmak için epistemolojik bakış açısını sağlam temeller üzerinde inşa etmeye çalışır. Dolayısıyla onun epistemolojik bakış açısından hareketle nedensellik ilişkisine yönelik bağlantıyı nasıl kurguladığını incelemek atacağımız ilk adım olacaktır.

Öncelikle belirtmek gerekir ki David Hume, John Locke ve George Berkeley gibi sıkı bir empirizm savunucudur. Hume da bilgi teorisini empirizm ekseninde etrafında kurgular. Bu doğrultuda Hume, insan zihnindeki tüm algıları iki türe indirerek incelemelerde bulunur. Bunları *izlenim* (impression) ve *tasarım* (idea) olarak isimlendirir. Hume'a göre zihnimizin içinde var olan tüm bilgilerin dayanak noktası (veya kaynağı) *deneyimdir* (experience). Hume bu deneyimlere izlenim adını verir. İzlenimler aracılığıyla edindiğimiz algıların zihindeki daha soluk haline ise tasarım adını verir. İzlenimler ve tasarımlar her türlü bilginin kaynağıdır. Fakat Hume'a göre izlenimler her zaman tasarımlardan önce gelir. Çünkü izlenimler aracılığıyla biz çevremiz hakkında bilgi edinebiliriz. İzlenimler, yapısı gereği tasarımlardan çok daha canlı bir yapıya sahiptirler. Bu canlılık bir bakıma bilgi ile kurulan ilişkinin kendisi ile yakından ilgilidir. İnsan ilk önce çevresi hakkında bir algıya sahiptir ve bu algıların zihinde bir araya gelmeleri söz konusudur. Bu nedenle insanın bilgi sınırı, izlenimlerin bilgisi ile doğru orantılıdır. Tasarımlar ise daha çok bir birleştirme veya soyutlama görevi görmektedir (Hume, [1739]2009: 17-18).

Tasarımlar, izlenimlerden elde edilen verileri soyutlamaya veya bir araya getirmeye çalışırken çeşitli işlemlerde bulunur. Bu işlemlerin gerçekleşmesini sağlayan veya nihai bir çıktı sağlayan tasarımlar arasında geçişir. Bu geçiş aracılığıyla tasarımlar, işlevsel bir yapıya sahip olur. Hume, bu işlevselliğin altını çizmek için tasarımlar arasındaki ilişkiyi üç grupta inceler: “Çağrışımların kaynağı olan ve bu yolla zihnin bir tasarımdan diğerine geçmesini sağlayan özellikler üç tanedir: *benzerlik* (resemblance), *bitişiklik* (contiguity) ve *nedensellik* (cause-effect)” (Hume, [1739]2009: 22). Bu üç ilke, izlenimler aracılığıyla elde edilen tasarımların nasıl bir yapıda olduğunu ve nasıl bir işlev gördüğünü anlamamız konusunda oldukça hassas bir rol oynamaktadır.

Bu özelliklerin yanında bir dizi olayı nedensellik ilişkisi içerisinde karakterize etmemize yardımcı olan başka bir unsur daha vardır: Sabit bağlantı (constant conjunction). Olayların bitişik ve zamansal olarak ardışık bir şekilde meydana geldiği varsayımının temelinde sabit bağlantı yer alır. Buradan hareketle nedensellik bir ilişki hakkında çıkarım yapmamızı sağlayan yeni bir özellik, sabit bağlantı

2 Locke, Descartes, Malebranche ve diğerleri.

düşüncesidir. Dolayısıyla nedensellik ilişkisi hakkındaki söylemlerimizin çıkış noktası Hume'un belirttiği çağrışım ilkeleri ve bu ilkeleri birbirine bağlayan bir unsur olan sabit bağlantıdır (Psillos, 2002: 27).

Böyle bir karakterize edinimi nesnelere arasında var olabilecek ilişki hakkında bir çıkarım elde etmemizi sağlar. Buradaki asıl sorun ise elde ettiğimiz bu çıkarımların içsel tutarlılığını veya geçerliliğini nasıl temellendirdiğimizdir. Felsefi gelenek (en azından Hume dönemine kadar) nedensellik ilişkisine konu olan nesnelere arasındaki ilişkiye zorunluluk atfederek, akıl yürütmelerimizi karakterize etmeye çalışır. Bu bir taraftan da elde ettiğimiz soyutlamaların tutarlılığı hakkında şüpheye düşürmeyecek bir metot olarak kullanır. Oysa Hume, bu tür soyutlamaların aksini ifade etmenin bir çelişki (en azından mantıksal bir çelişki söz konusu değildir) oluşturmayacağını savunur. Hume, konu ile ilgili şunları söyler: "...bu ilişki hakkında akıl yürütme ve sonuçlarımızın temeli nedir? gibi sorular sorduğumuz zaman, cevap tek kelimelik olabilir: *deneyim* (Hume, [1748] 2017: 38)".

Bu noktayı detaylandırmak adına Hume'un çok iyi bilinen bir örneğine yer verelim:

Bize öyle geliyor ki bu dünyaya aniden gelseydik, bir bilardo topunun bir diğerine çarptığında, ona hareket vereceğini önceden tahmin edebileceğimizi varsayardık. Ayrıca bu tahminin sonucunu onaylamak için olayın meydana gelmesini beklemek zorunda kalmayacağımızı iddia ederdik (Hume, [1748] 2017: 34).

Böyle bir çıkarımda bulunmamızı sağlayan deneyimdir. Yani, bir bilardo topunun diğerine karşı ilerlediğini gördüğümüzde, hareket eden topun durağan haldeki ikinci topa değmesi ile bu topun da hareket edeceği düşüncesine kapılırız. Bu gibi durumlarda 'zorunlu olarak aynı koşullar altında aynı sonuçlara' ulaşacağımızı düşünürüz. Ancak zihnimizin en derin incelemelerinde dahi ilk hareket eden topun her zaman durağan halindeki ikinci topu harekete geçireceğine dair bir kanıtlanma yoktur. İkinci hareket eden topun durumu farklı bir olaydır ve ilk hareket eden toptan bağımsız değerlendirilmelidir. Çünkü neden ile etki arasındaki bağlantıyı açıklamak için iki olay arasında kurulan ilişkinin zorunluluktan kaynaklandığını kanıtlamak mümkün değildir (Palavan, 2021: 11).

Hume'a göre bir nesnenin farklı bir nesneyi çağrıştırmasında etkili olan deneyimden farklı bir ilke daha vardır. Hume'a göre bu ilke *alışkanlık* (custom) ya da *huydur* (habit). Bu ilke de deneyim gibi olaylar arasında bağlantı kurup, çıkarım yapmamıza aracılık eder (Hume, [1748] 2017, s. 48-49). Alışkanlıklar gerçekleştireceğimiz eylemlerin nasıl olması gerektiği hakkında bize çeşitli öncüller sunar. Bu öncülleri kullanarak varsayımda bulunuruz. Alışkanlık aynı zamanda, bizi, bir beklenti içine de sokar. Bu ise olay henüz gerçekleşmeden, olayın sonucunu belirlememize neden olur. Diğer bir ifade ile sonuç niteliğinde bir olay gördüğümüzde, bu sonuca ulaşabilmek için bir öncülün olması gerektiği düşüncesini aklımıza getirmemizi sağlayan şey: alışkanlıktır. Örneğin, ne zaman

gün ışığı ile karşılaşsaksak, sıcaklığa maruz kalacağımızı düşünürüz. Alışkanlık aracılığıyla zihin, gün ışığı ile sıcaklık arasındaki bağlantıyı, *kendiliğinde* kurar. Fakat zihin aracılığıyla kurulan bu ilişki düşünürlerin söylediği gibi zorunlu bir şekilde ortaya çıkmaz. Dolayısıyla nesnelere arasında varsayılan ilişkiden elde edilen çıkarımlar, zihnin bir ürünüdür.

Konu ile ilgili verilen aşağıdaki açıklama oldukça dikkat çekicidir:

Bununla birlikte her zaman bir araya getirilmiş olan ve geçmiş tüm durumlarda ayrılmaz olarak bulunan bazı nesnelere başka bir neden etki kavramına sahip değiliz. Bağlantının sebebine nüfuz edemeyiz. Sadece şeyin [nesnenin] kendisini gözlemleriz ve her zaman nesnelere sabit bağlantıdan [hareketle] hayal gücünde bir birlik elde ettiğine [tanık oluruz]. Bir izlenimin bize sunulduğunda, hemen onun olağan neticesi hakkında bir idea oluştururuz; sonuç olarak, bunu bir kanı ya da inancın tanımının bir parçası olarak belirleyebiliriz, bu mevcut bir izlenimle ilgili veya onunla ilişkili bir ideadır (Hume, 1739'dan aktaran Psillos,2002: 48).

Bu nedenle, zihinde olanların tanımı açısından, Hume'un düşüncesi, bir çıkarım olarak ortaya çıkan şeyin, bir nesnenin belirli bir izleniminden ya da belleğinden, sürece ilişkin tüm geçmiş olayların gözlemleri tarafından yönlendirilmesinin dışında bir şey olmadığınıdır. Karşılaşılan bir nedensellik ilişkisi hakkında zihin (Hume'cu anlamda ani bir şekilde) alışılmış bir bağlantıyı kullanır. Bu bağlantı, *E* gibi bir etkinin açıklayıcısıdır.

Olaylar veya nesnelere arasında kurduğumuz ilişkinin olağan bir geçiş aracılığıyla açıklanmasını Psillos şu şekilde değerlendirir:

Hume'un alışkanlığı bir "neden" olarak nitelendirmesi tesadüfi değildir. Hume'a göre, nedensel sonuçlar çıkarmamıza ve nedensel inançlar oluşturmamıza neden olan alışkanlıktır. Hume'un nedensel çıkarımın temelini ortaya çıkarma girişiminde nedensel söylemlere geri dönmesi -"alışılmış geçişin"- zorunlu bağlantı ideasının kökeni arayışının tamamlanması için vazgeçilmez olduğunu kanıtlar (Psillos, 2002: 49).

Böyle bir değerlendirmenin nihai sonucu, zorunlu bağlantının kökenine yönelik yapılan incelemenin mantıklı bir açıklama ile desteklenemeyeceğidir. İncelemenin bize sunduğu sadece nesnelere arasındaki varsayıma dayanan ilişkidir. Bu varsayım aracılığıyla elde edeceğimiz maksimum şey nesnelere arasında bir takım değişimlerin birbirini izleyeceğidir. Bu değişimleri zorunluluk çerçevesinde değerlendirip, çıkarımlar yapmak, belleğin veya tasarımların bir işlevidir.

Değinen açıklamalardan hareketle Hume, her ne kadar basit gözlemlere dayanan örnekler üzerinde açıklama yapsa da nedensellik ilişkisinin *zeminine* öncelikle şunu koyar: Zihin. Zihindeki çağrışımlar aracılığıyla nesnelere arasındaki ilişkiyi kurgularız. Peki, bu kurgunun güvenilirliğinden nasıl emin oluyoruz? Ya da Neden ile etki arasındaki zorunluluk varsayımını nasıl elde ediyoruz? Hume'un bu türden sorulara verdiği cevap iki şekildedir. Bunlardan *ilki*, zihindir. Fakat zihin, tek başına doğruluk denetleyicisi olmak için güvenilir bir dayanak noktası değildir.

Çünkü doğa meydana gelen olayların arkasında olanın yapının algılanması bakımından zihin, bir takım birleştirici veya soyutlayıcı işlemlerden başka bir etkinlikte bulunmaz. Dolayısıyla, zihin güvenilir bir dayanak olsaydı birçok akıl yürütme deneye dayanmaksızın ilk çözümlenmesinde doğru olurdu. Ancak bu bağlantıyı uzun deneyimlerden sonra elde ederiz (Hume, 2007'den aktaran Üner: 102-103). İkincisi ise deneyimdir. Elde etmiş olduğumuz deneyimler ile edinmiş olduğumuz edinimler, aynı anda ortaya çıkmalarından dolayı nesnelere arasında nedensel bir bağ varmış hissi uyandırır. Fakat bu deneyimden gelen hiçbir kanıtlanma, önermelerin geçerliliği ve yanılmaz doğruluğu için bir argüman sağlayamaz. Bu yüzden deneyim ile nesnelere arasındaki bağ açıklamak sağduyulu bakış açısından bir adım öteye geçmemektedir (Hume, 2007'den aktaran Üner: 103). Çünkü deneyim aracılığıyla elde edilen verileri bir ilişki içerisinde değerlendiren zihindir. Zihin ise değinildiği gibi tek başına güvenilir bir dayanak noktası değildir.

Nedensellik ilişkisi, olgular veya nesnelere hakkındaki akıl yürütmemizin kaynağını oluşturur. Dolayısıyla öncelikli olarak nedensellik ilişkisi çağrışım ilkelerine dayanan bir 'felsefi ilişkidir'. Bu felsefi ilişkinin gerçekleşmesi için aynı zamanda nesnelere arasında meydana gelen 'doğal ilişkiye' de ihtiyaç vardır. Çünkü zihin (ya da felsefi ilişki) doğal ilişkiler aracılığıyla bir çıkarımda veya bir soyutlamada bulunur. Nedensellik bağlantısının bu çift yönü onun nedenselliğini 'felsefi bir ilişki olarak nedensellik' ve 'doğal bir ilişki olarak nedensellik' gibi bir ayırım yapmamıza olanak tanır (Psillos, 2002: 23). Fakat burada hemen belirtmelidir ki her ne kadar izlenimler aracılığıyla (yani doğal ilişkiler) zihin soyutlama işlevi görse de nedensellik ilişkisi hakkında yargıda bulunmayı sağlayan zihindir (ya da çağrışım ilkeleridir). Bu bakımdan ele aldığımızda Hume'un nedensellik ilişkisine yönelik çıkarımların *zeminine* zihni koyduğunu rahatlıkla söyleyebiliriz. Çünkü doğal bir ilişkiden hareketle olgular arasındaki ilişkiden öteye geçmek mümkün değildir. Doğal bir ilişki olarak nedensellik, bizim dışımızda var olan örgütlenmemiş veri yığını anlamına gelir. Zihin aracılığıyla bu veri ve dolayısıyla nedensellik ilişkisi hakkında akıl yürütmeye bulunabiliriz.

Böyle bir akıl yürütme neden ile etki arasında kurulan ilişkinin zorunlu ya da Kant'ın deyimiyle ifade edecek olursak *a priori* olarak ele alınması mümkün değildir. Nedensellik ilişkisi değinildiği gibi olgular arasındaki ilişkiden yola çıkarak oluşturulmuş zihinsel bir faaliyet ürünüdür (Demirtaş, 2014: 371). Fakat Hume dönemine kadar olan süreçte birçok düşünür, olgular arasındaki ilişkiyi zorunlu bir bağlantı olarak ele alır ve bu bağlantı üzerinde nesnel bir bilgi türü geliştirmeye çalışır. Oysa Hume, diğer düşünürlerin aksine, böyle bir temellendirmenin kökten hatalı olduğunu düşünür. Böyle bir çıkarım gerçekten de düşünce tarihinde sarsıcı bir etkiye sahiptir. Çünkü bu türden bir söylem, açıklamalarımızın ve akıl yürütmelerimizin kaynağını kökten etkiler. Bu durumunun farkında olan Hume "neden ile etki arasındaki ilişkiye yol açan gücün bilinmeyeceğini; ancak pratik yaşam için bu ilişkinin gerekliliğini" (Aydın, 2003: 12) vurgulamaktan geri kalmaz.

Hume'un çıkarımından hareket edecek olursak, bilgi düzeyimiz pratik ihtiyaçlarımızı karşılamaktan öteye geçmez. O, nedensellik ilişkisini derin bir kuşkuyla inceler. Onun nedensellik ilişkisine yönelik analizi kendinden sonra gelen düşünürleri yakından etkileyerek ilgili konu üzerinde düşünmeye ve alternatif çözümler üretmeye yönlendirmiştir. Dolayısıyla Hume'un düşünce tarihindeki önemini çift yönlü vurgulamak gerekir. O bir taraftan nedensellik ilişkisini derinlemesine analiz ederek nesnelere arasında varsayılan zorunlu ilişki düşüncesini eleştirir, bir taraftan da düşüncesinin zenginliği ve eleştirilerinin keskinliği aracılığıyla birçok düşünürü yakından etkiler.

Hume'un bıraktığı düşünsel mirası ele alan ve nedensellik ilişkisine ciddi katkılar yapan önemli isimlerden biri alman düşünür Immanuel Kant'tır. O, Hume'un eleştirilerinin ciddiyetinin farkındadır ve Hume'un aksine, açıklamalarımızı sağlam bir *zemin* üzerinde karakterize etmeye çalışır. Kant'ın bunu nasıl yaptığına ve nedensellik ilişkisine yönelik argümanlarına yer verelim.

IMMANUEL KANT'IN NEDENSELLİK GÖRÜŞÜ

Hume'un nedensellik ilişkisine yönelik yapmış olduğu analiz çığır açııcıdır. Onun eleştirisindeki derin sorgulama kendinden sonra gelen düşünürler üzerinde önemli bir iz bırakmıştır. Öyle ki, ister eleştirsün ister desteklensün bir çok düşünür nedensellik ilişkisine kayıtsız kalmamıştır. Bu isimlerden biri Kant'tır. Kant, Hume'un yaptığı eleştirilerinin ne gibi tehlikeli unsurlar içerdiğinin farkındadır ve tehlikenin üstesinden gelmek için düşüncelerini sağlam bir zemin üzerinde kurgulamak ister.

Bununla birlikte Kant, yukarıda değindiğimiz Hume'un nedensellik ilişkisine yönelik görüşü felsefe tarihinde yapılmış en değerli analiz olarak değerlendirir. Bu düşüncesine ek olarak Hume için kendisini dogmatik uykusundan uyandırdığı şeklinde bir yorum yapar (Üner, 2014: 104)³. Fakat Kant, Hume'un felsefe tarihine yapmış olduğu katkıya saygı duymakla beraber, onun analizini ve elde etmiş olduğu çıkarımı sıkı bir şekilde eleştirir. Bu eleştiri aynı zamanda Kant'ın nedensellik ilişkisi hakkındaki düşüncesinin çıkış noktasını oluşturur.

Kant, özellikle *Gelecekte Bilim Olarak Ortaya Çıkabilecek Her Metafizikçe Prolegomena* adlı eserinde konu ile ilgili düşüncelerini aktarma ya çalışır. Bu eserin en önemli sorusu ise 'metafizik gibi bir şey olanaklı mıdır, ya da eğer metafizik bir bilimse nasıl oluyor da bilim kisvesi altında durmadan böbürlenerek insanın anlama yetisini hiç sönmeyen ama hiç de gerçekleşmeyen umutlarla oyalıyor' tümcesidir (Kant, [1783]1995: 4-5). Kant, bu tümcenin iddiasını ve kendi bilgi teorisini sağlam temeller üzerinde inşa etmek için dönemin mevcut gelişmelerinden (özellikle Newton'un doğa felsefesine yönelik açıklamalarını içeren doğa felsefesinin matematiksel ilkeleri adlı eserinden hareketle) faydalanarak düşüncelerini serimlemeye çalışır.

3 Aslında bu yorum bile Hume'un ne derece önemli bir iş yaptığının göstergesidir.

Kant, incelemesini sağlam temeller üzerinde inşa etmek için zihinde var olduğuna inandığı bilgi formlarını kullanır. Bilgi formları düşüncesi, onun felsefesinin sınırlarını belirleyen önemli bir unsurdur. Çünkü Onun asıl derdi bu türden formların olduğunu kanıtlamaktır. Bu kanıtlamanın üstlendiği görev, bilgi konusu olan olaylar için nesnel bir ölçüt belirlemektir. Fakat Hume kısmında olduğu gibi öncelikle Kant'ın epistemoloji ile ilgili düşüncelerine yer verelim. Onun bilgiye yönelik akıl yürütmeleri nedensellik ilişkisi açıklamaları açısından oldukça önemlidir. Aynı zamanda böyle bir giriş konunun bir bütünlük kazanması ve konuyu daha kolay kavramamız için önemli bir basamak olacaktır. Kabaca ifade edecek olursak Kant, oluşturduğumuz önermeleri veya akıl yürütmeleri nitelikleri bakımından iki farklı kampa ayırır: analitik önermeler ve sentetik önermeler. Bu kavramsallaştırma onun düşüncesinde önemli bir yer kaplar. Kant bu kavramları şu şekilde kullanır:

- A) Analitik önermeler: Bu tür önermeler *a priori* bir nitelik taşır. Örneğin, “beşgen beş köşelidir” tümcesi analitik bir önerme türüdür. Çünkü önermenin yüklemi öznesini barındırır. Bir tümcenin öznesine A, yüklemine B diyelim. Analitik önerme söz konusu olduğunda B yüklemi A öznesini de barındırır. Kısacası A ve B aynı şeyi ifade eder. Dolayısıyla bu türden önermeler, bilgimize yeni bir şey eklemeyiz. A'dan B ifadesini, B'den ise A ifadesini çıkarmak mümkündür.
- B) Sentetik önerme: Analitik önermeler farklı olarak, bilgimizi genişleten ifadelerdir. Örneğin “metaller iletkenlerdir” tümcesi sentetik bir önerme türüdür. Bu önermeler *a priori* bir yapıda olmasına rağmen *a posteriori* bir nitelik taşır. Çünkü önermenin yüklemi öznesinden bağımsız bir anlam taşır. Bu yeni anlam aracılığıyla bilgimiz genişler. Bu tür önermelerin doğruluğunu denetlemek için deney ve gözlemden faydalanırız. Yukarıda yer verdiğimiz ifadelerden hareket edecek olursak A öznesinin özellikleri B yüklemine ait özellikleri içermez. B yüklemine A öznesinden bağımsızdır. Aynı şekilde A öznesi B yükleminden farklıdır. Dolayısıyla A öznesi ile B yüklemine bir arada bulunması, yeni bir bilgi içeriğini temsil eder.

Kant, önermeler veya akıl yürütmelerimiz arasında bu şekilde bir ayırım yaptıktan sonra sentetik yargılar ile *a priori* yargıları birleştirmek ister. Bu birleştirme aracılığıyla oluşan yeni önermelerimiz veya akıl yürütmelerimiz ise artık *sentetik a priori* yargılardır. Aslında bu yargılar, Kant'ın elde etmek istediği önerme veya akıl yürütme türleridir. Fakat *sentetik a priori* önermelerin özelliği nedir? Neden *sentetik a priori* türünden önermelerin arayışı içinde olmalıyız? *Sentetik a priori* önermede edinmiş olduğumuz çıkarımlar deneyimden gelmiş gibi bilgimizi genişletirler. Aynı zamanda deneyden gelmeyen önermedirler. Kant için bu türden önermeler veya akıl yürütmeler bilginin sağlam bir şekilde temellendirilmesi için oldukça önemlidir.

Bizim matematik ya da geometriden elde etmiş olduğumuz önermeler de değinilen niteliktedir. İki artı iki eşittir dört” ifadesi gibi. Bu önermenin sonucuna sadece iki artı iki kavramını çözümleyip ulaşamayız. Bununla beraber bu önermenin nesnel bir gerçekliği de vardır. Yani bu türden önermeler hem *sentetik* hem de *a priori* ifadedir. Kant’a göre bu tür önermeler, bize, ancak nesnel bilgiyi verebilir (Öktem, 2004, s. 45).

Sentetik a priori yargıları da doğru bir şekilde kavrayabilmek için elimizde ki ifadeleri bir takım işlemlere tabi tutmak gerekir. Bu işlemi yerine getirecek olan ise zihindir. Fakat diğer taraftan Hume ile benzer bir şekilde Kant da bütün bilginin zaman bakımından deneyle başladığını inkâr etmez ancak bu, bütün bilgilerimizin kaynağının deney olduğunu söylemek değildir. Bilgi teorisinde de özellikle belirttiği gibi kaynağı deneye dayanmayan bilgilerimiz bulunur ve bunlara *a priori* deriz. Örneğin, “her değişimin bir nedeni vardır” derken, bu önermedeki ‘değişme’ kavramının içinde ‘neden’ kavramı bulunmaz. Burada değişme kavramının dışına çıkılarak, onunla bir başka kavram olan “neden” kavramı ile arasında bir bağlantı kurulur” (Demirtaş, 2014: 377).

Bağlantısını kurduğumuz bu türden önermeler (iki artı iki eşittir dört eder ifadesi gibi) sentetik, aynı zamanda deney ve duyumdan elde edilmediği için de *a priori*’dir. Bilgimizdeki kesinliği bu türden önermeler aracılığıyla kurarız. Buradan hareketle nedensellik ilişkisini temellendirmeye çalışan Kant, bu ilişkinin sağlam temeller üzerinde inşa edilmesi için *a priori* bir *zemin* olarak zihni kullanır.

Kant’ın verdiği örnek düşüncesini daha iyi anlamamız için yardımcı olabilir:

Güneş ışınları bir taşa vurursa, o taş ısınır. Bu yargı, ben veya başkalarınca bu ne kadar sık algılanırsa algılandıkça, sırf bir algı yargısıdır ve hiçbir zorunluluk içermez; algılar yalnızca alışlagelerek böyle bağlanmış bulunurlar. Oysa eğer “güneş taşı ısıtır” dersem, o takdirde algıya bir de anlama yetisinin neden kavramı eklenir; bu kavramda ısı kavramı güneş ışığı kavramıyla zorunlu olarak bağlanır ve sentetik yargı zorunlu olarak genel geçer, dolayısıyla nesnel olur ve bir algıdan deneye dönüşür (Kant, [1783]1995: 51).

Dolayısıyla, neden ile etki ilişkisi olağan bir çıkarımın tek başına somutlaştırılmış örneği değildir. Olağan bir çıkarıma ek olarak anlama yetisine dâhil olan neden kavramı kurulan ilişkinin genel geçer ve nesnel olmasını sağlar. Burada dikkat edilmesi gereken bir nokta da Kant’ın nedensellik ilişkisini ‘neden’ kavramı (veya bilgi formu/kategorisi) aracılığıyla zorunlu ilişkiyi yeniden kurgulamak istemesidir. Hatırlanacağı gibi Hume, zorunlu ilişkiye yönelik çıkarımların mantık dışı olduğunu savunur. Oysa Kant, bu eleştirinin ciddiyetinin farkındadır ve zorunlu ilişkiyi nesnel bir *zemin* üzerinde inşa etmek ister.

Ayrıca Kant, neden kavramını nesnelere ya da şeylerin kendilerine ait bir nitelik olmadığını, olgular arasındaki bağlantının deneye eklenen *a priori* bir ön koşul olduğunu belirtir. Bu bağlantıyı sağlayan ise anlama yetisidir. Anlama yetisi, nesnenin kavranmasına yardımcı olur. Alıcı olan duyular yetisine karşılık

gelen anlama yetisinde düşünmenin kendinde yetkinliği vardır. Deneyim veya tecrübelerimizi mantıklı bir çerçeveye oturtmamızı sağlayan ise nesnelere arasında bağ kurmamızı sağlayan düşünme formlarıdır. Bu düşünme formlarına Kant “kategori” adını verir.

Kant’ın kategoriler analizi dört ana grupta toplanır. Her grup kendi içinde üç dala ayrılır. Birinci grupta doğada ki her nesneyi kavramamıza yardımcı olan nicelik kategorisi vardır. Bu nicelik kategorisinin içinde de çokluk, birlik ve bütünlük kavramları yer alır. İkinci grup, birinci gruptan farklı olarak nesneye ait olan ya da nesneye bizim atfettiğimiz özellikleri anlamamıza yardımcı olur. Bu grup ise kendi içinde gerçeklik, olumsuzlama ve sınırlama kavramlarını içinde barındıran nitelik kategorisidir. Üçüncü grupta ise neden etki bağıntısını temellendirmek için kullanılan bağıntı kategorisi mevcuttur. Bu kategori sayesinde bilgi edinimini nesnel temeller üzerine kurar. Bağıntı kategorisinin içinde ise neden ile etki, cevher ve karşılıklı bağlantı kavramları vardır. Son olarak ise “zorunluluk”, “olanak” ve “gerçeklik” olarak sıralanan kiplik (modalite) kategorileri bulunmaktadır (Kant, [1781]1929: 113).

Bağıntı kategorisinde yer alan neden ile etki bağıntısı, nesnelere arasında ilişkilere yönelik yaptığımız akıl yürütmelerde karşımıza çıkan nedensellik ilkesinin temelidir. Doğa bilimlerinin nedensellik ilkesine dayanan *sentetik a priori* yargıları, neden ile etki kategorisine ve algı formlarından zaman içinde olup biten olayların tersine çevrilemez art arda gelme tarzına dayanmaktadır. Kant’a göre bütün değişimler, nedensellik bağlantısına uygun bir şekilde meydana gelir. Bir olayın meydana gelmesi için, bunu düzenleyen bir ilkenin önceden var olması gerekmektedir. Hume’un aksine Kant, nedensellik kavramının temelini, anlama yetisinin *a priori* formu olan neden ile etki kategorisi olduğunu söyler (Heimsoeth, 2007’den aktaran Üner: 107).

Görüldüğü gibi özellikle bağıntı kategorisinin olması nedensellik ilişkisi için sağlam bir temellendirmenin ön koşuludur. Dolayısıyla Kant da Hume gibi nedensellik ilişkisinin *zeminine* zihinsel süreçleri; yani, *zihnin* kendisini koyar. Bu açıkça şu anlama gelir: Bağlantı kategorisinin içinde yer alan neden ile etki özelliği sayesinde biz doğa olayları hakkında çıkarımda bulunabiliriz. Bütün değişimler, bağlantı kategorileri içinde yer alan neden ile etki koşuluna göre meydana gelir. Yani Kant, olgular arasındaki ilişkiyi düzenleyen *a priori* bir ilkenin olduğunu düşünür. Bu *a priori* ilke (diğer ilkeler gibi) doğuştan zihnimizde mevcuttur.

Hume’un düşüncesinden farklı olarak Kant, nedensellik kavramının temelinde anlama yetisinin *a priori* formu olan neden ile etki kategorisi olduğunu söylemektedir (Heimsoeth, 2007’den aktaran Üner: 97). Eğer bunun aksi düşünülürse olayların birer tesadüf eseri olduğunun varsayılması gerekir ve bu takdirde nesne hakkındaki bilgi meydana getirmek imkânsızlaşır (Demirtaş, 2014: 380-381). Kant, deney dünyasını bilimizin sınırı olarak kullanır ve deneyim dünyasındaki ilişkiler, kategoriler aracılığıyla anlamaya yetimizde sağlam bir *zemin* üzerinde inşa edilir.

Nedensellik ilişkisi açısından ele aldığımız her iki düşünürde nedensellik analizinin *zeminine* zihni yerleştirir. Fakat her ne kadar zihin üzerinde düşüncelerini açıklasalar da düşünürlerin nedensellik ilişkisini farklı şekillerde ele aldıklarını itiraf etmek gerekir. Şöyle ki, Hume için kabaca nedensellik ilişkisi, iki olay arasında meydana gelen şeyin sadece birinin diğerini izlemesi ve bizim de bunlar arasında zorunlu bir ilişki varmış gibi sanmamızdan ibarettir. Çünkü olaylar arasındaki bağlantıyı izlediğimde edindiğim şey olayların birbirini izlemesinden başka bir şey olmayacaktır. Yukarıda değinildiği gibi olaylar arasında zorunlu bir ilişkinin olduğunu söylemek sadece bir varsayımdır. Olgular arasındaki ilişkinin zorunlu olduğunu düşünmemizi sağlayan alışkanlıklarımız ve beklentilerimizdir.

Buna karşılık Kant, Hume'un nedenselliği "psikolojik süreçlerle" açıklamasına itiraz eder. Nedenselliği ve özellikle gözlem yoluyla bir şeyleri bilmeye çalışmamızı doğal karşılar; ama neden ile etki arasındaki ilişkinin tamamen alışkanlıklarımıza indirgenmesini kesinlikle kabul etmez. O, bu ilişkinin analizi yapmadan önce bir ön koşul olarak zihnimizde bir alt kategorinin olduğunu söyler. Böyle bir düşüncede ki amaç ise nedensellik ilişkisini zihnin kategorileri aracılığıyla açıklayıp, Hume'un açıklamalarının oluşturduğu problemin üstesinden gelmektir.

Elbette, Kant'ın nedensellik ilişkisini temellendirirken yaptığı katkı önemlidir. Hem Hume hem de Kant, nedensellik ilişkisi hakkında düşüncelerini geliştirirken, neden ile etki arasındaki süreci betimlemeye çalışırken zihin kavramını sıklıkla kullanırlar. Ayırt edici bir özellik olarak Hume, nedensellik ilişkisini zihin aracılığıyla oluşturulan çağrışım ilkelerine dayandırır. Kant, ise zihinde bulunan formel ilkelerin aracılığı ile nedensellik ilişkisini *a priori* bir *zemin* üzerinde inşa eder. Şüphesiz, böyle bir inşa girişimi değinilen düşünürlerden sonra gelen düşünürler (özellikle bilim felsefesi ile ilgilenen düşünürler) üzerinde önemli bir etki bırakır. Öyle ki, birçok düşünür, Hume ve Kant'ın açıklamalarından yola çıkarak (çoğunlukla Hume'un) nedensellik ilişkisini farklı perspektiflerden irdelemeye çalışır.

SONUÇ

Nedensellik ilişkisinin *zeminine* konulan zihin ve nesne odaklı argümanların ilgili düşünürler tarafından nasıl değerlendirildiğine yer vermeye çalıştık. Bu bağlamda Hume'dan başlayarak nedensellik ilişkisine yönelik argümanların tartışıldığı farklı düşünce biçimleri yazımız boyunca bize eşlik etti. Genel hatları ile toparlayacak olursak; Hume için nedensellik, iki olay arasında meydana gelen şeyin sadece birinin diğerini izlemesi ve bizim de gözlem yoluyla bunlar arasında zorunlu bir ilişki varmış gibi sanmamızdan ibarettir. Çünkü olaylar arasındaki bağlantıyı analiz etmek istediğimde edindiğim tek şey nesnelere veya olayların birbirini ardışık bir şekilde izlemesidir. Dolayısıyla da nesnelere arasında zorunlu bir ilişkinin olduğunu söylemek imkânsızdır. Belirttiği gibi nesnelere arasındaki ilişkiye zorunluluk atfetmemizin sebebi alışkanlıklarımızdır.

Karakterize ettiğimiz nedensellik ilişkisine yönelik çıkarımlarımızın kaynağı alışkanlıklarımıza dayanır. Bu tür alışkanlıkların da günlük işlerimizi idame ettirmede gerekli olduğunu düşünür. Fakat neden ile etki arasındaki bağlantıyı zorunlu kabul etmemizin ve doğadaki olguları açıklarken bu zorunlu bağı kullanmamızın hatalı olduğunu dile getirir. Aynı zamanda bir arada bulunan nesnelere üzerinde ilişkisel bir bağ karakterize ederek elde ettiğimiz çıkarımların da aksini iddia etmemizin mantıksal olarak bir çelişki oluşturmayacağını öne sürer. Değinilenler ışığında Hume'un, nedensellik ilişkisini, bir takım çağrışım ilkeleri; yani, 'psikolojik süreçlerle' açıkladığı sonucuna varılabilir.

Diğer taraftan Kant ise nedensellik ilişkisine yönelik problemi Hume'un açık bıraktığı yerden yeniden inşa etmek ister. Dolayısıyla Kant konu ile ilgili düşüncelerini Hume'un yaptığı analiz üzerinden geliştirmeye çalışır. Kant neden ile etki bağlantısını alışkanlıklarımıza indirgeyen Hume sıkı bir şekilde eleştirir. Bu eleştiri bir yandan da Hume'un bilgi anlayışı üzerinedir. Çünkü Kant bilgi edinimi konusunda Hume'un değindiği gibi psikolojik süreçlerin etkisini reddeder.

Özellikle bilginin elde edilmesi konusunda her iki düşünür incelendiğinde aynı *zemin* üzerinde farklı yansımalara sahip bir nedensellik ilişkisi karşımıza çıkar. Hume'un bakış açısı dönemi itibari ile "septik" bir çözümlerdir. Kant, bu "septik" düşünme tarzını eleştiriye tabi tutarak, nesnel dayanakları olan bir nedensellik ilişkisi kurmayı dener. Ayrıca Kant, Hume'un düşüncelerinden farklı olarak, nedensellik ilişkisini hiçbir deneyim bilgisinden elde edilmeyecek olan *a priori* bir *zemin* üzerinde karakterize eder. Bu zorunlulukta nesneden bağımsız olarak bizim kategorimizde; yani, zihnimizde vardır. Biz, bu kategori sayesinde olaylar arasında bağıntının zorunlu olduğunu biliriz.

Elbette Kant'ın böyle bir düşünceye sahip olmasının temel sebebi Hume'un oluşturduğu belirsizliği ortadan kaldırarak bilgi edinim sürecimizi sağlam bir *zemin* üzerinde inşa etme isteğidir. Çünkü bunun aksi düşünülürse, olayların birer tesadüf eseri olduğunun varsayılması gerekir ve bu takdirde nesne hakkında nesnel bir çıkarım elde etme imkânsızlaşır. Kant'ın nedensellik ilişkisini sağlam bir *zemin* üzerinde inşa etme çabası takdiri hak eder. Fakat bu çabasını neticelendirmek için kabul ettiği ön koşul aynı zamanda düşüncesinin zayıf halkasıdır. Bu zayıf halkanın göz ardı edilmesi için Kant'a ait gözlükleri kullanarak nesneyi karakterize etmeliyiz.

Hume ve Kant için nedensellik ilişkisi zihin aracılığıyla karakterize edilen bir prensip olarak ele alırlar. Fakat her iki düşünür de özellikle nesnelere arasında var olduğu düşünülen ilişkiyi göz ardı etmekten kaçınır. Doğal bir ilişki olarak ele alınan nedensellik ilişkisi, Hume tarafından kabul edilir. Ancak bu kabul edilmiş zihin tarafından oluşturulan bir kurgunun sonucudur. Zihin tarafından karakterize edilen bu kurgunun mantıksal bir tutarlılığını öne sürmek için yeterli kanıtlanamaz yoktur. Kant ise doğadaki olaylar arasında bulunan ilişkinin gerçekliğini kanıtlamak adına

zihni kullanır. Çünkü böyle bir beklentimiz olmazsa doğadaki her şeyin kaderi bir tesadüfe bağlı olacaktır. Böyle bir durum ise bilginin imkanı problemini ortaya çıkarır. Aslında değindiğimiz gibi Kant'ın bu savunması Hume'un açıklamalarının oluşturduğu olumsuz havayı dağıtmak içindir.

Son olarak Hume, doğada gerçekleşen olaylar arasında varsayılan nedensel ilişkinin zorunlu olduğunu düşünenlere karşı çıkar. Böyle bir zorunluluk olsa dahi bizim bunu bilmemiz ve kanıtlamamız imkansızdır. Kant ise en azından tecrübemize konu olan olaylar veya nesnelere arasında zorunlu bir ilişkinin bilgisine sahip olabileceğimizi düşünür. Dolayısıyla Kant, nedensellik ilişkisinin tek başına doğadaki olaylar tarafından elde edilemeyeceği ve nedensellik ilişkisinin zihin tarafından karakterize edildiği konusunda Hume ile aynı düşüncededir. Fakat nedensellik ilişkisinin deneyimin ön koşulu olduğu ve bu sebepten ötürü zorunlu olarak bilgi konusu olabileceği konusunda Hume'dan ayrılır. Böyle bir ayrışma aracılığıyla Hume'un ardında bıraktığı problemi çözdüğünü düşünür.

KAYNAKÇA

- Aydın, H. (2003). *Gazzâlî ve David Hume'da Nedensellik Kuramı: Karşılaştırmalı Bir İnceleme. OMÜ İlahiyat Fakültesi Dergisi.*
- Demirtaş, M. (2014). 'Her Değişmenin Bir Nedeni Vardır' Sentetik A priori Önermesi Doğrultusunda Kant, Hume ve Gazali'de Nedensellik İlkesi. *Cumhuriyet Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi, XVIII(2)*, 367-390.
- Hume, D. ([1739]2009). *İnsan Doğası Üzerine Bir İnceleme.* (E. Baylan, Çev.) Ankara: BilgeSu Yayıncılık.
- Hume, D. ([1748] 2017). *İnsanın Anlama Yetisi Üzerine Bir Soruşturma.* (O. Aruoba, Çev.) İstanbul: Say yayınları.
- Kant, I. ([1781]1929). *Immanuel Kant's Critique of Pure Reason.* (N. k. Smith, Çev.) London: Great Britain by R. K. Clakk, Limited, Edinburg.
- Kant, I. ([1783]1995). *Prolegomena.* (İ. Kuçuradi.-Y. Örnek, Çev.) Ankara: Felsefe Kurumları Yayınları.
- Öktem, Ü. (2004). David Hume ve Immanuel Kant'ın Kesin Bilgi Anlayışı. *Ankara Üniversitesi Dil ve Tarih-Coğrafya Fakültesi Dergisi, 44(2)*, 29-55.
- Palavan, S. (2021). *Nedensellik Kavramı Üzerine Çağdaş Felsefi Yaklaşımlar.* Kastamonu: Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi.
- Psillos, S. (2002:). *Causation and Explanation.* Stocksfield Hall: Acumen Publishing Limited.
- Üner, A. (2014). Nedensellik İlkesi: Hume'a Karşı Kant. *Mavi Atlas Dergisi, 3*, 100-108.

DESTİNASYON MARKALAŞMA STRATEJİSİ: BARTIN ÖRNEĞİ

Deniz ÇELİK¹

GİRİŞ

Birçok sektörde olduğu gibi turizm sektöründe de küresel rekabet ortamı artmaktadır. Özellikle günümüzde destinasyon sayılarının artış göstermesi, turist sayısının artması, iletişim ve ulaşım hizmetlerinin kolaylaşması vb. faktörler kentlerin markalaşma eğilimlerine neden olarak sayılabilir. Bu nedenle destinasyonlar güçlü, ayırt edilebilir ve pozitif etki yaratacak yönlerini kullanarak markalaşma faaliyetlerine başlamış ve bu faaliyetlerine devam etmektedir. Aynı zamanda marka olan bir kent turizm sektörüne hizmet veren birçok yatırımcıyı da kente çekebilme ve istihdamı artırmaktadır. Markalaşma yerel kalkınmaya destek olmakta, kentin turizm gelirlerinden daha çok pay almasını sağlamakta, mevcut işletmelerin gelişmesine katkıda bulunmaktadır. Kent estetiği, fiziksel, kültürel ve sosyal çevrede nitelik ve nicelik yönünden artış söz konusu olmaktadır. Sürdürülebilir bir rekabet gücünün oluşturulması içinde markalaşma stratejilerinin hazırlanması gerekmektedir.

Destinasyon markalaşma stratejilerinin hazırlanması ve geliştirilmesi için uzun dönemli planların oluşturulması ve bu planların uygulanması gerekmektedir. Bu süreçte markalaşmaya yönelik tüm paydaşların birlikte çalışması önem taşımaktadır. Bu kapsamda yereldeki kültür ve turizm il müdürlüğü, il/ilçe belediyeleri, kalkınma ajansı, özel sektör temsilcileri, ticaret ve sanayi odası, sivil toplum kuruluşları, üniversite ve yerel halk gibi ilgili tüm paydaşlar birlikte koordineli olarak çalışılmalıdır. Böylece markalaşma stratejilerinin geliştirilmesinin yanı sıra kamuya ait politikaların belirlenmesi de mümkün olacaktır.

Ayrıca destinasyon markalaşma stratejilerinde, doğal peyzajda dahil olmak üzere peyzaj imgeleri, kente ait kültürel ve sanatsal yapıyı yansıtmakta olan grafik tasarım ürünleri de önemli rol oynamakta ve kentin estetik değerini artırmaktadır. Bu bağlamda araştırmanın amacı Bartın kentinin markalaşma stratejilerinin ve bu stratejilere ulaşmayı sağlayacak hedef ve faaliyetlerin belirlenmesidir. Bu amaçla “Markalaşmanın Bartın İli için önemi nedir?”, “Neler yapılabilir?” “Turizme

¹ Doç. Dr., Bartın Üniversitesi, dcelik@bartin.edu.tr, ORCID: 0000-0003-4230-2157.

yönelik potansiyeller ve sorunlar nelerdir?”, “Çözüm önerileri nelerdir?” ve “Paydaların rol ve sorumlulukları nelerdir?” gibi sorulara cevaplar aranmıştır. Bu kapsamda aşağıda destinasyon markalaşmasına yönelik kavramlar ve destinasyon markalaşma süreci ile ilgili literatür araştırmaları özetlenmiştir.

DESTİNASYON MARKALAŞMASI VE İLGİLİ KAVRAMLAR

Kent Kimliği ve Kent İmaji

Kent kimliği, bir yere özgü olan doğal ve yapay çevre bileşenlerin, sosyo-kültürel ve ekonomik bileşenlerin tümü olarak nitelendirilip, o yeri diğer yerlerden kolayca ayırt edilmesini sağlayan öğeler bütünüdür. Aynı zamanda kimlik yaşanılana yere ait olma hissi de vermektedir (Lynch, 1960, Enache ve Craciun, 2013). Kentlerin kuruluşundan günümüze kadar gelen anıtları, sivil mimari yapıları, örf adetleri, parkları, meydanları, geleneksel el sanatları vb. özellikler kent kimliğinin birer ögesidir. Farklı bir ifadeyle kent kimliği, kentlerin fiziksel, kültürel, sosyo-ekonomik yapısı ve yaşam tarzları ile geçmişten geleceğe aktarılan, günün yaşam koşullarına göre şekillenebilen unsurlar bütünüdür (Kaypak, 2010:375’den akt. Güler vd., 2016: 91). Aynı zamanda coğrafi konum, topografik yapı, iklim özellikleri, hidrolojik yapı, flora, jeolojik yapı gibi doğal peyzaj özellikleri de kimlik üzerinde etkili olmaktadır. Bu faktörlerin birbirinden farklı olması, kentleri de birbirinden ayırır, özgün kılar ve kente kimlik kazandırır (Ocakçı, 1995’den akt. Önem ve Kılınçaslan, 2005: 116). Afyonkarahisar kenti, jeolojik yapısı ve topoğrafyası, Oslo kenti fiyortları, Mardin taş malzemeye yapılmış avlulu evleri, Çanakkale Şehitler Abidesi, İstanbul da (tarihi kent kimliği) Bizans ve Osmanlı İmparatorluk’larına ait tarihi eserleri ile kimlik kazanmıştır. Ayrıca belirli bir yere özgü olarak tasarlanan kent mobilyaları da o kent kimliğinin vurgulanmasına katkıda bulunmaktadır (Köylü, 2020:12-14). Bununla birlikte kentlerde yer alan park, meydan, sokak gibi birçok açık yeşil alan da kent kimliğine katkıda bulunmakta ve kimliğini güçlendirmektedir. Central Park New York’un, Güell Park Barselona’nın, Gülhane Parkı İstanbul’un, San Marco Meydanı Venedik’in, İspanyol Merdivenleri Roma’nın, Sultan Ahmet Meydanı İstanbul’un hem kent kimliğine hem de kent turizmine katkıda bulunmaktadır (Çelik, 2020: 41).

Kentler ve bölgeler için özel bir kimliğin oluşturulması, basit ürünler için izlenen süreçlere benzemektedir. Fakat çok daha karmaşık ve çok yönlüdür. Kentler çok farklı endüstri dalını, işletmeyi ve ilgi alanını içermektedir. Bu nedenle de tek bir kimlik bulmak mümkün değildir. Başarılı kent kimliği oluşturmak için kimlik bileşenleri içinden mevcut sosyal ve kültürel sembollerden sadece birkaçı tercih edilmelidir. Çok karmaşık bir kimlik başarılı olmayacaktır. Eğer kimlik oluşturma süreci başarılı olursa, kent için değerli bir nitelik olacak, kente bir imaj ve kültürel bir önem kazandıracak, sembolik ve ekonomik bir değer katacaktır (Ejigu vd., 2004’den akt. Deffner ve Liouris, 2005: 6).

Rekabet ortamının artmasıyla birlikte kentler kimliklerinin yanı sıra farklı yönlerini vurgulayarak diğer kentlerden ayrılmayı, kentlerine daha fazla turist,

yatırımcı, sanayici çekmeyi ve kentin fiziksel alt ve üst yapısını iyileştirmeyi de hedeflemektedir. Bu amaçla da kendilerine değer katacak bir imaj oluşturmaya çalışmaktadırlar (Görkemli, 2012: 144). Türk Dil Kurumu [TDK], (2021a)'na göre imaj/imge, "Duyu organlarının dıştan algıladığı bir nesnenin bilince yansıyan benzeri, hayalidir." Aynı zamanda imaj, bir nesnenin tanımlanmasını ve bu tanımlanmayla da diğer nesnelere ayırtılmasını sağlar. Bu da kimliğin, tek olma durumunun ifadesidir. Ayrıca imaj nesnenin ona bakanla ve diğer nesnelere olan ilişkisini de içermektedir. Nesne ona bakan kişide bir anlam içermelidir. İmaj, yeterli olmalı, doğruluk içermeli, bireyin çevresi ile ilişki kurmasını sağlayabilmelidir. İmge değişime uyarlanabilir olmalıdır. Örneğin, Manhattan silüetinin imajı, canlılık, güç, gizem, kalabalık ve ihtişamdır (Lynch, 1960: 2-7).

Destinasyon Markalaşması

Marka bir isim, sözcük, slogan, renk, sembol, tasarım ya da bunların bir kombinasyonudur (Kotler, 2011; Clifton, 2011). TDK'na göre marka "Bir ticari malı, herhangi bir nesneyi tanıtmaya, benzerinden ayırmaya yarayan özel ad veya işarettir" (TDK, 2021b).

destinasyon markası da bir kenti/destinasyonu tanımlayan "isim, sembol, logo, slogan, renk, mimari, kültürel miras, dil, mitler ve efsaneler" gibi marka bileşenlerinin bir araya gelmesiyle oluşmaktadır. Destinasyon markası o destinasyonu özel kılar, farklılaştırır, turistleri ve yatırımcıları kente çeker (Taşçı, 2007: 12). Aynı zamanda marka kentin güven ve kalite sembolüdür. Bu nedenle günümüzde rekabet güçlerini artırmak, olumlu imaj ve çekicilik yaratmak için ülkeler, bölgeler ve kentler, turizm amaçlı markalaşmaktadır (Yılmaz ve Çizel 2000; Ural, 2009).

Destinasyon markası destinasyonun hem ulusal hem de uluslararası tanınırlığını sağladığı için vazgeçilmez ön koşul niteliğindedir. Destinasyondan memnun olarak ayrılan turistler markanın daha da güçlenmesine katkıda bulunmaktadır (Enache ve Craciun, 2013; Vuignier, 2015).

Kent markalaşmasında kentin marka değeri önem taşır ve bu değer in süreklilik göstermesi önemlidir. Çoğunlukla kentlerin güçlü ve ayırt edilebilen unsurları marka elemanı olarak tercih edilmektedir. Anıtsal ve mimari yapıları gibi fakat kentlerin sürekliliğinin sağlanmasında yerel halkın bilinçli olması ve katılım sağlaması da önem taşımaktadır. Bununla birlikte marka kent oluşum sürecinde kentin ekonomik ve sosyo kültürel yapısı ile doğal ve tarihsel özelliklerinin ele alınarak pazarlanması da gerekmektedir. Aynı zamanda kentte yeni bir imaj da oluşturulmalıdır (Kaypak, 2013: 346).

Marka, kalite, güven gibi soyut kavramları da içermektedir. Kent markalaşması uzun ve zorlu bir süreçtir. Bu süreçte tüm paydaşların birlikte çalışması ve stratejilerin oluşturulup geliştirilmesi ile mümkün olabilecektir (Uyar, 2018: 468).

Fakat kent markalamasında çoğunlukla markanın görünen elemanları olan yeni bir logo ve slogan tasarlayıp bunlarla ilgili reklam kampanyaları üzerine

odaklanıldığı görülmektedir. Aslında markalaşma tüm pazarlama çabaları ile bağlantılı bir süreçtir. Literatürde kent markalama yaklaşımı ile ilgili farklı çerçeveler de yer almaktadır. Kavartzis (2009: 34)'a göre kent markalama birbiri ile ilgili sekiz bileşeni içermektedir. Bunlar, vizyon ve strateji (şehrin geleceği ve kalkınması için seçilen vizyon); şehir yönetimi ve pazarlamanın kendisi aracılığıyla markayı yaymak; yerel ihtiyaçları önceliklendirmek, yerel haklı, girişimcileri ve işletmeleri markayı geliştirme ve yaymaya dahil etmek; sinerji (ilgili tüm paydaşların desteğini almak, uyum içinde çalışmalarını sağlamak); altyapı eksikliğinin giderilmesi; kent peyzajı ve ulaşımı güçlendirmek; fırsatlar (kentsel yaşam tarzı, iyi hizmetler, finans, işgücü vb. için mevcut fırsatlar) ve iletişimidir.

Bununla birlikte kent markalaşma sürecini dört temel başlıkta sınıflandırmak da mümkündür: Bunlar kentin stratejik analizi; kent için strateji geliştirme ve planlama; stratejilerin uygulanması ile sonuçların kontrolü ve değerlendirmedir (Meydan Uygur, 2020: 3-9). Ayrıca şehir markası yaratma süreci; şehir markası stratejisi geliştirme, şehir vizyonu, konumlandırma, şehir kimliği, şehir imajı, logo, sembol ve slogan oluşturma gibi aşamaları içerecek şekilde de oluşturulabilir (Avcılar ve Kara 2015: 83-87).

Ayrıca ulusal ve uluslararası pazarda kentlerin markalaşma stratejilerinde, markalaşma sürecinde, modern küresel kent markalarının oluşturulmasında, ziyaretçilerin destinasyona çekebilmesinde ve rekabetçi kimliğin tanıtılmasında sosyal ağlar, interaktif teknoloji, bilgi tabanlı web sayfaları, sosyal medya araçları ve interaktif portallar güvenilir ve işlevsel bir şekilde kullanılabilir. Bilgisayar teknolojisindeki hızlı gelişmeler kısa sürede birçok kişiye aynı anda ulaşma imkanı sağlamaktadır. (Paganoni 2012; Tosyalı ve Öksüz,2020; Tarhan, 2013).

Turizm planlamasında pazarlamanın önemi büyüktür. İnsanların yoğun iş temposundan dolayı uzun süreli tatillere ayıracakları sürelerde azalmaktadır. Bu durumda kent turizminin artmasına neden olmuştur. Kent turizmi daha çok bir ile üç gecelik konaklamalara dayanmaktadır. Kentlerin sinema, tiyatro, müze gibi kültürel tesisleri, iç ve dış mekan spor tesisleri, eğlence tesisleri (gece kulübü, festivaller vb.), parklar ve yeşil alanlar, tarihi rotalar gibi peyzaj özellikleri, destinasyonun örf ve adetleri, dili gibi sosyo-kültürel özellikleri ziyaretçileri kente çekebilecek unsurlardır. Bunların yanı sıra sahip olduğu konaklama, yeme içme servisleri yanı sıra otopark tesisleri, ulaşım ağı, danışma merkezleri, broşürler, haritalar gibi destekleyici unsurlarda büyük önem taşımaktadır. (Ejigu vd., 2004' den akt. Deffner ve Liouris, 2005: 10-11),

Dünyadan ve Ülkemizden Marka Kent Örnekleri

Şehirlerin ziyaret edilmesi, cazibe merkezi olması ve yerel kültürü beslemesi için büyük bir üne/markaya sahip olması gerekmektedir. Saffron City Brand Barometre (2020) göre varlıkları/potansiyelleri ve tanınırlıkları ile en güçlü turizm

markalarına sahip ilk 10 şehir Paris, Londra, Tokyo, New York, Singapur, Dubai, Barselona, Madrid; Viyana ve Moskova'dır. İstanbul ise 12. sırada yer almaktadır. Bu şehirlerin çok sayıda cazibe merkezi, düşük suç endeksi ve hatta yüksek seviyelerde yıllık güneş saati, güçlü varlık puanları, uluslararası turistler arasında olumlu bir algıya katkıda bulunmuştur. Bir şehrin güçlü turizm markalarında bu unsurlar önem taşımaktadır (URL-1).

Dünyada güçlü turizm markasına sahip olan New York "I Love New York" (New York'u Seviyorum) logosunu ilk olarak şehri ve eyaleti tanıtmak için kullanılmıştır. Süreç içinde kente olan ilgi artmış ve birçok turist kenti ziyaret etmeye başlamıştır. Günümüzde kent yoğun olarak ziyaret edilmekte ve "I Love New York" logosu birçok yerde kullanılmaktadır (URL-2). "Only Vegas" logosu ile hedef kitlesine tatil, eğlence ve dinlenmeyi vaat eden Las Vegas'ın ise aynı zamanda kumar kenti olarak tanıtıldığı ifade edilebilir (Giritlioğlu ve Avcıkurt, 2010: 79, 83). Barselona'da önemli turizm markasına sahip şehirlerden biridir. Kentin pazarlama stratejisinde "Avrupa rekreasyon ve kültür merkezi" imajı kullanılmıştır (Bastoni, 2004'den akt. Deffner ve Liouris, 2005:7). Türofed, (2008) göre, Paris Avrupa'nın en güçlü marka imajına sahip kentlerindedir. Destinasyon ziyaretçiler tarafından aşk, duygusallık ve romantizmin merkezi olarak algılanmaktadır (Giritlioğlu ve Avcıkurt, 2010: 83).

Ülkemizde ise marka kent oluşturma çalışmaları Türkiye Turizm Stratejisi ile ivme kazanmıştır. Kültür ve Turizm Bakanlığı tarafından hazırlanan Türkiye Turizm Stratejisi (2023)'nde Kentsel Ölçekte Markalaşma Stratejisi bulunmaktadır. Bu stratejinin amacı "Zengin kültürel ve doğal değerlere sahip kentlerimizin markalaştırılarak, turistler için bir çekim noktası haline getirilmesidir." (URL-3). Bu kapsamda Gaziantep ili de sahip olduğu doğal, kültürel ve tarihi turizm varlıkları ile marka kent olma sürecini 2003 yılında "Marka Şehir Gaziantep Projesi" ile başlatmıştır. Projenin amacı "markalaşma bilincini yerleştirmek" ardından şehri ulusal ve uluslararası arenada yatırım, ticaret ve fuarcılık alanında cazibe merkezi haline getirmektir." Süreç içinde "milli mücadele gücü", "tarihi mirası" "mutfak kültürü", "sanayileşme modeli" ve "girişimci insan profili" ile Gaziantep Türkiye'de bir marka haline gelmiştir (URL-4). Şehrin ismini duyunca ilk akla gelen "Baklavası ve Fıstığı" (Işık ve Erdem, 2015: 116) kentin marka değerinde önemli bir yer tutmaktadır. 2008 yılında Bursa İlinin marka kent olması için Bursa Valiliği, Bursa Büyükşehir Belediyesi ilgili paydaşlarla "Marka Kent Eylem Planı" hazırlanmaya başlanmış, yerli turistlere yönelik de "Hafta Sonu Bursa'ya" Projesi başlatılmıştır. İlin tanıtımının sağlanması için web sayfasının oluşturulması tasarlanmıştır (URL-5).

Turistlerin destinasyon tercihlerinde ve o destinasyonun akılda kalıcı olmasında destinasyon logosu, sloganı, destinasyona ait semboller, kullanılan renkler önem taşımaktadır. Bu unsurlar destinasyona özgü ve destinasyonu farklılaştıran öğelerdir. İstanbul "iki şehrin öyküsü"; İzmir "Öncülerin Şehri"; Antalya "Yeryüzü Cenneti,

Akdeniz'in İncisi, Türk Rivierası" Gaziantep "Şimdi Gaziantep'e Gitme Zamanı" ve Hatay İli "Ben, Sen Yok! Biz varız!" turizm sloganları ve kentlerindeki ön plana çıkan tarih ve kültürleri (Köşker vd., 2019: 350), "Sultanların Şehri" sloganyla Manisa gastronomi, inanç, yayla, kruvaziyer turizmi ile marka kent olma yolunda ilerlemektedir (URL-6).

MATERYAL VE YÖNTEM

Bartın kenti Amasra, Safranbolu, Yedigöller gibi cazibe merkezlerine yakın olduğu, turizm sektöründe önemli bir marka olabilecek doğal, tarihi ve kültürel potansiyeller taşıdığı için araştırma alanı olarak tercih edilmiştir. Bartın ili Batı Karadeniz Bölgesi'nde olup, 41°37' kuzey enlemi ile 32°22' doğu boylamı arasındadır. Karadeniz kıyısında 59 km'lik sahil şeridinde sahiptir. Ortalama yükselti 25 m.'dir ve denizden 12 km içeridedir. Batıda Zonguldak, Doğuda Kastamonu, Kuzey ve Kuzeybatıda Karadeniz, Güneyde Karabük illeri ile sınırı olup 2143 km² yüzölçümüne sahiptir (Şekil 1.) (Aşçıoğlu, 2006; Anonim, 2007; Anonim, 2008).

Araştırmanın amacı, Bartın kentinin markalaşma stratejilerinin ve bu stratejilere ulaşmayı sağlayacak hedef ve faaliyetlerin belirlenmesidir. Araştırma üç aşamadan oluşan bir yöntem kapsamında ele alınmıştır. Birinci aşama literatür taraması ve alan analizleridir. Bu aşamada; kent kimliği, marka olgusu, imaj, destinasyon markalaşması, Bartın vb. konularda ulusal ve uluslararası literatür taraması yapılmış, konu ve araştırma alanı ile ilgili kurum ve kuruluşlardaki kişilerle görüşülerek gerekli olan veriler elde edilmiştir. Bu kapsamda Bartın İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü, Bartın Çevre ve Şehircilik İl Müdürlüğü, Bartın Belediyesi, Batı Karadeniz Kalkınma Ajansı-Bartın Yatırım Destek Ofisi, Bartın Üniversitesi ve Bartın Ticaret ve Sanayi Odası ile görüşülmüştür. Alan analizleri ve gözlem yapılarak, kent içindeki cazibe merkezi niteliğinde olan açık yeşil alanların, odak noktalarının mevcut durum saptanıp fotoğraf çekimleri gerçekleştirilmiştir. İkinci aşamada tüm veriler kent markalaşma stratejileri kapsamında analiz edilerek değerlendirilmiştir. Üçüncü aşamada ise araştırma süresince ulaşılan sonuçlar ile araştırma kapsamında Bartın kentinin markalaşma stratejilerine yönelik öneriler geliştirilmiştir.



Şekil 1: Bartın İlinin Konum Haritası (URL-7).

BULGULAR VE TARTIŞMA

Yapılan literatür taramalarında Gaziantep, İzmir, Diyarbakır, Bursa, New York, Paris, Venedik gibi illerde markalaşma stratejilerine yönelik çalışmaların yapıldığı gözlenmiştir. Bu çalışmalarda illerin sahip oldukları doğal ve kültürel potansiyeller ile kimlik bileşenleri saptanmış, bu veriler temelinde markalaşma stratejileri ve marka elemanları belirlenmiştir.

Bartın İli de sahip olduğu doğal, yapay, tarihi, sosyo kültürel varlıkları ile turizm sektöründe marka olabilecek güce sahiptir. Helenistik dönemin yanı sıra Roma, Ceneviz ve Osmanlı dönemlerinden kalan yapılarına yönelik kültür turizmi gerçekleştirilebilir. Deniz turizmine yönelik olarak ise Amasra, İnkumu, Çakraz, Güzelcehisar ve diğer sahilleri mevcuttur. Doğa turizminin gerçekleştirilebileceği yayla, mağara, şelale ve kanyonları bulunmaktadır. Örnek olarak, Uluyayla, Gürcüoluk, Mağarası, Karadere Kanyonu, Ulukaya Şelalesi verilebilir. Ayrıca tel kırma, ahşap tekne yapımı vb. geleneksel el sanatları da turistlerin ilgisini çekerek turizm sektörüne katkıda bulunabilecektir.

Bu bağlamda Bartın kentinin markalaşma stratejik amaç, hedef ve faaliyetlerini belirlemek için ulusal, bölgesel ve yerel ölçekte yapılan stratejiler, eylem planları ve politikalar incelenmiştir. Ulusal ve bölgesel kapsamda 11. Kalkınma Planı, Bütünleşik Kentsel Gelişim Stratejisi ve Eylem Planı (KENTGES), Türkiye Turizm Stratejisi (2023) ve 2014-2023 Batı Karadeniz Bölge Planı Analizler ve Batı Karadeniz Turizm Master Planı ele alınmıştır. Yerel ölçekte ise Bartın 2023 Stratejik Amaçlar ve İl Gelişme Planı'ndan, Bartın Belediyesi 2020-2024 Stratejik Planı'ndan, Bartın İli Turizm Eylem Planı'ndan, Bartın, Kültür ve Turizm Envanteri yanı sıra alan analizlerinden ve ilgili literatür taramalarından yararlanılmıştır. Bu

veriler turizm alanında markalaşma stratejileri temelli olarak analiz edilmiş elde edilen sonuçlar aşağıda özetlenmiştir.

11. kalkınma planında ülkemizde sürdürülebilir bir ekonomik büyümenin sağlanmasında turizm öncelikli gelişme alanları önem taşımaktadır. Turizm sektöründeki politikalar arasında “Mevcut kaynak pazarlarının güçlendirilmesi geliştirilmesi ve bunun yanı sıra yeni kaynak pazarlarının yaratılması yoluyla ziyaretçi sayısının artırılması” yer almaktadır. Bununla birlikte kent peyzajı, kent kimliği ve kent estetiğine yönelik olarak “Yerel yönetimler ve ilgili kamu kurumlarının, şehre kimlik katan önemli mekânlara ilişkin markalaştırma uygulamalarının teşvik edilip yaygınlaştırılması” politikası benimsenmiştir (URL-8).

“Yaşanabilirlik düzeyinin, mekân ve yaşam kalitesinin yükseltilmesi ile ekonomik, sosyal ve kültürel yapılarının güçlendirilmesine yönelik yol haritasının oluşturulması” amacıyla hazırlanan Bütünleşik Kentsel Gelişim Stratejisi ve Eylem Planında (KENTGES) “Kent kimliğini korumak ve geliştirmek” hedefi yer almaktadır. Bu kapsamda kentlerin doğal, kültürel ve tarihsel geçmişinin kent kimliğinin önemli bir bileşeni olduğu vurgulanarak kent kimliği tasarım rehberleri ve kent rehberlerinin hazırlanması eylemi geliştirilmiştir (URL-9). Özellikle Ülkemizde marka kent oluşturma çalışmaları Türkiye Turizm Stratejisi ile ivme kazanmıştır. Bartın Türkiye Turizm Stratejisinde eko-turizm gelişme bölgesi içinde yer almaktadır (URL-10).

Batı Karadeniz Bölgesi 2014-2023 Bölge Planı’nda Bartın iline yönelik olarak Destinasyon yönetiminde, turizm markası geliştirme danışmanlığı alınması, yöresel ürünlerin markalaştırılması ve ticarileştirilmesi için strateji geliştirilmesi ve uygulanması, İnternet ve mobil teknolojilerin bölge markalaşması için etkin kullanımına yönelik proje tasarımı (URL-11) eylem planları arasında bulunmaktadır.

Batı Karadeniz Turizm Master Planı kapsamında bölgenin önceliklerinden biri turizmin çeşitlendirilerek geliştirilmesidir. Bu amaçla “Bölge için kapsamlı bir tanıtım stratejisi geliştirilmesi ve markalama” ile “Turizmi çeşitlendirmek ve yerel kalkınmaya etkisini artırmak amacıyla yerel ürünlerin, el sanatlarının desteklenmesi ve marka değeri taşıyan ürünlerin tanıtımı”, “Doğal ve kültürel değerlerin korunması, yerleşmelerin yaşam ve mekân kalitesinin artırılması” stratejileri yer almaktadır (URL, 12).

Bartın 2023 Stratejik Amaçlar ve İl Gelişme Planı’nda ilin doğal ve kültürel potansiyellerini korumak ve sürekliliğini sağlamak amacıyla geleneksel el sanatları ile yöreye özgü yiyeceklerden ön plana çıkanların unsurların marka tescillerinin yapılması için faaliyetler önerilmiştir (Anonim, 2008: 177). Bartın’ın güçlü yönleri arasında marka olabilecek yerel ürünlere yönelme eğiliminin artış gösterdiği (Anonim, 2008: 31) ifade edilmiştir. Bartın Belediyesi 2020-2024 stratejik planında yerel ürünlerin markalaşması, “Kentin Doğal ve Tarihi Güzelliklerinin Öne Çıkarılarak Turizm Gelirlerinin Arttırılması” hedeflenmiştir (URL-13). Bartın

İli Turizm Eylem Planında kent içinden geçen ırmağın, tarihi yapıların turizme kazandırılması, Bartın kültür ve mutfağının daha iyi tanıtımının yapılması; turizm sektörünün gelişimini sağlamak ve ekonomiye katkısını artırmak hedefleri içinde yer almaktadır (URL-14).

Analiz edilip değerlendirilen bu Ulusal, bölgesel ve yerel ölçekte gerçekleştirilen stratejiler, eylem planları ve politikalar temelinde önerilen Bartın kentinin markalaşma stratejik amaç, hedef ve faaliyetleri aşağıda yer almaktadır.

SONUÇ VE ÖNERİLER

Sonuç olarak, Bartın Kent merkezi ve yakın çevresinde turizm sektöründe değerlendirilebilecek doğal ve kültürel peyzaj varlıkları bulunmaktadır. Kent içinden geçen Bartın Irmağı ise kent turizmi için önemli bir potansiyeldir. Bunun yanı sıra Kent merkezinde Balamba Tabiat Parkı, Sevgi Parkı, Gazhane Parkı, sivil mimari yapı ve anıtları yer almaktadır. Ayrıca kent, kumsallar, kanyonlar, şelaleler, yaylalar gibi doğal peyzaj potansiyellerine de sahiptir. Bu kapsamda Bartın kentinin markalaşma stratejileri hazırlanırken turizm sektöründeki hem arz hem de talep unsurları birlikte ele alınmıştır. Bununla birlikte mevcuttaki doğal, ekonomik, sosyal, kültürel yapı ile ulusal, bölgesel ve yerel kalkınma dinamikleri, temel eğilimlerde dikkate alınarak geleceğe yönelik misyon, vizyon ve temel değerler oluşturulmuştur.

Misyon

Ekolojik denge kapsamında doğal, tarihi, kültürel peyzaj potansiyellerini (koruma kullanma dengesi gözeterek) turizmde kullanan, nitelikli turizm ürünü sunan, kimliği ön planda tutan, yerel kalkınma ile yaşam kalitesi yüksek, sürdürülebilir rekabet gücüne sahip, turizm etkinliklerini tüm yıla yayan, çevreye duyarlı, doğaya ve insan saygılı marka kent Bartın olmaktadır.

Vizyon

Ulusal ve uluslararası düzeyde sürekli gelişen ve değişen rekabet ortamında, güçlü, farklılık yaratan kimlik bileşenleri ve turizm ürünleri ile turistik talepleri karşılayan, katılımcı ve sürdürülebilirlik anlayışıyla bilişim teknolojilerini kullanarak tanıtım ve pazarlamasını yapan, markalaşma süreçlerini tamamlamış turistlerin tercih ettiği marka kent olmaktadır.

Temel değerler

- Katılımcılık,
- Şeffaflık,
- Girişimcilik
- Bütüncüllük
- Çevreye duyarlılık
- Sosyal sorumluluk
- Yenilikçilik
- İnsana ve doğaya saygı

- Sürdürülebilirlik

Bartın kentinin markalaşmaya yönelik stratejik amaç, hedef ve faaliyetleri yukarıda yer alan temel değerler doğrultusunda 2021-2025 yıllarını kapsayacak şekilde beş yıl için hazırlanmıştır. Markalaşma stratejisinde amaçlar belirlenmiş, belirlenen amaçlara ulaşmak için hedefler, hedefleri gerçekleştirmek içinde faaliyetler yer almaktadır. Hedefler objektif ve ölçülebilir olacak şekilde hazırlanmıştır. Belirlenen markalaşma amaç ve hedeflerine ulaşıp ulaşılmadığı ancak izleme ve değerlendirme aşamasıyla saptanabilecektir.

Bartın kentinin markalaşma stratejinde 5 Amaç, 14 hedef ve 90 faaliyet bulunmaktadır. Bu amaçlar gelecekte Bartın kentinin kimlik odaklı markalaşmasını sağlamak amacıyla belirlenmiştir. Hedefler ise bu amaca ulaşmak için öncelikli olarak ele alınması gereken alt alanları belirlemektedir. Faaliyetler ise bu hedeflere göre şekillenmekte ve hedeflere ulaşmayı sağlamaktadır. Tablo 1-14'de hedef kartları yer almaktadır.

Sonuç olarak, markalaşma stratejileri ile Bartın'ın markalaşması ve kentte mekânsal, sosyal, ekonomik, kültürel, doğal çevrenin korunmasını, korunarak kullanılması sağlanabilecektir. Bartın turizm sektöründen önemli oranda yararlanacak, ulusal ve uluslararası tanınırlığı artabilecektir.

Tablo 1. Hedef Kartı 1

Amaç 1. Marka kimliği ve marka imajının oluşturulması		
Hedefler	Faaliyetler	İlgili Kurumlar
Hedef 1.1. Kimlik odaklı marka elemanlarını belirlemek	Faaliyet 1.1.1. Batın marka kent konseyi kurulacak	Üniversite, Belediyeler, Kamu kurumları, STK'lar
	Faaliyet 1.1.2. Bütüncül markalaşma anlayışının benimsenmesi için paydaşlarla (yerel yönetim, kamu kurumları, ilgili STK'lar, turizm işletmeleri, yerel halk, sektör temsilcileri vb.) bilgilendirme toplantıları yapılacak	Üniversite, Belediyeler, Kamu kurumları
	Faaliyet 1.1.3. Tüm paydaşların katılım ile çalıştay, seminer vb. toplantılar yapılarak Bartın kimlik elemanları belirlenecek	Üniversite, Belediyeler, Kamu kurumları, STK'lar, yerel halk
	Faaliyet 1.1.4. Bartın'ı temsil eden logo, slogan ve renkler belirlenecek	Üniversite, Belediyeler, Kamu kurumları, STK'lar, yerel halk
	Faaliyet 1.1.5. Bartın kent imajı ve konumlandırma çalışmaları yapılacak	Üniversite, Belediyeler, Kamu kurumları, STK'lar
	Faaliyet 1.1.6. Amasra, İnküme, Çakraz ve Mugada gibi kent merkezine yakın turizm varış noktalarında da kimlik ve imaj çalışmalarına başlanacak	Üniversite, Belediyeler, Kamu kurumları
	Faaliyet 1.1.7. Kent kimliğinin oluşturulması ve markalaşma süreçlerinde turizm işletmelerinde internet teknolojileri kullanımının yaygınlaşması sağlanacak ve bu teknolojilerin sağladığı olanaklardan yararlanılacak	Üniversite, Belediyeler, Kamu kurumları, işletmeler

Tablo 2. Hedef Kartı 2

Amaç 1. Marka kimliği ve marka imajının oluşturulması		
Hedefler	Faaliyetler	İlgili Kurumlar
Hedef 1.2. Kent estetiğinin sağlanması	Faaliyet 1.2.1. Bartın'a kimlik kazandıran mekanlar belirlenecek ve rehabilitasyonları yapılacak	Üniversite, Belediyeler, Kamu kurumları
	Faaliyet 1.2.2. Kent kimliğini yansıtan kentsel donatı elemanlarının tasarımı ve üretimi yapılacak	Üniversite, Belediyeler
	Faaliyet 1.2.3. "Bartın Marka Kent Rehberi" hazırlanacak	Üniversite, Belediyeler, Kamu kurumları
	Faaliyet 1.2.4. Kentte yapılacak yeni imar planları ve tasarım projelerinde kimlik bileşenlerine yer verilecek	Belediyeler
	Faaliyet 1.2.5. Bartın'a özgü tasarlanan logo ve slogan, park, kentsel donatı elemanları gibi tasarım ürünlerinde, flamalarda kullanılmaya sağlanacak	Üniversite, Belediyeler, Kamu kurumları
	Faaliyet 1.2.6. Turizm odaklı seçilen sokaklardaki yapılarda mimari kimliği yansıtacak cephe girdirmeleri yapılacak	Belediyeler
	Faaliyet 1.2.7. Görsel kirliliğe neden olan unsurlar (çanak anten, klima, tabelalar vb) için standartlar geliştirilecek	Belediyeler
	Faaliyet 1.2.8. İnsan ölçeğinde kimliği yansıtan heykeller yapılacak	Üniversite, Belediyeler

Tablo 3. Hedef Kartı 3

Amaç 1. Marka kimliği ve marka imajının oluşturulması		
Hedefler	Faaliyetler	İlgili Kurumlar
Hedef 1.3. Farkındalığı artırılmak ve eğitim faaliyetleri yapmak	Faaliyet 1.3.1. Yerel halka markalaşmanın önemini anlatmak için bilgilendirme toplantıları yapılacak	Üniversite, Belediyeler, Kamu kurumları
	Faaliyet 1.3.2. Yerel halkta doğal ve kültürel değerleri korunmaya yönelik farkındalığın artması için eğitimler yapılacak	Üniversite, Belediyeler, Kamu kurumları
	Faaliyet 1.3.3. Kestane balı, manda yoğurdu, manda peyniri gibi yerel ürünlerin markalaşması için üreticiler teşvik edilecek.	Üniversite, Belediyeler, Kamu kurumları, BAKKA
	Faaliyet 1.3.4. Kimlik odaklı hediyeelik eşya üretmek için kurslar düzenlenecek	Üniversite, Belediyeler, Kamu kurumları
	Faaliyet 1.3.5. Geleneksel el sanatlarından ahşap oymacılığı, hasır örgücülük, çekicilik gibi giderek yok olmaya yüz tutan el sanatlarının öğretilmesi için kurslar açılacak	Üniversite, Belediyeler, Kamu kurumları
	Faaliyet 1.3.6. Tüm paydaşlar tarafından bilişim teknolojilerinin turizm sektöründe kullanılması yaygınlaştırılacak ve bu alanda farkındalık oluşturulacak	Üniversite, Belediyeler, Kamu kurumları, BAKKA
	Faaliyet 1.3.7. Yerel halka çevre koruma bilinç düzeyini artırıcı eğitim verilecek	Üniversite, Belediyeler, Kamu kurumları
	Faaliyet 1.3.8. Nitelikli alan kılavuzları ve rehber ihtiyacını karşılamak için eğitimler verilecek. Gençler bu iş için teşvik edilecek	Üniversite, Belediyeler, Kamu kurumları, Küre Dağları Milli Park Müdürlüğü (KDMP)

Tablo 4. Hedef Kartı 4

Amaç 1. Marka kimliği ve marka imajının oluşturulması		
Hedefler	Faaliyetler	İlgili Kurumlar
Hedef 1.4. Kent merkezinde ve turizm alanlarındaki fiziksel alt ve üst yapı iyileştirilecek	Faaliyet 1.4.1. Bartın Irmağında çeşitli dönemlerde görülen su kirliliği ve katı atık sorununun giderilmesine yönelik önlemler alınacak	Belediye
	Faaliyet 1.4.2. Yapımı planlanan termik santralin turizm sektörü üzerinde oluşturacağı riskler araştırılacak	Üniversite, BAKKA
	Faaliyet 1.4.3. Bartın kent merkezdeki ırmağın sel ve taşkın riskini önleyici çözümler geliştirilecek	Üniversite, Belediye, Kamu kurumları
	Faaliyet 1.4.4. Geçmişte kullanılan iskele yeniden projelendirilecek ve işlevsel duruma getirilecek	Belediye
	Faaliyet 1.4.5. Kültürel ve sanatsal etkinlikler için yeni mekanlar tasarlanacak ve uygulanacak	Belediye
	Faaliyet 1.4.6. Kent içinde Turizm Danışma Büroları açılacak	Belediye, kamu kurumları
	Faaliyet 1.4.7. Kent merkezindeki otopark ihtiyacını gidermek için çok katlı otopark yapılacak	Belediye
	Faaliyet 1.4.8. Kamp ve karavan turizmi için Mugada, Güzelcehisar, Çakraz, İnkumu ve yaylalardaki mevcut alt ve üst yapı iyileştirilecek	Belediyeler, Kamu kurumları,
	Faaliyet 1.4.9. Ttrekking, ekoturizm, yayla turizmi vb faaliyetler için Ardıç, Gezen, Zoni, Uluyayla, Küredağları Milli Parkı potansiyelleri değerlendirilecek, fiziksel alt ve üst yapı eksiklikleri giderilecek, yürüyüş parkurları belirlenecek	Doğa Koruma ve Milli Parklar Genel Müdürlüğü (DKMP), KDMP
	Faaliyet 1.4.10. Şelale gezi rotası düzenlenecek (Ulukaya, Aksuçayı, Gergece Şelaleleri vb bu amaçla değerlendirilebilir)	DKMP, KDMP
	Faaliyet 1.4.11. Organik tarım (Ta-Tu-Ta'larla iş birlikleri) ile çiftlik turizmi yapılacak, gerekli donanım sağlanacak	Üniversite, Kamu kurumları, yerel halk

Tablo 5. Hedef Kartı 5

Amaç 1. Marka kimliği ve marka imajının oluşturulması		
Hedefler	Faaliyetler	İlgili Kurumlar
Hedef 1.5. Bartın kent merkezinde yeni cazibe merkezleri oluşturmak	Faaliyet 1.5.1. Kent kimliği ile örtüşecek tema parkları ve bütüncül yol ağaçlaması yapılacak (açık yeşil alan sisteminin oluşturulması)	Belediye
	Faaliyet 1.5.2. Demirciler Arastası sağlıklılaştırma projesi yapılacak	Belediye
	Faaliyet 1.5.3. Kemer köprüde minibüs durakları kaldırılıp, nehir kıyısı rekreasyon alan düzenlemesi yapılacak	Belediye
	Faaliyet 1.5.4. Nehir üzerinde geleneksel el sanatları vb.nin satıldığı ahşap konstrüksiyonlu yaya kullanımına açık, alışveriş köprüsü projesi ve uygulaması yapılacak	Belediye
	Faaliyet 1.5.5. Temalı (oyuncak, bilim, madenci vb.) müzeler açılacak	Belediye, Kamu Kurumları, Girişimciler
	Faaliyet 1.5.6. Balamba Tabiat Parkı botanik turizmi, foto safari, kuş gözlemciliği ya da Orienteering (Yön bulma) gibi açık hava macera turizmi etkinlikleri ile turizme kazandırılacak	DKMP
	Faaliyet 1.5.7. Kent merkezinden geçen ırmakta kano, bisiklet vb. su sporu etkinlikleri ile tekne ve sandal gezileri düzenlenecek	Belediye
	Faaliyet 1.5.8. Kent merkezinde var olduğu belirtilen tünellerin (Bartın Lisesi-Kültür Evi) tespit ve incelemesi yapılacak	Belediye, Kamu kurumları, Üniversite
	Faaliyet 1.5.9. İlçe ve beldeelerde üretimi yapılan (Kurucaşile'deki taş sac, vb) tanıtıldığı showroamlar açılacak	Belediye
	Faaliyet 1.5.10. Katı atık bertaraf tesisinin kullanıma açılmasından sonra İnkumu vahşi depolama alanı gerekli ıslah çalışmaları yapılarak turizm rekreasyon alanı olarak turizme kazandırılacak	Belediye, Üniversite
	Faaliyet 1.5.11. Kent merkezinde Yalı Mevkinde bulunan iskele ile Amasra, İnkumu, Çakraz ve Güzelcehisar arasında ırmak-deniz ulaşımı ile gezi turları düzenleme imkanları araştırılacak. Uygun koşullar sağlandığında uygulamaya geçilecek.	Üniversite, Belediye, İşletmeler
	Faaliyet 1.5.12. Taşhan kültür merkezi (sergi, fuar vb.), alışveriş merkezi, kafe gibi imkanlar sunarak turizm cazibe merkezi olacak	Belediye, İşletmeler
	Faaliyet 1.5.13. Şelale gezi rotası düzenlenecek (Ulukaya, Aksuçayı, Gergece Şelalesi vb. için)	DKMP

Tablo 6. Hedef Kartı 6

Amaç 2. Turizm ürünlerinin nitelik ve niceliğinin iyileştirilmesi		
Hedefler	Faaliyetler	İlgili Kurumlar
Hedef 2.1. Konaklama tesislerini nitelik ve nicelik yönünden geliştirmek	Faaliyet 2.1.1. Konaklama tesislerinin fiziki mekan kalitesi artırılacak	İşletmeler, BAKKA
	Faaliyet 2.1.2. Turizm işletmecileri nitelikli eleman çalıştırmaya teşvik edilecek	BAKKA, Belediye, Kamu kurumları
	Faaliyet 2.1.3. Girişimciler turizm işletmeciliğine teşvik edilecek	Belediye, BAKKA, Kamu kurumları
	Faaliyet 2.1.4. Turizm işletmecilerine, ev pansiyonculuğu yapanlara, bireysel girişimcilere turizm işletmesi eğitimi verilecek	Üniversite, Belediye, Kamu kurumları
	Faaliyet 2.1.5. Turizm tesislerinin bakımlı olması için denetimler sık sık ve etkin olarak yapılacaktır	Belediye

Tablo 7. Hedef Kartı 7

Amaç 2. Turizm ürünlerinin nitelik ve niceliğinin iyileştirilmesi		
Hedefler	Faaliyetler	İlgili Kurumlar
Hedef 2.2. Yeme-içme mekanlarını nitelik ve nicelik yönünden geliştirmek	Faaliyet 2.2.1. Restoran, kafe, pastane, fırın vb. mekan işletmecilerine hijyen eğitimi verilecek	Üniversite, Belediye
	Faaliyet 2.2.2. İşletmeler nitelikli eleman çalıştırılmaya teşvik edilecek ve kontrolleri yapılacaktır	Belediye
	Faaliyet 2.2.3. Menülerde geleneksel yiyeceklere yer verilecek	İşletmeler
	Faaliyet 2.2.4. Türkiye Aşçılar Federasyonu (TAFED) ile menü hazırlamaya yönelik toplantılar / eğitimler yapılacaktır	TAFED, belediyeler

Tablo 8. Hedef Kartı 8

Amaç 2. Turizm ürünlerinin nitelik ve niceliğinin iyileştirilmesi		
Hedefler	Faaliyetler	İlgili Kurumlar
Hedef 2.3. Sürekliliği sağlanan ulaşım sistemini oluşturmak	Faaliyet 2.3.1. Araç ulaşımına alternatif yaya ulaşımı ve bisiklet kullanımını ön planda tutan ulaşım sistemi geliştirilecek	Belediye, Üniversite
	Faaliyet 2.3.2. Kent merkezinden ekoturizm, yayla turizmi alanlarına toplu taşıma ile kesintisiz ulaşım sağlanacak ve bu güzergahlarda dinlenme tesisleri yapılacaktır	Belediye, KDMP, işletmeler
	Faaliyet 2.3.3. Çaycuma Demiryolu ve Zonguldak Havaalanından kent merkezine toplu taşıma ile ulaşım sağlanacaktır	Belediye, işletmeler
	Faaliyet 2.3.4. Bartın Limanı'nın yat turizminde kullanılma imkanları araştırılacaktır	Belediye, işletmeler
	Faaliyet 2.3.5. Bartın'a yakın destinasyonlara (Akçakoca, Ilgaz vb.) ulaşım kolaylığı sağlanacaktır	Belediye, işletmeler
	Faaliyet 2.3.6. Tur otobüsleri için kent merkezine yakın ayrı bir otopark yapılacaktır	Belediye
	Faaliyet 2.3.7. Smart araç (iki kişilik) kullanımının trafik üzerine etkileri araştırılacaktır, kullanımı uygun ise araç kiralama imkanları oluşturulacaktır	Üniversite, Belediye

Tablo 9. Hedef Kartı 9

Amaç 2. Turizm ürünlerinin nitelik ve niceliğinin iyileştirilmesi		
Hedefler	Faaliyetler	İlgili Kurumlar
Hedef 2.4. Eğlence sektörü ve turizm etkinliklerinin çeşitlendirilmesi ile turizmi tüm yıla yaymak	Faaliyet 2.4.1. Doğal ve tarihi alanların taşıma kapasiteleri belirlenerek koruma kullanma dengesi gözetilerek turizm faaliyetleri gerçekleştirilecek	Üniversite, KDMP, Kamu kurumları, belediyeler
	Faaliyet 2.4.2. Sanatsal, kültürel, doğal, tarihi (kum zambağı, bisiklet vb) temalarla festival, şenlik ve konserler düzenlenecek	Belediyeler
	Faaliyet 2.4.3. Ebru, Cam Altı, Tel Kırma gibi geleneksel sanatları ile ilgili birkaç günlük atölye çalışmaları düzenlenecek	Belediye, işletmeler
	Faaliyet 2.4.4. Ekoturizm, yayla turizmi alanları kendi içinde önceliklendirilerek turizme kazandırılacaktır	Üniversite, DKMP, KDMP
	Faaliyet 2.4.5. Turistlerin Konaklama süresini artıracak etkinlikler çoğaltılacaktır	Belediyeler, STKlar
	Faaliyet 2.4.6. Ulusal ve Uluslararası gençlik kampları düzenlenecek	Belediyeler, kamu kurumları
	Faaliyet 2.4.7. Sağlık turizmi kapsamında zayıflama kampı, yoga kampı gibi turizm etkinliklerine yer verilecek	İşletmeler

Tablo 10. Hedef Kartı 10

Amaç 3. Turizm sektöründe hedef kitlenin belirlenmesi		
Hedefler	Faaliyetler	İlgili Kurumlar
Hedef 3.1. Turizm gelirlerini arttırmak	Faaliyet 3.1.1. Konaklama dışı daha fazla harcama yapan turist kitlesi belirlenecek	Üniversite, BAKKA
	Faaliyet 3.1.2. Turistlerin daha fazla harcama yapacağı kültürel ve sanatsal etkinlikler ile alternatif turizm faaliyetleri düzenlenecek	Belediyeler, STK'lar
	Faaliyet 3.1.3. Filyos Vadisi Projesi'nin etki alanı içerisinde yer almanın avantajları araştırılacak	Üniversite, BAKKA

Tablo 11. Hedef Kartı 11

Amaç 4. Girişimcilerin turizm yatırımlarına teşvik edilmesi ve finansal desteğin sağlanması		
Hedefler	Faaliyetler	İlgili Kurumlar
Hedef 4.1. Turistik mal ve hizmetlerin artmasını sağlamak	Faaliyet 4.1.1. Girişimciler Bartın'a yönelik turistik yatırım için teşvik edilecek	Belediyeler, Kamu kurumları
	Faaliyet 4.1.2. Turizm yatırımları için teşvik, kredi ve hibe imkanlarına yönelik bilgilendirme toplantıları yapılacak	Kamu kurumları

Tablo 12. Hedef Kartı 12

Amaç 5. Sürdürülebilir turizm uygulamaları için pazarlama ve tanıtım faaliyetlerinin artırılması		
Hedefler	Faaliyetler	İlgili Kurumlar
Hedef 5.1. Ulusal ve uluslararası tanınırlığı arttırmak	Faaliyet 5.1.1. Ankara ve İstanbul gibi metropollerdeki ve çevre illerdeki tur operatörleri ile iletişime geçilecek	Belediyeler, kamu kurumları, işletmeler
	Faaliyet 5.1.2. Uluslararası seyahat acenteleri ile iletişim kurulacak	Belediyeler, kamu kurumları
	Faaliyet 5.1.3. Alternatif yurtiçi tur paketlerine Bartın kent merkezinin dahil edilmesi için çalışmalar yapılacak	Belediyeler, kamu kurumları
	Faaliyet 5.1.4. Turistin gelme potansiyeli olan illerde tanıtım günleri düzenlenecek	Belediyeler, kamu kurumları, işletmeler
	Faaliyet 5.1.5. Ulusal ve uluslararası fuarlara iştirak edilecek	Belediyeler, kamu kurumları, BAKKA
	Faaliyet 5.1.6. Bartın'daki tur acentelerinin Bartın'ın tanıtımına katkıda bulunması sağlanacak	Belediyeler, kamu kurumları

Tablo 13. Hedef Kartı 13

Amaç 5. sürdürülebilir turizm uygulamaları için pazarlama ve tanıtım faaliyetlerinin artırılması		
Hedefler	Faaliyetler	İlgili Kurumlar
Hedef 5.2. Bilişim ve iletişim araçlarının kullanımı artırılacak	Faaliyet 5.2.1. Konaklama tesisleri, kafe restoran gibi yeme içme mekanları, tarihi yapılar, parklar, yayla, şelale, mağara güzergahları, yürüyüş rotaları, milli park, kültürel, sanatsal etkinlikler, festivaller vb. ile ilgili bilgi temin edilecek web sayfası düzenlenecek ve aktif/güncel olması sağlanacak	Belediyeler, kamu kurumları, işletmeler
	Faaliyet 5.2.2. Geleneksel mimariden konaklama tesisine dönüştürülen oteller ile küçük ölçekli turistik tesislerin “küçük oteller platformuna” üye olma imkanları araştırılacak	İşletmeler
	Faaliyet 5.2.3. www.booking.com, www.hrs.com, www.bookinturkey.com, www.otelrezervasyon.com, www.neredekal.com vb. online rezervasyon sitelerine turizm işletmelerinin üye olmaları sağlanacak	İşletmeler
	Faaliyet 5.2.4. Avrupa ekoturizm ağına üye olunacak	Belediyeler
	Faaliyet 5.2.5. Kent merkezinde gezi güzergahını, yeme içme mekanlarını, anıtların konumlarını, ulaşım duraklarını, parkların konumlarını vb. gösteren Bartın Kent Rehber Haritası hazırlanacak ve web sitesinde yayınlanacak	Belediyeler, kamu kurumları

Tablo 14. Hedef Kartı 14

Amaç 5. Sürdürülebilir turizm uygulamaları için pazarlama ve tanıtım faaliyetlerinin artırılması		
Hedefler	Faaliyetler	İlgili Kurumlar
Hedef 5.3. Tanıtım ve bilgilendirme toplantıları yapılacaktır	Faaliyet 5.3.1. Bartın’a özgü tasarlanan logo ve sloganın yazılı ve görsel basında tanıtımı yapılacaktır	Belediye, Üniversite, BAKKA, Kamu kurumları
	Faaliyet 5.3.2. Önemli tur operatörleri ve seyahat acenteleri Bartın’a davet edilecek ve tanıtım yapılacaktır	Belediye, kamu kurumları
	Faaliyet 5.3.3. e-tanıtım, e-pazarlama, e-ticaret konularında turizm işletmecilerine bilgilendirici toplantılar düzenlenecek	Üniversite, belediye, kamu kurumları
	Faaliyet 5.3.4. Bartın’daki tur operatörlerinin yurt içi ve yurt dışındaki operatörlerle yeni ortaklıklar oluşturması amacıyla farkındalık eğitimleri düzenlenecek	Belediye, Kamu kurumları

TEŞEKKÜR

Bu çalışma Bartın Üniversitesi Bilimsel Araştırma Projeleri Koordinasyon Birimi tarafından 2018-FEN-B-001 nolu proje kapsamında desteklenen projeden alınmıştır. Projeye uzmanlık alanı ile ilgili katkı veren Dr. Öğr. Üyesi Sema Sulak, Dr. Öğr. Üyesi Beyza Aksu Dünya, Dr. Öğr. Üyesi Kadir Kayahan, Öğr. Gör. Serkan Aksu, Öğr. Gör. Yahya Akkaya, Öğr. Gör. Murat Sarı, Öğr. Gör. Veli Koca'ya teşekkür ederim.

KAYNAKÇA

- Anonim, (2007). *Mitolojiden Gezinlere Bartın, Kültür ve Turizm Envanteri*, Ankara: Bartın İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü.
- Anonim, (2008). *Bartın 2023 Stratejik Amaçlar ve İl Gelişme Planı*, Bartın: T.C. Bartın Valiliği, Bartın İl Planlama ve Koordinasyon Müdürlüğü.
- Aşçıoğlu, E. (2006). *Bartın ve Kökleri*. Bartın.
- Avcılar, M. ve Kara, E. (2015). Şehir Markası Kavramı ve Marka Şehir Yaratma Stratejilerine Yönelik Literatür İncelemesi. *Sosyal ve Beşeri Bilimler Araştırmaları Dergisi*, 16 (34), 76-94.
- Clifton, R. (2011). *Markalar ve Markalaşma*. İstanbul: Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları.
- Çelik, D. (2020). Kent Turizmi ve Açık Yeşil Alanlar. İçinde Deniz Çelik, Kadir Kayahan (Editör), *Marka, Kimlik, Turizm ve Bartın Kent Kimliği Çalıştayı* (s. 21-43). Bartın: Bartın Üniversitesi Yayınları.
- Deffner, A. ve Liouris, C. (2005). City Marketing: A Significat Planning Tool For Urban Development İn A Globalised Economy, 45th Congress Of The European Regional Science Association (ss.1-21). 23-27 August 2005.
- Enache C. ve Craciun C. (2013). The Role of the Landscape in the Identity Generation Process. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 92, 309 – 313.
- Giritlioğlu, İ. ve Avcıkurt, C. (2010). Şehirlerin Turistik Bir Ürün Olarak Pazarlanması, Örnek Şehirler ve Türkiye'deki Şehirler Üzerine Öneriler (Derlemeden Oluşmuş Bir Uygulama). *Adıyaman Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, Yıl:3, Sayı:4, Haziran 2010, s: 74-89.
- Görkemli, H. (2012). Kent İmajı ve Markalaşan Kentler. *Akdeniz Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, (17), 141-155. Retrieved from <https://dergipark.org.tr/tr/pub/akil/issue/48078/607881>
- Güler, T., Şahangil, S. ve Güler, H. (2016). Kent Kimliğinin Oluşturulmasında Kültürel Unsurların Önemi: Balıkesir Üzerine Bir İnceleme. *Paradoks Ekonomi, Sosyoloji ve Politika Dergisi*, 12 (özel sayı), 85-104.
- Işık, M. ve Erdem, A. (2015). *Nasıl marka şehir olunur? Gaziantep örneği*. Konya: Eğitim Yayınevi.
- Kavaratzis, M. (2009). Cities and their brands: Lessons from corporate branding. *Place Branding and Public Diplomacy*, 5(1), 26–37.
- Kaypak, Ş. (2013). Küreselleşme Sürecinde Kentlerin Markalaşması ve Marka Kentler, *Cumhuriyet Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 14(1), 335-355
- Kotler, P. (2011). *Kotler ve Pazarlama*, İstanbul: Sistem Yayıncılık.
- Köşker, H., Albuz, N. ve Ercan, F. (2019). Türkiye'de Turistik Talebin En Fazla Olduğu 10 Kentin Marka Kimlikleri Üzerine Bir Değerlendirme. *Gaziantep University Journal of Social Sciences*, 18 (1), 348-365.
- Köylü, P. (2020). Kent Kimliği ve Kent Kimliğini Oluşturan Etmenler. İçinde Deniz Çelik, Kadir Kayahan (Editör), *Marka, Kimlik, Turizm ve Bartın Kent Kimliği Çalıştayı* (s. 1-10). Bartın: Bartın Üniversitesi Yayınları.
- Lynch, K. (1960). *Kent imgesi* (çev. İrem Başaran), İstanbul: Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları.
- Meydan Uygur, S. (2020). Marka Kentler ve Sürdürülebilirlik. İçinde Deniz Çelik, Kadir Kayahan (Editör), *Marka, Kimlik, Turizm ve Bartın Kent Kimliği Çalıştayı* (s. 11-20). Bartın: Bartın Üniversitesi Yayınları.

- Önem, A. B. ve Kılınçaslan, İ. (2005). Haliç Bölgesinde Çevre Algılama ve Kentsel Kimlik. *İTÜ Dergisi/a, Mimarlık Planlama ve Tasarım*, 4 (1), 115-125
- Paganoni, M. C. (2012). City Branding and Social Inclusion in the Glocal City, *Mobilities*, 7(1), 13-31
- Tarhan, A. (2013). Halkla İlişkilerde Tanıma ve Tanıtma Aracı Olarak İnternet: Belediyelerin Web Sayfaları Üzerine Bir Analiz. *Selçuk İletişim*, 4 (4), 75-95.
- Taşçı, A. (2007). Destinasyon markası geliştirmede gerekli ön koşullar. İçinde A. Gündoğdu Aksungur ve İ. Kastal (Editör). *Turizmde Markalaşma Semineri Raporu*. (s.11-14). Mallorca: T.C. Kültür Ve Turizm Bakanlığı Tanıtma Genel Müdürlüğü.
- Tosyalı, H. ve Öksüz, Z. (2020). Şehir Markalaşmasında Sosyal Medya Kullanımının Yeri ve Önemi, *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 8 (2), 1485-1509.
- Türk Dil Kurumu (2021a). “imaj” <https://sozluk.gov.tr/> (E.T.: 23.04.2021).
- Türk Dil Kurumu (2021b). “marka” <https://sozluk.gov.tr/> (E.T.: 23.04.2021).
- Ural, T. (2009). *Markalamada Yol Haritası*. Ankara: Nobel Yayın.
- URL-1:<https://cbb20.saffron-consultants.com/> (E.T.: 16.9.2021).
- URL-10: Türkiye Turizm Stratejisi (2023) https://www.kuzka.gov.tr/dosya/turizm_stratejisi_2023.pdf (E.T.: 03.02.2021).
- URL-11: Batı Karadeniz Bölgesi 2014-2023 Bölge Planı. <https://www.kalkinmakutuphanesi.gov.tr/assets/upload/dosyalar/2014-2023-bati-karadeniz-bolge-planı-cilt3-analizler.pdf> (E.T.: 05.01.2021).
- URL-12: Batı Karadeniz Turizm Master Planı. http://batikaradeniz.gov.tr/?page_id=13(E.T.: 21.7.2021).
- URL-13: Bartın Belediyesi 2020-2024 Stratejik Planı. <https://bartin.bel.tr/dosyalar/2019/10/B.Belediye-2020-2024-Stratejik-Plan.pdf> (E.T.: 19.02.2021).
- URL-14: Bartın İli Turizm Eylem Planı. <https://www.kalkinmakutuphanesi.gov.tr/assets/upload/dosyalar/bartın-yılı-turizm-eylem-planı-11022015103801.pdf> (E.T.: 22.03.2021).
- URL-2: A Brief History of the “I Love New York” Logo.<https://www.logoworks.com/blog/a-brief-history-of-the-i-love-new-york-logo/>. (E.T.: 10.04.2021).
- URL-3: Türkiye Turizm Stratejisi (2023) https://www.kuzka.gov.tr/dosya/turizm_stratejisi_2023.pdf (E.T.: 21.5.2020).
- URL-4:<https://gso.org.tr/tr/proje-sayfaları/marka-sehir-projesinin-amaclari-4.html> (E.T.: 10.04.2021).
- URL-5:<http://2017.currentdebates.org/assets/v12.pdf> (E.T.: 08.05.2021).
- URL-6: Manisa Turizm Marka Kent Stratejik Kalkınma Planı. <https://zafer.gov.tr/Portals/0/dys/kaynaklar/raporlar-strateji-belgeleri/raporlar/manisa-turizm-marka-kent-stratejik-kalkınma-planı.pdf> (E.T.: 13.04.2021).
- URL-7:http://cografyaharita.com/haritalarım/41_bartın_ili_haritası.png (E.T.: 18.04.2021).
- URL-8: 11. Kalkınma Planı. <https://www.sbb.gov.tr/wp-content/uploads/2019/07/OnbirinciKalkınmaPlanı.pdf> (E.T.: 17.02.2021).
- URL-9: Bütünleşik Kentsel Gelişim Stratejisi ve Eylem Planında (KENTGES). [https://webdosya.csb.gov.tr/db/kentges/editorodnya/kentges_tr\(1\).pdf](https://webdosya.csb.gov.tr/db/kentges/editorodnya/kentges_tr(1).pdf) (E.T.: 01.02.2021).
- Uyar, A. (2018). Marka Şehir Kavramı ve Türkiye ile Dünyadaki Marka Şehir Çalışmaları Üzerine Bir Araştırma, *Uluslararası Yönetim Akademisi Dergisi*, 3(1), 467-479.
- Vuignier, R. (2015). Inter-regional place branding-best practices, challenges and solutions. İçinde S. Zenker, ve B. P. Jacobsen (Editörler), *Cross-border place branding: the case of geneva highlighting multidimensionality of places and the potential role of politico-institutional aspects* (s.63-73). Switzerland: Springer International Publishing.
- Yılmaz, Y. ve Çizel, B. (2000). Türk Turizmde Günü Kurtarmak Değil Marka Yaratmak, Research Institute of Turkey Tourism, First National Turkey Tourism Symposium (ss.455-465), İzmir: 6-7 Aralık.

ENFLASYONİST DÖNEMDE BİR SONRA GİRECEK OLAN İLK ÇIKAR (NIFO) DEĞERLEME YÖNETİMİNİN FİNANSAL TABLOLARA ETKİSİ: ÜRETİM İŞLETMESİ ÖRNEĞİ

Ayşe ATILGAN SARIDOĞAN¹

GİRİŞ

İşletmeler ve tüm paydaşları için sürdürülebilir bir mali performans önemlidir. İşletmelerde mali performans başarısını etkileyen işletme düzeyinde ve işletme dışında pek çok faktör söz konusudur. Mali performans başarısında maliyetlerin yönetimi önemli bir rol oynamaktadır. Maliyet yönetiminde önemli bir bileşen ise stok maliyetlerinin yönetilmesidir.

İşletmeler için stoklar değer zincirinin en önemli bileşenidir. Optimal stok miktarı ve en düşük stok maliyeti işletmelerin kârlılığı için önem arz etmesine karşın stoklara yönelik değerlendirme yaklaşımlarının maliyet ve kârlılık üzerinde önemli sonuçları söz konusudur. Diğer yandan ekonomi genelinde görülen fiyat artışları stokların değerlendirme yöntemine bağlı olarak maliyetleri ve kârlılığı etkileyecektir. İşletmelerin yüksek enflasyonist dönemlerde maliyetlerini ve karlarını gerçekçi bir şekilde belirlemeleri ve sermayelerini korumaları için stok değerlendirme yaklaşımları önem arz etmektedir. Bu bağlamda, bu çalışmanın temel amacı özellikle enflasyonun önem kazandığı dönemlerde sürekli fiyat artışları karşısında stok değerlendirme yaklaşımlarında birisi olan, *Bir Sonra Girecek Olan İlk Çıkar (Next in, First out, NIFO)* yaklaşımını gerçek bir işletme uygulaması ile analiz etmektir.

STOK DEĞERLEME YÖNTEMLERİ

Stoklar işletmelerin faaliyetlerini devam ettirebilmek için sahip oldukları hammadde, yarı mamul ve mamul gibi varlıklardır. Diğer yandan işletmenin mali performansının korunabilmesi için stok yönetiminin de başarılı bir şekilde sağlanması gerekmektedir. Stok yönetiminde stokların kontrolü ve değerlemesi kritik rol oynamaktadır. Stok kontrolü, işletmelerin faaliyetlerinin aksamaması için, stok miktarını içinde buldukları sektör ve piyasa koşullarına göre optimal miktarda ayarlamaları durumudur.

1 Dr.Öğr.Üyesi, Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi, SBMYO, aysesaridogan@comu.edu.tr, ORCID: 0000-0001-5160-7687

Stok değerlendirme ise, işletmenin sahip olduğu stokların parasal değerinin işletme ve piyasa koşullarına uygun şekilde belirlemek ve işletmenin stoklarla ilgili maliyet analizini en sağlıklı bir şekilde yapılmasını sağlamaktır. Değerleme, VUK madde 258’de vergi matrahlarının hesaplanmasıyla ilgili iktisadi kıymetlerin takdir ve tespiti şeklinde ifade edilmiştir. Değerleme ile işletmenin iktisadi varlıklarının parasal değeri ortaya çıkarılmış olunur. Bu parasal değer ise işletmenin mali performansının belirlenmesine katkı sağlar. Ülkemizde stok değerlendirme ile ilgili olarak ilgili kurumlarca (Maliye Bakanlığı, SPK, Kamu Gözetim Kurumu) değerlendirme yöntemleri, TFRS, Büyük ve Orta Boy İşletmeler İçin Finansal Raporlama Standartları (BOBİ FRS) ve Muhasebe Sistemi Uygulama Genel Tebliği gibi düzenlemelerle değişen koşullara göre belirlenmiştir. VUK 261’de değerlemenin, iktisadi kıymetin nevi ve mahiyetine göre aşağıda belirtilen ölçülerden birisi kullanılarak yapılabileceği belirtilmiştir.

1. Maliyet bedeli;
2. Borsa rayici;
3. Tasarruf değeri;
4. Mukayyet değer;
5. İtibari değer;
6. Vergi değeri;
7. Rayiç bedel,
8. Emsal bedeli ve ücreti

Boşdurmaz (2021) çalışmasında, VUK, TMS 2 ve BOBİ FRS uygulanırken işletmelerin gelir tablolarında farklılıklara yol açtığını, bu farkın kaynağı ise, değerlendirme yöntemi, hizmet maliyeti takibi, maliyet yöntemi, vade farkı ayırıştırma, kapasite sapması, ürünün maliyetini hesaplarken dahil edilen giderler, borçlanma maliyeti gibi etmenlerden kaynaklandığını belirtmiştir.

Tablo 1’ de stoklarla ilgili düzenlemelerin karşılaştırılması verilmiştir. Buna göre vade farkları, borçlanma maliyetleri, dönem sonu değerlendirme, maliyet ölçüm tekniği, maliyet hesaplama yöntemi ve değer düşüklüğü kriterleri farklılığın kaynağı olarak ortaya çıkmaktadır.

Tablo 1. Stoklarla İlgili Düzenlemelerin Karşılaştırılması

	TFRS	BOBİ-FRS	MSUGT/VUK
Vade Farkları	– Hem alımda hem de satımda ortaya çıkan bütün vade farkları ayrıştırılır	– 1 yıldan uzun vadeli alımlarda ve satımlarda ortaya çıkan vade farkları ayrıştırılır	– Vade farkları ayrıştırılmaz
Borçlanma Maliyetleri	– Borçlanma maliyetleri özellikli varlık niteliğindeki stokların maliyetine yüklenebilir	– Borçlanma maliyetleri üretimi 1 yıldan fazla süren stokların maliyetine yüklenebilir	– Borçlanma maliyetlerinin stokların maliyetine dâhil edilmesi isteğe bağlıdır
Dönem Sonu Değerleme	– Maliyet değeri ile net gerçekleştirilebilir değerden düşük olanı ile değerlendirilir	– Maliyet değeri ile net gerçekleştirilebilir değerden düşük olanı ile değerlendirilir	– Maliyet değeri ile değerlendirilir.
Maliyet Ölçüm Tekniği	– Normal Maliyet Tekniği	– Tam Maliyet veya Normal Maliyet Tekniği	– Tam Maliyet Tekniği
Maliyet Hesaplama Yöntemi	– Gerçek Parti Maliyet Yöntemi – İlk Giren İlk Çıkar Yöntemi – Ortalama Maliyet Yöntemi	– Gerçek Parti Maliyet Yöntemi – İlk Giren İlk Çıkar Yöntemi – Ortalama Maliyet Yöntemi	– Gerçek Parti Maliyet Yöntemi – İlk Giren İlk Çıkar Yöntemi – Ortalama Maliyet Yöntemi
Değer Düşüklüğü	– Net gerçekleştirilebilir değerinin altına düşmesi durumunda değer düşüklüğü karşılığı ayrılır	– Net gerçekleştirilebilir değerinin altına düşmesi durumunda değer düşüklüğü karşılığı ayrılır	– Piyasa fiyatında maliyet bedeline göre en az % 10 oranında düşüş olması durumunda değer düşüklüğü karşılığı ayrılır

Kaynak: Otlu (2018:37)

İşletmeler stoklarının piyasa değerini ve maliyetlerini sağlıklı belirleyebilmek için işletme ve piyasa koşullarındaki farklılıklara göre literatürde ve uygulamada farklı stok değerlendirme yöntemleri zamanla ortaya çıkmıştır. Tablo 2’de çeşitli stok değerlendirme yöntemleri ve sınıflaması verilmiştir. Buna göre stoklar, maliyet bedeli ve piyasa değeri başta olmak üzere alternatif sınıflamalara ve farklı yöntemlere göre değerlendirilmekte. Her bir değerlendirme yönteminin koşullara göre avantaj ve dezavantajları söz konusu olabilmektedir (bz. Bursal ve Ercan, 2010; Yükücü, 2015; Kaiser, 1974; Herzig, 1976; Khan vd., 2018; Ionescu vd., 2018; McEachren, 1949; Teplická ve Seňová, 2020; Davis, 1982; Hada, 2019; Plaskova ve Prodanova, 2021).

Tablo 2. Çeşitli Stok Değerleme Yöntemleri ve Sınıflaması

<i>Maliyet Bedeli İle Değerleme</i>	<i>Piyasa Değeri İle Değerleme</i>	<i>Maliyet Bedeli veya Piyasa Değerinden düşük Olan İle Değerleme</i>	<i>Diğer Stok Değerleme Yöntemleri</i>
Ortalama Maliyet Yöntemi	Emsal Bedeli		Brüt Kâr Yönetmi
Belirli iş partilerine göre değerlendirme	Cari Yenileme Maliyeti		Perakende Satış Fiyatı
FİFO	Net Gerçekleşebilir Değer		Temel Stok
LİFO			
Ayarlanmış LİFO			
HİFO			
LOFO			
NİFO			
Standart Maliyet			

Kaynak: Avcılar (1996:64)

Boşdurmaz (2021) çalışmasında, VUK, TMS 2 ve BOBİ FRS değerlendirme yöntemi olarak FİFO, gerçek parti maliyet ve ağırlıklı ortalama maliyeti kullandığını, TMS2 ve BOBİ FRS stok değer ölçme işlemini maliyet tutarı veya net gerçekleşebilir değer üzerinden yaparken VUK sadece maliyet tutarı üzerinden yaptığını belirtmiştir. Değer düşüklüğü tespitinde, tespit edilen değer düşüklüğü VUK ve TMS 2’de karşılık giderinde izlenirken BOBİ FRS’de satışların maliyetinde izlendiğini belirtmiştir. Boşdurmaz (2021) çalışmasında, en sağlıklı değerlendirme sonuçlarını KOBİ muhasebe standartlarının sağladığını belirtmiştir. Diğer yandan, stok muhasebeleştirilmesinde, Boşdurmaz (2021) çalışmasında, VUK’un maliyet tutarıyla, TMS2 ve BOBİ firmalar ve sektör düzeyinde ’nin ise maliyet tutarı ile net gerçekleşebilir değerden hangisi düşük ise onunla kayıtlara alındığını, maliyet yönetimi açısından ise, TMS 2’nin normal, VUK’un tam, BOBİ FRS ise hem tam hem de normal maliyet yöntemi uyguladığını belirtmiştir.

BİR SONRA GİRECEK OLAN İLK ÇIKAR (NİFO) STOK DEĞERLEME YÖNTEMİ

Bir Sonra Girecek Olan İlk Çıkar yaklaşımı fiyatların hızlı artış izlediği enflasyonist dönemlerde üretim maliyetlerinin ve stok değerlerinin yeni alınacak malların fatura değerine (sipariş maliyet bedeline) göre değerlendirildiği, diğer bir ifadeyle maliyet ve stokların piyasadaki en güncel fiyatlarla değerlendirilmesinin yapıldığı bir değerlendirme yöntemidir. Bu yaklaşımda sadece satılacak malların maliyeti değil fakat aynı zamanda dönem sonu stoklarda sonraki gelecek malların fatura fiyatlarına göre değerlendirilmektedir. Bu özellikleri ile LİFO ve yenileme maliyet değeri ile değerlendirme yaklaşımlarından farklılık gösterir. Diğer yandan LİFO yöntemine göre enflasyonist ortamda piyasadaki yükselen fiyatları daha hızlı maliyetlere yansıtması işletmenin piyasa koşulları karşısında daha etkin bir

maliyetleme ve fiyatlama politikası uygulamasına da izin verebilmektedir.

Bir Sonra Girecek Olan İlk Çıkar yaklaşımı işletmeleri enflasyonist dönemlerde artan girdi fiyatları karşısında sermayelerinin korunmasına katkı yapmakla birlikte ülkemizde bu yöntemin uygulanmasına yönelik yasal düzenlemeler bulunmamaktadır.

Bir Sonra Girecek Olan İlk Çıkar yaklaşımı sektörlerle ve işletmelerin üretim süreçlerinin yapılarına göre işletmelerin maliyetleme ve fiyatlama kararlarına katkıları da farklılaşabilmektedir. Perakende sektöründe düşük stokla sürekli yeni sipariş veren bir firma ile inşaat sektöründe inşaatın tamamlanması uzun yıllar olan bir işletmenin maliyetleme ve fiyatlama süreçlerinin sağlıklı olması için kullanacakları değerlendirme yöntemlerinin etkili olacağı aşikârdır.

Bir Sonra Girecek Olan İlk Çıkar yaklaşımının olumsuz yönlerinden birisi işletmelerin sipariş maliyetlerinin sipariş koşullarına göre ve tedarikçilere göre farklılık gösterebilmesi sipariş maliyetinin/fiyatının piyasa ortalamasını temsil edecek adil bir piyasa fiyatı olarak kabul edilmesinde karşılaşılabilecek zorluklar içermesidir. Bir Sonra Girecek Olan İlk Çıkar yaklaşımı literatürde ve uygulamada uygulama yaygınlığı düşüktür.

NIFO DEĞERLEME YÖNETİMİNİN FİNANSAL TABLOLARA ETKİSİ: ÜRETİM İŞLETMESİ ÖRNEĞİ

Araştırmanın Amacı

Çalışmanın uygulama kısmında temel amaç, NIFO uygulamasının gerçek bir üretim işletmesinde test etmek ve mevcut kullandığı değerlendirme yöntemi ile karşılaştırmaktır.

Çalışmamız kapsamında Türkiye Kocaeli ilin de üretim alınan faaliyet gösteren bir firmanın 2021 yılı verileri kullanılmıştır. Firma, satılan mamul maliyetinin hesaplarken ağırlıklı ortalama maliyet yöntemi kullanmaktadır. Firmanın 2021 yılında ağırlıklı ortalamaya göre hesapladığı satılan mamul ve ticari mal maliyetleri NIFO göre tekrar hesaplanmış ve yorumlanmıştır.

Uygulama Sonuçları

İşletme otomotiv yan sanayi sektöründe faaliyet göstermekte olup, satışlarının önemli bir kısmını tek bir işletmeye yapmaktadır. Şirket'in 2021 yılı ağırlıklı ortalama maliyet yöntemine göre satılan ticari mal maliyeti ve mamul maliyetlerinin hesaplaması tablo 4.1'de özetlenmiştir.

Tablo 3'te yer alan sonuçlara göre Şirket'in ilk madde malzeme gideri 33.946.614 TL iken, direk işçilik gideri 1.234.121 TL, genel üretim gideri 17.756.170 olarak gerçekleşmiştir. Üretim giderleri içinde en büyük payın ilk madde malzeme stokları olduğu görülmektedir. Şirket'in yarı mamul, mamul stoklarındaki değişim ise sırası ile 56.536 TL ve 142.850 TL olmuştur. Şirketin ağırlıklı ortalama maliyet yöntemine göre satılan mamul maliyeti 53.136.291 TL olarak gerçekleşmiştir. Şirket'in yıl içinde ticari mal alışları toplamı 31.960.750 TL olmuş iken toplam

satılan ticari mal maliyeti ise 31.926.954 TL olarak gerçekleşmiştir. Şirket'in dönem içindeki toplam Satışların maliyeti ise 85.063.245 olarak gerçekleşmiştir.

Tablo 3. Satılan Ticari Mamul ve Ticari Mal Maliyeti (Ağırlıklı Ortalama Maliyet Yöntemi)

	01 Ocak 2021-31 Aralık 2021	
Hammadde Açılış (+)	2.769.094	
Hammadde Alımları	34.966.017	
Diğer Hammadde Alımları		
Hammadde Kapanış (-)	3.788.498	
Direkt İlk Madde ve Malzeme Giderleri		33.946.614
Üretim Maliyeti		52.936.904
Direkt İlk Madde ve Malzeme Giderleri	33.946.614	
Direkt İşçilik Giderleri	1.234.121	
Genel Üretim Giderleri	17.756.170	
Yarı Mamul Kullanımı		56.536
Dönem Başı Stok (+)	436.711	
Dönem Sonu Stok (-)	380.175	
Üretilen Mamul Maliyeti		52.993.441
Mamul Stoklarında Değişim		142.850
Dönem Başı Stok (+)	495.292	
Dönem Sonu Stok (-)	352.442	
Satılan Mamul Maliyeti		53.136.291
Ticari Faaliyet		
Dönem Başı Ticari Mallar Stoku (+)	317.539	
Dönem İçi Alışlar (+)	31.960.750	
Dönem Sonu Ticari Mallar (-)	351.335	
Satılan Ticari Mallar Maliyeti		31.926.954
Satılan Hizmet Maliyeti	--	--
Satışların Maliyeti		85.063.245

Tablo 4'te ise Şirket'in brüt karlılığı özetlenmiştir. Buna göre Şirket'in satışları 109.212.129 TL olarak gerçekleşmiş olup satışların maliyeti 85.063.245 TL, brüt karlılığı 24.148.884 TL, brüt karlılık oranı ise %22 olarak gerçekleşmiştir.

Tablo 4. Brüt Karlılık (Ağırlıklı ortalama Yöntemi)

	01 Ocak 2021-31 Aralık 2021
Satışlar	109.212.129
Satışların Maliyeti	85.063.245
Brüt Karlılık	24.148.884
Brüt Karlılık Oranı	22%

Şirket'in ağırlıklı ortalama maliyetine göre hesaplanan satışların maliyeti, NIFO yöntemine göre yeniden hesaplanmıştır. Buna göre, ağırlıklı ortalama yönteminde hammadde ve malzemenin birim maliyeti; mevcut giriş fiyatı baz alınarak hesaplanırken NIFO yönteminde ise sonraki gelecek olan hammaddenin maliyeti esas olarak alınacaktır. NIFO yönteminde sonraki gelecek olan maliyetlerin tespit etmek için Şirket'in Satın alma departmanında alınan bilgilerden yola çıkılarak stok kartları NIFO yöntemine göre yeniden oluşturulmuştur.

Tablo 5'te stok kartlarının yeniden nasıl hesaplandığı bir stok kartı üzerinden gösterilmiştir. Stok kartı üretimde kullanılan bir stoktur. Gün gün stoklara giriş ve çıkışlar miktarsal ve tutarsal olarak belirlenmiş ve fiyatlar NIFO yöntemine göre yeniden hesaplanmıştır. Bütün stokların maliyeti bu model ile tekrar hesaplanmıştır.

Tablo 5. NIFO Yöntemine Göre Yeniden Hesaplama

Tarih	Açıklama	Giren Miktar	Çıkan Miktar	Alım Tutarı (Giriş maliyeti)	Maliyet (NIFO)
1.01.2021	Stok Açılış Fişi	48		7.480	8.976
7.01.2021	Depodan Depoya Transfer- Çıkan		(21)		
7.01.2021	Depodan Depoya Transfer- Çıkan		(2)		
7.01.2021	Depodan Depoya Transfer- Çıkan		(1)		
7.01.2021	Depodan Depoya Transfer- Çıkan		(2)		
7.01.2021	Depodan Depoya Transfer- Çıkan		(48)		
7.01.2021	Depodan Depoya Transfer- Çıkan		(48)		
7.01.2021	Depodan Depoya Transfer- Çıkan		(38)		
7.01.2021	Depodan Depoya Transfer- Çıkan		(1)		
7.01.2021	Depodan Depoya Transfer- Giren	21		7.510	9.110
7.01.2021	Depodan Depoya Transfer- Giren	2		7.510	9.110
7.01.2021	Depodan Depoya Transfer- Giren	1		7.510	9.110
7.01.2021	Depodan Depoya Transfer- Giren	2		7.510	9.110
7.01.2021	Depodan Depoya Transfer- Giren	48		7.510	9.110
7.01.2021	Depodan Depoya Transfer- Giren	48		7.510	9.110
7.01.2021	Depodan Depoya Transfer- Giren	38		7.510	9.110
7.01.2021	Depodan Depoya Transfer- Giren	1		7.510	9.110

Tablo 6'da ise NIFO yöntemine göre yeniden hesaplanmış satışların maliyeti tablosu özetlenmiştir. Tablo 4.4'de yer alan sonuçlara göre Şirket'in ilk madde

malzeme gideri 40.698.051 TL iken, direk işçilik gideri 1.234.121 TL, genel üretim gideri 17.756.170 olarak gerçekleştirmiştir. Şirketin NIFO yöntemine göre satılan mamul maliyeti 59.899.036 TL olmuştur. Şirket'in yıl içinde ticari mal alışları toplamı 38.352.900 TL olmuş iken toplam satılan ticari mal maliyeti ise 38.283.428 TL olarak gerçekleştirmiştir. Şirket'in dönem içindeki NIFO'ya toplam satışların maliyeti ise 98.182.464 olarak gerçekleşmiştir. NIFO yönetimine göre satışların maliyeti tablosundaki en büyük artış direk ilk madde malzeme giderleri ile dönem içi ticari mal alışlarından olmuştur.

Tablo 6. Satılan Ticari Mamul ve Ticari Mal Maliyeti (NIFO Yönetimine Göre)

	01 Ocak 2021-31 Aralık 2021	
Hammadde Açılış (+)	3.322.913	
Hammadde Alımları	41.959.221	
Diğer Hammadde Alımları		
Hammadde Kapanış (-)	4.584.083	
<u>Direkt İlk Madde ve Malzeme Giderleri</u>		40.698.051
Üretim Maliyeti		59.688.342
Direkt İlk Madde ve Malzeme Giderleri	40.698.051	
Direkt İşçilik Giderleri	1.234.121	
Genel Üretim Giderleri	17.756.170	
Yarı Mamul Kullanımı		67.843
Dönem Başı Stok (+)	524.054	
Dönem Sonu Stok (-)	456.210	
Üretilen Mamul Maliyeti		59.756.186
Mamul Stoklarında Değişim		142.850
Dönem Başı Stok (+)	495.292	
Dönem Sonu Stok (-)	352.442	
Satılan Mamul Maliyeti		59.899.036
Ticari Faaliyet		
Dönem Başı Ticari Mallar Stoku (+)	355.643	
Dönem İçi Alışlar (+)	38.352.900	
Dönem Sonu Ticari Mallar (-)	425.115	
Satılan Ticari Mallar Maliyeti		38.283.428
Satılan Hizmet Maliyeti	--	--
Satışların Maliyeti		98.182.464

Tablo 7’de ise iki yöntemle göre brüt karlılıklar karşılaştırılmıştır.

Tablo 7. Brüt Karlılık (Ağırlıklı Ortalama Yöntemi-NIFO)

	Ağırlık Ortalama	NIFO
	01 Ocak 2021-31 Aralık 2021	01 Ocak 2021-31 Aralık 2021
Satışlar	109.212.129	109.212.129
Satışların Maliyeti	85.063.245	98.182.464
Brüt Karlılık	24.148.884	11.029.665
Brüt Karlılık Oranı	%22	%10

Şirketin ağırlıklı ortama maliyet yöntemine göre toplam maliyeti 85.063.245 TL iken NIFO’ya göre maliyeti 98.182.464 TL’ye yükselmiştir. Brüt karlılık ise 24.148.884’den (%22)’den 11.029.665 TL’ye (%10) düşmüştür. Enflasyonist dönemde malzeme fiyatlarının her geçen gün yükseliyor oluşu ve Şirket’in karını önemli bir ölçüde etkilediği görülmüştür. Şirket fiyat politikasını belirlerken NIFO yöntemini kullanması, Şirket’in mali performansının daha sağlıklı izlenmesine ve yönetilmesine katkı yapacaktır.

SONUÇ

Günümüz artan rekabet koşullarında işletmelerin maliyet ve stok yönetimindeki başarıları işletmelerin mali performansları üzerine önemli etkilere sahiptir. Özellikle stok kontrol ve değerlendirme yöntemlerinin, işletmelerin maliyetleme ve fiyatlama süreçlerini sağlıklı bir şekilde yönetilmesinde önemli rollere sahiptirler. Bu çalışmada, fiyatların hızlı artış izlediği enflasyonist dönemlerde üretim maliyetlerinin ve stok değerlerinin yeni alınacak malların fatura değerine (sipariş maliyet bedeline) göre değerlendirildiği, diğer bir ifadeyle maliyet ve stokların piyasadaki en güncel fiyatlarla değerlemesinin yapıldığı Bir Sonra Girecek Olan İlk Çıkar (NIFO) yaklaşımı bir örnek uygulama ile incelenmiştir. Bir Sonra Girecek Olan İlk Çıkar yaklaşımında, hem satılacak malların maliyeti hem de dönem sonu stokları sonraki gelecek malların fatura fiyatlarına göre değerlendirilmesi yapılmaktadır. Bir Sonra Girecek Olan İlk Çıkar yaklaşımı işletmeleri enflasyonist dönemlerde artan girdi fiyatları karşısında sermayelerinin korunmasına katkı yapmakla birlikte, yaklaşımı uygulamaya yönelik yasal düzenlemelerin olmaması başta olmak üzere sürekli enflasyonist koşulların olmaması uygulama yaygınlığını kısıtlamaktadır.

Çalışmanın uygulama sonuçlarına göre ise NIFO ya göre hesaplanan maliyet, ağırlıklı ortalama maliyete göre hesaplanan maliyetin üzerinde gerçekleşmiştir. Enflasyonist dönemde emtia fiyatlarının her geçen gün artması Şirket’in karlılığını olumsuz yönde etkilemektedir. Şirket fiyat politikasını belirlemek için NIFO yöntemini kullanması satış fiyatı konusunda daha gerçekçi sonuçlar verecektir.

İşletmelerin kendi ve piyasa koşullarına göre en uygun değerlendirme yöntemlerini seçmeleri işletmelerin mali performanslarının daha sağlıklı izlenmesine ve yönetilmesine katkı yapacaktır.

KAYNAKÇA

- Avcılar, Z. (1996). Enflasyon Ortamında Stok Değerleme Yöntemlerinin Özellikle LİFO Yönteminin Faaliyet Sonuçları Üzerindeki Etkileri, Yüksek Lisans Tezi. Adana: Çukurova Üniversitesi,
- Boşdurmaz, S. (2021). VUK, TMS ve BOBİ FRS'DE Stokların Karşılaştırılması Ve Hazır Giyim Sektöründe Bir Uygulama *Mali Çözüm Dergisi*, 31(166), 207-228.
- Bursal, N., & Ercan, Y. (2010). *Maliyet Muhasebesi*, 10. Baskı, İstanbul: Der Yayınları.
- Davis, H. Z. (1982). History of LIFO. *The Accounting Historians Journal*, 9(1), 1-23.
- Hada, I. D. (2019). The Influence Of Methods Of Valuation Of Stocks At The Entity Output On Performance. *Contemporary Economy Journal*, 4(2), 172-180.
- Herzig, T. L. (1976). LIFO and FIFO and their effects on profits and cash flow during inflation and deflation. Graduate Student Theses, ScholarWorks at University of Montana. 2842.
- Ionescu, L., Toma, M., & Founanou, M. (2018). Applied Analysis of the Impact of Inventory Valuation Methods on the Financial Situation and Financial Performance. *Valahian Journal of Economic Studies*, 9(1),67-76
- Kaiser Jr, C. (1974). The NIFO method. *The CPA Journal (pre-1986)*, 44(000008), 58.
- Khan, A. K., Faisal, S. M., & Aboud, O. A. A. (2018). An Analysis of Optimal Inventory Accounting Models–Pros and Cons. *European Journal of Accounting, Auditing and Finance Research*, 6(3), 65-77.
- McEachren, J. W. (1949). Use of replacement figures in cost accounting for pricing and income-statement purposes. *Journal of Accountancy (pre-1986)*, 88(000001), 21.
- Otlu, M. A. (2018). Stok Değerleme Yöntemleri Ve Stok Değerleme Yöntemlerinin Aralıklı Ve Sürekli Envanter Yöntemlerine Göre Karşılaştırılması, Yüksek Lisans Tezi. Malatya: İnönü Üniversitesi.
- Plaskova, N., & Prodanova, N. (2021). Margin Analysis in Management and Operational Profitability and Pricing Policy of a Production Organization. *Intellectual Economics*, 15(2021).
- Teplická, K., & Seňová, A. (2020). Inventory Valuation Methods And Their Impact On The Company' S Profit Generation. *Acta Logistica*, 7(3), 201-207.
- Yükçü, S. (2015). *Yönetim Açısından Maliyet Muhasebesi*. 8. Baskı, İzmir: Altın Nokta Yayınları.

KADINLARIN KARIYER ENGELLERİNİ DEĞERLENDİRMeye YÖNELİK BİR DENEME TED KONUŞMALARı ÖRNEĞİ

Hatice KARAKUŞ ÖZTÜRK¹

GİRİŞ

İnsan ihtiyaçlarını karşılamak için tarih boyunca hep üretmek zorunda kaldı. İçinde bulunduğu çağın gereklerine göre üretim sürecinin çarklarını hep çevirdi. Yeryüzünün her iki cinsiyeti de bu mekanizmanın içindeki yerlerini aldılar. Avcı toplayıcı dönemde erkek avlarken kadın topladı ve avı daha anlamlı hale getirdi. Tarım döneminde erkek tarlada iken kadın bebeğini emzirdi, yemeğini yaptı ve erkeğin yanındaki yerini aldı. Fabrika sistemi ile birlikte gecikmeler olsa da zamanla erkeğin yanında gücü yettiğinde çalıştı. Yani üretimde var olan insan dokunuşlarına kadınlar elden geldiğince, yetebildiği kadarıyla hep omuz verdi. Emeğini, gücünü esirmedi. Zorlandı, yoruldu, eksik kaldı ancak yine de üretimin bir parçası olma gayretini yitirmedi. Ancak kadınların bu gayreti gelinen yüzyıl itibari ile istenilen sonucu doğurmadı. Olduğu yerde kalmayarak özel alandan kamusal alana geçti ama eksik ve bir noktaya sıkışıp kalarak kamusal alandaki varlığını ortaya koydu. Eksik ifadesini özellikle kullanıyoruz. İlk baştan beri dünyaya ilişkin kurulan planlarda kadınlar hiçbir zaman yer almadılar. Değişimi tetikleyecek olan planın kıyısından köşesinden geçerek ve kendine verilen rolleri yerine getirerek aslında üretimin bir parçası oldu. Hikaye çok uzun zamandan beri kadın için hep bu şekilde işliyor. Peki,ama neden? Dünya artık çok hızlı değişiyor. Bu değişimden insan yapımı işlere yön veren düşünceler de payını alıyor. Bu durum haliyle pek çok soruya gebe dir. Ancak biz bütün soruları tek bir sorunun içinde arayacağız. İş hayatında yapılacak olan işler belli ise neden cinsiyet ayrımı gibi bir konu hep gündemdedir? Ya da farklı türlü sormak gerekirse bir işin yapısı gereği yapılacak olanlar belli ise kadın ve erkek arasındaki farkı neden konuşuyoruz? Bu fark nedir ki üzerine kafa yorma ya da teori üretme ihtiyacı hissediyoruz?

Bu çalışmanın şekillenmesi aşamasında izleyeceğimiz yöntem bizim için oldukça önemli idi. Çünkü amacımız hem hali hazırdaki verilerin durumunu ölçmek hem de yeni bazı çıkarımlara ulaşmaktı. İşte bu nedenle farklı bir yöntem izlemeyi

¹ Doç. Dr., Artvin Çoruh Üniversitesi, hatice_karakusx@hotmail.com, ORCID: 0000-0002-9929-3637.

tercih ederek, son zamanlarda insanlar arasında oldukça popüler bir platform olan Ted konuşlarını kendimize kaynak olarak seçtik. “*Paylaşmaya değer fikrim var*” diyenlerin buluşma alanı olan bu platform, ilham veren tartışmaların yapıldığı bir özelliğe sahiptir. “*Çalışan kadınların mesleğin değişik katmanlarında yaşadığı sorunların sebepleri neler olabilir?*” şeklinde bir merak bu konuşmaların içerik analizine bizleri yönlendirdi. Bu kapsamda ilk olarak ilgili sitede çeşitli kelimelerle bir konu taraması yapıldı. Bu taramada öncelik verdiğimiz bir detay daha vardı. Kadın çalışanlar ya da kadın girişimcilerin gözlemlerini aktarmak. Yani “*kadınlar acaba kadınları nasıl değerlendiriyor?*” şeklinde bir çıkış noktası belirledik. Bu nedenle Ted konuşmalarını seçerken çalışan kadın teması ve kadın konuşmacı olması kıstası ile çalışmanın kapsamı sınırlandırıldı. Bu sınırlandırma içinde altı (6) TED konuşmasının analizi yapıldı. Çalışmanın yöntemi içerik analizidir. Analizi yapılacak olan verinin belli konu başlıkları ile bağlantısı kurularak, verinin bir nevi ikinci okuması yapılmıştır. Konuşmalara ait metinlerin tümüne çalışmada yer vermek imkânsız olduğu için, metinlerin erişim adresleri dipnotta verilmiş olup, tüm metinler de ekler şeklinde düzenlenmiştir.

ÇALIŞMA HAYATINDA KADIN VE KADIN GİRİŞİMCİLİĞİ

Çalışma yaşamı işin niteliğine göre bireylere farklı roller yükler. Kadın ya da erkeğin bu rollere hakkını verebilmesi, işin önelediği yeteneğe sahip olmayla ilgilidir. Bu yeteneğe sahip olanlar bir adım öndedir denilebilir. İş hayatında yükselmek, girişimci olmak ya da büyük düşünmek fiziki gayretin zihinsel ve psikolojik çabayla desteklenmesi ile mümkündür. Yaratıcılık, kendine güven, yenilikçilik, akılcılık, bağımsızlık, rekabetçilik (Özkaya, 2009: 57), başarı ihtiyacı, riske girme, kararlılık, azim, kendine güven, (Kaygın ve Güven, 2015: 10-16) bu yolda bireye itici güç anlamında yoldaş olmaktadır. Bahsi geçen bu özelliklerin bireyi harekete geçirmesi için yapısal unsurların süreci tamamlaması önemlidir. Burada kastedilen, bireyde var olan özelliklerin, içinde yer aldığı koşullar tarafından da destekleniyor olmasıdır. Bu anlamda toplum kültürü, sosyal yapı, değerler (Özkaya, 2009: 57) aile yapısı hatta aile kökeni, eğitim (Arslan, 2002: 3) gibi değişkenleri bu hikâyeden bağımsız olarak düşünemeyiz. Kadın ve erkek açısından yol ayrımı nerde ve nasıl başlıyor sorusunu cevaplamak bu noktada oldukça anlamlıdır.

Hisrich ve Peters (akt: Öztürk, 2016: 45) ilgili çalışmalarında, kadın ve erkek girişimciliği arasındaki farka dikkat çekerek, esasında kadın girişimciliğinin oluşma ya da oluşmama sürecine ışık tutuyorlar. Bu anlamda 8 kriteri merkeze alan yazarlar, kadın ve erkeğin bütün bu anlatılar içinde nerede yer aldığının bir analizini okuyucuya sunuyorlar. Buna göre her iki cinsin motivasyon kaynakları, hareket noktaları, sermaye kaynakları, mesleki geçmişi, kişisel özellikleri, özgeçmişi, destek veren gruplar ile kurdukları ilk iş türünde, temel bazı farklılıklar bulunmaktadır. Cinsiyetlerin 8 temel noktada ayrışması, başarı hikâyelerindeki farkı da yaratmaktadır.

Özellikler	Erkek Girişimciler	Kadın Girişimciler
Motivasyon	İşleri bitirme sonucu elde edilen başarı Kişisel bağımsızlık Kontrolü elde bulundurmaktan kaynaklanan iş tatmini	Bir amacı gerçekleştirme sonucu elde edilen başarı Bir işi yalnız yapmaktan kaynaklanan bağımsızlık
Hareket Noktası	Mevcut işten duyulan tatminsizlik Okulda ve mevcut işte yeni bir işle ilgilenmiş olma İşten çıkarılma ya da işi bırakma Kazanma isteği	İşten kaynaklanan hayal kırıklığı Alanındaki fırsatı tanımlamak ve yararlanmak Kişisel durumundaki değişim
Sermaye kaynakları	Kişisel varlıklar ve birikimler Bankalar Yatırımcılar Arkadaşlardan ve aileden alınan borçlar	Kişisel varlıklar ve birikimler Kişisel borçlar
Mesleki Geçmiş	Meslek deneyimi Tanınmış bir uzman veya alanında büyük başarılar kazanmış biri olmak Çeşitli iş alanlarında yetenekli olmak	İş alanında deneyim Alanda orta düzeyde yönetici olmak Hizmet sektöründeki iş geçmişi
Kişisel Özellikler	Amaç odaklı olmak Yenilikçi ve idealist olmak Yüksek düzeyde özgüven sahibi olmak İstekli ve enerjik olmak Kendi kendisinin patronu olma zorunluluğu	Esnek ve toleranslı olmak Amaç odaklı olmak Yaratıcı ve gerçekçi olmak Orta düzeyde özgüven sahibi olmak İstekli ve enerjik olmak Sosyal ve ekonomik çevre ile uğraşabilme yeteneğine sahip olma
Özgeçmiş	25-35 yaş arasında işletme kurma Girişimci bir babanın olması Üniversite mezunu olmak Ailenin ilk çocuğu olmak	35-45 yaş arasında işletme kurma Girişimci bir babanın olması Üniversite mezunu olmak Ailenin ilk çocuğu olmak
Destek Grupları	Arkadaş, avukat, muhasebeciler Eş	Yakın arkadaşlar Eş Aile Profesyonel kadın grupları Meslek odaları
Kurdukları İlk İş Türü	Üretim ya da inşaat	Hizmet sektörü

Kaynak: akt: Öztürk; 2016: 45

Tablonun verdiği mesajları özetleyecek olursak; kadınlar girişimciliğe hizmet sektöründen giriş yapmaktadırlar. Bu tercihin geri planında yatan ana neden ise hizmet sektörüne girişin kolay olması, daha az sermaye ve donanım gerektirmesidir. Yine bu alanda kadınsı faaliyetlerin olması, kendi yetenek ve ilgilerine uygun alanların bu sektörden çıkma ihmali ki buna kendi bildikleri iş de diyebiliriz (Nayır, 2008: 634; Çelik ve Özdevecioğlu, 2001: 488) bu tercihi tetikleyen bir nedendir. Çalışma hayatına hizmet sektöründen giriş yapan kadın için girişimcilik geleneksel bir zeminden ilerleme göstermektedir. Şöyle ki kadınlar hem girişimcilik ideallerini hem de geleneksel cinsiyet rollerini dengelemeye çalışarak yola devam

etmektedirler. Öte yandan kadınlar -özellikle de lokanta, yemek fabrikası, kuaför salonuna sahip olanlar- işlerini büyümek yerine geleneksel zemin üzerinden (Goffe ve Scase, 1992: 45; Hancı, 2004: 37) kendi hikayelerini yaratma isteğindedirler. . Bu tablonun en nihayetindeki özeti ise bu sektörde yer alan faaliyetlerin kadın için iş ve aileyi dengeleme gibi bir fırsatı yaratmasıdır (Schindehutte vd., 2003, 95'den akt: Soysal, 2010).

Kadın ve erkek girişimcilerin mesleki ayrışma hikayesindeki en ilginç nokta ise, her iki cinsin sahip olduğu kişisel özelliklerin farklılaşmasıdır. Şöyle ki erkeklerde ikna, amaçlı olmak, yenilikçi, idealist ve özgüvenli olmak gibi girişimciliğin temel kıstaslarının birçoğunun olduğu görülmektedir. Kadınlarda ise yazarlara göre özgüven ortalama bir özelliğe sahip iken, esnek ve toleranslı davranmak, istekli ve enerjik olmak, yaratıcı ve gerçekçi olmak gibi özellikler öne çıkmaktadır. Burada dikkat çeken bir diğer nokta ise, erkeklerin kadınlara göre daha az esnek ve toleransa sahip (Özkaya, 2009: 58) olduğu yorumudur. Bu noktada farklı bir bilgi vermek gerekirse, kadın girişimcilerin bir firmanın kuruluş aşamasında ya da işe başladığı dönemlerde iş ile ilgili beklentilerini özellikle düşük seviyede tutmalarıdır. Bu tercihin geri planında yatan neden ise olası bir hayal kırıklığına uğramanın önüne geçmektir (Özen Kutaniş ve Alpaslan, 2006: 144). İşte bu nedenle kadınlar daha temkinli ve daha düşük başarıya odaklanmak (Yılmaz ve Mayatürk, 2008:111) gibi bir eğilim gösterirler.

Kadınların daha temkinli ve düşük başarıya odaklanma davranışlarının altında yatan bir diğer neden ise mesleki olarak kadın ve erkeğin ayrışan bir geçmişe sahip olmalarıdır. Şöyle ki erkeklerde mesleki deneyim girişimciliğin kapısını aralarken, kadınlarda iş alanında olan var olan deneyimler bu işlevi görmektedir. Kadınlar, alanında orta düzeyde bir yönetici vasfına sahip iken erkekler için alanında büyük başarılar kazanmış olma özelliği öne çıkmaktadır. Yine erkekler iş alanında yetenekli olmak gibi geniş bir skalada varlık gösterirken kadınlar için seçenek sadece hizmet sektörüdür. Yapılan bir çalışmada (Watkins ve Watkins'den akt: Soysal, 2010: 77) erkeklerin girişimcilik ile ilgili geçmiş deneyimleri kadınlara nazaran daha fazladır ve kadınlar işletmelerin kuruluşunda hazırlıklı değildirler” sonucuna ulaşılmıştır. Bu nedenle denilebilir ki, iş hayatında kadınlara yönelik güvensizlik, tecrübe eksikliği ve başarısızlık beklentisi gibi (Naktiyok, 2013: 83) bir durum ortaya çıkmaktadır. Bu sürecin olası sonucu ise kadın ve erkeğin kariyer algılarının farklılaşmasıdır. Erkekler için kariyer yolculuğunda hiyerarşik ve mali kazanç, kadınlarda ise işin verdiği tatmin düzeyi öne çıkmaktadır. Ve kadınlar maddi getirilere daha az önem vermektedirler (Çaha vd, 2016: 14). Kariyer konusundaki farklı algılar farklı kariyer stratejilerini de ortaya çıkarmaktadır. Erkekler daha planlı ve amaçlı yol alarak terfiye yönelik planlar yapmaktadırlar. Bu nedenle erkekler buldukları konumu kendi çabasına bağlı bir hak olarak değerlendirirler. Kadınlar ise buldukları konumdaki ilerlemeye odaklanırlar. Gelinek noktada terfi ya da yöneticilik kadınlar için bir şansın sonucudur (Çaha vd, 2016: 14).

Sonuç olarak hikâyenin sonunda, kadın ve erkeğin bulunduğu nokta doğal olarak farklılık göstermektedir. Bu anlamda erkeklerde kendi geleceğini kontrol etme isteği baş göstermektedir. Ve bu istek erkeği patronu ile anlaşamama, kendi işini kurma gibi farklı ideallere sürüklemektedir (Hancı, 2004: 20). Bu tablonun ortaya çıkmasında erkekler için ekonomik kadınlar içinse kişisel beklentilerin ön planda olması etkilidir denilebilir (Kutunis, 2003'den akt: Özkaya, 2009). Bu durumun erkekteki karşılığı zenginlik yaratmak ve ekonomik gelişme iken, kadınlar için ise iş ve aile arasında denge kurmaktan ibarettir (De Martino ve Barbato, 2003: 816'den akt: Kaygın ve Güven, 2015: 31). İşte bu nedenle girişimcilik erkekler için bir iş kararı olarak görülürken kadınlar için yaşam tercihi, aile ve kariyer beklentilerinin ortak bir noktada buluşması (Fidan ve Yılmaz, 2006: 2) şeklinde bir anlama sahiptir.

TOPLUMSAL CİNSİYET ALGISI VE KADIN GİRİŞİMCİLİĞİ

Örgütler tarihsel süreçte erkeklerin kamusal hayatta yaptığı işlerin toplamı olarak ortaya çıkmıştır denilebilir (Schein, 2007). Bu durum sektörlerin erkek merkezli olması gibi bir sonucu da yaratmıştır. İşlere yön verenlerin kuralları belirlediği tezinden yola çıkacak olursak, kadının yok sayılması ya da geriden gelmesi bu ideolojinin süreç içinde yarattığı bir sonuçtur. Cinsiyete dayalı ayrışma bu ideolojik düşüncenin yarattığı kalıplardan sadece birisidir. Dilin düşüncenin en somut hali ve toplumsal anlaşmanın bir aracı olduğu kabulünden yola çıkacak olursak, bu sürecin kendi özgün dilini dolaşıma sokması kaçınılmazdır. Dilin bir meseleyi hem öğretme hem de aktarma gibi bir işlevi vardır. Çalışma hayatında kadın ve erkeği kapsayan cinsiyetçi bir dil, geriden gelenin hikayesini şimdikine aktarmakta, gelecektekine ise öğretmektedir.

Kadınların haklarının cinsiyet eksenli nedenler ile kısıtlanması (Salkım, 2021) bu sürecin ilk akla gelen detaylarından birisidir. Bu dengesizlik kadın ve erkek aynı işi yapmasına rağmen erkeğin daha fazla kazanması ve adil olmayan bir terfi sisteminin işleme şekline kendini belli etmektedir. Benzer şekilde doğum izni ve evlilik nedeniyle iş alımlarında erkeklerin tercih edilmesi, çocuk sahibi olan erkeğin kadın gibi iş ararken ya da iş değiştirirken sorun yaşamaması verilebilecek örneklerdir. İş hayatında kadın erkek ayrımı konusunda ortaya çıkan bu tablolunun oluşmasındaki en büyük neden ise her iki cinsin verdiğimiz anlamların farklı olmasıdır. Şöyle ki iş hayatında kullanılan bazı ikilemler vardır. Mekanize-elle yapılan, vasıflı-vasıfsız, full time-part time gibi. Yaygın kanı kadınların genellikle ikinci kısım ile ilişkilendirilmesidir. Çünkü kadınların doğuştan getirdikleri özellikleri onları bu alanlarda doğal olarak yetenekli yapmaktadır. Örneğin ince işler kadın işi olarak görülür. Çünkü kadınlar bu niteliğe okulda değil evlerinde kazanmışlardır (Gelegen, 2001: 29). Bu anlayış iş hayatındaki kadın için "destekleyici bireyler" (Çaha vd, 2016: 27) şeklindeki bir tanımın da yolunu açmaktadır. İşte bu destekleyici bireylerin kazandığı para da aileye bir katkıdır. Şöyle ki çalışan kadının eve getirdiği para evi geçindiren değil aile bütçesine katkı

yapan gelir (Gelegen, 2001: 28) olarak kabul görmektedir. Bu sonuç cinsiyet ve para arasında kurulan ilişki ile açıklanabilir. Başka türlü ifade etmek gerekirse para güçtür ve gücün temsilcisi erkektir.

Erilleme (Salkım, 2021) bu aşamada kadın sorununu anlama noktasında izi sürülmesi gereken bir kavramdır. Erillemenin² erkekleştirme şeklinde çok kısa bir tanımı vardır. Kavramın detayında kadınların herhangi bir konuda eril bir fikre muhtaç olduğu düşüncesi yer almaktadır. Sözlerinin kesilmesi ya da birikimlerinin küçümsenmesi öne çıkan davranışlardır. Erillemenin nasıl yapıldığına ilişkin kısa bir tarama yapıldığı vakit bu kavramı başka kavramların da izlediğini görebiliriz. Erillemenin yapıma şekillerinden birisi manerrupting'dir ve bir kadının sözünün bir erkek tarafından gereksiz biçimde kesilmesini ifade eder³. Benzer bir diğer kavram ise Mansplaining'dir.⁴ Bir erkeğin bir kadına patronluk taslayarak açıklama yapması ve bunu kadının görüşlerini dikkate almayarak çoğu kez de sözünü keserek yapılması durumudur. Bu eylemlerde erkekler üstünlük duygusu ile hareket ederler. Son bir kavram ise Hepeating'dir⁵. Bir kadın tarafından söylendiğinde görmezden gelinen ve önemsizleştirilen bir fikrin erkek meslektaşları tarafından söylendiğinde övgüler alma ve erkeğin de bunu kabul ederek üstüne konma halidir.

Erilleme ataerkil toplumun yarattığı sayısız refleksten sadece birisidir. Atanın yani erkeğin ilk baştan beri güç sahibi olması kadının kendini bu süreçte nasıl konumlandıracağı problemini de açığa çıkarmıştır. Bu problemin kadınlar aleyhine olan pek çok sonucu vardır. İlk olarak denilebilir ki kadın ve aile arasında kurulan doğal, tartışmaya açık olmayan yüzyıllardır kabul bir gören bir anlayışın kendini sürekli güncellemesidir. Öte yandan kadının üstlendiği roller (Güldal, 2006: 70; Cam, 2003) bu anlayışın yüzyıllar boyunca yeniden üretilmesi anlamında köklü bir etkiye sahiptir. Bu rollerin kadının günlük hayatı içinde biricik olarak kabul edilmesi, iş ve yaşam arasındaki dengeyi bozucu (Çalışma Yaşamında Kadınlar Formu Raporu, 2015: 6) bir etkiye yol açmaktadır. Bu kabulün ortasında kalan kadın için iş ve özel hayat arasında denge kurmak zorlaşmaktadır. Aile hayatında erkeğe nazaran kadından beklentiler çok daha fazladır (Özkanlı ve Korkmaz, 2000). Annelik, eşlik, ev kadınlığı, akrabalık, topluluk, mesleki ve bireylik rolleri (Opprang ve Apu, 1985: 7'den akt: Gönüllü ve İçli, 2001: 85) verilebilecek birkaç örnektir. Evlenme ve çocuk sahibi olma (King vd. 2009) bütün bu roller içinde en belirleyici olandır. Hochschild (1989'dan akt: Kapız, 2002: 150) kadınların işten sonra eve döndüklerinde çocuk bakımı ve ev işleriyle uğraşmalarını ikinci vardiya olarak isimlendirmektedir. Seyman (2010) ise buna benzer bir tanımlamada çalışan kadınları iki işverenli, iki mesaili, dört vardiyalı (ev, iş, eş, çocuk) ifadeler ile tanımlamaktadır. Koçkar (2015: 207) ise kadınların terfi almasında cam tavan yerine “annelik duvarının” etkili olduğunun altını çizerek, annelik sonrası kadını bekleyen bir dizi şokun (zaman, seçenek, gelir ve statü kaybı) tercihlerin

2 <https://kelimeler.gen.tr/erilleme-nedir-ne-demek-111643>

3 <https://jigidgeronimo.com/manerrupting-bropropriating-mansplaining-ways-men-undermine-women/>

4 Man (erkek) ve explain (açıklamak) sözcüklerinin karışımıdır.

5 <https://www.businessinsider.com/what-is-hepeating-2017-9>

belirlenmesinde etkili olduğunu savunmaktadır. Diğer yandan rollerin sayısındaki fazlalık rol çatışmasını (Özkanlı ve Korkmaz, 2000: 78; Erçetin, 1997; Özbilgin ve Healy, 2004; Maya, 2012: 219) tetikleyerek başka açmazlara kadını gebe bırakmaktadır. Bütün bu koşullara bağlı olarak erkeğin çalışma hayatında yaşadığı sorunlar işe bağlı olarak nitelendirilirken kadın için aynı sorunlar kadın sorunu olarak görülmektedir. Savcı'ya (1999: 161) göre erkeklerin işgücüne katılımı “iş modeli” olarak isimlendirilirken aynı durum kadınlarda “toplumsal cinsiyet modeli” olarak karşılık bulmaktadır. Bu veri şu şekilde okunabilir; Erkeklerin işi sorunlar ve koşullar üzerinden değerlendirilirken, aynı durum kadınlar için aile ilişkileri ve kişisel özellikler üzerinden ele alınmaktadır. Kapız'a (2002: 143) göre aile, iş taleplerini engelleyen bir tehdit olarak görülmektedir. Bu iki alanı -iş ve aileyi- yönetmeye çalışmak bir çalışan sorunu olmaktan çok bir kadın sorunudur. Yani iş ve aile taleplerinin rekabeti, sadece kadını ilgilendiren bir konu olarak görülmekte ve tercihin kadın tarafından yapılması beklenmektedir”. Rol çatışması (Narin vd, 2006: 71; Özdevecioğlu ve Aktaş, 2007: 6) bu sürecin ortaya çıkardığı yan etkilerden sadece birisidir.

Erilleme anlayışının yarattığı sonuçlardan birisi de “korumacı cinsiyetçiliktir (Salkım, 2021). Kadınların narin ve duygusal olduğu tezinden yola çıkan bu cinsiyetçilik Üzümçeker'e göre (2018: 8) erkeklerin ayrıcalıklı konumlarını meşrulaştırmaktadır. Yapılan çalışmalar özellikle de kadınların korumacı cinsiyetçilik ile hem fikir olduğunu ortaya koymaktadır (Glick ve Fiske 2001'den akt: Uğurlu ve Akbaş, 2013). Bu veriyi önemsiyoruz. Zira kadınları koruma refleksi ile kendine zemin bulan korumacı cinsiyetçilik, düşmanca cinsiyetçiliği tetiklemektedir. Bu durum en nihayetinde sistemin meşruiyetine ve şiddetine

Literatür iş yaşamının cinsiyetten kaynaklı sorunları için bazı kavram setlerini bizlere sunmaktadır. Cam tavan engeli, ikinci cam tavan, ters cam tavan,⁶ beton tavan,⁷ cam merdiven,⁸ cam labirent,⁹ yapışkan zemin, yapışkan taban,¹⁰ yapışkan merdiven¹¹ (Çaha vd, 2016: 12) kadın sorunu ile bağlantılı kavramlardır. Görüldüğü üzere kadının iş hayatının karmaşık yapısı ve yaşadığı sorunlar paketi literatürü yeni kavramlar üretmeye sevk etmiştir.

Bundan bir süre önce yapılan bir araştırmada¹² Türkiye'de önemli şirketlerde üst düzey yöneticilik pozisyonunda bulunan kadınlara, iş hayatında yaşadıkları pürüzleri nasıl aştıkları soruldu. Çalışmada ulaşılan sonuçlara göre kadınlar kariyer yolculuklarında ev sorumlulukları ile ilgili yeterli desteği alamadıkları vakit iş hayatını aktif olarak sürdürmekle yetiniyor ve yükselme planlarını

6 Kadın ağırlıklı sektörlerde (sağlık vb.) erkeklerin kariyer yapmasını ifade etmektedir. <https://www.sivilsayfalar.org/sozluk/cam-tavan/>

7 Beyaz kadınlar cam tavana maruz kalırken, azınlıklara mensup kadınlar daha sert engellerle karşılaşmaktadır. <https://www.sivilsayfalar.org/sozluk/cam-tavan/>

8 Kadın ağırlıklı sektörlerde erkeklerin hızla ilerlemesini anlatır. <https://www.sivilsayfalar.org/sozluk/cam-tavan/>

9 Güç sarf ederek çıkış yolunu bulmaktır. İş hayatındaki engellerin çetrefillliğini anlatır. <https://www.sivilsayfalar.org/sozluk/cam-tavan/>

10 Kamu kurumlarında alt kademelerde çalışan kadınlar, genelde terfi olmaz ve yerlerinde kalırlar. Buna bağlı olarak ücretleri de genelde düşüktür. <https://www.sivilsayfalar.org/sozluk/cam-tavan/>

11 Şirket merdivenlerinde yükselme çabasını ve zorluğunu ifade eder. <https://www.sivilsayfalar.org/sozluk/cam-tavan/>

12 <https://home.kpmg/tr/tr/home/gorusler/2017/07/kilidi-kirmak-roportajlar.html>,

hayatından çıkarıyor. Kadınların yönetici olmasının önündeki engeller ise, kadının büyük bir şartlanma ile baştan yöneticiliği düşünmemesi, kadının anneliği engel olarak görmesi, annelik için verilen aranın zaman kaybı olarak değerlendirilmesi, evlilik ve anneliğin çalışma ya da seyahat etmeye engel olarak görülmesi bulgularına ulaşılmıştır. Erkeklerin koyduğu engeller, kadınların koyduğu engeller ve kadınların kendilerine koyduğu engeller bu çalışmada öne çıkan detaylardır.

KURUM KÜLTÜRÜ VE KADIN GİRİŞİMCİLİĞİ

Kurum kültürü, kurumun resmi olmayan örgüt yapısının karşılığıdır. Bu resmi olmayan yapılanma, kendi içinde kurumda hâkim olması beklenen bütün alışkanlıkların toplamını barındırmaktadır. Bu kalıplar, kurumun aktörü olan bireylerin yapıp etmelerine yönelik davranışlar setini ortaya çıkarmaktadır. Bahsi geçen normların kurumun aktörleri tarafından kanıksanması ile ancak bir kurum kültüründen bahsedilebilir. Bu anlamda kurum kültürü kavramı çalışma hayatı için ayrıcalıklı bir öneme sahiptir. Çünkü iyi bir kurum kültüründe cinsiyet faktörü değil, işin niteliği ve ortaya çıkardığı başarı önemlidir.

Snavely (akt: Zel; 2002: 45) ilgili makalesinde çalışma hayatında kadınların başarısız sonuçlar ile karşılaşmalarını çeşitli şekillerde gerekçelendirmektedir. Kadınların erkek çalışma arkadaşları tarafından gayri resmi iletişim ağının içine alınmaması, farklı kıstaslara bağlı olarak yöneticilik performanslarının değerlendirilmesi, yöneticilik ve ailevi sorumluluklar arasında kalmaları ve erkeklere nazaran akıl hocalarının az olması kadınların vasıflarını aşağıya çeken faktörlerdir. Yazar adı geçen çalışmasında (akt: Zel; 2002, s. 40; Negiz ve Yemen, 2011: 47-48) erkek egemen çalışma ortamlarının şekillenmesine zemin hazırlayan birkaç noktaya da dikkat çekmektedir. Kadınların tarih içindeki kalıplaşmış konumu ve erkek iş arkadaşlarıyla gayri resmi iletişim kurmakta zorluk çekmeleri, ulaştıkları yöneticilik makamlarının organizasyonların tümünü yönetme imkânı tanımaması, kariyer ve iş tanımlarının erkek değerlerine ve erkek ihtiyaçlarına uygun bir şekilde tanımlanmış olması ve erkeklerin kadınlarla birlikte çalışmaktan memnun olmamaları gibi nedenler, eril alanların oluşmasında belirleyici bir role sahiptir. Özcan (1999) ise erkek çalışanların kendi çalışma yaşamlarında grup ruhuyla hareket edip dayanışma içinde olduklarını, ağabey-kardeş ilişkisi içinde bir dayanışma örneği gösterip, aralarına bir kadın girmesinden rahatsızlık duymaları nedeniyle erkek egemen yapıların ortaya çıktığı tezini ileri sürmektedir.

Çalışan kadınlara yönelik yapılan araştırmalar bahsi geçen saptamaları doğrular niteliktedir. Erkeğin potansiyel lider olarak görülüp, kadının ikincil rolleri oynamasının beklenmesi (Klenke, 1996'den akt.: Çaha vd, 2016: 17) kurum kültürünün sonucudur. Benzer şekilde erkeklerin fikirlerinin kadınlara kıyasla daha hızlı ve kolay onaylanması (Salkım, 2021), kadının kendini ispat isteği, güvensizlik ve başarısızlık beklentisi (Soysal, 2010: 76), erkeğe karşı güçlü olmak (Aslan ve Atabey, 2007: 5), çalıştıkları kurumların bazı birimlerinde istihdam edilen kadınların rotasyona tabi tutulmaması ve bunun

sonucu olarak deneyim kazanmasının engellenmesi (Jackson, 2001), kadınların bazı mesleklere girişinin ya engellenmesi ya da zorlaştırılması (Froide, 2009'dan akt: Çaha vd, 2016), kadın ve erkekler arasındaki hak dengesizlikleri” (Salkım, 2021) kadınların genelde erkeklerden daha düşük bir sosyal pozisyonda olması (Aldrich ve Zimmer, 1986) verilebilecek diğer örneklerdir. Kurumların yarattığı bu durum “değersel bir ayrımcılıktır” (Petersen ve Togstad, 2004) 1997: 199) ve aynı kurumun parçası olan kadın ve erkek ücret, terfi ya da yükselme anlamında benzer şanslara ya da olanaklara sahip değildir.

Kurum kültüründe kadınların öksüz kaldığı noktalardan birisi de kendilerine yol gösteren rehberlerinin olmamasıdır. Çalışma hayatında yol gösterecek insanların varlığı önemlidir. Yol gösterici olan bireyler hayati bilgileri verirler, izlenecek strateji konusunda rehberdirler (Allen vd, 2004). Benzer şekilde kadınların örnek alacakları rol modellerinin az olması da (akt: Soysal, 2010) konunun ayrıntısında öne çıkan bir problemidir. Bu iki durumun hem nedeni hem de sonucu ise kadınların örgütlenme konusundaki bilgisizliğidir (Özkaya, 2009: 67). Bir araya gelmenin sonucu olan örgütlenme öğrenmenin, korunmanın, mücadelenin, organize olmanın, amaç odaklı olmak ve deneyim aktarımının en önemli aşamasıdır. Kadın çalışanlar örgütlenemedikleri için korunamıyorlar, mücadele alanı açamıyorlar ve organize olma konusunda bazı açmazlar yaşıyorlar.

Çalışma hayatı formal ve enformel ilişki ağlarının bir toplamıdır. Formal ilişki ağında biçimsellik, resmiyet ve usule uygun olma gibi davranışlar söz konusu iken enformel ilişki ise kayıt dışı ilişkilerin toplamıdır. Bu iki ilişki türü çalışan birey için farklı avantajlar sağlamaktadır. Kadın çalışanlar açısından bu iki ilişki ağı aynı ağırlıkta kadının hayatında yer almamaktadır. Konuya biraz açıklık getirmek gerekirse; enformel ilişkiler, iş hayatında yukarı doğru tırmanmanın gereklerindedir. Bu tür ilişkiler, bilgi değiş tokuşunun yanı sıra, kariyer planlamasını, strateji geliştirmeyi, profesyonel destek ve görünürlüğü arttırmaktadır. Dolayısıyla sosyal sermaye bu süreçte önemli bir etken olarak karşımıza çıkmaktadır (akt: Çaha vd, 2016). İş yaşamında sosyal sermaye günlük çalışma ortamı bağlamında, gelecekte kişisel ilişkiler oluşturma anlamına gelir. Bu ilişkilerin çeşitliliği, miktarı ve gücü, bireyin daha fazla sermaye (itibar, kredi, güç) oluşturmaya için bir ön hazırlıktır. Kariyerleri boyunca işe yeni başlayanlar, kariyerlerinin başından itibaren güçlü akıl hocaları tarafından desteklenirse, sosyal ağlar yoluyla bu sermayelerini biriktirebilir. Akıl hocaları geri planda hami ve denetleyici olarak işlev görürler, bağlantılar kurulmasına yardımcı olur ve korumaları altındakilerin yeterliğine katkıda bulunurlar. Denilebilir ki enformel ilişki ağları birey için sosyal sermaye oluşturma bir yoldur. Sosyal sermaye, bireyin ilişkiler ve üyelikler yoluyla fayda sağlamasıdır. Bu sermaye kurumlar ve bireyler arasında bağ oluşturan bir sermaye türüdür. Sosyal sermayesi güçlü olan bireylerin aktif ilişkileri vardır. İşbirliğine dayalı ortamların güvenilir, aktif bireyi olma şansları oldukça yüksektir. Çalışan her birey kadın ya da erkek olsun

eldeki kaynakları daha etkin ve verimli kullanmak için birlikte çalışmaya ihtiyaç duyarlar. Böylece her birey bu sermayenin sağladığı kazanç ile ortak faydaya dayalı iş birliğine uygun davranışlar sergilerler. Böylece bu sermayeye sahip olan her birey kendince kazanır. Formel ilişki içinde çalışanlar, işin rutinine yönelik adımları atmakta ve resmiyete dayalı bir ilişki kurmaktadır. Bu ilişki türünde bireyin kendine yatırım yapması biraz zordur. Çünkü ilişki türü formeldir. Katı ve net kuralları vardır. Ve bu kuralların dışına çıkmak ya da kuralları esnetmek ve başka insanların gücüne ulaşmak zannedildiği kadar kolay değildir. İşte bu katılığı esnetmenin ve ihtiyaç duyulan kazanımın edinilmesinin yolu enformel ilişkiye yönelmektir. Kadın ve erkeğin özellikle de enformel ağlara katılma durumu birbirinden farklılık göstermektedir. Erkekler terfi gücüne sahip olan bireyler ile enformel ağlar yoluyla iletişim kurmakta ve kariyerlerinde çok hızlı yol almaktadırlar. Bir başka açıdan da erkekler işlerinde yaşadıkları sorunları ve isteklerini bu ağlar yoluyla ilgiliye aktarmaktadırlar. Kadınlar ise bu ağlardan oldukça uzaktır. İş hayatında sadece formel ilişki ağlarına katılan kadınlar çalışma hayatlarının sınırlarını bu ağ ile belirliyor. Haliyle kadınların kazanımları erkeklere göre nispeten daha az olmaktadır. Hatta kadınların bu tercihi bu ağların ilişkilerine alışık olanlar tarafından “işinden memnun ve buna ihtiyaç duymuyor” şeklindeki bir algıyı da yaratmaktadır. Literatür kurulan bu ilişkinin sağladığı yararı “Cam Asansör” kavramı ile karşılıyor. Cam asansör enformel ilişki ağlarından istediğini alan erkeklerin anlatımında kullanılmaktadır (akt: Çaha vd, 2016: 21).

TED KONUŞMALARI ÖRNEK METİNLERİN İÇERİK ANALİZİ¹³

Deepa Narayan: Kadınları Susturan 7 Alışkanlık ve Bunlar Nasıl Unutulur?¹⁴

“Kadınları susturan yedi alışkanlık” başlıklı konuşma erkek ve kadın olmanın, kültürel olarak nasıl inşa edildiğine odaklanmaktadır. Genetik ve biyolojik boyutu bir kenara bırakırsak, yetiştirilme şeklimiz gelecek profilimiz hakkında az çok bilgi vermektedir. Bireyler çocukluk dönemlerinde pek çok öğrenmeye maruz kalırlar. Cinsiyet rollerine yönelik öğrenmeler bu konuşmanın ana çıkış noktasını oluşturmaktadır. Metine sadık kalarak devam edecek olursak; kız çocukları çok küçük yaşlardan itibaren kendilerini ayarlamayı öğrenirler. Ayarlama kelimesinin detayında, uygun duruma getirmek, gereğini uygun biçimde yapmak, düzene sokmak gibi kalıplar karşımıza çıkmaktadır. Narayan’a göre ayarlamayı çok küçük yaşta öğrenen kadın için, bu öğrenme aslında var olmamanın, görünmemenin bir karşılığıdır. Şöyle ki hayalet kız çocukları geleceğin hayalet kadınlarıdır. Kendine ait olan hakkında konuşmamak bu saptamanın verdiği güçlü bir mesajdır. Yapılana ses çıkarma itiraz etmenin ilk ve belki de en önemli aşamasıdır. İtiraz edemeyen birisi için korku ve sinme davranışları doğal bir reflekse dönüşür. İşte bu nedenle kadınlar iş hayatında pazarlık etmiyorlar. Kendi değerlerini olanın altında

¹³ Metinlerin orijinal hali dipnot ile verilmiştir.

¹⁴ https://www.ted.com/talks/deepa_narayan_7_beliefs_that_can_silence_women_and_how_to_unlearn_them/transcript?language=tr

görüyorlar ve hak ettiklerini isteme noktasında kararlı bir tavır göstermiyorlar. Utanma duygusu ile çok küçük yaşlarda tanışan kadın için, işinde istediğini talep etmek sanıldığı kadar kolay olmayacaktır.

İş hayatı talepler ve hayaller üzerine kuruludur. Metinde belirtildiği üzere kız çocukları, hayallerini ve arzularını başkalarını mutlu etmek üzere feda ediyor. Başkalarını mutlu etmek telaşı kadının hayatının bir parçası olunca “her şey bana uyar” mantığı da doğal bir davranışa evrilmektedir. Cümleyi birebir kullanmak gerekirse “*ben esneğim, diğerleri beni nasıl isterse öyle oluyorum*” cümlesi kadın ve erkek çalışan arasındaki bahsi geçen farkın belki de en net cümlesidir. Hatırlanacağı üzere kadın ve erkekleri iş hayatında belli kriterlere göre kıyaslayan tabloda, kişisel özellikler bölümünde kadın için esnek ve toleranslı olmak seçeneği mevcuttu. Erkeklerin kişisel özellikleri arasında bu seçeneğin olmaması elbette ki bir tesadüfün sonucu değildir. Kadınlar aslında bildikleri yerden yola çıkıyorlar. Küçük yaşlarda öğrenilen esnek olmayı ileriki yaşlarda da bilinen bir davranış olması nedeni ile tercih ediyorlar.

Sorumluluğun arzudan daha da önemli olması bu hikâyeyi tamamlayan bir diğer detaydır. Hayatlarını ve arzularını feda eden kadınlar için bu vazgeçişin boşluğu sorumluluk duygusu ile doldurulmaktadır. Ve bu sorumluluk çok uzun soluklu bir maraton gibidir. Sorumluluğun arzudan daha önemli olması iyi bir kız çocuğu ya da kadının tanımı olarak karşımıza çıkmaktadır. Şefkatli, dürüst ve itaatkâr gibi kavramları içinde barındıran bu iyilik hali, kadını “artık” haline getirmektedir. Hayatı sadece görevlerini yerine getirmekten ibaret olan kadın için, çevresindekilerin yorumu ise “sıkıcı”dır. Bütün bu anlatıların özeti ise kadın için meslek hayatında kopuşun kaçınılmaz olduğudur. Bu kopuş onun iş hayatında riske girme ya da yeni adımlar atma noktasında prangası olmaktadır. Çünkü bahsi geçen bütün bu alışkanlıklar bağımlılık davranışının temellerini atıyor. Kadınlar ya birine ya bir kuruma ya da sistemin içindeki başka bir güce bağımlı olarak hayata devam ediyorlar. Tekrar “ayarlama” kelimesine dönecek olursak; kadınlar için kadın olmanın karşılığı olan bu ifade erkek için de gücü ve otoriteyi ele almanın bir öğrenmesini oluşturmaktadır. Erilleme ve korumacı cinsiyetçiliğin çıkış hikayesini bu öğrenmelerden bağımsız düşünemeyiz.

Sherly Sandberg: Neden Az Sayıda Kadın Lider Var?¹⁵

Sherly Sandberg ilgili konuşmasında, iş hayatında var olan kadın hikâyelerinin değişmesi için üç mesaja yer veriyor. İlk olarak çalışma hayatında masanın etrafında yer almayan kadınların varlığına dikkat çekiyor. Ona göre kadınların kendi yeteneklerini azımsaması gibi yapısal bir sorun bulunmaktadır. Bu kabul, kadının işindeki pazarlık girişimini de etkilemektedir. Kadın ve erkek duruşu bu noktada oldukça ayrılmaktadır. Şöyle ki erkekler daha planlı ve amaçlı yol alarak terfiye yönelik planlar yapmaktadırlar. Bu nedenle erkekler buldukları konumu kendi çabasının bir sonucu olarak görmektedirler. Kadınlar ise rutinleri yapmayı

15 https://www.ted.com/talks/sherly_sandberg_why_we_have_too_few_women_leaders?language=tr

tercih ederek, bulunduğu konumdaki en iyi şeyi yapmaya odaklanmaktadır. Gelineen noktada elde edilen terfi ya da yöneticilik kadınlar için bir şansın sonucudur. Görüldüğü üzere kadın ve erkek için elde edilen kazanımların içine yerleştirildiği kavramlar farklılaşmaktadır. Kadınlar daha işin en başında hak edilen bir başarıyı şansın sonucu olarak görme tavrına yöneliyorlar. Mevcut kazanım rastlantısal olarak elde edilen ve mantıklı bir açıklaması olmayan bir durumun sonucudur. İşte bu nedenle kadınlar planlı ve amaç odaklı olarak hareket edemiyorlar. Bu durum en nihayetinde masaya oturmada çekingen davranan, kendi mesleki geleceğini, masaya uzak bir köşeden izlemeyi tercih eden kadın profillerini yaratmaktadır. Sandberg bu gözlemi destekleyen başka bir saptama ile konunun detayına inmektedir. Başarı ve başkaları tarafından sevilme arasında kurulan ilişki erkekler için doğru orantılı iken kadınlar için grafiğin seyri ters orantılıdır. Daha basit olarak ifade etmek gerekirse erkeklerin başarısı arttıkça başkaları tarafından sevilme oranları da artmaktadır. Ancak kadınlar için tam tersi bir şekilde başarı artışı sevilme oranlarını aşağıya çekmektedir. Sandberg'e göre kadınları masanın etrafından uzaklaştıran düşünceler bu şekilde olgunlaşıyor. Kadın belki de ortaya çıkan bu tabloda bir mücadele alanının içine çekilmek ve yıpranmak konusunda tereddütler yaşıyor olabilir. Hayal kırıklığı yaşamının getireceği psikolojik sarsıntılardan kendini korumak adına bir çeşit bir savunma mekanizması ile bu tavrı özellikle tercih ediyor denilebilir.

İkinci mesaj ise kadının hayatındaki partnerin sürece dahil olma biçimidir. Bu süreci yaratan nedenleri kadın ve erkeğin penceresinden ayrı ayrı değerlendirmek mümkündür. Sandberg'e göre toplumun yapısal dinamiklerinin yarattığı belli ideallere, normlara ve rol tanımlarına yerleştirilen bir erkeklik tanımı vardır. Tam bir erkek olmanın reçetesini sunan toplum için erkek, en iyi olan, hata yapmayan, bütün girişimlerinden başarılı çıkarak mücadeleyi hakkıyla verendir. İşinde fazla çaba gösteren, risk alan bir erkek evde ikinci bir mesainin içine giremez. Çünkü kamusal hayatta kendinden bekleneni fazlasıyla yerine getiren erkek için kamusal hayatın bittiği anda gün de bitmektedir. Kısacası erkek için kamusal ve özel alan ayrımı çok nettir. Kadın için ise böyle bir ayrım yoktur. Kadınlar için iş ve aile arasında denge kurma refleksi çok canlıdır. Çünkü erkekler için ekonomik beklentiler öne çıkarken, kadınlar kişisel beklentiler üzerinden çalışma hayatında tutunmaya çalışmaktadır. En nihayetinde bu beklentilerin erkekteki karşılığı zenginlik yaratmak ve ekonomik gelişme iken, kadındaki karşılığı ise iş ve aile arasında denge kurmaktır. Kadın için denge kurma çabası meslekle ilgili olarak alınmak istenen her kararda öncelikli bir etkiye sahiptir. Örneğin girişimci olmak erkekler için "bir iş kararı" olarak görülürken, kadınlar için yaşam tercihi, aile ve kariyer ve beklentilerinin ortak bir noktada buluşmasıdır. Erkeğin çalışma hayatında yaşadığı sorunlar işe bağlı olarak nitelendirilirken kadın için aynı sorunlar kadın sorunu olarak görülmektedir. Erkeklerin işi sorunlar ve koşullar üzerinden değerlendirilirken, aynı durum kadınlar için aile ilişkileri ve kişisel

özellikler üzerinden ele alınmaktadır. Aile faktörü kadın için iş taleplerini engelleyen bir tehdit olarak görülmektedir. Bu iki alanı yönetmeye çalışmak bir çalışan sorunu olmaktan çok bir kadın sorunudur. Yani iş ve aile taleplerinin rekabeti sadece kadını ilgilendiren bir konu olarak görülmekte ve tercihin kadın tarafından yapılması beklenmektedir.

Üçüncü mesaj ise tüm kadınlar için uyarıcı olması nedeniyle oldukça anlamlıdır denilebilir. Sandberg'e göre iş ve aile dengesini kurma telaşında olan kadınlar için bazı kararların erken alınması mesleki ilerleme açısından bir risktir. Kadınlar genellikle 20-30'lu yaşlarda, evlilik planları yapmakta, bu nedenle de niteliklerini arttırmaya yönelik eğitim gibi unsurları göz ardı etmektedirler. Çalışan kadınlar açısından 30-40'lı yaşlar iş hayatındaki kadının kariyer ile ilgili kararın verildiği dönem olarak dikkat çekmektedir. Kariyer odaklı kadınlar 30'lu yaşların başında çocuk düşüncesini ertelemekte veya iptal etmektedir. Aile odaklı kadınlar ise en geç 30'lu yaşların başında çocuk sahibi olmaya karar vermektedir. Evlilik ve çocuk yapma kararı istisnalar olmakla birlikte her kadının planları dâhilindedir. Ancak bu planların yönetilme şekli ya da bu planlar ile ilgili olarak alınan kararlardaki zaman tercihi, kadın için bir çıkmaz sokaktır. Yazara göre kadınlar hem evlilik kurumunun kendi hayatlarında yaratacağı etkiyi çok erken düşünüyor hem de evlilik nedeniyle iş hayatında yaşayacağı kısa süreli ayrılığa hazırlık yapmıyor. Hangi meslek grubu olursa olsun her birey mesleki ilerlemenin kurallarını bilir. Terfi ve yükselmenin kuralları daha en baştan konulmuştur. Erkek çalışanlar mesleğe ilk adım attıkları andan itibaren kademeli bir şekilde ilerlemenin planlarını yaparken, kadınlar için hikâye başka bir yöne doğru evirilmektedir. Sandberg'e göre kadın işin daha en başında işe yönelik planlar yapmak yerine evliliğe yönelik planlar yaparak özel hayatı kamusal hayatına göre dizayn etme davranışı göstermektedir. Mesleki hırsları ve idealleri olmasına rağmen özel hayatın bazı rollerini hakkıyla vermek konusundaki tedirginliği yazara göre kadını temkinli ve çekingen bir hale getirmektedir. Kamusal ve özel hayatın dengelenmesi meselesinde zorlanacağına ve eksik kalacağına dair kaygılar, kadını vasat ve standartlar içinde kalmaya sevk ediyor denilebilir. Ve kadınlar bu kaygıları çok erkenden taşımaya başlıyorlar. Henüz evlilik kararı bile alınmamışken çocuk sorumluluğu dahi yokken gelecek kaygısını, yaşadığı sürece transfer ederek günün doğrularını belirlemektedir.

Sandberg'e göre ikinci bir mesele ise kamusal ve özel hayatın dengelenmesi planlarının kadınlar tarafından düşünülüyor olmasıdır. Bilindiği üzere evlilik kararı alan ve çocuk sahibi olmak isteyen her kadın için mesleğe ara vermek kaçınılmazdır. Verilen bu aranın kadın için kayıp yıllar olarak görülmemesi kadınlar tarafından atılacak olan adımlara bağlıdır. Her şeyden önce verilecek olan ara hesaplanarak ve öncesinden bütün hazırlıklar yapılarak işe dönüşüm planlamasının çok iyi yapılması gerekmektedir. Bu planlama yapılmadığı vakit kadının bazı sonuçlar ile karşılaşması kaçınılmazdır. Bu hazırlık olmadığı zaman kadına iş hayatında ihtiyaç olmayacağı şeklinde bir düşünce de oluşacaktır. Çünkü

bir erkek kadının yokluğunda gerekli atakları yaparak kadına olan ihtiyacı ortadan kaldıracaktır. Kadın bu süreçte çocuğu ve evliliği hayatına sığdırma mücadelesi verirken iş hayatının dinamiklerini ıskalayacaktır. Bu durumun farkında olan kadınlar da kendine ihtiyaç duyulmayacağını ve kendisinin de hazırlıklı olmadığını biliyor. Yazara göre kadınlar bu nedenle masaya oturmuyor, pazarlık yapmıyor ve terfi için mücadele etmiyor. Çünkü hayatı hamile kaldığı ya da evlendiği an itibari ile donduruyor. Donuk vaziyette duran kadın için dışarda iş hayatı bütün canlılığı ile devam ederken, kendini geri çekmenin sonuçlarını yaşıyor.

Carla Harris: İş yerinde Daha Öne Geçmenize Yardım Edecek Kişi Nasıl Bulunur?¹⁶

Kadınlar için kapalı kapıların ardında onların lehine tartışan birileri var mı? Üzerine çok fazla düşünülmeyen belki de önemsenmeyen bu konu Harris'e göre kadının mesleki performansı açısından önemli ve ilginç bir detaydır. Çalışan her birey meslekte çıkarlarını savunacak ve onun yerine masaya yumruğunu vuracak bir destekçiye ihtiyaç duyar. Zira iş hayatında insan ögesinin olmadığı bir değerlendirme süreci yoktur. Yani siz çok iyi özelliklere sahip olsanız da birilerinin sizi ortama tanıtması ve değerlendirmesi, vasıflarınızı görünür yapması gerekecektir. Çünkü her işin özünde bir parça da olsa öznellik vardır. Destekçi insanlar strateji belirlenmesi noktasında kritik bir role sahiptirler. Destekçi edinmek bu kadar kritik ise bir kadın kendi destekçisini nasıl edinebilir? Harris'e göre performans ve ilişkiler destekçi edinmenin iki yoludur. Konuyu detaylandırarak olursa, performans büyük bir istek ve güçtür. Aynı zamanda erişilebilecek en iyi derecedir. Bir bireyin kendini göstermesinin ve karşı tarafa etkili bir mesaj vermesinin en etkili yoludur. İşte performans akçesi sizden istenileni ve bunun biraz fazlasını verdiğinizde oluşur. Bu, çalışanın kendi değerini artırmasının da yoludur aynı zamanda. Performans akçesi yazara göre üç nedenden ötürü oldukça kıymetlidir. İlk olarak sayısız insan içinde sizin fark edilmenizi sağlar. Meslekte ihtiyaç duyulan sermayelerin oluşması anlamında itibarınız görünür olur. İkinci ve en önemlisi ise performansınız iyi ise terfi etmek daha ulaşılır bir amaç haline gelir. Sizi terfi etmek istemeyenlere karşı elinizde çok önemli bir kozu bulundurursunuz. Sonucusu ise o ihtiyaç duyulan destekçinin dikkatini kendinize çekersiniz. Çalışanda ışık gören bir destekçi hayati bilgileri verecek ve strateji belirlenmesi konusunda gücünü açmaktan çekinmeyecektir. Yani yatırım yapacaktır. İkinci geçer akçe ise ilişkiler ağına dâhil olmadır. İlişkiler, iş hayatında yukarı doğru tırmanmanın gereklerindedir. Bu tür ilişkiler, bilgi değiş tokuşunun yanı sıra, kariyer planlamasını, strateji geliştirmeyi, profesyonel destek ve görünürlüğü arttırmaktadır. Dolayısıyla sosyal sermaye bu süreçte önemli bir etken olarak karşımıza çıkmaktadır. Sosyal sermaye, bireyin ilişkiler ve üyelikler yoluyla fayda sağlamasıdır. İtibar, kredi, güç, sosyal ağlar yoluyla bu sermaye biriktirebilir. İş hayatında bizlerin de yatırım yaptığımız ve temas halinde olduğumuz insanlar

16 https://www.ted.com/talks/carla_harris_how_to_find_the_person_who_can_help_you_get_ahead_at_work?language=tr

vardır. İş hayatı etkileşimi ve ilişki ağlarını canlı tutmayı gerektirmektedir. İlişkilerimizin gücü çevremizin de gücünü belirler. İlişki kurmadan görünür olmak ve destekçi edinmek pek olası değildir. O nedenle kadınların zamanlarını standartları sağlamak yerine ilişki kurmaya, girişken olmaya ve diğer insanları tanımaya çalışarak geçirmesi gerekmektedir. İlişki ağlarına dâhil olarak diğer insanların sizde var olan potansiyeli görmesinin önü açılır. Denilebilir ki diğerleri bizleri tanıdıktan sonra onlardan yardım isteyip destekçi olmasını talep edebiliriz.

Son olarak seçilecek destekçilerin de bazı özellikleri olmalıdır. Masada söz sahibi olacak bir etkiye sahip olmak, güvenilir bir kimliğin varlığı ve gücünün görünür olması gibi özellikler öne çıkmalıdır. Kadınlar için kişisel ve mesleki paydaş ağının oluşması zaman geçirilen kişinin niteliği ile bağlantılıdır denilebilir. Erkek çalışanların kendi çalışma yaşamlarında grup ruhuyla hareket edip dayanışma içinde oldukları, ağabey-kardeş ilişkisi içinde bir dayanışma örneği gösterdikleri bilinen bir gerçektir. Erkekler terfi gücüne sahip olan bireyler ile enformel ağlar yoluyla iletişim kurmakta ve kariyerlerinde çok hızlı yol almaktadırlar. Erkekler işlerinde yaşadıkları sorunları ve istekleri de bu ağlar yoluyla ilgiliye aktarırlar. Yeniler daha kıdemlilere, terfi olanlar henüz terfi olmayanlara yetkin gözülle bakar. Bireyin kendinden farklı insanlar ile ilişki kurma kapasitesi belirleyici bir öneme sahiptir ki bu farklılık türlü şekillerde olabilir. Fiziksel, biyolojik, politik, kültürel sosyo-ekonomik ya da fonksiyonel farklılık bu ele alışıta altı çizilmesi gerek niteliklerdir.

Son olarak daha önceki TED konuşmalarından birisine atıf yapmak gerekirse Narayana kadınları susturan, onları silik duruma getiren 7 alışkanlıktan bahsetmişti. Kadınlara çok küçük yaştan itibaren öğretilen bu alışkanlıklardan birisi de “kadınlara güvenme” şeklindeki bir telkindir. Harris’in konuşmasını dikkate aldığımızda, öğretilen bilgi ile ihtiyaç duyulan yardım çelişmektedir. Yani kadınların iş hayatında başka kadın destekçilere ihtiyacı vardır. Ancak bu ihtiyaç çok erken bir dönemde kadınların zihninde bir tehlike olarak tasarlanıyor. İşte belki de bu nedenle kadınlar örgütlenme konusunda bilgisizler. Örgütlenme öğrenmenin, korunmanın, mücadelenin, organize olmanın, amaç odaklı olmak ve deneyim aktarımının en önemli yolu olduğu için önemlidir.

Caroline Paul: Cesur Kızlar Yetiştirmek İçin Macerayı Teşvik Edin¹⁷

Benlik her bireyin kendine yönelik oluşturduğu algıların toplamıdır. Bu algılar içinde bireyin hayatında yer alan sayısız insanın edimleri ve söylemleri de vardır. Yani benliğimiz bir ayna gibidir ve aynada en çok görülen suret bizi en çok etkileyendir. Benlik çok uzun soluklu bir arayışın ve mücadelenin sonucunda oluşmaktadır. Benlik canlı ve diridir. Sürekli ona yatırım yapmak ve onu çok iyi beslemek gerekir. Çünkü insan hayatı boyunca “ben olma” savaşı veren bir canlıdır. Örnek metnin sahibi olan Paul’e göre kız ve erkek çocuklarının benlik oluşum süreci farklı kavramlar üzerinden ilerlemektedir. Güçlü olmak ve cesur davranmak erkek

17 https://www.ted.com/talks/caroline_paul_to_raise_brave_girls_encourage_adventure?language=tr

benliğine yakışan kavramlar iken riskten ve cesaretten kaçınmak, temkinli olmak kız çocuğunun benliğinin etiketidir. Bu saptamayı önemsiyoruz. Çünkü çalışan kadınla ilgili olarak yapılan saha çalışmalarında kadınların cesaretli olma, kararlı olma, kendine güven, bağımsızlık, rekabetçilik, riske girme gibi davranışlardan kaçındığı görülmektedir. Paul'e göre ortaya çıkan bu sonuç parkta riskli oyun oynaması ve risk alması engellenen kız çocuğunun hikâyesinden bağımsız değildir. Cesaretin kadına neden yakıştırılmadığı örnek konuşma metninin ana gövdesini oluşturmaktadır. Burada sadece bir kavram üzerinden gitmek yerine, soruyu şöyle sormak daha yerinde olacaktır. Kız ve erkek çocuklarının benliğine yerleştirdiğimiz kavramlar neden farklı? Paul'e göre ailelerin, kız çocuklarından daha ürkek olması gibi yapısal bir durum vardır. Kız ve erkek çocukları aynı oyun alanı içinde benzer oyunları oynarken ailelerin çocuklara verdiği komutlar oldukça farklıdır. Kız çocuklarına içinde dikkat kelimesinin geçtiği sayısız cümle kurulurken erkek çocuklarına kaygıları giderici komutlar verilmektedir. Hatta erkek çocuk riskle beraber, kendi başına oynama davranışına özellikle sevk edilir. Bu tavır büyüme aşamasında olan ve dıştan gelen seslere göre kendini hizaya getiren çocuk için hayata yönelik genellemenin de bir öğrenmesini oluşturuyor. Kızlar narin iken erkekler zorun üstesinden tek başına gelebilen bir insan olarak var ediliyor. Parkta riskli durumlarda korkması öğretilen bir kız çocuğu, büyüüp itfaiye eri olduğunda yine korkması, temkinli olması ve mümkünse cesaretvari eylemlerden kaçınması bekleniyor. Öğrenilen korku ve öğrenilmeyen deneyim bir araya geldiği vakit kadınlar büyüye dahi o parktaki küçük kız çocuğu olarak kalmaya mahkûm bırakılıyorlar. Paul'e göre parkta öğrenilmeyen deneyimler kadınlarla kalmaya devam ederek türlü şekillerde kendini gösteriyor. Yüksek sesle konuşmakta tereddüt etmek, beğenilmek için gösterilen tevazu, karar vermede yaşanan güvensizlik gibi. Kadınlar riskli oyunlardan uzak tutularak riskle karşılaşmasına izin verilmediği için esnek ve toleranslı olmayı tercih ediyorlar. Erkek çocuklar riskli ve cesaret alacakları oyunlar ile çok küçük yaşta tanışarak, risk yönetimini öğreniyorlar denilebilir. Erkeklerin rekabetçi olması, kontrolü elinde bulundurma isteği, kazanma güdüsü gibi pek çok duygunun temeli çok küçük yaşlarda parklardaki riskli oyunlar ile atılıyor.

Sherly Sandberg: Sınırlarımızı Zorladık. Peki Şimdi Ne Olacak?¹⁸

Sandberg ilgili konuşmasında, “patronluk taslayan kız çocuğu var olmayan bir beceriyi varmış gibi gösterme gayreti içinde değildir” tezini işlemektedir. Kız çocukları tam aksine kendinde olan liderlik ve yönetim yeteneğini dışa vurmak için büyük bir çaba harcıyor. Kız çocuğunun bu gerçek ve somut çabası çoğu kez hayal olarak görülmektedir. Yine kız çocuğu bu çabası ile özgün olduğunun da mücadelesini veriyor denilebilir. Aynı çaba erkek çocuk için olağan ve doğal olarak görülürken, kız çocukları hayali bir rol oynamanın içine yerleştirilmektedir. Çocukluk kazanımlarının en nihayetinde karşımıza çıkardığı sonuç ise, silik kalan,

mesleki başarısının karşılığını alamayan ve çalışma hayatında destekleyici bireyler olarak kalmayı tercih eden kadın profilleridir. İşte bu nedenle kadınların haneye sağladığı kazanç, evi geçindiren değil aile bütçesine katkı sağlayan gelir olarak görülmektedir.

Erkekler işinin patronu olma düşüncesi ile evirilmekte ve patron kelimesinin gerçekçi anlamı ile çok küçük yaşta tanışmaktadır. İşten alacağı tatminin, kontrolü elinde bulundurmaktan geçtiğini bilen erkek için zirveye ulaşmak artık bir zorunluluktur. Kadınların özellikleri ise doğaldır ve doğustandır. O nedenle kadınlara özgü davranışlar vasıf olarak değerlendirilmez. Kadın bu nedenle destekleyici bir birey olarak görülür. Metinde yer alan bir ifadeye atıf yapacak olursak, dünyanın bazı bölgelerinde kadınlar “artık” yani “herhangi bir şeyden geriye kalan” oldukları düşüncesi ile büyüyorlar.

Casey Brown: Değerinizi Bilin ve İsteyin¹⁹

Ücret, yapılan işe göre birey için başarıma duygusunu harekete geçirme özelliğine sahiptir. Meslekte yarattığı farkın bir neticesi olarak ücret sembolik bir mutluluk ve başarı duygusunun karşılığı da olabilmektedir. Bu duygular bireyin mesleki hayatındaki tatmin duygusunun harekete geçirilmesi ve mesleki doyumluk açısından da işlevseldir. Yapılan işin karşılığı olarak alınan ücret yeri geldiğinde bireyin hem çalıştığı kurum hem de toplumsal yaşantısındaki statüsünü gösteren bir belgedir. Denilebilir ki bireyin aldığı ücret ile saygınlık kazanma, toplumsal kabul görme, statü kazanma ve güven duygusu inşa etme çabaları arasında doğru orantılı bir ilişki vardır. Kadın ve erkek çalışan için yapılan işin niteliği belli ise emeğin karşılığı olan ücretin farklılaşması nasıl açıklanabilir? Değersel ayrımcılık bu sorunun ilk akla gelen yanıtlarından birisidir. Erkek çalışanlar kadın çalışanlardan farklı olarak, kendi değerlerinin farkındadırlar. Bu farkındalık erkekleri mesleki mücadelede daha talepkar ve cesur yapmaktadır. Kadınlar için ise bu mücadele korkarak ya da kendini aşağıya çekerek verilmektedir. Kadının gelecekte kendini meslekte görmek istediği yer konusunda yansıttığı izlenim, diğerleri tarafından kadının değerinin belirlenmesinde etkili olmaktadır. Erkekler mali kazanç ve hiyerarşiye önem vererek kendi pazarlarını ve doğal olarak değerlerini yukarı çekiyorlar. Bu girişim erkeğe liderliğin de kapılarını aralamaktadır. Kadın için ise hikâye tam aksi bir yönde ilerliyor. Mali kazanç ve hiyerarşiye önem vermeyen, daha en baştan zirveyi düşünmeyen, işleri oluruna bırakarak olduğu kadar ilerlemeyi hedefleyen kadın profilleri bulunmaktadır. Geriden gelmeyi bir şekilde kabul eden kadına, iş hayatında destekleyici işler yapabileceği pozisyonlar yaratılarak, kadının rolü de belirlenmektedir. Pek çok sektörde esas unvanın yardımcısı konumunda bulunan sayısız kadın vardır. Brown’a göre kadın ve erkek çalışan arasında ortaya çıkan bu mesleki fark, değerini isteme tavrı ile yakından ilgilidir. Erkekler yaptıkları işlerle övünmeyi tercih ederek kendi değerini yaratma ve bunda ısrarcı olma konusunda daha girişken olabiliyorlar. Çünkü bu hamlesi ile kendi değerini

19 https://www.ted.com/talks/casey_brown_know_your_worth_and_then_ask_for_it?language=tr

belirlemeyi başkalarına bırakmıyor ve inisiyatifi eline alıyor. Kadın ise Brown'ın da belirttiği üzere tam aksine övünmeyi sevmiyor. Kendi değerini görünür yapacak eylemlerden özellikle kaçınarak işleri bir anlamda olurlarına bırakmayı tercih ediyor. Kadın ve erkek çalışanın kendi değerini belirleme konusunda gösterdikleri farklı tavırlar, en nihayetinde ücret uygulamalarındaki farklılığı da yaratıyor. Erkek çalışan için değerinin yüksek olmasının mutlak maddi bir karşılığı vardır. Daha önce de belirtildiği gibi erkek için ekonomik kazancın tatminkâr olması önemlidir. İşte erkek bu beklentinin meslekteki karşılığını alabilmek adına kendi değerinin sınırlarını çizerek bir nevi bir hak mücadelesine girmektedir.

SONUÇ

Çalışmanın giriş bölümünde sorduğumuz soruyu sonuç bölümüne de taşıyacak olursak “bir işin yapısı gereği yapılacak olanlar belli ise kadın ve erkek arasındaki farkı neden konuşuyoruz?” Kadın meseleleri her konuda olduğu gibi çalışma hayatında da güncelliğini korumaktadır. Bu çalışma kapsamında bu durumun olası nedenleri TED konuşmalarının satır aralarında aranmıştır. Çalışmanın temel bulguları aşağıdaki biçimde özetlenebilir:

1. Kız ve erkek çocuklarının gelişim dönemlerinde onlara verilen mesajlar açısından ebeveynler adil davranmıyorlar. Risk, cesaret ve bunların uzantısı olan sıfatlar erkek çocuğun nitelikleri olarak görülürken, kız çocukları onları daha da silik yapacak kavram setleri ile büyütülüyor. En nihayetinde kız çocukları öğrenilen korku ve öğrenilmeyen deneyim şeklinde ikili bir sarmalın ortasında kalmaktadır.
2. İlk maddede verilen mesajı başka türlü tamamlayacak olursak; kız çocuklarının verdiği mesajların dışardaki yetişkinler tarafından doğru kavranması gerekmektedir. Kendi liderlik ve özgünlüğünü farklı şekilde ortaya çıkarma çabası gösteren kız çocukları için, “patronluk taslamak” “kendini ayarlamak” gibi ifadeler ile kız çocuklarındaki hevesi ve çabayı söndürmemek önemlidir. Çocuklar büyürken hangi sesleri duyarlarsa sonrasında da o seslerin peşinden gideceklerdir.
3. Erkeklerin işi sorunlar ve koşullar üzerinden değerlendirilirken, aynı durum kadınlar için aile ilişkileri ve kişisel özellikler üzerinden ele alınmakta olup, iş ve aile taleplerinin rekabeti sadece kadını ilgilendiren bir konu olarak görülmekte ve tercihin kadın tarafından yapılması beklenmektedir. Çalışma hayatında erkeğin yaşadığı sorunlar işe bağlı olarak nitelendirilirken kadın için aynı sorunlar kadın sorunu olarak görülmektedir. Meslekte cinsiyet ayrımcılığının en kritik kabullerinden birisi olan bu anlayış problemlidir. Kadınların iş hayatında yaşadığı sorunlar, kadın sorunu değil çalışan sorunu olarak kabul edildiği vakit kadınlar suçluluk duygusu hissetmeyecektir.
4. Hayatlarını ve arzularını feda eden kadınlar için bu vazgeçişin boşluğu büyük sorumluluklar ile doldurulmaktadır. Kendine yüklediği sorumluluk

duygusunun aşırılığı ya da ağırlığı kadın için bir tercihi de doğal olarak yaratmaktadır. İş ve aile olarak ortaya çıkan seçenekler içinde tercih büyük ölçüde aileden yana yapılmaktadır. Bu tercihin daha sağlıklı ve dengeli yapılabilmesi için kadınların planlamayı çok iyi yapması gerekmektedir. Denilebilir ki kariyerlerine yatırım yapacakları yaşları çok iyi değerlendirmeleri önemlidir. Mesleğe adım atma ile birlikte her detayın kadın tarafından çok iyi düşünülerek organize edilmesi kritiktir. Mesleki yatırım için kritik olan yaşlarda kadınlar yatırımı evliliğe değil kendilerine yapmalıdırlar. Kadınlar için evlilik kurumunun hayatlarında yaratacağı etkiyi, evlilik yapmadan düşünmek mesleki olgunluğa erişmek için bir engeldir.

5. Kadın çalışanlar tarafından, evlilik ve çocukla birlikte mesleğe verilen arada yaşanacak olası kayıpların analizinin yapılması önemlidir. Kadınların özellikle de doğum sonrası için oluşacak eksikler için, planlamayı zamanında yapması belirleyici olacaktır. Bu hazırlık yapılmadığı vakit, oluşan boşluk planlamayı daha iyi yapan birisi tarafından doldurulacaktır.
6. Kadın çalışanların kendi değerlerinin farkına varması önemli bir detaydır. Bu farkındalık kadını daha mücadeleci ve cesur yapacaktır. Kadınlar kendi değerini belirleme noktasında inisiyatifi ellerine aldıkları vakit, değersel ayrımcılık gibi bir sorun da ortadan kalkacaktır. Yine kadınların hak edilen bir başarıyı şansın bir sonucu olarak görme, yeteneğini azımsama tavrını da terk etmesi gerekmektedir. Bu tavır, daha planlı ve daha temkinli çalışan kadın profilleri yaratacaktır. Kadınlar ancak bu şekilde kendileri için pazarlık edip kendi değerinin karşılığını isteme davranışını sergileyebileceklerdir.
7. Kadınlar için çok küçük yaşlardan itibaren “kadın için diğer kadınlar düşmandır” öğrenmesi mesleki hayatta karşılığı olmayan bir anlayıştır. Kadınların da erkekler gibi grup dayanışması içine girerek kendileri için destekçiler yaratması gerekmektedir. İş hayatında insan ögesinin olmadığı bir değerlendirme sürecinin olmadığını düşünürsek, kadınların özelliklerini birilerine tanıttıkları, onlar için masaya yumruğunu vuracak kadınların varlığı önemlidir.
8. Her çalışan için sosyal sermaye kariyer gelişimi için elzemdir. Sosyal sermaye, bireyin ilişkiler ve üyelikler yoluyla fayda sağlamasıdır. Bireyler itibar, kredi, güç, sosyal ağlar yoluyla bu sermayelerini biriktirebilirler. Meslekte ihtiyaç duyulan sermayelerin oluşması, itibarın görünür olmasına yardım eder. Kadınlar bu sermayelerine yatırım yaparak kendileri için mesleki bir doping yaparak, sonraki yılların başarı hikayelerinin alt yapısını hazırlamalıdırlar.

KAYNAKÇA

- Allen, T. D. , Eby, L., Poteet, M.L. ve Lentz, E. (2004). Career Benefits Associated With Mentoring for Proteges: A Meta-Analysis, *Journal of Applied Psychology*, 89, 127–136.
- Arslan, K. (2002). Üniversiteli Gençlerde Mesleki Tercihler ve Girişimcilik Eğilimleri, *Doğuş Üniversitesi Dergisi* , 6, 1-11.
- Cam, E. (2003). Türk İstihdam Politikasında Çalışan Kadınlar ve Uygulanan Politikalar 2: İstihdam Politikaları, *Çelik-İş Sendikası Aylık Yayın Organı* , Yıl. 3, Sayı. 13, Eylül-Ekim.
- Çaha, H., Çaha, Ö.& Yılmaz, E. S. A. (2016). Türkiye’de Cam Tavan Sendromu, Hizmet Sektöründe Kadın, Kadın ve Demokrasi Derneği, İstanbul. Çalışma Yaşamında Kadınlar Forumu Raporu, 1-26.
- Çelik, C. ve Özdevecioğlu, M. (2001), Kadın Girişimcilerin Demografik Özellikleri ve Karşılaştıkları Sorunlara İlişkin Nevşehir İlinde Bir Araştırma. 1. Orta Anadolu Kongresi, Nevşehir, 487-498.
- Erçetin, Ş. (1997). Acaba Kadınlar Yönetmeye İstekli Değil mi?, *Türkiye Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 3, 17-32.
- Fidan, F. ve Yılmaz, T. (2006). Kadın Girişimciliğine Alternatif Bir Bakış: Serüven mi? Macera mı , İkinci Uluslararası Kadın Araştırmaları Konferansı. Doğu Akdeniz Üniversitesi, KKTC.
- Gelegen, D. G. (2001). Çalışma Yaşamında Kadın Olmak, *Türk Tabipler Birliği Mesleki Sağlık ve Güvenlik Dergisi* , 27-30.
- Glick, P. Vd. (2000). Beyond Prejudice as Simple Antipathy: Hostile and Benevolent Sexism Across Culture, *Journal of Personality and Social Personality*, 79(5), 763-775.
- Goffe, R. ve Scase, R. (1992). Kadınlar İş Başında. Ankara: Eti Kitapevi.
- Gönüllü, M. ve İçli, G. (2001). Çalışma Yaşamında Kadınlar: Aile ve İş İlişkileri, *C.Ü. Sosyal Bilimler Dergisi* , Mayıs 2001, Cilt :25 No: 1, 81-100.
- Güldal D. (2006). Kadın Yöneticileri Motive ve Demotive Eden Faktörlerin Tespitine Yönelik Bir Araştırma Yüksek Lisans Tezi. Adana: Çukurova Üniversitesi.
- Hancı, A. (2004). Girişimcilikte Cinsiyet Faktörü ve Kadın Girişimciler Üzerine Bir Araştırma, Yüksek Lisans Tezi. Sakarya: Sakarya Üniversitesi.
- Jackson, J. C. (2001). Women Middle Managers’ Perception of the Glass Ceiling, *Women in Management Review*, 16, (1), 30-41.
- Kapız, S. Ö. (2002). İş-Aile Yaşamı Dengesi ve Dengeye Yönelik Yeni Bir Yaklaşım: Sınır Teorisi, *Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi* , C:4, S: 3, 139-153.
- Kaygın, E. ve Güven, B. (2015). Güçlü Kadınlar: Türkiye’de Kadının Girişimciliği. İstanbul: Veritas Yayıncılık.
- King, E. B., Botsford E. Whitney, Huffman A. H. (2009). Work, Family and Organization Advancement, Does Balance Support the Perceived Advancement of Mothers, *Sex Roles*, 61:879– 891.
- Koçkar, A. İ. (2015). Günümüzde Anne Olmak: Bağlanma Teorisi ve Kadının Çalışması Arasındaki Dengenin İncelenmesi, *Cogito: Annelik Sayısı, Yapı Kredi Yayınları*, Sayı 81, 207-218.
- Maya, İ. Ç. (2012). Yükseköğretim Yönetimine Kadınların Katılımı: Bazı AB Ülkeleri Tarafından İzlenen Politika-Stratejiler ve Türkiye için Öneriler, *Ahi Evran Üniversitesi Kırşehir Eğitim Fakültesi Dergisi* , Cilt 13, Sayı 3, 207-226.
- Naktiyok, A. (2013). Türkiye’de Kadın Girişimciliği ve Önündeki Engeller, I. Uluslararası Katılımlı Kadın Girişimcilik Çalıştayı, 16-17 Mayıs, Çorum.
- Narin, M., Marşap, A. & M.A. Gürol (2006). Global Kadın Girişimciliğinin Maksimizasyonunu Hedefleme: Uluslararası Arenada Örgütlenme ve Ağ Oluşturma, *Gazi Üniversitesi İ.İ. B.F. Dergisi*, 8 (1), 65-78.
- Nayır D. Z. (2008). İşi ve Ailesi Arasındaki Kadın: Tekstil ve Bilgi İşlem Girişimcilerinin Rol Çalışmasına Getirdikleri Çözüm Stratejileri, *Ege Akademik Bakış*, 8 (2), 631-650.
- Negiz, N. ve Yemen, A. (2011). Kamu Örgütlerinde Kadın Yöneticiler: Yönetici ve Çalışan Açısından Yönetimde Kadın Sorunsalı, *SDÜ Fen Edebiyat Fakültesi Sosyal Bilimler Dergisi*, Aralık, S:24, 195-214.
- Özbilgin, M. & Healy, G. (2004). The Gendered Nature of Career Development of University Professors: The Case of Turkey, *Journal of Vocational Behavior*, 64, 358-371.

- Özcan, F. Ö. (1999). Milli Eğitimin Bürokratik Yapılanmasında Cinsiyetçilik Yüksek Lisans Tezi. İstanbul: İstanbul Üniversitesi.
- Özdevecioğlu, M. ve Aktaş, A. (2007). Kariyer Bağlılığı, Mesleki Bağlılık ve Örgütsel Bağlılığın Yaşam Tatmini Üzerindeki Etkisi: İş Aile Çatışmasının Rolü, *E.Ü.İ.B.F. Dergisi*, Sayı: 28, 1-20.
- Özen Kutaniş, R. & Alpaslan, S. (2006). Girişimci ve Yönetici Kadınların Profilleri Farklı mıdır? Afyon Kocatepe Üniversitesi, İ.İ.B.F. Dergisi, 8, 2, 139-153.
- Özkanlı, Ö. ve Korkmaz, A.(2000). Academic Women in Turkey: The Structure of Attitudes Towards Role Conflict , The Global Awareness Society International Ninth Annual International Conference Proceedings (İç), *Bloomsburg University*, New York, s. 314-322.
- Özkaya O. M. (2009). Kadın Girişimcilere Yönelik “Strateji Geliştirmede Yerel Yönetimlerle İşbirliği İçinde Olmak, Mümkün mü?”, *Yönetim ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi*, Cilt: 7, Sayı:11, 56-72.
- Öztürk, M. D. (2016). Türkiye’de Kadın Girişimcilik: Kadınları Girişimciliğe Yönelten Faktörler, karşılaştıkları Sorunlar ve Çözüm Önerileri. Yüksek Lisans Tezi. İstanbul: İstanbul Ticaret Üniversitesi.
- Savcı, İ. (1999).Çalışma Yaşamı ile Çalışma Dışı Yaşam Alanlarının İlişkisi Üzerine Kuramsal Çalışmalar, *Ankara Üniversitesi SBF Dergisi* , 54-4, 145-166.
- Soysal, A. (2010). Kadın Girişimcilerin Özellikler, Karşılaştıkları Sorunlar ve İş Kuracak Kadınlara Öneriler: Kahramanmaraş İlinde Bir Araştırma, *Eskişehir Osmangazi Üniversitesi İİBF Dergisi*, 5(1), 71-95.
- Uğurlu, N. S. & Akbaş, G. (2013). Namus Kültüründe “Namus” ve “Namus Adına Kadına Şiddet”: Sosyal Psikolojik Açıklamalar, *Türk Psikoloji Yazıları*, Aralık, 16(32), 76-91.
- Üzümçeker, E. (2018). Kadın Cinayetlerine Yönelik Atıfların Cinsiyet Grubuyla Özdeşleşme, Çelişik Duygulu Cinsiyetçilik ve Siyasi İdeolojilerle İlişkisi, *Psikoloji Çalışmaları*, ,38(1), 1-32.
- Yılmaz, İ. & Mayatürk, E. (2008). “Kadın Girişimciliği ve Türkiye’deki ve Kırgızistan’daki Kadın Girişimciliği Üzerine Bir Uygulama”, 2. Uluslararası Girişimcilik Kongresi, Kırgızistan.
- Zel, U. (2002). İş Arenasında Kadın Yöneticilerin Algılanması ve Kraliçe Arı Sendromu, *Amme İdaresi Dergisi*, C:35, S:2, 39-48.

ELEKTRONİK KAYNAKLAR

- Aldrich, H. E. C. Zimmer (1986). Entrepreneurship Through Social Networks, California Management Review, Erişim Adresi: <https://www.researchgate.net/publication/291165757>, Erişim Tarihi: 15.08.2021, 3-23.
- Aslan, Ş. ve Atabey, A., Küresel Rekabette Kadın Girişimcilerin Rolü ve Türk Kadın Girişimci Tipolojisi, *Khazar Journal of Humanities and Social Sciences*, https://arastirmax.com/en/system/files/dergiler/91826/makaleler/12/1-2/arastrmx_91826_12_pp_1-17.pdf, Erişim Tarihi: 14.05.2021.
- Petersen, T. ve Togstad, T. (2004). Getting the Offer: Sex Discrimination in Hiring, IRLE Working Paper No. 104-04. Erişim Adresi: <http://irle.berkeley.edu/workingpapers/104-04.pdf>
- Salkım, E. İş Hayatında Kadın Olmak, Erişim Adresi: http://www.s360.com.tr/Contents360/images/draglider/is_hayatinda_kadin_olmak.pdf, Erişim Tarihi: 20.05.2021.
- Seyman, Y.(2010). “Dört Vardiyalı Kadınlar”, *Kazete. Özgür Kadının Sesi*, Erişim Adresi: http://kazete.com.tr/makale/dortvardiyali-kadinlar_653, Erişim Tarihi: 10.05.2021.

GİRİŞ

21. yüzyıldan itibaren bilgi ve farkındalık düzeyinin artmasıyla birlikte insanlar boş zamanlarını en iyi şekilde değerlendirmek istemektedir. Bu bağlamda fiziki, sosyal ve kültürel becerilerine olumlu katkı sağlayan rekreasyon aktivitelerine yönelmektedir. Özellikle sosyal hareketliliği benimseyen dinamik yapıya sahip olan tüm yaş gruplarında bu yönelim daha fazla ortaya çıkmaktadır. Rekreasyon aktivitelerine katılım gösteren bireylerin genel yaşam düzeylerinde değişimler meydana gelmekte ve yaşam kalite algılarında olumlu gelişmeler yaşanmaktadır. Bu nedenle insanlar son yıllarda rekreasyon aktivitelerine daha sık katılım gösterme eğiliminde davranışlar sergilemektedir. Buna yönelik olarak açık alan, kapalı alan ve özel alan temelli rekreatif etkinlikler düzenlenerek katılımcıların rekreasyon etkinliklerinden faydalanması amaçlanmaktadır. Bu etkinliklerden birisi de öğrenciler başta olmak üzere çeşitli grupların çok zaman geçirdiği üniversite kampüs alanlarıdır. Kampüs alanlarında boş zamanın verimli geçirilmesi ve insana yarar sağlayacak şekilde harcanması için kampüs rekreasyonu aktiviteleri düzenlenmektedir. Sosyal aktivite alanları, eğlence temalı parklar ve spor sahaları gibi yerler, rekreasyon aktivitelerine ev sahipliği yapmaktadır (). Ancak öğrencilerin boş zamanlarını en çok geçirdikleri kampüs alanlarındaki yetersiz rekreasyon alanları, en büyük engel olarak ortaya çıkmaktadır. Bu doğrultuda öğrencilerin fiziki ve ruhsal yönlerini geliştiren rekreasyon aktiviteleri önündeki engellerin kaldırılarak daha fazla imkânlar sağlanması durumunda akademik başarılarının, öznel iyi oluş hallerinin, üniversiteye aidiyet duygularının ve genel yaşam kalitelerinin artacağı düşünülmektedir. Bu bakımdan kampüs rekreasyon alanları hem katılımcıların fiziki ve sosyal becerilerini geliştirerek sosyalleşmesini desteklemekte hem de öğrenim algılarına olumlu katkılar sağlaması açısından ciddi yararlar ortaya koymaktadır. Yükseköğretim düzeyinde eğitim veren kurumlarda kampüs alanlarında gerçekleştirilen çeşitli faaliyetler olmasına rağmen belirli bir program ve düzen dahilinde öğrencilere yönelik uygulamalar yapılmamaktadır. Bu

¹ Dr., Harran Üniversitesi, ebrubarakazi@harran.edu.tr, ORCID: 0000-0002-6039-5556.

nedenle kampüs alanındaki rekreasyon aktivitelerinin öğrencilere sağladığı katkılar tam olarak anlaşılammaktadır. Yapılacak olan bu çalışma ile kampüs rekreasyonu konusunda ilgili alana yönelik bilimsel katkılar sunulmaya çalışılacaktır. Bununla birlikte kampüs rekreasyonun ortaya çıkış sürecine değinilerek uluslararası düzeyde yapılan konuyla ilgili yaklaşımlar ele alınmaktadır. Rekreasyon bilincinin artması ve insan yaşamına sağladığı olumlu etkilerin farkına varılması sonucu rekreatif aktiviteler artarak çoğalmaktadır. Bu durum kampüs rekreasyonunda yaşanan olumlu gelişmelerle kanıtlanmakta ve Dünya genelinde yapılan konuyla ilgili örnek aktivitelerle desteklenmektedir.

KAMPÜS REKREASYONUN GELİŞİMİ

Rekreasyon, yeterli düzeyde boş zamana ve imkanlara (bilgi, kültürel, ekonomik...) sahip bireylerin serbest zamanlarında kendi istekleriyle gerçekleştirdiği fiziksel ve sosyokültürel etkinliklerdir (Kelly, 1999). Kampüsler sadece eğitim alanları değil aynı zamanda sosyokültürel ve toplumsal gelişim açıdan faydalar sunan yaşam alanlarıdır. Kampüs rekreasyonu ise genellikle üniversite öğrencileri başta olmak üzere kampüs içerisinde zaman geçiren tüm bireylerin serbest zamanlarında, gönüllü olarak katıldığı etkinlikler olarak tanımlanmaktadır. Kampüs sahası sınırları içinde yer alan çeşitli sosyal etkinlikleri, spor müsabakaları ve aktiviteleri kapsayan bir tür olarak kabul edilen kampüs rekreasyonu, zamanla pek çok etkinliği bir arada sunabilen rekreatif alanlara olmuştur (Karaküçük, 1999).

Kampüs rekreasyonu, öğrenciler arasında adil bir fırsat eşitliğini sağlamak, her kültürden kişiye katılım hakkı tanımak, dil, din ve cinsiyet ayırmaksızın ortak amaç doğrultusunda gelişimlerine desteklemek üzerine kurulmuştur. Öğrencilerin sağlıklı yaşam davranışları elde edebilmesi ve sosyal gelişimlerini belirli programlarla yapabilmesi amacıyla bütünleştirici ve yönlendirici misyonla ortaya çıkmıştır (Baró vd., 2016). Genç ve dinamik bir yapıya sahip olan üniversite öğrencilerinin boş zamanlarında fiziksel ve ruhsal yönlerini geliştirmesine olanak sağlayan kampüs rekreasyonu aktivitelerine katılarak yaşam kalitelerinin arttığı gözlemlenmektedir. Bu bağlamda kampüs rekreasyonu aktivitelerinin öğrencilerin eğitim başarılarına olumlu yönde etki ettiği ve bağlı oldukları kuruma aidiyet duygusunun geliştirdiği görülmektedir (Henchy, 2011: 175). Rekreasyon kavramı, son zamanlarda giderek daha sık kullanılmaya başlanmıştır. Bu bakımdan rekreasyonu tanımlayan ve açıklayan niteliklerin ortaya konulması son derece önem arz etmektedir (Phaneuf ve Smith, 2005). Weiskopf (1982), rekreasyonun temel özelliklerini şu şekilde sıralamaktadır;

- Katılım, gönüllük esasına dayanmaktadır.
- Katılım, zevk, eğlence, kişisel tatmin ve yeniden canlanma gibi hisler uyandırmaktadır.
- Rekreasyon genellikle zamanı boşa harcamanın ötesinde faydalı kullanmayı amaçlamaktadır.
- Katılımcılar genellikle içsel motivasyon hedefleri ile hareket etmektedir.

- Rekreasyon, eğlenceli bir deneyim olmasının yanı sıra, genellikle fiziksel, zihinsel ve / veya sosyal olarak da bir insana fayda sağlamaktadır.
- Etkinliğe yönelik tutumlar farklı şekillerde ortaya çıkabilmektedir.

Rekreasyon etkinlikleri, insan yaşamına ciddi düzeyde olumlu etkiler sağlamaktadır. Bu durum katılımcıların tutum ve davranışlarında pozitif yönde çıktılar şeklinde ortaya çıkmaktadır (Lindhagen ve Hörnsten, 2000).

Rekreasyon etkinlikleri, katılımcıların algılamalarında farklı motivasyon kaynakları oluşturmakta ve davranışlarda buna bağlı olarak değişim göstermektedir (McLean ve Hurd, 2015); Rekreasyon aktivitelerinin insanlara fiziksel, psikolojik ve sosyal katkılar sağladığı çeşitli araştırmalarda sıklıkla ortaya konulmaktadır (Loomis ve Walsh, 1997; Vesterinen vd., 2010; Andre vd., 2017). Rekreasyon faaliyetleri, engelli bireylere, üçüncü yaş grubuna ve özel ilgi gruplarına Terapatik rekreasyon başta olma üzere farklı şekillerde uygulanmaktadır. Ayrıca her yaş gruplarına yönelik belirli program dahilinde fiziksel ve sosyal temalı olarak yapılmakta ve çeşitli düzeyde olumlu geri dönüşler almaktadır. Boş zaman ve enerji açısından diğer yaş gruplarına oranla avantajlı imkanlara sahip olan öğrenci grupları, rekreasyon aktivitelerinden daha fazla istifade edebilmektedir. Bu durum da katıldıkları rekreasyon aktivitelerinin diğer yaş gruplarına oranla daha fazla olumlu sonuç elde edebilmesine olanak sağlamaktadır (Haines, 2001). Rekreasyon aktiviteleri, eğitim ve bilgi düzeyinin artması ile birlikte farkındalığı yüksek bireylerin son zamanlarda ilgilendiği konuların başında gelmektedir. Özellikle iş zamanlarının kısıtlanması sonucu boş zamanlarını değerli geçirmek isteyen ve yaşam kalitesinde çeşitli kazanımlar amaçlayan insanlar, rekreasyon aktivitelerine katılım gösterme noktasında motive olmaktadır. Kampüs rekreasyonu kapsamında yapılan çalışmalar incelendiğinde; Kadın çalışanların kampüs rekreasyonu aktivitelerine katılarak daha fazla mutlu oldukları ve iş verimliliklerinde pozitif yönelimin gerçekleştiği ifade edilmektedir (Bower ve Hums, 2003). Yine kampüs rekreasyonu aktivitelerinin insan yaşamında iletişim ve sosyalleşme başta olmak üzere insanlara çok yönlü katkılar sunduğu ortaya konulmaktadır (Dalgarn, 2001). Öğrenciler üzerine yapılan çalışmalarda kampüs rekreasyonu aktiviteleriyle fiziksel sağlığın geliştiği (Zizzi vd., 2004), akademik stres ile başa çıkabildiği Ragheb ve McKinney, 1993), yaşam kalitesini artırdığı (Ellis vd., 2002) ve aidiyet duygusunun gelişerek toplumda sosyalleşme güdülerinin giderek yükseldiği ifade edilmektedir (Huesman Jr vd., 2007).

KAMPÜS REKREASYONU VE YARARLARI

Kampüs kavramı Türkçe’de genellikle ‘yerleşke’ adı altında kullanılmaktadır. TDK’ya göre kampüs ‘Bir üniversitenin genellikle kent dışında derslik, öğrenci yurdu gibi her türlü yapı ve etkinlik alanlarıyla toplu bir biçimde bulunduğu yer’ şeklinde tanımlanmaktadır (TDK, 2021). Kampüs rekreasyonu, katılımcıların sosyal, beşerî ve fiziksel yönlerini geliştirici etkinlikler düzenlerken akademik başarı ve öğrenme algılarına da destek sağlamaktadır (Mallinckrodt ve Sedlacek,

2009). Kampüs rekreasyon alanları, sahip oldukları fiziki altyapılara ve aktivite niteliklerine göre çeşitli düzeyde imkanlar ortaya koyabilmektedir. Buna yönelik olarak birçok üniversite, resmi program dahilinde olmayan rekreasyon aktivitelerini etkinlik takvimine eklemektedir. Spor temelli yarışma etkinliklerinin yanı sıra sosyal ve bireysel becerilerin gelişimine odaklanan kampüs rekreasyon aktiviteleri, rekabeti geliştiren, iş birliğine dayanan ve iletişim araçlarını etkin kullanan programlarla öğrencilere fırsatlar sunmaktadır. Bununla birlikte kampüs rekreasyon aktiviteleri ilgili paydaşlarla eş güdümlü bir şekilde yapılarak etkinliğin güçlendirilmesi amaçlanmaktadır. Kampüs rekreasyonu aktivitelerinde rol alan katılımcılar, örgüt içi iletişim araçları kullanmayı, diğer insanları ikna etmeyi, yönetsel açıdan yönlendirmeyi ve liderlik etmeyi etkili bir şekilde başarabilmektedir (Çöpür, 2020). Üniversite düzeyinde verilen eğitim olanaklarını yöneten kuruluş olan Yükseköğretim kurumları da bu doğrultuda öğrencilerin bilişsel, kültürel ve fiziksel yönlerini geliştiren kampüs rekreasyonu ve benzeri aktiviteleri sürdürülebilir bir şekilde destekleyerek en üst düzeyde fayda sağlaması için çeşitli programlar oluşturmaktadır (Karaküçük, 1999). Bu durum, insan yaşamına olumlu düzeyde katkı sağlayan rekreasyon aktivitelerinin önemini ortaya koyarken geliştirilerek daha fazla verim elde edilmesi açısından da ciddi fikirler öne sürmektedir.

İnsanların sosyal yaşantılarında önemli bir yeri olan rekreatif faaliyetlerin yapılmasıyla birlikte kampüs alanlarının daha fonksiyonel bir yapıya kavuştuğu görülmektedir. Rekreasyonel etkinliklere katılım, kampüs alanında yaşayan bireyler üzerinde pek çok açıdan olumlu katkı sağlamasına rağmen yeterli düzeyde farkındalık oluşturamadığı veya çeşitli kısıtlamalar nedeniyle istenilen düzeyde yapılamadığı ifade edilmektedir (Beşikçi vd., 2014). Bu bağlamda kampüs rekreasyonu aktivitelerinin ortaya koyduğu pozitif çıktılarının daha iyi anlaşılabilmesi için aktivite deneyiminden elde edilen yararların bilinmesi gerekmektedir.

Kampüs rekreasyonu, katılımcıların sağlıklı yaşamlarını alışkanlık hale getirmesine, fiziksel açıdan gerekli ihtiyaçları karşılamasına, sosyal becerilerini geliştirmesine ve iletişimsel yönlerini kuvvetlendirmesine ciddi düzeyde katkı sağlamaktadır. Ayrıca eğitimlerine ve bakış açılarına farklı bir boyut kazandırarak yenilikçi yaklaşımlar sergilemesine olanaklar sunmaktadır (Çevik vd., 2019).

Kampüs rekreasyonu aktivitelerine düzenli katılım sağlanması durumunda pek çok faydalı çıktı şu şekilde ön plana çıkmaktadır; Kampüs rekreasyonu spor etkinlikleri ile katılımcıların fiziksel gelişimine ve sağlıklı hissetmesine önemli düzeyde katkı sunmaktadır (Henchy, 2013). Bununla birlikte sosyal temelli aktivitelerle zihinsel açıdan rahatlık kazanmasına ve çevre ile olumlu iletişim kurarak sosyalleşmesine olanak sağlamaktadır (Artinger vd., 2006). Kampüs rekreasyonu aktivitelerinin fiziksel ve sosyal çıktılarının yanı sıra empati kurma, saygılı davranma ve öznel iyi oluş hissetme gibi bireysel beceriler kazandırdığı da görülmektedir (Twilley vd., 2022). Katılımcıların genellikle öğrenci ağırlıklı

olmasından dolayı rekreasyon aktivitelerinin akademik başarıyı desteklediği ve öğrenme stresi üzerinde düzenleyici rol oynadığı da belirtilmektedir (Huesman vd., 2009). Bu durum kampüs rekreasyonu aktivitelerine katılan öğrenciler üzerinde yaşam tatmini oluşturmada ve öz güven algısı noktasında yüksek motivasyon sağlamaktadır. Ayrıca katılımcıların bu aktiviteler sayesinde diğer insanlarla yakınlık kurarak örgütsel hedefler doğrultusunda benzer amaçlarla hareket ettiği görülmektedir. Kampüs rekreasyonu temelli aktivitelerin katılımcılar üzerinde bütünleştirici bir yapı oluşturması nedeniyle çift yönlü iletişim kanallarının etkili bir şekilde kullanıldığı gözlemlenmektedir (Forrester, 2014).

Kampüs rekreasyonu aktiviteleri, öğrenci kulüpleri başta olmak üzere çeşitli topluluklar tarafından planlı bir takvim içerisinde gerçekleştirilen ve iş birliği gerektiren faaliyetler bütünü olarak kabul edilmektedir. Kampüs rekreasyonu aktivitelerinin sürdürülebilir olması ve beklentileri karşılması açısından önceden belirlenen programlara uygun şekilde yapılması gerekmektedir. Bu doğrultuda Standartları Geliştirme Konseyi (The Council for the Advancement of Standards), katılımcıların kampüs rekreasyonu aktivitelerinden en yüksek düzeyde fayda sağlaması ve sürekli katılımın teşvik edilmesi amacıyla kampüs içi rekreasyon aktivite programları geliştirerek belirli standartlar içerisinde uygulanmasına öncülük etmektedir. Bu standartlar temelinde kampüs rekreasyonu aktiviteleri katılımcılara şu faydaları sağlamaktadır (Komives, 2019);

- Ortak müfredat etkinliklerine yönelik katılım gerçekleştirmek,
- Kampüs yönetiminde aktif rol almak,
- İlgili kuruluşlarının ve örgütlerin çıkarlarını savunmak,
- Liderlik yetenekleri gösterebilmek ve sorumluluk alabilmek,
- Rekreasyon aktivitelerine katılan kişilerle sağlıklı iletişim kurabilmek,
- Boş zamanlarını etkili bir biçimde kullanabilmek,
- Etik ilkeleri dikkate almak ve ahlaki değerli göz önünde bulundurmak,
- Kriz durumlarında çözümcül ve hızlı kararlar alabilmek.

DÜNYADA KAMPÜS REKREASYONU

Kampüs rekreasyonu aktivitelerine yönelik ilk uygulama örneklerine iktisadi ve sosyal açıdan gelişmiş olan Kuzey Amerika’da rastlanılmaktadır. Kelime kökeni ‘intramurals’ olan ve planlı bölge içerisinde yapılan aktiviteler olarak açıklanan kampüs rekreasyonu, 20. yüzyılın başında beden eğitimi dersleri kapsamında yapılmaya başlanmıştır. Amerika Birleşik Devletleri’nin bazı eyaletlerinde kampüs rekreasyonu aktiviteleri, ‘rekreasyonel sportif faaliyetler’ ve ‘etkinlikler’ şeklinde tanımlanarak kavramsal gelişiminin öne açılmıştır (Taylor vd., 2003). Ancak 20. yüzyılın son dönemlerine kadar kampüs rekreasyonu aktiviteleri yeterli fiziki imkânlar ve yatırımlar bulmaması nedeniyle düşük düzeyde varlık gösterebilmiştir. 2000’li yılların başında ise kampüs rekreasyonu aktivitelerine yönelik yapılan program sayılarında ciddi bir artış meydana gelmiştir. Özellikle

kampüs rekreasyonu faaliyetlerinin fiziksel açıdan sağlığı desteklemesi ve zihinsel becerileri güçlendirmesi sonucu insanların merak duyguları harekete geçmiştir. Bir diğer yandan kamu ve özel kuruluşların farkındalık oluşturarak sunduğu maddi desteklerle birlikte kampüs rekreasyonu aktiviteleri geniş kitlelere ulaşmaya başlamıştır. Kampüs rekreasyonu faaliyetleri için düzenlenen tesisler, binalar ve alanlar rekreatif etkinliklerin yanı sıra akademik dersler içinde kullanılarak çok yönlü bir misyon ile hareket ettiğini kanıtlamaktadır. Sosyal medya ve kitle iletişim araçlarının tanıtıcı ve bilgilendirici etkisiyle kampüs rekreasyonu aktivitelerine katılım artarak devam etmekte ve düzenlenen aktiviteler hızla herkese duyurulabilmektedir. Bu sayede kampüs rekreasyonu alanları, aktivite gerçekleştirme ve sosyalleşme merkezleri görevi yürütebilmektedir. (Beşikçi, 2020). Dünya çapında gerçekleştirilen ve tarihsel gelişim sürecinde önemli rol oynayan bazı örnekler Tablo 1’de özetlenmektedir.

Tablo 1: Dünya’da Kampüs Rekreasyonu Gelişimi

Kuruluş Yeri	Kuruluş Yılı	Rekreasyon Hedefleri
Michigan Üniversitesi (ABD)	1928	Kampüs rekreasyonu uygulamalarının başladığı ilk bina olarak kabul edilen Okul (Kampüs) Sporları Binası (Intramural Sports Building), kampüs içerisinde hem kapalı hem de açık alanlarda aktivitelerin rahatça uygulanabilmesi amacıyla yapılmıştır. Kampüs rekreasyonunun öneminin anlaşılmasıyla birlikte program sayıları artırılmıştır.
Washington Üniversitesi (ABD)	1968	Okul (Kampüs) Aktiviteleri Binası (Intramural Activities Building), Kampüs rekreasyonunun gruplar şeklinde ilk kez uygulanmaya başlandığı bu bina (Intramural Activities Building) erkeklerin takım dışı sporla ilgilenmesi ve beden eğitimlerini alması için tasarlanmıştır. Daha sonra kadınların da katılımlarıyla birlikte sosyalleşme ve fiziksel gelişim için bir merkez konumu olmuştur. Katılımcıların artmasıyla birlikte giderek büyüyen bu merkez, çok kişinin katılımına olanak sağlayan rekreasyon alanına dönüşmüştür.
George S. Eccles Öğrenci Yaşam Merkezi (ABD)	1964	Kampüs rekreasyon merkezleri, öğrencilerin istihdam edilmesi için kolaylıklar sağlaması ve etkinliklerin kullanılması için alan oluşturması üzerine kurulmuştur. Bu merkezlerin beraberinde getirdiği olumlu çıktılar, giderek daha fazla ilgi gösterilmesine olanak sağlamıştır. Kampüs rekreasyonu ile sağlıklı yaşam deneyimi elde eden katılımcılar akademik açıdan da gelişim göstermektedir.
St. Louis Üniversitesi (ABD)	1982	Fitness, kampüs rekreasyon merkezinin temel bir unsuru olarak belirlenmiştir. Merkez, üç büyük olarak kabul edilen serbest ağırlıklar, selektörlü makineler ve kardiyo ekipmanları halinde hizmet vermektedir. Katılımcıların fiziksel aktiviteleri için ilk başlarda tasarlanmış olsa da günümüzde 40’tan fazla rekreasyon türü için etkinlik planlamaları yapılmaktadır.
Toledo Üniversitesi (ABD)	1992	Toledo Üniversitesi’ndeki kampüs rekreasyon merkezi, tembel nehirler, şelaleler ve güneşlenme rafları barındıran 25 farklı havuzun birleşimiyle kurulmuştur. Bu havuzlar, rekreasyon aktivitelerine katılım sağlamak isteyen bireylerin tercihlerine göre genişletilmiştir. Ayrıca kampüs rekreasyonu merkezi, daha fazla eğlence türü etkinlikler için fırsatlar oluşturarak öğrencilerin sosyalleşmesine imkân sağlamaktadır.

Kaynak: Attwood, 2017; Beşikçi, 2020.

KAMPÜS REKREASYONU KURULUŞLARI

Son yıllarda öğrenciler başta olmak üzere birçok insanın önemli bir zamanının harcadığı üniversitelerin yerleşkelerinde kampüs rekreasyonu temelli etkinlikler yapılmaktadır. Fiziksel müsabakalar, müzikal faaliyetler, görsel etkinlikler ve kültürel şenlikler gibi çeşitli kampüs rekreasyonu aktiviteleri düzenlenmektedir. Bu aktiviteler, katılımcıların fiziksel gelişimine yardımcı olurken stresle başa çıkmasına ve mutlu davranışlar sergilemesine olanak sağlamaktadır. Buradan hareketle kampüs rekreasyonu aktivitelerinden kültürel, sosyal ve fiziksel faydalar elde eden katılımcıların daha mutlu bireylere dönüştüğü ve yaşam hazzına kavuştukları söylenebilmektedir (Mercanoğlu vd., 2015). Bu doğrultuda ulusal ve uluslararası düzeyde ilgili kuruluşları kurularak kampüs rekreasyonunun kapsamı genişletilmeye çalışılmakta ve sürdürülebilir olarak mevcut varlığını koruması amaçlanmaktadır. Bu kuruluşlardan bazıları şu şekildedir;

NIRSA (Ulusal Okul İçi Rekreasyonel Sporlar Derneği), 1950 yılındaki kuruluşundan itibaren kampüs rekreasyonu üzerine çeşitli aktiviteler organize etmektedir. Kuruluş, kampüs rekreasyonu katılımcılarının öğrenme alışkanlıklarını teşvik ederek onların yaşam kalitesi algılarını olumlu biçimde elde etmesine yardımcı olmaktadır. Rekreasyonel liderlik, takım çalışması, kendini adama, saygı gösterme, kapsayıcı rekabet, zindelik ve keyif alma gibi duyguları güçlendirmektedir. 4.500 profesyonel, öğrenci ve kuruluştan oluşarak yaklaşık 8 milyon öğrenciye hizmet veren kampüs merkezi, rekreasyonunun yerel, bölgesel ve küresel topluluklarda sağlıklı yaşama ilham vermenin önemli ve güçlü bir anahtarı olduğuna inanmaktadır (NIRSA, 2022). *SCRA (Stanford Kampüsü Rekreasyon Derneği)*, 1962 yılında yüksek sportmenlik standartlarını teşvik etmek ve akademik personel arasında arkadaşlığı ilerletmek amacıyla kurulmuştur. Kuruluşunun ilk yıllarında açık havuz etkinlikleri rekreasyon faaliyetlerini sürdüren merkez, 1975 yılına gelindiğinde tenis aktiviteleri ile programını genişletmiştir. Üniversite bünyesinde yer alan ve Rekreasyon (DAPER) üyesi olan merkez, her yıl yüzme ve tenis faaliyetlerini kampüs rekreasyonu kapsamında gerçekleştirmektedir (Stanford, 2022). *SUNY (Oswego Kampüs Rekreasyonu)*, öğrencilere ve akademik personele bireysel beceri gelişimlerini destekleyen eğlence temelli rekreasyon aktiviteleri sunmaktadır. Bu aktiviteler, okul içi sporlar, özel etkinlikler, rezervasyon hizmetleri, yüzme, açık rekreasyon, ekipman kontrolü ve öğrenci istihdamı alanlarında programlar gerçekleştirilerek kampüs rekreasyonu katılımcılarına anlamlı deneyimler sağlamaktadır (OSWEGO, 2022).

KAYNAKÇA

- Andre, E. K., Williams, N., Schwartz, F., & Bullard, C. (2017). Benefits of campus outdoor recreation programs: A review of the literature. *Journal of Outdoor Recreation, Education, and Leadership*, 9(1), 15-25.
- Artinger, L., Clapham, L., Hunt, C., Meigs, M., Milord, N., Sampson, B., & Forrester, S. A. (2006). The social benefits of intramural sports. *Journal of Student Affairs Research and Practice*, 43(1), 69-86.
- Attwood, E. (2017). The evolution of campus recreation facilities and programs. *Athletic Business*.
- Baró, F., Palomo, I., Zulian, G., Vizcaino, P., Haase, D., & Gómez-Baggethun, E. (2016). Mapping ecosystem service capacity, flow and demand for landscape and urban planning: A case study in the Barcelona metropolitan region. *Land use policy*, 57, 405-417.
- Beşikçi, T., Turan, S., Balıkcı, İ., & Güzel, Pınar. (2014). Kampüs Rekreasyonu Çerçevesinde Öğrencilerin Rekreasyonel Faaliyetlere Katılımlarının İncelenmesi: Celal Bayar Üniversitesi Örneği. *I. Uluslararası Spor Bilimleri, Turizm ve Rekreasyon Öğrenci Kongresi*. Antalya.
- Beşikçi, T. (2020). Üniversite kampüslerinde rekreasyon uygulamalarının serbest zaman engelleri, kolaylaştırıcıları ve doyumuna üzerine etkileri. Doktora Tezi. Celal Bayar Üniversitesi, Sağlık Bilimleri Enstitüsü, Manisa.
- Bower, G., & Hums, M. A. (2003). Women working in the administration of campus recreation: Career paths and challenges. *Recreational Sports Journal*, 27(2), 21-35.
- Çevik, H., Yılmaz, E., & Korkmaz, A. (2019). Kampüste Spor Deneyimi: Üniversite Öğrencilerinin Kampüs Rekreasyonel Spor Deneyiminin İncelenmesi. *Gaziantep Üniversitesi Spor Bilimleri Dergisi*, 4(3), 346-359.
- Çöpür, H. (2020). *Üniversite öğrencilerinde depresyon ve boş zamanın anlamı ilişkisinin incelenmesi*. Yüksek Lisans Tezi. Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi.
- Dalgarn, M. K. (2001). The role of the campus recreation center in creating a community. *Recreational Sports Journal*, 25(1), 66-72.
- Ellis, G. D., Compton, D. M., Tyson, B., & Bohlig, M. (2002). Campus recreation participation, health, and quality of life. *Recreational sports journal*, 26(2), 51-60.
- Forrester, S. (2014). The benefits of campus recreation. *Corvallis, OR: NIRSA*.
- Haines, D. J. (2001). Undergraduate student benefits from university recreation. *Recreational Sports Journal*, 25(1), 25-33.
- Henchy, A. (2011). The influence of campus recreation beyond the gym. *Recreational Sports Journal*, 35(2), 174-181.
- Henchy, A. (2013). The perceived benefits of participating in campus recreation programs and facilities: A comparison between undergraduate and graduate students. *Recreational sports journal*, 37(2), 97-105.
- Huesman Jr, R. L., Brown, A. K., Lee, G., Kellogg, J. P., & Radcliffe, P. M. (2007). Modeling Student Academic Success: Does Usage of Campus Recreation Facilities Make a Difference?.
- Huesman Jr, R., Brown, A. K., Lee, G., Kellogg, J. P., & Radcliffe, P. M. (2009). Gym bags and mortarboards: Is use of campus recreation facilities related to student success?. *NASPA journal*, 46(1), 50-71.
- Karaküçük, S. (1999). Boş Zamanlan Değerlendirme. *Rekreasyon. Bağırğan Yayınevi (3. Baskı), Ankara*.
- Kelly, J.R. (1999) Leisure and Society: A Dialectical Analysis, in Edgar L. Jackson and Thomas L. Burton, Leisure Studies: Prospects for the Twenty-First Century, Venture Publishing, State College, PA, 53-68
- Komives, S. R. (2019). Engagement with campus activities matters: Toward a new era of educationally purposeful activities. *The Journal of Campus Activities Practice and Scholarship*, 1(1), 14-25.

- Lindhagen, A., & Hörnsten, L. (2000). Forest recreation in 1977 and 1997 in Sweden: changes in public preferences and behaviour. *Forestry*, 73(2), 143-153.
- Loomis, J. B., & Walsh, R. G. (1997). Recreation economic decisions; comparing benefits and costs (No. Ed. 2). Venture Publishing Inc..
- Mallinckrodt, B., & Sedlacek, W. E. (2009). Student retention and the use of campus facilities by race. *Journal of Student Affairs Research and Practice*, 46(4), 1116-1122.
- Mercanoğlu, A. O., Çevik, H., & Şimşek, K. Y. (2015). Kampüs rekreasyonu kapsamında düzenlenen sportif rekreasyon etkinliklerinin hizmet kalitesinin değerlendirilmesi: Anadolu Üniversitesi Örneği. *III. Rekreasyon Araştırmaları Kongresi*.
- McLean, D. D., & Hurd, A. R. (2015). Recreation and leisure in modern society. 346. Burlington, MA: Jones And Bartlett Learning.
- NIRSA, (2022). <https://nirsa.net/nirsa/about> Erişim Tarihi: 19.02.2022
- OSWEGO, (2022). <https://www.oswego.edu/campus-recreation/campus-recreation-new>. Erişim Tarihi: 19.04.2022
- Phaneuf, D. J., & Smith, V. K. (2005). Recreation demand models. *Handbook of environmental economics*, 2, 671-761.
- Ragheb, M. G., & McKinney, J. (1993). Campus recreation and perceived academic stress. *Journal of college student development*.
- Stanford, (2022). <https://web.stanford.edu/dept/scra/history.html>. Erişim Tarihi: 15.01.2022
- Taylor, H., Canning, W. F., Brailsford, P., & Rokosz, F. (2003). Financial issues in campus recreation. *New Directions for Student Services*, 2003(103), 73-86.
- TDK, (2021). [https://sozluk.gov.tr/\(yerleşke\)](https://sozluk.gov.tr/(yerleşke)). Erişim Tarihi: 19.12.2021.
- Twilley, D., Morris, L., Hunter Holland, W., & Holland, K. K. (2022). An Examination of DRAMMA Model Outcomes for Campus Recreation Users. *Recreational Sports Journal*, 46(1), 64-77.
- Vesterinen, J., Pouta, E., Huhtala, A., & Neuvonen, M. (2010). Impacts of changes in water quality on recreation behavior and benefits in Finland. *Journal of Environmental Management*, 91(4), 984-994.
- Weiskopf, D. C. (1982). Recreation and leisure. Improving the quality of life (No. Ed. 2). Allyn and Bacon, Inc.
- Zizzi, S., Ayers, S. F., Watson, J. C., & Keeler, L. (2004). Assessing the impact of new student campus recreation centers. *Journal of Student Affairs Research and Practice*, 41(4), 1156-1198.

DESTİNASYON PAZARLAMA YÖNETİMİ SÜRECİNDE UNESCO YARATICI ŞEHİRLER

Mahmut BARAKAZI¹

GİRİŞ

Turizm, ekonomik ve sosyo kültürel açıdan destinasyonun kalkınmasına ve gelişmesine önemli katkıları sağlamaktadır (Pavlovich, 2003). Seyahat hareketlerinin genel olarak her yıl artış göstermesiyle birlikte tercih edilen destinasyonlar arasında rekabet ortamı oluşmaya başlamıştır (Fotheringham, 1983; Matthews vd., 2018). Bu bağlamda hükümetler tarafından hem destinasyonun iktisadi bakımdan büyümesi hem de destinasyon rekabetinde ön plana çıkması için destinasyona yönelik özel etkinlikler ve planlı aktiviteler uygulanarak dikkat çekilmesi amaçlanmaktadır. Turist varışları sıralamasında Dünya’da ilk on ülke içerisinde yer alan Türkiye’de de belirli destinasyonlara özgü aktivitelerle çekicilik yaratılmaktadır (Türkiye Turizm Stratejisi, 2021). UNESCO yaratıcı şehirler ağı, destinasyonların tanıtılması ve farkındalık kazanması açısından son yıllarda ön plana çıkmaktadır (Forleo ve Benedetto, 2020). Türkiye’de kültürel miras alanlarına ve turistik çekiciliklere sahip destinasyonlar, ilgili temalarda başvurularak gerçekleştirerek yaratıcı şehirler ağına dahil olmaya çalışmaktadır. Yaratıcı şehirler ağına dahil edilen destinasyonların destinasyon pazarlama yöntemleri açısından değerlendirilmesi markalaşma düzeyinin analiz edilmesi sürdürülebilir politikalar yönünden oldukça önem arz etmektedir. Yaratıcı şehirler ağına dahil olan destinasyonların ne düzeyde (tanıtım, pazarlama ve tutundurma vb.) etkenlerle ilişkili olduğuna dair bilgilerin ortaya konulması amaçlanmaktadır. Araştırma kapsamında elde edilen bulguların ilgili literatüre özgün bilgiler sağlamanın yanı sıra ileride yapılacak olan destinasyon pazarlama yönetimi temelinde yaratıcı şehirler çalışmalarına yönelik kaynak teşkil edeceği ön görülmektedir. Çünkü tanıtım ve pazarlama açısından destinasyonların ön plana çıkarılması amacıyla gerçekleştirilen yaratıcı şehirler ağı kavramı, ilgili turistik alana çok yönlü (tanıtım, pazarlama, istihdam, iktisadi kalkınma vb.) olumlu etkiler oluşturmaktadır (Prayag ve Ryan, 2011). Destinasyon seçiminde

¹ Dr. Öğr. Üyesi, Harran Üniversitesi, mahmutbarakazi@harran.edu.tr, ORCID: 0000-0002-2468-7981.

etkili olan tüm faktörler, turizm sektöründe yer alan kuruluşlar ve sorumlular tarafından yakından takip edilmektedir. Pazarlama ve tutundurma başta olmak üzere nitelikli bir destinasyon yönetimi sürecine sahip olan turistik alanlar, rekabet ortamında avantajlı duruma gelmektedirler. Yaratıcı şehirler kapsamında seçilen destinasyonların destinasyon pazarlama yönetimi süreci ile nasıl bir ilişki düzeyine sahip olduğu ortaya konulmaya çalışılmaktadır. Türkiye’de yaratıcı şehirler unvanı alan destinasyonlar hakkında genel bilgiler ortaya konulmaktadır. Kamu kuruluşları, sivil toplum kuruluşları ve özel işletmelerin öznel veya paydaş iş birliğiyle ortak yaptığı çalışmalar dikkate alındığında yaratıcı şehirlerin destinasyonlara pek çok olumlu yansımalarının olduğu görülmektedir. Bir diğer yandan yaratıcı şehirlerin farkındalığı ile yapılan faaliyetlerin sürdürülebilir destinasyon politikaları açısından da önemli kazanımlar sağladığı görülmektedir. Destinasyon pazarlama yönetimi sürecinde de farkındalık, anlamlandırma, aidiyet duygusu ve yaratıcı şehirler ile iletişim kurma ilişkilerinin kurulduğu düşünülmektedir. Çünkü destinasyon pazarlama yönetimi ve markalaşma sürecinde temel hedefi tanıtım ve bilgilendirme olan yaklaşımların yaratıcı şehirlerin amaçları ile örtüştüğü tahmin edilmektedir. Bir diğer yandan yaratıcı şehirlerin de sürdürülebilir bir biçimde kalıcı olması için destinasyon markalaşma ve yönetimi sürecinde gereksinimi duyulan koşulları sağlaması gerekmektedir (Balakrishnan vd., 2011). Tüm bu bilgiler dahilinde destinasyon pazarlama yönetimi sürecinde yaratıcı şehirler yaklaşımının karşılıklı fayda ilişkisinde gelişerek destinasyona çok yönlü katkılar sunduğu görülmektedir.

KAVRAMSAL ÇERÇEVE

Destinasyon Pazarlama Yönetimi

Turizm hareketliliğinin ortaya koyduğu sosyo ekonomik çıktılarından daha fazla yararlanmak ve mevcut varlığını sürdürülebilir ilkeler doğrultusunda devam ettirmek isteyen destinasyonlar, etkili bir destinasyon pazarlama yönetimine gerek duymaktadır (Risteskia vd., 2012). Sürdürülebilir turizm hedefi için ihtiyaç duyulan en önemli kaynaklardan birisi olan destinasyon pazarlama yönetimi (DPY), bölgenin güçlü geleneksel yaklaşımı devam ettirmeyi, kalkınma önündeki engelleri kaldırmayı ve turistik çekiciliği canlandırmaya yönelik faaliyetleri kapsamaktadır (Dredge, 1999). Bu doğrultuda hükümetler, ilgili paydaşlarla birlikte rekabet avantajları elde etmek ve pazar payını artırmak için hizmetlerini/ürünlerini küresel olarak tanıtmak için destinasyon pazarlamasını (örgütlemesini) son yıllarda sıklıkla uygulamaktadır (Qi vd.,2008).

Destinasyon pazarlama yönetimi ile birlikte bölgeye daha fazla turist çekecek çekim unsurları ortaya konulmaya çalışılsa da (Stienmetz vd., 2013) yeterli düzeyde yapılamayan tanıtım ve pazarlama nedeniyle başarılı bir sürdürülebilir turizm hareketliliğinden söz etmek mümkün olamamaktadır. Özellikle destinasyona yönelik planlanmanın paydaş iş birliğinden uzak olması, kurumlar arası iletişim araçlarının kullanılmaması ve bilimsel verilerden faydalanılmaması gibi

durumlarda önceden belirlenen hedeflere ulaşılmadığı görülmektedir (Thees vd., 2020). Bu kapsamda hedeflenen amaçlara ulaşmak için etkili ve planlı bir şekilde hazırlanmış destinasyon pazarlama yönetimine (DPY) ihtiyaç ortaya çıkmaktadır. DPY, bir bölgenin veya alanın turistler tarafından ziyaret edilmesi sürecinde ortaya konulan fiziki imkanları, eğlence olanaklarını ve cazibe merkezlerini en doğru şekilde planlama, yönetme ve denetleme süreci olarak ifade edilmektedir (Choi vd., 2016). Destinasyon pazarlama yönetimi süreci olmadan sürdürülebilir bir turizm varlığından bahsetmek mümkün değilken turizm organizasyonlarının devamlılığı, destinasyon imajının güçlendirilmesi ve teşvik edilmesi gibi durumlarda risk altındadır (Fuchs vd., 2010). DPY, turizm hareketliliğinin gerçekleşmesi için katalizör görevi üstlenmekte ve hedef geliştirici olarak belirgin bir misyon taşımaktadır. DPY, modern turizm hareketliliği neticesinde ortaya çıkan yerel halk, turistik işletmeler, turistler ve turizmle ilişkili diğer sektörleri kapsayan çelişkili ve karmaşık konuların ele alınmasında kilit bir rol oynamaktadır (Sainaghi, 2006). Ayrıca DPY'nin pazarlama ile yakından ilişkili olduğu ifade edilerek birbirinden bağımsız hareket edemeyeceği de vurgulanmaktadır (Dore ve Crouch, 2003). DPY'nin tarihsel gelişim süreci içerisinde pazarlamanın ötesine geçerek diğer destinasyonlara kıyasla daha rekabetçi bir pozisyonu elde etmesi ve destinasyonun turizm başarısı için sürdürülebilir bakış açısına sahip olması gerekliliği ortaya konulmaktadır (Presenza vd., 2005). Bu bağlamda destinasyon pazarını konumlandırarak, koordine edebilecek ve ortak hedefler doğrultusunda ilgili kuruluşları harekete geçirebilecek DPY konusunda sorumlu kuruluşlar şu şekilde tanımlanmaktadır (Dünya Turizm Örgütü, 2004);

- Destinasyon yönetimi ve pazarlamasından sorumlu ulusal turizm otoriteleri veya kuruluşları,
- Destinasyon yönetimi pazarlamasından sorumlu önceden tanımlanmış bir coğrafi bölgede bölgesel, il veya eyalet yetkilileri,
- Destinasyon yönetimi pazarlamasından sorumlu önceden tanımlanmış daha küçük bir coğrafi bölgeden sorumlu yerel yetkililer.

Destinasyon pazarlama yönetimi veya örgütlenme yönetiminin en temel unsurlarından birisi de destinasyonun dikkat çekici unsurlarla ön plana çıkarılması ve farkındalığının oluşturulmasıdır. Bu bağlamda pek çok destinasyon festivaller ve yenilikçi turizm faaliyetleri gibi farklı yaklaşımlarla arz olanakları geliştirmektedir (Felsenstein ve Fleischer, 2003; Picard ve Robinson, 2006; Aldebert vd., 2011; Sari vd., 2019). Bununla birlikte hükümetler ve yerel kuruluşlar da belli tarihler arasında destinasyonu ayırt edici özel semboller, etkinlikler ve tanıtımlarla tanıtıma ve pazarlamaya çalışmaktadırlar (Jago vd., 2003; Tasci ve Kozak, 2006). Bu duruma örnek olarak Türkiye'de de belirli yıllar destinasyon isimleriyle anılarak tüm yıl boyunca çok çeşitli etkinliklerle kutlanılmaktadır. Türkiye Cumhuriyeti Cumhurbaşkanlığı tarafından himaye edilen projeler kapsamında bazı turizm çekiciliğine sahip destinasyonlar, belirli zaman dilimleri arasında

tematik yıl olarak ilan edilmektedir (TCCB, 2019). Buna benzer şekilde yaratıcı şehir potansiyeline sahip destinasyonlar da ilgili kurum ve kuruluşlar tarafında teşvik edilerek tematik kimliğe sahip olması hedeflenmektedir.

Destinasyonlara yönelik örgütlenme ve tanıtım çabaları geliştirilerek marka kimliği ve cazibe merkezleri, birçok turistik alanda oluşturulmaya başlanmaktadır (Richards, 2011). Küresel çapta destinasyonları rakiplerinden ayırt edebilmek için hem uluslararası turizm sektöründe meydana gelen yeni eğilimler hem de destinasyonların sahip olduğu değerler, tanıtım ve pazarlama araçlarıyla kullanılmaktadır (Pantano ve Servidio, 2011). Destinasyonlara yönelik detaylı ve etkin bilgilendirmeler yapılarak turizm rekabetinde üstün olunan noktalar vurgulanmaktadır (Dimoska ve Trimcev, 2012). Dünya’da da benzer özelliklere sahip destinasyonlara yönelik yapılan çekim merkezi oluşturma çabalarının arttığı gözlemlenmektedir. Örneğin en eski yerleşim ve ticaret merkezlerinden birisi olan Barcelona, tarihi ve kültürel değerleriyle ön plana çıkartılan turistik destinasyonların başında gelmektedir (Yavuz ve Karabağ, 2009). Ancak destinasyonların bireysel çabalarının küresel çapta rekabet etmeleri için yeterli olmadığı durumlar ortaya çıkabilmektedir. Bu kapsamda UNESCO (Birleşmiş Milletler Eğitim, Bilim ve Kültür Örgütü), destinasyonların özgün ve güçlü yönlerini sürdürülebilir bir şekilde koruması için Yaratıcı şehirler kavramını ortaya koyarak destinasyonların ilgili temalarda temsil yeteneğini güçlendirmeyi amaçlamaktadır.

UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağı

Yaratıcı şehir kavramının kökeni sanatsal, kültürel ve turistik değerler gibi zenginliklerin var olduğu destinasyonlar için ifade edilmekte ve çıkış süreci 20. yüzyılın son dönemlerine dayanmaktadır (Landry 2005). Yöresel unsurların küresel rekabet açısından yetersiz kaldığı durumlara karşın yenilikçi bir model önerisi ile ortaya çıkan yaratıcı şehirler, uluslararası standartların uygulanabildiği, kültürel kaynakların verimli kullanıldığı, özgün değerlerin korunduğu ve sürdürülebilir kalkınma açısından turizm faaliyetlerinin doğru bir şekilde yapıldığı tüm dinamikleri kapsamaktadır. Bir diğer deyişle destinasyonun sahip olduğu somut ve soyut kültürel kaynakların yaratıcı şehir kavramı ile turistik sermayeye dönüştürülmesi yoluyla rekabet avantajı elde edilmesidir. Yaratıcı şehirlerin sağladığı iktisadi, sosyal ve kültürel faydaların hükümetler tarafından anlaşılmasıyla birlikte ilgili destinasyonlara yönelik yatırımlar artmaya başlanmış ve planlı projelerle destekler sağlanmış (Bonet vd., 2011). Özellikle UNESCO tarafından yaratıcı şehir temalarının belirlenmesi ile birlikte küresel düzeyde destinasyonlar tanınırlık kazanmakta ve cazibe unsurlarını daha aktif bir biçimde sunabilmektedir. Bu gelişmeler ışığında yaratıcı şehir kavramı, giderek ilgi görmeye başlayarak destinasyon tercih etme nedenleri arasında faktör niteliği kazanmıştır. Destinasyonun tanıtım ve pazarlanmasında yaratıcı şehir kavramını açıklamak için çeşitli tanımlamalar yapılmıştır (Flew, 2005; Leng ve Badarulzaman, 2014; Kakiuchi, 2016). Ancak en genel anlamıyla yaratıcı şehirler kavramı Landry

(2000) tarafından turistik zenginliklerini tanıtmak, özgün değerlerine farkındalık sağlamak, destinasyonlar arasındaki etkileşimi artırmak, sorunlarını çözmelerine yardımcı olmak ve yaşam kalitelerini yükseltmelerine olanak tanıyan tematik yerler ve alanlar şeklinde tanımlanmaktadır.

Yaratıcı şehirler temelinde küresel rekabetin getirdiği bir sonuç ve şehir planlamasının bir gerekliliği olarak algılanmaktadır. Örneğin, Londra, Berlin ve Toronto gibi gelişmiş ülkelerdeki şehirler sanayi gelişimlerinin ardından kültür ve yaratıcılıklarını ön plana koyan bilgi tabanlı hizmetlerle yeniden yapılandırıldılar. Bu doğrultuda iktisadi kalkınmanın yanı sıra sosyal ve kültürel açıdan da sürdürülebilir kentsel gelişme sürecini doğru yönetmek isteyen destinasyonlar, yaratıcı şehir kimliğine daha fazla eğilim göstermeye başlamışlardır. Kısacası, yaratıcı şehir kimliğiyle küresel olarak şehirler, kültür odaklı yaratıcı şehir planlamalarını gerçekleştirmek için stratejik yol izlemekte ve bu sayede kültürel boyutların entegrasyonu yoluyla yaratıcılık, yenilikçilik ve çekicilik oluşturabilmektedir. Örneğin, Kanada'nın Toronto şehri, 2003 yılında yaratıcı şehir ağına dahi olmak için kültür planını benimseyerek çok boyutlu bir yaklaşıma dayalı kültür odaklı kentsel dönüşümü gerçekleştirmeye çalışmıştır. Yine kültürüyle öne çıkan Nagoya, Hiroşima ve Kanazawa gibi Japon şehirleri de benzer şekilde kültürel değerlerini etkin bir şekilde kullanarak yenilikçi ve yaratıcı bir kültürel destinasyon imajı sergilemektedir (Khoo, 2022). Yaratıcı şehirler, destinasyonların kültürel değerlerine dikkat çekerken gelişmişlik düzeyine de vurgu yapan önemli pazarlama enstrümanlarından birisidir.

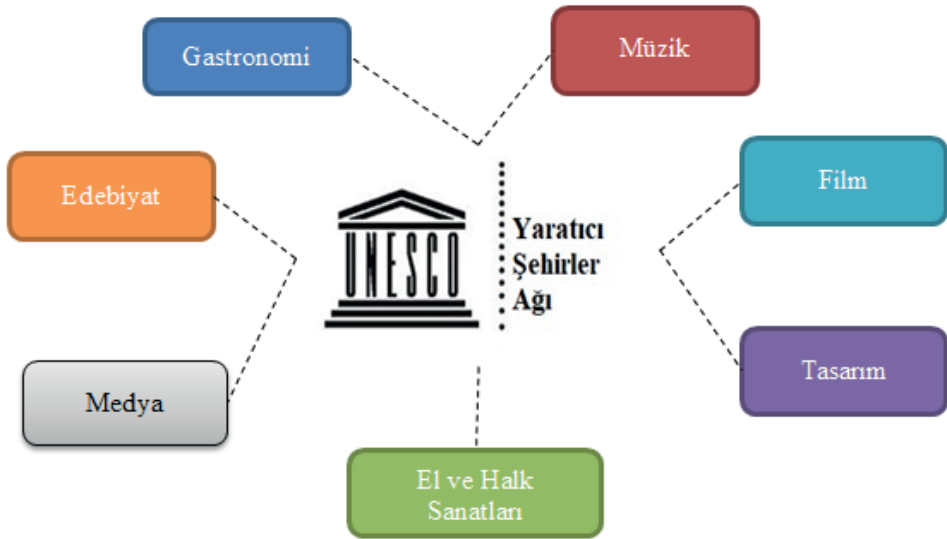
Şehirlerin sürdürülebilir kalkınma açısından daha iyi bir konum elde edebilmesi için yaratıcılığın önemi, 2004 yılında UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağı'nın oluşmasıyla birlikte farklı bir boyut kazanmıştır. Yaratıcı şehirler, 2030 yılı sürdürülebilir kalkınma gündeminin pratik uygulamasıyla uyumlu olan kentsel alanlarda eylem, yaratıcılık ve yeniliği geliştirmeye odaklanan ana stratejilerin başında gelmektedir (Wiktor-Mach, 2020).

UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağı (UCCN), yaratıcılığı sürdürülebilir kentsel gelişim için stratejik bir faktör olarak tanımlayan şehirler ile ve şehirler arasında iş birliğini teşvik etmek amacıyla 2004 yılında kuruldu. Halihazırda bu ağı oluşturan 180 şehir ortak bir hedef doğrultusunda birlikte çalışıyor: yaratıcılığı ve kültür endüstrilerini yerel düzeyde kalkınma planlarının merkezine yerleştirmek ve uluslararası düzeyde aktif olarak iş birliği yapmak. Ağa katılarak, şehirler en iyi uygulamalarını paylaşmayı ve aşağıdakileri sağlamak için kamu ve özel sektör ile sivil toplumu içeren ortaklıklar geliştirmeyi taahhüt eder (UNESCO, 2022);

- kültürel faaliyetlerin, malların ve hizmetlerin yaratılmasını, üretilmesini, dağıtılmasını ve yayılmasını güçlendirmek;
- yaratıcılık ve yenilik merkezleri geliştirmek ve kültür sektöründeki yaratıcılar ve profesyoneller için fırsatları genişletmek;

- özellikle marjinalleştirilmiş veya savunmasız gruplar ve bireyler için kültürel yaşama erişimi ve katılımı iyileştirmek;
- kültürü ve yaratıcılığı sürdürülebilir kalkınma planlarına tam olarak entegre etmek.

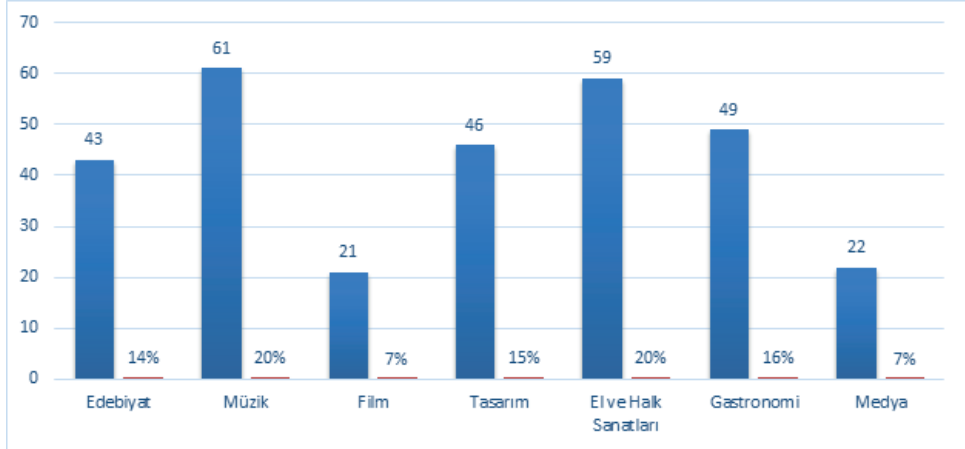
Yaratıcı şehirler ağı, medya, film, tasarım, gastronomi, edebiyat ve müzik, el ve halk sanatları olmak üzere yedi tema üzerinden sınıflandırılmaktadır. Yaratıcı şehirler ağı, yerel, tematik ve küresel türde üç farklı şekilde açıklanmaktadır. Yaratıcı şehirler her yıl düzenledikleri geleneksel yıl dönümü etkinlikleri, yarışmalar ve rekreasyonel aktivitelerle yerel çapta faaliyetler gerçekleştirmektedir. Bu faaliyetler, UCCN tarafından maddi ve yönetsel yönden desteklenebilmektedir. Yaratıcı şehir aktiviteleri, küresel çapta tüm üye şehirlerin katılımıyla organize edilmektedir: örneğin, 2008 yılında Santa Fé’de (ABD), 2010 yılında Shenzhen’de (Çin), ve 2012 yılında Bologna’da (İtalya) UCCN toplantıları yapılmıştır (Rosi, 2014). Bu toplantılar destinasyon pazarlama yönetimi açısından küresel iş birliği yaklaşımına uygun olarak değerlendirilmektedir.



Şekil 1: Yaratıcı Şehirler Ağı Tematik Türler

Geleneksel pazarlama araçlarında modern pazarlama araçlarına geçiş sürecinde yaşanan teknolojik, iktisadi ve kültürel değişimler, yaratıcı şehirlerin önemini giderek daha fazla ortaya koymaktadır. Bu durum Dünya'nın pek çok destinasyonunda "yaratıcı şehir" kimliği alabilmek isteyen alanlar için öncelikli hale gelmesine neden olmaktadır. Ayrıca küresel çapta destinasyonlar arasında yaşanan yoğun ve karmaşık rekabet, güçlü yönlerin anlatılması ve cazibe unsurlarının etkin bir şekilde tanıtılmasını gerekli kılmaktadır. Tematik kimliğe sahip yaratıcı şehirler, destinasyon imajının geliştirmesi ve kalıcı olarak süreklilik sağlaması açısından önemli rol oynamaktadır (Akin ve Bostancı, 2017). Bu

gelişmeler doğrultusunda Dünya çapında pek çok destinasyon yaratıcı şehir yarışına girişerek tematik yönleri ile destinasyon pazarlama yönetimi kapsamında avantajlı hale gelmeyi amaçlamaktadır. Nitekim her yıl sayıları hızla artan yaratıcı şehirler de bu durumu destekleyen bilgiler ortaya koymaktadır. 2022 yılı ilk çeyrek dönemi itibariyle Dünya genelinde yaratıcı şehirler ağına dahil olan destinasyonlar Grafik 1’de gösterilmektedir (UNESCO, 2022);



Grafik 1: Yaratıcı Şehirler Tematik Dağılım

Grafik 1’de görüldüğü üzere yaratıcı şehirler en yoğun biçimde müzik, gastronomi, el ve halk sanatları temaları genelinde dağılım göstermektedir. Bu durum destinasyonların kültürel özgünlük biçimlerini ortaya koyarken geleneksel yaşam tarzı hakkında da fikirler sunmaktadır. Örneğin Latin Amerika ülkelerinde müzik hayatın ayrılmaz bir parçası iken kültüründe de doğal olarak müzikal değerlerin varlığı kendini yaratıcı şehirlerde kanıtlamaktadır. Bir diğer yandan film ve medya temalarında yaratıcı şehir kimliğine sahip destinasyonların sayısı diğer temalara oranla daha azdır. Ancak teknolojik gelişmelerin doğrultusunda önümüzdeki yıllarda bu sayısının hızla artacağı ön görülmektedir. Yine yemek yeme alışkanlıklarının beslenme gereksiniminin ötesine geçerek ziyaretçilerde lezzet deneyimi sağladığı algısının gelişmesiyle birlikte özgün mutfağa sahip destinasyonların bu tematik alanda yaratıcı şehir unvanı alacağı düşünülmektedir.

Tablo 1: Türkiye UNESCO Yaratıcı Şehir Temaları

Tema	Şehir	Giriş Yılı
<i>Gastronomi</i>	Gaziantep	2015
	Hatay	2017
	Afyonkarahisar	2019
	Adana	2021
	Balıkesir	2021
	Konya	2021
	Kayseri	2021
	Diyarbakır	2021
<i>Tasarım</i>	İstanbul	2017
	İzmir	2021
<i>El ve Halk Sanatları</i>	Kütahya	2017
	Bursa	2021
<i>Müzik</i>	Kırşehir	2019
	Şanlıurfa	2021
	Sivas	2021
<i>Edebiyat</i>	Kahramanmaraş	2021

*UNESCO yaratıcı şehirler ve ulusal liste birlikte değerlendirilmiştir.

Türkiye genelinde yaratıcı şehir ağına dahil olan destinasyonların çoğunlukla gastronomi teması altında toplandıkları görülmektedir. Özellikle yüzyıllar boyunca birçok farklı medeniyeti ve kültürü bir arada birleştiren Anadolu coğrafyasında yer alması nedeniyle bu durum açıklanabilmektedir. Ayrıca iklimsel ve bitki çeşitliliği açısından da en verimli tarım alanlarına sahip olması, mutfak kültürünün çeşitlilik arz etmesine olanak sağlamaktadır (Yayla ve Yayla, 2020). Özellikle İç Anadolu, Akdeniz ve Güneydoğu Anadolu bölgesinde yer alan yaratıcı şehirlerle gastronomi ürünleri tanıtılmaya çalışılmakta ve gastronomi turizm faaliyetlerine ağırlık verilmektedir. Müzik temasına sahip yaratıcı şehirler, özgün enstrüman ve makamlarıyla destinasyonlarının çekicilik yönüne dikkat çekmektedirler. Türkü ve Halk müziği başta olmak üzere Anadolu ezgilerinin örnekleri bu şehirlerde büyük bir ustalıklı ve müzikal şölenle aktarılmaktadır. Hristiyanlık ve Müslümanlık inançlarının yanı sıra pek çok medeniyetin kültürel el sanatlarını tarih boyunca yaşatan Kütahya ve Bursa gibi şehirler, zanaat noktasında geçmişten geleceğe köprü vazifesi görmektedir. Özellikle Osmanlı devleti döneminde merkez konumda olan bu şehirler, ticaretin de etkisiyle el ve halk sanatları yönünden büyük gelişim göstermişlerdir (Albayrak ve Özdemir, 2012). Çinicilik ve kumaş başta olmak üzere el mahareti gerektiren ürünlerin çıkış noktası olan yaratıcı şehirler, destinasyonun markalaşmasında ve tematik olarak adlandırılmasında öne çıkmaktadırlar. Türkiye'nin en büyük şehirlerinden olan İstanbul ve İzmir gibi destinasyonlar, tasarım konusunda geniş insan sermayesine sahip olarak bu konuda yaratıcı şehir unvanları almışlardır. Bir diğer yandan pek çok şair ve yazarın

yetiştği Kahramanmaraş'ta edebiyat alanında tematik değere sahip yaratıcı şehir unvanı alan tek destinasyondur. Ancak film ve medya alanında yaratıcı şehir ağına dahil olan hiçbir şehrin olmaması Türkiye açısından çok büyük bir eksiklik. Çünkü tiyatro ve sinemalarında çok değerli sanatsal faaliyetleri bulunan bir ülkenin bu alanda temsil yeteneği olmayan şehirlere sahip olması düşündürücüdür. Bu nedenle hem destinasyonların güçlü tanıtım araçlarına sahip olması hem de başarılı bir destinasyon pazarlama yönetimi açısından film ve medya temalarına ağırlık verilerek yeni yaratıcı şehirlerin planlanması gerekmektedir.

Hedeflenen stratejilere ulaşmak için etkin bir pazarlama yönetimi kullanmak destinasyonun geleceği açısından oldukça önem arz etmektedir. Destinasyon pazarlama yönetimi içerisinde yer alan tüm örgütlerin ve kuruluşların birlikte hareket etmesini sağlayacak koşulların oluşturulması ile başarılı bir planlamadan bahsetmek mümkün olmaktadır. Bununla birlikte örgüt içi iletişim kanalları ve görev tanımları net bir şekilde ortaya konularak organizasyonun başarısı artırılabilir (Akkuş, 2018). Yaratıcı şehirler ağı misyonu da destinasyon pazarlama yönetiminde olduğu gibi belirli hedeflere ulaşmak için iletişimi, birlikte hareket etmeyi ve koordinasyonu temel olarak organizasyonel başarı için tüm paydaşların iş birliğine önem vermektedir.

SONUÇ

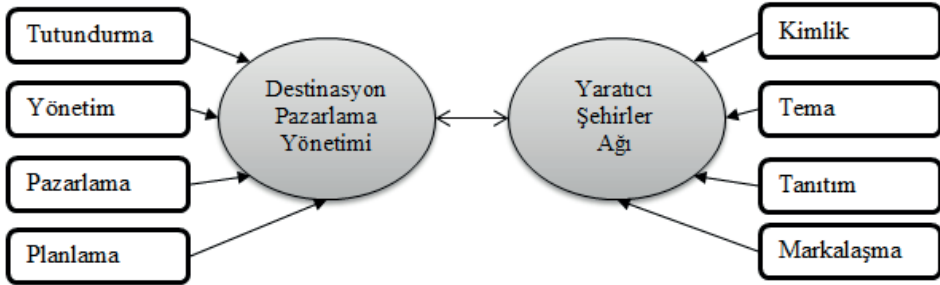
Hizmet sektörünün içerisinde bulunduğu yoğun rekabet ortamında mevcut varlığını koruyarak sürdürülebilir politikalar ve stratejilerle büyümek isteyen ticari işletmelerde olduğu gibi destinasyonlarda sürekli olarak gelişme eğiliminde bulunmaktadır (Saarinen, 2004). Bu nedenle üretilen hizmet veya ürünün kalite algısının yanı sıra pazarlanması, tutundurulması ve yönetilmesi sürecine de ayrı bir önem verilmektedir. Çünkü teknolojik gelişmeler ve yenilikçi eğilimler sunulan hizmete yönelik bakış açısını değiştirebilmekte ve bu doğrultuda güncel olmayan hizmetler arka planda kalabilmektedir. Destinasyonlarda benzer şekilde fiziki alt yapıları ve ürün çeşitliliklerinin yanı sıra pazarlama yöntemlerini de sürekli olarak güçlendirmek durumundadır (Benur ve Bramwell, 2015). Buna yönelik olarak yerel yönetimler başta olmak üzere kamu kuruluşları ve sivil toplum kuruluşları, destinasyonları tanıtıcı faaliyetlerde bulunmaktadır. Ancak turistik destinasyonların karmaşık yapısı ve aşırı hassasiyet durumu kısa vadeli planlamaların ötesinde uzun vadeli stratejilerle başarılı olunabileceğini ortaya koymaktadır (Fyall vd., 2003). Bu kapsamda ülke yönetimlerinde söz sahibi kuruluşlar destekli programlar açıklamayarak destinasyonları desteklemekte ve pazarlanması noktasında girişimlerde bulunmaktadır. UNESCO tarafından yürütülen yaratıcı şehirler ağı (UCCN), destinasyonların pazarlama yönetimlerinde önemli bir rol oynayarak destinasyonun markalaşmasına ve kimlik oluşturmaya aracılık edebilmektedir (Prasetya, 2019). Şehirlerin yaratıcılığını yeniden kurmak için, destinasyonun güçlü yönlerini ve değerlerini bir bütün içerisinde ortaya koyarak kültürel şehir markalaşma sorununa planlı stratejiler üreten yaratıcı şehirler,

tematik yönleriyle destinasyon pazarlamasında aktif sorumluluk üstlenmektedir. Yaratıcı şehirler ağına dahil olan destinasyonlar, diğer şehirleri ile tam olarak iş birliği yapmayı kabul etmektedirler. Çünkü yaratıcı şehirler ağı, yaratıcılığı sürdürülebilir kalkınma için stratejik bir faktör olarak tanımlayan şehirler arasında, kamu ve özel sektör, meslek kuruluşları, topluluklar, sivil toplum dahil ortaklıklar çerçevesinde uluslararası iş birliğini geliştirmeyi amaçlamaktadır. Ayrıca UCCN misyon beyanında yer aldığı üzere “Dünya’nın tüm bölgelerinde toplum ve kültürel kurumlar, yaratıcı şehirler ağının gelişimini teşvik etmek ve sürdürülebilir kentsel kalkınma için dünya çapında iş birliğini teşvik etmek için üye şehirler arasında deneyim, bilgi ve kaynakların paylaşımını kolaylaştırır” ifadelerini kullanarak iş birliğine dikkat çekilmektedir. Bu durum destinasyon pazarlama yönetiminde de yer alan koordinasyon, iletişim ve paydaş iş birliği özellikleriyle örtüşmektedir. UCCN’ göre Yaratıcı Şehirler Ağı kapsamında hedeflenen diğer amaçlar şu şekildedir (Rosi, 2014);

- Yaratıcı şehir temalarını destinasyon çekicilik unsuru olarak kullanmak,
- Yaratıcı şehirleri, üretim, dağıtım ve kültürel hizmetlerde yaygınlaştırma,
- Yaratıcı şehirligi ve yaratıcı ifadeleri teşvik ederek kadınlar ve gençler öncelikli olma üzere her yaş grubunda yaymak,
- Kültürel değerleri koruyarak geleneksel yaşam tarzına katılımı artırmak ve kültürel deneyimlerden yararlandırmak,
- Yaratıcı şehirleri, kültürel ve yaratıcı endüstrileri özelinde diğer sektörlerle entegre ederek kalkınma planlarına destek olmak.

Destinasyon pazarlama yönetimi, mevcut kaynakların en verimli şekilde kullanılarak en üst düzeyde verimi amaçlamaktadır. Bu noktada tanıtım, tutundurma ve kültürel değerlerin korunarak destinasyonun sürdürülebilir şekilde sürekliliğini esas almaktadır (Pike ve Page, 2014). Yaratıcı şehirler ağı kavramı da benzer şekilde kültürel motiflere sahip tematik destinasyonlarda mirası koruma, kalıcılığı sağlama ve tanıtım yoluyla ekonomik ve sosyal gelişimi sağlama hedefindedir. Nitekim yaratıcı şehirler unvanı almış destinasyonların temsil ettikleri temalarla kültürel değerlere sahip olduğu kanıtlanmaktadır. Ancak yaratıcı şehirlerin planlı bir biçimde mevcut koşullarını iyileştirmesi geliştirmesi etkili bir destinasyon pazarlama yönetimiyle mümkün olabilmektedir. Destinasyonun çekiciliklerini ve güçlü tematik yönlerini stratejik olarak uygulayamayan şehirlerin sürdürülebilir kalkınma faydalarından yararlanmaları kısıtlı düzeyde kalmaktadır. Yine destinasyon yönetiminde kültürel değerlerini tematik unvanlarla güçlendirmeyen şehirlerin, pazarlama ve tanıtım noktasında olumsuz etkilere maruz kalacağı düşünülmektedir. Tüm bu ilişkiler dikkate alındığında destinasyon pazarlama yönetimi ve yaratıcı şehirler ağı misyonu arasında yakından bağlantılar bulunduğu ve çift yönlü etkinin var olduğu görülmektedir. Etkili bir destinasyon pazarlaması hedefiyle yola çıkan her marka şehir adayının yaratıcı şehirler ağına dahil olması,

büyük avantaj sağlayacaktır. Bu bağlamda yaratıcı şehir sayısının artması da ülkenin genel turistik imajına olumlu katkı sunmaktadır.



Şekil 2: Destinasyon Pazarlama Yönetimi ve Yaratıcı Şehirler İlişkisi

KAYNAKÇA

- Akın, N. & Bostancı, B. (2017). UNESCO yaratıcı şehirler ağı kapsamında Gaziantep: mevcut raporlar bağlamında bir değerlendirme. *Süleyman Demirel Üniversitesi Vizyoner Dergisi*, 8 (19), 110-124
- Akkuş, G. (2018). Kış turizmi destinasyonu pazarlama yönetimi: Erzurum örneği. *Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 32(3), 557-575.
- Albayrak, M., & Özdemir, M. (2012). The role of Geographical indication in brand making of Turkish handcrafts. *International Journal of Business and Social Research (IJBSR)*, 2(3).
- Aldebert, B., Dang, R. J., & Longhi, C. (2011). Innovation in the tourism industry: The case of Tourism@. *Tourism management*, 32(5), 1204-1213.
- Balakrishnan, M. S., Nekhili, R., & Lewis, C. (2011). Destination brand components. *International Journal of Culture, Tourism and Hospitality Research*.
- Benur, A. M., & Bramwell, B. (2015). Tourism product development and product diversification in destinations. *Tourism management*, 50, 213-224.
- Bonet, L., Colbert, F., & Courchesne, A. (2011). From Creative Nations to Creative Cities: An example of center-periphery dynamic in cultural policies. *City, culture and society*, 2(1), 3-8.
- Choi, J., Ok, C., & Choi, S. (2016). Outcomes of destination marketing organization website navigation: The role of telepresence. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 33(1), 46-62.
- Dore, L., & Crouch, G. I. (2003). Promoting destinations: An exploratory study of publicity programmes used by national tourism organisations. *Journal of Vacation Marketing*, 9(2), 137-151.
- Dredge, D. (1999). Destination place planning and design. *Annals of tourism research*, 26(4), 772-791.
- Dimoska, T., & Trimcev, B. (2012). Competitiveness strategies for supporting economic development of the touristic destination. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 44, 279-288.
- Felsenstein, D., & Fleischer, A. (2003). Local festivals and tourism promotion: The role of public assistance and visitor expenditure. *Journal of Travel research*, 41(4), 385-392.
- Flew, T. (2005). Creative cities and creative clusters. In *Presentation to Creative Articulations: Creative Research Network Workshop*.
- Forleo, M. B., & Benedetto, G. (2020). Creative cities of gastronomy: Towards relationship between city and countryside. *International Journal of Gastronomy and Food Science*, 22, 100247.
- Fotheringham, A. S. (1983). Some theoretical aspects of destination choice and their relevance to production-constrained gravity models. *Environment and Planning A*, 15(8), 1121-1132.

- Fuchs, M., Höpken, W., Föger, A., & Kunz, M. (2010). E-business readiness, intensity, and impact: An Austrian destination management organization study. *Journal of Travel Research*, 49(2), 165-178.
- Fyall, A., Callod, C., & Edwards, B. (2003). Relationship marketing: The challenge for destinations. *Annals of tourism research*, 30(3), 644-659.
- Jago, L., Chalip, L., Brown, G., Mules, T., & Ali, S. (2003). Building events into destination branding: Insights from experts. *Event management*, 8(1), 3-14.
- Kakiuchi, E. (2016). Culturally creative cities in Japan: Reality and prospects. *City, Culture and Society*, 7(2), 101-108.
- Khoo, S. L. (2022). Towards cultural sustainability in creative cities: what George Town, Malaysia can learn from Kanazawa, Japan?. *Creative Industries Journal*, 1-18.
- Landry, C. (2000). The creative city: A toolkit for urban planners. London: Earthscan.
- Landry, C. (2005). Lineages of the creative city. *Creativity and the City*, Ne.
- Leng, K. S., & Badarulzaman, N. (2014). Branding George Town world heritage site as city of gastronomy: prospects of creative cities strategy in Penang. *International Journal of Culture, Tourism and Hospitality Research*.
- Matthews, Y., Scarpa, R., & Marsh, D. (2018). Cumulative attraction and spatial dependence in a destination choice model for beach recreation. *Tourism Management*, 66, 318-328.
- Pantano, E., & Servidio, R. (2011). An exploratory study of the role of pervasive environments for promotion of tourism destinations. *Journal of Hospitality and Tourism Technology*.
- Pavlovich, K. (2003). The evolution and transformation of a tourism destination network: the Waitomo Caves, New Zealand. *Tourism Management*, 24(2), 203-216.
- Picard, D., & Robinson, M. (2006). Remaking worlds: Festivals, tourism and change. In Festivals, tourism and social change (pp. 1-31). Channel View Publications.
- Pike, S., & Page, S. J. (2014). Destination Marketing Organizations and destination marketing: A narrative analysis of the literature. *Tourism management*, 41, 202-227.
- Prasetya, B. H. (2019, April). Bandung Tourism Image: Stakeholder Perceptions on The Representation of Creative City. In *1st International Conference on Advanced Multidisciplinary Research (ICAMR 2018)* (pp. 541-545). Atlantis Press.
- Prayag, G., & Ryan, C. (2011). The relationship between the 'push' and 'pull' factors of a tourist destination: The role of nationality—an analytical qualitative research approach. *Current issues in tourism*, 14(2), 121-143.
- Presenza, A., Sheehan, L., & Ritchie, J. B. (2005). Towards a model of the roles and activities of destination management organizations. *Journal of Hospitality, Tourism and Leisure Science*, 3(1), 1-16.
- Richards, G. (2011). Creativity and tourism: The state of the art. *Annals of tourism research*, 38(4), 1225-1253.
- Risteska, M., Kocevskia, J., & Arnaudov, K. (2012). Spatial planning and sustainable tourism as basis for developing competitive tourist destinations. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 44, 375-386.
- Saarinen, J. (2004). 'Destinations in change' The transformation process of tourist destinations. *Tourist studies*, 4(2), 161-179.
- Sainaghi, R. (2006). From contents to processes: Versus a dynamic destination management model (DDMM). *Tourism management*, 27(5), 1053-1063.
- Sari, P. R. J., Wisudawati, N. N. S., & Yulianti, N. M. D. R. (2019). Selfie tourism promotion to support innovative tourism in the era of disruption. *International Research Journal of Management, IT and Social Sciences*, 6(6), 172-177.
- Stienmetz, J. L., Levy, S. E., & Boo, S. (2013). Factors influencing the usability of mobile destination management organization websites. *Journal of travel Research*, 52(4), 453-464.

- Qi, S., Law, R., & Buhalis, D. (2008). Usability of Chinese destination management organization websites. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 25(2), 182-198.
- Tasci, A. D., & Kozak, M. (2006). Destination brands vs destination images: Do we know what we mean?. *Journal of vacation marketing*, 12(4), 299-317.
- TCCB, (2019). <https://www.tccb.gov.tr/haberler/410/102344/-gobeklitepe-anadolu-daki-medeniyet-koklerinin-derinligini-gostermektedir>- Erişim Tarihi: 04.10.2021
- Thees, H., Pechlaner, H., Olbrich, N., & Schuhbert, A. (2020). The Living Lab as a tool to promote residents' participation in destination governance. *Sustainability*, 12(3), 1120.
- Türkiye Turizm Stratejisi, (2021). https://www.kuzka.gov.tr/dosya/turizm_stratejisi_2023.pdf Erişim Tarihi: 11.09.2021
- Wiktor-Mach, D. (2020). What role for culture in the age of sustainable development? UNESCO's advocacy in the 2030 Agenda negotiations. *International Journal of Cultural Policy*, 26(3), 312-327.
- World Tourism Organization. (2004). *Survey of destination management organisations*. Madrid, Spain: World Tourism Organization.
- Yavuz, M. C. & Karabağ, S. F. (2010). Ulusal turizm tanıtımı ve pazarlama yönetimi örgütlenmesi: türkiye için bir model önerisi. İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi | *Istanbul University Faculty of Communication Journal* , 1 (36) , 113-130.
- Yayla, Ö., & Yayla, Ş. (2020). The Potential of Amasya Cuisine for Gastronomy Tourism. In *Heritage Tourism Beyond Borders and Civilizations* (pp. 115-124). *Springer*, Singapore.

KURUMSAL SOSYAL SORUMLULUK BAĞLAMINDA YEŞİL DENETİME KAVRAMSAL BİR BAKIŞ

Seçkin GÖNEN¹, Özben YURTLU²

GİRİŞ

Küreselleşme, sanayileşme ve şehirleşmenin olağanüstü bir hızla geliştiği günümüzde başta insanlık küresel ısınma ve iklim değişikliği olmak üzere şiddetli çevre felaketleri yaşanmaktadır. Dünyadaki tüm insanları ilgilendiren bu çevre felaketlerinin önlenmesi için Birleşmiş Millet tarafından uygulamalar hayata geçirilmiştir. Bu gelişmeler doğrultusunda toplumlar arasında çevreye olan duyarlılık artmış ve işletmelerin üzerinde faaliyetlerinin çevre dostu şekilde gerçekleştirilmesi noktasında baskıya neden olmuştur. İşletmeler ise toplumda artan çevre bilicine karşılık vermek ve kurumsal yönetim yönünü desteklemek için kurumsal sosyal sorumluluk kapsamında faaliyetlerini genişleterek bölümlerinin faaliyetlerinin çevre dostu şekilde değiştirilmesini desteklemektedir. Bu değişimden muhasebe bölümlerinde etkilendiği gibi değişim sonucunda yeni oluşan çevre ile ilgili muhasebe işlemlerinin de denetlenmesi açısından gerek iç denetim birimleri gerekse diğer denetim alanlarında da değişim yaşanmaktadır.

Bu çalışmanın amacı, küresel ısınma ve iklim değişikliği başta olmak üzere diğer çevresel olumsuzlukların önlenmesini temel alan işletmelerin kurumsal sosyal sorumluluk uygulamalarının denetim açısından değerlendirilmesidir. Bu çalışmada ilk olarak; küresel ısınma ve iklim değişikliğinin dünya üzerindeki etkileri ile kurumsallaşma, kurumsal yönetim ve kurumsal sosyal sorumluluk kavramlarının birbirleriyle olan ilişkisinin işletmeye sağlayacağı yararlar açıklanmaktadır. Çalışmanın diğer bölümlerinde ise; işletmelerin çevresel duyarlılığının gelişmesinin ve kurumsal sosyal sorumluluk boyutunun yeşil denetim ile olan ilişkisi irdelenmektedir. Çalışmanın sonucunda, yeşil denetimin işletmenin kurumsal sosyal sorumluluk sürecine ciddi katkı sağlayacağına ulaşılmıştır.

1 Prof.Dr., Dokuz Eylül Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, Muhasebe ve Finansman Anabilim Dalı, seçkin.gonen@deu.edu.tr, ORCID ID: 0000-0001-5962-7375.
2 İşletme Bölümü Doktora Öğrencisi, Dokuz Eylül Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, ozben.yurtlu@ogr.deu.edu.tr, ORCID ID: 0000-0001-5266-6996.

KÜRESEL ISINMA VE İKLİM DEĞİŞİKLİĞİ

Küresel ısınma fosil kökenli enerji kaynaklarının aşırı kullanımının sonucu bileşenleri arasında su buharı, karbondioksit, metan ve azot gazlarını içeren sera gazının atmosfere salınımının artmasına neden olan, Dünyanın ortalama yüzey sıcaklığının yükselmesini tetikleyen ve kaynağını insan faaliyetlerinden alan en önemli doğal felaketlerinden birisidir (Ghussain; 2018:13). Yaklaşık 1860 yılında gelişimini tamamlayan 1. Sanayi Devriminin ardından yaşanan sanayileşme sonucunda ortaya çıkan enerji ihtiyacının başta kömür olmak üzere diğer karbon temelli madenlerin büyük boyutlarda tüketilmesiyle karşılanması ve son 200 yılda kontrolsüzce gerçekleşen şehirleşme sonucunda atmosfere yayılan karbondioksit gazında Sanayi Devrimi öncesi döneme göre keskin bir artış yaşanmıştır. Artan karbondioksit gazının salınımı, atmosferin yapısını oluşturan gazların oransal olarak dengesini bozmasını sonucunda son 100 yılda yaşanan küresel ısınmanın tahminlerin çok üstünde Dünya'yı etkisi altına almıştır. Zaman ilerledikçe ve gelişen teknoloji sayesinde arka arkaya yaşanan Sanayi Devrimleri doğaya ve iklime vereceği zararlar önceden tahmin edilmeden gerçekleşmiştir. Sanayi devrimlerinin yaşanmasının ardından şehirlerin üstünde asılı duran sis düzenli olarak karşımıza çıkan hava kirliliğine en çok bilinen ve belirgin şekilde kendisini gösteren hava olayıdır (Peter; 2018:1557).

Küresel ısınmanın daha uzun vadede ve yıkıcı etkisi ise kuraklık durumudur. Kuraklık, nemli ve yağışlı iklim yapısına ait bölgenin ikliminin az yağışlı iklimi dönüşmesi durumudur. Aynı zamanda küresel ısınmayla beraber tüm Dünya'nın ikliminin yağışların azalması ve çölleşmenin genişlemesiyle sonuçlanacak olan iklimsel evrimin de en önemli halkasını oluşturan bir felaket olarak kabul edilmektedir. Kuraklık durumunu çok çeşitli şekilde sınıflandırılmasına rağmen kuraklığın oluşumunun karmaşık çevresel etkilere sahip olan ve etkili olduğu bölgenin toprak, hava, bitki örtüsü, ormanları, su kaynakları ve vahşi yaşamın dengesini etkileyen geniş ölçekli çevresel kuraklık Dünya'nın iklimini en çok etkileyen türüdür. Aynı zamanda kuraklık, etkisi altına aldığı bölgenin ikliminin kalitesini, yapısını ve çeşitliliğini de etkileyebilir. Gelecek dönemleri kapsayan iklimleme tahminlerine göre, Dünya'da var olan iklim türlerinin kuraklık karşısında hepsinin karşı koyma gücünün azalacağı ve kuraklığın yapısal yönünün daha fazla ön plana çıkacağından Dünya çapında kuraklığın şiddetini arttırarak devam edeceği tahmin edilmektedir (Sergio vd; 2020:1).

Küresel ısınma aynı zamanda ülkelerin halk sağlıklarını ciddi olarak etkileyen bir olgudur. Mevsimlerin ortalama sıcaklığının artması olağandışı hava durumlarının yaşanmasına yol açan yüksek nemin oluşmasına, buzulların erimesi sonucu deniz seviyelerinin artmasına yol açmaktadır. İklim değişikliklerin artması ve artan sıcaklıklar insanlar arasında alerjik hastalıkların da görülme sıklığını arttırmaktadır. Bu olumsuzlukların yanında küresel ısınma, biyolojik çeşitliliğin de azalmasına neden olmaktadır. Sera gazının salınımının aşırı düzeyde

artması, denizler ve okyanusların asitlenmesine ve oksijen oranının düşmesine neden olduğundan başta balık türleri olmak üzere diğer deniz canlılarının ölmesini hızlandırarak su ekosistemindeki besin zincirini ve hayvanlıkların yaşam döngülerini değişimine neden olmaktadır. Su ekosistemindeki yaşanan değişim kara ekosistemini de doğrudan etkilediğinden insanlar arasındaki alerjik hastalıklara yakalanma riskini de arttırmıştır. Dünya genelinde küresel ısınmadan kaynaklı hastalıklar 21. Yüzyıl da halk sağlığını tehdit eden en büyük etkidir. DSÖ göre 2030-2050 yılları arasında küresel ısınmanın tetiklediği hastalıklardan yaklaşık 250.000 insanın hayatını kaybedeceğini tahmin edilmektedir (Chan vd; 2018:277). Küresel ısınma, insanlığın kontrolsüzce sanayileşmesinin ardından doğanın dengesini bozmasından dolayı yaşamak zorunda kaldığı bir gerçektir. Bu durum küresel ısınmanın gelecekteki etkilerinin insanlığı nasıl etkileyeceğinin tam olarak tahmin edilmeyeceği oluşu insanlığa da vereceği zararın da tahmin edilebilmesini güçleştirmektedir. Ancak, tüm bu zorlu koşullara karşısında insanlık değişen iklim, toprak, bitki ve çevre etkileşimini anlamlandıran bilim çalışmaları gerçekleştirerek ve sonuçlarını Dünya genelinde yayarak küresel ısınmanın etkisini azaltıcı uygulamaları hayata geçirmesini fırsatını sağlayabilir (Nair; 2019:1).

Dünya çapında küresel ısınmasının önlenmesi ve sera gazının salınımının kontrol altına alınmasına ilişkin gerçekleştirilen ilk girişim BM İklim Değişikliği Komitesi tarafından BM İklim Değişikliği Sözleşmesi çerçevesince Japonya'nın Kyoto şehrinde 11 Aralık 1997 tarihinde 192 ülkenin onaylamasının ardından 16 Şubat 2005 tarihinde yürürlüğe girmiştir. Kyoto protokolü gelişmekte olan ülkelerin her biri için ayrı olacak şekilde sera gazını salınımını azaltılması için hedefler koymasına rağmen gelişmiş ülkelerin ekonomisini zorlayıcı hedefler koymaktadır. Protokolü imzalayan ülkeler, sera gazını azaltılması konusunda belirlenen hedeflere ulaşılmasını amaçlayan yasal düzenlemeler ve uygulamaları planlama ve uygulamaya geçilmesi safhalarını BM İklim Değişikliği Komitesine belirli dönemlerde bildirilmesinin taahhüdünü vermişlerdir (United Nation Climate Change; What is Kyoto Protocol). Kyoto Protokolüne kapsamında sera gazının azaltılması için alınacak temel önemler ise (Schulze; 2019:894).

- Karbondioksit ve sera gazlarının salınımının azaltılması için yasal önlemlerin genişletilmesi
- Ülkelerin ormanlık alanlarının genişletilmesi için teşvik edici çalışmaların yapılması,
- Tarım faaliyetleri gibi çevre ile doğrudan etkileşimi yüksek olan sektörlerde karbondioksit ve sera gazlarının salınımlarının azaltıcı faaliyetlerinin oluşturulması,
- Gelişmekte olan ülkeler için uygun iklim projelerinin geliştirilmesi için uygun finansmanın temin edilmesi,
- Sanayileşmiş ülkeler arasında yapılan ticarete salınım sertifikası uygulamasının yaygınlaştırılması.

Kyoto Protokolü gerek imzalanan dönemin şartları gerekse gelişmiş ülkeler açısından ekonomilerini zorlayıcı hedeflerin belirlenmesinden dolayı tahmin edilen fayda sağlanamamıştır. Küresel ısınma Protokolün imzalandığı tarihten itibaren etkisini daha fazla gösterdiğinden dolayı BM İklim Değişikliği Komitesi tarafından daha kapsayıcı ve gerçekçi hedeflerin belirlendiği ve planlı bir düzenleme getirilmesini kaçınılmaz hali gelmiştir. Paris Antlaşması, BM İklim Değişikliği Komitesi tarafından 12 Aralık 2015 tarihinde düzenlenen oturumda 196 ülke tarafından imzalanan ve temel amacı, küresel ısınmanın 2°C altında imkân dâhilinde 1,5°C altınında bir seviyeye indirmek, uzun dönemdeki ise 21.yüzyılda sera gazı salınımını Küresel iklimi tehdit etmeyecek seviyeye indirmeyi amaçlayan, küresel ısınmayla mücadele etmek için oluşturulan antlaşma 4 Kasım 2016 tarihinde yürürlüğe girmiştir. Antlaşmanın uygulanmasında, antlaşmayı imzalayan ülkelerin iklim değişikliğini önleyici faaliyetleri bilimsel temelde finansal ve sosyal dönüşümü de içeren yasal düzenlemeleri oluşturarak ve hayata geçirilmesini sağlamaktır. Buna ek olarak 5 yıllık döngülerle yasal düzenlemeler incelenerek o günün şartlarına uyumu değerlendirilerek, yürürlüğe konulan yasal düzenlemeleri güncelleme ve gerekli hallerde değişiklikler yaparak kendi ülkelerinde iklim değişikliğinin önlenmesini sağlamaktadır (United Nation Climate Change; The Paris Agreement).

Bu bilgiler ışığında, küresel ısınma sonucunda iklimlerin değişim yaşanması doğa üzerinde yıkıcı etkiler yaratmasının yanında doğrudan insan sağlığını ve yaşamı üzerinde de yıkıcı etkileri olan doğal felakettir. Meydana gelen doğal felaketin verebileceği zararlara ilişkin yapılan tahminlerin bile felaketin gerçek etkilerini ölçme noktasında yetersiz kalması, ülkelerin bir bütün olarak bu felakete mücadele etmesi gerekliliğini ortaya koymaktadır.

KURUMSAL SOSYAL SORUMLULUK

Toplumlar, insanlık uygarlığının gelişimi boyunca sürekli olarak kendilerini geliştirmişlerdir. Küreselleşmeyle beraber toplumların gelişimi de eski dönemlere göre dikkat çekici şekilde hızlanarak toplumsal ve kişisel alışkanlıkların değişimine neden olmuştur. Günümüz iş dünyasında değişen alışkanlıklara doğrultusunda iş yapma biçimlerinde de değişim yaşanmıştır. Hizmet veya üretim alanında faaliyet göstermesi fark etmeksizin işletmeler değişen koşullarda faaliyetlerini daha kaliteli şekilde gerçekleştirmek ve rekabet üstünlüğünü korumak için kurumsallaşma gereksinimi ortaya çıkmıştır (Çelikkol; 2019: 1140). Kurumsallaşma, işletmelerin çalışanlarının duygu, düşüncelerinden, tercihlerinden ve yargılarından olabildiğince uzak bir şekilde faaliyetlerini gerçekleştirirken belirli bir kural ve yöntemler doğrultusunda yönetilmesi süreci olarak tanımlanabilir (Atasever; 2022:2).

Kurumsallaşma, işletmenin gerek yakın gerekse uzak çevresindeki paydaşlarıyla beraber oluşturduğu bir süreçtir. Kurumsallaşma işletmenin kendi içindeki biçimsel yapısında bir dönüşüm süreci olarak değerlendirmek yerine geniş bir açıdan işletmenin içindeki dönüşüme çevrelerindeki paydaşlarıyla iletişimin

sonuçları ve değerler noktasında ortak bir zeminde buluşma olarak değerlendirmek daha sağlıklı olabilir. Aynı zamanda işletmelerin kurumsallaşma sürecinde çevrelerindeki paydaşları arasındaki uyumdan da etkilenir. Bu uyum sonucunda işletmede görevli olan çalışanların uzmanlık alanlarına saygı gösterilerek onların iş yerindeki güdülenlerinin de desteklenmesi sağlanır. Çalışanlara sağlanan fayda bir zincirin halkası gibi işletmenin üst ve alt yönetimleri arasında da ortak bir fikir birliğine varılmasını sağlayarak işletmenin tüm katmanlarının birbirlerine olan bağlılıklarının artmasıyla işletmenin kurumsallaşma sürecinde önemli bir yol katledilmiş olunacaktır (Aydın ve Tan; 2019:233). Kurumsallaşma, işletmenin sürekliliğinin desteklenmesi ve gerçekleştirilen faaliyetlerin daha verimli şekilde gerçekleştirilmesi açılarından önemli bir değişkendir. İşletmedeki gerçekleşen işlerin belirli bir düzende yapılması, çalışanlara olan bağlılığın azaltılmasıyla da başarılı şekilde gerçekleştirilebilir. Gerçekleşen işlerde bu şekilde başarının kazanılması aynı zamanda işletmenin ömrünün de bir kişinin ömrü ile sınırlandırılmasını ortadan kaldırılabilecektir. Kurumsallaşma sürecin de başarı yakalayan işletmeler güven temelli ve uzun süreli ticari ilişkilerin kurulmasını imkânına sahip olacaktır (Çavuş ve Yetiş; 2019: 285).

Kurumsallaşma işletmeler için bir süreç olarak değerlendirilebileceğinden, sürecinde sağlıklı şekilde yönetilmesi ile birlikte hedeflenen başarıya ulaşılabilir. Kurumsal yönetim, işletmenin yakın ve uzak çevresinde yer alan ve onunla ticari ilişkide bulunan paydaşlara karşı olan yükümlülüklerin yerine getirilmesi ve kamuya yapılan faaliyetlerin eksiksiz bir şekilde aktarılması görevini üstlenen etkililik seviyesi yüksek bir yönetim ve kontrol sağlayan ilkeler bütünüdür. Bu ilkeler doğrultusunda işletmenin, tüm yönetim katmanları ve ticari ilişkide bulunduğu taraflar arasındaki etkileşimi düzenleyen ve tüm paydaşların işletmedeki haklarının korunmasını amaçlayan bir yönetim anlayışıdır (Yeşilada ve Ateş; 2019:119). Kurumsal yönetim kavramının önem kazanmasında aşağıdaki unsurlar da etkili olmuştur (Tükenmez ve Şaka: 2021: 29).

- İşletmelerin uzun vadede ayakta kalabilmek ve rekabet üstünlüğünü koruyabilmek için faaliyetlerde bulunması
- Kurumsal yatırımcıların ülkeye yönlendirilmeye çalışılması
- Operasyonel performansın maksimum düzeyde tutulabilmesi

Kurumsal yönetimin amacı, işletmenin içinde etkin şekilde işleyen yapılar oluşturarak işletmeye ilgili gösteren tüm tarafların haklarını en uygun şekilde korumak, maliyeti düşük finansman kaynaklarına erişimini kolaylaştırmak, yatırım fırsatlarını daha iyi değerlendirmek ve işletmenin bünyesinde yer alan insan ve finansal kaynaklarından en uygun şekilde yararlanmaktır. Kurumsal yönetim uygulamalarının başarısının ölçütü, yönetim katmanları arasından uyum içerisinde işleyen bir yapı ve iletişim ağının oluşturulmasıyla işletmenin kurumsallaşma sürecine katkı sağlamaktır (Güleç; 2019: 75).

Kurumsallaşma ve kurumsal yönetim süreci işletmeye gerek kendi bünyesinde gerekse paydaşlarına çok çeşitli fayda sağlaması ve rakiplerine karşı üstünlük kurmasının anahtar değişkenlerinden birisi olmasına rağmen her işletmede kurumsallaşma ve kurumsal yönetim süreci aynı hızda ilerlememektedir. İşletmenin kendisinin yürürlüğe koyduğu kuralları uygulama noktasında etkin olamaması, asimetrik bilgi sorunu ve kurumsal yönetim sürecinin işletmeye olan maliyetinin düzeyi, işletmenin kurumsal yönetim sürecini olumsuz yönde etkileyen değişkenlerdendir ve işletme yönetimi kurumsal yönetim sürecini bu değişkenlerin etkisini de göz önüne alarak planlayarak uygulamalıdır (Abidinoğlu; 2019:28).

Türk Dil Kurumuna göre sorumluluk “*Kişinin kendi davranışlarını veya kendi yetki alanına giren herhangi bir olayın sonuçlarını üstlenmesi, sorum, mesuliyet*” anlamlarına gelmektedir (TDK; Sorumluluk Anlamı). Kurumsal Sosyal Sorumluluk (KSS), bir işletmenin ekonomik ve yasal koşullarına ve iş ahlakına uyum göstermesi, işletme içindeki ve dışındaki paydaşlarının ihtiyaçlarını karşılamaya yönelik uzun dönemli çalışmaların planlanma yapısının oluşturulmasıdır. İşletmenin sosyal sorumlulukları işletme içi ve dışı olacak şekilde ikiye ayrılabilir. Bunlardan işletme içi sorumlulukları, işletmede görevli olan tüm çalışanlar, insan kaynakları yönetimi, ürün veya hizmet üretimi sırasında kullanılan doğal kaynaklar vb. unsurları kapsarken işletme dışı sorumluluklar ise kamuoyunun beklentileri, küresel çevre sorunları, ticari ilişkide bulunulan işletmelerle adil şekilde rekabet etme vb. kapsamaktadır (Kılıç; 2017: 127).

KSS kavramının oluştuğu ilk dönemlerinde, iş insanlarının kamuoyu karşısındaki sorumluluğu olarak algılanırken, daha sonralarında işletmenin tüzel kişiliğinin kamuoyuna olan sorumluluğuna doğru evrilmiştir. Ancak bu dönemde işletmelerin, kamuoyuna hangi tür sorumluluğu olduğuna ilişkin fikir birliğine varılamamıştır. Zaman ilerledikçe toplumun sosyoekonomik beklentilerinin değişmesiyle işletmelerin sosyal alanlarındaki faaliyetlerinde de değişmesine neden olmuştur. İşletmelerin kamuoyuna olan resmi, etik ve ekonomik sorumluluklarının bütünü olarak bilinen sorumluluklarına hayırseverlik faaliyetlerinde bulunma sorumluluğu da dahil edilmiştir. Aynı zamanda kavramın evriminde paydaşlar teorisinin de katkısı büyük olmuştur. İlk olarak 1980’li yıllarında başlayan paydaş yaklaşımı tartışmaları günden güne daha fazla görünür olmuştur. Günümüze yakın zamanda kavram, işletmelerin kamuoyuna olan sorumluluğun yanında işletmenin kamuoyuna olan sorumluluğunun yanına işletmenin tüm paydaşlarına karşı olan sorumlulukları da kapsam alanına dâhil edilmiştir (Özbay; 2020:8). Küreselleşmenin sonuçlarından birisi olan toplumların değişen sosyoekonomik ve kültürel anlayışları, KSS’da geçmiş dönemlere göre öneminin artmasına neden olmuştur. Sosyolojik alanda yaşanan değişim, hükümetler, uluslararası işletmeler ve rakiplerinden ayrı bir konumda değerlendirilmek istenen yerel işletmelerin faaliyetlerinde KSS daha fazla ön plana çıkmıştır. KSS kavramına ilgi gösteren işletmeler kamuoyunda olumlu bir izlenim bırakmak ve marka değerlerinde

artış yaşanmasıyla piyasa değerlerinin de artış yaşanmasına önemli katkı sağlar. Günümüzde kamuoyu, işletmelerin üretilen ürün ve hizmetin kalitesi veya maddi değerine ek olarak işletmenin KSS faaliyetlerini de değerlendirerek satın alma kararını etkilemektedir (Demirtaş; 2015: 46).

KSS kapsamında işletmelerin sorumlulukları ekonomik, yasal, işletme içi ve işletme dışındaki paydaşlarına olacak şekilde dört farklı açıdan incelenebilir. İşletmelerin ekonomik açıdan sorumlulukları, ürün veya hizmet üretimi sırasında ülkenin finansal ve beşeri kaynaklarını israf etmeden kullanılması ve müşterilerine en uygun kalitede ürün ve hizmet üretilmesidir. Yasal açıdan sorumlulukları faaliyette bulunduğu ülkenin yasalarına ve bağlı olduğu piyasa için özel olarak düzenlenen kurallarına aykırı eylemlerde bulunmaması olarak değerlendirilebilir. İşletme içi paydaşlarında ise işletme yönetiminin, alt kısımda görev alan çalışanlarına adil davranılması, çalışanlar arasında ayrımcılık yapılmaması, eşitliği temel alan insan kaynakları ve ücretlendirme yapısına sahip olunması, özellikli bireylerin işletme içinde istihdam yaratılması gibi konular ön plana çıkmaktadır. İşletmenin dış paydaşlarına olan sorumlulukları ise aldatmaya yönelik reklam, tanıtım ve pazarlama faaliyetlerinde bulunmaması, ürün ve hizmetlerini müşterileri kandırmaya yönelik indirim veya kampanya faaliyetlerinde bulunmaması, resmi makamlara rüşvet verilmemesi, içinde bulunduğu piyasadaki diğer işletmelere iş ahlakı ve etiğine uygun olmayacak şekilde rekabet edilmemesi, doğaya ve çevreye zarar vermeden ürün ve hizmet üretilmesi temel alanları oluşturmaktadır (Bayraktaroğlu, Tanyeli ve İlter; 2009: 6).

Bu bilgiler ışığında, kurumsallaşma kavramı sadece işletmelerin kendi bünyesindeki bölümlerinin ve faaliyetlerinin belirli bir düzen ve kurallar doğrultusunda gerçekleştirilmesinin ötesinde işletmeyle ticari ilişkide bulunan veya bulunma olasılığı bulunun diğer işletme ve müşteri adaylarına karşı kamuoyunun beğenisini kazanabilecek alanlarda da faaliyet göstermesine sağlayabilir. Bu yönelimle beraber işletmenin kurumsal yönetim süreci ve KSS'na önemli katkılar sağlayacağı gibi faaliyette bulunduğu piyasada gerek yerel gerekse uluslararası alanında işletmenin marka değerini ciddi şekilde yükselmesini sağlayarak yeni pazarlara açılma şansına da sahip olunabilecektir.

YEŞİL MUHASEBE VE YEŞİL DENETİM

Küreselleşmeyle birlikte çevre ve çevreyle ilişkili konularla ilgili kamuoyunun ilgisinin artması ve sürdürülebilirlik alanında artan kaygıların da etkisiyle işletmelerin gerçekleştirdiği faaliyetlerde ve işletmenin üst yönetiminin, yönetim felsefelerinde köklü değişimin yaşanmasına uygun ortamı hazırlamaktadır (Gedik; 2020:46). Günümüzde, küresel ısınma ve iklim değişikliği gibi çevre sorunlarının belirgin şekilde kendisini göstermesine bağlı olarak üretilen yeni yaklaşımlar söz konusu çevresel sorunlarla ilişkili yeşil kelimesinin bilimin farklı alanlarında kullanılarak sosyal bilimin farklı alanlarının yeşil kavramıyla etkileşime girmesiyle çevresel duyarlılığın ön planda olduğu yeni kavramların doğmasıyla

sonuçlanmıştır (Sevgi; 2020:57). Bu konuda tüketici gün geçtikçe bilinçlenerek aktif yeşil tüketici öğelerini benimsemeye başlamış ve tüketicilerin istek ve gereksinimlerine yanıt verebilmek için yeşil işletme anlayışı gündeme gelmiştir (Yılmaz ve Güney, 2015:246). Yeşil bilgi işletmeler açısından değerlendirildiğinde ise, sağlanacak katkılar doğrultusunda işletmelerin sosyal ve çevresel yansımalarını finansal raporlar ile sunmaya yöneltmiştir. Paydaşlar, söz konusu bu raporların şeffaflık ve hesap verilebilirliği arttırmada, sosyal riski açıklamada ve yönetim sürecini desteklemede önemli bir unsur olduğunu savunmuştur (Cagle, 2019: 127). Sosyal bilimlerle yeşil kavramının etkileşiminin sonucunda meydana gelen yeni kavramlardan birileri de yeşil muhasebe ve bu kavramla ilişkili olan yeşil denetimdir.

Günümüzde çevre ve çevreyle ilgili diğer sorunların günlük yaşamanda etkisini göstermeye başlamasıyla birlikte toplum içinde farkındalık artmıştır. Farkındalığın artmasına paralel olarak çevreye en çok zarar veren etkenlerden birisi olan işletmelerin faaliyetlerini çevreye duyarlı şekilde gerçekleştirilmesi için yasal veya KSS uyarınca düzenlemeler yapılmaktadır. Gerçekleştirilen düzenlemelerin işletmeye uyarlanarak uygulanması sırasında ek maliyetler ortaya çıkmaktadır ve bu maliyetlerin de maliyet esaslı ilkesi uyarınca kayıt altına alınması gerekmektedir. Fakat geleneksel muhasebe yöntemleri, çevreyle ilgili oluşan maliyetleri kayıt altına alınması noktasında yetersiz kalınmasından dolayı bu tür maliyetleri izleyen özel bir muhasebe alt türünün oluşturulmasına neden olmaktadır. İhtiyaç doğrultusunda işletmenin çevreyle ilişkisi sırasında doğan maliyetlerle ilgili işlemlerin gerçekleştirildiği çevre muhasebesi veya yeşil muhasebe isimleri verilen yeni bir muhasebe alt türü doğmuştur (Süklüm; 2019:164). Yeşil işletmecilik anlayışı çerçevesinde değerlendirilen yeşil muhasebe kavramı, işletmelere kaynak ve maliyet tasarrufu sunarak uzun vadede önemli kazanımlar sağlamaktadır. Her geçen gün önemi artan çevresel kararların işletmeler tarafından dikkate alınması, uygulama sırasında karşılaşılan sorunların giderilmeye çalışılması bilgi kullanıcıları açısından karar alma, planlama ve kontrol evrelerinde faydalı olabilmektedir (Fidancı, 2019:140).

Yeşil muhasebe, işletmenin faaliyetlerini gerçekleştirirken çevre üzerinde oluşturduğu olumsuz etkilerinin finansal ve finansal olmayan yönlerinin ölçülerek ve muhasebe kayıt işlemlerine alınmasını sağlayan özel bir uzmanlık alanına sahip muhasebenin alt dalıdır (Okutmuş; 2019:589). Yeşil muhasebe tarafından oluşturulan veriler, sınırlı sayıdaki doğal kaynakların ülke ekonomisine katkı sağlamasının ek olarak çevre kirliliğinin ve doğal kaynaklarda oluşabilecek zararların da maliyetlerinin ölçülmesi sağlar. Bu noktadan hareketle, işletmenin üst yönetiminin çevreyle ilgili faaliyetlerden bilgi edinmesi ve çevreye zararlı olan faaliyetlerin hakkında bilgi edinilerek önleyici faaliyetlerin planlanmasında yeşil muhasebe uygulamalarının çok önemli bir rolü bulunmaktadır (Akdeniz, Yavuz ve Açar; 2021:30).

Yeşil muhasebenin işletmeye ve çevreye bir takım olumlu etkileri aşağıdaki gibi olabilir (Apalı ve Acun; 2019: 34-35):

- İşletme faaliyetlerinin temiz ve güvenli şekilde gerçekleştirilebilir.
- İşletmenin ürün veya hizmet üretimi sırasında doğal kaynakların kullanımında israfı engelleyebilir,
- İşletme ve çevre arasındaki finansal ilişkinin raporlanabilirliği noktasında katkı sağlar.
- Yeşil muhasebenin çevrenin doğal yaşam döngüsünü dış kökenli zararlı faaliyetlerden koruyabilir.
- İşletmelerin maliyetlerini düşürülmesini etkileyebilir.
- Yeşil muhasebe uygulamalarının biyoçeşitliliğin sürdürülebilmesi ve korunmasını sağlayabilir.
- İşletmenin ürün veya hizmet üretimi sırasında meydana gelecek atıkların çevreye duyarlı şekilde yönetilmesini etkileyebilir.
- Sera gazı salınımının azaltılmasını sağlayarak küresel ısınmanın yavaşlamasını sağlayabilir.
- İşletmenin KSS uygulamalarını destekleyebilir.

Muhasebe ve denetim birbirinden ayrılmaz olan parçalar gibi düşünülebilir. İşletme yönetimi tarafından oluşturulan finansal yapıdaki verilerin muhasebe bilgi sisteminde değerlendirilerek dönem sonlarında işletmenin o döneme ilişkin finansal tablolarını ve dipnotlarına ilişkin bilgiler üretilir ve bu finansal tablolar ve dipnotlar bilgi kullanıcılarına iletilir. Bilgi kullanıcıları da işletme yönetiminin ürettiği bu finansal tablolara ve dipnotlara güven duymak istemesinden dolayı denetim işlemine tabi tutulur. Bağımsızca denetlenmiş finansal tablolar ve dipnotlar bilgi kullanıcılarına işletmeyle ilgili alacakları kararların daha sağlıklı şekilde alınmasını sağlar (Selimoğlu, Özbirecik ve Uzay; 2019: 8-9).

Yeşil muhasebe alanı da muhasebe biliminin bir alt dalını oluşturması ve yeşil muhasebe kapsamında gerçekleştirilen muhasebe uygulamalarının da muhasebenin genel kabul görmüş ilkelerine ve yapısına uygun olarak gerçekleştirilir. Bilgi kullanıcılarının, işletme yönetiminin gerçekleştirdiği yeşil muhasebe uygulamalarına güven duyabilmesi için ilgili uygulamaların da denetime tabi tutulması gerekliliği ortaya çıkmaktadır. Bu ihtiyacın belirginleşmesinden dolayı yeşil muhasebe işlemlerini denetleyen ve yine çevre odaklı bir denetim türünün oluşturulması gerekmektedir.

Yeşil denetim, bir işletmenin faaliyet ve uygulamalarını gerçekleştirirken çevre ile olan ilişkisinin bir kuruluş tarafından önceden belirlenen ölçütlere uygunluğunun belirli zaman aralıklarıyla tarafsızca ve planlı bir şekilde gerçekleştirilen bir denetim çeşitlidir (Evans, Liu ve Stafford; 2015:11). Aynı zamanda yeşil denetim, işletmeye çevre dostu bir bakış açısı yakalamasına olanak sağlayarak faaliyetlerinde verimliliğin yükseltilmesinde de katkı sunar (Khan;2017:810). Yeşil denetimin

amaçları; işletmenin çevre yönetimi yapısının etkililiğinin ölçülmesi, işletmenin faaliyetlerini gerçekleştirirken gerek yerel gerekse uluslararası çevre ve sağlık alanlarında oluşturulan yasal düzenlemelere uyumu, işletmenin kendi oluşturduğu çevre düzenlemelerine uyumunun kontrolü, atık maliyetlerini düşürerek atık yönetiminde güvenliğini ön plana çıkarmak, çevre risk yönetiminin kontrolü, bilgi kullanıcılarının işletmenin çevreye olan duyarlılığıyla ilgili güven sağlamak, mevcut olan başarılı çevre düzenlemelerinin geliştirilmesini sağlamak ve işletmenin yeşil bir kimliğe bürünerek sektördeki diğer rakiplerine karşı rekabet üstünlüğü kurmasına yardımcı olmaktır (Güney ve Polat; 2013:125).

Yeşil denetim ile geleneksel denetim arasında bir takım benzerlikler ve farklılıklar bulunmaktadır. Bu benzerlik ve farklılıklar ise (Güney ve Polat; 2013: 125-126).

Yeşil Denetim ile Geleneksel Denetim Anlayışının Benzer Yönleri

- İki denetim türünde de denetim süreci neredeyse aynıdır.
- Çevresel raporlardan kanıt toplanması aşamasında kontrol ve gözlem yöntemleri kullanılır.
- İşletmenin denetimi sırasında denetimin kapsamı belirlenir, iç kontrol yapısı değerlendirilir, denetim riski hesaplanır ve denetimde hangi yöntemlerin kullanılacağı belirlenir.

Yeşil Denetim ile Geleneksel Denetim Anlayışının Farklı Yönleri

- Yeşil denetim, ağırlıkta yapısal yönü ön planda olan bir denetim türüdür.
- Yeşil denetimde finansal raporlar yerine işletmenin çevre yönetimi yapısına yönelik resmi makamlarca değerlendirilen raporlar kullanılır.
- Yeşil denetim içerik olarak çok daha kapsamlıdır.
- Yeşil denetimi gerçekleştirecek olan denetçi, çevre ile ilgili bilgi sahibi olması gerekmektedir.
- Yeşil denetim yıllık veya ara dönem finansal tabloların denetimi gibi belirli bir zaman aralığında yapılmak yerine denetimin yapılacağı zaman aralığı değişkenlik gösterir.
- Yeşil denetimde denetimin yapılış şeklini denetimin amacı belirler.
- Yeşil denetimde, biyolog, kimyager, hukuk, finans ve muhasebe uzmanlarının da dahil olduğu bir ekip çalışması ile gerçekleşir.

Bu açıklamalar doğrultusunda, kamuoyundaki çevre ile ilgili farkındalığın artmasıyla beraber işletmelerin KKS içinde değerlendirilen faaliyetlerinin çevre ile ilişkisinin işletmeye bir maliyet tutarı olarak yansımaları kaçınılmazdır. Oluşan bu maliyetlerin ve işletmenin çevre ile ilişkisi sonucu ortaya çıkan diğer muhasebe işlemlerinin değerlendirilmesi için muhasebe biliminde çevre ile muhasebe işlemlerini konu olan ve ayrı bir uzmanlık alanı gerektiren yeni bir muhasebe alt türü olan çevre veya yeşil muhasebe olarak adlandırılacak yeni bir muhasebe türü doğmuştur. Yeşil muhasebe ile ilgili gerçekleşen muhasebe işlemlerinin de çevre

ile ilgili yapılan düzenlemeler ve muhasebe ilkelerine uyumu noktasında bilgi kullanıcılarına güven sağlanması için de yeşil muhasebe ile doğrudan ilişkili yeni bir denetim türü olan yeşil denetim faaliyetlerini meydana getirmiştir.

KURUMSAL SOSYAL SORUMLULUK VE YEŞİL DENETİM İLİŞKİSİ

Yeşil muhasebe, işletmenin çevre ile ilişkisi sonucunda ortaya çıkan verilerin finansal tablolarında ayrı kalemlerle raporlamasına olanak tanır. Böylece bilgi kullanıcıları, işletmenin çevre ile nasıl ilişki kurduğuna ilişkin bilgi sahibi olurlar. Fakat işletme yönetiminin finansal tabloları oluşturmasından bilgi kullanıcılarına sunumuna kadar olan ki süreçte işletmenin çevre ile olan faaliyetlerinin de denetimi önemli bir alandır. Bu yönden değerlendirildiğinde yeşil denetim, Kurumsal sosyal sorumluluk kapsamında işletme faaliyetlerinin çevreye olan etkisi bir kanıt olarak değerlendirilebilir.

Kurumsal sosyal sorumluluk ve yeşil denetim arasındaki bağlantı, kurumsal sosyal sorumluluk kavramının temelini oluşturan hesap verilebilirlik, şeffaflık ve sürdürülebilirlik kavramların odak noktasını oluşturur (Süklüm; 2020:159). Bu kavramlar aynı zamanda kurumsal yönetim alanı ile de yoğun bir ilişkisi bulunmaktadır. Hesap verilebilirlik, işletme içerisinde tarafsızca karar alan yapıların var olduğu ve işletme yönetimi tarafından izlendiği, yönetim işlevinin ve görevlerinin net bir şekilde tanımlandığı ve pay sahiplerinin işletmeden olan taleplerin değerlendirileceğine ilişkin güvence verilmesidir. Aynı zamanda hesap verilebilirlik kapsamında işletme yönetiminin katı bir denetime tabi olması, yöneticilerinin görev tanımlamalarının açıkça belirlenmiş olması, paydaşlarla olan ilişkilerin resmi bir şekilde gerçekleştirilmesi gerekir (Coşkun ve Akcan; 2018:66). Şeffaflık, işletme yönetimlerinin aldığı kararlarda, faaliyetlerinin planlanması, uygulanması ve bunların sonuçlarının hesap verilebilirlik kavramıyla uyumlu olacak şekilde paydaşlarına, bilgi kullanıcılarına, kamuoyuna ve devlete anlaşılabilir ve ulaşılabilir bir şekilde paylaşılmasıdır (Şeffaflık.org; Şeffaflık Tanımı). Sürdürülebilirlik ise işletmelerin doğal kaynakların sınırsız olmadığı bilinciyle faaliyetlerini gerçekleştirerek ve doğal kaynakların gelecekte de faaliyetlerinde de yarar sağlayabilmesi için finansal, sosyal ve çevresel açılardan bir bütünlükle hareket etmesi tanımlamaktadır (Köşker ve Gürer; 2020: 90). Sürdürülebilirlik, işletmelerin geçmiş dönemlerden çevre ile ilgili edindikleri deneyimlerle bugünü geleceğin bakış açısıyla değerlendirmeyi kapsayan bir kavramdır. Yerelden ziyade Dünya çapında farkındalık yaratmayı hedefleyen sürdürülebilirlik doğal kaynakların sınırlı olduğu ve işletmelerin uzun vadeli planlar kapsamında doğal kaynaklarının tüketilmesinin yönetimine odaklanılmasını işaret etmektedir. Bu şekilde kaynakların tüketilmesini gerçekleştiren işletmelerde çevre bilincinin topluma aşılması, halk sağlığı ve güvenliğiyle ilgili farkındalık oluşturmasına yönelik kurumsal sosyal sorumluluk çalışmaları gerçekleştirerek doğal dengenin korunması ve devamlılığı noktasında içinde bulunduğu topluma faydalı olabilirler (Yalçın; 2021: 31).

Yeşil denetimin tarihsel gelişimi denetim ontolojisi ve kurumsal sosyal sorumluluk kavramlarının harmanlanmasının sonucunda günümüze kadar değişim göstererek içeriği ve kapsam alanı değişmiştir.

Tablo 1: Yeşil Denetimin Tarihsel Gelişimi

Yıllar	Denetimin Odak Noktası	İşletmedeki Denetim Amacı
1970-1980	Teknik Sorunlar ve Yasal Uyum	Yasal Ölçütlere Uyum
1990-1997	Çevre Hassasiyetiyle Davranma	Sosyal Amaç
1997-Günümüz	Yönetim Kontrolü ve Sosyal Açıdan Bilinç	Sosyal ve Yönetim Amaçları

Kaynak: Özbirecikli, M. (2006): 71

Yeşil denetimin tarihsel gelişiminde yeşil denetimi yapan denetçilerin görevi ilgili denetimin uygunluk denetiminden ziyade yönetim kontrolünün bir alt türü olduğu fark edilmiştir. Günümüzde yeşil denetimin, denetim biliminin hangi türü olduğuna ilişkin genel kabul görmüş yargı ise yeşil denetimin, uygun denetimi ve iç denetimin karışımı olduğudur. Kamuoyunun konu ile ilgili bilinç seviyesinin yükselmesiyle beraber birçok denetim kuruluşu denetlediği işletmelerin yıllık olarak düzenlediği faaliyet denetim raporlarına çevresel denetim raporlarını da eklenmesi bu alana da önem verdiği düşüncesine ulaşılabilir. Bu denetim kuruluşları kendi bünyesinde görev alan denetçilere işletme içindeki çevre denetçilerine yapılacak denetim faaliyeti kapsamında görüş almak amacıyla yönlendirme yapılabileceği gibi denetçilerine yeşil denetim alanıyla ilgili kurum içinde eğitim de verilebilirler. Farklı bir açıdan yaklaşıldığında ise Dünya çapında önde gelen denetim kuruluşların internet siteleri incelendiğinde, denetim ve muhasebe hizmeti sunumu sağladığı bazı ülkelerde yeşil denetim, işletmelerin iç denetiminin alanından dış denetçinin gerçekleştireceği bir denetim alanında değerlendirilmeye başlanmıştır (Özbirecikli; 2006: 72). Yeşil denetimin sağlayacağı yararlar işletmeler özelinde sınırlı değildir. Aynı zamanda işletmeye fayda sağlayacağı gibi toplumun tüm üyelerine de fayda sağlayabilir. Bu şekilde değerlendirildiğinde yeşil denetim, çevre bilincinin gelişmesine hayati derecede katkı sağlar. Çevre bilincinin gelişmesiyle işletmelerin tüm yönetim ve bölümlerinde çevre hassasiyetinin artmasıyla bilgi kullanıcılarının da aynı hassasiyetin gelişmesini noktasında fayda sağlar (Şerbetçi ve Uçar; 2015: 16).

Günümüzde işletmeler toplumun hassasiyetlerini dikkate alarak kar ile kurumsal sosyal sorumluluk arasında bir uyum yakalamalıdır. İşletmeler içinde bulunduğu piyasada rakiplerinden daha üstün olabilmek için işbirliği anlatmaların yapılması, teknolojik yenilikleri kendi bünyesinde uygulamaya geçirilmesi, işlem hacimlerini genişletmesi artık yeterli olmamaktadır. Rekabet üstünlüğünü kalıcı ve sürdürülebilirliğinin sağlanabilmesi için işletmeler faaliyetlerinin sonucunda elde edilen karlarından sosyal sorumluluk faaliyetlerinde de kullanması için kaynak arınması, çalışanlarının hakların korunması için bünyesinde düzenlemeler yapması çevreye duyarlılık bilincinin oluşturulması gerekmektedir. Farklı bir ifadeyle bir işletmede kurumsal sosyal sorumluluk bilinci ne kadar yüksek ise

rekabet üstünlüğünü de o kadar desteklenir (Özkol, Çelik ve Gönen; 2005: 144). Bu açıklamalar doğrultusunda işletmelerin faaliyetlerini yeşil denetim kapsamında denetim faaliyetlerine açılması, işletmenin kurumsal sosyal sorumluluk düzeyinin tasdiki olacağı için toplum, bilgi kullanıcıları ve uluslararası yatırımcılar açısından olumlu izlenim uyandırması ve büyümesi noktasında ciddi destek sağlayabilir.

SONUÇ

İnsanların Dünya üzerinde var olduğundan itibaren çevre ile etkileşimi iki taraf açısından 1. Sanayi Devrimine kadar dengeli bir şekilde sürdürülmüştür. 1. Sanayi Devrimi ile birlikte üretim faaliyetleri kas gücü yerine fosil kökenli doğal kaynaklarla gerçekleştirmesi ve hızlı sanayileşmenin sonucunda insan ile çevre arasındaki o tarihe kadar bozulmayan denge artık bozulmaya başlanmıştır. Teknolojik gelişmelerin hızla gelişmesi ve peşi sıra yaşanan Sanayi Devrimleri yaşanırken Doğa Ana tamamen denklem dışında bırakılmıştır. Fakat Doğa Ana hızlı sanayileşmenin kaçınılmaz sonuçlarından birisi olan çevrenin dengesinin bozulmasını insanlara küresel ısınma ve iklim değişikliği olarak karşısına çıkarmıştır ve insanları geçmiş zamanlardaki gibi çevre ile bir denge kurulması açısından uyarıda bulunmuştur. Küresel ısınma ve sonucu iklim değişikliği, Dünya üzerinde yaşayan tüm insanların hayatlarını ciddi şekilde değiştirecek güçte olan bir çevre felaketi olarak tanımlanmaktadır ve her geçen yıl şiddeti artarak devam eden bir olgudur. İnsanlar küresel ısınma ve iklim değişikliğini tersine çevirebilmek için 1997 yılında Birleşmiş Milletler bünyesinde Kyoto şehrinde bir protokol imzalamıştır. Ancak bu protokolün uygulama noktasında yetersiz kalışı 2015 yılında çok daha kapsamlı ve planlı bir görünüme sahip olan Paris Antlaşmasının imzalanmasıyla sonuçlanmıştır. Küresel ısınma ve iklim değişikliğinin zararlarından belki de en önemlisi Dünyanın Kuzey ve Güney Kutup bölgelerindeki buzullarının hızla erimesidir. Buzulların hızla erimesi Dünya üzerindeki büyük şehirlerin kısmen veya tamamen sular altında kalması hatta bazı ülkelerin Dünya haritasından tamamen silinmesinin yanında bu bölgelerde antik zamanlardan beri donmuş halde bulunan bakteri ve virüslerin tekrardan canlanmasıyla insanlık gelecek dönemlerde COVID-19 küresel salgınına benzer veya öldürücülük düzeyi yüksek olan salgınlarla daha sık şekilde karşılaşma riskini yükseltmektedir.

Günümüzde ve yakın gelecekte küresel ısınma ile karşılaşabilecek tüm bu olumsuzlukların engellenmesi ise insanların kontrolindedir. Yakın geçmişte ortaya çıkan ve zamanla kamuoyunun dikkatini çeken çevre duyarlılığı noktasında işletmeleri de doğal olarak etkileyerek bu alana özgü olan kurumsal sosyal sorumluluk kavramı doğmuştur. Kurumsal sosyal sorumluluk kavramı, işletmelerin faaliyetlerini gerçekleştirirken başta çevre olmak üzere çevre ile bağlantılı diğer alanlara faaliyetlerini uyumlaştırma sürecidir. İşletmeler kurumsallaşmasına katkı sağlayan kurumsal sosyal sorumluluk kavramıyla gerek işletmenin sürekliliğinin desteklemesi gerekse içinde bulunduğu topluma çevre bilincinin oluşturulmasına

zemin hazırlanması noktasında ciddi destek sağlamaktadır. İşletmeler arasında çevre bilincinin yoğunlaşması sonucunda kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetlerinin artması işletmenin her biriminde olduğu gibi muhasebe ve bağlantılı olarak denetim alanında da etkilemiştir.

Çevre muhasebesi olarak da bilinen yeşil muhasebe, işletmelerin ürün veya hizmet üretimi sırasında çevre ile etkileşimi sonucu ortaya çıkan muhasebe işlemlerin kaydedilmesi, sınıflandırılması, özetlenmesi ve ilgili bilgi kullanıcılarına raporlanmasını içeren ve ayrı bir uzmanlık alanı olan bir muhasebe türüdür. Yeşil muhasebe, kamuoyunda çevre bilincinin artması ve Devletlerin de işletmelerin çevre ile ilgili düzenlemeler yapması sonucunda kapsamına maliyet ve raporlama alanları da dâhil edilerek genişlemiştir. Kapsam alanının genişlemesiyle beraber bilgi kullanıcılarının işletmelerin gerçekleştirilen yeşil muhasebe işlemlerine olan güvenin de temin edilmesi ihtiyacı belirlemiştir. Bu noktada bilgi kullanıcılarının işletmenin yeşil muhasebe işlemlerinin denetlenmesi gerekliliği ortaya çıkmıştır.

Yeşil denetim, işletmelerin yeşil muhasebe uygulamalarının yerel veya uluslararası alanlarda belirlenen çevre düzenlemelerine uyumu noktasında işletmeden bağımsız şekilde kanıt toplanarak ve değerlendirilerek elde edilen sonuçları ve çevre görüşünü de içeren bir rapor hazırlanılarak bilgi kullanıcılarına iletilmesi sürecidir. Yeşil denetim uygulamaları işletmenin iç denetim işlevi tarafından da yapılabileceği gibi bağımsız denetim kuruluşlarınca da yapılabilen bir denetim türüdür. Her iki şekilde de yapılmasından bağımsız olarak yeşil denetimin amacı, işletme yönetimi tarafından gerçekleştirilen yeşil muhasebe işlemlerinin belirlenen ölçütlere uygunluğunun belirlenmesidir. Yeşil denetim faaliyetlerini dikkate alan işletmeler, kurumsal sosyal sorumluluk yönünün gelişmesine ciddi katkı sağlayacağı gibi işletmenin sürekliliğinin riskini de ciddi şekilde düşürebilir.

Sonuç olarak insanlık komşu gezegenimiz Marsta, içinde bulunduğumuz Samanyolu galaksisinin farklı bir gezegeninde veya farklı bir evrende yerleşik hayata geçmediği sürece yaşamımızı ve neslimizin devamını Dünya üzerinde gerçekleştireceğimiz tartışılmaz bir gerçektir. Ancak, Dünyanın bizi kendi üzerinde yaşamımızı devam ettirebilmemiz için öncelikle küresel ısınma ve iklim değişikliğini durdurmamızı ve Doğa Ana ile tekrardan eski zamanlardaki gibi sağlıklı şekilde gerçekleştirmemiz şart koymaktadır. Bu noktada işletmeler artık faaliyetlerini kar odaklı yerine çevre merkezli sosyal sorumluluk kavramını odaklı gerçekleştirmelidir. Bu değişimle beraber işletmenin her bölümü olduğu gibi muhasebe ve iç denetim bölümleri de yeşil merkezli bir dönüşüm geçirmeli ve bu işlemlerin dış denetimin de aynı şekilde uygulanmalıdır.

KAYNAKÇA

- Abidinoğlu, H. (2019). İşletmelerde Kurumsal Yönetim Anlayışı Kapsamında İç Denetim. Gazi Kitapevi.
- Akdeniz, F, Yavuz, Z ve Açar, D. (2021). Çevre Muhasebesi ve Çevresel Raporlama. *Karadeniz Ekonomi Araştırmaları Dergisi*. 2(1), 29-46.
- Apalı, A ve Acun, Ö. (2019). Muhasebe Eğitimi Alan Öğrencilerde Yeşili Koruma Bilincinin Yeşil Muhasebe Üzerindeki Etkisinin Araştırılması. *Oğuzhan Sosyal Bilimler Dergisi*. 1(1), 18-36.
- Atasever, M. (2021). Kurumsallaşma Düzeylerinin Stajyer Bakış Açısıyla Değerlendirilmesi; Finans İşletmeleri Örneği, *ARHUSS*, 4(1):1-17.
- Aydın, Ç. Ö ve Tan, F. Z. (2019). Kurumsallaşma: Kavramsal Bir İnceleme. *Alnteri Sosyal Bilimler Dergisi*, 3 (2), ss. 225-235.
- Bayraktaroğlu, G, Tanyeli, M. ve İlter, B. (2009). *Kurumsal Sosyal Sorumluluk: Pazarlamada Yeni Bir Paradigmaya Doğru*. İstanbul: Literatür Yayıncılık.
- Cagle, M. (2019): Yeşil Muhasebe, Ed. Ç. Orçun ve O. B. Sezgin, *Yeşil İşletmecilik*, (s.119-138): Ekin Yayınevi.
- Chan, A, Hon KL, Leung, TF, Ho, M, Duque, J ve Lee TH and Lee, TH. (2018). The Effects of Global Warming on Allergic Disease. *Hong Kong Medical Journal*. 2018(24). 277-284.
- Coşkun, A ve Akcan, A. (2018). Kurumsal Yönetişim İlkelerinin Benimsenmesinin Örgütsel Çekiciliğe Etkisi. *Osmaniye Korkut Ata Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*. 2(1), 64-75.
- Çavuş, M ve Yetiş, E. (2019). Kurumsallaşma Algısının Üretim Karşıtı Davranışlara Etkisi: Elazığ Organize Sanayi Bölgesi Örneği. *Fırat Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*. 29(2). 277-288.
- Çelikkol, Ö. (2019). Üretim Odaklı İşletmelerde Psikolojik Sözleşmenin Kurumsallaşmaya Etkisi. *Avrasya Uluslararası Araştırmalar Dergisi*. 7(16). 1140-1154
- Demirtaş, M. (2015). Türkiye’de Yapılan Kurumsal Sorumluluk Faaliyetlerinin Uluslararası Girişimler Bağlamında Değerlendirilmesi. Ed: Demirtaş, M. *Kurumsal Sosyal Sorumluluk ve Kurumsal İtibar*. İstanbul: Der Yayınevi.
- Evans, M, Liu, L ve Stafford, S. (2015). Standardization and The Impacts of Voluntary Program Participation: Evidence from Environmental auditing. *International Review of Law and Economics*, 43(2015), 10-21.
- Fıdancı, N (2019). Yeşil İşletmelerde Maliyet Yönetimi ve Kontrolü: Malzeme Akış Maliyet Muhasebesi Yaklaşımı, Ed. Ç. Orçun ve O. B. Sezgin, *Yeşil İşletmecilik*, (s.139-166). Bursa: Ekin Yayınevi.
- Gedik, Y. (2020). Yeşil Pazarlama Stratejileri ve İşletmelerin Amaçlarına Etkisi. *Uluslararası Anadolu Çevrimiçi Akademik Dergisi/Sosyal Bilimler Dergisi*. 6(2). 46-65
- Ghussain, L. (2018). Global Warming: Review on Driving Forces and Mitigation. *Environmental Progress and Sustainable Energy Journal*, 38(1). 13-21.
- Güleç, F. (2019). Bağımsız Denetim Uygulamaları ve Kurumsal Yönetim Faaliyetleri Arasındaki İlişkinin İncelenmesi. Ed: Kurt, G ve Özdemir, F. *Denetimde Seçme Konular*. Ankara: Gazi Kitapevi.
- Khan, T. (2017). The Initiation of Environmental Auditing in The United States. *Managerial Auditing Journal*, 32(8), 810-836.
- Kılıç, T. (2017). *Etik ve Sosyal Sorumluluk*. Ankara: Gazi Kitapevi.
- Köker, Z ve Gürer, A. (2020). Sürdürülebilirlik Çerçevesinde Yeşil Örgüt Kültürü. *Ekonomi İşletme Siyaset ve Uluslararası İlişkiler Dergisi*. 6(1). 88-109.
- Nair, K. (2019). *Combating Global Warming The Pole of Crop Wild Relatives for Food Security*. Berlin: Springer Press
- Okutmuş, E. (2019). İşletme Düzeyinde Çevre Muhasebesi: Bir Uygulama. *Adıyaman Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*. 584-623.

- Özbay, D. (2020). *Kurumsal Sosyal Sorumluluğun Ölçümü: Sosyal Performans Endeksi*. Ankara: Gazi Kitapevi
- Özbirecikli, M. (2006). Çevresel Etik ve Sosyal Denetim: Küresel Girişimciler ve Türkiye’deki Uygulamalar Üzerine Mukayeseli Bir İnceleme. *Muhasebe ve Finansman Dergisi*. 31. 62-77.
- Özkol, E, Çelik, M ve Gönen, S. (2005). Kurumsal Sosyal Sorumluluk Kavramı ve Muhasebenin Sosyal Sorumluluğu. *Muhasebe ve Finansman Dergisi*. 134-145.
- Peter, S. (2018). Reduction of CO₂ to Chemicals and Fuels: A Solution to Global Warming and Energy Crisis. *ACS Energy Letters Journal*. 2018(3). 1557-1561.
- Schulze, E, Beck, E, Buchmann, N, Clemens, S, Hohenstein, K and Lorenzen, M. (2019). *Plent Ecology*. Berlin: Springer Press
- Selimoğlu, S, Özbirecik, M ve Uzay, Ş. (2019). *Bağımsız Denetim*. Ankara: Nobel Yayınevi.
- Sergio, M, Serrano, V, Quiring, S, Gallerdo, M, Yuan, S and Castro, F. (2020). A Review of Environmental Droughts: Increased Risk Under Global Warming? *Earth Science Reviews Journal*. 201(2020). 1-23.
- Sevgi, O. (2020). Yeşil Terimler ve Anlamları. *Avrasya Terim Dergisi*. 8(1), 44-61.
- Süklüm, N. (2019). Yeşil Muharebe’nin İşletme Lisans Eğitimi Müfredatı İçerisindeki Durumu. *Sosyal Bilimler ve Eğitim Dergisi*. 2(1), 162-172.
- Süklüm, N. (2020) Kurumsal Sosyal Sorumluluk, Yeşil Muhasebe Ve Yeşil Denetim İlişkisine Kavramsal Bir Bakış. *Bilecik Şeyh Edebali Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, TBMM 100. Yıl Özel Sayısı*, 151-163
- Şeffaflık.org; Şeffaflık Tanımı, (2022) (<https://seffaflik.org/yayinlar/seffaf-sozluk/>). Erişim Tarihi: 22.04.2022
- Şerbetçi, G ve Uçar, M. (2015). Çevresel Muhasebe Maliyetlerinin Denetimi ve Raporlanması. *Kahramanmaraş Sütcü İmam Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*. 5(1). 1-20.
- TDK, Sorumluluk Anlamı, (2022) (<https://sozluk.gov.tr/>). Erişim Tarihi: 21.04.2022
- Tükenmez, M. ve Şaka H. (2021). Kurumsal Yönetim Uyum Raporlamasına Güncel Bir Bakış, Ed. E. Ayvacık, S. Yalçın, A.R. Ağ, *Muhasebe Alanında Güncel Yaklaşımlar*,(s.29-54) Ankara: Gazi Kitabevi.
- United Nation Climate Change, The Paris Agreement (2022) (<https://unfccc.int/process-and-meetings/the-paris-agreement/the-paris-agreement>). Erişim Tarihi: 18.04.2022
- United Nation Climate Change, What is Kyoto Protocol (2022) (https://unfccc.int/kyoto_protocol). Erişim Tarihi: 19.04.2022.
- Yalçın, E. (2021). Sürdürülebilirlik ve İşletmelerin Sürdürülebilirlik Raporlarında İş Sağlığı ve Güvenliği Uygulamaları. *Avrasya ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi*. 8(4). 30-45.
- Yeşilada, T ve Ateş, N. (2019). İşletmelerde Denetimin Kurumsal Yönetim Performansı Üzerine Etkisi. Ed: Tuğsal, T. *Liderlik ve Kurumsal Yönetim Teori ve Güncel Araştırmalar*. Ankara: Gazi Kitapevi.
- Yılmaz, O. ve Güney C. (2015). Yeşil İşletme Fonksiyonlarından Yeşil Pazarlama ve Yeşil Muhasebe, 3. Uluslararası Bölgesel Kalkınma Konferansı(ss 233-247), Bingöl: Fırat Kalkınma Ajansı ve Bingöl Üniversitesi.

ETİK BİR TARTIŞMA KONUSU OLARAK ERDEM, ADALET İDESİ VE MODERN TOPLUM

Ferdi SELİM¹

*“Mal-mülk edinmekten,
şan ve şöhreti önemsemekten utanmıyorsunuz,
ama ruhunuzla ilgilenmekten kaçınıyorsunuz.”*
Sokrates

GİRİŞ

Felsefenin üç temel sacayağından birini oluşturan değer alanı felsefenin doğumundan/başlangıcından itibaren hep onunla birlikte. Her ne kadar felsefenin evrene yönelik bir ilgi ya da metafizik bir araştırma ile başladığı iddia edilse de bunun yanında ahlaki bir yaşayışın nasıl sağlanacağına yönelik bir soruşturmanın yapılmadığı iddia edilemez. Aksine bu ilk filozoflardan itibaren etik, bir ihtiyaç olarak derinden hissedilmiştir. Doğu uygarlıklarında ise bilgelere tinsel bir varlık olan insanın özellikle bu yönüne vurgu yapmış olmaları ve kalıcı bir bilgi ile yaşayışın “en yüksek iyi”ye çevrilmesi gerektiğine yönelik görüşleri tesadüfi değildir. Tarihin her döneminde bir ihtiyaç olarak beliren bu durum belirli bir dönemden sonra teorik bir analizin odağına oturtulmuştur. Fakat çok yakın bir döneme kadar ne akademik çevrede ne felsefeciler arasında ne de gündelik hayat içerisinde yaygın olarak kullanılmaktaydı. Belki bu yöndeki eksikliğin daha derinden hissedilmesi belki de günümüzde filozofların bu konuya yoğun bir şekilde eğilmeleri ile etik yeniden önemli bir problem alanı olarak belirmiştir. Bununla birlikte teknoloji, internet ve çeşitli postmodern uygulamalar sonucunda insan bilimleri alanlarında yeni konuların eklenmesi, değerler felsefesi (aksiyoloji) gibi yeni tartışma sahalarının açılması da bu eğilimin oluşmasında önemli etkenlerdir.

Çevresinde olup bitenlere ilgisiz kalamayan insan yaşadığı olayları bir anlam bütünlüğü içerisinde bilmek ister. “Doğal olarak bilmek istediğimizi” (Aristoteles, 1996, 980-a) *Metafizik* adlı eserinin hemen girişinde ileri süren Aristoteles’in yerinde bir tespit bulduğu aşikârdır. Hayatını sürdürebilmek, bir konuda

1 Dr. Öğr. Üyesi, Sivas Cumhuriyet Üniversitesi, Felsefe Bölümü, ferdiselim@gmail.com, ORCID: 0000-0003-2576-4499.

karara varmak ve mutluluğu elde etmek için öncelikle kendisini ardından diğer insanları, canlıları ve evreni bilmek çok önemli görünmektedir. Daha ileri bir kavrayışla insanın özü itibarıyla böyle davranmak zorunda olduğu ya da böyle bir yükümlülüğe sahip olduğu da rahatlıkla iddia edilebilir. Bu hem doğayla başa çıkmak, bilim yapmak ve sonucunda işlerini daha hızlı ve daha başarılı bir şekilde yerine getirmek, bu doğrultuda aletler, nihayet teknoloji üretmek açısından hem de kültürel bakımdan toplumsal bir yapı altında yaşamak, üretim ilişkilerini belirlemek, iyiyi ortaya çıkarmak ve hep daha ilerisini elde etmek için gereklidir. Bu bağlamda insanlık kalıcı bilgilere ulaşmak zorundadır. İşte iki ayrı yöne sahip olan insanın bu farklı yapısını birlikte organize edebilmesi ve kendisini tüm boyutlarıyla bilmesi, analiz edebilmesi için felsefeye ihtiyacı vardır. Daha özelde ne iş yapıyor olursa olsun her zaman etik bir bilgiyle hareket etmesi gerekmektedir. Etik, iyi bir yaşamın açıkçası onsuz olunamaz şartıdır. Aynı zamanda bir kişinin ve daha ötesi bir toplumun sağlıklı olduğunun işaretidir. Açıkçası bunun aksi bir toplum ise bir tür distopyadır (Kuçuradi, 2009, 47).

İstisnasız bütün insanların kişiler arası ilişkilerini belirlerken ister bilinçli bir soruşturma sonucunda elde edilmiş isterse böyle bir araştırmaya başvurmadan hazır bulmuş olduğu kendisinden hareket ettiği ilke ya da kuralları vardır. Bunun da ötesinde bir ailenin ferdi olmak, herhangi bir topluma katılmak veya yurttaş olmak bakımından uyulması gerekli bir normlar düzeni ya da bir uyuşma oluşturulmuş ortak davranışlar bütünü de bulunmaktadır. İlişkileri sağlıklı bir şekilde belirleyen işte daha önemli görülen ve diğerlerine göre daha ayrıcalıklı yere konulan değerlerdir. Fakat bu değerler gerçekten değer olma özelliğine sahip midir? Ya da var olan bu durum yeterli midir? Bu soruları belirli bir bağlam içerisinde tartışmak, pratik yönümüzü araştırma konusu yaparken kullandığımız terimlerin hatta bu disiplinin adının anlamını ortaya çıkarmak, bu yönde bir değerlendirmede bulunmak ve bu sözcüklerin çok kullanılmış olmaları nedeniyle oluşan karışıklığın da üstesinden gelebilmek için gereklidir. Bu nedenle çalışmanın bir bölümü kavramsal bir çerçeve belirlemeye ve bu bağlamda yeşerip serpilen erdem etiğinin ana hatlarını tespit etmeye ayrılmıştır.

Bu bölümün sonunda kısaca ahlaki düşünme biçimlerinden bahsetmek gerekir. Çünkü ahlaki muhakeme Frankena'nın ısrarla işaret ettiği biçimiyle, "Sokrates gibi, geleneksel, kuralların belirlenimi altında olduğumuz düzeyin ötesine ve hatta, bu kuralları, bizim içsel belirlenim altında olduğumuz söylenebilecek kadar içselleştirmiş olduğumuz düzeyin ötesine, kendi başımıza, (Sokrates'in zamanında Yunanlıların yapmaya başlamış oldukları gibi) eleştirel ve genel terimlerle düşündüğümüz ve ahlaki özne olarak bir tür bağımsızlık kazandığımız bir düzeye geçtiğimizde başlar." (Frankena, 2007, 20). Bu temel tavrı dikkate aldığımızda ahlakla ilgili düşünme biçiminin üç yönde kendini gerçekleştirmiş olduğu söylenebilir. Bu düşünme biçimlerinden ilki betimleyici, deneysel inceleme olarak adlandırılır ve tarihçiler, sosyal bilimciler ve çeşitli diğer bilim alanları tarafından

yapılan araştırmaları içermektedir. Bu soruşturma yöntemi adından da anlaşılacağı gibi betimlemeye ya da deneye dayalı olması nedeniyle ahlaki bir durumun tarihi, gelişimi ve tasviri yoluyla ya da bilimsel bir olguyu ifade ederken olduğu gibi şeylerin görünen haliyle yani çıplak bir gözleme dayanarak açıklanmasıdır. Bu görüşle birlikte ahlaki bir olguyu anlamak, açıklamak ya da belirli etik sorularla ilişkili ortak bir doğa geliştirilmek istenmiştir. Etik tarihi içerisinde gözlemlenen ikinci düşünme biçimi normatif bir içeriğe sahiptir. Etik alanının kurucusu ve bu disiplinin ilk sorularını oluşturan kişi olarak görülen Sokrates'ten itibaren bu felsefi tutum sıklıkla karşılaşılan bir soruşturma biçimidir. Örneğin bu büyük filozof *Kriton* adlı diyalogunda “neyin iyi, doğru, hak ya da yükümlülük olduğu”nu araştırmak yoluyla hem bir birey hem de bir yurttaş olarak kişilerin görev, ödev ya da sorumluluklarını çeşitli erdemler etrafında belirlemiştir. Bu doğrultuda genel belirli ilke, kural ya da davranış biçimleri iyi veya doğru olmaları bakımından değerlendirilmiş ve yapılması gerekli davranışlar, uyulması gerekli normatif yargılar oluşturulmuştur. Son olarak konuşulabilecek araştırma biçimi ise iyinin, doğrunun ya da yükümlülüğün ne olduğu hakkında tekil ya da genel sorulara cevap aramayan ve daha önemli olarak ahlaki olarak “doğru” ya da “iyi” ifadelerinin anlamı ya da işlevi nedir? gibi sorular çerçevesinde araştırmaların yürütüldüğü meta etikdir. Bunun dışında bu disiplin içerisinde şu türden problemler de değerlendirilmektedir: Etik yargılar ve değer yargıları nasıl oluşturulur ya da doğrulanır? Tam olarak doğrulanabilirler mi? Ahlakın doğası nedir? Ahlaki ve ahlaki olmayan arasındaki fark nedir? “Özgür” ya da “sorumlu” sözcüklerinin anlamı nedir? (Frankena, 2007, 20-22).

Özetle, doğru ve iyinin belirlenmesinin ardından bu niteliklerin kazandırılması olarak başlayan etik tarihinin kavramsal düzeyde kısaca anlatılması, temel ayrımların gösterilmesi gerekli gibi görünmektedir. Bunun ardından vermiş olduğumuz ahlaki düşünme yöntemlerinden son ikisi bağlamında değerlendirmelerde bulunmak gerekmektedir. Bu doğrultuda ise daha çok geleneksel bakış açısı çerçevesinde erdem konusunu ve temel bir erdem olan adalet idesinin günümüz toplumlarını denkleştirmek adına neler yapılabileceği tartışılmalıdır.

Ahlak, Etik ve Ahlak Felsefesi Ayrımlarının Önemi

İyi yaşam arayışı hep var olmuştur. Hem insanlık tarihi hem de düşünce tarihi izlendiğinde insanların bir telos (nihai hedef) düşüncesine ihtiyaç duyduğu, bunu hep aradığı hatta önemli bir sorun olarak gördüğü açıktır. Fakat bu konunun özel bir bilgi çeşidinin ve felsefenin temel bir disiplinin adı olacak şekilde kullanılması daha geç bir döneme denk düşmektedir. Özellikle bu soruşturma alanının adı olan Etik sözcüğü² ve çağrıştırdığı teknik konu ya da spesifik problemler varlığını

2 Etik sözcüğü Fransızca *ethique* kavramından Türkçe'ye geçmiştir. Bkz. Türk Dil Kurumu Büyük Sözlük, <http://tdkterim.gov.tr/bts/>. Sözlüklerde çeşitli anlamlar verilmekle birlikte genellikle kavrama şu karşılıklar verilmektedir: “Töre bilimi. Çeşitli meslek kolları arasında tarafların uyması veya kaçınması gereken davranışlar bütünü. Etik bilimi. Ahlakı, ahlakla ilgili. Ahlak felsefesi. Felsefenin ödev, yükümlülük, sorumluluk ve erdem gibi kavramları analiz eden, doğruluk veya yanlışlık ile iyi veya kötüyle ilgili ahlaki yargıları ele alan, ahlaki eylemin doğasını soruşturan ve iyi bir yaşamın nasıl olması gerektiğini açıklamaya çalışan dalı.” <http://tdkterim.gov.tr/bts/>. “Ahlakla ilgili, ahlak ilmi, ahlak felsefesi.” (Ayverdi, 2005, 891).

Yunan medeniyetine borçludur. Karakter ya da huy anlamına gelen ethos (ἦθος) sözcüğünden türemiş olan etik, kişisel alışkanlıklara (ethizô êthízō, ethos) işaret edecek biçimde Antikçağın büyük filozofları tarafından kullanılmıştır. Bu yönüyle kavram kişiyle ilgili çok önemli bir yönü, onun özüne ilişkin bir durumu ya da daha özelde ruhsal ya da zihinsel bir yetisini ifade edecek şekilde açıklanmaktadır. Kavramın bu anlamını hem Sokrates’in hem de Platon’un görüşlerinde bulmak mümkündür. Kelimenin çoğulu olan ethe (ἤθη) ise daha eski dönemlere denk düşen kullanımıyla “canlı bir varlığın ‘mekân’ı, ‘hep gittiği, sığındığı yer’ anlamına” gelmektedir (Liddell, Scott, 2003, 303; Kuçuradi, 2007; İyi, 2019, 5-7). Ethos’un çoğulu olan Ethe ayrıca gelenek, görenek ve adetleri adlandıracak şekilde genişletilmiş ve bir topluluğun ya da kent devletinin (polis) davranış biçimini belirleyen kural, ilke ya da normlara işaret etmek ve olgusal bir durumu tanımlamak için kullanılmıştır. Yine bu terimin bir topluluğun ya da grubun yaşayış biçiminden söz ederken öne çıkarılmış bir sözcük olduğu görülmektedir. Ethika (ἠθικά) ise ethe’ye ilişkin bu konuları soruşturan bir alan olarak düşünülmüş ve günümüze kadar bu anlamıyla gelebilmiştir. Son olarak Etikos sözcüğünün ise Antik Yunancada “ahlâk, ahlâkî olan, ahlâkî karakter” anlamına gelecek şekilde kullanıldığı görülmektedir.³

Ethos kavramı birçok kişinin, bir topluluğun ya da bir toplumun davranış biçimini ya da yaşam tarzını öne çıkaracak şekilde bir anlam dünyasına sahip olmuş olsa da felsefi literatürde bu kelime ile özellikle bir kişinin durumu, yetileri, karakteri ya da huyu kast edilmiş ve günümüzde etikten söz edildiğinde değerlendirilmesi gereken ilk ve doğru anlamı da buradan gelmektedir. Kavramın bu anlamı ile kullanımı Antikçağ düşünürlerinin görüşlerine bakıldığında rahatlıkla görülmektedir. MacIntyre’in da belirttiği gibi Sokrates, etik kazanımı, iyi bir huyu ya da meziyeti söz konusu ettiğinde kişinin bilgi durumu ile ilişki kurmuş, iyi bir davranışı doğrudan bu ilişkinin sonucu olarak göstermiştir. Hem “kendini bil”menin önemine hem bilgisizliğin farkındalığına işaret eden “bir şey bilmemek” hem de “sorgulanmamış bir hayatın yaşanmaya değer olmadığı” ifadeleri bireyin tek başına yürütebileceği soruşturma biçimlerine işaret etmektedir (Platon, 2007, 38 a; 2015, 38 a-b). Sokrates soruşturma sonucunda elde edilmesi gereken davranışlara erdem adını vermiş ve bu konuyla ilgili bir hatayı bilgi eksikliğine bağlamıştır. Tam da burada söz konusu edilen şey, “kendini tanımak”la başlayarak bu eksikliği gidermek, çevresiyle kurmuş olduğu ilişkileri soruşturmak, bir yön ve hedef belirlemek anlamında kişinin ne durumda olduğudur.

Etik ve bu kavramın anlam kökünü oluşturan ethos Roma düşün dünyasında, son yıllarda ülkemizde de sıklıkla kullanılmaya başlanan biçimiyle ve bu konuyla ilişkili Batı kaynaklı başka önemli bir terim olan “moral” sözcüğü ile karşılanmıştır. Kavram ethos sözcüğünü karşılayacak şekilde ilk defa Cicero tarafından kullanılmıştır. “Gelenek”, “adet” veya “huy” anlamına gelen terim,

3 Detaylı bilgi için bkz. (F. E. Peters, 2004, 36, 120); Ayrıca bkz. (Aristoteles, 2014, 1103a 17).

“mos” kökünden “moralis” kelimesinin türetilmesinden kaynaklanmaktadır (Marchant, 1952; Güçlü vd., 2002; İyi, 2019, 5).

Etik kavramıyla çok fazla karıştırılan ve zaman zaman birbirlerinin yerine kullanılan ahlak sözcüğü ise tarihsel bir dönemde veya bir yerde bir grubun ya da topluluğun davranışlarını ifade etmek için kullanılmaktadır. Bu nedenle bir olgu olarak beliren ahlak çeşitli yerlerde farklı görünümlere sahip olabilmektedir. Ahlak genellikle kimi değişken ilkeler ya da değerler kimi ise değişmeyen bazı değerleri içermektedir. Ahlak kelimesi ise huy, mizaç ya da yaratılış anlamlarına gelen “hulk” veya “huluk” sözcüklerinin çoğul halidir ve Arapça’dan dilimize geçmiştir (Çağrı, 1989, 1). Türkçe literatürde ya da sözlüklerde ise ahlak, “bir toplum içinde kişilerin uymak zorunda oldukları davranış biçimleri ve kuralları, aktöre, sağtöre, huylar” şeklinde karşılanmaktadır.⁴ Türkiye’de yetmişmiş önemli bir düşünür olan Kuçuradi ise, ahlak sözcüğünü ve çağrıştırdığı diğer konular düşünüldüğünde, “kişilerarası ilişkilerde davranışlara ilişkin geçerli” kılınmış “çeşitli değer yargıları sistemleri” olarak karşımıza çıkan bir olgu olduğunu belirtmektedir (Kuçuradi, 2009, 33). Bu tanımlamayla düşünürün kavramı yaşanan duruma, mevcut ilke ya da normlara işaret ederken kullanmış olduğunu söylemeliyiz. Bu değerlendirme içerisinde ahlak ile belirli ahlak ilkelerine işaret edilmekte, bir yer ve zamandaki moral ya da ahlaki hususlardan bahsedilmektedir (Kuçuradi, 2009, 33). Bu son tanımla birlikte etik, ahlak ve ahlak felsefesi arasında kurulmak istenen ayırım vurgulanmak istenmiştir. Bugün böyle bir ayırım önemli görünmektedir. Etik, genel ilke ve konuları, kural olmak bakımından kavramsal olarak incelemeyi, belirli bir mantığı konu edinirken, ahlak felsefesi yaşanan durumu, davranış biçimlerini değerlendirmek görevini yerine getirebilecektir. Ahlak ise belirli bir davranışa veya yaşayışa göndermede bulunmaktadır. Fakat önemli görünen bu ayırımın belirsizleştiği zamanların varlığından söz etmek gerekmektedir. Özellikle bu durum etik ve ahlak felsefesi arasındaki farklılığın belirlenmesi sırasında daha fazla hissedilmektedir. Yine pratik bir kullanıma sahip olmuş olan etik bu şekilde bir anlam ifade edecek şekilde kullanıldığında da kafa karışıklığına neden olacak sonuçlar ortaya çıkarmaktadır. Örneğin, meslek etiği, tıp etiği gibi belirli bir pratiği yerine getirirken gerekli davranış biçimlerinin neler olduğunu soruşturan bu disiplinler içerisinde etik ve ahlak çok yakın bir anlam dünyasında yer almaktadırlar. Bu nedenle bu ayrımı öneren düşünürlerin bile bu felsefi tutumu sonuna kadar götüremedikleri ve en iyi ihtimalle tutarlı olamadıkları söylenmelidir.

Kendini Bilmek

Delphoi’nin girişinde yazılı olan şu kısa cümle, “kendini bil”, etik kavrayışımızın temelini oluşturacak kadar derinliğe sahiptir. Doğulu düşünürlerden beri hep kendini tanı veya kendini bil gibi emir ifadeleriyle dile getirilen bir çeşit telkin olan bu düşünce pek çok etik dışı davranışın temelinde olan bir tür bilgisizlik

4 Ayrıntılı bilgi için bkz. Türk Dil Kurumu Büyük Sözlük, <http://tdkterim.gov.tr/bts/>

biçimine işaret etmektedir. Örneğin Hint düşüncesinde çok eski dönemlerden itibaren kişinin özünü bilmesi şiddetle önerilmiş, bu yöndeki kalıcı bilginin var olmanın acılarıyla baş etmek hatta ebedi saadete ulaşmak açısından biricik yöntem olduğu düşünülmüştür. Ardından ölümsüzlüğe erişmeyi daha öte hedef olarak gösteren bu bilge kimselere göre: “Birin özü ne ise, neden yapılmışsa, nasıl davranmışsa, nasıl olmuşsa ona göre yeniden biçimlenir, doğar. İyilik yapan iyi olarak doğar, kötülük yapan kötü olarak doğar, kutlu işler yapan kutlu kişi olur, uğursuz işler yapan uğursuz kişi olur.” (Störig, 2000, 55). Dikkat edilirse bu düşünce içerisinde de davranış biçimlerini belirleyen özsel bir bilgiye özellikle işaret edilmiştir. Söz gelimi bir dine dönüştürülebilecek kadar büyük bir düşünce üretmiş Siddharta (Buda) bu yöndeki bir bilgisizliği tutkuların ve acıların kaynağı olarak göstermiştir. Her türlü gösterişi hiçe saymış olan bu büyük filozof insanları karakterlerine ve davranışlarına göre değerlendirmiştir. Bu örnekler Lao Tse ve Konfüçyüs’ün çok benzer olan ifadeleri de eklenebilir.⁵

Özel bir bilgi alanı olan etiğin sistemli bir şekilde sorularını oluşturan, bir yön ve istikamet veren Sokrates’e göre etik, bu düşüncelerle koşutluk gösterecek bir biçimde belirli bir problem alanı içerisinde tanımlar oluşturmak ve kendi durumunu soruşturmadır. Bu doğrultuda “adalet nedir”, “erdem nedir?” gibi sorular etrafında araştırmalarda bulunan düşünür hep daha iyi durumda olmayı hedef olarak göstermektedir. Bu yönde bir davranış özel bir bilgiyi gerektirmektedir. İşte hem bu türden bir bilgiyi hem de doğru ve adil bir eylemi elde etmek bakımından ilk olarak kişinin “kendini bilmesi” (Gnothi seauton) gerekmektedir. İnsanın kendini arayışı olmuş bitmiş ya da mutlak bir nihayeti olan süreç değildir. Hep daha iyiyi amaçlayan insanın bu yönde bir hareketi, öncesine kıyasla daha iyi bir konumda olmasını belirlemek adına yürüttüğü bu soruşturma kendisine uygun olan ve olmayan davranışları belirlemek uğruna yapılmaktadır. Özünü tanıyan, bu özün yapısını bilerek kendisine özen gösteren ve bu yönde bir eğitim ve gelişim programı izleyen kimseler mutlu bir yaşayışı kucaklayabileceklerdir. Sokrates’in bu özel bilgiye dair açıklamaları çoğu diyalogunda yer almış olsa da özellikle *Alkibiades* diyalogunda bu hususu detaylarıyla tartıştığı görülmektedir. Bu eserde onun özellikle yaşamayı, bir zanaat, “kendine özen gösterme” (epimelesthai sautou) zanaatı olarak gösterdiği ve kendini bilmekten ise kendine özen göstermeyi kast ettiği görülmektedir. Filozof kendisini de bu bağlamda “kendine özen gösterme ustası” olarak öne çıkarmış olduğu bilinmektedir. Diyalog bu tartışmanın ana hatlarını gün yüzüne çıkaracağından bir bölümü hakkında burada değerlendirmelerde bulunmanın uygun olacağını düşünmekteyiz. Ayrıca Sokrates’in bu metnindeki tespitleri Batı Felsefesi olarak anılan bir geleneğin ontolojik ve daha önemlisi etik yönünün öncü düşüncülerini ya da olgun bu düşüncenin tohumlarını göstermesi bakımından da

5 Eskiler, erdemin ışığıyla ortalığın aydınlanması için önce devlet işlerini yoluna koyarlardı, devlet işlerini yoluna koyabilmek için önce ev işlerini yoluna koyarlardı, ev işlerini yoluna koyabilmek için önce kendi kendilerine çekidüzen verirdiler, kendi kendilerine çekidüzen verebilmek için önce kendi içlerindeki düzeni yoluna koyarlardı, kendi içlerindeki düzeni yoluna koyabilmek için önce düşüncelerini yoluna koyarlardı, düşüncelerini yoluna koyabilmek için ise önce bilgi eksikliklerini giderirdiler.” (Störig, 1993, 138).

değerlidir. Diyalog “özümüzü ya da benliğimizi bilmek için ne yapmalıyız?” gibi esaslı bir soruşturmayla başlamaktadır. Bu soru etrafında ilkin “görmek” eylemini öne çıkartan filozof kişinin kendisine yönelmesine özellikle işaret etmektedir. Bir ayna karşısında nasıl ki bedenini seyreden birisinin davranışlarını, bir yönüyle spesifik özelliklerini, fiziki ayrıntılarını analiz ettiği ve daha önemlisi kendini fenomenal anlamda tanımakta olduğu rahatlıkla söylenebilir. Bu doğrultuda daha incelikli bir misal ve zihinsel bir imge aracılığıyla kendi ruhunu seyretmeye vurgu yapan Sokrates buradan çıkarılacak özel bir bilgiye vurgu yapmak istemektedir (Platon, 1998, 124 a-124c. ve 129a-129b. 132b-133a).

İnsanın kendisiyle ilgilenirken bile eleştirel bir tutumun gerekli olduğunu ayna benzetmesi üzerinden aktaran Sokrates, insanın kendisine belirli bir mesafeden bakmasını öğütlemiştir. Böylelikle özüne ya da mahiyetine ilişkin bir soruşturma içerisinde olan birey ortak bir insan doğasını göz önünde bulundurmak suretiyle kendini tanımak için ilk adımları atar ve kendisine ahlaki bir kişilik kazandırabilir (Platon, 1998, 133a-c). Kendisinin ne olduğunu soruşturmak esasına bakılırsa bu kadar dar ve sınırlı bir perspektifi ilgilendiren bir soruşturma değildir. Bu soruşturma birey olmaktan başlayarak kendini gerçekleştirmek, bir işlevi yerine getirmek, bir yere, duruma ve topluma ait olmak ve nihayet devlet işleriyle ilgilenmek anlamında geniş bir yelpazede “insan” olmanın içeriğini oluşturmaktadır. Sokrates’in de işaret ettiği gibi kişi daha çok ruhsal yapısı ile anılmalıdır. Başka deyişle bu çarpıcı söz özellikle ruhun kendisiyle ilgilenilmesini ve kişilerin bu yönlerine dikkat etmelerini ve daha önemlisi bu yöndeki bilgi eksikliğinin giderilmesini istemektedir. Bu bilgi daha önce anıldığı gibi yalnızca bireyin değil tüm şehrin mutlu olup olmayacağını belirleyecek kadar kritik değere sahiptir. Bilgelige, çeşitli erdemlere bir giriş olarak gösterilebilecek bu bilgi çeşidi ayrıca iyi olanı gerçekleştirmenin kilit kavramıdır Foucault, Gutman ve Button, 2001, 12-21).

Sonuç olarak, kendini bilmek ruhuna özen göstermekle veya bedensel şeylerden uzak durmakla elde edilebilecek özel bir bilgidir. Ayrıca önerilen bu felsefi tutum bir isteğe kapılma, ihmal etme veya sanılarla hareket etme gibi çeşitli nedenlerle oluşmuş bir bilgisizlik durumuna işaret etmektedir. Bu nedenle dinamik bir süreci betimleyen kendini bilmek temel ve hayati bir öneme sahip etik bir düşünme etkinliğidir. Ayrıca incelenen diyalogda da belirtildiği gibi bir görme işidir ama bu görü eleştirel bir boyuta sahiptir. Kişi, olduğu durumu; geçmiş, gelecek ve olması gereken halleri göz önünde tutarak değerlendirmektedir. Bu doğrultuda büyük bir potansiyele sahip olan insan bu bilgi sayesinde çeşitli başka erdemlere ve nihayet bilgece bir yaşayışa ulaşmanın alternatiflerini görmek açısından önemli bir konuma sahip olabilecektir. Aynı zamanda ayrıcalıklı bir eylem biçimine ve özel bir tekniğe işaret edilmektedir. Bu nedenle ulaşılabilecek mutlak bir özden ziyade belirli bir tekniğe, pratiğe ve beceriye özellikle vurgu yapılmaktadır. Ne yazık ki, bu söz modern dönemde benlik teknolojileri yoluyla denetim altında tutmanın bir aracı haline getirilmiş ve iktidar tekniklerine dönüştürülmüştür. Bu düzlemde

kalmak suretiyle “kendini bilmek” ve “kendine özen göstermek ya da kendine dikkat etmek” birbirinden koparılmış ve ikincisiyle daha çok fiziksel özen, diyet, egzersiz ve kozmetik gibi kişinin bedeniyle ya da fiziksel görüntüsüyle ilgili şeyler algılanmaya başlamıştır. Sözün özü bahsi geçen yanlış anlaşılmanın düzeltilmesi ve daha önemlisi kompleks bir hayat görüşünü oluşturan fakat bugün iki ayrı kutbun ifadesi haline gelen bu ifadelerin ya da pratiğin yeniden birlikte değerlendirilmesi önemli yaşamsal alanların sağlıklı bir şekilde düzenlenmesine neden olabilecek bir potansiyele sahiptir.

Erdem Nedir?

Etik uzun bir dönem mutluluğu bütün erdemlere denk düşen davranışlar örüntüsü olarak anlamıştır. Hep bir tür iyiyi elde etmek isteyen bireyin davranışları düşünüldüğünde bu iyiler içerisinde yalnızca kendisi için istenilen şey olarak mutluluk gösterilmiştir. İşte bu çalışmanın başından beri değeri vurgulanan ve mutluluğun temel dinamiği olarak gösterilen erdem geniş bir kavram alanını koordine edecek biçimde tasarlanmıştır. Kelime üzerinde incelemelerde bulunulduğunda ilkin Grekçe “arete” kavramından geldiğini belirtmek gerekmektedir. Bu sözcükle bir varlığın potansiyellerinin farkına varması ve nihayet belirli bir amaç ve fonksiyon etrafında gerçekleştirilmesi anlatılmak istenmiştir. Erdem kavramının İngilizcede ise “virtue” ile karşılandığı görülmektedir. Bu terimin tarihsel izi sürüldüğünde ise Latince virtus sözcüğü ile karşılaşılar. O dönem erkek anlamına gelen “vir” sözünden türetilmiş olan kavram güçlükleri alt edebilmek ya da aşabilmek için erkekçe karaktere ve meziyetlere sahip olmak şeklinde anlam kazanmıştır. Grekçede de aslında benzer biçimde politik bir anlama sahip olan kavram kadınları dışarıda bırakacak şekilde kamuya ve yurttaşlığa dair eylemleri, hak ya da kazanımları ileri sürerken kullanılmaktaydı. Özetle politikanın kişilerin kendisini gerçekleştirmesine, gerekli karaktere, meziyetlere ulaşmasına aracılık ettiği bir iyi yaşam bu kavram ağı içerisinde kurgulanmak istenmiştir (Strauss, 2000, 32). Bu inanç doğrultusunda Antikçağın büyük filozofları Sokrates, Platon ve Aristoteles erdemlere ve bunların bilgisine ulaşmayı öne çıkaran bir etik anlayışı oluşturmuşlardır. Erdeme dayalı bu etik anlayış içerisinde erdem bir bilgi olarak görülmüş ve bu yönde bir eğitimin nasıl olacağı üzerine tartışılmıştır.⁶ Bu üç filozofun çıkış noktaları kısmen farklılaşsa da bu görüş giderek olgunlaşmış ve sistematik yapıya kavuşmuş bir öğretiye dönüşmüştür. Diğer iki büyük filozofun değerini küçümsememekle birlikte bu görüşün en olgun biçimine Aristoteles’in felsefesinde ulaştığını söylemek gerekmektedir. Ortaçağla birlikte çeşitli teolojik başka erdemler Antikçağın büyük isimlerinin belirlediği erdemlerin yanında yer almakla birlikte Augustinus ya da Aquinas gibi Ortaçağ’ın belirleyici isimleri bu

6 Felsefi bir içeriğe kavuşturulmadan öncede sıklıkla kullanılan bir sözcük olan “erdem” benzer bir karşılıkla “bir varlığın özü düşünüldüğünde yerine getirmesi gereken işlevi en iyi şekilde gerçekleştirme” olarak kabul edilmiştir. Bu bağlamda söz gelimi Homeros bir konuda üstünlüğe ya da bir fazilete işaret etmek isterken bu kavramı kullandığı görülmektedir. Bunun yanı sıra özel alanın ötesine uzanan kavram siyaset yaşamını içerisine alacak şekilde polise/şehre ait olan eylem biçimlerini göz önünde bulundurmak suretiyle geniş bir erdem skalası oluşmuştur. Fakat toplumlara ya da çağlara göre üstünlük gösterebilecek şeylerin değişebileceğini unutmamak gerekir. Ayrıntılı bilgi için bkz. (Peters, 2004, 46; MacIntyre, 2019, 185; 2001, 16).

etik mirası göz ardı etmemiş aksine pek çok antik erdemi sahiplenmiştir. Erdem kaynaklı bu etik görüşün varlık koşulu olarak filozoflar genellikle bir çeşit özel bilgiye işaret etmiş hatta Sokrates örneğinde olduğu gibi her iki öğeyi birbirleriyle özdeşleştirmiştir. Bu nedenle erdem üzerine yapılacak her değerlendirmenin hareket noktası bu erdeme dair bilginin ne olduğu ve daha önemlisi nasıl kazanılacağı sorusuna bağlanmıştır.

Anlam dünyasını ve tarihini kısaca anlattığımız erdeme dayalı etik görüş Aydınlanma dönemine kadar bir ilginin odağında yer almış fakat zamanla yerini bir yanda hazcı bir yöne sahip faydacı öğretiyeye diğer yanda ise Kant'ın öncülüğünü ettiği deontolojik etiğe bırakmıştır. Bu iki anlayıştan özellikle faydacı öğretiyeye bu dönemin ruhuna uygun bir tema ve yaşam biçimiyle merak uyandırmıştır. Bu durum Batı toplumlarının ahlaki dünyasında derin bir boşluk yaratmıştır. Zaman zaman karşıt görüşler ileri sürülmüş olsa da ana akım öğretinin baskın ve yayılcı tutumu bu görüşleri bastırabilmiştir. Bu genel eğilimin dışında erdem etiğinin çeşitli avantajlarını öne sürerek benimseyen, Antik filozof ve metinlere referansla bir etik bağlam oluşturmaya çalışan düşünürler de yok değildir. Örneğin çağdaş etik tartışmaları içerisinde önemli bir tarafın sözcüsü olmakla birlikte yeni, özgün ve alternatif bir görüş sunabilmiş olan MacIntyre, erdeme dayalı bir teori ile değer alanında gözlemlediği büyük bir boşluğu doldurmak ve sıklıkla ileri sürüldüğü gibi moral krizi tespit etmek ve hatta aşmak gayretiyeye içerisindedir. Bu doğrultuda Nietzsche'nin eleştirilerini değerli gören İskoç asıllı filozof, bu düşünürle birlikte bir kavşağa girildiğini ve artık bu pratik alanın yalnızca iki tercih üzerinden kurulabileceğini iddia etmektedir. Sözü geçen bu tercihler iki büyük filozofun görüşlerine denk düşmektedir. Bu düşünürler ise etiğin de içerisinde olduğu pek çok konuda kilometre taşı olan Aristoteles ve Nietzsche'dir. MacIntyre bu bağlamda etiğin yönünü tahmin edilebileceği gibi Aristotelesçi erdem etiğine doğru kaydırmıştır. Uzun bir dönem egemen bir görüş olan bu yaklaşımın terkedilmesine işaret etmek için 'Erdemden sonra' ifadesini kullanan düşünür moral krizi de bu mahrum kalmayla ilişkili bir şekilde yorumlamaktadır. O, *Erdem Peşinde* adlı eserinde öncelikle klasik çağda da kullanılmış olduğu biçimleri de dâhil erdemi bireysel ve toplumsal yaşayışta kazanmış olduğu yönleriyle birlikte tanımlamıştır. Bu tanımları sırasıyla vermek çeşitli anlamlarıyla erdem etiğini değerlendirmek açısından önemlidir. Onun bu açıklamalarından biri şu şekildedir: "Bir erdem, sahip olunması ve hayata geçirilmesi, pratiklere içsel olan iyileri başarmamızı olanaklı kılmaya yönelik olan, yoksunluğu ise bizi, bu tür herhangi bir iyiyi başarmaktan büyük ölçüde alıkoyan, edinilmiş insansal bir niteliktir." (MacIntyre, 2019, 283; 2001, XVII). Metnin başka bir yerinde filozofun başka bir tespiti şöyledir: "... bir erdem, bir kimsenin sınırları tam belirlenmiş toplumsal rolünün gereklerini tam olarak yerine getirebilmesine olanak sağlayan bir niteliktir." (MacIntyre, 2019, 272). Kavramın Aristoteles'le ilişkisinin boyutu düşünüldüğünde bu büyük filozofa da değinmek gerekmektedir. Daha önce de ifade ettiğimiz gibi zaten bu

kanıda olan MacIntyre Aristoteles'in görüşlerinden hareketle başka bir tanımlama daha yapmıştır. Bu tanımında o, "Bir erdem, Aristoteles 'te olduğu gibi, hayata geçirildiği takdirde insansal telos'a ulaştıran bir niteliktir. İnsani iyi, elbette ki, yalnızca doğal değil, aynı zamanda doğa üstü olan bir iyidir; ama, doğa üstü, doğaya kefarettir eder ve onu tamamlar. Ayrıca, araç olarak erdemlerin amaçla, ki bu amaç insanın Tanrı'nın gelecekteki krallığına katılmasıdır, olan ilişkisi, tıpkı Aristoteles'te olduğu gibi, dışsal değil içsel bir ilişkidir." (MacIntyre, 2019, 273). Bu tanımlar kuşatıcı olması, değinilmesi gereken neredeyse her hususa işaret etmesi nedeniyle önemli görünmektedir. İlk tanımdan erdemini iyi bir yaşamın onsuz olunamaz koşulu, bir meziyet olduğu anlaşılmaktadır. Bu bağlamda kavramın kişisel boyutu açıklanmakla birlikte edinilmiş olduğuna da dikkat çekilmiştir. Nihayet bu son tespitten erdemini bilgisinin öğrenilebileceği sonucuna ulaşabileceğimiz açıktır. İkinci açıklama kelimenin toplumsal boyutuyla ilgilidir. Bu yönüyle erdemler, işlevselliği, toplumsal rolü ya da işini yerine getirmesi bakımından bireyi yeterliliği bağlamında ölçmektedir. Bu anlam içerisinde sözcük ilkenden neredeyse çok farklı bir rol oynamaktadır. Son olarak daha yüksek bir hedefin odağına oturtulmuş bu kavram doğaüstü bir duruma işaret eder. Daha açık ifade etmek gerekirse esasında doğaüstü bir açıklama gibi görünen bu tanım Aristoteles'in kozmolojisinden kaynaklanmaktadır. Sözü geçen kozmolojiye göre evren birbirleriyle uyumlu bir bütünlük teşkil etmektedir. Bu nedenle evrensel bir uyuma götüren bir telosun varlığından ayrıca bununla koşutluk göstermesi gereken kişilerin spesifik teloslarından da söz edilmektedir. Dahası kozmik düzen içerisinde yer almaları nedeniyle toplumların da birer telosa sahip olduğunu düşünen filozof etiğin istikametini belirlemiş olmaktadır. Anlaşılacağı gibi sözü geçen bir uyuma sahip kozmos içerisinde insanların doğası toplumsal bir yapı içerisinde daha etkin olarak ortaya çıkarılabilecektir. Salt yetkin olan Tanrı'yı düşünmeyle ya da temaşa etmeyle en üst seviyesine ulaşan etik ilerleyişin ve bununla ilişkili olarak uyumun merkezi temasını ve amacını oluşturan iyiye de yakınlaşmış olacaktır. Bu tanım ince bir çizgide ilerlediği için yorumda bulunmak yerine ifadenin bir bölümünü vermek kavramın önemli bir yönünü anlamak bakımından daha sağlıklı bir yol olarak görünmektedir: tam bir erdem "Tanrı'nın gelecekteki krallığına katılmaktır." Bu son hususu şu şekilde açıklamak da mümkündür: "Her ne olursa olsun, öyle görünüyor ki, mutluluğun tanrılar tarafından gönderilmediğini; fakat bizde erdemini ya da herhangi bir incelemenin veya egzersizin etkisiyle ortaya çıktığını kabul ettiğimizde bile, o, en yetkin tanrısal realitelerdendir: Çünkü erdemini ödülünü ya da ereğini oluşturan şey, tüm açıklığıyla yüce bir iyidir, tanrısal ve mutlulukla dolu bir şeydir. Fakat mutluluk aynı zamanda pek çok insan için ulaşılabilir bir şey olmalıdır; çünkü erdeme anormal derecede yabancı olmayan herkes, onu biraz incelense ve biraz çaba gösterirse mutlu olabilir." (Aristoteles, 2014, 1098-b).

Aristoteles erdemlerin özellikle ahlaki olanlarının işlev gördüğü alan olarak siyasi yaşayışı göstermektedir. Bilindiği gibi filozof haz yaşayışı, siyaset yaşayışı

ve teoria yaşayışı olmak üzere görece daha yüksek edinimlerin kazanıldığı bir sıralama oluşturmuştur. Tahmin edilebileceği gibi yetkinlik bakımından, bir şeyi nedenleri ve ilkeleriyle birlikte soruşturan teoria yaşayışı ile etkin bir zihnin ve bu doğrultuda kuşatıcı bir kavrayışın hedeflendiği ortadadır. Son açıklamalarda da görülebileceği gibi, erdemın böyle bir üst yaşayışa ulaşmak bakımından derin bir işlevi olduğu açıktır. Tanrısal bir uyum ve buna ulaştıran yetkin bir görüş entelektüel erdemlerin çerçevesini belirlediği teoria yaşayışı ile elde edilebilmektedir. Bu son yorumla Aristoteles'in *Nikomakhos'a Etik* adlı eserinde takip etmiş olduğu tartışmalı program gün yüzüne çıkmaktadır. Bu eseri inceleyen pek çok uzman Aristoteles'in bu eserin birinci kitabında pek çok erdemle mutluluk arasında bağlantı kurduğunu fakat aynı eserin onuncu kitabında mutluluğu felsefi bir bilgelik ile özdeşleştirdiğini iddia eder. Bu noktada bu erdem mutluluğun esas kaynağıdır ve onun felsefesinin metafizik, bilgi gibi alanlarını buluşturan temel kavşağı ve daha önemlisi entelektüel bir arayışın zirve noktasıdır. Bu bağlamda en yüksek iyi belirli bir erdeme dayalı ruhun akılsal etkinliğidir. Aristoteles zihinsel erdemlerden onuncu kitapta o kadar övgüyle söz etmektedir ki ahlaki erdemler neredeyse değersiz görünecek seviyede kıyıda köşede bırakılmıştır (Lesley2009, Xvii; Pakaluk, 2011, 29). Sonuç olarak Aristoteles'in erdemleri tasnif eden, mutluluğu hiyerarşik bir sıralama içindeki bütün bu erdemlere uygun davranışın sonucuna bağlayan felsefesi garip bir şekilde Sokrates'te olduğu özel bir bilgi türüne bağlanmış gibi görünmektedir. Aslında şu çözümle şaşkınlığımızı yenebiliriz: Nasıl ki bu felsefede birçok bilgi çeşidini metafizik kuşatabiliyorsa bu özel bilgi türünün sonucu olan yüksek bir erdem de diğer erdemleri kuşatabilir, hatta onların varlık nedeni olabilir.

Erdem etiğinin tarihsel gelişimi takip edildiğinde öyle ya da böyle aklın öne çıkarıldığı ve iyi yaşamın bilgece bir tutuma yani ruhun akla uygun etkinliğine bağlandığı görülmektedir. Akıl tüm bu erdemleri yöneten, çekip çeviren, istekleri ve iştahları belirleyen temel ahlaki bir yetidir aynı zamanda. Her ne kadar Aristoteles ahlaki erdemleri pratik akla entelektüel erdemleri teorik akla bağlamak suretiyle bir harmoni kurmak istese de nihayet teorik aklın bir hâkimiyetinin, kavrayış ve doğruluğa ulaşma bakımından bütünüyle üstünlüğünün olduğu bir gerçektir. Özetle diğer erdemler ve bilgelik arasındaki görece var olan bir gerilim Platon'la birlikte zirveye ulaşmış ve Aristoteles'le birlikte azalmış olsa da devam ettirilmiştir.

Son olarak erdem etiğinin genel niteliklerine ve ahlaki hayata neler katabileceğine dair genel bir değerlendirme yapmak gerekirse, öncelikle bu görüşün biricikliğini bireyin toplumla birlikte organize edilmesinden elde ettiğini söylemek gerekmektedir. Bu nedenle bireylere yeteneklerini geliştirmeleri öğütlenirken toplumsal yaşamda oynayacakları rolleri nasıl yerine getirecekleri hususunda da destek verilmektedir. Ayrıca bu görüş içerisinde ödevci teorilerde olduğu gibi insanın duygusu bütünüyle yok sayılmaz. Aklın kaynaklık ettiği ya da belirlediği bir ölçüye uygun bir duygu durumu tavsiye edilir. Duyguları tanımak bakımından

bu öğretinin de kısmen noksan kaldığı iddia edilebilir. Fakat modern felsefede olduğu kadar duygular aşırı kuşkucu bir tutuma maruz bırakılmamış ya da düalist bir yapı içerisinde ve pek çok bakımdan aşağı bir durum olarak gösterilmemiştir. Yine de bu hususun özellikle Platon'un felsefesi söz konusu edildiğinde sözü geçen diğer klasik filozoflara nazaran daha tartışmalı bir hal aldığı görülmektedir. Şairleri ideal devlet içerisinde herhangi bir yere konumlandıramayan Platon, zihinsel olanı ayrı ve asıl gerçeklik olarak göstermiş ve yine devletin yönünü bu bağlamda tek hedef olan akıl idesine yöneltmiştir. Bu nedenle insanın pratiği, bilim ve teknolojinin bu pratikteki yeri gözetildiğinde Aristotelesçi etik çizginin avantajları belirginleşmektedir. Ahlaki hayatımıza derin katkıları olmuş, hala olabilecek bu etik görüşün sözü geçen eksiklikleri çalışma boyunca anlatılan katkıları düşünülürken makul görülebilecektir.⁷

Vazgeçilemez Bir Erdem Olarak Adalet

Adalet, hem her çağda en fazla aranan hem de en çok kötüye kullanılan bir erdemdir. Ayrıca geniş bir zemine sahip, kompleks ve multidisipliner bir kavram olan adalet uzun bir gelişim seyri sonucunda farklı, yeni ve çok katmanlı anlamlar kazanarak zengin bir içerikle günümüze kadar gelmiştir. Bugün bu kavram ve ilintili diğer kavramlar o kadar birbirine karıştırılmaktadır ki, haksızlığa uğrayan da haksızlık yapan da adaletten dert yanmaktadır. Pek çok disiplinin ortak bir kavramı olması toplumsal yaşamda yokluğunun derinden hissedilmesi nedeniyle bu erdem üzerinde sayısız görüş ileri sürülmüştür. Düşünce tarihi pek çok boyutuyla bu sözcüğü bir çerçeve içerisinde tutabilmeyi deneyen filozof, sosyolog ya da hukuk teorisyenine şahitlik etmektedir. Bunun yanı sıra siyasi tarih bu sözcüğün slogana dönüşmüş, içi boşaltılmış veya çıkar odaklı kullanımlarını göstermektedir. İşte bu nedenlerle adalet, İlkçağdan beri filozofların üzerine dikkatle eğildikleri hatta üzerine titredikleri bir kavram olmuştur. John Rawls'ın da işaret ettiği gibi "sosyal kurumların en önemlisi" olarak görülen (Rawls, 1999, 3) bu kavram çok eski çağlardan beri etğin de mihenk taşlarından biri olmuştur. Onsun ne ahlaki bir hayat, ne toplumsal düzen ne de hukuk adı verilen normlar sistemi var olabilir. Her üç alanın da hedefi adalet idesidir. Fakat bu hususta bir tartışmanın varlığından kısaca bahsetmek gerekebilir. Bizim temel bir hedef olarak gösterdiğimiz bu kavram her zaman hak ettiği değeri görememiştir. Örneğin, Levinas gibi bazı düşünürler bu erdemi sıradan ahlaki bir yön olarak gösterirken hukuki pozitivist adı verilen bir grup düşünür ise hukukun odağından uzaklaştırmak istemiştir.⁸ İçerisinde bulunduğu her disipline bir hedef, gaye ya da amaç veren bu kavram, bizce Antikçağda olduğu gibi hem doğruluğu hem diğer erdemleri düzenleyen bir erdem hem de politik bir uygulama olarak işlev gören bir kurum olarak

7 Özellikle Aristoteles tüm felsefesinde görülen orta yolu bulan düşüncelerin etik anlayışında da yer ettiği görülmektedir. Örneğin o haz konusunda şu şekilde değerlendirmelerde bulunmaktadır: "...kendini tüm hazlara kaptıran ve hazlardan hiçbirini reddetmeyen kişi haz düşkünü bir insan olur; yabani gibi, kendini bütün hazlardan yoksun bırakan kişi, sanki duygusuz bir varlık olur. Böylece hazda ölçülülük ve cesaret, aşırılıkla ve yetersizlikle kaybolur; oysa bunlar doğru ölçü sayesinde korunur." Bkz. (Aristoteles, 2014, 99, 1104-a).

8 Levinas'ın yine de adaletin başkasının yüzüyle ilişkiyle ortaya çıktığını ve kurumsallığın böyle sağlandığına yönelik ifadeleri de yok değildir (Levinas, 2003, xxvii-xxviii).

değerlendirilmelidir. Bu şekilde kavramın ve oluşturduğu etkileşimin toplumsal yaşama derin bir nefes aldıracağı söylenebilir.

İnsanlar ortak doğaları gereği diğer insanlarla paylaştıkları belirli özelliklere bir de bu insanlardan ayrı biricik niteliklere sahiptir. Bu yönüyle erdemler insan olmak yani bu ortak doğaya sahip olmak bakımından belirli bir öze uygun bir takım değerleri kazandırmakla birlikte kişilerin kendi yapılarına özgü meziyet/erdemlerin neler olduğunu keşfetmesini sağlamaktadır. İşte adalet bu tür erdemlerin uyumlu bir şekilde bir kişide bulunmasını gösteren kuşatıcı bir erdemdir. Diğer yandan adalet kolay kazanılabilecek bir erdem de değildir. Platon'un işaret ettiği gibi ruhunda diğer tüm erdemleri taşıyan insanlar adalet idesini gözlerine kestirebilir, hedefledikleri bu en yüksek erdemi elde edebilirler. Bununla birlikte bu erdem diğer erdemlerin işlevsel olmasını sağlayan belirleyici bir erdemdir. O halde adalet kişisel bir erdem olarak insan olmak bakımından ortak özünü tanımak aynı zamanda neye yetenekli olduğunu bilmek, sahip olduğu nitelikleri ölçü ve uyum içerisinde bir birlik altında bir hedefe yöneltmek ve ruhun bu erdeme uygun etkinliğini takip etmektir. Toplumsal bir erdem de olan adalet hem kendine uygun görevleri hem de içerisinde bulunduğu sınıfın gerekliliklerini hakkıyla yerine getirmektir. Platon, *Devlet* adlı eserinde adaleti şu şekilde tanımlamıştır: “Herkesin kendi üzerine düşeni yapması ve kendi payına sahip olmasıdır” (Platon, 2006, 441-d, 433d-e). Platon'un bu erdemini iki yönüne de değinmiş olduğu söylenebilir. Fakat o, bu kavramın toplumsal yönünü o kadar öne çıkarmıştır ki, bu görüş altında adil ve bilge bir devlet kutsanacak bir seviyede yüceltilmiş ve birey bu düşünce içerisinde kaybolmuştur. Onun bu yöndeki eğilimi şu cümlelerinden rahatlıkla kestirilebilir: “Adil bir insan, ruhunun bölümlerinden birinin kendine düşen etkinlik alanının dışına çıkmasını, başka bölümlerin işine karışmasını engeller. İnsanın iç dünyasını düzene koyar, insanın kendine hâkim olmasını, kendisiyle barışık olmasını sağlar. Müzikteki pes, tiz ve orta perdelerin birbiriyle uyum içinde olması gibi, ruhun üç bölümünü birbirine bağlayarak ve bunların uyumlu bir biçimde işlemlerini mümkün kılarak insanı çoğunluğun karmaşasından kurtarır ve onun farklı özelliklerinin hepsini ölçülü ve ahenkli, tek bir insan kişiliğinde eritir, bütünleştirir.” (Platon, 2006, 433d). Bu ifadelerden de anlaşılacağı gibi, adalet bir uyumu sağlarken adaletsizlik tam aksine kaosu, çatışmayı ve düzensizliği ortaya çıkarmaktadır.

Antikçağın sistematik döneminin ikinci önemli düşünürü Aristoteles'e göre adalet hem kuşatıcılığı hem de toplumsal işlevi düşünüldüğünde erdemlerin hiyerarşik bir tasnifi içerisinde en üstte yer almaktadır. Erdemlerin pek çoğunu bir orta olarak değerlendiren filozof için adalet de kendine özgü bir saha içerisinde geçerliliği olan ve çeşitli türlerinden söz edilebilecek bir çeşit ortadır. Adaletin düşünürün yorumları içerisinde kazandığı boyutları göz önüne alındığında kavramın hak, eşitlik, yasalara uygunluk, düzenleme, dağıtma ve nihayet doğruluk gibi anlamlara sahip olduğu ve bu nedenle diğer sosyal, siyasi ve hukuki kavramlarla girift bir ilişki içerisinde olduğu ifade edilebilir. Onun adalet hakkındaki düşünceleri bu

ilişkinin yapısını çözümlenmek suretiyle anlaşılabilir. Ayrıca bu ilişki içerisinde karşıt sözcükler üzerinden analizler yapan Aristoteles, haksızlığın, eşitsizliğin ve son olarak adaletsizliğin neliği üzerinde derin tahlillerde bulunmuş, siyasi bozulmanın nedenlerini soruşturmayı da ihmal etmemiştir (Aristoteles, 2014).

Aristoteles'in çağının insanı olması, bir polis içerisinde yaşaması ve daha önemlisi realist tutuma sahip olması gibi çeşitli kıstaslar göz önüne alındığında bu niteliklerine uygun birden fazla adalet tanımı yapmış olduğu görülecektir. O, ilkin şu şekilde bir değerlendirmede bulunmaktadır: "... İnsanların haklı şeyler istemelerini sağlayan huya 'adalet', aynı şekilde insanları haksızlık yapmaya ve haksız şeyler istemeye götüren huya da 'adaletsizlik' deniliyor." (Aristoteles, 2014 1129a 5-10). Aristoteles için bu husus adil olmanın ya da diğer açıdan adaletsiz davranmanın yalnızca bir görünümüdür. Adalet ya da adaletsizlik bir bireyde ya da toplumda farklı biçimlerde ortaya çıkabilmektedir. Örneğin, ona göre "hem yasaya uymayan hem çıkarıcı hem de eşitliği gözetmeyen" (Aristoteles, 2014, 1129a 30) insanların adaletsiz aksine yasalara uyan, ortak bir iyiyi gözetken ve eşitliği arayan insanların ise adil oldukları rahatlıkla söylenebilir. Aristoteles'in bu tanımlarından Platon'un aksine hem bu erdemin kendini gerçekleştirme, özel ilişkiler, hak etme ve liyakat gibi özel ya da kişisel yönüne hem de kamusal boyutu olan yasallık, hukukilik ve karşılıklı eşitlik gibi yönüne birini diğeri içerisinde eritmeden önem vermeyi başarmış olduğu söylenebilir. Ama yine de polisin bütünlüğüne işaret etmekten geri durmayan filozof "ortak iyi"yi hedef göstermek suretiyle pratiği ihmal etmeyen bir telos düşüncesine ulaşmıştır. Başka deyişle polis, adaletin tesis edileceği biricik zemindir ona göre. Bireylerin genel mutluluğun sağlanması için görevleri olduğu gibi bu görevlerini yerine getirebilmek için iyi düzenlenmiş bir toplum içerisinde yaşamaları gerekmektedir. Bu düzen de ancak sağlıklı bir şekilde tasarlanmış yasalar aracılığıyla gerçekleştirilebilir (Ağaoğulları, 1989, 257-258). Özetle Aristoteles için adalet bir çeşit eşitlik ya da ortaktır. Akılla belirlenmiş, çerçevesi net olarak çizilmiş makul bir yasa toplumsal konumu da gözetmek zorundadır. Yurttaşlar topluma kattıkları değer ya da işgal ettikleri konuma uygun olarak dağıtımdan pay alırlar; eşitlik, hak ya da adalet de ancak bu şekilde tesis edilmiş olacaktır.

Aristoteles'in adalet görüşüyle pek çok modern etik, siyaset ve hukuk kuramına kaynaklık ettiği bir gerçektir. Filozofun görüşleri içerisinde adalet erdemi çok geniş bir zemin üzerinden tanımlanmaktadır. Aristoteles bu erdemi toplumsal organizasyon için uyarlamak bakımından daha başarılıdır. O, adalet ve adaletsizliğin birlikte açıklanmasını önermiş ve kavramın bu şekilde daha net anlaşılacağını öne sürmüştür. "Yasaya uyan insan da eşitliği gözetken insan da adaletli olacaktır" derken, bunun aksi bir davranışta bulunmanın adaletsizlik olarak görülmesi gerektiğini iddia etmektedir (Aristoteles, 2007, 91; Taşkın, 2010, 276). Temelde "yasalara uyma" olarak değerlendirilebilecek adalet aynı zamanda mülkiyetin eşit dağıtılmasına dayandırılmak suretiyle özel bir eylemler alanını ya

da kişisel kazanımı da organize edebilecek şekilde kullanılmıştır. Bu bağlamda Aristoteles'in hukuki bir boyutu da olan adaleti bireylerin toplumsal durumlarını düzenleyecek ve geniş bir yelpaze içerisindeki pek çok ilişkiyi içerisine alacak biçimde kurgulamış olduğu söylenebilir. Görüleceği gibi Aristoteles'in adaleti hem doğal bir yönümüze işaret edecek hem de politik düzenlemeye neden olacak şekilde kullanması bu kuramın doğal hukukun yanında pozitif hukuka da kaynaklık edebileceğini göstermektedir.

Liyakat ve Hak ediş

Modern dönemde bittiği iddia edilen siyaset felsefesine büyük bir canlılık getirmiş olan Rawls, ardından Hayek, Nozick ve daha sonra Dworkin gibi düşünürler tarafından adalet kavramı hem felsefenin gündemine hem siyaset pratiğine hem de hukuk disiplinine farklı kılıklar altında dâhil edilmek istenmiştir. Tarafsızlığı öne çıkarmak için orijinal durumdan söz eden Rawls sosyal adaletten söz ederek dezavantajlı bireylerin yararına olacak şekilde düzenlemeler önermiştir (Rawls, 2006, 124-125). Hayek kendiliğinden işleyen bir düzeni önermek suretiyle gelir ya da hakların dağıtımını gözetirken Rawls'ın iddia ettiği gibi düzenlemelere ihtiyaç olmadığını ileri sürmüştür. Bu hususta tartışmanın özgürlük ve eşitlik arasındaki gerilim üzerinde ilerlediğini ifade etmek gerekir. Asıl hedef kişilerin özgürlüğünü öne çıkararak haklarını kazanmasından korumasına kadar temel demokratik teamüllere uygun siyasi ortamı kurabilmektir (Arnhart, 2011, 355). Çatışma yaratan bu durumu A ve B kişileri üzerinden⁹ MacIntyre şu şekilde açıklamaktadır: "... A, haklı olarak, bunun kendisinin olduğunu, çünkü onları kazandığını, yasal olarak edindiğini veya kazandığını, B ise, bunların, haklı olarak, bunlara daha çok ihtiyacı olan kişilere verilmesi gerektiğini ve eğer bunlar verilmez ise bu kişilerin temel gereksinimlerini karşılayamayacaklarını iddia etme eğiliminde olacaktır. Ne var ki, bizim çoğulcu kültürümüz, gereksinim üzerine kurulu iddialar ile buna karşıt olarak, yasal hak ediş üzerine oturtulmuş iddialar arasında karar vermemizi olanaklı kılacak ne bir ölçüte, ne de bu karşıt iddiaları tartabileceğimiz bir yönteme sahiptir. Nitekim, bu iki tür iddia, aslında önceden de belirttiğim gibi ortak ölçülemez türdendir ve ahlaksal iddiaları "tartmak" eğretilenmesi sadece uygun olmamakla kalmayıp aynı zamanda yanıltıcı da olan bir eğretilenmedir." (MacIntyre, 2019, 363). İskoç düşünür iki parametrenin eş ölçülemez olduğu konusunda haklı görünmektedir. Fakat demokratik toplumlara uygun yönetim ilişkileri içerisinde kalarak her türlü değerın özellikle insanların temel gereksinimleri olanlarının bölüşümü sırasında sınıflar arasındaki derin uçurumun kapatılması yönünde eylem planlarının düzenlenmesi gerekmektedir.¹⁰

⁹ MacIntyre'in kendisinin de belirttiği gibi bu örnekler sıradan ya da keyfi seçilmiş değildir. Düşününün seçmiş olduğu örneklerin "California, New Jersey ve başka yerlerde yapılan güncel tartışmaları büyük ölçüde ve asıllarına uygun bir şekilde yansıtmakta" olduğunu söylemektedir (MacIntyre, 2019, 367).

¹⁰ Yapılan son dönem araştırmalar eğitim, sağlık vd. temel ihtiyaçlarını karşılamak konusunda sınıflar arasında derin bir uçurumun varlığına işaret etmektedir. Oxfam'ın 2020 yılı içerisinde yaptığı incelemelerin birinde ulaştığı çarpıcı bir sonucu paylaşmak gerekirse, "Ekonomik eşitsizlikler kontrolden çıkmış durumda. 2019 yılında, sayıları sadece 2.153 kişi olan dünya milyarderleri, 4,6 milyar insanın toplam varlığından daha fazla servete sahip. ... Dünyanın en zengin %1'i, 6,9 milyar insanın toplam varlığının iki katından daha fazla servete sahip." Daha fazla bilgi için bkz. <https://www.kedv.org.tr/public/uploads/files/raporlar/Oxfam%202020%20Es%CC%A7itsizlik%20Raporu-Bak%C4%B1m%20Zaman%C4%B1.pdf> Son erişim tarihi: 10.02.2021

Rawls'ın da işaret ettiği gibi liberal yapılar sınıflar arası eşitliği kendiliğinden sağlayamamaktadır. Ayrıca durum siyaset felsefesinin bu önemli düşünürünün tespitinde bulunduğu dönemden çok daha kritik bir durumdadır. Çoğulcu yapı, tanınma taleplerinden başlayarak özgürlük, eşitlik, insan hakları gibi daha kompleks bir yapıya dönüşen problemlere çözüm bulmak bugün daha güçtür. Bu nedenle eşitlik sağlandıktan sonra kişilerin çeşitli fırsatlara ulaşmak için gerekli eylemleri yerine getirebileceği eşit siyasi ortam da sağlanmalıdır. Bununla birlikte bu siyasi zemin içerisinde kişilere kendi iyilerini gerçekleştirme, ortak kararlarına dayanan bir iyi belirleme ve hatta en dezavantajlının yararına olacak şekilde görece eşitsiz uygulama olarak görülebilecek gönüllü vazgeçişlere izin verilebilmelidir (Rawls, 1999, 277-278).

İyiye kötüyü ayırt etmek, hakları dağıtmak olarak tanımladığımız adaletin ne olduğunu belirlemek görülebileceği gibi pek güçtür. Sözü geçen çatışmada fark edilebileceği gibi A öznesi de B öznesi de kendi bakış açılarından haklılardır. Biri bu durumda olmayı hak etmediğini diğeri ise elinde olanları çalışarak adil bir kazanım yoluyla elde etmek bakımından hak ettiğini ifade etmektedir. Pozitif hukuk ve yasalar çerçevesinde iki düşünce biçimi de makul ve meşru gerekçelerdir. Fakat MacIntyre'ın da belirttiği gibi her ikisinin de içerisinde oldukları duruma layık olup olmadıklarını sorguladıkları bir gerçektir. Görmezden gelinen bu layık olma durumu bir şekilde siyasi ve toplumsal işleyişin çarklıları arasına en kısa zamanda dâhil edilmeli gibi görünmektedir. Siyasetin ya da hukukun bütünüyle ahlaklaşmasını bekleyemeyiz, ama “çatışmaları bastırmanın derecesini ve kapsamını gösteren yasalar ya da toplumsal düzeni sağlamak için belirlenen kuralların” (MacIntyre, 2019, 373), adalet idesini hedefleyecek ve hatta bu kavramın kadim anlamlarını da taşıyacak şekilde organize edilmesi gerekmektedir.

Modern Toplum, Sorunlar ve Erdem Etiği

Modern toplumlar bilimden teknolojiye uzanan hızlı gelişmeler sonucunda büyük imkânlar vaat etmektedir. Fakat her yeni imkan belirli koşullar takip edilmediğinde kendi spesifik sorunlarını üretmekte ve günün insanını derin bir mutsuzluğa sürükleyebilmektedir. Bu bağlamda Postmodernist filozofların işaret ettiği gibi bugünün toplumlarında gözlemlenen belirsizlik, geçicilik, keyfilik, çoğulculuk, karmaşa ve hızlı hatta tık nefes bir yaşayış gibi pek çok olgu kişilerin geleceği planlamalarına hatta ileriye görmelerine bile engel olmaktadır. Bauman'ın da belirttiği gibi, “Modern öncesi trenler, tıpkı çocukların oyuncak trenleri gibi, bir daire içinde seyreden ve mecrası belli olan trenlerdi. Nehirler ise, fi tarihinden beri aynı yatakta akıyordu. Fakat modernleşmeyle birlikte, yerlerin dış hatları kayboldu; yani nehirlerle birlikte sürüklenen kıyıları ortaya çıktı ve trenlerin yöneldiği resmî varış noktası, “yeni” ya da “daha iyi” ya da “daha ilerleme” denilen belirsizlik oldu.” (Bauman, 2000, 102). Bununla birlikte büyük bir değişimden söz edilmiş olsa da insanın değişmeyen bir doğasının olduğu da tarihsel bilginin de işaret ettiği reddedilmesi zor bir düşüncedir. Bu ortak doğa nedeniyle binlerce yıl

önce öne sürülmüş öğretiler problemlerle karşılaşan çağın insanına bunları aşmak bir yana yaşamı organize etmek, adaleti sağlamak ve mutluluğu elde etmek gibi çok önemli hususlarda büyük bir katkı sunabilir. Bu bağlamda kadim öğretiler de Modernizmin yarattığı sorunlarla baş edebilmek için teorik alt yapı ve pratik bir yetkinlik sağlayabilecek zengin felsefi bir kültüre sahiptir. Özellikle modern bireyin parçalanmışlığıyla, egoist ya da çıkarıcı yapısıyla, haz ve arzularına olan aşırı düşkünlüğüyle mücadele etmek bakımından bireyi, toplumsallığını ihmal etmeden öne çıkararak, onu önemseyen ve daha önemlisi gelişimine, kendini gerçekleştirmesine odaklanan, duygularını da bütünüyle ihmal etmeyen kuşatıcı bir etik tutum olan erdem etiği küçümsenemeyecek bir katkı sunabilir. Zaten bu yönü nedeniyle Aristotelesçi terimleri çağdaş etik ya da siyaset teorileri içerisinde görmek mümkündür. Postmodern öğelere dâhil edilen Aristotelesçi bazı terimler kimi zaman bağlamından çıkarılarak kimi zamansa belirli değişikliklerle kullanılmıştır. Örneğin Rorty, “phronesis” kavramını sorunlar karşısında çaresiz kalan bireyin tercihlerine yön verecek ve büyük bir boşlukta bulunan öznenin pratik tecrübesini makul bir zemine taşıyacak şekilde kullanmak istemektedir (Rorty, 1979, 325-326). Fakat kimi düşünürler Aristotelesçi-Thomistçi çizgiye daha sadık kalarak yeni bir erdem etiği kurmak istemektedirler. Bu düşünürler içerisinde öne çıkan isimlerden birisi ise MacIntyre’dır. O, *Erdem Peşinde* adlı eserinde Nietzsche’nin yaptığı gibi faydacı, ödevci vd. diğer etik teorileri başarısız bulur ama Alman filozofun aksine Aristoteles’i bu değerlendirmenin dışarısında tutar ve daha öncede ifade ettiğimiz gibi bu görüşün modernite içerisinde de etkin bir rolünün olabileceğini düşünür (MacIntyre, 2019).

MacIntyre, modern etik teorilerinin bireyi sadece akıllı, duygusu ya da sezgisi gibi belirli yönleriyle öne çıkarmak suretiyle çeşitli toplumsal, siyasi ya da dini kurumlardan soyutlayarak izole bir şekilde tanımladığını ileri sürmektedir. Ona göre bu şekilde inşa edilen birey yalnızca bilinç içeriklerine indirgenmiş, algıları, izlenimleri ve zihinsel yetileri etrafında karar vermek zorunda bırakılmıştır. Bu şekilde tespit edilmiş belirli sorumluluklar ve ilkeler hem bireylerin hem de onların eylemlerini belirleyecek olan ahlaki içeriğin sınırlandırılmasına ve tartışmanın yüzeysel bir zeminde yürütülmesine neden olmuştur (MacIntyre, 2019, 67-68). Ayrıca modern özneyi “duygucu” ya da “ifade edici” olarak tanımlayan düşünür bu ahlaki görüş içerisinde bireylerin yalnızca duygu, tutum ve olguları dile getirdiklerini iddia etmektedir (MacIntyre, 2019, 28). Bunun aksine çağdaş filozof, Aristotelesçi erdem etiğini diğer etik görüşlerden ayırt ederek şu şekilde önemine işaret etmektedir: “Oysa klasik Aristotelesçi gelenekten -ki onun ister Yunan, isterse Ortaçağ versiyonlarından olsun- gelen argümanlar en azından bir tane çekirdek, işlevsel kavram, bir temel doğası ve bir temel amaç veya işlevi olduğu düşünülen bir insan kavramı barındırır; ve kendi bütünlüğü içindeki klasik gelenek, temelden reddedilmeye başladığında ve ancak o zaman, ahlaksal argümanlar da «*olan*’ı ifade eden öncüllerden ‘*olması gereken*’i belirten hiçbir

sonuç çıkmaz” ilkesinin bir versiyonunun etki alanına girerek karakter değiştirmeye başlamıştır. Demek ki, klasik gelenekte, “insan” demek; “iyi insan” demektir; tıpkı “saat”ın “iyi saat”, “çiftçi” nin “iyi çiftçi” ile bir olması gibi. Aristoteles, “insan” ile “iyi yaşam” arasındaki ilişkiyi “harpçi” ile “iyi harp çalma” arasındaki ilişkiye benzetir ve bu durumu, etiksel sorgulamanın hareket noktası olarak alır.” (MacIntyre, 2019, 95-96). Erdemden sonrasını yaşayan, işlevselliği ve tüm boyutlarıyla değerlendirilmekten ihmal edilen modern özne/birey parçalanmış, kişiliği, toplumsal rolleri, istekleri, yükümlülükleri arasında derin bir çatışma içerisine düşmüştür. MacIntyre bu hususa ise şöyle vurgu yapmaktadır: “... Söz konusu geleneğe göre, bir insan olmak, her biri kendine özgü anlam ve amaca sahip bir roller bütününe yerine getirmek demektir: bir aile ferdi, bir yurttaş, bir asker, bir filozof ya da bir din görevlisi olmak demektir. İşte, insan, ancak bütün bu rollerden ayrı ve onlardan önce gelen bir birey olarak düşünüldüğü an “insan” işlevsel bir kavram olmaktan çıkar.” (MacIntyre, 2019, 96). Bu doğrultuda o, pek çok bakımdan başarılı bulunduğu erdem etiğini bir merkezi/temel erdem ve çevresel erdemler belirlemek suretiyle kurgulamaktadır. Böylece Aydınlanmanın ihmal ettiği toplumsal erdemlerle birlikte özneyi organize etmeye gayret eden düşünür bu tabloya bir de içsel ve dışsal iyiler olmak üzere bir hedef eklemektedir. Sonuç olarak Aydınlanmanın bilimsel çıkarımlara dayalı etik anlayışının iflasını ilan eden düşünür olgu değer ayrımının ancak “erdemler”, “gelenek” ve “pratikler” ile kapanacağını düşünmektedir (MacIntyre, 2019, 181, 220, 280).

SONUÇ

Bugün etik eskisinden daha çok konuşulur bir durumdadır. Görece bir ilginin hedefinde olan etik tartışmalar gündemde daha fazla yer almaktadır. Yine bu konular üzerinde yürütülen araştırmaların sayısında fark edilir bir artışın olduğu rahatlıkla söylenebilir. Fakat bu verilerin aksine demokratik hakların sağlanması ve korunması, insan haklarının uygulanması, gelirin ve diğer hakların dağıtılması gibi belirli göstergeler takip edildiğinde bu ilginin dünya genelinde olumlu bir pratik karşılığının olmadığını göstermektedir. Modern toplum içerisinde var olmaya çalışan bireylerin değerleri, adaleti ve toplumsal ilişkileri yalnızca hukuki bir pratikle bağlantılı olarak değerlendirmeleri nedeniyle ortak iyi gibi bir hedef belirleme ve bu doğrultuda bir çaba sarf etme konusunda kenara çekildikleri görülmektedir. Bireyleri izole eden modern mekanizmalar, kendiliğinden işleyen toplumsal ve ekonomik yapı, neoliberal uygulamalar ve kapitalizm bu tür sorunları daha fazla derinleştirmiştir. Ayrıca her özel ya da spesifik yasa hayatı kendi uygulama alanı içerisinde kalan yönleriyle görece sınırlı ve dar biçimde organize etmekte ve bu nedenle insanlara kuşatıcı bir bakış açısı kazandıramamaktadır. Bununla birlikte toplum içerisinde kendiliğinden işleyen pek çok kurum insanları her geçen gün uyuklatmaktadır. Bu durumun temel nedenlerinden bir diğeri ise yaşamdan telos düşüncesinin uzaklaştırılmasıdır. Bireyler kişisel işlerini yürütürken ya da bir aile ya da toplum içinde bulunmuş olmaları nedeniyle vazgeçilmez görevlerini

yerine getirirken belirli ve rasyonel bir ahlaki standarttan uzak kalmaları, belirli bir uyum, ahenk ve bütünlük içerisinde yaşamlarını kavrayamamaları nedeniyle güçlüklerle karşılaşmaktadırlar. Bu nedenle Rawls'tan itibaren Nozick, Dworkin ve MacIntyre gibi düşünürlerin iddia ettiği gibi hem kişisel hem de toplumsal bir erdem olarak adaletten daha genel kapsamıyla değerlendirilmesi gerekmektedir. Ayrıca pratik alanı belirleyen çeşitli normlar sistemi bir ide olarak adaleti yeniden tesis etmek zorundadır.

Toplumsal problemlerin ya da daha ileri seviyede bunalımların 'kendini bilmek' gibi çok önemli ve özel bir bilgi alanında görülen eksikliğe bağlı olduğunu belirtmek gerekmektedir. Olduğu kişi ile olmayı istediği kişi arasında bir gerilimde yaşayan modern birey hâlihazırdaki durumunu, bu duruma kendisini getiren isteklerini sorgulamak ve bütün eylemlerinin sorumluluğunu almak zorundadır. İnsan ve onun bir toplamı olamayacak kadar karmaşık bir yapı olan toplum yine de bazı kişisel erdemler etrafında birlikte iyiye doğru yöneltiler. Bu nedenle çalışmanın başından sonuna kadar ifade ettiğimiz gibi insanın duygu, irade ve akıl varlığı olduğunu gözeterek doğasına uygun çeşitli erdemleri kazanması yönünde bir eğitim hamlesi gerçekleştirilebilir. Bu bağlamda müşterek iyiler peşinde koşan bireyler ortak ödevler ya da işlerle birlikte ortak bir iyiye yöneltiler. Toplumsal boyutta ise en önemli erdem adalettir kuşkusuz. Ayrıca çağdaş düşünürlerin yeni bir yorumla çıkış noktası olarak gösterdiği Aristotelesçiliğin ve kadim geleneğin yanı sıra bu değerli hazineyi işleyen, daha fazla geliştiren Hristiyan ve İslam Ortaçağ filozoflarının etik yaşantıya sunacağı derin katkıya kapıları kapatmamak gerekir.

KAYNAKÇA

- Ağaoğulları, M. A. (1989). *Eski Yunan'da Siyaset Felsefesi*. Ankara: V Yayınları.
- Aristoteles (1996). *Metafizik*. Ahmet Arslan (Çev.). İstanbul: Sosyal Yayınlar.
- Aristoteles (1999). *Eudemos'a Etik*, Saffet Babür (Çev.). Ankara: Dost Kitabevi Yayınları.
- Aristoteles (2007). *Nikomakhos'a Etik*. Saffet Babür (Çev.). Ankara: Bilgesu Yayıncılık.
- Aristoteles (2014). *Nikomakhos'a Etik*. Furkan Akderin (Çev.). İstanbul: Say Yayınları.
- Arnhart, L. (2011). *Platon'dan Rawls'a Siyasi Düşünce Tarihi*. Ahmet Kemal Bayram (Çev.). Ankara: Adres Yayınları.
- Ayverdi, İ. (2005). *Misalli* Büyük Türkçe Sözlük, I. İstanbul: Kubbealtı Neşriyat.
- Bauman, Z. (2000). *Postmodernlik ve Hoşnutsuzları*. İsmail Türkmen (Çev.). İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Badiou, A. (2004). *Etik*. Tuncay Birkan (Çev.). İstanbul: Metis Yayınları.
- Brown, L. (2009). "Introduction", *Aristoteles, The Nicomachean Ethics*. David Ross (Çev.). Lesley Brown (Ed.). Oxford: Oxford University Press.
- Çağrı, M. (1989). "Ahlâk", *Türkiye Diyanet Vakfı İslâm Ansiklopedisi, II*. İstanbul.
- Foucault, M., Gutman H. ve Button, P. H. (2001). *Kendini Bilmek*. Gül Çağalı Güven (Çev.). İstanbul: Om-Felsefe.
- Frankena, W. (2007). *Etik*. Azmi Aydın (Çev.). Ankara: İmge Kitabevi.
- Güçlü, A., Uzun, E. (2008). *Felsefe Sözlüğü*. Ankara: Bilim ve Sanat Yayınları.
- İyi, S. (2019). *Etik*. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Açık Öğretim Fakültesi Yayınları.
- Kuçuradi, İ. (2009). *Uludağ Konuşmaları*. Ankara: Türkiye Felsefe Kurumu Yayınları.

- Kuçuradi, İ. (2007). “Etiğe Yaklaşımlar, Etikte Yaklaşımlar ve Bir Evrensel Etik Düşüncesi”. *II. Ulusal Uygulamalı Etik Kongresi Bildiriler Kitabı*. Ankara: ODTÜ Felsefe Bölümü.
- Levinas, E. (2003). *Humanism of The Other*. N. Poller (Çev.). Chicago: University of Illinois Press.
- Liddell and Scott (2003). *Greek-English Lexicon (Abridged)*. New York: Oxford.
- MacIntyre, A. (2001). *Etik'in Kısa Tarihi: Homeric Çağdan Yirminci Yüzyıla*. Hakkı Hünler, Solmaz Zelyüt Hünler (Çev.). İstanbul: Paradigma Yayınları.
- MacIntyre, A. (2019). *Erdem Peşinde: Bir Ahlâk Teorisi Çalışması*. Muttalip Özcan (Çev.). İstanbul: Vakıfbank Kültür Yayınları.
- Marchant, J. R. V., Charles, J. F. (1952). *Cassell's Latin-English English-Latin Dictionary*. Londra: Cassell&Company.
- Pakaluk, M. (2011). “On the Unity of the Nicomachean Ethics”, *Aristotle's Nicomachean Ethics: A Critical Guide*. Jon Miller (Ed.). Cambridge: Cambridge University Press.
- Peters, F. E. (2004). *Antik Yunan Felsefesi Terimleri Sözlüğü*. Hakkı Hünler (Çev.). İstanbul: Paradigma Yayıncılık.
- Platon (1989). *I. Alkibiades*, İrfan Şahinbaş (Çev.). İstanbul: M. E. B. Yayınları.
- Platon. (2006). *Devlet*. Sabahattin Eyüboğlu, M. Ali Cimcoz (Çev.). İstanbul: Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları.
- Platon (2015). *Sokrates'in Savunması*. Furkan Akderin (Çev.). Ankara: Say Yayınları.
- Platon (2017). *Diyaloglar*. Teoman Aktürel (Çev.). İstanbul: Remzi Kitabevi.
- Rawls, J. (1999). *A Theory of Justice*. Oxford: Oxford University Press.
- Rawls, J. (2006). *Halkların Yasası ve Kamusal Akıl Düşüncesinin Yeniden Ele Alınması*. Gül Evrin (Çev.). İstanbul: Bilgi Üniversitesi Yayınları.
- Rorty, R. (1979). *Philosophy and The Mirror of Nature*. New Jersey: Princeton University Press.
- Störig H. J. (1993). *İlkçağ Felsefesi Hint, Çin, Yunan*. Ömer Cemal Güngören (Çev.). Ankara: Yol Yayınları.
- Störig H. J. (2000). *İlkçağ Felsefesi Hint, Çin, Yunan*. Ömer Cemal Güngören (Çev.). Ankara: Yol Yayınları.
- Strauss, L. (2000). *Politika Felsefesi Nedir?*. Solmaz Zelyüt Hünler (Çev.). İstanbul: Paradigma.
- Taşkın, A. (2010). “Adaletin Nesnellığı Bağlamında, Hukuki Olanla Adalete Uygun Olan Ayrımı”. *Özgürlük, Eşitlik ve Kardeşlik, Birinci Uluslararası Felsefe Kongresi*. ss. 274-281.
- Türk Dil Kurumu Büyük Sözlük*, <http://tdkterim.gov.tr/bts/>.

KÜLTÜREL YETKİNLİĞE SAHİP SOSYAL HİZMET UYGULAMASININ TARİHSEL VE TEORİK GELİŞİMİ¹

Şerif UZUNASLAN²

GİRİŞ

Günümüz sosyal hizmet eğitimi ve uygulamasında kültür kavramı, öncelikli ve tartışılan konular arasında yer almaktadır. Literatür incelendiğinde sosyal hizmet alanında çokkültürcülük, baskı karşıtı uygulama, güçlendirme, eşitlik ve çeşitlilik, ayrımcılık karşıtı uygulama, azınlıklarla sosyal hizmet, kültürel yetkinlik, kültürel çeşitlilik konularında yapılan çalışmaların özellikle 2009 yılından itibaren artarak devam ettiği görülmektedir (WOS, 2020). Özellikle sosyal hizmet uygulamasında “kültürel yetkinliğin” önemi vurgulanmaktadır (Dominelli, 2018). Kültürel yetkinliğin önemli bir konu olarak gündeme gelmesinde önde gelen sosyal hizmet kuruluşlarının bu konuda yapmış olduğu bildiri ve açıklamalar etkili olmuştur. Sosyal Hizmet Eğitim Konseyi (CSWE), sosyal hizmet eğitiminin farklı geçmişlere sahip bireyler ve gruplarla etkili uygulama stratejileri içermesini beklemektedir (CSWE, 2015). Ulusal Sosyal Hizmet Uzmanları Derneği (NASW) haksız muameleyi ortadan kaldırmak amacıyla kültürel yetkinlik ve profesyonel davranış için standartlar belirlemiştir (NASW, 2015). Bu akreditasyon ve profesyonel organizasyon kurallarına uyum sağlamak için sosyal hizmet okullarının çeşitlilik, kaynaştırma ve sosyal adaleti öğretme konusunda daha bilinçli olmaları beklenmektedir. Buna yönelik olarak da sosyal hizmet eğitimcilerinin, öğrencileri kültürel çeşitliliğe sahip müracaatçı ihtiyaçları konusunda eğitmeyi amaçladığı görülmektedir (Greeno ve ark., 2017). Özellikle toplumsal çeşitliliğin ve kültürel farklılığın yoğun olduğu heterojen toplumlardaki sosyal hizmet eğitimi ve uygulamasında bu görülmektedir. Heterojen bir toplum yapısına sahip Türkiye, Avrupa, Asya, Orta Doğu ve Afrika’nın coğrafi kesişim noktasında yer almaktadır. Bu konum onu toplumsal çeşitliliğin ve kültürel farklılığın yoğun olduğu bir ülke haline getirmektedir (Purnell, 2014). Türkiye’nin hali hazırdaki kültürel çeşitliliğe sahip bu yapısı 2011 tarihinden itibaren Suriye iç savaşından dolayı gelen yoğun göçle daha da çeşitlilik kazanmıştır. Türkiye’de var olan ve gelişen kültürel çeşitlilik

¹ Bu çalışma, yazarın Elif Gökçe Arslan danışmanlığında yürüttüğü doktora tezinden üretilmiştir.

² Arş. Gör. Dr., Fırat Üniversitesi, Sosyal Hizmet Bölümü, serifuzunaslanfb@gmail.com, ORCID: 0000-0001-8627-5985.

düşünüldüğünde Türkiye'deki sosyal hizmet eğitimi ve uygulamasında kültürel çeşitlilik, kültürel yetkinlik ve çokkültürcülük temel araştırma konularının başında gelmektedir. Fakat doğrudan kültürel yetkinlik konusunu ele alan araştırmaların sayısı yok denecek kadar azdır ve mevcut çalışmalarda yakın tarihe aittir (Abukan ve Yıldırım, 2019; Tek, 2019; Uzunlaşan ve Gökçearslan Çiftci, 2019; Alsancak, 2020; Akarçay Ulutaş, 2020). Uluslararası literatürde olduğu gibi Türkiye'de de yürütülen çalışmalarda kültürel yetkinliğin fikir olarak öncelikle çeşitlilik, etnisite, göç hizmetleri, etnik köken, ayrımcılık ve asimilasyon, kültürelleşme ve çokkültürcülük literatürüne gömülmüş halde olduğu görülmektedir (Akbaş, 2014; Özgür, 2009; Tek, 2018). Ancak bir kavram olarak kültürel yetkinliğin, literatürde daha fazla tartışılması ve konuya dair çalışmaların yürütülmesi önemlidir. Uluslararası literatür incelendiğinde kültürel yetkinlik araştırmaları genel olarak; kullanılan tanımların tartışılması, çokkültürlü toplumların tarihsel süreçleri, kültürel yetkinlik bileşenleri, kültürel yetkinliğin ölçülmesi, eğitim modelleri ve müfredat geliştirme konularında yapılmaktadır. Bu başlıkların Türkiye bağlamında da tartışılması sosyal hizmet eğitiminde ve uygulamasında mevcut kültürel yetkinlik anlayışını genişletip derinleştirecektir. Ayrıca kültürel yetkinlik konusundaki uluslararası alandaki tarihsel ve teorik bağlamı gözden geçiren çalışmalara öncelik verilmesi konun anlaşılması ve Türkiye özelinde konun ele alınmasında daha yapıcı ve yönlendirici olacaktır. Bu çalışmanın konusunun belirlenmesinde de bu öncelik etkili olmuştur. Çalışmada okuyucuya sosyal hizmet mesleğinde kültürel olarak yetkin uygulamanın uluslararası alandaki gelişim tarihinin ve teorik bağlamının bir incelemesi sunulmaktadır. Böylelikle okuyuculara konuya dair tarihsel gelişim sürecinde bütünsel bağlantıları görme ve teorik bağlamda konuyu değerlendirme imkânı sağlamaktadır. Çalışmada kültürel yetkinlik tanımını, kültürel yetkinliğin tarihsel gelişim süreci ve ardından kültürel yetkinlik yaklaşımları takip etmektedir.

KÜLTÜREL YETKİNLİĞİN TANIMLANMASI

Sosyal hizmet birey, grup ve topluluklara yönelik hizmet sunarken belirli temel ilke ve mesleki etiğe bağlı olarak hareket etmektedir. Kültürel yetkinlik, ilk olarak bu temel mesleki etik ilkelerden birisi olarak karşımıza çıkmaktadır (Duyan, 2016). NASW (2008), yayınladığı etik ilkelerde kültürel yetkinliği işaret ederek; sosyal hizmet uzmanlarının kültürel ve etnik çeşitliliğe duyarlı olmasından ve ayrımcılık, baskı, yoksulluk ve diğer sosyal adaletsizlikleri sona erdirmeye çalışması gerektiğinden bahsetmektedir. NASW'nin vurguladığı kültürel çeşitlilik konusunda duyarlılık kazanma, literatürde müracaatçının kültürüne dair bilginin kazanılması ve geliştirilmesiyle bağlantılıdır. Gutierrez ve Alvarez'e (2000) göre sosyal hizmet uzmanları, çeşitli kültürel gruplar hakkında bilgi edinir, kültürel kimlik kavramını anlar, farklı bakış açılarına açık olur ve bu farklılıklar arasında iletişim kurabilirlerse kültürel açıdan yetkin olurlar. Bu nedenle mesleki bir etik ilke olan kültürel yetkinliği tanımlarken öncelikle "kültür" nedir soruna cevap vermek önemlidir.

Sosyal hizmet ve diğer sosyal bilim literatüründe kültür, nesilden nesile aktarılan toplumsal sembolleri, deneyimleri, davranışları, tutumları ve düşünceleri anlatan bir kavram olarak tanımlanmaktadır. Marsahall (2003), kültürün toplum içinde paylaşılan bilgi, inanç, sanat, ahlak ve geleneğe karşılık geldiğini belirtmektedir. Ona göre kültür, aynı zamanda toplumdaki bireylerin davranışlarını, inançlarını ve değerlerini de şekillendirmektedir. Yine Geertz (2010), “*insanın tahayyülü, içinde bulunduğu kültüre bağlıdır*” diyerek kültürün önemine dikkat çekmektedir. Bu açıklamalara dayanarak kültürü, toplumdaki bireylerin duygu, düşünce, davranış, değer ve inançlarını anlamak ve çözümlmek için işlevsel bir yapı olarak tanımlayabiliriz.

Yapılan kültür tanımlamaları, kültürel yetkinlik tanımının kapsamı konusunda yol göstermektedir. Buna göre kültürel yetkinlik, müracaatçının kültürüne dair bilgi, beceri ve değerler bütününe ifade etmektedir. Diğer bir ifadeyle, etkin ve etik şekilde müdahalede bulunma ve müracaatçının optimal gelişimini sağlayacak koşulları yaratmayı sağlayacak bilgi, beceri ve değerlere sahip olmaktır. Sue ve Torino'ya (2005) göre kültürel yetkinlik, çoğulcu ve demokratik bir toplumda işlev görmek için gerekli olan farkındalığın, bilginin ve becerilerin edinilmesini içermektedir.

Kültürel yetkinlik, birçok çalışmada müracaatçının kültürüne dair bilgi, beceri ve değeri kapsayan bir gelişim süreci olarak değerlendirilmektedir. Bu çalışmalara göre kültürel yetkinlik; bireylerin ve sistemlerin, kültürlerin, sınıfların, etnik kökenlerin, dinlerin, manevi geleneklerin, göçmenlik statüsünün ve diğer çeşitlilik faktörlerinin üyelerine saygıyla ve etkili bir şekilde karşılık verme sürecini ifade etmektedir (Chiarenza, 2012). Bu tanımlamanın başta Almanya ve Kanada olmak üzere birçok Batılı sistemde benimsendiği, göçmenler ve etnik azınlık nüfusları için daha etkili hale getirmek amacıyla hizmetlerin iyileştirilmesini amaçlayan stratejilere çevrildiği görülmektedir. Bu stratejiler bağlı olarak çeşitli gruplar hakkında kültürel bilgi birikimine sahip personelin yetiştirilmesi ve hizmet sunumunun etnik azınlıkların özelliklerine ve ihtiyaçlarına adapte edilmesi için programlar geliştirilmiştir. Bu programların kültürel azınlıklık grupları için erişim eşitliğini ve bakım kalitesini arttıracığı umut edilmektedir. Bu açıklamadan da anlaşılacağı üzere kültürel yetkinlik bir gelişim sürecidir ve bu gelişim sürecinde bilgi birikimi elde etmek çok önemlidir. Bu nedenle kültürel açıdan yetkinlik, bireyler ve insan grupları hakkındaki bilgilerin, hizmet kalitesini artırmak için uygun kültürel ortamlarda kullanılan belirli standartlara, politikalara, uygulamalara ve tutumlara dönüştürülmesi olarak tanımlanmaktadır.

Kültürel yetkinlik konusunda yapılan bu tanımların ve açıklamaların anlaşılması ve doğru bağlantıların kurulabilmesi için sosyal hizmet eğitim müfredatında *kültürel yetkinliğin gelişim sürecine bakmak gerekir. Bu nedenle bir sonraki başlık altında sosyal hizmette kültür ve kültürel yetkinliğin gelişimi, insan çeşitliliğini konu alan yaklaşımların evrimi ve önemli tarihsel duraklar üzerinden ortaya konulmaktadır.*

KÜLTÜREL YETKİNLİĞE SAHİP SOSYAL HİZMET UYGULAMASININ TARİHSEL GELİŞİMİ

“Tarihler, geçmişteki manzarayı ve önümüzdeki yolu belirleyebilmek için işlev gören zamansal duraklardır” (Witkin, 1998).

Sosyal hizmet eğitiminde kültürel yetkinliğin gelişim sürecini ve önemli tarihsel duraklarını vermek, kültürel yetkinlik kavramının daha iyi anlaşılmasını ve sosyal hizmet için önemini görmeyi sağlayacaktır. Literatür incelendiğinde kültürel yetkinliğin önemini ve gelişimini ortaya koyan ve bu anlamda uluslararası bağlayıcılığı bulunan iki kuruluş öne çıkmaktadır. Bu kuruluşlar NASW ve CSWE’dir. Tarihsel sürecin genel olarak bu iki kuruluş üzerinden irdelenmesi, insani çeşitliliğinin ele alındığı sosyal hizmet eğitim ve müfredatının 1960’ların eritme potası ve asimilasyon sürecinden, 1980’lerde gelişen çokkültürcülüğe doğru geçişini ortaya koymak bakımından önemlidir.

1869-1965 tarihleri arasındaki süreç sosyal hizmet eğitiminde Batı’nın doğru yaşam nosyonu içinde tüm “ötekileri” özümsemek veya bütünleştirmek için çabaların gösterildiği asimilasyon dönemi olarak kabul edilmektedir. Bu dönemdeki sosyal hizmet uygulamalarının ve eğitiminin azınlık kültürün bireylerinin asimilasyonunu kolaylaştırma amacına odaklandığı görülmektedir (Humphreys, 2011). Sosyal hizmet uzmanları ve akademisyenleri farklılıklara saygıyı vurgulamak ve yapısal nedenleri analiz etmek yerine, azınlık ve marjinalleştirilmiş topluluklarda “sorun” olanın özüne inmeye çalışan kültürel eksiklik modelini benimsemektedir. Kültürel farklılıklar sosyal birer sorun olarak kabul edilip teşhis ve tedavi bağlamında ele alınmaktadır (Kohli ve Faul, 2010). Sorunları teşhis ve tedavi bağlamında ele alması, Abraham Flexner etkisi olarak da ifade edilebilir. 1915, sosyal hizmet bilimsel düşüncesi üzerinde Abraham Flexner’in yapmış olduğu eleştirinin ve etkisinin başlangıç tarihidir. Bu etkinin travmatik olduğu ileri sürülebilir. Çünkü Flexner, sosyal hizmetin mesleklere atfedilen belirli bilgilerden ve aynı zamanda onu iletme ve meşrulaştırma araçlarından yoksun olduğunu ifade etmiştir (Martinez, 2016). Sosyal hizmetin bir disiplin ve meslek olarak meşruiyet kazanma çabalarında Flexner’in bu eleştirisinin etkisi tahmin edilenden çok fazla olduğu görülmektedir. Özellikle Mary Richmond’un (1917) Flexner’in eleştirisi sonrası sistematik bir bilgi tabanı geliştirmeye yönelik yaptığı girişimler (*Sosyal Teşhis kitabı*) bu dönemde öne çıkmıştır (Humphreys, 2011). Bu dönemde sosyal adaletsizlikle mücadelenin yanı sıra tartışılan konuların uygulama için doğrudan bilimsel ve teorik çerçeve geliştirmeye yönelik olduğu görülmektedir.

Bu dönemde sosyal hizmet adına ciddi etkiler yaratmış olan diğer gelişme ise Birinci Dünya Savaşı ve psikiyatrik modelin ortaya çıkışıdır. Sosyal hizmet alanında Psikiyatrik model, Flexner’in eleştirisine ciddi bir cevap olabileceği düşüncesi ile kabul edilmekte ve benimsenmektedir. Diğer taraftan psikiyatrik modelin benimsenmesi sosyal hizmeti dış gerçekliğe ve sosyal faktörlere tamamen kapatmakta ve bireyin iç yaşamına odaklanan bir yaklaşıma yönelmesine neden

olmaktadır. Böylelikle mikro uygulama odak noktası haline gelmektedir. Bir bilim ve pazarlanabilir bir meslek olarak meşruiyetle meşgul olma durumu, sosyal hizmeti sosyal reforma yönelik faaliyetlerden uzaklaştırmaktadır. Böylelikle kişisel değişim ve gelişimi önceleyen eğitime (psikolojik ve terapötik müdahaleler) eğilim artmaktadır (Joseph, 2020). Bu durum sosyal hizmet uygulamalarının politik alandan uzaklaşmasına ve makro sosyal hizmetten ayrılmasına yol açmaktadır. Bu gelişmeler egemen Avrupa-Amerikan kültürünün etnosantrik bir perspektifinden öğretilen, kültürel olarak tarafsız olarak görülen ve bu nedenle evrensel olarak tüm popülasyonlara uygulanabilen Freudyen yaklaşımın etkisinde olan teoriler ve yöntemler kullanılarak öğretilen sosyal hizmet eğitimiyle sonuçlanmaktadır. Türkiye’de de bu etkinin fazlasıyla olduğu ve sosyal hizmet eğitiminin bu tahakküm altında ilk olarak gelişim gösterdiği görülmektedir (Akbaş, 2003; Yaman ve Akkurt, 2013). Bu dönemde asgari düzeyde de olsa insani çeşitliliğe dair bazı girişimlere rastlanmaktadır (Tung ve ark., 2007). Asgari düzeyde kalan az sayıdaki girişimlere örnek olarak 1909’da Helen Tucker’ın Afro-Amerikalıların ırkçılıkla baş edebilmeleri için, Afro-Amerikalı öğrencilerin sosyal hizmet eğitimine dahil edilmesine yönelik girişimi verilebilir. Yine diğer bir örnek 1919’da Saint Louis Ekonomi Okulunun sosyal hizmet müfredatında azınlıkların sorunlarını gündeme getirmesidir (Alizadeh ve Chavan, 2016; Feize, 2015).

Kültürel yetkinlik tartışmalarının ilk olarak sosyal hizmet eğitimi ve müfredatına etnik azınlıklarla ilgili içeriklerin eklenmesi tartışmalarıyla ve bu içeriklere gömülü olarak dâhil olduğu görülmektedir. Bununla birlikte ırkçılık karşıtı politikalar ilk olarak 1954 yılında CSWE tarafından oluşturulmuştur. 1960’larda ve 1970’lerde Medeni Haklar Yasası ve Sivil Haklar Hareketi doğrultusunda sosyal hizmet eğitimi müfredatına ırk ve ırkçılık içeriğinin dâhil edilmesinde sosyal hizmet uzmanları öncülük etmektedir (Jani ve ark., 2016). Sosyal hizmet uzmanları, sömürüyü kınamakta ve azınlık ihtiyaçlarını dile getirmektedir. Ayrıca azınlıkların ve kadınların yaşadıkları zorlukların üstesinden gelebilmeleri için sosyal hizmet eğitimi ve müfredatına kadınlar ve azınlıklarla ilgili içeriğin eklenmesi için çaba göstermektedirler.

Bu girişimler 1973’te CSWE’nin bir ilk olarak sosyal hizmet eğitim programlarına ve müfredatlarına ırk ve ırkçılıkla ilgili ders içeriğine yer verilmesini zorunlu kılan standart setinin benimsemesiyle sonuçlanmaktadır (CSWE, 1973). Dolayısıyla artık sosyal hizmet müfredatı, marjinal gruplar ve kadınlar hakkında bilgi içermektedir. Standart setinin kabul edilmesinde genel itibarıyla gelecekte sosyal hizmet uzmanlarının ırkçılıkla başa çıkmaya yönelik endişelerinin yoğunluk kazanması etkili olmuştur (Melendres, 2016). Sosyal hizmet uzmanları endişelerinde, sosyal hizmet okullarının haklarından mahrum azınlık kültür gruplarının çabalarına ve ihtiyaçlarına cevap vermeye çalıştığını fakat hizmet sunabilecek uzmanları yetiştirecek bir eğitim literatürüne sahip olmamanın ciddi bir soruna işaret ettiğini belirtmektedir (Bø, 2015). CSWE sosyal hizmet

uzmanlarınca bu anlamda eleştirilmektedir. Çünkü her ne kadar standartlar etnik duyarlılığa vurgu yapıyor olsa da bunun okul müfredatlarına nasıl dâhil edileceği, azınlık gruplarının ihtiyaçları ve bu tür gruplarla çalışırken hangi becerilerin kullanılması gerektiği konusunda net bir yol haritası sunmamaktadır. Yine de CSWE'nin bu girişimi ilk ve önemli bir adım olarak kabul edilmekte ve bu dönem *kültürel/etnik duyarlılık* dönemi olarak kabul edilmektedir. Bu girişimle toplum tarafından marjinalleştirilmiş, ırkçılığa ve ayrımcılığa uğramış toplulukların ve kültürlerin görünürlüğü sağlanmıştır. İster istemez toplum dezavantajlı hale gelen birey, grup ve toplumlardan haberdar olmaya başlamıştır.

1977'de NASW, DSM'yi (The Diagnostic and Statistical Manual of Mental Disorders) dikkate alarak farklı cinsel yönelimlere sahip bireyleri hasta olarak nitelendirmesinden dolayı bir özür yayınlamaktadır. LGBTQ (Lesbian, Gay, Bisexual, Transgender, and Queer) topluluğuna ilişkin orijinal duruşlarını ve farklı cinsel yönelime sahip bireylerle ilgili uygulamaları tersine çeviren bu bildiriye kabul etmesi yine kültürel yetkinliğe dair atılan adımlar için önemli bir gelişme olarak görülmektedir. Bu kabul aynı zamanda hem NASW'ın hem de CSWE'nin, dezavantajlılara ve ezilenlere yönelik yapmış oldukları tanımlamaları etnik köken temelli olmanın ötesine taşımaktadır. Böylelikle tüm baskı unsurları dil, din, inanç, yaş, cinsel yönelim, toplumsal cinsiyet ve engellilik vb. şekilde genişlediği görülmektedir (Melendres, 2016).

1970'lerin sonu ve 1980'lerin başından itibaren ise kültürel yetkinlikle ilgili temel eğitim metinlerinin ortaya çıktığı görülmektedir. Etnik köken ve etnisite üzerine yapılan temel yayınlar arasında Barbara Solomon'un (1976) "Siyah Güçlendirme: Ezilen Topluluklarda Sosyal Hizmet", Devore ve Schlesinger'in (1981) "Etnik-Duyarlı Sosyal Hizmet Uygulaması", Doman Lum'un (1986) "Sosyal Hizmet Uygulaması ve Renkli İnsanlar: Bir Süreç Yaklaşımı", Terry Cross'un (1989) "Kültürel Açından Yetkin Bir Bakım Sistemine Doğru" isimli yayınları öne çıkmaktadır (Abrams ve Moio, 2009). Bu yayınlarda araştırmacılar genellikle sosyal hizmetin Avrupa-ABD merkezli bakış açısını eleştirmekte ve yeniden düşündürmektedir.

1980'ler kültürel yetkinlik kavramının da ilk olarak ortaya atıldığı tarih olarak öne çıkmaktadır. Green (1982) sosyal hizmette ve Sue ve ark. (1982), psikolojik danışmanlıkta ilk kez azınlıklarla çalışmak için gerekli yaklaşım, bilgi ve becerilere atıfta bulunmak için kültürel yetkinlik kavramını kullanmaktadır. Bu tarihlere kültürel yetkinlik CSWE tarafından sosyal hizmet eğitim ve müfredatına dâhil edilmektedir.

1990 tarihine gelindiğinde kültürel yetkinlik kavramının daha yoğun ve kapsamlı şekilde kullanıldığı görülmektedir (Alizadeh ve Chavan, 2016; Feize, 2015). Sosyal hizmet eğitiminde etnik ve kültürel duyarlılıktan çokkültürcü uygulamaya doğru genişlemenin olduğu ifade edilebilir. Çokkültürcülük, insan farklılıklarına saygı duymaya daha fazla vurgu yaptığı için 1990'ların teorik çerçevesini

oluşturmaktadır. Çokkültürcülük, farklı popülasyonlar üzerindeki diyalogu etnik ve kültürel azınlıklar dışındaki grupları (örneğin, engelli insanlar ve kırsal nüfuslar) içerecek şekilde genişletmektedir. Bu gelişmelere bağlı olarak sosyal hizmet uzmanlarının farklı kimlikleri paylaşan popülasyonlarla nasıl uygulama yapabileceklerini ele alan araştırmaların sayısında da artış gözlenmektedir. Yapılan araştırmalar kültürel yetkinlik ve sosyal hizmet uygulaması arasındaki ilişkiye odaklanmaktadır (Kohli ve Faul, 2010). Kültürel yetkinlik fikrinin ise çeşitlilik, etnisite, göç ve yerleşim hizmetleri, etnik köken, ayrımcılık ve katılım, asimilasyon, kültürlenme ve çokkültürcülük literatürüne gömülmüş halde olduğu görülmektedir (White, 2005).

2000’li yıllarda sosyal hizmet öğrencilerine sosyal yapılandırıcılık altında yer alan sosyal inşacı bir çerçeve altında kültürel yetkinlik eğitimleri verilmektedir. Bu dönem etno-kültürel çerçevenin geliştirildiği dönem olarak da kabul edilmektedir. Sosyal yapılandırıcılık altında yer alan bu yaklaşım eğitimcilerin kültür gibi hassas konuları öğretirken hangi yaklaşımın kullanılmaması gerektiğini önermekte ve genel yaklaşımların bir kombinasyonu üzerinde durmaktadır. Bu yaklaşım, hiç kimsenin kültürsüz veya kimliksiz doğmadığını öngörmektedir. Bu nedenle, tüm müracaatçıların anlatılarına değer veren ve onları teşvik eden insancıl bir yaklaşım teşvik edilmektedir. 2000’li yıllara kadar kültürel yetkinlik anlamında önemli ve kayda değer gelişmeler olsa da kavramın tanımlanmasında ve müfredata dâhil edilmesinde belirsizlik devam etmektedir. Çünkü formüle edilmiş derli toplu bir kültürel yetkinlik rehberi bulunmamaktadır. Bu anlamda 2001 yılında öncelikle CSWE (2001), kültürel yetkinlik eğitimi bağlamında EPAS (Eğitim Politikası ve Akreditasyon Standartları)’a saygı, bilgi ve becerileri yansıtan dilin dâhil edilmesini sağlamıştır. Böylelikle sosyal hizmet eğitiminde içerik odaklı eğitimden yetkinlik odaklı eğitime geçiş başlamıştır. Daha sonra NASW (2001), etno-kültürel yaklaşım çerçevesinde oluşturduğu kültürel yetkinlik standartlarını yayınlamış ve kabul etmiştir. CSWE’de 2003 yılında bu standartları onaylamıştır. Yayınlanan standartlar öz-farkındalık, bilgi ve beceriyi kapsayacak şekilde belirlenmiştir. Bu anlamda NASW’ın CSWE’nin EPAS’a entegre ettiği saygı, bilgi ve beceri başlıklarının kriter olarak kabul ettiği görülmektedir. NASW yayınlamış olduğu kültürel yetkinlik standartlarını 2007 yılında güncellemiş ve kültürel yetkinlik için başarı kriterlerini yayınlamıştır. Böylelikle kültürel yetkinlik kazanımının ölçülebilir olmasını sağlamıştır (Akarçay Ulutaş, 2020).

CSWE (2008), kültürel yetkinlik eğitimi içeriği ve müfredata nasıl dâhil edileceği konusundaki belirsizliklere yönelik eleştirilere, 2008 yılında farklılıkları postmodernist bir bakış açısıyla ele aldığı Eğitim Politikası ve Akreditasyon Standardı (EPAS) oluşturarak cevap vermeye çalışmaktadır. 2008’de EPAS’a farklılığın, bir yaşam durumundan ziyade yaşam deneyimini şekillendiren yönü olduğunu kabul eden bir içerik müfredata dâhil edilmektedir. Kültür ve kişisel kimliğin birbirine kenetlenen karmaşık doğası vurgulanmaktadır. Bu nedenle,

eğitim programlarına amaçları ve hedefleri doğrultusunda yetkinlikler eklemesi için örtük müfredat ve daha fazla özgürlük tanınmaktadır (CSWE, 2008). Ayrıca, sosyal hizmetin uygulamaya dayalı bilgi kaynağının önemi üzerinde durulmaktadır. Bireyler ve topluluklarla yapılan çalışmalarda uzmanın bir öğrenen olarak konumuna dikkat çekilmektedir.

2015 yılında NASW 2007'den sonra kültürel yetkinliğin özünü, sosyal hizmet uygulamasında kültürel yetkinlik standartları ve göstergelerini açıklayan temel yayını bir kez daha güncellemiştir (Uzunaslan ve Gökçearslan, 2019). Güncellemenin yapılmasında kültür kavramının anlaşılabilirliği ve kültür konusunda gerçekçi olmayan yetkinlik beklentisi gibi birçok açıdan eleştirilmesi etkili olmuştur (Melendres, 2016). Yapılan yeni tanımlama ve yayınlanan belge NASW'ın kültürel yetkinlik eğitimine verdiği değeri ve önemi net olarak göstermektedir. Yayınlanan kültürel yetkinlik standartları meslek alanında yetkinliğin geliştirilmesine yönelik belli başlı parametreler sunmaktadır. Kültürel açıdan yetkin bir sosyal hizmet uzmanı olma görevine anlam ve hayat verme çabası içinde, NASW (2001, 2007, 2015)'ın ve CSWE'nin (2001, 2008) önemli bir kaynak ve dayanak olduğu görülmektedir.

Belirtilen kuruluşların Türkiye'deki sosyal hizmet eğitim ve müfredatı üzerinde de belirleyici olduğu düşünüldüğünde kültürel yetkinliğin, Türkiye'deki tarihsel gelişiminin Batı ile paralellik göstermesi beklenebilir. Fakat Türkiye'deki kültürel yetkinliğe dair gelişmelerin yakın dönemde başladığı görülmektedir. Türkiye'de 2008 yılında SHUDER, müracaatçılara ilişkin etik sorumluluklar çerçevesinde 'kültürel yetkinliği' ele almaktadır. Sosyal hizmet eğitimi ve müfredatları kapsamında ise etik ve kuram derslerine gömülü olarak yer aldığı görülmektedir (Akbaş, 2019; Tek, 2019; Akarçay Ulutaş, 2020). Kültürel yetkinlik konusundaki akademik çalışmalar ise özellikle 2011 Suriye iç savaşından sonra Türkiye'ye yönelik göçün artmasına paralel olarak artış göstermektedir.

Ele aldığımız tarihsel gelişim sürecinde sosyal hizmet mesleği için kültürel geçmişlerine bakılmaksızın tüm bireyler, gruplar ve topluluklar için en iyi yaşam kalitesini savunmanın önemli olduğu anlaşılmaktadır. Müracaatçının yaşam deneyimlerini (kültür, inanç vb.) geçersiz kılmak, farklılığını patoloji olarak tanımlamak ve kültürüne uygun bakımı reddetmek müracaatçının var oluş nedenini ortadan kaldırmaktır. Bu nedenle geçmişten günümüze yapılan araştırmalar ve yetkili kurumların yayınlamış olduğu belgeler doğrultusunda etkili bir yardım müdahalesi için kültürel yetkinliğin sosyal hizmet için gerekli olduğunu söylemek yanlış olmayacaktır. Bu nedenle kültürel yetkinliğin gelişim süreci kadar ona bu süreçte rehberlik eden yaklaşımların da derinlemesine incelenmesi gerekmektedir. Bir sonraki başlıkta kültürel yetkinliğe rehberlik eden; postpositivist, yapılandırmacı, eleştirel ve postmodern kültürel yetkinlik yaklaşımları tartışılmaktadır.

KÜLTÜREL YETKİNLİĞİN GELİŞİMİNE REHBERLİK EDEN TEORİK YAKLAŞIMLAR

Sosyal hizmetin çeşitlilik gösteren ve dinamik bir yapıya sahip müracaatçı popülasyonu, birbiriyle kesişen veya çelişen bir geçmişe sahip uzman- müracaatçı eşleşmelerini ortaya çıkarmaktadır. Kültürel yetkinlik tam da bu noktada anlam kazanmaktadır. Uzmanlara farklı kültürden müracaatçılara uygun, kültüre duyarlı bakış açısı ve esnekliği sunmaktadır. Bu anlamda kültürel yetkinlik yaklaşımlarının çalışmada sunulması önemlidir. Kültürel yetkinliğin epistemolojisinin ele alındığı bu başlığın kültürel yetkinliğin kavramsallaştırılması ve kültürel yetkinlik bağlamında teori-pratik ilişkisinin kurulabilmesi açısından önemli olduğu düşünülmektedir. Sunulan kültürel yetkinlik yaklaşımlarının, sosyal hizmet uzmanına toplumsal çeşitliliğin fazla olduğu heterojen toplumlarda müracaatçılarla kültüre duyarlı ilişki kurmanın yollarını bulmak adına, birden fazla bakış açısı sunması beklenmektedir. Aynı zamanda bu yaklaşımlar kültürel yetkinliğin farklı paradigmalardan anlaşılmasını sağlayacaktır.

Post-pozitivist Kültürel Yetkinlik Yaklaşımı

Post-pozitivizm, sosyal bilimler ve eğitim araştırmalarında pozitivizm ve yorumsamacılığın bir araya getirilmesiyle ortaya çıkmaktadır. Bu yaklaşımın tam olarak pozitivizmin Ortodoks doğasına bir tepki niteliğinde olduğu kabul edilmektedir (Morris, 2006). Pozitivizm, katı şekilde kendini gözlemlenebilir ve ampirik gerçeklere dayandırmaktadır. Ancak sosyal gerçekliklerin tam olarak araştırılması için bu anlayış yeterli görülmemektedir. Post-pozitivizm bu anlamda olgulara ilişkin bireysel / öznel bakış açısının varlığını kabul etmektedir (Panhar ve ark., 2017). Post-pozitivist yaklaşıma göre gerçeklik, doğru araçları kullanarak olasılıksal olarak anlaşılabilir ve kavranabilecek bir şey olarak açıklanmaktadır. Bu iddia ya da bakış açısı gerçekliğin öznenen bağımsız olarak var olduğunu ve objektif süreçlerle anlaşılabilir olduğu şeklindeki pozitivist yaklaşımı revize etmektedir (Henderson, 2011). Bu noktada pozitivizm ve yorumsamacı yaklaşım arasında dengeyi yakalamaya çalışmaktadır.

Günümüz sosyal araştırmacıları yapılan hiçbir araştırmanın araştırmacının teorileri ve önyargılarından bağımsız olmadığını ve objektifliğin asla tam olarak elde edilemeyecek bir hedef olduğunu kabul etmektedir. Yapılacak şeyin ise araştırmacı etkisini kabul edilebilir düzeyde tutan bilgiyi takip etmek olduğu vurgulanmaktadır. Post-pozitivist yaklaşımla uyumlu olarak düşünülebilecek kültürel yetkinlik yaklaşımları da araştırmacı etkisini kabul etmektedir (Green, 1995). Bu nedenle uzmanın kendi kültürel beklentilerinin ve önyargılarının etkisine dikkat çekmektedirler. Çünkü bu yaklaşıma göre uzmanın müracaatçı kültürünü anlamaya çalışırken kendini tümünden izole etmesi söz konusu değildir.

Kültürel yetkinlik, belirli kültürler hakkında doğru bilgilerin elde edilmesiyle gerçekleşmektedir. Kültürler hakkındaki doğru ve kabul edilebilir özellikler, bilgiler ve davranışlar ise kültürün üyeleri tarafından öne çıkarılmakta ve ayrıcalık

tanınmaktadır. Bu tabiki kültürel yetkinliğin kolay elde edilebileceği anlamına gelmemelidir. Post-pozitivist kültürel yetkinlik yaklaşımı kültürel çeşitlilik bağlamında çalışırken öz-farkındalığın ve genel sosyal hizmet becerilerinin (güç yapılarının analizi, güçlendirme, eleştirel düşünme ve müracaatçıyla birlikte çalışma) önemine dikkat çekmektedir. Ancak bunun yanında temel beceriler, çokkültürlü ortamlarda işler olmak için değişikliğe ihtiyaç duymaktadır. Bu kapsamda temel beceriler üzerinde yapılan değişiklikler belirli kültürel gruplarla yetkin ve etkili uygulama yapabilme imkânı sunmaktadır. Temel beceriler üzerinde yapılan değişiklikler, batı menşeli sosyal hizmet uygulamalarının yerelde geleneksel unsurlarla yer değiştirmesi olarak da görülebilmektedir (Williams, 2006). Bu durum geleneksel sosyal hizmet uygulamalarından kültürel yetkinlik çerçevesinde stratejik sapsmalar olarak da adlandırılmaktadır.

Post-pozitivist yaklaşım sosyal hizmetin geleneksel kanıta dayalı pozitivist uygulamalarını yok saymamakta ve kültürel yetkinliğin merkezinde konumlandırmaktadır. Ancak buna rağmen geleneksel sosyal hizmet uygulamalarının herhangi birine kültürel yetkinliğin çekirdek bir kavram olarak entegre edilmemesini eleştirmektedir (Yan ve Lam, 2000). Geleneksel sosyal hizmet uygulamalarının bu tutuculuğu nedeniyle kültürel açıdan yetkin uygulama, her zaman mevcut uygulama modellerinin Avrupa-Amerika merkezli kökeninden ve çoğu zaman, uzmanın kimliği ve müracaatçısının çeşitli özellikleri hakkındaki tutarlı varsayımlarından etkilenmektedir. Kültürel yetkinliğin gelişimi, farklı kültürler hakkındaki bilginin karmaşıklığını ve bu bilgiyi toplumun birden çok kesimine hizmet etmek için kullanma kapasitesini değerlendirmeyi mümkün hale getirmektedir (Huang ve Fang, 2016; Manoleas, 1994). Sonuç olarak post-pozitivist kültürel yetkinlik yaklaşımının, çokkültürlü ortamlarda çalışma kapasitesini artıran somut yöntemler sunmakta olduğu ifade edilebilir.

Yapılandırmacı Kültürel Yetkinlik Yaklaşımı

Yapılandırmacı yaklaşım sosyal hizmet literatüründe güçler perspektifi kapsamında karşımıza çıkmaktadır. Güçler perspektifinin sosyal hizmette yapılandırmacı yaklaşım üzerine inşa edildiği görülmektedir (Şahin, 2001). Temelde ise yapılandırmacı yaklaşımın Berger ve Luckman'ın (Peter, 1966) yapmış olduğu çalışmalara dayanmaktadır.

Nesnel hakikatin varlığından şüphe uyandıran sosyal yapılandırmacılık, bağlamsal ve deneysel olarak nitelendirilmesi gereken birden fazla 'gerçekliğin' olduğunu ileri sürmektedir. Bilgi edinme ile ilgili olarak, sosyal yapılandırmacı paradigma, bir konunun anlaşılmasının ancak gözlemci ile gözlemlenen arasında etkileşimli bir şekilde bağlantı kuran yorumlayıcı bir yaklaşımla sağlanabileceğini öne sürmektedir. Örneğin; Depresyon yalnızca biyomedikal bir sorun olmaktan ziyade aynı zamanda çocuk bakımındaki yetersizlik, cinsiyet eşitsizliği, kültürel faktörler gibi bireyin yaşamsal deneyimlerine bağlı olarak da ortaya çıkmaktadır. Bu nedenle sosyal hizmetin geleneksel müdahale yaklaşımını ve sadece kanıta

dayalı uygulamayı öncelemesini eleştirerek konulan “teşhisin” doğruluğu sorgulanmaktadır (Huang ve Fang, 2016). Sosyal yapılandırmacı yaklaşım verilen örnekten de anlaşılacağı üzere gerçekliğin bireyden bağımsız olarak var olmadığını ifade etmektedir. Bireyin inancının, kimliğinin, kültürünün ve dünya tahayyülünün gerçekliğin ortaya çıkmasında etkili olduğunu savunmaktadır (Albayrak, 2020). Sosyal yapılandırmacı kültürel yetkinlik yaklaşımının sosyal hizmetin uygulama boyutuyla doğrudan ilgili olduğu söylenebilir. Sosyal yapılandırmacılık, batı kökenli sosyal teşhis anlayışını sorgulamakta ve müracaatçının yaşamış olduğu sorunlarla sosyo-kültürel bağlam arasındaki etkileşime dikkat çekmektedir. Bu yaklaşım müracaatçının dünya yorumunu anlamayı, müracaatçıyla işbirliğinin ve güven kazanmanın birinci unsuru olarak görmektedir. Buna göre müracaatçının dünyayı yorumlayışı örtük bir bilgidir ve müdahale tasarımı için çok önemli bir ön koşuldur.

Sosyal yapılandırmacılığa göre müracaatçının deneyimlediği problemi yorumlayışı, sosyal hizmet uzmanının problemi yalnızca belirli ve teknik bir teorik çerçeveyi tümdengelim yoluyla uygulamasından ve indirgemeci bir değerlendirme yaklaşımı gütmesinden daha önemlidir. Diğer bir ifadeyle yapılandırmacı kültürel yetkinlik yaklaşımı bireylerin dünyayı nasıl yönlendirdiğine dair geçerli bilgi ve anlayış sunan alternatif ‘gerçeklik’ yorumlarının olduğunu kabul etmektedir (Martinez-Brawley, 2020). Yapılandırmacı kültürel yetkinlik bakış açısıyla anlaşılan kültür, dünyayı anlamlandırmak için kullanılan grup temelli bir dizi deneyim ve beklenti olarak ifade edilmektedir. Bu nedenle, kültürel yetkinlik, dünyayı doğru bir şekilde anlamak için neyin önemli ve gerekli olduğuna dair alternatif, ayırt edici açıklamalarla meşgul olmayı gerektirir.

Yapılandırmacı kültürel yetkinlik yaklaşımı kültürel bilginin iki önemli yönüne dikkat çekmektedir. Öncelikle kültürel bilgi, bireyin kimliğini tanımlamak için kullandığı sosyal bağlama işaret etmektedir. İkincisi ise kültür, birlikte yardım sürecinin özünü oluşturmaktadır. Müracaatçı ve uzman ilişkisi kullanılan dil, semboller ve sosyal süreçlere göre inşa edilmektedir. Burada uzmanın müracaatçının kültürü içinde normatif olan davranışlar ve beklentilerle uyumlu uygulama gerçekleştirmesi gerekmektedir. Böylelikle müracaatçı uzman işbirliğinde yabancılaşmanın ve çatışma durumlarının önüne geçilmektedir. Sonuç olarak yapılandırmacı kültürel yetkinlik yaklaşımı bir kültürel grubun çağdaş gerçeklerine gömülü sosyal hizmet uygulamasının ve deneyime dayalı uzmanlığın profesyonel katkıları hakkında düşünmenin mümkün olduğu bir alan yaratmaktadır. Bu da kültürel bağlara dayalı sağlık ve hizmet sunabilme bakımından sosyal hizmet uzmanları için değerlidir.

Eleştirel Kültürel Yetkinlik Yaklaşımı

Eleştirel yaklaşım savunucuları sosyal gerçekliklerin tarafsız bir şekilde ortaya çıkmaktan ziyade tarihsel, politik ve ekonomik olarak organize olduğunu öne sürmektedirler. Bu kapsamda da sosyal gerçeklik bilgisinin üretim süreciyle iç içe

geçmiş değerleri, ideolojiyi ve güç yapısını açıklamaya çalışmaktadır (Albayrak, 2021; Çoban ve Buz, 2008). Eleştirel teori ile bağlantılı olarak kültürel yetkinliğin, dezavantajlı olanlar ve ezilenler arasında bilinçlenmeyi artırma, özgürleşmeyi teşvik etme ve sosyal adaletsizliğe meydan okuma hedefi bulunmaktadır.

Eleştirel kültürel yetkinlik yaklaşımı, bireyin yaşamış olduğu sorunlarla mevcut politik güçler arasındaki bağlantıyı inceleyerek, sosyal hizmet uzmanlarını uygulamada somutlaşan hegemonik *güçle yüzleşerek sosyal adalet ilkesini gerçekleştirmeye yönlendirmektedir*. Bu yaklaşıma göre şuanda var olan sosyal koşullar, baskın kültürün üyelerinin ve güçlülerin amaçlarına hizmet eden bir yapının yansımaları olarak görülmektedir. Bu yapılarda marjinalize edilen insanlar, mevcut sosyal düzenlemelerin doğal ve tartışılmaz olduğuna inandırılmıştır (Husband, 2000). Eleştirel bakış açısına göre kültürle ilişki kurmak etnik kimlik, grup statüsü ve bireyler için fırsatların formülasyonlarına katkıda bulunan tarihsel, politik ve ekonomik yapılarla ilişki kurmayı gerektirmektedir. İlişki kurulmadığı zaman kültür, bireylerin ve grupların yaratımı olarak görülmekte ve müzakere edilmesi gereken sorunlu bir bağlam olarak ele alınmaktadır (Abrams ve Moio, 2009). Bu da sosyal hizmet müdahalesinin hedefini ayrımcılığa, marjinalleştirilmiş grupların ve bireylerin fırsatlarının azalmasına ve içselleştirilmiş baskıya neden olan her tür kültürlerarası tahakküme konumlandırmaktadır. Bu tahakkümün çok katmanlı etkisi, çeşitli düzeylerde kültürel yetkinlik stratejileri gerektirmektedir. Örneğin; bireyler, aileler ve gruplarla kültürel açıdan yetkin çalışma, eleştirel yaklaşım açısından yaygın eşitsizliğin mevcut sorunları nasıl etkilediğini ve yardım arama ve hizmetlere erişim kazanma kapasitesini kavramsallaştırma becerisini gerektirmektedir (Huang ve Fang, 2016). Bununla birlikte, yalnızca marjinalleşmeyle ilişkili eksikliklere ve dezavantajlara odaklanmak sorunlu görülmektedir. Bu durumun eleştirel bakış açısı dahil edilerek dengelenmesi gerekmektedir.

Eleştirel kültürel yetkinlik yaklaşımının yukarıda bahsedilen çok boyutlu vurgusu, marjinal nüfuslara etkili hizmetler sağlama becerisini ve bu nüfusların daha yüksek yaşam kalitesi için kapasite oluşturma yeteneklerini etkileyecek kapsamlı ve uzun vadeli değişikliklere giden bir yol sunmaktadır. Bu perspektiften bakıldığında sahip olunan kültürel yetkinlik, kültürel kimliği geliştirmekte, bireyleri ve grupları baskıcı sosyal yapıları müzakere etmeleri için güçlendirmekte ve marjinalleşmeye katkıda bulunan kurumsal süreçleri değiştirerek sosyal değişimi teşvik etmektedir.

Post-modern Kültürel Yetkinlik Yaklaşımı

Postmodern yaklaşım, gerçekliğin güven verici düzenli bir yapıya indirgenemeyecek hareketli bir hedef olduğunu öne sürmektedir. Postmodernizm bizi farklılığı, göreceliliği ve kabul etmeye başladığımız her şeyin yapı sökülmesini kucaklamaya teşvik etmektedir.

Postmodernizm, anlamın doğasında var olan belirsizliğe odaklanmakta, tüm otoritelerin şüpheciliğini savunmakta ve kültürel normlara sahip çıkılması gerektiğini vurgulamaktadır. Postmodernist kültür anlayışı, tüm kültürel kimliklerin inşa edildiği ve bu nedenle farklı iç ve dış olasılıklara yanıt olarak değiştirilebildiğini öne sürmektedir (Azzopardi ve McNeill, 2016). Bu nedenle, bireylerin kişisel anlatıları; sosyal anlatılar, ideolojiler, kültürel bir perspektifi bütünleyen ortak değerler, inançlar veya deneyimlerle ilişkilendirilmektedir. Buradan hareketle odağın grup değil birey olduğu görülmektedir. Bu bakımdan bilinebilecek tek kültür, bireyin dünyayı anlamlandırmak için kullandığı içselleştirilmiş anlamlardan türetilen kültürdür (Williams, 2006). Buradan hareketle postmodern kültürel yetkinliğin, müracaatçılar için sürekli olarak gelişen, benzersiz kültürel deneyimler üreten kimlik ve deneyimleri keşfetmeyi içerdiği ifade edilebilir.

Postmodern kültürel yetkinlik yaklaşımına göre uzmanın, kültürel deneyime tam bir açıklık ve saygı duygusu geliştirmesi gerekmektedir. Bu, uzmanın önyargı ve varsayımlardan kurtulmasına, yardım ilişkisindeki güç dengesizliğinin azalmasına ve müracaatçının deneyimini merkeze almaya yarayan bir yöntem olarak kabul edilmektedir (Dean, 2001). Sosyal hizmet uzmanları, uygulamanın ve teorinin yanlış varsayımları olmaksızın müracaatçının deneyimini keşfetmesi gerekmektedir (Lum, 2010). Postmodern kültürel yetkinlik yaklaşımı, belirsizlik için bir alan yaratarak önemli bir katkı sağlamaktadır. Kültürel yetkinliğin postmodern yönü, geçici olabilecek kültür anlayışları ve bunun bireysel ve grup deneyimine olan etkisi üzerinde çalışmaktadır. Bu çerçeveden kültürel yetkinlik; sabit kimliği olmayan, yaratıcılık ve kültürel değişim yeteneğine sahip müracaatçıların, kendi duygularını besleyen anlatılar içinde kendi kendini tanımlayabilecekleri süreçleri kolaylaştırma kapasitesi olarak değerlendirilebilir.

SONUÇ

Günümüzde popüler olan kültür ve kültürel yetkinlik kavramlarının sosyal hizmet eğitimindeki ve uygulamasındaki tarihsel gelişiminin ve bu gelişimde ona rehberlik eden teorik yaklaşımların ortaya konulması önemlidir. Böyle bir çalışma, yapılacak çalışmaları ve yürütülecek tartışmaları güçlendirecek ve konuya dair derinlemesine bir bakış sunacaktır. Bu anlamda kültürün sosyal hizmet eğitiminde, teorisinde ve uygulamasındaki yeri ve gelişimi sosyal hizmet tarihindeki önemli duraklar ve dönemler üzerinden takip edilebilmektedir. Sosyal hizmette, geleneksel dönem veya hayırseverlik dönemi olarak adlandırılan döneminin 1950'lerin başından itibaren terk edilmesiyle birlikte rasyonelleşme ve bilimselleşmeye doğru giden bir sürecin yaşandığı görülmektedir. Pozitivist aklın yoğun bakışı altındaki bu dönem bireyi tıbbileştiren bir anlayışı beraberinde getirmiştir. Ancak bu baskı, sosyal hizmette ekolojik sistem yaklaşımının benimsenmesiyle azalmaktadır. Ekolojik sistem yaklaşımının benimsenmesi aynı zamanda sosyal hizmetin kendi teorik inşasının da başlangıcı olmuştur. Bu paradigma değişiminde 1960'larla birlikte sosyal hizmette kabul gören radikal ve

çatışmacı yaklaşımın etkisi de önemlidir. Bu gelişim ve değişim süreci sonrasında birey artık tek başına sorunun kaynağı olmaktan çıkmakta ve çevresiyle birlikte ele alınmaktadır. Kültürün sosyal hizmet eğitiminde ve uygulamasında yer almaya başlaması işte bu “çevresi içinde birey” yaklaşımı ile gerçekleşmektedir. Bu yaklaşım bireyi, kültürü ve kimliğiyle birlikte ele almanın öncülüğünü yapmıştır. Bu gelişmeler doğrultusunda 1980’lerden itibaren kültür, ilk defa ekolojik sistem yaklaşımı kapsamında birey, grup ve toplum müdahalelerinde yer almakta ve değerlendirilmektedir. Kültür, ekolojik sistem yaklaşımına esneklik kazandırmakta ve bakış açısını salt fiziksel çevrenin dışında genişletmektedir. NASW, CSWE, IFSW ve IASSW gibi sosyal hizmet kuruluşlarının yapmış oldukları açıklamalar, yayınlamış oldukları standartlar ve dönemsel güncellemeler üzerinden bu genişleme, açılım ve esneklik net bir şekilde görülebilmektedir. Sosyal hizmet alanındaki bu önemli kuruluşların açıklamalarına bakıldığında sosyal hizmet teorisi ve uygulamasında paradigma değişim süreci, hayırseverlikten pozitivizme, pozitivizmden anlamacı-yorumsamacı yaklaşıma devamında ise kültürel yetkinlik yaklaşımına ilerlediği anlaşılmaktadır. Paradigma değişiminde Postpositivist, Yapılandırmacı, Eleştirel ve Postmodern teorilerin belirleyici olduğu ve sürece rehberlik ettikleri görülmektedir. Bu paradigmlar, etkili çokkültürlü uygulamayı neyin oluşturduğunu ve kültürel çıkmazlara neyin katkıda bulunduğunu daha iyi anlamak için potansiyel araçlar olarak sunulmaktadır.

KAYNAKÇA

- Abrams, LS. ve Moio, JA. (2009). Critical race theory and the cultural competence dilemma in social work education. *Journal of Social Work Education*, 45(2), 245-261.
- Abukan, B. ve Yıldırım, F. (2019). Kırsal alanda toplum kalkınması için sosyal hizmette kültürel yetkinliğin önemi. *Journal of History School*, 41, 1666- 1681.
- Akarçay Ulutaş, D. (2020). Sosyal Hizmette Kültürel Yetkinlik Eğitimi: İçeriğe Yönelik Bir Sistematik Derleme Çalışması. *Journal of Society & Social Work*, 31(3).
- Akbaş, E. (2003). Kültürel sembollerini yorumsamacı bir bakış açısıyla okuma ve sosyal hizmet ilişkisi. *Toplum ve Sosyal Hizmet*, 14(1), 20-24.
- Akbaş, E. (2014). Sosyal çalışmada çağdaş eleştirel perspektifler. *Ankara: SABEV Yayınları*.
- Akbaş, E. (2019). Sosyal hizmetin revize edilen küresel tanımının gösterdikleri: paradigma değişimi. *Social Sciences*, 14(5), 1945-1956.
- Albayrak, H. (2020). Sosyal hizmetin anlatı araştırması ile buluşması. *Toplum Ve Sosyal Hizmet*, 31(4), 1719-1745.
- Albayrak, H. (2021). Eleştirel sosyal hizmet teorisi ve uygulaması. *Toplum ve Sosyal Hizmet*, 32(1), 383-401.
- Alizadeh, S. ve Chavan, M. (2016). Cultural competence dimensions and outcomes: a systematic review of the literature. *Health & Social Care in the Community*, 24(6), e117-e130.
- Alsancak, F. (2020). Kültüre duyarlı sosyal hizmet uygulamalarında sağır toplumunu düşünmek. *Toplum ve Sosyal Hizmet*, 31(4), 1746-1763.
- Azzopardi, C. ve McNeill, T. (2016). From cultural competence to cultural consciousness: Transitioning to a critical approach to working across differences in social work. *Journal of Ethnic & Cultural Diversity in Social Work*, 25(4), 282-299.
- Bø, BP. (2015). Social work in a multicultural society: New challenges and needs for competence. *International Social Work*, 58(4), 562-574

- Chiarenza, A. (2012). Inequalities in health care for migrants and ethnic minorities, Chapter: Developments in the concept of 'cultural competence', Garant.. competence in social work practice. Washington, DC. 66-81
- Cross, TL. (1989). Towards a culturally competent system of care: A monograph on effective services for minority children who are severely emotionally disturbed.
- CSWE. (1973). Edu cational Policy and Accreditation Stand - ards (Rev. ed.). Alexandria, VA: Author.
- CSWE. (2001). Educational policy and accreditation standards. Alexandria, VA: Author
- CSWE. (2008). Educational policy and accreditation standards. Alexandria, VA: Author.
- CSWE.(2015). Educational policy and accreditation standards. Erişim Sayfası: https://www.cswe.org/getattachment/Accreditation/AccreditationProcess/2015-EPAS/2015EPAS_Web_FINAL.pdf.aspx. Erişim Tarihi: 26.02.2021.
- Çoban, Aİ. ve Buz, S. (2008). Eleştirel teori: gelişimi, kabulleri ve sosyal hizmette kullanımı. *Toplum ve Sosyal Hizmet*, 19(1), 71-88.
- Dean, RG. (2001). The myth of cross-cultural competence. *Families in Society*, 82(6), 623-630.
- Dominelli, L. (2018). Anti-racist social work (4th edition), London: Palgrave Publisher.
- Duyan, V. (2016). Sosyal Hizmet; Temelleri, Yaklaşımları, Müdahale Yöntemleri, Sosyal Çalışma Yayınları, Yayın No: 27, Ankara.
- Feize, L. (2015). Development of self-awareness and cultural competency in social work education (Doctoral dissertation, College of Social Work, University of Utah).
- Geertz, A. W. (2010). Brain, body and culture: A biocultural theory of religion. *Method & Theory in the Study of Religion*, 22(4), 304-321.
- Green, B. (1995). Post-curriculum possibilities: English teaching, cultural politics, and the postmodern turn. *Journal of curriculum studies*, 27(4), 391-409.
- Green, JW. (1982). Cultural awareness in the human services. Prentice Hall.
- Greeno, EJ, Fedina, L, Rushovich, B, Moore, JE, Linsenmeyer, D, Wirt, C. (2017). "They tippy toe around the race issue": The impact of a Title IV-E program on culturally informed practice for child welfare students. *Child & Family Social Work*, 22(4), 1374-1382.
- Gutiérrez, L. ve Alvarez, AR. (2000). Educating students for multicultural community practice. *Journal of Community Practice*, 7(1), 39-56.
- Henderson, KA. (2011). Post-positivism and the pragmatics of leisure research. *Leisure Sciences*, 33(4), 341-346.
- Huang, YT. ve Fang, L. (2016). Understanding depression from different paradigms: Toward an eclectic social work approach. *The British Journal of Social Work*, 46(3), 756-772.
- Humphreys, LM. (2011). Intergroup dialogue: An evaluation of a pedagogical model for teaching cultural competence within a framework of social justice in social work programs.
- Husband, C. (2000). Recognising diversity and developing skills: the proper role of transcultural communication. *European Journal of Social Work*, 3(3), 225-234.
- Jani, JS, Osteen, P. ve Shipe, S. (2016). Cultural competence and social work education: Moving toward assessment of practice behaviors. *Journal of Social Work Education*, 52(3), 311-324.
- Joseph, S. (2020). Unit-6 Competence as a Value of Social Work. Indira Gandhi National Open University, New Delhi.
- Kohli HK, Huber R. ve Faul, AC. (2010). Historical and theoretical development of culturally competent social work practice. *Journal of Teaching in Social Work*, 30(3), 252-271.
- Lum, D. (1986). Social Work Practice and People of Color: A Process-stage Approach. Brooks Cole.
- Lum, D. (2010). Culturally competent practice: A framework for understanding. Nelson Education.
- Manoleas, P. (1994). An outcome approach to assessing the cultural competence of MSW students. *Journal of multicultural social work*, 3(1), 43-58.

- Marshall, G. (2003). *Sosyoloji Sözlüğü*, (Çeviri: Akınhay O, Kömürçü D) Bilim ve Sanat Yayınları.
- Martinez Brawley, EE. (2020). Changing perspectives and changing goals. Constructivism in social work re-visited. *The British Journal of Social Work*, 50(1), 264-281.
- Martinez, NM. (2016). Towards a network place branding through multiple stakeholders and based on cultural identities. *Journal of Place Management and Development*.
- Melendres, MP. (2016). *Cultural Competence in Social Work Practice: Exploring the Experiences of Recent MSW Graduates* (Doctoral dissertation, UCLA).
- Morris, T. (2006). *Social work research methods: Four alternative paradigms*. Sage.
- NASW. (2001). *Standards for cultural competence in social work practice*.
- NASW. (2007). *Indicators for the achievement of the NASW standards for cultural competence in social work practice* Washington, D.C.
- NASW. (2015). *NASW standards for cultural*. Erişim Adresi: <https://www.socialworkers.org/Practice/Practice-Standards-Guidelines>, Erişim Tarihi: 01.03.2021.
- Özgür, Ö. (2014). *Çokkültürcü sosyal çalışma*. Ankara: SABEV.
- Panhwar AH, Ansari, S. ve Shah, AA. (2017). Post-positivism: An effective paradigm for social and educational research. *International Research Journal of Arts & Humanities (IRJAH)*, 45(45).
- Peter, L. (1966). Berger and Thomas Luckmann. *The Social Construction of Reality*.
- Purnell, L. ve Pontious, S. (2014). Cultural competence. *Multicultural approaches to health and wellness in America*, 1, 1-28.
- Richmond, ME. (2017). *Social diagnosis*. Russell Sage Foundation.
- Schlesinger, EG. ve Devore, W. (1981). Social work practice in health care: An ethnic sensitive approach. *J. Soc. & Soc. Welfare*, 8, 858.
- Solomon, BB. (1976). *Black empowerment: Social work in oppressed communities*.
- Sue, DW, Bernier, JE, Durran, A, Feinberg, L, Pedersen, P, Smith, EJ, ve Vasquez-Nuttall, E. (1982). Position paper: Cross-cultural counseling competencies. *The counseling psychologist*, 10(2), 45-52.
- Sue, DW. ve Torino GC. (2005). Racial/cultural competence: awareness, knowledge and skill. In R.T. Carter (Ed.) *Handbook of racial/cultural psychology and counselling: Training and Practice*, New York: Wiley. 3-18.
- Şahin, F. (2001). Sosyal hizmette güçler perspektifi ve çözüm odaklı mülakat. *Sosyal Politika Çalışmaları Dergisi*, 4(4).
- Tek, S. (2018). Azınlıklarla sosyal hizmet: Türkiye’de yaşayan azınlıkların toplumsallaşma deneyimleri ve sosyal politika gereksinimleri. Hacettepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Sosyal Hizmet Anabilim Dalı, Doktora Tezi. Ankara.
- Tek, S. (2019). Irkçılık Karşıtı Sosyal Hizmet Uygulaması. *Journal of Society & Social Work*, 30(3).
- Tung, RL, Walls, J. ve Frese, M. (2007). Cross-cultural entrepreneurship: the case of China. *The psychology of entrepreneurship*, 265-286.
- Uzunaslın, Ş. ve Gökçeaslan, E. (2019). Sosyal Hizmet Uygulamalarında Kültürel Yetkinliği Geliştirmenin Önemi. *Toplum ve Sosyal Hizmet*, 30(1), 213-230.
- White, KR. (2005). The relationship between social work practitioners’ attitudes, beliefs, skills, and knowledge and culturally competent direct practice with African descent clients. Barry University School of Social Work.
- Williams, CC. (2006). The epistemology of cultural competence. *Families in Society*, 87(2), 209-220.
- Witkin, SL. (1998). Human rights and social work. *Social Work*, 43(3), 197-201.
- WOS (Web of Science) (2020). Erişim Adresi: <https://tinyurl.com/y2oyvonr>, Erişim Tarihi: 01.03.2021.
- Yaman, ÖM. ve Akyurt, MA. (2013). Sosyal Hizmete Kültürel Yaklaşım: 2011 Van Depremi Örneği. *Sosyoloji Dergisi*, 3(26), 105-144.
- Yan, MC. ve Lam, CM. (2000). Repositioning cross-cultural counseling in a multicultural society. *International Social Work*, 43(4), 481-493.

KÜLTÜREL GERONTOLOJİ: KUŞAKLARARASI DAYANIŞMADA ANLAM

Ahmed Hamza Alpay¹

GİRİŞ

Doğduğumuz, büyüdüğümüz, bugün yaşadığımız ve yaşlandığımız yer olan hayatımızın fiziksel ve sosyal ortamları tarafından şekillendiriliriz. Buna karşılık, yerleşim ve alışma süreçleri aracılığıyla, yaşam alanlarımızı E. Husserl'in *lebenswelt* veya yaşam dünyamız olarak tanımladığı şey içinde anlam ve önem alanlarına dönüştürüyoruz. Her insan için, bu karmaşık işlemin sonucu, her geçen yıl gelişen benzersiz bir *dünyada-olma* deneyimidir (Rowles ve Bernard, 2013: 20). Akademik bir bakış açısından gerontoloji, yaşlanmanın biyolojik, psikolojik ve sosyolojik yönlerinin incelenmesidir. Bazıları gerontolojiyi, birçok disiplinin uzmanlığından yararlanan bir disiplin veya çok disiplinli çalışma alanı olarak kabul eder. Diğerleri gerontolojiyi, iki veya daha fazla disiplinin iç içe geçtiği, yaşlanma süreçleri ve yaşlı nüfus hakkında tek bir disiplinde çalışarak elde edilebilecek olandan daha karmaşık bir alan olarak görür (Grabinski ve Niles-Yokum, 2015: 1). Kültürel gerontoloji, son yıllarda akademik analizin en canlı ve anlayışlı alanlarından biri olarak ortaya çıkmıştır. Beşerî ve sosyal bilimlerdeki çalışmalarını bir araya getirerek, eski klişelere meydan okumaktadır. Yeni teoriler, metodolojiler ve entelektüel katılım biçimleri getirerek sonraki yıllarda çalışma yöntemlerimizi değiştirdi (Twigg ve Martin, 2015: 1).

Genel olarak anlatı biçimlerinin belirli ifade araçları olarak kültürler içinde evrimleştiği düşünülebilir. Deneyimlerin, düşüncelerin, fikirlerin vb. iletilmesinde anlatı biçimi, neyin iletişim için uygun olduğunun önceden belirlenmesinde rol oynar (Medeiros, 2014: 8). Anlatı biçimlerinde *yaş* ağırlıklı olarak zamansal yönleriyle anlaşılacaktır. Belirli bir yaştaki, diyelim 75 ve üzeri olan kişilerin, anlatı gerontolojisini bu perspektifte benzersiz kılmak için belirli bir şekilde *davrandıkları* iddiasında bulunulmayacaktır. Yaşlılığı öteki bir kategori hâline getirmemek önemlidir (2014: 17). Yaşlanmanın toplumsal inşası, 'gerçeğin' söylemlerinin çürütülmesinde önemli bir süreçtir ve dar tıbbi anlatılara alternatif olarak kullanılabilir. Eğitim, siyasi ve dinî kurumlar, sanat, gelenekler, ahlak ve

¹ Dr., ahmedhamza0606@outlook.com, ORCID: 0000-0002-8781-6939.

hukuk dâhil olmak üzere karmaşık sosyal/ kültürel yapılara kadar normların veya yaygın tutumların nasıl gerçekleştiğini içerir (Powell, 2013: 11). Elbette paradoks, yaşlanmanın biyolojik ve psikolojik boyutlarına dayanmanın gerektirdiği yaşlılık deneyiminin biyo-tıbbi homojenleştirilmesinin, aslında yaşlanma üzerine egemen ‘sağduyu’ söylemlerinin kilit unsurlarından biri olmasıdır. Bununla birlikte, yaşlanmayı daha derinden anlamak, sağduyu yaklaşımlarının ötesine geçmemizi ve bireyler yaşlandıkça bizden nasıl etkilendiklerini görmemizi gerektirir (2013: 11). Bağlanma, V. G. Cicirelli’nin tanımladığı şekliyle, bir kişiye karşı içsel ve kişisel olarak kazanılmış bir tercih ya da beğenidir. Ve bu, diğer kişiye karşı yakınlık duygularına yol açar. Psikolojik yakınlık ve temas eğilimi olarak tanımlanan yetişkin çocuğun anne-babasına bağlılığı; anne-babaya ihtiyaç duyduklarında fiziksel ve duygusal desteğin verilmesinde önemli bir rol oynar. Bu nedenle, yetişkin çocuğun yaşlı ebeveyne bağlanma düzeyi ne kadar güçlüyse; yetişkin çocuktan ebeveyne olan destek düzeyi de o kadar yüksek olur. Cicirelli (1983), yetişkin bir çocuğun evlatlık yükümlülüğü normlarının, bağlanma teorisinden doğrudan bir türev olmasa da ebeveynleri ile olan alışverişlerini etkilediğini belirtmiştir. Dolayısıyla bağlanma, çocuktan ebeveyne kuşaklararası alışverişler üzerindeki doğrudan etkisinin yanı sıra; evlada bağlılık düzeyleri üzerinde çoğaltıcı bir etkiye sahiptir (Mandayam, 2004: 31). Bu çalışmada, kuşaklararası dayanışmanın anlamsallığı, kültürel gerontoloji ekseninde incelenecek ve tartışılacaktır.

METODOLOJİ

Yorumlayıcı yaklaşım, zihnin gerçekliği yarattığına ve kişinin algılarından ayrı nesnel bir dünyanın bilinemeyeceğine inanan bir tür felsefi idealizmi benimser. Sosyal bilgi, *verstehen* veya öznel, katılımcı anlayışla elde edilir ve dış kriterlere başvurularak doğrulanamaz. Aranacak evrensel yasalar yoktur; bunun yerine amaç, belirli bağlamlardaki eylemleri anlamaktır (Smith, 1987: 176). Eleştirel okuyucu, sorgulamaya yönelik bu kadar çeşitli yaklaşımların neden nitel etiketi altında toplanmaya devam ettiğini merak etmekten kendini alamaz. Gerçekten de nitel-nicel ayrımı, kolaylıkla bir araya toplanmayan sosyal soruşturmaya yönelik geniş bir yaklaşım yelpazesi için genel bir özetdir. Araştırma yapısının bu ikili sınıflandırması, çağdaş sosyal araştırmayı karakterize eden birçok varsayımı, sorunu ve yöntemi netleştirmeye yardımcı olmaz (Mullen, 1995: 30). Literatür analizi, yaşlanma çalışmalarında çok çeşitli araştırma sorularına yaklaşmak için etkili bir yöntemdir. Söylem analizinin tüm çeşitlerinin temelini oluşturan şey, iletişimin bölümleri veya çerçevelerini incelemektir. Ve bunu sadece gerçek anlamsal düzeyinden ziyade *meta* düzeyde anlamak için kullanma fikridir. Bu şekilde, söylem analizinin çeşitli yöntemlerinin tümü; insan iletişiminin doğasından, hakkında *doğru* olanı inşa eden iktidar sistemlerinin iç işleyişine kadar uzanan karmaşık fenomenleri anlamak için titiz ve güçlü yaklaşımlar sağlar (Hodges, Kuper ve Reeves, 2008: 572).

Yaşlanma araştırmacıları, somut bir anlam sağlamak için yöntem veya bulgular aracılığıyla anahtar kavramın değişkenlerini işlevsel olarak tanımlayan ve mevcut gerçekliği yansıtan etkili çözümlere yönelirler. Nüfus ve sorunla iyi eşleşen bir anlayış oluşturma ve bağlamsallaştırma (Habermann, 2019: 16) ve erişebilirlik önlemleri; nüfusun geri kalanına kıyasla, göreceli erişimlerine dayalı olarak dezavantajlı yaşlı yetişkinleri belirlemek için kullanılabilir (Wood, 2017: 13). Sınıflandırmamız literatür analizine yönelik bu yaklaşımlar arasındaki ayrımları vurgulasa da pratikte araştırmacılar bir çalışmada genellikle birden fazla yaklaşımı bir arada kullanırlar. Örneğin, tür analistleri, onaylanmış iletişim yöntemlerinin kökenlerini incelemek için eleştirel teorisyenlere başvurabilir (Hodges, Kuper ve Reeves, 2008: 571). Kısacası, kuşaklararası ilişki için değişen demografik, sosyal ve aile bağları; yetişkin çocuklardan daha büyük ebeveynlere daha derin bir anlayışı gerektirir. Kültürel gerontolojide nesillerin yaşamlarının birbirine bağlı olduğu ve aile içindeki kuşaklararası ikili ilişkilerin de bağlantılı olduğu kabul edilmelidir (Bao, 2016: 4). Vaka seçim kriterlerine ilişkin indirgenebilirlik gerçeği içeren nispeten tutarlı ancak farklı bir etnografik araştırmanın geleneksel ayırt edici özelliği; sorumluluklar üzerindeki araştırma sonuçlarını etkiler.

Yaşlanmada Algı

Kültür, çeşitlilik, din, gelenek ve sosyo-tarihsel deneyimler tarafından bağlamsal olarak şekillendirilen; yaşamın çok boyutlu kolektif beklentilerinin gerçekleştirilmesi (Habermann, 2019: 17) üzerine düşünme; entelektüel düşüncenin kendisi kadar eskidir. Eski zamanlardan beri filozoflar, bilim adamları, ilahiyatçılar, ekonomistler, sanatçılar ve yazarlar büyümenin ve yaşlanmanın anlamları ve deneyimlerini düşünmüşlerdir (Davidson, 2011: 227). Burada kültürün neyi ima ettiğini bu noktada sorabiliriz. Kültürel gerontolojinin arkasındaki itici gücün, kültürün anlamı konusundaki tartışmalar değil; alana odaklanan endişeler ve nasıl analiz edilebileceğidir. 'Kültürel' bu bağlamda değişen ve bazen çelişkili şekillerde kullanılır. Böylece anlamı, uygulaması ve önemi tartışılır. Kültürel gerontoloji bağlamında, belki de en iyisi; onu bir eğilim, anlam etrafında odaklanan, sosyal/beşerî bilimlerin genelinde çalışmalarını kapsayan geniş bir fikir ve teori hareketi olarak görmektir (Twigg ve Martin, 2015: 2).

Anlatı gerontolojisi, temelde, hermeneutik varlıklar -yorumlayıcı varlıklar ya da anlam yapıcılar- olarak insanları bir bakış açısıyla; anlatı psikolojisi, anlatı sosyolojisi, anlatı teolojisi ve benzerleriyle paylaşır. Hayatlarımızı oluşturan olaylara, durumlara ve ilişkilere anlam kattığımız şey hikâyeler yaratmaktır. Kısacası, *edebî aklın* sahip olduğu *hikaye türü*üz. Ve dünyada kim ve nasıl olduğumuzun -sahip olduğumuz bilgeliğin veya deneyimlediğimiz maneviyatın da- kalbinde meşhur *hayatımızın hikayesi* vardır (Medeiros, 2014: ix). Sosyal yapılar, bireysel ve kolektif kimliği belirlemede son derece güçlüdür. Çünkü derin varoluşsal soruları yanıtlarlar: -Ben kimim? Otoriteler, ontolojik olarak keyfi sosyal yapıları -yaşamın gerçekte olduğu gibi- gerçeklik olarak sunarlar (Powell,

2013: 11). Yaşlanmanın sosyal kurguları, yaşlanmanın toplumdaki sosyal etkileşim ve güç ilişkilerinden bağımsız bir varoluşunun olmadığını vurgular. Gerçekten de yaşlanmanın *yapısallığı*, sosyal hayatın normal işleyişi tarafından görünmez kılınır. Böylece *yapay* olmaktan çok *doğal* görünürler. Bu nedenle sosyal inşacılık, gerçekliğin giderek kırılan, değişken ve birlikte var olduğu düşünüldüğünde; sosyal dünyada neler olabileceğini açıklamak ve anlamak için bireylerin kendi ön yargılarının dışında durmalarına ve ‘Öteki’ kavramını görmelerine yardımcı olmakla ilgilidir (2013: 12). Yaşları ne olursa olsun, ayrılmaya ve daha sakin bir emekliliğe yerleşmeye hazır olmayan birçok emekliyi unutmayın: Hayatları boyunca kendi alanlarında çalışmaya devam etmelerini sağlayan, ancak farklı bir şekilde, genellikle *kariyerleri yeniden kazanmak* olarak adlandırılan şeyi arıyorlar ya da tamamen farklı bir şey yapıyorlar. *Girişimci ruha* artan ilgiyi ve benzersiz bir yer bulmak veya yaratmak için yaşlanma alanı; bunu çekici bulanlar için (Grabinski ve Niles-Yokum, 2015: 7) varoluşsal soruların yerine getirilmesini içerir (Habermann, 2019: 17-18).

Yakın zamana kadar sanat ve beşerî bilimler yaş konusuyla pek ilgilenmiyordu. Yaşlılık en iyi ihtimalle marjinal ve ilgisiz, en kötü ihtimalle sıkıcı ve iç karartıcı olarak görülüyordu. Bunda beşerî bilimler, akademinin ve genel olarak toplumun daha geniş yaş ayrımcılığını yansıtıyordu. Bununla birlikte daha yakın zamanlarda, demografik değişimlere ve yaşlı insanların artan kültürel görünürlüğüne yanıt olarak; filmlerde, romanlarda, şiirde, biyografide ve sanatta yaşlılık deneyimini araştıran bir çalışma gelişti. Sonuç olarak, beşerî bilimler akademik bakışlarını alana çevirerek psikanalitik, dilbilimsel, postyapısalcı teorilerden etkilenen yeni yaklaşımlar getirdiler (Twigg ve Martin, 2015: 2). Zorluklar dikkate değerdir, çünkü yukarıda belirtildiği gibi, toplumdaki yaş ve yaşlanmanın mevcut temsilleri büyük ölçüde hâlâ olumsuzdur. Hükümet stratejileri ve politikaları, klişeleri yıkma ve daha gerçekçi yaşlanma imajlarını teşvik etme ihtiyacını kabul etse de bazı temel nedenlerin anlaşılması gerekiyor (Bartlett, 2003: 27). İzlenecek tartışma, başlı başına belirli çalışmalar hakkında rapor vermeye çalışmaz. Ortaya çıkacak kritik konulardan birini keşfetmek (Ballantyne, Cheek, Gillham ve Quan, 2005: 18); yaşlanma koşullarının nüfusun geri kalanıyla karşılaştırılması düşünüldüğünde ‘daha çok daha iyidir’ varsayımı (Amado, São José ve Santos, 2016: 209) hakkında bilgi verir (Stuart-Hamilton, 2011: 15-16).

Kültürel Gerontoloji

Kültürel gerontolojinin kökleri daha geniş bir fenomen olan kültürel dönüş olgusuna sahiptir (Twigg ve Martin, 2015: 1). Kültürel gerontoloji de yaşlanma alanına özgü faktörler tarafından şekillendirilmiştir. Kültürel gerontolojinin arkasındaki itici gücün çoğu; sorunlu yaşlılığa odaklanan, kırılabilirliği ve bunun sonucunda ortaya çıkan sosyal yükleri vurgulayan akademik çalışmalarda, yaşlanmanın baskın açıklamasından uzaklaşma arzusundan gelmektedir. Buna karşılık kültürel gerontoloji, daha sonraki yıllara ilişkin daha eksiksiz ve zengin

bir açıklama üretmeyi amaçlar. Bu, literatürde sıklıkla adlandırıldığı gibi yaşlı insanların öznelliğini, yaşamlarının genişliğini ve derinliğini analizin ön planına yerleştirir (2015: 2). Her birinin gerontolojiye yapacak kendi bağımsız katkısı vardır, ancak kombinasyon hâlinde. Parçaların toplamından daha büyük olan, yaşlanma ve yaşlılığın birleşik bir resmini üretirler (Stuart-Hamilton, 2011: 15). *Yaşlı* sorunsuz olmasa da (örneğin neyden veya kimden daha yaşlı?) yaşın ilişkisel yönünü korur. Belli bir yaşı geçmiş insanları yaşlı olarak etiketlemek yerine, kasıtlı olarak “bazılarından daha yaşlı ama belki diğerlerinden daha yaşlı değil” önermesine yer bırakıyor. Terimin bu ilişkisel kullanımı M. Cruikshank (2013), M. Gullette (2004) vd. yaşın devalüasyonuna ilişkin eleştirilerinden bazılarını güçlendirebilse de şu anda mevcut olan en tarafsız terim gibi görünüyor (Medeiros, 2014: 18).

Kültürel gerontoloji ayrıca, geleneksel olarak konudan kaçınan ve onu tıp, sosyal hizmet ve kamu politikasının söylemsel yapılarına teslim eden sosyolojik analiz içinde özellikle yaş ihmalini düzeltme girişimini temsil eder. Gerontolojideki kültürel dönüş, bu nedenle uzun süredir eksik olanı, yeterli bir yaşlılık sosyolojisi biçiminde sağlama girişimi olarak yorumlanabilir (Twigg ve Martin, 2015: 2). Yaşlı kişinin öznel dünyasına ilişkin bilgi geliştikçe, derinleşen kavrayış hem iç (özel) hem de dış (kamusal) ortamların tasarımı için pratik önerilere ve sonuçlara dönüştürülebilir. Yaşlı yetişkinler için basitçe kabul etmenin ve yerin anlamını daha duyarlı hâle getirmenin ötesinde, yaşlılıkta yaşam kalitesini iyileştirecek bir bilgi tabanını yapıcı bir şekilde nasıl kullanabiliriz? Yer anlamı ve önemi hakkında öğrendiklerimizi yaşlı insanlar ve onların refahı için uygulama, politika ve somut önerilere nasıl çevirebiliriz? (Rowles ve Bernard, 2013: 20). Bireysel üretkenlik, çalışanların aktif yaşam süresinin uzunluğunun birincil belirleyicisidir. Bu nedenle, bireyleri emekliliklerini ertelemeyi düşünmeye teşvik etmek için erişilebilir sağlık hizmetleri sunan iyi bir sağlık sektörünün önemi vurgulanmaktadır. Sağlık hizmetleri ne kadar iyi olursa, yaşlılar arasında aktivite oranı o kadar yüksek ve dolayısıyla bağımlılık oranı o kadar düşük olur (Aisa, Larramona, & Pueyo, 2015: 7).

Amerikalı sosyolog C. W. Mills (1959) şöyle yazmıştır: “Her bireyin bazı toplumlarda bir nesilden diğerine yaşadığını, bir biyografiyi yaşadığını ve onu belirli bir tarihsel sıra içinde yaşadığını öğrendik. Biyografi, tarih ve bunların toplum içindeki kesişim sorunlarına geri dönmeyen hiçbir sosyal araştırma entelektüel yolculuğunu tamamlamamıştır.” Tanımladığı *sosyolojik hayal gücü*, çok temel bir düzeyde, bir toplumdaki kişisel yaşamlar ile daha geniş tarihsel bağlamlarda kişinin benlik duygusu ve sosyal yaşamla ilgili etkileşimini anlama yeteneğidir (Medeiros, 2014: 30). Yaşlanmaya biyografik yaklaşımın temel özellikleri, bir yandan topluluk olaylarına, incelenen dönüşümleri yaşayan bireylerin topluluk üyeliğine ve dolayısıyla tarihsel konumlarına gösterilen ilgiye atıfta bulunur. Öte yandan, belirli deneyimlerin (mesleki, evlilik, ebeveyn, oğul/

kız, arkadaş vb.) yanı sıra farklı yaş veya evrelerden oluşan tüm yaşam akışına verilen strese. Sonuç olarak, ikincisi statik roller açısından veya tek başına evrimsel süreçler olarak görülmez. Daha çok, zamanlaması ve yapıları içsel kurallar veya ritimler tarafından şekillendirilmeyen, tarihsel olaylarla karşılıklı bağımlılık ve etkileşimden kaynaklanan yörüngelerdir (Powell, 2013: 39). Yaşlılık bu dönemde, hem kişisel hem de yapısal olarak giderek artan bir şekilde riskle ilişkilendirildi. Ve aynı zamanda, bu riskin özelleştirilmesine ve daha önce istikrarlı ve kalıcı olarak kabul edilen desteklerin geri çekilmesine veya alınmasına tabi oldu (2013: 46). Bu tür bir gelişme, bireyselleştirilmiş bir kişisel sorumluluk nosyonunu güçlendirmek için zaman zaman psikanalitik üzerine daha önce yapılan vurgular getirilebilse de sosyal söyleme duyulan güvenin aksine piyasanın diline ve onun pragmatik yönetimine dayanan elverişli bir çerçeve oluşturmuştur (2013: 47). Bununla birlikte, genişleyen nüfus aynı zamanda çok çeşitli bir nüfustur ve *herkese uyan tek beden* artık yeterli olmayacaktır. Bu da belirli alt gruplar (örneğin asırlık, aktif yaşlılar) için programların oluşturulması veya çoğaltılmasına ihtiyaç olabileceği anlamına gelir (Grabinski ve Niles-Yokum, 2015: 6).

Küresel gelir dağılımındaki eşitsizliklerden yaşlılar da farklı şekillerde etkilenmektedir. Ülkeler ve bölgeler arasındaki gelir eşitsizlikleri, yaşlı insanlar üzerinde birtakım baskılar yaratarak yoksulluk riskini artırmaktadır. Gençlerin kırsal alanları terk etmesi veya daha zengin bölgelere veya ülkelere uzun mesafeli göçler denemesi nedeniyle sosyal ağları da bozabilir (Powell, 2013: 22). Ekonomi, hem yaşlı yetişkinlere yönelik program ve hizmetlerin mevcudiyetini hem de yararlanma yeteneklerini etkiler. Yaşlı yetişkinlerin sabit gelirle yaşama olasılığı daha yüksektir. İyi bir ekonomide, sadece temel ihtiyaç hizmetlerinden değil, aynı zamanda daha yüksek yaşam kalitesini destekleyen diğer programlardan (örneğin seyahat, konaklama, eğlence, eğitim fırsatları) yararlanma olasılıkları daha yüksektir. Ve bu aynı zamanda gerontoloji için daha fazla fırsat yaratır (Grabinski ve Niles-Yokum, 2015: 5). Psikoloji içindeki çalışma, benzer şekilde, daha sonraki yıllarda insanların –klişenin aksine– gençlerden daha az değil, daha fazla çeşitlilik gösterdiğini vurgular (Twigg ve Martin, 2015: 4).

Kuşaklararası Dayanışma

Bir konu hakkında çok fazla şey bilinmediğinde ve araştırmacının amacı yeni bir kavram geliştirmek, yeni bir hipotez ortaya çıkarmak veya bilinmeyen nedensel mekanizmalara ışık tutmak olduğunda; nitel veriler muhtemelen daha önemli olacaktır. Nitel veriler, keşifsel analiz için idealdir. Daha genel olarak, sosyal bilim bilgisinin tipik olarak nitel bir düzeyde başladığı ve sonra -bazen- nicel bir düzeye ilerlediği iddia edilebilir (Gerring, 2017: 20). Bir gelişim psikolojisi vardır ve buna çok ihtiyaç vardır: Bir çocuğun zihni bir yetişkin için aşılmazdır. Yaşlı yetişkinler de tıpkı genç yetişkinler gibidir. Belki biraz daha yavaş, hayatın zorluklarından biraz daha fazla etkilenmiş ve çok daha olgun olmaları dışında (Verhaeghen, 2011: 159). Modern dünyada yaşlanmanın ve yaşlılığın üstlendiği önem dikkate alındığında,

gelişmiş ülkelerdeki insanların yaşlılığı kendi başlarına yaşama olasılığının yüksek olduğu düşünüldüğünde; bireylerin yaşlanma ile ilgili konuların farkında olacağı makul olarak varsayılabilir (Stuart-Hamilton, 2011: 10-11).

Yaşlı yetişkinler rekabetçi olsa da düşük performansların yarattığı olumsuz etkileri azaltmak gerekir (Velazquez, Martínez-García, Favela ve Ochoa, 2017: 76). Daha yaşlı yetişkinlerin daha az yolculuk yapmaları ve daha kısa mesafeler kat etmeleri gerçeği (Wood, 2017: 10), yaş grupları arasında normların onaylanmasındaki farklılıklardan kaynaklanabilir (Mo, 2016: 15). Bulgular, yaşlı yetişkinlerin, mahalle tasarımının sonraki yıllarda faaliyeti teşvik ettiğine inandığını gösteriyor (Michael, Green ve Farquhar, 2006: 738). En temel düzeyde yerin yaratılması, bir çevrenin kullanımını, bir ortam içindeki davranış modelini içerir. Örneğin, evden uzakta çalışanlar için, zaman içinde oturduğumuz alanın kullanımında tanıdık bir kalıp geliştiririz. Her gün yaklaşık aynı saatte işe gidiyoruz, aynı rotayı geziyoruz ve çoğu zaman aynı insanlarla etkileşime geçiyoruz. Ve çoğu iş gününde, günün geri kalanının düzeni, çevreyi kullanmamızda benzer bir önceden belirlenmiş ritüeli takip eder. Evden çalışırsak ve günün çoğunu bu ortamda geçirirsek, iç mekân kullanımında karşılaştırılabilir bir ritüelleştirilmiş davranış modeli izlenebilir. Özel yaşam tarzımız ne olursa olsun, zamanla günlük rutininimize aşinalık ve rahatlık düzeyi geliştiririz. Öyle ki, bilinçaltı ve alışkanlık hâline gelir. Doğal olarak kabul edilir (Rowles ve Bernard, 2013: 22).

Yaşlanmanın gerileme ve kayıp olarak probleme dayalı algılarından *yıllara yaşam ekleme*, engelliliği önleme veya geciktirme ve *başarılı yaşlanmayı* teşvik etme gibi daha olumlu bir bakış açısına doğru yönelim var (Davidson, 2011: 232). Genç yetişkinler, ebeveynleri tarafından bakım ve destekten henüz yeni çıktıkları ve tipik olarak onlara karşılık verme ihtiyacından çok uzak olduklarından (Mo, 2016: 15) kuşaklararası ilişkileri tanımlamak için kullanılan hâkim organizasyonel çerçeveler; ebeveyn-çocuk ilişkilerinin ya dayanışma ya da çatışma yönlerini vurgulayarak birbirinden ayrılır. Alternatif bir çerçeve olarak, kuşaklararası kararsızlık ebeveyn-çocuk ilişkilerini hem olumlu hem de olumsuz unsurlara sahip olarak tanımlar. Dayanışmanın boyutları ile çatışmanın boyutları arasındaki tek boyutlu *sevgi-nefret* ikiliğinin ötesine geçer (Guo, 2011: 2-3).

Bununla birlikte, kuşaklararası bakıcılığı farklı şekilde tanımlayan son araştırmalar, yaşlılara yönelik çok boyutlu faydaları hâlâ kabul ediyor (Habermann, 2019: 14). R. Sakurai vd. (2016), ilköğretim öğrencileri ve yaşlılar arasındaki huzurevi ortamında kuşaklararası ilişkileri incelemiş, tek yönlü (çocuktan yaşlıya) işlemsel bakım sürecinin yaşlılar üzerinde olumlu ve uzun süreli çok boyutlu bir etkisi olduğunu göstermiştir (2019: 14-15). Kuşaklararası aile ilişkileri araştırmalarının çoğu, ebeveynlerine coğrafi yakınlıkta yaşayan yetişkin çocuklara odaklanmıştır. Kuşaklararası ilişkileri inceleyen birkaç gerontoloji ve aile çalışmaları uzmanı, yaşlı bir ebeveyne bakmakla çocuğun coğrafi yakınlığı arasında yakın bir bağlantı olduğunu öne sürüyor. V. L. Bengtson ve R. A.

Harootyan (1994), coğrafi yakınlığın yetişkin çocukların yaşlanan ebeveynleri ile sık sık temas hâlinde olmalarını sağladığını belirtmektedir. J. Aldous ve D. M. Klein'a (1991) göre coğrafi olarak en yakın olan yetişkin çocuk, fiziksel olarak yaşlanan ebeveyne diğer çocuklardan daha fazla önem verir. G. Lin ve P. A. Rogerson (1995), yetişkin çocukların demografik ve coğrafi konumlarını anlamanın önemli olduğunu, çünkü yaşlanan ebeveynlerine ancak onlara yakın yaşıyorlarsa bakım hizmetleri sağlayabileceklerini ileri sürmektedir. A. S. Rossi ve P. H. Rossi (1990), ebeveynlerinden uzakta yaşayan yetişkin çocukların, tavsiye veya rahatlık şeklinde sınırlı bakım ve destek sağladığını belirtmektedir. Ve yetişkin çocuğun yakınlığının, yaşlanan ebeveynler için daha iyi bakım verilmesini sağladığını iddia etmektedir (Mandayam, 2004: 2). Yetişkin çocuklar, kültürel normlarının öngördüğü şekilde ebeveynlerine fiziksel olarak bakamayacakları için, yaşlı ebeveynler sağlık sorunları yaşarsa duygusal gerginlik artar. E. Litwak'a (1985) göre, yaşlı ebeveynlerinin uzun mesafe bakımı zorunluluğuyla karşı karşıya kalan bu yetişkin çocuk popülasyonu için mevcut birkaç örnek vardır. Sosyoekonomik değişiklikler, nesiller arasındaki ikamet kalıplarında bir değişim yoluyla aile ilişkilerini etkiler. Bir endişe, sağlam aile politikaları geliştirmek için aile üyelerinin sahip olduğu bu tür sosyal ilişkilerdeki ayarlamaları izlemektir. Uzak kuşaklararası değiş tokuş olgusu hakkında çok az araştırma olmasına rağmen; sosyal ve demografik değişiklikler gelecekte uzaktaki çocukları yaşlı ebeveynlerin yaşamlarında giderek daha önemli hâle getirecektir (2004: 11-12). Dayanışma ve karşılıklılık, *rekabet eden* ailevi normların bir başka setidir. Kuşaklararası sevgiyi vurgulayan dayanışma normları, yetişkinlerin aile üyelerine ihtiyaç duydukları her türlü yardımı, geri dönüşü düşünmeden vermelerini zorunlu kılar. Dayanışma normunu benimseyen çocuklar, ilişkilerde pek çok gerginlik olsa bile, ebeveynlere bakmak için esnek motivasyonlara sahip olabilirler. Karşılıklılık normları ise ilişkilerde ve sosyal değişimlerde eşitliği vurgular (Guo, 2011: 81).

Yaşlı ebeveynler tarafından ifade edilen evlatlık normlarının, onların refahını nasıl etkilediğini anlamak için; araştırmacılar genellikle kuşaklararası destek davranışını bağlantıyı kanıtlayan bir araç olarak alırlar (Mo, 2016: 6). Bu, bilişsel sistemin bilgiyi yöneten kısmıdır: Çevreden deneyim ve bilgiyi alır, depolar ve muhafaza eder. Ve uygun zamanda -umut edilen- kullanır. Bellek sistemi pasif bir kayıt motoru değil, aktif bir sistemdir. İnsanlar çevreleriyle aktif ve dinamik bir şekilde etkileşime girerler ve bu yol boyunca toplanan bilgiler nadiren bu olayların tam bir kopyası olur. Örneğin, etkinlik anındaki ilgi alanlarımız, motivasyonlarımız ve duygusal durumumuza göre bilgileri seçeriz (Verhaeghen, 2011: 166). Ebeveyn-çocuk ilişkilerinin belki de en etkili yönleri duygusal ve normatif bilgilerdir. Ebeveynler ve çocuklar arasındaki yakın duygusal bağlar ve normatif dayanışma, daha sık temas ve somut desteği teşvik eder (Guo, 2011: 80). Normatif aile kültürleri kuşaklararası ilişkileri düzenleyerek; coğrafi uzaklık, ziyaret ve telefon görüşmelerinin sıklığı, yardım etme davranışı, şefkat gibi diğer

ebeveyn-çocuk ilişkisi boyutlarının şekillenmesinde önemli rol oynamaktadır. Evlat sorumluluğu normları çoğu toplumda güçlü ve yaygındır. Ve büyük ölçüde kültür ve sosyal sınıf arasında paylaşılır (2011: 80-81).

TARTIŞMA VE SONUÇ

Bilimsel araştırmayı diğer araştırma biçimlerinden ayırt edebilmek önemli midir? Eğer önemliyse, bu tür ayrımlar nasıl yapılabilir? Bilimsel araştırma, doğa bilimlerinde ve sosyal bilimlerde farklılık göstermeli midir ve eğer öyleyse hangi yolu izlemelidir? Bunlar, mevcut nitel yöntemler tartışmasının harekete geçirdiği sorular arasındadır (Mullen, 1995: 32). Ancak, bu araştırma geleneklerinde yürütülen çalışmalar yalnızca vakalar arasındaki ortak değişkenliğe dayansaydı, nitel bir karşılaştırmalı analiz algoritmasına indirgenebilirdi. Ayrıca zaman içindeki varyasyonu da dâhil etselerdi, bir panel analizine eş değer olacaktı. Bu geleneklerdeki çalışmaları nitel yapan şey, genellikle vaka içi kanıt olarak anılan, seçilmiş vakalardan alınan karşılaştırmaz gözlemlerin kullanılmasıdır. Bu tür kanıtlar bir algoritmaya indirgenemez (Gerring, 2017: 19). Gerontolojiye kültürel dönüş nispeten geç geldi ve etkisi ancak son yıllarda tam olarak hissedilmeye başlandı. Ancak o zamandan beri, alandaki en teşvik edici çalışmaların bazılarının arkasındaki itici gücü sağladı. Ortak hesaba göre, sosyal bilimlerdeki kültürel dönüş, birbirine bağlı iki unsuru kapsar: Teorik-epistemolojik ve sosyo-tarihsel. Birincisi, daha önce sosyal dünya ve bunun nasıl bilinip analiz edilebileceği hakkında yapılan varsayımları alt üst eden, geniş anlamda postmodern veya postyapısalcı olarak adlandırılan yeni teorileştirmenin yükselişiyle ilgilidir. Bir dizi kuramsallaştırmadan yararlanan ve hem ontolojik hem de epistemolojik öğeleri içeren bu durum, karmaşık ve uyumsuz bir dizi fikir sunmuştur. Ve gerçekten de bazıları onun genel tutarlılığını sorguladı. Bununla birlikte, alanı geniş ölçüde birleştiren, sosyal dünyanın hem oluşumunda hem de analizinde anlamın merkeziliği duygusudur (Twigg ve Martin, 2015: 1). Alan, aynı zamanda, toplumsallığın yapısal biçimlerinden daha akıcı bir *toplumda olma* kavramına doğru, analizdeki kaymayı yansıtan öznellik ve kimliğe odaklanma ile de işaretlenir. Bununla birlikte, daha önce daha ‘bilimsel’ yaklaşımların egemenliği ve politika yapımcıların nesnelleştirici uygulamaları tarafından gizlenen yaşlı insanların görüşleri, deneyimleri ve öznellikleri üzerinde yeni bir vurgu yapıldı. Kültürel gerontolojide çalışmak, etnografik teknikler veya yaşlı insanların seslerini ve vizyonlarını sahnenin merkezine yerleştiren diğer metodolojiler aracılığıyla -otobiyografi veya anlatı- yaşamların bireyselliğini kurtarmaya çalışır (2015: 3).

Tarihsel olarak anlaşılan kuşaklararası bakım; işlemsel süreçler aracılığıyla karşılıklı finansal, kültürel ve inanç aktarımı için bir yol oluşturan aile sisteminin yapısal bileşenidir (Habermann, 2019: 37). Ebeveynler büyüdükçe ve çocukları olgunlaştıkça ve kendilerine ait ailelere sahip olduklarında; yaşlı ebeveynler kariyerlerini bırakıp ev işlerini üstlenmeye ve ebeveynler işte değilken torunlarına bakmaya başlarlar (2019: 37-38). Sembolik etkileşim çerçevesi, bir

bireyin öznel deneyimlerindeki anlamdan sevgi ve şefkat duyguları ve anne-babaya saygı gibi akrabalık duyguları ve yükümlülüklerini açıkladığı için uzak kuşaklararası alışverişlerin anlaşılmasını kolaylaştırır. Bu yaklaşımdan çıkarılan ilgili kavramlar; iletişim, karşılıklı geri bildirim ve aile ile bağlantılı olmaya atfedilen diğer anlamları içerir. Kuşaklararası değişimler sadece dışsal faydaları değil, aynı zamanda duygusal sorunları da içerir. Bu çerçevede sevgi ve şefkat, takdir duyguları ve kuşaklararası alışverişlerin niteliksel yönlerini incelemede yararlı olabilir (Mandayam, 2004: 35). Hızlı yaşlanma, azalan aile büyüklüğü, değişen iş gücü yapıları ve aile üyeleri arasındaki artan coğrafi mesafe gibi çeşitli sosyal dönüşümler göz önüne alındığında; kuşaklararası ilişkiler konusu son yıllarda uluslararası ilgileri ateşliyor (Guo, 2011: viii).

Gerontoloji merceğinden ziyade belirli bir araştırma yaklaşımını bireysel davranış için ihmal etme eğiliminde olan, örtüşen ve parçalanmış yollardan geçen biçimler psikolojik yaşlanmada belirgin değildir. Gerilemenin doğal süreçleri ve yerleşik normatif uygulamalarda gerontoloji araştırmalarına ne kadar ihtiyaç duyulacağına karar vermek; kişisel katılımın azalmasına neden olabilir. Analiz yoluyla yeni değişkenleri tanımlamak ve yöntemleri yaratıcı bir şekilde kullanmak vaka çalışması ve etnografinin çağdaş versiyonlarıdır. Kuşaklararası dayanışma için bir konum beyanı sağlamak, alanın kapsam ve potansiyelini sergileyerek mevcut canlılığı ve gelecek vaadini ortaya koymak, kültürel gerontolojide bu alandaki çalışmaları bir araya getirmek; strateji oluşturmada mümkün olabilir.

KAYNAKÇA

- Aisa, R., Larramona, G., & Pueyo, F. (2015). Active aging, preventive health and dependency: Heterogeneous workers, differential behavior. *Journal of Economic Behavior & Organization*, 117, 1-9.
- Amado, C. A. F., São José, J. M. S., & Santos, S. P. (2016). Measuring active ageing: A Data Envelopment Analysis approach. *European Journal of Operational Research*, 255(1), 207-223.
- Ballantyne, A., Cheek, J., Gillham, D., & Quan, J. (2005). Information about the information: Navigating services and supports for older people. *Quality in Ageing and Older Adults*, 6(3), 17-23.
- Bao, L. (2016). *Intergenerational support and well-being of older adults in changing family contexts*. A Dissertation Submitted to the Faculty of the Graduate School of the University of Maryland in Partial Fulfillment of the Requirements for the Degree of Doctor of Philosophy.
- Bartlett, H. (2003). An ageing perspective. *Foresight*, 5(6), 26-33.
- Davidson, K. (2011). Sociological perspectives on ageing. In I. Stuart-Hamilton (Ed.), *An Introduction to Gerontology* (pp. 226-250). New York: Cambridge University Press.
- Gerring, J. (2017). Qualitative Methods. *Annual Review of Political Science*, 20(1), 15-36.
- Grabinski, C. J., & Niles-Yokum, K. (2015). *101+ Careers in Gerontology, Second Edition* (Vol. Second edition). New York: Springer Publishing Company.
- Guo, M. (2011). *Intergenerational relations between chinese rural elders and their adult children: A multifaceted perspective*. A Dissertation Presented to the Faculty of the USC Graduate School University of Southern California in Partial Fulfillment of the Requirements for the Degree Doctor of Philosophy (Social Work).

- Habermann, D. (2019). *Intergenerational caregiver loss and successful aging opportunity disruption of bulgarian elderly*. Project Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements for the Degree of Doctor of Social Work, College of Social and Behavioral Sciences, Walden University.
- Hodges, B., Kuper, A., & Reeves, S. (2008). Qualitative Research: Discourse Analysis. *BMJ: British Medical Journal*, 337(7669), 570-572.
- Mandayam, G. S. (2004). *Intergenerational exchange in transnational families: Asian indian experience in the united states*. A Dissertation Presented in Partial Fulfillment of the Requirements for the Degree Doctor of Philosophy, Arizona State University.
- Medeiros, K. de. (2014). *Narrative Gerontology in Research and Practice*. New York: Springer Publishing Company.
- Michael, Y. L., Green, M. K., & Farquhar, S. A. (2006). Neighborhood design and active aging. *Health & Place*, 12(4), 734-740.
- Mo, W. (2016). *Intergenerational relationships: How norms relate to intergenerational support and well-being*. A Dissertation Submitted to the Faculty of the University of Utah in Partial Fulfillment of the Requirements for the Degree of Doctor of Philosophy, Department of Sociology the University of Utah.
- Mullen, E. (1995). Pursuing knowledge through qualitative research. *Social Work Research*, 19(1), 29-32.
- Powell, J. L. (2013). *Social Gerontology*. N.Y.: Nova Science Publishers, Inc.
- Rowles, G. D., & Bernard, M. (Eds.). (2013). The Meaning and Significance of Place in Old Age. *Environmental Gerontology: Making Meaningful Places in Old Age* (pp. 20-29). New York: Springer Publishing Company.
- Smith, M. (1987). Publishing Qualitative Research. *American Educational Research Journal*, 24(2), 173-183.
- Stuart-Hamilton, I. (Ed.). (2011). Introduction. *An Introduction to Gerontology* (pp. 1-20). New York: Cambridge University Press.
- Twigg, J., & Martin, W. (Eds.). (2015). The field of cultural gerontology: an introduction *Routledge Handbook of Cultural Gerontology* (pp. 1-15). London: Routledge.
- Velazquez, A., Martínez-García, A. I., Favela, J., & Ochoa, S. F. (2017). Adaptive exergames to support active aging: An action research study. *Pervasive and Mobile Computing*, 34, 60-78.
- Verhaeghen, P. (2011). Cognitive processes and ageing. In I. Stuart-Hamilton (Ed.), *An Introduction to Gerontology* (pp. 159-193). New York: Cambridge University Press.
- Wood, B. (2017). *Aging in activity spaces: Understanding the automobility of aging populations*. A Dissertation Submitted to the Department of Geography in Partial Fulfillment of the Requirements for the Degree of Doctor of Philosophy, Florida State University College of Social Science and Public Policy.

TÜKETİCİ YENİLİKÇİLİĞİ VE ALGILANAN RISK FAKTÖRLERİNİN SATIN ALMA DAVRANIŞIYLA İLİŞKİSİ¹

Uğur ERDOĞAN²

GİRİŞ

Dünyada meydana gelen değişimler, küreselleşme ve insanların sahip olduğu değişim arzuları her alanda yenilikleri beraberinde getirmektedir. Gerek rekabet edebilmek gerekse de birey olarak değişen dünya şartlarına ayak uydurabilmek yenilikle sağlanabilmektedir. Yenilikçilik, organizasyonel başarının ana unsurlarından biridir. (Pauwels vd, 2004). Teknolojideki sürekli ilerlemeyle, tüketicilerin alışveriş deneyimleri de büyük ölçüde değişmiştir. Tüketici yenilikçiliği, daha önce gerçekleştirilen alımlar ve tüketim deneyimlerinden farklı olarak yeni ve farklı ürün ve markalara sahip olmaya eğilimli olmaktır. (Jordaan ve Simpson, 2006:35). Bartels ve Reinder (2011) tarafından yapılan çalışmada, tüketici yenilikçiliği üç kategoriye ayrılmıştır; bireysel yenilikçilik, doğuştan gelmekte olan yenilikçilik, ilgi alanına göre yenilikçiliktir. Tüketici yenilikçiliği düzeyinin bilinmesi işletmelere ve karar alıcılara pek çok avantajlar sağlayacaktır. Yenilik ve değişimleri hangi tüketicilerin kabullenme eğiliminde olduğunun işletmeler tarafından biliniyor olması, işletmelerin üretim, pazarlama ve reklam stratejilerini belirlemede son derece önemli bir faktör olacaktır. Pazarlama bağlamında yenilik, fiyatı ve kalitesi ne olursa olsun piyasaya yeni giren ürünlerin kabul edilmesine yol açan kişisel bir profil olarak kabul edilir (Sreejesh, 2011:15). Yenilikçi tüketicilerden alınacak bilgilerle işletmeler, ürünlerinin fonksiyonel özelliklerinden tasarımına, nasıl pazarlanacağına, nasıl bir reklam politikasının belirleneceğine, fiyatlandırmanın oluşturulmasından nasıl müşteriye ulaştırılacağına kadar pek çok kararı alabilmektedir. Kim ve arkadaşları. (2017), tüketici yenilikçiliğinin spor taraftarlarının davranış şekillerini etkilediğini ortaya koymuştur. Bülbül ve Özoglu (2014) tarafından yapılan araştırmaya göre Türkiye özelinde bakıldığında tüketici yenilikçiliğinin algılanan risk ve satın alma davranışına direkt etkisinin olduğu görülmektedir. Aynı çalışmaya göre, algılanan riskin de tüketicilerin satın alma

¹ Bu çalışma 08.10.2019 tarihinde Bosna Hersek’de düzenlenen ICEMS’de sunulan bildirinin genişletilmiş halidir.

² Öğr.Gör., Selçuk Üniversitesi, uerdogan@selcuk.edu.tr, ORCID: 0000-0001-8906-2977.

davranışları üstünde etkisinin bulunduğu sonucuna ulaşılmıştır. Bu çalışmanın amacı tüketici yenilikçiliği, algılanan risk ve satın alma davranışı arasındaki ilişkiyi inceleyerek literatüre katkı sağlamaktır. Çalışma kapsamında kavramsal literatüre yer verildikten sonra araştırmanın tasarımı, bulguları ve sonuçlarına yer verilmiştir.

TÜKETİCİ YENİLİKÇİLİĞİ VE SATIN ALMA NİYETİ

Tüketici yenilikçiliği, genel olarak yeniliklerin tüketicilerden tarafından kabullenilmesi anlamına gelmektedir. Genel olarak tüketici yenilikçiliği, tüketicilerin yenilikleri kabullenme ve kullanma eğilimidir (Tellis, Yin ve Bell, 2009:1). Bireyler herhangi yeniliği kabullenirken daima fonksiyonel bir değer veya fayda saikiyle yeniliğe karşı motivasyon göstermemektedir. Tüketiciler sosyal yaşamlarında daha çok itibar ya da gösteriş gibi faktörlerden motive olabilmelerinin yanında yeni şeyler öğrenmek ya da sadece zevk duyabilmek amacıyla da motivasyon sahibi olabilirler (Vandecasteele ve Geuens,2010:310). Yenilikçi tüketiciler değişimi kabullenmeye isteklidir ve yeni ürün veya hizmetleri denemeye daha çok meyillidirler (Cotte ve Wood, 2004:80) ve yeni ürünleri veya hizmetleri başka tüketicilere göre daha sık ve daha hızlı satın almaya yatkındırlar (Roehrich, 2004:672). Hussain ve arkadaşları (2014), yenilikçiliği, gelir ve sosyal gelişimi içeren sosyal ve ekonomik bileşenler veya bilişsel ve entelektüel özellikler gibi kişisel profillerin ve farklı faktörlerin oluşturduğu içsel bir kişisel özellik olarak tanımlamaktadır. Tüketicilerin yenilikçi fikirler, ürün ya da hizmetler gibi tüketim unsurlarına yönelmesi, marka sadakati, tüketici karar verme aşamaları ve iletişim temelli araştırmalarda oldukça önemli bir yer tutmaktadır (Hirschman, 1980). Tüketici yenilikçiliği, yeni ürün veya hizmetleri öteki tüketicilere göre daha çabuk bir hızda ve daha yoğun satın alma davranışı eğliminde olmaktadır (Roehrich, 2004:673). Tüketici davranışı perspektifi ile yenilik; kişisel bir özellik olarak tanımlanır ve bir tüketicinin yeni ürün ve hizmetleri ne ölçüde kabul ettiğini göstermekle ilgilidir (Amirshai vd, 2014). Tüketici yenilikçiliği, gelir ve sosyal gelişimi içeren sosyal ve ekonomik bileşenler veya bilişsel ve entelektüel özellikler gibi kişisel farklı faktörlerin oluşturduğu içsel bir bireysel özelliktir (Amirshai vd, 2014). Tüketicilerin yeni şeyleri denemeye ve satın almaya yönelik genel isteği olabilir, bu küresel tüketici yenilikçiliği olarak da tanımlanabilmektedir (Goldsmith ve Foxall, 2003:325). Tüketici yenilikçiliği; ihtiyaç, yenilik arayışı, başkaları tarafından aktarılmış tecrübelerle karşı bağımsızlık ve teklik ihtiyacı gibi etkenlerle stimülasyon ile psikolojik olarak yönlendirilebilmektedir (Roehrich, 2004:673). Midgley ve Dowling (1978), yenilikçiliği her bir tüketici tarafından daha yüksek veya daha düşük bir dereceye sahip olan bir kişilikler kümesi olarak tanımlamakta ve bireyin diğer kişilerin deneyimlerine bakılmaksızın yeni teknolojiyi benimsemeye karar verdiği ölçüde tüketici yenilikçiliğini yansıtmakta olduğunu belirtmektedir. Steenkamp, Hofstede ve Wedel (1999), bu bağlamda, tüketicinin yeni ya da farklı ürünleri ya da markaları satın alma eğilimini açıklayan

doğal yenilikçiliğe işaret etmektedir. Leicht ve arkadaşları (2018) tarafından yapılan çalışmada tüketici yenilikçiliğinin, ürün kabulü ve satın alma niyetlerinin farklı etkenler arasındaki ilişkiler üzerindeki etkilerini incelediği çalışma sonucunda, performans ve başarı beklentisinin, sosyal etkilerin otonom araçların satın alma niyetleriyle pozitif olarak ilişkili olduğunu göstermektedir. Sonuçlar, tüketicinin sürücüsüz araçları benimsenmesinin öncelikleri ile bu araçları satın alma istekleri arasındaki ilişkilerde tüketici yenilikçiliğinin etkili olduğunu ortaya koymaktadır.

ALGILANAN RISK VE SATIN ALMA

Satın alma davranışındaki temel unsurlardan biri risktir (Kumar ve Grisaffe, 2004:45). Algılanan satın alma kararlarında risk, özellikle satın alma sonucun belirsiz olduğu durumlarda ortaya çıkmaktadır (Dholakia, 2001). Algılanan risklerin çevrimiçi tüketicilerin satın alma kararları önemli ölçüde etkilediği görülmektedir (Antony vd, 2006). Çevrimiçi tüketiciler yüz yüze alışveriş yapanlardan üç sebepten dolayı daha fazla risk algılamaktadır; ürünü daha önce inceleyemezler, satış sonrası servis konusunda endişelidirler, ve online satış esnasında kullanılan dili tam olarak anlayamayabilirler (Hong and Yi, 2012). Tüketicilerin satın alma kararlarını önemli ölçüde belirleyen unsurlar fiyat ve kalitedir (Sanchez vd, 2006). Ürünün parasal değeri fiyat olarak arttıkça, ürünü satın almakla ilgili algılanan riskler de artmaktadır. Ürün satın almak için interneti kullanırken, temel riskler gizlilik sorunları ile ortaya çıkmaktadır (Pantano, 2014). Sağlanan ürün bilgisi, algılanan satın alma risklerini en aza indirmesi için önemlidir. Potansiyel müşteriler nispeten yüksek ürün riskleri söz konusu olduğunda kaynakların güvenilirliği hakkında daha fazla bilgi toplama eğilimindedir (Wang and Chang, 2013). Pappas (2016) tarafından yapılan çalışmada özellikle turizm sektöründe yapılan çevrimiçi satın alma davranışlarında algılan riskleri araştırmıştır. Bu çalışmada özellikle turizmde tüketicilerin satın alma niyetleri üzerine yüksek risk algıları olduğu ortaya çıkmıştır. Tüketicilerin algıladığı riskler; sosyal risk, finansal risk, fiziksel risk, zaman riski, performans riski, psikolojik risk gibi kategorilere ayrılmaktadır (Hirunyawipada ve Paswan 2006). Algılanan riskin azalması satın alma olasılığında artışa yol açar, dolayısıyla algılanan riski mümkün olan düzeyde düşürmek müşteri güvenini artırmak için etkili bir araçtır (Chang & Chen, 2008). Marakanon ve Panjakajornsak (2017) tarafından yapılan çalışmada algılanan riskin müşteri sadakatini etkilediği belirtilmiştir.

TÜKETİCİ YENİLİKÇİLİĞİ VE ALGILANAN RISK

Algılanan riskin, tüketicilerin bilgi arama eğilimlerini artırdığı ve araştırma yapmalarını teşvik ettiği söylenebilir (Batra ve Sinha, 2000). Tüketiciler belirsizliği asgari düzeye indirmek ve emin olmak için bilgi arayarak ürünün satın alınmasının kabul edilebilir seviyeye gelmesini hedeflerler (Dholakia, 2001:1348). Algılanan riskin tüketim bağlamında önemli bir faktör olduğu, nihayetinde bir ürünü satın alma kararını etkileyen önemli bir değişken olduğu görülmektedir (Sweeney vd, 1999:80, Teo ve Yeong, 2003:80). Yenilikçi tüketiciler yeni fikirleri ve ürünleri

benimseme konusunda daha isteklidirler. Daha genç olmak, eğitimde ortalamasının üzerinde olmak ve finansal durumu iyi olan müşteriler yenilikten kaynaklanan risk veya yüksek derecede belirsizliği kabullenebilirler (Lee ve Huddleston, 2008:25). Coward vd. (2008: 1122) yapmış oldukları araştırmada yeni hizmet veya ürün satın almada yenilikçiliğin algılanan riski negatif yönde etkilediğini sonucuna ulaşmıştır. Suki ve Suki (2007) tarafından yapılan çalışmada Malezya'daki tüketicilerin yenilikleri kabul etme ve online satın alma kararını dolaylı yoldan etkileyen davranışlarının en önemlisi risk algılaması olarak görülmektedir.

ARAŞTIRMA METODOLOJİSİ

Araştırmanın Yöntemi

Konya Selçuk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi'nde okuyan öğrencilerin tüketici yenilikçiliği ve algılanan riskin satın alma davranışı üzerine etkisini ortaya çıkarmayı amaçlayan araştırma nicel veriler temel alınarak genel ve ilişkisel tarama modelinde yürütülen bir araştırmadır. Tarama modelleri, fazla sayıda unsurdan oluşmakta olan bir evrenden, bu evren hakkında genel bir kanıya varmak maksadıyla, evrenin tüm unsurları veya evrenden alınacak olan bir grup, örnek ya da örneklem üzerinde gerçekleştirilen modellerdir. İlişkisel tarama modelleri ise iki ve fazla sayıdaki değişken arasında birlikte değişim derecesini ortaya çıkarmayı hedefleyen araştırma modelleridir. (Karasar, 2000:79). Bununla birlikte araştırmada ortaya çıkan sonuçların istatistiksel yönden anlamlı olup olmadıkları incelenecek ve hipotezlerin kabul edilip edilmeyeceği değerlendirilecektir.

Araştırmanın Evren ve Örneklemi

Araştırmanın temel amacı tüketici yenilikçiliği ve algılanan risk düzeyinin satın alma niyetine etkisini incelemektir. Araştırma kapsamında veri toplama aracı olarak anket yöntemi kullanılmıştır. Araştırmanın örnekleme Konya Selçuk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi'nde öğrenim gören öğrencilerden oluşmaktadır. 2018 Mayıs ayı verilerine göre bu fakültede toplam 6800 öğrenci eğitim görmektedir. Tüm öğrencilere ulaşmak uzun bir süreç ve maliyet oluşturduğu için araştırma ana kütleyi temsil edebilecek bir örneklem ile gerçekleştirilmiştir. Örneklemi oluşturmak için hazırlanan örneklem büyüklükleri ($\alpha=0.05$) tablosu göz önüne alınarak örneklem büyüklüğü ± 0.05 örneklem hatası $p=0,5$ ve $q=0,5$ güven aralığı olarak belirlenmiştir. Yapılan değerlendirme kapsamında ($\alpha=6800$) kişilik bir evreni ($n=364$) kişiden oluşacak bir örneklem grubunun $0,05$ anlamlılık ve $\% 5$ hoşgörü düzeyinde temsil edebileceği düşünülmektedir (Altunışık ve diğerleri, 2017:135). Araştırmada örnekleme dahil edilecek öğrencilere karar verilmesinde kolayda örnekleme yöntemi seçilmiştir. Kolayda örnekleme yönteminde ana nokta, ankete katılan herkesin örneğe dahil edilmesidir (Altunışık ve diğerleri, 2010:140). Tüketici yenilikçiliği, algılanan risk ve satın alma davranışı anket soruları Vandecasteele ve Geuens (2010) tarafından oluşturulan Güdülenmiş Tüketici Yenilikçiliği ve Stone ve Mason (1995) tarafından oluşturulan Algılanan

Risk ölçeğinden alınmıştır. Tüketici yenilikçiliği anket sorularında 20, algılanan risk anket sorularında 16, satın alma davranışı anket sorularında 3 ifade yer almaktadır. Ölçekler “Kesinlikle Katılmıyorum” ile “Kesinlikle Katılıyorum” olmak üzere 5’li likert olarak puanlanmaktadır. Verilerin dağılımlarını test etmek amacıyla Kolmogorov Simirnow testi uygulanmıştır. Test sonuçları doğrultusunda tüketici yenilikçiliği verilerinin (Test İstatistiği:0.106, p=0.00), algılanan risk verilerinin (Test İstatistiği: 0,216, p=,000), satın alma davranışı verilerinin (Test İstatistiği:0,275, p=,000) ters hipotez olarak normal dağılmadığı ortaya çıkmaktadır. Tip I ve Tip II hata oluşmaması adına veriler için non-parametrik analizler uygulanmıştır. Verilerin analiz sürecinde Friedman, çift yönlü Anova testi, Cronbach’s Alfa güvenirlik testi, tanımlayıcı istatistikler, iki grubun kıyas edilmesinde Mann Whitney U Testi ve ikiden çok grubun kıyaslanmasında Kruskal Wallis H Testi uygulanmıştır. Araştırmanın anlamlılık düzeyi $p<0,05$ olarak belirlenmiştir. Analizin uygulanması neticesinde ortaya çıkan bulgular, araştırma sorularıyla uygun şekilde tablolarla ifade edilerek yorumlanmıştır.

Araştırmanın Hipotezi

Tüketici yenilikçiliği ve risk algılamasının satın alma davranışı üzerindeki etkisinin incelendiği bu çalışmanın hipotezleri;

H_0 = Tüketici yenilikçiliği, algılanan risk ve satın alma davranışı arasında pozitif bir ilişki yoktur ($p>,01$).

H_{a1} = Tüketici yenilikçiliği, algılanan risk ve satın alma davranışı arasında pozitif bir ilişki vardır ($p<,01$).

H_0 =Katılımcıların cinsiyet değişkenine göre tüketici yenilikçiliği, algılanan risk ve satın alma davranışı ortalamaları eşittir ($\mu_1-\mu_2=0$).

H_{a2} =Katılımcıların cinsiyet faktörüne göre tüketici yenilikçiliği, algılanan risk ve satın alma davranışı ortalamaları farklıdır ($\mu_1-\mu_2\neq 0$).

H_0 =Katılımcıların yaş faktörüne göre tüketici yenilikçiliği, algılanan risk ve satın alma davranışı ortalamaları eşittir ($\mu_1-\mu_2=0$).

H_{a3} =Katılımcıların yaş faktörüne göre tüketici yenilikçiliği, algılanan risk ve satın alma davranışı ortalamaları farklıdır ($\mu_1-\mu_2\neq 0$).

ARAŞTIRMANIN BULGULARI

Bu bölümde araştırmaya ilişkin bulgular ve bulgular doğrultusunda yorumlara yer verilmektedir.

Katılımcıların Özellikleri

Araştırmanın bu bölümünde örnekleme ilişkin demografik faktörler değerlendirilmektedir.

Tablo 1: Demografik Özellikler

Demografik Bilgiler		Sayı	Yüzde
Cinsiyet	Kız	179	49,2
	Erkek	185	50,8
Yaş	17-19 Yaş	137	37,6
	20-22 Yaş	126	34,6
	22 Yaş ve Üzeri	101	27,7

Tablo 1’de görüldüğü üzere araştırmaya katılanların % 49,2’sini kız öğrenciler % 50,8’ini erkek öğrenciler temsil etmektedir. Öğrencilerin yaş dağılımlarının % 37,6’sını 17-19 yaş grubu % 34,6’sını 20-22 yaş grubu % 27,7’sini 22 yaş ve üzeri yaş grubundaki tüketiciler oluşturmaktadır.

Tüketici Yenilikçiliği Önergeleri

Araştırma doğrultusunda katılımcıların tüketici yenilikçiliği düzeylerini ortaya çıkarmak amacıyla Tablo 2’deki maddeler beşli likert ölçeği ile uygulanmıştır.

Tablo 2: Tüketici Yenilikçiliği Önergeleri

Sosyal Yenilikçilik	Aritmetik Ortalama	Standart Sapma
Başkaları üzerinde etki edecek yenilikleri satın almayı severim.	4,66	0,52
Başkalarından beni ayıracak yeni bir ürüne sahip olmayı isterim	4,56	0,52
Kendimi arkadaşlarıma ve yakınlarıma gösterebileceğim yeni ürünleri denemeyi isterim	4,47	0,83
Arkadaşlarımla sahip olmadıkları yeni ürünleri almak suretiyle onların önünde olmayı isterim	4,52	0,80
Çevremdeki insanlar tarafından farkedilebilen ve saygınlığımı artıracak yenilikleri kesinlikle satın alırım	4,57	0,81
Fonksiyonel Yenilikçilik		
Zamandan tasarruf etmemi sağlayacak yeni bir ürün satışı çıkarsa, onu hemen satın alırım	4,41	0,86
Daha fazla konfor ve rahatlık sağlayacak yeni bir ürünü satın alma konusunda tereddütte bulunmam	4,20	0,96
Daha çok fonksiyonel özelliklere sahip olan yeni bir ürünü satın alma noktasında tereddütte bulunmam	4,26	0,96
Daha fazla kullanışlı olan yeni bir ürün keşfedersem onu satın almayı tercih ederim	4,46	0,76
İşimi ve hayatımı daha çok kolaylaştıracak olan yeni bir ürünü satın almak benim açımdan zorunluluktur	4,47	0,59
Hedonik Yenilikçilik	4,53	0,64
Yenilikleri içeren ürünleri kullanmak bana zevk verir	4,54	0,67
Yeni ürünler satın almak beni iyi hissettirmektedir	4,62	0,63
Yenilikler yaşantımı heyecanlı ve canlı yapmaktadır	4,67	0,50
Bir yeniliğe sahip olmak beni mutlu eder	4,65	0,53

Yenilikleri keşfetmek beni keyiflendirir	4,53	0,64
Bilişsel Yenilikçilik		
Çoğu zaman sorunlarımı çözmeye yardım eden yenilikleri satın alırım	4,65	0,48
Bilgilerimi geliştirecek olan yenilikleri bulurum ve bu yenilikleri hemen satın alırım	4,68	0,51
Beni mantıksal olarak düşünmeye yönelten yeni ürünleri sık sık satın alırım	4,63	0,49
Yeteneklerimi geliştirebilecek yeni ürünleri sık sık satın alırım	4,61	0,52
Zihnimi çalışmaya yönelten yeni ürünleri satın alan tüketiciyimdir	4,68	0,50

Notlar: (i) n=364 (ii) Crombach's Alfa=.813 (iii) Ölçekte 1=Kesinlikle Katılmıyorum ve 5= Kesinlikle Katılıyorum anlamındadır (iv). Friedman çift yönlü Anova testine göre $\chi^2= 260.364$, $p=.000$ sonuçlar istatistiksel açıdan anlamlıdır.

Tablo 2'ye bakıldığında yenilikçi tüketicilik düzeyinin bütün önermeler için yüksek seviyede olduğu görünmektedir. Bir diğer ifadeyle katılımcılar; Sosyal Yenilikçilik boyutunda, başkaları üzerinde etki edecek yenilikleri satın almayı severim (4,66±0,52), başkalarından beni ayıracak yeni bir ürüne sahip olmayı isterim (4,56±0,52), kendimi arkadaşlarıma ve yakınlarıma gösterebileceğim yeni ürünleri denemek isterim (4,47±0,83), arkadaşlarımla sahip olmadıkları yeni ürünleri satın almak suretiyle onların önünde olmayı isterim (4,52±0,80), çevremdeki insanlar tarafından farkedilebilen ve saygınlığımı artıracak yenilikleri kesinlikle satın alırım (4,57±0,81), önermelerinde tüketici yenilikçiliği alt boyutu olan sosyal yenilikçilik algı düzeyleri yüksektir.

Fonksiyonel Yenilikçilik boyutunda; zamandan tasarruf etmemi sağlayacak yeni bir ürün satışa çıkarsa, onu hemen satın alırım (4,41±0,86), daha fazla konfor ve rahatlık sağlayacak yeni bir ürünü satın alma konusunda tereddütte bulunmam (4,20±0,96), daha çok fonksiyonel özelliklere sahip olan yeni bir ürünü satın alma noktasında tereddütte bulunmam (4,26±0,96), daha fazla kullanışlı olan yeni bir ürün keşfedersem onu satın almayı tercih ederim (4,46±0,76), İşimi ve hayatımı daha çok kolaylaştıracak olan yeni bir ürünü satın almak benim açımdan zorunluluktur (4,47±0,59), önermelerinde tüketici yenilikçiliği alt boyutu olan fonksiyonel yenilikçilik algı düzeyleri yüksektir.

Hedonik Yenilikçilik boyutunda; yenilikleri kullanmak bana haz verir (4,53±0,64), yeni ürünler almak kendimi iyi hissettirir (4,54±0,67), yenilikler hayatımı heyecanlı ve canlı kılar (4,62±0,63), bir yeniliğe sahip olmak beni mutlu eder (4,67±0,50), yeniliklerin keşfi beni neşelendirir/keyiflendirir (4,65±0,53), önermelerinde tüketici yenilikçiliği alt boyutu olan hedonik yenilikçilik algı düzeyleri yüksektir.

Bilişsel Yenilikçilik boyutunda; çoğunlukla sorunumu çözmeye yardım eden yenilikleri satın alırım (4,65±0,48), bilgilerimi geliştirecek yenilikleri bulur ve bu yenilikleri hemen satın alırım (4,68±0,51), beni mantıksal olarak düşünmeye sevk eden yeni ürünleri sıklıkla satın alırım (4,63±0,49), yeteneklerimi geliştirecek yeni

ürünleri sıklıkla satın alırım ($4,61\pm 0,52$), zihnimi çalıştıran yeni ürünleri satın alan bir insanımdır ($4,68\pm 0,50$), önermelerinde tüketici yenilikçiliği alt boyutu olan bilişsel yenilikçilik algı düzeyleri yüksektir.

Araştırma bünyesinde katılımcıların algılanan risk seviyelerini değerlendirmek amacıyla Tablo 3’deki maddeler beşli likert ölçeği ile uygulanmıştır.

Tablo 3: Algılanan Risk Önermeleri

Performans/Fiziksel Risk	Aritmetik Ortalama	Standart Sapma
Yeni bir ürün satın alma sürecinde ondan istediğim performansı alacağımdan endişe duyarım	4,36	1,14
Yeni bir ürün satın alırken istediğim faydaları vereceğinden emin olmak isterim	4,20	1,15
Satın aldığım yeni ürünün hangi düzeyde güvenilir olduğu konusunda endişelenirim	4,08	1,11
Yeni bir ürünü kullanırken onun sağlığıma zararlı olabileceğinden endişe duyarım	4,36	0,82
Yeni bir ürünün etrafımdaki insanların sağlığına zararlı olabilmesinden endişe duyarım	4,41	0,82
Satın almayı düşündüğüm yeni bir ürünün güvenilir olması benim açımdan önemli bir husustur	4,37	0,83
Yeni bir ürüne sahip olmama düşüncesi beni endişelendirir	4,46	0,80
Sosyal Risk		
Yeni bir ürün kullandığımda arkadaşlarımdan ve yakınlarımdan övgü veya takdir görememek beni endişeye sevk eder	4,48	0,77
Yeni bir ürünü satın aldığımda arkadaşlarımla ve yakınlarımla beni şov yaptığım için eleştirmesinden endişe duyarım	4,54	0,76
Yeni bir ürün sebebiyle arkadaşlarım tarafından alay edilmekten endişe ederim	4,59	0,71
Zaman Risk		
Yeni bir ürün satın aldığım zaman bu ürünün nasıl kullanılacağını öğrenmemin çok zaman almasından endişelenirim	4,57	0,73
Yeni bir ürün satın alma sürecinde zaman harcamaktan endişelenirim	4,57	0,74
Yeni bir ürünle gereksiz bir şekilde oyalanarak zaman harcamama sebep olmasından endişelenirim	4,62	0,76
Finansal Risk		
Yeni bir ürün satın alacağımda paramı boş yere harcamaktan endişe duyarım	4,33	1,11
Yeni bir ürün alırken yaptığım harcamanın akıllıca olmaması ihtimalinden endişe duyarım	4,31	1,12
Yeni satın aldığım bir ürünün aldığım paraya değmesini arzu ederim	4,35	1,15

Notlar: (i) $n=364$ (ii) Cronbach’s Alfa=.943 (iii) Ölçekte 1=Kesinlikle Katılmıyorum ve 5= Kesinlikle Katılıyorum anlamındadır (iv) Friedman çift yönlü Anova testine göre $\chi^2= 211.343$, $p=.000$ sonuçlar istatistiksel bakımdan anlamlıdır.

Tablo 3 incelendiğinde risk algı düzeylerinin tüm önermeler için yüksek düzeyde olduğu ortaya çıkmaktadır. Başka bir ifadeyle katılımcılar; Performans/Fiziksel Risk boyutunda, yeni bir ürün satın alma sürecinde ondan istediğim performansı alacağımdan endişe duyarım (4,36±1,14), yeni bir ürün satın alırken istediğim faydaları vereceğinden emin olmak isterim (4,20±1,15), satın aldığım yeni ürünün hangi düzeyde güvenilir olduğu konusunda endişelenirim (4,08±1,11), yeni bir ürünü kullanırken onun sağlığıma zararlı olabileceğinden endişe duyarım (4,36±0,82), yeni bir ürünün etrafımdaki insanların sağlığına zararlı olabilmesinden endişe duyarım (4,41±0,82) satın almayı düşündüğüm yeni bir ürünün güvenilir olması benim açımdan önemli bir husustur (4,37±0,83), yeni bir ürüne sahip olmama düşüncesi beni endişelendirir 4,46±0,80, önermelerinde algılanan risk alt boyutu olan performans/fiziksel risk düzeyleri yüksektir.

Sosyal Risk boyutunda, yeni bir ürün kullandığımda arkadaşlarımdan ve yakınlarımdan övgü veya takdir görememek beni endişeye sevk eder (4,48±0,77), Yeni bir ürünü satın aldığımda arkadaşlarımla ve yakınlarımla beni şov yaptığım için eleştirmesinden endişe duyarım (4,54±0,76), yeni bir ürün sebebiyle arkadaşlarım tarafından alay edilmekten endişe ederim (4,59±0,71), önermelerinde algılanan risk alt boyutu olan sosyal risk düzeyleri yüksektir.

Zaman Risk boyutunda, yeni bir ürün satın aldığım zaman bu ürünün nasıl kullanılacağını öğrenmemin çok zaman almasından endişelenirim (4,57±0,73), yeni bir ürün satın alma sürecinde zaman harcamaktan endişelenirim (4,57±0,74), yeni bir ürünle gereksiz bir şekilde oyalanarak zaman harcamama sebep olmasından endişelenirim (4,62±0,76), önermelerinde algılanan risk alt boyutu olan zaman risk düzeyleri yüksektir.

Finansal Risk boyutunda, yeni bir ürün satın alacağımda paramı boş yere harcamaktan endişe duyarım (4,33±1,11), yeni bir ürün alırken yaptığım harcamanın akıllıca olmaması ihtimalinden endişe duyarım (4,31±1,12), yeni satın aldığım bir ürünün aldığım paraya değmesini arzu ederim (4,35±1,15) önermelerinde algılanan risk alt boyutu olan finansal risk düzeyleri yüksektir.

Araştırma bünyesinde katılımcıların satın alma davranışlarını ortaya çıkarmak amacıyla Tablo 4'deki maddeler beşli likert ölçeğiyle uygulanmıştır.

Tablo 4: Satın Alma Davranışı Önermeleri

Satın Alma Davranışı	Aritmetik Ortalama	Standart Sapma
Yeni ürünleri satın almaya karşı istekliyimdir	4,24	1,28
Yakın çevrem ve arkadaşlarıma satın aldığım yeni ürünleri tavsiye ederim	4,18	1,31
Gelecekte yeni ürünler satın almayı düşünmekteyim	4,35	0,99

Notlar: (i) n=364 (ii) Crombach's Alfa=.942 (iii) Ölçekte 1=Kesinlikle Katılmıyorum ve 5= Kesinlikle Katılıyorum anlamındadır. (iv) Friedman çift yönlü Anova testine göre ($\chi^2= 20.592$, p=.000) sonuçlar istatistiksel açıdan anlamlı görülmektedir.

Tablo 4'e bakıldığında satın alma davranışı düzeylerinin tüm önermeler için yüksek seviyede olduğu ortaya çıkmaktadır. Katılımcılar; yeni ürünleri satın almaya karşı istekliyimdir (4,24±1,28), yakın çevreme ve arkadaşlarıma satın aldığım yeni ürünleri tavsiye ederim (4,18±1,31), Gelecekte yeni ürünler satın almayı düşünmekteyim (4,35±0,99) önermelerinde satın alma davranışı düzeyleri yüksektir.

Bu araştırmanın temel amacı tüketici yenilikçiliği ve algılanan riskin satın alma davranışı üzerindeki etkisini analiz etmektir. Bu kapsamda tüketici yenilikçiliği, algılanan risk ve satın alma davranışı arasındaki ilişkiler non-parametrik dağılım olması sebebiyle Spearman's rhokorelasyonu ile incelenmiştir.

Tablo 5: Tüketici Yenilikçiliği, Algılanan Risk ve Satın Alma Davranışı Arasındaki İlişki

	Tüketici Yenilikçiliği	Algılanan Risk	Satın Alma Davranış
Tüketici Yenilikçiliği	1		
Algılanan Risk	.950** (p<0.01)	1	
Satın Alma Davranış	.636** (p<0.01)	.679** (p<0.01)	1

Not: **Spearman's rhokorelasyonu katsayısı, anlamlılık derecesi p<0.01

Tablo 5'deki korelasyon matrisinde ortaya konduğu üzere tüketici yenilikçiliği, algılanan risk ve satın alma davranışı arasındaki ilişki düzeyleri arasında istatistiksel olarak pozitif (p<0.01) bir ilişki bulunmaktadır. Genel olarak Spearman's rhokorelasyonu katsayılarının anlamlılığına bakıldığında; % 95 güven aralığı içinde p iki yönlü anlamlılık değeri 0.05'ten küçük olarak çıkmıştır. Dolayısıyla sıfır (null) hipotezi reddedilerek, alternatif olan hipotez kabul edilmiştir.

H_0 = Tüketici yenilikçiliği, algılanan risk ve satın alma davranışı arasında pozitif bir ilişki yoktur (p>,01).

H_{a1} = Tüketici yenilikçiliği, algılanan risk ve satın alma davranışı arasında pozitif bir ilişki vardır (p<,01).

Katılımcıların cinsiyet faktörüne göre tüketici yenilikçiliği, algılanan risk ve satın alma davranışı düzeylerinde fark olup olmadığı incelenmiştir.

Tablo 6: Cinsiyet Değişkenine Göre Tüketici Yenilikçiliği, Algılanan Risk ve Satın Alma Davranışı Algıları

	Kız (n=179)		Erkek (n=185)		Mann Whitney U Testi	
	Aritmetik Ortalama	Standart Sapma	Aritmetik Ortalama	Standart Sapma	Z	p
Tüketici Yenilikçiliği	4,52	0,31	4,55	0,31	1,289	,197
Algılanan Risk	4,39	0,62	4,43	0,72	1,200	,230
Satın Alma Davranışı	4,23	1,14	4,27	1,13	,583	,560

Tablo 6'da görüldüğü üzere kız ve erkek öğrencilerin tüketici yenilikçiliği, algılanan risk ve satın alma davranışı algı düzeyleri cinsiyet değişkeninde Mann Whitney U Testi sonuçlarına göre istatistiksel bakımdan anlamlı bir farklılığın

olduğu görülmektedir. Genel olarak Mann Whitney U tablosuna bakıldığında; % 95 güven aralığı içinde p iki yönlü anlamlılık değeri 0.05'ten küçük çıkmıştır. Dolayısıyla sıfır (null) hipotezi reddedilerek, alternatif olan hipotez kabul edilmiştir.

H_0 =Katılımcıların cinsiyet faktörüne göre tüketici yenilikçiliği, algılanan risk ve satın alma davranışı ortalamaları eşittir ($\mu_1-\mu_2=0$).

H_{a2} =Katılımcıların cinsiyet faktörüne göre tüketici yenilikçiliği, algılanan risk ve satın alma davranışı ortalamaları farklıdır ($\mu_1-\mu_2\neq 0$).

Katılımcıların yaş faktörüne göre tüketici yenilikçiliği, algılanan risk ve satın alma davranışı algı düzeylerinde farklılık olup olmadığı incelenmiştir.

Tablo 7: Yaş Değişkenine Göre Tüketici Yenilikçiliği, Algılanan Risk ve Satın Alma Davranışı Algıları

	17-19 Yaş (n=137)		20-22 Yaş (n=126)		22+ Yaş (n=101)		Kruskal Wallis H Testi	
	Ort.	S.Sp.	Ort.	S.Sp.	Ort.	S.Sp.	X ²	p
Tüketici Yenilikçiliği	4,52	0,33	4,55	0,30	4,55	0,30	,318	,853
Algılanan Risk	4,41	0,69	4,38	0,75	4,45	0,54	,090	,956
Satın Alma Davranışı	4,26	1,14	4,29	1,15	4,19	1,11	4,434	,109

Tablo 7'de görüldüğü üzere bütün yaş gruplarında tüketici yenilikçiliği, algılanan risk ve satın alma davranışı algı düzeyleri yaş değişkeninde Kruskal Wallis H Testi sonuçlarına göre istatistiksel açıdan anlamlı bir farklılığın olduğunu göstermektedir. Kruskal Wallis H testi tablo değeri incelendiğinde; % 95 güven aralığı içinde p iki yönlü anlamlılık değeri 0.05'ten küçük çıkmıştır. Dolayısıyla sıfır (null) hipotezi reddedilerek, alternatif olan hipotez kabul edilmiştir.

H_0 =Katılımcıların yaş faktörüne göre tüketici yenilikçiliği, algılanan risk ve satın alma davranışı eşittir ($\mu_1-\mu_2=0$).

H_{a3} =Katılımcıların yaş değişkenine göre tüketici yenilikçiliği, algılanan risk ve satın alma davranışı farklıdır ($\mu_1-\mu_2\neq 0$).

SONUÇ

Bu çalışmada Selçuk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi'nde okuyan öğrencilerin tüketici yenilikçiliği ve algılanan riskin satın alma davranışına etkisini ortaya koymak amacıyla yapılan araştırma ile seçilen örnekleme sürecin nasıl işlediği açıklanmıştır. Araştırmada öğrencilerin, tüketici yenilikçiliği algıları, risk düzeyleri ve satın alma davranış düzeyleri yüksek çıkmıştır. Bu kapsamda araştırmanın temel amacı çerçevesinde öne sürülen korelasyon matrisinde görüldüğü üzere; tüketici yenilikçiliği, algılanan risk ve satın alma davranışı ortalamaları arasında anlamlı ve pozitif bir ilişkinin olduğu sonucu ortaya çıkmıştır. Kız ve erkek öğrencilerin tüketici yenilikçiliği, algılanan risk ve satın alma davranışı algı düzeyleri cinsiyet değişkeninde Mann Whitney U Testi sonuçlarına göre istatistiksel bakımdan anlamlı bir farklılığın olduğunu göstermektedir. Yaş gruplarında tüketici yenilikçiliği, algılanan risk ve satın alma davranışı algı

düzeyleri, yaş değişkeninde Kruskal Wallis H Testi sonuçlarına göre istatistiksel bakımdan anlamlı bir farklılığın olduğunu göstermektedir. Araştırma sonuçlarına göre tüketicilerin karar alma süreçlerinde tüketici yenilikçiliği ve algılanan risk faktörlerinin önemli bir etken olduğu ortaya çıkmaktadır. Günümüz sert rekabet ortamında öne geçmek isteyen işletmeler yeniliği benimseyen ve yenilikçi ürün ve hizmetleri kullanmaya hevesli tüketicileri keşfetmeleri ve onlara yönelik pazarlama ve satış yöntemleri geliştirmelidir. Yenilikçi müşterilerin artması işletmelerin de bu doğrultuda hatta daha çok yeniliklere açık ve inovasyon alanında önde olmaları gerektiğini göstermektedir. Tüketicilerin kararlarını etkileyen diğer bir unsur olan algılanan risk faktörü de işletme sayısının gün geçtikçe arttığı, taklit ürünler geliştirmenin kolay hale geldiği günümüzde oldukça önemli hale gelmiştir. Tüketiciler ürün veya hizmetlerin konforlu, estetik, uygun fiyatlı olması gibi faktörlerin yanında güvenilir ve güvenli olmasını da oldukça önemsemektedir. Sosyal medya ve internetin yaygınlaşmasıyla olumsuz bir durum çok çabuk yayılabilmekte ve süreci yönetmek bazen oldukça zorlaşmaktadır. Bu kapsamda işletmelerin ve markaların güvenilirlik kazanması ve risk düzeylerini minimize etmesi satışları ve karları artırmada çok önemli bir rol oynamaktadır. Sonuç olarak yeniliklere açık olan, inovasyona önem veren, yenilikçi tüketicilere dokunabilen ve tüketicilerin risk algısını başarılı bir şekilde yöneten ve bunları ortadan kaldıran işletmeler rekabette öne geçebilecektir.

KAYNAKÇA

- Altunışık, R ve Diğerleri (2017). *Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri* (9.Baskı). Sakarya: Sakarya Yayıncılık
- Amirshahi, M., Yazdani, H. R., and Alipour, E. (2014). "Investigation of Green Marketing Tools' Effect on Consumers Behavior among Members of Social Networks in Iran". *New Marketing Research Journal*, 3(4).
- Antony, S., Lin, Z., Xu, B., (2006)." Determinants of escrow service adoption in consumer-to-consumer online auction market: an experimental study. *Decis. Support Syst.* 42 (3), 1889–1900.
- Bartels, J., Reinders, M.J. (2011) "Consumer innovativeness and its correlates: A propositional inventory for future research. *Journal of Business Research*, 64, 601–609.
- Batra, R., Sinha, I. (2000). Consumer-Level Factors Moderating The Success Of Private Label Brands. *Journal of Retailing*, 76(2), 175–191.
- Bülbül, H., Özoğlu, B. (2014). "Tüketici Yenilikçiliği ve Algılanan Riskin Satın Alma Davranışına Etkisi". *Erciyes Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, Sayı: 44, Temmuz-Aralık 2014 ss. 43-58.
- Chang, H.H., Chen S.W., (2008) "The impact of online store environment cues on purchase intention: Trust and perceived risk as a mediator", *Online Information Review*, Vol. 32 Issue: 6, pp.818-841.
- Cotte, j., Wood, S. (2004). Families and Innovative Consumer Behavior: A Triadic Analysis of Sibling and Parental Influence. *Journal of Consumer Research*, 31, 78-86.
- Cowart, K O, Fox G L and Wilson A E 2008, A Structural Look at Consumer Innovativeness and Self-Congruence in New Product Purchases, *Psychology & Marketing*, 25(12), 1111-1130.
- Dholakia, U.M., 2001. A motivational process model of product involvement and consumer risk perception. *Eur. J. Mark.* 35 (11–12), 1340–1360.
- Goldsmith, R. E., & Foxall, G. R. (2003)." The measurement of innovativeness. In L. V. Shavinina (Ed.). *The international handbook on innovation* (321–330).
- Hirschman, E. C. (1980). "Innovativeness, Novelty Seeking and Consumer Creativity". *Journal of Consumer Research*, 7, 283–295.

- Hirunyawipada, T., and Paswan, A. K. (2006). Consumer Innovativeness and Perceived Risk: Implications for High Technology Product Adoption. *Journal of Consumer Marketing*, 23(4), 182–198.
- Hong, Z., Yi, L., 2012. “Research on the influence of perceived risk in consumer online purchasing decision”. *Phys. Procedia* 24 (B), 1304–1310.
- Hussain, S., Rashidi, M., and Bukhari, F. (2014). “Consumer Innovativeness leading to Innovation Adoption”. *Journal of Business and Management*, 6(27), 229–235.
- Jordaan Y, Simpson MN. Consumer innovativeness among females in specific fashion stores in theMenlyn shopping centre. *J FamEcol ConsumSci* 2006;34:32–40.
- Karasar, N. (2000). *Bilimsel Araştırma Yöntemi* (10.Baskı), Ankara: Nobel Yayın Dağıtım.
- Kim, Y., Kim, S., and Rogol, E. (2017). “The Effects of Consumer Innovativeness on Sport Team Applications Acceptance and Usage”. *Journal of Sport Management*, 31(3), 241-255.
- Kumar, A., Grisaffe, D.B., 2004. “Effects on extrinsic attributes on perceived quality, customer value and behavioral intentions in b2b settings: a comparison across goods and service industries”. *J. Bus.—Bus. Mark.* 11 (4), 43–74.
- Lee, H., Huddleston, P. (2006). “Effects of E-Tailer and Product Type on Risk Handling in Online Shopping”, *Journal of Marketing Channels*, 13(3), 5-28.
- Leicht, T., Chtourou, A., Youssef, K.B. (2018). “Consumer innovativeness and intended autonomous car adoption. *Journal of High Technology Management Research.*”
- Marakanon, L., Panjakajornsak, V. (2017). “Perceived quality, perceived risk and customer trust affecting customer loyalty of environmentally friendly electronics products.” *Kasetsart Journal of Social Sciences* 38 (2017) 24-30.
- Midgley, D. F., Dowling, G. R. (1978). “Innovativeness: The concept and its measurement”. *Journal of Consumer Research*, 4, 229–242.
- Pantano, E.,(2014). “Innovation drivers in retail industry”. *Int. J. Inf. Manag.* 34 (3), 344–350.
- Pauwels K, Silva-Risso J, Srinivasan S, Hanssens DM. (2004). “New products, sales promotions,” and firm value: the case of the automobile industry. *J Mark*, 68:142–56.
- Pappas, N., (2014). “The effect of distance, expenditure and culture on the expression of social status through tourism”. *Tour. Plan. Dev.* 11 (4), 387–404.
- Roehrich, G. (2004). “Consumer Innovativeness, Concepts and Measurements”. *Journal of Business Research*, 57(6), 671–677.
- Sanchez, J., Callarisa, L., Rodriguez, R.M., Moliner, M.A., 2006. “Perceived value of the purchase of a tourism product”. *Tour. Manag.* 27 (3), 394–409.
- Sreejesh, S. (2011). Consumers’ Evaluation of Brand Extensions: “An Application of Multiple-Group Causal Models in Assessing Cross Product Category Measurement Equivalence.” *Journal of Business and Management Horizons*, 36(2), 1-23.
- Steenkamp, J. B. E. M., Hofstede, F., & Wedel, M. (1999). “A cross-national comparison into the national and national cultural antecedents of consumer innovativeness”. *Journal of Marketing*, 63(2), 55–69.
- Suki, N., Suki, N.H. (2007), “Online Buying In-novativeness: Effects of Perceived Value, Perceived Risk and Perceived Enjoyment”, *International Journal of Business and Society*; 8(2), 81-93.
- Sweeney, J., Soutar, G., Johnson, L. (1999). “The Role of Perceived in the Ouality-Value Relationship: A Study in a Retail Environment. *Journal of Retailing*, Volume 75(1), 77-105.
- Tellis, G, Yin, E., Simon., Bell,S. (2009), “Global Consumer Innovativeness: Cross-Country Differences and Demographic Commonalities” *Journal of International Marketing*, (17) 1-22.
- Teo, T., Yeong, Y.T., (2003). Assessing the consumer decision process in the digital marketplace. *Omega* (31), 349 – 363.
- Vandecasteele B., Maggie, G. (2010) “Motivated Consumer Innovativeness: Concept, Measurement, And Validation”, *Intern. J. Of Research in Marketing* (27), 308–318.
- Wang, J.C., Chang, C.H., 2013. How online social ties and product-related risks influence purchase intentions: a Facebook experiment. *Electron. Commer. Res. Appl.* 12 (5), 337–346.

KIRIM HANLIĞI'NDA TUZ ÜRETİMİ VE TUZLALAR

İsmail BÜLBÜL¹, Mustafa IŞIK²

GİRİŞ

İnsanoğlunun günlük yeterli miktarda yemeklik tuz alımı, organizmanın hayati fonksiyonlarını yerine getirebilmesi için fizyolojik bir gereksinimdir. Avcı toplumlar ve kültürlerde yeterli miktardaki tuz ihtiyacı taze et vasıtasıyla karşılanırken tarıma geçiş ile birlikte günlük hayatta daha az tuz kullanılmaya başlanmıştır (Stöllner, 2007: 313). Ancak yine de insanoğlunun yakın zamana kadar tuz tüketimi oldukça fazlaydı. Bu nedenle yüzyıllar boyu insanların birçoğu çok erken yaşta hayatlarını kaybetmekteydiler. Ortalama yaşam süresinin bu denli kısa olmasının en temel sebebi o dönemlerde insanların aşırı tuzlu yiyecekler tüketmesidir. 20. yüzyıla gelindiğinde kişi başı tuz tüketimi artık belirgin bir şekilde azalmıştır (Klein and Helden, 2018: 17).

Tuz tarihi ile uğraşan Fransız ekonomi tarihçileri 1950'li yılların sonunda bu konuda farklı evrelerin olduğunu ortaya koymuşlardır. Bu tarihçiler, ilk olarak tuzun 9-12. yüzyıllar arasında özellikle kiliselerde egemenlik amacıyla kullanıldığı evre, sonra tuzun ödeme aracı olarak kullanıldığı siyasi evre ve son olarak deniz ticaretinin gelişimi sayesinde ortaya çıkan ekonomik evre olmak üzere başlıca üç döneme ayırmışlardır (Hocquet, 1990: 81). Bu evrelerin detaylarına girmeden tuzun daha basit kullanım amacına göre konumuza dönecek olursak; önemli bir beslenme, sanayi ve ticaret maddesi olan tuzun koruyucu ve tat verici özellikleri nedeniyle yaraları iyileştirmek, suları dezenfekte etmek, yiyecekleri lezzetlendirmek, korumak gibi işlevlerinden dolayı insanlık tarihi boyunca oldukça yaygın alanlarda kullanıldığı bilinmektedir. Dolayısıyla tuzun tarih boyunca ticari potansiyelinin bilinmesiyle birlikte tuzun üretilmesi, saklanması, kullanılması, ticaretinin yapılması, vergilendirilmesi gibi hususlarda siyasi otoriteler tarafından bir takım düzenlemeler yapılarak zaman zaman sıkı kurallar koyulmuştur (Beyoğlu, 2004: 201).

1 Doç. Dr., Hatay Mustafa Kemal Üniversitesi, Fen-Edebiyat Fakültesi, Tarih Bölümü, ibulbul@mku.edu.tr, ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-8301-4269>.

2 Doç. Dr., Hatay Mustafa Kemal Üniversitesi, Fen-Edebiyat Fakültesi, Tarih Bölümü, misik@mku.edu.tr, ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-4614-6799>.

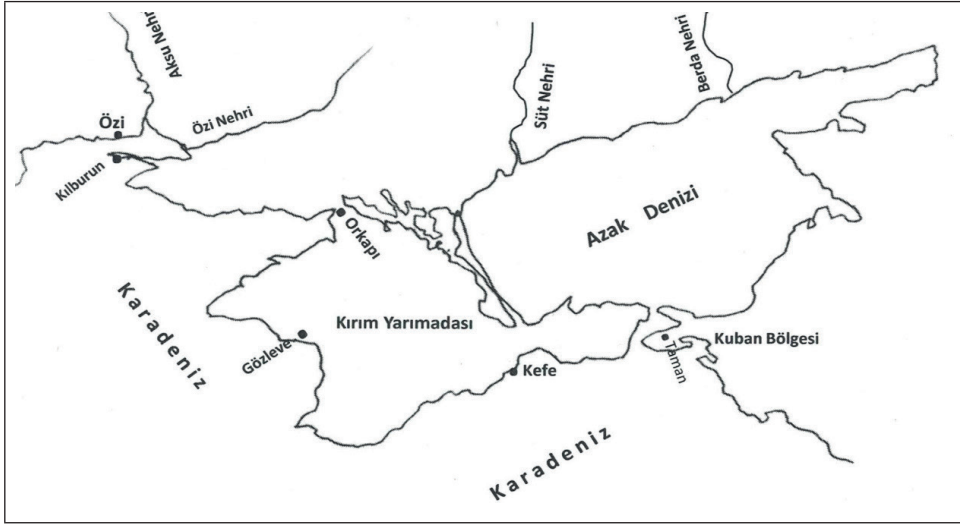
TUZ GÖLLERİ

Kırım Hanlığı'ndaki tuz gölleri Özi Nehri'nin Karadeniz'e döküldüğü yerde, Berda Nehri ile Süt Nehri arasında kalan sahada, Kuban Bölgesi'nde ve Kırım Yarımadası'nda bulunmaktadır (bk. Harita 1). Özi Nehri civarındaki tuz Kılburun Kıstağı'nda, Kılburun Kalesi ile Kopkovi denilen yer arasındaki 16 gölden elde edilmektedir (Pallas, 1812: 475; BOA, Cevdet Hariciye, No: 17/818; Köse, 2006: 149).

Berda Nehri ile Süt Nehri arasındaki tuz gölleri Azak Denizi kıyısında yer almaktadır. 18. yüzyılın sonlarında Rusya'nın güney eyaletlerine ilmi bir gezi düzenleyen P. S. Pallas bu göllerin kar suyu ile beslendiğini, bu yüzden tuzun göllerde nadiren meydana geldiğini ve teşekkül eden tuzun da düşük kaliteli olduğunu belirtmektedir. Pallas'ın verdiği bilgilere göre bu bölgeden elde edilen tuzun ticari bir değeri bulunmamakta ve elde edilen tuz sadece bölgeye yakın olan balıkçılar tarafından zaruret halinde kullanılmaktadır (Pallas, 1812: 475).

Kuban Bölgesi'ndeki tuz gölleri Temrük'te ve Taman Ovası'nda bulunmaktadır. Temrük tuzu kalitesizdir. Buna karşılık Taman tuzu hem kaliteli hem de bol miktardadır. Bununla birlikte Taman'dan elde edilen tuz bir ihraç ürünü olmaktan ziyade bölge sakinleri ve Çerkesler tarafından tüketilmektedir (Bülbül ve Işık, 2020: 449).

Harita 1: Kırım Hanlığı ve Hinterlandındaki Tuz Bölgeleri

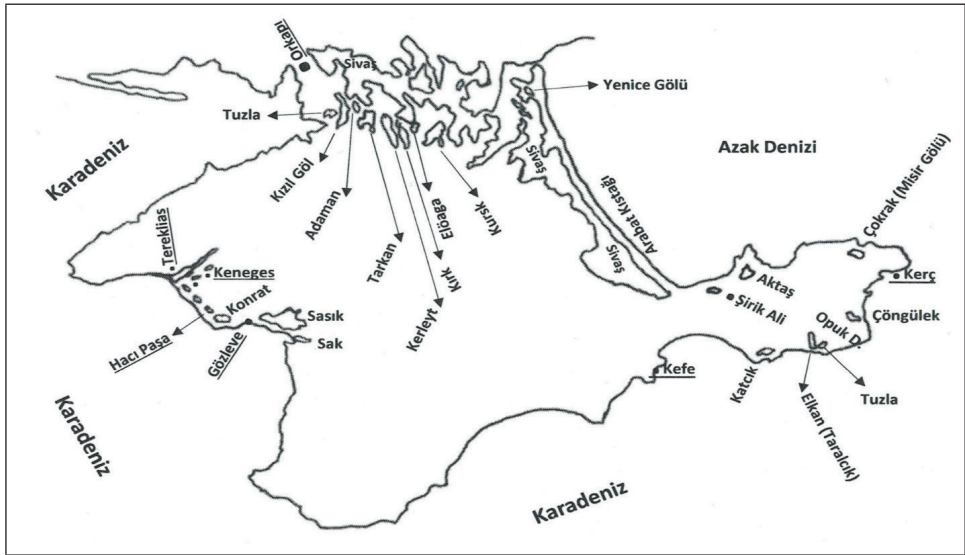


Kırım Hanlığı'ndaki en önemli tuz gölleri Kırım Yarımadası'ndaki Orkapı, Gözleve ve Kefe'de bulunmaktadır (bk. Harita 2). Orkapı'da tuz elde edilen göl sayısı dokuzdur. Bu göllerin ikisi Orkapı'nın 20 kilometre güneyinde birbirlerine yaklaşık 2 kilometre mesafede bulunan Tuzla Gölü ve Kızıl Göl'dür. Bu göller yarımadaı anakaraya bağlayan kıstağın üzerinde yer alırlar ve her ikisi de hem Karadeniz'e hem de Azak Denizi'nin bir iç denizi olarak görülen Sıvaş Denizi'ne uzaktırlar. Bu iki gölden elde edilen tuz miktarı yıllara göre değişebilmektedir. Bu

durum derelerin göllere taşıdığı tatlı su miktarıyla alakalıdır (Pallas, 1812: 9, 469).

Kızıl Göl'ün 1 kilometre doğusunda Adaman Gölü yer alır. Bu gölün tabanı çamurlu olduğundan gölden elde edilen tuzun ticari değeri bulunmaz. Fakat yine de bu gölün tuzunu almak isteyenler çıkabilmektedir. Adaman Gölü'nün 3 kilometre doğusunda Tarkan Gölü, onun yakınlarında ise Kızıl Göl'den daha fazla tuz elde edilen, ancak dibi çamurlu olan Kerleyt Gölü bulunur. Kerleyt Gölü'nün doğusunda sırasıyla Kırk Gölü ve Elöaga Gölü uzanır. Bu iki gölde düzenli olarak tuz birikmez. Buna ilaveten ana yollara uzaklığı nedeniyle tuz tüccarları bu göllere uğramayı kârlı bir iş olarak görmezler. Bundan dolayı bu göllerdeki tuz, göllerin etrafındaki köylüler tarafından kullanılmaktadır. Elöaga'nın 10 kilometre uzağında bulunan Kursk Gölü, bölgenin en büyük göllerinden birisidir. Ancak gölde nadiren tuz birikir. Bu yüzden Elöaga'da olduğu gibi sadece civar köylülerin tuz ihtiyacını karşılar. Orkapı bölgesindeki son tuz gölü Arabat Kıstağı üzerinde yer alan Yenice Gölü'dür. Gölün yüksek bir tuz kapasitesi bulunmaktadır. Bu yüzden ticari açıdan önemli bir yere sahiptir (Pallas, 1812: 471-472).

Harita 2: Kırım Yarımadası'ndaki Tuz Gölleri



Kırım Yarımadası'ndaki ikinci tuz bölgesi Gözleve'de yer almaktadır. Bu bölgedeki göller Gözleve'nin güneyinde ve kuzeyinde olmak üzere Karadeniz'in kıyısında uzanırlar. Gözleve'nin güneyinde, Gözleve'nin hemen yanında Sasık Gölü bulunur. Bu göldeki tuz, göle karışan tatlı sular nedeniyle kaliteli değildir. Buna karşılık Sasık Gölü'nün güneyinde yer alan ve Gözleve'ye 14 kilometre uzaklıkta bulunan Sak Gölü tuz açısından oldukça kaliteli ve zengindir. Ayrıca bu göl, gut hastalığı ve çeşitli kronik rahatsızlığı bulunanların tedavi olmak için sık sık uğradıkları bir yerdir. Gözleve'nin kuzeyinde ise Konrat Gölü ve Hacı Paşa Gölü ile Keneges, Terekli ve Kerleyt köyleri yakınlarında bulunan göller yer almaktadır (Pallas, 1812: 468).

Kırım Yarımadası'ndaki üçüncü tuz bölgesi Kefe'de bulunmaktadır. Kefe bölgesindeki en büyük tuz gölü, Boğaz Yarımadası'nda bulunan Aktaş Gölü'dür. Bu gölde düzenli olarak tuz birikmez. Üstelik oluşan tuz küçük tanelidir ve tuzun kazılarak çıkarılması zahmet isteyen bir iştir. Bir diğer tuz gölü Şirik Ali köyü yakınlarındadır. Bu gölün tuzu kaliteli değildir. Bu yüzden bu göle diğer göllerde tuz üretimi düştüğünde gelinir. Boğaz Yarımadası'nın kuzeydoğu ucunda bulunan Çokrak ya da diğer adıyla Misir Gölü'nde iyi kalitede ve bol miktarda tuz bulunur. Boğazın güney ucunda Çöngülek tuz gölü yer alır. Karadeniz kıyısında uzanan Opuk Dağı'nın batısında sırasıyla Tuzla, Elkan (Taralcık) ve Katsık gölleri bulunur (Pallas, 1812: 473-474).

TUZUN ÜRETİMİ VE NAKLİYESİ

Kırım'daki tuz göllerinde buharlaşma havuzları, isale kanalları ya da arklar bulunmamaktaydı. Tuz tamamen doğal bir şekilde oluşuyordu. Bu oluşum suyun buharlaşması ile gerçekleşiyordu. Su, Temmuz ayında tamamen buharlaşıyor ve gölün üzerinde yaklaşık bir karış kalınlığında bir tuz tabakası ortaya çıkıyordu. Orkapı, Gözleve ve Kefe'de bulunan verimli tuz göllerinde tuz, göllerin yakınlarında bulunan köylüler tarafından kerpiç gibi kesilerek çıkarılıyor ve elde edilen parçalar gölün yakınlarına yığılıyordu. Tuzu çıkaran köylülere *tuzcu* deniliyordu ve yaptıkları iş karşılığında bazı vergilerden muaf tutuluyorlardı. Ayrıca, tuz göllerinde tutukluların çalıştırıldığı da oluyordu. Buna ilaveten tuz, bölgeye tuz almak için gelenler tarafından da çıkarabiliyordu (Lyll, 1825: 228; Çelebi, 2011: 441, 485; Clarke, 1839: 112; Güçer, 1963: 99, 101, 124).

18. yüzyılın ikinci yarında Kırım'da bulunan Baron de Tott, Kırım'daki tuz göllerinden elde edilen tuzun kurutulması ve saklanması için herhangi bir deponun bulunmadığını belirtmektedir. Baron de Tott'e göre tuz sağlıklı bir şekilde depolanamadığından yağmurlar nedeniyle eriyip gitmekte ve bu hususiyet de tuz üretimini istikrarsızlaştırmaktadır (Tott, ts: 114). Gerçekten de iklim tuz üretimi konusunda belirleyici bir etkiye sahiptir. Tuz göllerine dökülen derelerdeki su miktarının artışı, tuz göllerinin deniz suyu yerine kar suyu ile dolması, tuz göllerindeki suyun tam olarak buharlaşmaması ve nihayet tuz üretimi sırasında yağın yağmurlar hem tuzun kalitesini hem de miktarını değiştirmektedir (Lyll, 1825: 228; Tott, ts: 114; Pallas, 1812: 467, 469, 473, 475; Güçer, 1963: 97).

Tuzun kârlı bir ticari araca dönüşmesini engelleyen başka etkenler de bulunmaktadır. Bunlardan birisi tuz göllerinin ana yollara olan uzaklığıdır. Gözleve'nin kuzeyinde yer alan tuz gölleri ile Orkapı'daki Kerleyt Gölü'nün doğusunda yer alan göller ana yollara olan uzaklığından dolayı zaman ve para kaybına yol açtığından tuz satın almak isteyenlerin öncelikli tercihleri arasında bulunmamaktadır. Diğer etken ise göllerin jeolojik yapısıyla ilgilidir. Bu yapı Kerleyt Gölü'nde olduğu gibi göllerin dibini çamurlu bir hale getirebilmekte ve tuzun piyasasını etkileyebilmektedir (Pallas, 1812: 469, 472).

Tuz hasadı hanlıkta dikkat çekici bir ticari canlılığa yol açmaktadır. Seyyahlar her yıl, Kırım tuzunu satın almak için hasat zamanı Deşt-i Kıpçak coğrafyasından gelen çok sayıda kervanın bulunduğunu belirtirler (Yudin, 1898: 467; Seymour, 1855: 29; Lyall, 1825: 226; Clarke, 1839: 112; Pallas, 1812: 10). Bu kervanlar genellikle iki ya da altı öküz tarafından çekilen ve büyüklüğü değişkenlik gösteren arabalardan oluşmaktadır (Clarke, 1839: 112). 1747'de Astrahan Valisi tarafından Kırım'a gönderilen Zubarov'un verdiği bilgilere göre ise bu arabaların bazıları on beş veya daha fazla öküz tarafından çekilmektedir (Yudin, 1898: 467).

Tuz yüklü arabalar, Rusya'ya, Polonya'ya ve tuz konusunda dışarıya bağımlı olan Ukrayna'ya gitmekteydi. Bu arabaların Rusya'daki son durakları Moskova, Petersburg veya Riga Körfezi idi. Arabalar uzun bir yolculuktan sonra bazen öküzleri ve üzerindeki yükleriyle birlikte satılıyor, bazen de başka yüklerle doldurulup geri dönüyorlardı (Beauplan, 1704: 601; Clarke, 1839: 112). Savaşların ortaya çıkardığı tehlikeler ve eşkıyalık faaliyetleri bir yana bırakılırsa bu arabaların yolculuk sırasında karşılaştıkları en büyük sorunlardan birisi dingillerinin ağır tuz yükü altında kırılmaları idi. Arabalar belirli bir yol kat etmeden önce kırılırsa bu bir tazminat meselesine dönüşebiliyordu (Tott, ts: 114).

Tuz, kara yolu dışında deniz yoluyla da nakledilebiliyordu. Deniz yolculuğu Karadeniz'in aniden beliren fırtınaları dışında çok fazla risk taşıyamıyordu. Ayrıca deniz yoluyla tek seferde kara yoluna göre daha fazla tuz taşınabiliyordu. Osmanlı arşiv belgelerine yansıyan iki kayıt bu hususta iyi bir örnek teşkil etmektedir. Bu kayıtlara göre 1758'de Lefteroğlu Yanaki Reis ile Keleş Mehmed Reis'e ait iki gemiye yaklaşık 18 ton tuz yüklenmiş idi (BOA, Ali Emiri-SOSM.III., No: 51/3647; BOA, Ali Emiri-SOSM.III., No: 55/3931). Denizin nakliyyede sağladığı kolaylık Azak Denizi'nin çevreleyen bölgede yaşayanların tuza erişimini kolaylaştırıyordu. Bu yüzden Azak Denizi'ndeki balıkçılar tuz almak için sık sık Kefe'deki Aktaş Gölü ile Arabat Kıstağı'nda bulunan Yenice Gölü'ne geliyorlardı (Pallas, 1812: 472-473).

TUZLALARIN İŞLETİLMESİ, ÜRETİM POTANSİYELİ VE GELİRLERİ

Kırım hanlarına bağlı olan Orkapı ve Gözleve'deki tuz göllerinin tasarrufu tartışmasız bir şekilde Kırım hanlarına aitti. Osmanlı Devleti tarafından idare edilen Kefe Eyaleti'ndeki verimli tuz gölleri ise—ki bunlar Kırım Yarımadası'nda bulunuyordu— Osmanlı Devleti tarafından tasarruf ediliyordu (Köse, 2015: 48).³ Buna karşılık Osmanlı Devleti işletilmeye değer görmediği tuz göllerinin idaresini ise —ki bunlar da Kuban Bölgesi'nde idi— bu göllerden elde edilen tuzdan belirli bir miktar vergi almak dışında Kırım hanlarına bırakmıştı (Akgündüz, 1993: 586; Güçer, 1963: 100). Kuban'da olduğu gibi Özi'deki tuzlalar da Kırım hanlarının denetiminde idi (Çelebi, 2011: 449; Kolodziejczyk, 2011: 40).

Tuzlaların işletilmesinde iki farklı yöntem uygulanmaktaydı. Bunlardan birincisi doğrudan devlet tarafından görevlendirilmiş bir memurun tuzun üretim ve

3 Kırım hanları Kefe'deki tuz göllerinin denetimini hanlığa 1774'te bağımsızlık verilince elde ettiler. (Laşkov, 1897-b: 36)

satışıyla ilgilenmesiydi. Bu memura tuz emini adı verilirdi (Güçer, 1963:108-111). Evliya Çelebi'nin anlatımına göre tuz emini tuzu tüccara satıp elde edilen gelirden Orkapı Kalesi'nde bulunan askerlerin, Orkapı Beyi'nin, nakibinin, müftüsünün ve Orkapı'da bulunan ulema ve şeylerinin maaşlarını ayırdıktan sonra geri kalanını hanlık hazinesine göndermekte idi (Çelebi, 2011: 441). Hanlık hazinesine gönderilen tuz gelirleri Kırım hanı, kalgay ve nureddin arasında pay ediliyordu (Laşkov, 1897-c: 37; BOA, Ali Emiri-SMST.III, No: 74/5452).

Tuzlaların işletilmesindeki ikinci usul, tuzlaların iltizama verilmesiydi. Bu usulde tuzlalar açık arttırma ile satışa çıkarılıyor, en fazla teklifi veren tuzlayı işletme hakkını elde ediyordu. Baron de Tott'a göre Yahudi ve Ermeni sermayedarları Orkapı tuzlalarının imtiyazını alabilmek için birbirleriyle yarışıyorlardı (Tott, ts: 114). 1774'te Kırım Hanlığı'nın bağımsızlığını elde etmesinden sonra tuzlaların iltizamı için yapılan rekabete Ruslar da dahil oldular. 1777'de dört Rus taciri 7 tuz gölünün iltizamını elde ettiler. Bu tacirlerin ödedikleri meblağ 215.000 ruble idi. Ancak bu rakama Gözleve ve Kerç gümrükleri ile bu iki şehirden elde edilen diğer gelirler de dâhildi. 1778'de ise Hohlovu isimli bir Rus taciri, yıllık 85.000 ruble olmak üzere 3 yıllığına Orkapı tuzlalarının işletmesini almıştı. Fakat Hohlovu'nun da ödemiş olduğu meblağ içerisinde Orkapı gümrüğünün gelirleri bulunuyordu (Laşkov, 1897-a: 26; Laşkov, 1897-b: 36, 49-50).

Tuz göllerinin diğer gelir kalemleriyle birlikte iltizama verilmesi üretilen tuz miktarının ve tuzdan elde edilen meblağın tespitini güçleştirmektedir. Bununla birlikte bu hususta bazı veriler de mevcuttur: Evliya Çelebi, seyahatnamesinin bir yerinde "*Kefe tuzu dedikleri tuz bu Or'da hasıl olup...47 yük akçe iltizamlı eminliktir*", bir başka yerinde ise Orkapı'daki Tuzla Gölü için "*on bin guruş hasıl olur eminliktir*" demektedir (Çelebi, 2011: 441, 447). 1 yük akçe 100.000 akçeye, 1 guruş ise 120 akçeye karşılık gelmektedir (İşbilir, 2013: 48; Pamuk, 2002: 458). Bu bağlamda Evliya Çelebi birisi 4.700.000, diğeri 1.200.000 akçe olmak üzere iki farklı rakam vermektedir. İlk rakam Orkapı tuzlalarının tamamını kapsamıyor ise rakamlar arasındaki farklılık iklimsel koşullardan dolayı tuz üretiminde yaşanan dalgalanmadan ileri gelmiş olabilir.

Tuz üretimindeki istikrarsız durum Osmanlı arşiv belgelerine de yansımıştır. 1782'de Özi Valisi'nden İstanbul'a gönderilen bir yazıda Özi tuzlarından "*40.000, 50.000 ve bazen 60.000 kileye değin*" tuz elde edildiğinden bahsedilmektedir (BOA, Ali Emiri-SABH.I., No: 255/17129). Bu belge aynı zamanda Özi'deki tuz üretimi hakkında ipucu da vermektedir. Söz konusu belgede Özi'den ortalama 50.000 Özi Kilesi tuz elde edildiği ve bunun 200.000 İstanbul Kilesi'ne karşılık geldiği belirtilmektedir. Özi Kilesi'nin kaç kilograma karşılık geldiği tespit edilememiştir. İstanbul Kilesi ise yüzyıllara ve tartılan ürünün türüne göre değişiklik göstermektedir. Mesela 16. yüzyılda 1 İstanbul Kilesi 25,65 kg. buğday ve un, 23, 09 kg. arpa almaktaydı (Kallek, 2002: 568-569; Taşkın, 2005: 234). Tuzun bu ürünlere göre farklı hacme sahip olması ihtimali, tuzun ıslak ya da kuru

oluşu gibi etkenler net bir rakama ulaşılmasını engelliyor. Öte yandan İstanbul Kilesi'nin buğday ve arpa kriterleri esas alınarak bir hesaplama yapıldığında Özi'deki tuz üretimi için 5.130 ton ve 4.618 ton olmak üzere iki farklı rakama ulaşılmaktadır. Bu bağlamda yıllık ortalama tuz üretiminin yaklaşık 4-5 bin ton olduğu varsayılabilir.

Kırım'daki tuz üretimine ilişkin en net rakamlar Kırım Hanlığı'nın Rusya tarafından ilhakını takip eden yıllara aittir. Pallas'a göre Kırım Yarımadası'ndan 1788-1793 yılları arasında toplamda 6.170.607 pud⁴, yani 100.580,89 ton tuz elde edilmiştir. Pallas'ın verilerinden hareketle Kırım Yarımadası'nda yıllara ve bölgelere göre ton bazında gerçekleştirilen tuz üretimi aşağıdaki Tablo 1'de verilmiştir (Pallas, 1812: 476-477).

Tablo 1: XVIII. Yüzyılda Kırım Yarımadası'ndaki Tuzlalar ve Tuz Üretimi

Tarih	Orkapı	Gözleve	Kefe			Berda	Toplam
			Kefe	Kerç	Yenikale		
1788	13.735,358	978	764,307	250,694	8.435,1685		24.163,5275
1789			444,0609	137,8002	6.520		7.101,8611
1790	29.493,057	202,5275	85,249	2.678,09	4.896,52		37.355,4435
1791	4.401				4.075		8.476
1792	11.926,4166	2.906,5834					14.833
1793	4.564	1.630	815	815	815	12,06	8.651,062
Toplam	59.560,4226	5.717,1109	2.108,6169	3.881,5842	24.741,6885	12,06	100.580,8941

Tablo 1'de görüldüğü üzere 1791'de Kırım'daki tuz üretiminde ciddi bir düşüş yaşanmıştır. Pallas bu düşüşün sebebini 1787-1792 yılları arasında meydana gelen Osmanlı-Rus Savaşı'ndaki gelişmelere bağlamaktadır (Pallas, 1812: 477). 1789 ve 1792 yıllarındaki eksik verilerin sebebi de savaşla alakalı olabilir. Fakat mevcut veriler tuz üretiminde ilk üçte sırasıyla Orkapı, Kefe (Kefe, Kerç ve Yenikale) ve Gözleve'nin yer aldığını göstermektedir.

Tuzdan elde edilen gelirler tuz satışı ile tuzun nakliyesi sırasında alınan vergilerden oluşmaktadır. 1777-1783 yılları arasında tuz almak için gelen iki tekerlekli küçük arabalardan Orkapı'da araba başına 10 para, iki öküz tarafından çekilen büyük arabalardan 20 para ve dört öküzün çektiği arabalardan 40 para vergi alınıyordu (Laşkov, 1897-b: 38; Laşkov, 1897-c: 37). Pallas iki öküz tarafından çekilen arabaların yaklaşık 90 pud, yani 1.467 kilogram tuz taşıma kapasitesine sahip olduğunu belirtiyor (Pallas, 1812: 470). Bu bağlamda küçük arabaların yaklaşık 750 kilogram, dört öküz tarafından çekilen arabaların ise yaklaşık 3 ton yük kapasiteli olduğu hesaplanabilir.

STRATEJİK BİR ÜRÜN OLARAK TUZ VE ÖNEMİ

Tuz, hayatın devamında önemli bir role sahiptir. Bu rol, tuzu gündelik tüketim maddesi olmaktan çıkarıp stratejik bir ürün haline getirmiştir. Bu bağlamda tuz

4 Pud, Çarlık Rusyası'nda kullanılmış bir ağır ağırlık ölçü birimidir. 1 pud 16,3 kilograma eşittir. (Mustafayev ve Şerbinin, 1996: 740).

devletlerarası ilişkilerin seyrinde belirleyici bir etken olmuştur. Nitekim Kırım Hanlığı'nın ve Osmanlı Devleti'nin Kafkas kabileleri ve Kazaklarla ilişkilerinde tuzun mühim bir yere sahip olduğu görülmektedir.

Kırım Hanlığı'na tabi Kafkas kabileleri gündelik hayatta ihtiyaç duydukları tuzu Kuban Bölgesi'nden ve Kırım Yarımadası'ndan tedarik ediyorlardı (Bülbül ve Işık, 2020: 449). Bu noktada Kafkas kabilelerinin tuz konusunda Kırım Hanlığı'na bağımlı oldukları ileri sürülebilir. Osmanlı Devleti, bu bağımlılığı Kafkas kabilelerini itaat altında tutmak için bir araç olarak kullanmıştır. 18. yüzyılın ilk yarısında İstanbul'dan Kefe Eyaleti'ndeki idarecilere gönderilen bir dizi emirde isyan halinde olan bazı Kafkas kabilelerinin itaat altına alınabilmesi için idarecilerden bu kabilelere yapılan silah, mühimmat ve tuz satışını engellemeleri isteniyordu (BOA, Bab-ı Asafi-MHM.d..., No: 111, Hüküm 1467; BOA, Bab-ı Asafi-MHM.d..., No: 131, Hüküm 280; BOA, Bab-ı Asafi-MHM.d..., No: 132, hüküm 496; BOA, Bab-ı Asafi-MHM.d..., No: 159, Hüküm 831).

Tuz, Kırım Hanlığı'nın Kazaklarla olan ilişkilerinde de önemli bir yere sahipti. Kazaklar, tuz konusunda dışa bağımlı olan Ukrayna'da yaşıyorlardı ve temel besin maddeleri olan balığı uzun bir süre muhafaza edilebilmek için tuza büyük bir gereksinim duyuyorlardı. İhtiyaç duydukları tuzu Polonya, Transilvanya ve Kırım'dan temin ediyorlardı (Beauplan, 1704: 577, 601). Ukrayna sakinleri Kırım tuzundan I. Mengli Giray döneminden itibaren istifade etmeye başladılar. I. Mengli Giray 1512'de Polonya-Litvanya Birliği tebaasına Kırım topraklarındaki Hocabey civarında bulunan tuzlalardan tuz çıkarma ayrıcalığı tanıdı (Kolodziejczyk, 2011: 40). Kırım Hanlığı ile Polonya-Litvanya Birliği arasında yaşanan bu gelişme sırasında Ukrayna'nın büyük bir kısmı birliğe bağlı idi. Kırım Hanlığı ile Polonya-Litvanya Birliği arasındaki yakınlaşmanın en önemli sebebi Moskova Knezliği'nin yükselişi idi. Knezlik her iki devlet için de tehdit oluşturuyordu. Bu yüzden Kırım Hanlığı, Polonya-Litvanya Birliği ile ittifakını güçlendirmek için birliğe tanımış olduğu ayrıcalıkları -ki bunlar arasında tuz konusu da yer alıyordu- 16. yüzyıl boyunca birkaç defa yenilemek zorunda kaldı (Kolodziejczyk, 2011: 77, 82, 95, 110; Velyaminov-Zernov, 2009: 11).

1667'de Dinyeper'in doğusunda kalan Ukrayna toprakları Rusya'nın egemenliği altına girince Kırım Hanlığı ile Rusya arasındaki anlaşmalarda ve diplomatik yazışmalarda Ukrayna sakinlerinin tuz meselesi de yer edindi (Vernadsky, 2009: 169). Murad Giray (1678-1683) Barabaş hatmanı Popoviç'e hitaben yazdığı yarlıkta Kazakların Kırım topraklarından herhangi bir müdahale ile karşılaşmadan mutad olan vergiyi ödemek koşuluyla serbestçe tuz alabildiklerinden bahsediyordu. Yarlıktan anlaşıldığına göre Kazaklar tuz yükledikleri kayıklarının kapasitesine göre -ki yarlıkta kayıklar büyük, orta ve küçük olmak üzere belirtilmiş idi- vergi ödüyorlardı. Murad Giray, Potkalı Kazaklarının hatmanına yazdığı yarlığında ise tuz satın almak isteyen Kazaklara Orkapı Kalesi'nin kapılarının sonuna kadar açık olduğunu ve tuz için kendi tebaası ne kadar ödeme yapıyorsa Kazaklar için

de aynı meblağın geçerli olduğunu ifade ediyordu (Velyaminov-Zernov, 2009: 888-889). Kazaklara bu ayrıcalık Kırım Hanlığı ile Rusya arasında 1681’de imzalanan Bahçesaray Anlaşması ile tanınmıştı. Anlaşmanın üçüncü maddesine göre Kazaklar balık avlamak, tuz ve hayvan tedarik etmek için Özi Nehri’ni takip ederek Karadeniz’e inebileceklerdi (Kurat, 1992: 406). I. Selim Giray tarafından 1684 ve 1686 yıllarında yazılan iki farklı yarlıkta yine Kazaklar ve tuz meselesine değinilmişti (Velyaminov-Zernov, 2009: 720, 757).

Ruslar 1697’de Azak Kalesini ele geçirdiler. Bu gelişme Rusya’nın sınırlarını Azak Denizi’ne taşıdı ve önceden Azak Denizi kıyısında Kırım Hanlığı’na ait olan toprakların bir kısmı Rusların eline geçti (Uzunçarşılı, 2003: 583-584). Bu süreçte Osmanlı Devleti’nin, Özi civarından tuz temin etmeye çalışan Kazaklara bazı bürokratik engeller çıkardığı görülmektedir (BOA, Topkapı Sarayı-MA.e, No: 862/101). Bu bürokratik engeller 1700’de imzalanan İstanbul Anlaşması ile ortadan kaldırıldı. Anlaşmanın altıncı maddesine göre “*odun kesmek, kovan tutmak, ot almak, tuz almak, balık avlamak, ormanlardan avlanmak*” için iki ülke arasındaki sınırlardan serbestçe geçilebilecekti (Köse, 2012: 207). Kazaklar bu madde uyarınca uzun bir süre herhangi bir sorunla karşılaşmadan Kırım’dan tuz aldılar. Bu durum Kırım Hanlığı’nın 1735-1739 yılları arasında Osmanlı Devleti’nin Rusya ve Avusturya ile yaptığı savaştan sonra siyasi istikrarını kaybetmesine kadar devam etti. 1740’da Kırım tahtına geçen II. Selamet Giray, tebaası üzerinde otorite kuramadı (Bülbül, 2016: 83). Hanlıkla sıkı bağları bulunmayan Nogaylar 1743’te tuz almak için Kırım’a gelen Kazaklara saldırdılar ve Kazakları esir ettikleri gibi mallarını da yağmaladılar. İlginç bir şekilde II. Selamet Giray da tuz almak isteyen Kazaklara sorun teşkil etti. 1743’te tahta geçen II. Selim Giray bir süre bu meseleyle uğraşmak zorunda kaldı (Devlet Arşivleri Genel Müdürlüğü, 2013: 83-85, 181-182). Kazakların sorunları 1763’te Kırım Hanlığı ile Rusya arasında yapılan görüşmelerle çözüme kavuşabildi (Kurat, 1992: 266).

1768-1774 Osmanlı-Rus savaşından sonra Özi’de tuz göllerinin bulunduğu Kılburun ve civarı Rusların eline geçti. Ruslar bu tuz göllerine anlaşma şartlarına aykırı olarak el koydular (Köse, 2006: 148). 19. yüzyıl seyyahlarından Robert Lyall’ın Kırım Yarımadası için yapmış olduğu bir tespit Rusların bu girişimine açıklık getirmektedir. Lyall, Kırım yarımadasındaki tuz göllerinden bahsederken “*Kırım’a sahip olanlar için bu göllerin değeri, bir gelir kaynağı olmasından ve insanların yaşamını sürdürmesi için elzem olan bir kaynağın tedarik yeri olmasından ileri gelir. Kırım Yarımadasını Rusya için bir hırs konusu haline getiren sebeplerden birisi de kuşkusuz budur*” demektedir (Lyall, 1825: 229-230). Rusların Özi’deki tuz göllerine el koymaları da bu göllerin önemli bir gelir kaynağı olmasından ileri geliyordu.

1768-1774 savaşını sonlandıran Küçük Kaynarca Anlaşması’na göre Ruslar Kılburun Kalesi’ni alırken, Özi sakinleri Rus hâkimiyetinde kalan Kılburun Yarımadası’ndaki tuzlalardan istifade edebileceklerdi. Ancak Ruslar anlaşmanın

yürürlüğe girmesinden sonra Özi sakinlerinin tuzlulardan tuz çıkarmalarını engellemeye başladılar. Tuz meselesi giderek büyüdü ve 1787’de Osmanlı Devleti ile Rusya arasında başlayacak olan savaşın sebeplerinden birisini teşkil etti (Köse, 2006: 148-150).

SONUÇ

Kırım Hanlığı’ndaki en önemli tuz yatakları Kırım Yarımadası’nda bulunuyordu. Yarımadadaki en verimli tuzlular ise Orkapı’da idi. Mevcut tuzluların işletilmesindeki hukuki prosedür Türk-İslam devletlerinde uygulanan farklı değildi. Buna göre işletmeler devlet tarafından atanmış bir emin aracılığı ile ya da iltizam usulüyle işletiliyordu. Tuz, belirli vergilerden muaf olmaları koşuluyla tuzluların yakınlarında oturan ahali tarafından çıkarılıyordu. Çıkarılan tuzun miktarı yıllara göre değişiyordu. Bu durum iklimsel hadiselerle bağlı olduğu kadar tuzlularda istikrarlı bir tuz üretimine imkan sağlayacak gerekli yapıların bulunmayışıyla da alakalı idi. Ayrıca tuz üretimi oldukça basit yöntemlerle yapılıyordu. Tuzun satılması ve gümrüklerden geçişi sırasında alınan vergiler tuz gelirlerini oluşturuyordu. Elde edilen gelirlerin bir kısmı tuzla yakınlarında bulunan yerleşim yerlerindeki devlet görevlilerinin maaşlarına ayrılıyor, geri kalanı ise hanlık hazinesine aktarılıyordu. Bu bağlamda tuzlular hanlık ekonomisine önemli bir katkı sağlıyordu. Öte yandan tuz, topraklarında yeterince tuz bulunmayan ülkelerin Kırım Hanlığı ile ilişkilerinde de önemli bir yere sahipti. Bu husus hanlığın siyasi alanda elini güçlendiriyordu. Kırım Hanlığı güçlü olduğu 15-17. yüzyıllarda Polonya, Ukrayna ve Rusya gibi ülkelerle ilişkilerinde tuzu zaman zaman siyasi bir araç olarak kullandı. Kafkaslardaki otoritesini yerleştirirken de tuz yine önemli bir araç olarak görüldü.

KAYNAKÇA

1. Arşiv Kaynakları

- Başbakanlık Osmanlı Arşivi (BOA). *Cevdet Hariciye*, No: 17/818.
 Başbakanlık Osmanlı Arşivi (BOA). *Ali Emiri-SOSM.III*, No: 51/3647, 55-3931.
 Başbakanlık Osmanlı Arşivi (BOA). *Ali Emiri-SABH.I.*, No: 255/17129.
 Başbakanlık Osmanlı Arşivi (BOA). *Ali Emiri-SMST.III*, No: 74/5452.
 Başbakanlık Osmanlı Arşivi (BOA). *Topkapı Sarayı-MA.e*, No: 862-101.
 Başbakanlık Osmanlı Arşivi. *Bab-ı Asaflı- MHM.d...., .d....*, No: 111, 131, 132, 159.

2. Diğer Kaynaklar

- Akgündüz, A. (1993). *Osmanlı Kanunnâmeleri ve Hukukî Tahlilleri*. (C. 6/2), İstanbul: Fey Vakfı Yayınları.
 Beauplan, S. (1704). A Description of Ukraine, with the Customs, manner of Living, and of managing the Wars of those People. İçinde *A Collection of Voyages and Travels*, (Vol. 1). (s. 571-610). London: Awnsham and John Churchill.
 Beyoğlu, S. (2004). Osmanlı Devletinde ‘Tuz’a Dair Bazı Problemler (1914-1923). İçinde E. G. Naskali ve M. Şen (Editör), *Tuz Kitabı*, (s. 201-207). İstanbul: Kitabevi.
 Bülbül, İ. ve Işık, M. (2020). XVII. Yüzyılın İkinci Yarısında Taman Kazası. *Osmanlı Mirası Araştırmaları Dergisi*, 7 (18), 439-455.
 Bülbül, İ. (2016). Yedisana-Bucak Nogaylarının 1756 ve 1758 İsyanları. *Uluslararası Türk Tarihi Araştırmaları Dergisi*, 1 (1), 74-113.

- Clarke, E. D. (1839). *Travels in Russia, Tartary and Turkey*, Edinburg: William and Robert Chambers.
- Çelebi, E. (2011). *Evlîyâ Çelebi Seyahatnâmesi*. (C. 7/2) (haz. S. A. Kahraman), İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.
- Devlet Arşivleri Genel Müdürlüğü, (2013). *Kırım Hanlarına Nâme-i Hümayûn (2 Numaralı Name Defteri)*. (haz. M. Cebecioğlu, S. Satar, D. Küçükbaltaçioğlu, V. Atik, S. Dilber, N. Yekeler, R. Köse, K. Gurulkan ve R. Gündoğdu). İstanbul: Osmanlı Arşivi Daire Başkanlığı Yayınları.
- Güçer, L. (1963). XV-XVII. Asırlarda Osmanlı İmparatorluğunda Tuz İnhisarı ve Tuzlaların İşletme Nizamı. İstanbul Üniversitesi İktisat Fakültesi Mecmuası, 23 (1-2), 97-143.
- Hocquet, J. C. (1990). Grundherrschaft und Salzgewinnung im Mittelalter. *Mitteilungen des Instituts für Österreichische Geschichtsforschung*, 98 (1-2), 81-101.
- İşbilir, Ö. (2013). Yük. *TDV İslam Ansiklopedisi*, (C. 44), 46-48.
- Kallek, C. (2002). Kile. *TDV İslam Ansiklopedisi*, (C. 25), 568-571.
- Klein, T. and Helden, R. (2018). *Salz – das weiße Gift. Der Einfluß von Natrium, Kalium und Chlorid auf unsere Gesundheit*. Dresden: Hygeia-Verlag.
- Kolodziejczyk, D. (2011). *The Crimean Khanate and Poland-Lituania*, Leiden-Boston: Brill.
- Köse, E. (2015). Kefe Limanı ve Karadeniz Ticareti (18. Yüzyılın İlk Yarısı), *Ordu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Sosyal Bilimler Araştırmaları Dergisi*, 5 (12), 24-56.
- Köse, O. (2012). Rusya'nın Karadeniz'le İlk Buluşması: İstanbul Anlaşması (13 Temmuz 1700). *Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 15 (28), 199-222.
- Köse, O. (2006). *Küçük Kaynarca Andlaşması*, Ankara: Türk Tarih Kurumu.
- Kurat, A. N. (1992). *IV-XVIII. Yüzyıllarda Karadeniz Kuzeyindeki Türk Kavimleri ve Devletleri*, Ankara: Murat Kitabevi.
- Laşkov, F. F. (Red). (1897-a). O Kameralnom Opisanii Krıma 1784 g. İzvestiya *Tavriçeskoj Uçenoy Arhivnoy Komissii*, (T. 2), (c. 20-33), Simferopol: M. B. Karskago.
- Laşkov, F. F. (Red). (1897-b). O Kameralnoye Opisanıye Krıma 1784 g. İzvestiya *Tavriçeskoj Uçenoy Arhivnoy Komissii*, (T. 3), (c. 36-64), Simferopol: M. B. Karskago.
- Laşkov, F. F. (Red). (1897-c). O Kameralnom Opisanii Krıma 1784 g. İzvestiya *Tavriçeskoj Uçenoy Arhivnoy Komissii*, (T. 4), (c. 32-45), Simferopol: M. B. Karskago.
- Lyall, R. (1825). *Travels in Russia, The Krimea, The Caucasus, and Georgia*. (Vol. I). London: T. Cadell.
- Mustafayev, E. M. E ve Şerbinin, V. G. (1996). *Büyük Rusça-Türkçe Sözlük*. İstanbul: Multilingual.
- Pallas, P. S. (1812). *Travels through The Southern Provinces of The Russian Empire in the Years 1793 and 1794*, (Vol. II), London: Strahan and Preston.
- Pamuk, Ş. (2002). Kuruş. *TDV İslam Ansiklopedisi*, (C. 26), 458-459.
- Seymour, H. D. (1855). *Russia of The Black Sea and Sea of Azof*, London: John Murray.
- Stöllner, T. (2007) Siedlungsdynamik und Gesellschaft. Beiträge des internationalen Koll. in: J. Prammer, R. Sandner, C. Tappert (Hrsg.), *Jahrb. Hist. Verein Straubing*, (B. 3), (s. 313-362), Straubing.
- Taşkın, Ü. (2005). Osmanlı Devleti'nde Kullanılan Ölçü ve Tartı Birimleri. Yüksek Lisans Tezi. Elazığ: Fırat Üniversitesi.
- Tott, B. (ts.). *Türkler ve Tatarlara Dair Hâtıralar*. (çev. Mehmet R. Uzmen), İstanbul: Tercüman Yayınları.
- Uzunçarşılı, İ. H. (2003). *Osmanlı Tarihi*. (C. III/1). Ankara: Türk Tarih Kurumu.
- Velyaminov-Zernov, V.V. (2009). *Kırım Yurtuna ve Ol Taraflarğa Dair Bolgan Yarlıklar ve Hatlar*. (haz. A. M. Özzyetgin ve İ. Kamalov). Ankara: Türk Tarih Kurumu.
- Vernadsky, G. (2009). *Rusya Tarihi*. İstanbul: Selenge Yayınları.
- Yudin, P. (1898). K İstorii Naşih Snoşeniy s Krımom (Posilka Paruçıka Zubareva v Bahçisaray). *Russkiy Arhiva*, 9(12), 457-468.

LANCHESTER KANUNLARI: MODELLEME VE TEORİ

Aynur İNCEKIRIK¹, Öznur İŞÇİ GÜNERİ², Burcu DURMUŞ³

GİRİŞ

İngiliz mühendis ve matematikçi olan Frederick. W. Lanchester (1868–1946), 1895 yılında İngiltere’de ilk benzinli otomobili yaparak otomotiv mühendisliği sahasında başarılar kazanmıştır. Bu otomobil ortaya monte edilmiş su soğutmalı bir motora, disk frenlerine, (bugün modern tasarımlarda kullanılan) ikiz dengeleme şaftlarına sahip bir sisteme, krank mili damperine ve yakıt enjeksiyonuna sahipti. Bunun yanında turbo şarjlar, direksiyon simidi, gaz pedalı, ayrılabilir tel tekerlekler, damgalı çelik pistonlar, piston segmanları, içi boş bağlantı çubukları, burulma titreşimi damperi, harmonik dengeleyici ve renkli cam üretmiştir (McNeil, 2009: 2). Aynı zamanda havacılığa (örneğin, Lanchester-Prandtl genel uçuş denklemleri), yöneylem araştırmasına ve askeri stratejiye önemli katkılarda bulunmuştur. Amerika Yöneylem Araştırmaları Derneği tarafından her yıl onun adına verilen bir ödül bulunmaktadır. Daha da önemlisi, Lanchester askeri taktiklere dair fikirleriyle hatırlanmaktadır. 1916’da I. Dünya Savaşı’ndan hemen önce yazdığı ve savaş kanunlarını anlattığı “Aircraft in Warfare: The Dawn of the Fourth Arm” adlı kitabı ile kuvvet güçlerini, bireysel askerlerin veya silahların savaşa yetenekleri ve kuvvetlerin yoğunluğu açısından kullanan anlayışı içeren savaş kanunlarını ortaya koymuştur. Lanchester uçağı; süvari, piyade ve topçudan sonra dördüncü bir askeri güç türü olarak gördüğünden dolayı kitabının başlığını bu şekilde oluşturmuştur (Borges, 2002: 75).

Birinci Dünya Savaşı’nın patlak vermesiyle Lanchester hemen hemen tüm uçak tasarımlarının temeli olan uçak tasarımını da içeren motorlar tasarladı ve uçuş teorileri geliştirerek, savaş mücadeleleri konusuna yöneldi. Ayrıca hava muharebelerinin sonucunu tahmin etmek için teoriler geliştirdi. Bu teoriler ABD tarafından benimsenerek Yöneylem Araştırması olarak yeniden adlandırıldı

- 1 Dr. Öğr. Üyesi, Manisa Celal Bayar Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, Ekonometri Bölümü, aynur.incekirik@bayar.edu.tr, ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-5029-6036>.
- 2 Prof.Dr., Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi, Fen Fakültesi, İstatistik Bölümü, oznur.isci@mu.edu.tr, ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-3677-7121>
- 3 Öğr.Gör., Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi, Fen Fakültesi, İstatistik Bölümü, burcudrmz@windowslive.com, ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-0298-0802>.

ve İkinci Dünya Savaşı'nda, özellikle Pasifik'teki uçak gemisi filoları üzerinde Japonlara karşı kullanıldı. Japonlar, onun teorilerini pazarlama ve operasyonel kararlarına uygulayarak dünya ticaretinde ABD ve Avrupa Endüstrisi ile başa çıkabilmek için kullandılar (McNeil, 2009: 2).

Lanchester kanunları savunma analistleri arasında iyi bilinmektedir. Askeri analistlere dönüşen matematikçiler ve fizikçiler, kara savaşını modelleyebilecek bir yöntem aradılar ve İngiliz havacılık mühendisi Lanchester tarafından 1916'da yayınlanan denklemlerin ve kanunların böyle bir yöntemi sağladığını gördüler. Yöneylem araştırmasının savaş zamanı başarısı, geleneksel savaşın bir dizi basit varsayıma indirgenebileceği ve angajmanların sonuçlarını tahmin edebilecek modellerde kodlanabileceği konusunda iyimser bir tutum yarattı. Bu tür modeller kuvvet yapısı, kuvvet dengesi ve silah karışımı hakkında çok önemli bilgiler sağlayabilmektedir. ABD Savunma Bakanlığı, 1960'ların başından günümüze kadar geliştirilen birçok bilgisayar modelinde Lanchester denklemlerini kullandı. Bu denklemler savunma analisti William Kaufmann tarafından NATO-Varşova Paktı dengesi modelinde yer aldı. Aynı model Kaufmann tarafından MIT, Harvard ve Brookings Enstitüsü'ndeki seminerlerde öğretilmiş ve birçok analiste konvansiyonel kuvvetleri değerlendirmek için bir çerçeve sağlamıştır. Bilgisayarların artan gücüyle denklemler birleşince, konvansiyonel savaş modellemesi gelişti. Karmaşık Lanchester modelleri, toplam ateş gücü endeksleri ve olasılıksal savaş simülasyonları gibi farklı kavramlara dayanan diğer modeller gibi geliştirildi. Son yıllarda, daha kapsamlı bilgisayar modelleri kullanılmakla birlikte Lanchester denklemleri ve kanunları, geleneksel kuvvetleri modellemede önemli bir temel olmaya devam etmektedir (Lepingwell, 1987: 89-90).

LANCHESTER'IN MATEMATİKSEL SAVAŞ MODELİ

İkinci Dünya Savaşı sırasında ve sonrasında Lanchester'ın orjinal eşitliklerinin geliştirilmiş versiyonları, bir ordunun gücünün taktik ve stratejik kuvvetler arasında bölündüğü ve tedarik hatlarının savaş alanını güçlendirdiği daha karmaşık durumları ele almak için geliştirilmiştir (Campbell ve Roberts, 1986: 190). Lanchester savaş kanunları, Frederick. W. Lanchester tarafından II. Dünya Savaşı sırasında Alman hava güçlerine karşı İngiltere hava sahasını koruma amaçlı hava savunma stratejileri temel alınarak geliştirilmiş matematiksel bir savaş modelidir. Savaşın veya mücadelenin olduğu durumlarda karar verme sürecine yardımcı olmak adına bu model matematiksel bir analiz ile simülatör görevi görerek taktik belirlemek için kullanılmaktadır. Burada diferansiyel denklemler aracılığı ile tarafların farklı durumlar içindeki yıpranma oranları hesaplanarak olay matematiksel olarak canlandırılır. Böylece, tarafların farklı senaryolar içinde vereceği tepkilerin tahminlenmesi yoluyla risk analizi ve karar verme aşamaları daha sağlıklı yapılabilir. Burada, zayıf tarafın taktikler kullanarak sayı ve silah bakımından üstün olan tarafa karşı ateş üstünlüğünü ele geçirme oyunu vardır. Savunmacı tarafın, birkaç farklı cepheden saldırı altında kalma durumunda

dahi kaynaklarını doğru tahsis ederek ve bir bakıma düşman kuvvetlerini küçük parçalara ayırarak başarıya ulaşması mümkündür. Uygun silah, taktik ve grup büyüklüğü seçilerek durum zayıf tarafın lehine çevrilebilir (Ömürbek v.d., 2021: 818).

Günümüzde Lanchester'ın savaş modelleri sadece savaş stratejilerinde değil, işletmelerin risk analizi ve pazar paylarının belirlenmesinde, hayvan gruplarının mücadelesinde, biyoloji ve sağlık gibi çeşitli alanlarda kullanılmaktadır (Ömürbek v.d., 2021: 800). Ayrıca karşılıklı rekabet halindeki işletmelere uygulanarak “Yeni Lanchester Kanunları” adıyla literatürde yerini korumaya devam etmektedir. Bu işletmeler, Lanchester kanunları yardımıyla simüle ettikleri çeşitli durumlarda saldırı veya savunma stratejileri geliştirebilmekte ya da pazar paylarını belirleyebilmektedir (Borges, 2002: 75). Onoda (1999), iki ordu arasındaki mücadelenin, bir pazar lideri ve diğerleri arasındaki rekabet mücadelesiyle karşılaştırılabilir olduğunu öne sürmüştür. Bu mücadelede askeri savaş gücü şirketin pazar payına eşit olmaktadır. Taktik askeri kuvvetler (ön cephe birlikleri) satış gücünün gücü ve kabiliyeti haline gelir. Stratejik güçler (hava kuvvetlerine eşdeğer) fiyatlandırma, reklam ve ürün geliştirmedir. Son olarak takviye oranı, her bir tarafın potansiyel müşterileri ele geçirdiği orana eşittir. Potansiyel müşteriler veya kararsız müşteriler, bir şirketin mücadele gücünü veya pazar payını artırmak için kullandığı rezervler havuzunu temsil etmektedir. Böylece %20 ve %10 hisseye sahip iki şirket, daha önce olduğu gibi aynı pazarlama çalışmalarını yaparsa, müşteri yakalama oranı 2:1 olacaktır (Campbell ve Roberts, 1986: 190). Lanchester'ın ortaya attığı modeller, tarihte yer alan Trafalgar Savaşı, II. Dünya Savaşı sırasında pasifik adalarına yapılan deniz harekâtları gibi pek çok gerçekleşen olaya uyarlandığında yaşanan savaşlardaki tarafların kayıpları ile hemen hemen aynı sonuçları vermektedir (Özdağoğlu, 2019: 18).

Lanchester kanunları, orjinal olarak askeri savaş modellemek için tasarlanmış olan orduların boyutlarına ve bireysel savaş birimlerinin gücüne dayalı savaş sonuçlarını tanımlayan matematiksel modellerdir. Lanchester, askeri bir savaşın sonucunun niceliksiz birçok faktöre (hile, sürpriz, moral, şans) bağlıyken, aynı zamanda matematiksel olarak formüle edilebilecek faktörlere de bağlı (kuvvetlerin büyüklüğü) olduğunu belirtmiştir. Bundan dolayı doğrusallık kanunu ve N^2 kanunu olarak bilinen iki farklı eşitlik geliştirmiştir (Campbell ve Roberts, 1986: 189). N^2 kanunu küçük boyutlu rakiplerin, eş zamanlı savaşta büyük boyutlu rakiplerin üstesinden gelmek için sayısal bir avantaj kullanabilecekleri bir senaryoyu tanımlar. Doğrusallık kanunu ise, büyük boyutlu savaş birimlerine sahip bir rakibin, sayıca fazla olduğunda zaferi desteklemek için bire bir savaşı nasıl kullanabileceğini açıklar (McGlynn, 2000: 686). N^2 kanunu, savaş gücünün ölçüsünün, bir kuvvetin etkinliğinin sayısal boyutunun karesi olduğunu belirtir. Bu ölçüye göre iki kuvvet eşitse, o zaman iki taraf da kazanamaz. Bu nedenle bu kanun, savaşın sonucunu etkinlikten çok, kare terimi olan kuvvet boyutuna daha duyarlı hale getirir. N^2

kanununun aksine doğrusallık kanunu, kuvvet boyutuna ve etkinliğine eşit ağırlık vermektedir. Bu iki kanun, silah yetenekleri ve silah kullanımlarıyla ilgili bir dizi basit varsayımdan yola çıkmaktadır (Lepingwell, 1987: 92).

Franks ve Partridge (1993), koloni halinde yaşayan böceklerin yaşam mücadelesinde uyguladıkları savaş kanunlarında, hangi savaş tarzının zaferle sonuçlanma olasılığının daha yüksek olduğunu belirlemek amacıyla Lanchester modellerinde işçi büyüklüğü ve işçi sayısı değişkenlerini kullanmışlardır. McGlynn (2000), Kosta Rika'daki La Selva Biyolojik İstasyonundaki doğal ortamda bir karınca topluluğu üzerinde yaptığı çalışmada, iki tür yem platformu tasarlayarak karıncaların Lanchester kanunlarını gıda kaynaklarındaki türler arası rekabette kullanıp kullanmadığını test etmiştir. Bir yem platformunda (modifiye petri kapları), yemlere erişim sağlayan büyük yarım daire biçimli açıklıklar, diğerinde ise yem erişimi sağlayan dar bir giriş vardır. McGlynn, her büyüklükteki karıncanın yemlere çekilmesine rağmen, daha küçük karınca türlerinin, büyük giriş erişim delikleri olan yem platformlarında önemli ölçüde hâkim olduğunu, küçük karıncaların olduğu platformlarda belirli boyuttaki karıncaların net bir hakimiyet modeli olmadığını gözlemlemiştir. Bu sonuçların, en azından daha küçük karıncalardan elde edilen sonuçlar için, Lanchester kanunları ile yorumlanabileceğini öne sürmektedir. Bununla birlikte bölgesellik, koloninin beslenme ihtiyaçları, yuva yerleri ve belirli yem platformu bölgelerinin yakınında rekabet eden türler grubu gibi diğer faktörler bulgulara katkıda bulunacaktır (Borges, 2002: 77).

Eşzamanlı mücadeleyi başlatan N^2 kanununu sağlayan platformda, yani birçok işçinin aynı anda tek bir arenada birbirleriyle etkileşime girdiği büyük savaşlarda küçük boyutlu karıncaların sayısal üstünlükle davranışsal olarak daha baskın ve daha başarılı olacağı öngörülür. Bire bir mücadeleyi başlatan, doğrusallık kanunu sağlayan platformda, daha büyük karıncalar davranışsal olarak daha baskındır. N^2 kanunu, büyük açıklıklara sahip yemlerde küçük karıncaların baskın olacağını tahmin ederken, doğrusallık kanunu küçük açıklıklara sahip yemlerde büyük karıncaların baskın olacağını tahmin eder. Büyük ölçekli işçilerin sayısal olarak üstün küçük karınca kolonilerine karşı, köle yapan karıncaların baskınlarında olduğu gibi bire bir çatışmalarda çarpışarak savaşları kazanabilecekleri durumu tanımlar (McGlynn, 2000: 686). Doğrusallık kanununun, kendi yuvalarındaki işçi gücünü artırmak için heterospesifik kolonilerden kuluçka çalan köle yapan karıncalarda izlendiği görülüyor. Köle yapıcılar, baskın yapmak istedikleri kolonilerdeki işçiler tarafından genellikle sayıca azdır. Franks ve Partridge'e (1993)'e göre, savunmadaki işçi karıncalar aslında sınırlı çarpışmaları veya bire bir düello durumlarını zorlamak için düşman saflarını bölmeye çalışırlar. Bu düellolarda zafer, güçlü çene ve iğnelerle donatılmış köle yapan karıncaların üstün bireysel mücadele yeteneği ile elde edilir (Borges, 2002: 77). Elde edilen sonuçlar, Lanchester kanunlarının kısmen karıncalardaki türler arası rekabetin sonucunu açıkladığını göstermektedir. McGlynn'ın bu çalışması, Lanchester modellerinin

karınca türleri arasındaki mücadelelerin sonucunu doğru bir şekilde tahmin edip etmediğini belirlemek için tasarlanmış manipülatif bir alan deneyidir (McGlynn, 2000: 686).

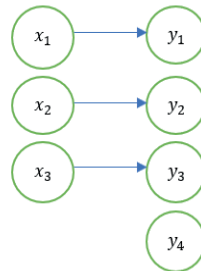
Lanchester denklemlerinin temel şekli, daha fazla değişken ekleyerek ve denklemlerin biçimini değiştirerek genişletilebilir. “Lanchester Modeli” terimi, diferansiyel savaş denklemlerine dayanan herhangi bir modeli içerir hale gelmiştir. Temel Lanchester denklemlerini genişletmek birtakım sorunları da ortaya çıkarmaktadır (Lepingwell, 1987: 113). Genel olarak Lanchester Kanunları, doğrusallık kanunu ve N^2 kanunu olarak ikiye ayrılmaktadır.

LANCHESTER'IN DOĞRUSALLIK KANUNU

Lanchester silah olarak ok, yay, kılıç ve kalkanların kullanıldığı ve göğüs göğüse çarpışmaların olduğu antik dönem savaşlarını baz alarak doğrusallık kanununu tanımlamıştır. Kılıç ile donatılmış birkaç asker aynı anda bir rakibe saldıramaz. Bir adamla savaşan kılıçlı on adam olduğunda, hepsi aynı anda onunla çarpışmaya yetecek kadar yaklaşamadıkları için sırayla onunla savaşmak zorunda kalacaklardır (Lepingwell, 1987: 100). Bu kanuna göre, güç dönüşüm oranı ve kayıp oranı birbirine eşit ise savaş dengeye ulaşmaktadır. Bu modelde zayıf olan taraf teslim olmaz ise tüm kuvveti bitene kadar karşı taraf ile mücadeleye devam eder. Savaşta tüm askeri güç bitmeden savaş sona erdirilir ise aynı model aracılığı ile taraflardan birinin kalan kuvveti kullanılarak, diğer tarafın kalan kuvveti ve buna bağlı olarak olası kayıpları hesaplanabilir (Özdağoğlu v.d., 2013: 55).

Lanchester'ın doğrusallık kanunu birebir mücadeleler (çarpışmalar) için geliştirilmiştir. Kazanan tarafı belirleyen faktörler; silah gücü, sayısal güç ve tarafların davranışlarıdır. Taraflardan birinin bir birim gücü diğer tarafın bir birim gücü ile karşı karşıya gelir. Örneğin, taraflardan birinin güç sayısı $x=3$, diğerinin $y=4$ ise tarafların güç oranı şu şekilde hesaplanabilir:

$$\left(\frac{1}{1}\right)x3 : \left(\frac{1}{1}\right)x4 = \frac{3}{4}$$



Şekil 1: Birebir Çarpışma Durumu

Bu kanuna göre iki tarafın yani x ve y güçlerinin olduğu bir savaşta bu tarafların hayatta kalan güç sayıları zamanın (t) bir fonksiyonudur. Belirli bir zaman aralığında

hayatta kalan güç sayısı, karşı tarafın silah etkinliği ve çarpışma yetenekleri ile ters orantılıdır. x ve y güçlerinin silah etkinliği ve çarpışma yetenekleri sırasıyla b ve a olduğunda Eşitlik-1 elde edilir (Yaralıoğlu, 2001: 177-178):

$$\begin{aligned} \frac{1}{1} \frac{dx}{dt} &= -a, \quad \frac{dx}{dt} = -a \\ \frac{1}{1} \frac{dy}{dt} &= -b, \quad \frac{dy}{dt} = -b \\ \frac{\frac{dy}{dt}}{\frac{dx}{dt}} &= \frac{dy}{dx} = \frac{b}{a} = E \end{aligned} \quad (1)$$

Güçlerin silah etkinliği oranı veya dönüşüm oranı E ile gösterilir. Yukarıdaki eşitlikte her iki tarafın integrali alındığında aşağıda verilen eşitlikler bulunur:

$$\frac{dy}{dx} = E \Rightarrow dy = E dx \Rightarrow \int dy = \int E dx$$

$$y + C_1 = E(x + C_2) \Rightarrow y = Ex + (EC_2 - C_1) \Rightarrow y = Ex + C$$

$$C = y - Ex$$

C değerlerinin tümü integral sabitlerini ifade etmektedir. Çarpışmanın başlangıcında $t=0$ anında tarafların güç sayılarının x_0 ve y_0 olduğu durumda;

$$C = y_0 - Ex_0 \text{ ve } y = Ex + y_0 - Ex_0 \Rightarrow Ex_0 - Ex = y_0 - y$$

olarak bulunur. Buradan da Lanchester'ın doğrusallık kanunu olarak isimlendirilen Eşitlik-2 elde edilir.

$$y_0 - y = E(x_0 - x) \quad (2)$$

Dönüşüm oranı (E) baz alınarak Eşitlik-1 yeniden düzenlendiğinde çarpışmanın herhangi bir anında hayatta kalan güç sayılarını ve çarpışmanın optimal süresini veren formüller elde edilir. Bunun için tarafların silah etkinliklerini veren sabitler toplamı K gibi bir sabite eşit olduğu varsayımı yapıldığında ($a+b=K$) Eşitlik-1 aşağıdaki gibi *düzenlenebilir* ($E=(b/a)$):

$$\frac{dx}{dt} = -a = -a \frac{K}{K} = \frac{-aK}{a+b} = \frac{-1}{1+\frac{b}{a}} K = \frac{-1}{1+E} K$$

$$\frac{dy}{dt} = -b = -b \frac{K}{K} = \frac{-bK}{a+b} = \frac{-\frac{b}{a}}{1+\frac{b}{a}} K = \frac{-E}{1+E} K$$

Savaşın herhangi bir anına T dediğimizde $Kt=T$ olacaktır. T 'nin t 'ye göre türevi alındığında, $\frac{dT}{dt} = K$ ve $dt = \frac{1}{K} dT$ eşitlikleri elde edilir. Buradan Eşitlik-3 elde edilir:

$$\left. \begin{aligned} \frac{dx}{dt} &= \frac{dx}{\frac{1}{K}dT} = K \frac{dx}{dT} \\ \frac{dy}{dt} &= \frac{dy}{\frac{1}{K}dT} = K \frac{dy}{dT} \end{aligned} \right\} \begin{aligned} \frac{dx}{dT} &= \frac{-1}{1+E} \\ \frac{dy}{dT} &= \frac{-E}{1+E} \end{aligned} \quad (3)$$

Eşitlik-1'in integralleri alındığında çarpışmanın herhangi bir anında her iki tarafın hayatta kalan güç sayıları zamanın bir fonksiyonu olarak şu şekilde elde edilir:

$$\frac{dx}{dt} = -a \Rightarrow dx = -adt \Rightarrow \int dx = -a \int dt \Rightarrow x = -at + C_1$$

$$\frac{dy}{dt} = -b \Rightarrow dy = -bdt \Rightarrow \int dy = -b \int dt \Rightarrow y = -bt + C_2$$

C_1 integral sabiti x tarafının savaşın başındaki güç sayısına ($C_1=x_0$) eşitliğini verir. C_2 integral sabiti ise y tarafının savaşın başındaki güç sayısına ($C_2=y_0$) eşitliğidir. Bu varsayımdan yola çıkarak Eşitlik-4 aşağıdaki gibi elde edilir.

$$x = x_0 - a_t \quad (4)$$

$$y = y_0 - b_t$$

Bu eşitlikler $a+b=K$, $T=Kt$ ve $E=(b/a)$ ile yeniden düzenlendiğinde,

$$x = x_0 - \frac{1}{1+E} T^*$$

$$y = y_0 - \frac{E}{1+E} T$$

elde edilir ve

$$-a^* = \frac{-1}{1+E} K \Rightarrow x = x_0 - \frac{1}{1+E} Kt$$

$$Kt = T \Rightarrow x = x_0 - \frac{1}{1+E} T$$

olur.

Çarpışma zamanını t değeri ifade etmektedir. Savaş $t=0$ anında başlar ve x veya y tarafının hayatta kalan güç sayısı sıfır oluncaya kadar devam eder. İki taraftan hangisinin hayatta kalan güç sayısı sıfır olursa o taraf yenilmiştir ve ilgili tarafın bunu kabul etmesi gerekmektedir. Eşitlik-4'ün sıfıra eşit olması çarpışmanın bitiş anını göstermektedir. Buradan hareketle her iki taraf açısından da çarpışmanın bitiş anını veren formüller aşağıdaki gibidir:

$$0 = x_0 - a_t \Rightarrow at = x_0 \Rightarrow t = \frac{x_0}{a}$$

$$0 = y_0 - b_t \Rightarrow bt = y_0 \Rightarrow t = \frac{y_0}{b}$$

t değerlerinden *küçük* olanı, t 'nin üst limitini yani çarpışmanın bitiş anını vermektedir. Eğer x tarafının çarpışma zaman aralığının üst sınırı, y tarafının çarpışma zaman aralığının üst sınırından küçük ya da eşitse ($\frac{x_0}{a} \leq \frac{y_0}{b}$) çarpışma zaman aralığı olan t 'nin aralığı Eşitlik-5'teki gibi, eğer y tarafının çarpışma zaman aralığı üst sınırı x tarafının çarpışma zaman aralığı üst sınırından küçük ya da eşitse ($\frac{y_0}{b} \leq \frac{x_0}{a}$) t 'nin aralığı Eşitlik-6'daki gibi elde edilir.

$$\frac{x_0}{a} \leq \frac{y_0}{b} \Rightarrow \frac{b}{a} \leq \frac{y_0}{x_0} \Rightarrow E \leq \frac{y_0}{x_0} \Rightarrow 0 \leq t \leq \frac{x_0}{a} \quad (5)$$

$$\frac{y_0}{b} \leq \frac{x_0}{a} \Rightarrow \frac{y_0}{x_0} \leq \frac{b}{a} \Rightarrow \frac{y_0}{x_0} \leq E \Rightarrow 0 \leq t \leq \frac{y_0}{b} \quad (6)$$

Birebir Çarpışmalarda Kazanma Durumu

Bir çarpışmada taraflardan birinin kazanması, hayatta kalan güç sayısının sıfırdan büyük olması ve karşı tarafın hayatta kalan güç sayısının sıfıra düşmesi anlamına gelmektedir. Burada daha önce de belirtildiği gibi karşı tarafın hayatta kalan güç sayısının sıfıra düşmesi tamamen yok edilmesi değil aynı zamanda çarpışmadan kaçması ya da teslim olması anlamına gelmektedir.

Lanchester'ın doğrusallık kanununa göre kazanma koşulları şu şekilde de gösterilebilir:

$$y_0 - y = E(x_0 - x)$$

$$\begin{array}{cc} \downarrow & \downarrow \\ 0 & + \end{array}$$

$$y_0 = E(x_0 - x)$$

Burada $E > 0$ ve $E x > 0$ olduğundan $E x = E x_0 - y_0$ olur. Bu durumda kazanma koşulları Eşitlik-7'deki gibi ifade edilir:

$$E x_0 > y_0$$

$$x_0 > \frac{y_0}{E} \quad (7)$$

$$E > \frac{y_0}{x_0}$$

Eşitlik-7'de eğer $E=1$, yani tarafların silah etkinlikleri birbirine eşit ise $x_0 > y_0$ olduğundan çarpışmayı x tarafı kazanır. Kısaca, doğrusallık kanununa göre birebir çarpışma durumlarında taraflardan birinin kazanması için güç sayısının ya da silah etkinliğinin diğer taraftan üstün olması gerekmektedir (Yaralıoğlu, 2001:180-182).

LANCHESTER'IN N² KANUNU

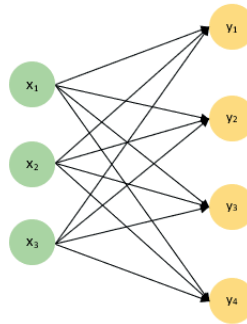
Antik çağ savaşlarında ok, yay, kılıç ve kalkan gibi silah araçları kullanılmıştır. Bu nedenle Lanchester doğrusallık kanunu bu çağda yapılan savaşlara daha çok hitap ederek barutun savaş alanlarında kullanıma başlandığı modern çağ savaşlarını açıklamada yetersiz kalmıştır. Böylece barut gücünün yer aldığı modern çağ savaşlarını açıklamak için Lanchester'ın ikinci kanunu olan N² kanunu geliştirilmiştir (Özdağoğlu, 2019: 22). Bu modelde, savaş malzemesi üstünlüğüne sahip olan taraf, karşı tarafı yıpratıkça kendisinin alacağı hasar azalacağından dolayı tarafların savaş güçlerinin karesi ile oranlama sözkonusudur. Örneğin; 2000 kişilik bir güce sahip taraf ile 1000 kişilik güce sahip taraf çarpıştığında doğrusallık kanununa göre güç oranı 2 ye karşı 1 iken, N² kanununa göre, güçlü olan tarafın düşmana zarar verme oranı ateş üstünlüğünden dolayı 4 kattır. Bu kanun daha karmaşık hesaplamalar içermesine rağmen gerek savaş meydanlarında gerekse bu stratejilerin uyarıldığı işletme faaliyetlerinde daha gerçekçi değerlendirmeler sağlamaktadır (Özdağoğlu v.d., 2013: 56).

Lanchester, savaştaki hava gücünün etkisini kanıtlayabilmek için çarpışan iki güç arasındaki kuvvet dengesini matematiksel olarak yorumlamış ve şu sorularla karşılaşmıştır:

- Hangi koşullarda zayıf olan güçlü olanı alt eder?
- Ateş gücünün yoğunluğu matematiksel formüllerle ifade edilir mi?

Bu problemler için ortaya koyduğu basit eşitlik Lanchester'ın N² kanunu olarak adlandırılır. Bu kanun topyekûn çarpışmalar için ortaya atılmıştır. Taraflardan birinin bir birim gücü diğer tarafın her birim gücüyle aynı anda savaşılabılır. Tarafların güç oranı (Yaralıoğlu, 2001: 178):

$(\frac{1}{4})x3 : (\frac{1}{3})x4 = (\frac{3^3}{4^2})$ şeklinde olur. Bu oran Şekil 2'de gösterilmiştir.



Şekil 2: Topyekûn Çarpışma Durumu

Lanchester'ın N² kanunu, ateş gücünün yoğunlaşmasının mümkün olduğu ve erkek erkeğe düelloların ortadan kalktığı modern bir savaş alanında geçerlidir. Bu nedenle, bir ordunun uğradığı kayıplar hem silahlı etkinlik hem de karşı gücün

toplam büyüklüğü ile ilgilidir. Topyekûn çarpışma durumunda m ve n ordularının savaşa başladıklarını ve silah etkinliklerinin sırasıyla a ve b olduğunu varsayalım. Her iki ordudan hayatta kalan asker sayısı Eşitlik-8'deki gibidir:

$$\begin{aligned}\frac{1}{n} \frac{dm}{dt} &= -a \Rightarrow \frac{dm}{dt} = -an \\ \frac{1}{m} \frac{dn}{dt} &= -b \Rightarrow \frac{dn}{dt} = -bm\end{aligned}\quad (8)$$

Herhangi bir zamanda hayatta kalma oranı Eşitlik-8'den:

$$\frac{\frac{1}{m} \frac{dn}{dt}}{\frac{1}{n} \frac{dm}{dt}} = \frac{-b}{-a} \Rightarrow \frac{n \frac{dn}{dt}}{m \frac{dm}{dt}} = \frac{b}{a} = E$$

elde edilir. E , güçlerin silah etkinliği oranı veya dönüşüm oranıdır. Bu eşitlikte her iki tarafın integrali alındığında:

$$E = \frac{b}{a} = \frac{ndn}{mdm}$$

$$\int ndn = E \int mdm$$

$$\frac{n^2}{2} + C_1 = E \left(\frac{m^2}{2} + C_2 \right)$$

$$n^2 = Em^2 + (2EC_2 - 2C_1)$$

bulunur. Burada C_1 , C_2 ve C integral sabitleridir.

$$n^2 = Em^2 + C$$

$$C = n^2 - Em^2$$

$m = m_0$ ve $n = n_0$ çarpışmanın başlangıcında yani $t=0$ anında tarafların güç sayılarını gösterdiği kabul edilirse bu durumda $C = n_0^2 - Em_0^2$ yukarıdaki eşitlikte yerine koyulduğunda Lanchester'ın N^2 kanunu olarak adlandırılan Eşitlik-9 elde edilir:

$$n^2 = Em^2 + n_0^2 - Em_0^2 \Rightarrow n_0^2 - n^2 = Em_0^2 - Em^2 \quad (9)$$

Eşitlik-8, dönüşüm oranı (E) baz alınarak yeniden düzenlendiğinde çarpışmanın herhangi bir anında hayatta kalan güç sayılarını ve çarpışmanın optimal süresini veren formüller elde edilir. Bunun için tarafların silah etkinliklerini veren sabitler toplamı K gibi bir sabite eşit olduğu varsayımı yapıldığında ($a+b=K$) Eşitlik-8 şu şekilde düzenlenebilir $E=(b/a)$:

$a+b=K$ olduğu varsayılırsa:

$$\frac{dm}{dt} = -an = -an \frac{K}{K} = \frac{-a}{a+b} Kn = \frac{-Kn}{1+\frac{b}{a}} = \frac{-K}{1+E} n$$

$$\frac{dn}{dt} = -bm = -bm \frac{K}{K} = \frac{-b}{a+b} Km = \frac{-b}{1+\frac{a}{b}} Km = \frac{-EKm}{1+E} n$$

Savaşın herhangi bir anı T ile gösterilir. $T=Kt$ olacaktır. T 'nin t 'ye göre türevi alındığında,
ve elde edilir. Buradan Eşitlik-10 yazılır:

$$\frac{dm}{dt} = \frac{dm}{\frac{1}{K}dT} = K \frac{dm}{dT} \Rightarrow \frac{dm}{dT} = \frac{-1}{1+E} n$$

$$\frac{dn}{dt} = \frac{dn}{\frac{1}{K}dT} = K \frac{dn}{dT} \Rightarrow \frac{dn}{dT} = \frac{-E}{1+E} m$$
(10)

Eşitlik-10'un çözümü karmaşıktır. Çünkü her biri diğer ordunun değişkenini içermektedir. Öncelikle eşitliklerden diğer ordunun değişkeni çıkarılır. Bunun için Eşitlik-8'deki ilk denklemin ikinci kısmı türevi alınır: $\frac{d^2m}{dt^2} = -a \frac{dn}{dt}$ ve ikinci denkleme yerine koyulursa Eşitlik-11 elde edilir.

$$\frac{d^2m}{dt^2} = -a(-bm) \Rightarrow \frac{d^2m}{dt^2} - a(-bm) = 0$$
(11)

$\frac{d^2m}{dt^2} + p \frac{dm}{dt} + gm = 0$ ya da $m'' - pm' + gm = 0$ şeklinde gösterilir. Burada λ, t zamanda taraflardan birinin çarpışma yeteneğinin kendi sayılarına ve bireysel dövüş yeteneklerine bağımlılığının parametresidir ve orjinal eşitlik, Eşitlik-12 ile ifade edilir:

$$\frac{d^2m}{dt^2} - (\lambda_1 + \lambda_2) \frac{dm}{dt} + \lambda_1\lambda_2 m = 0$$
(12)

Eşitlik-12 ilk düzenlemede, $\frac{d^2m}{dt^2} - \lambda_2 \frac{dm}{dt} = \lambda_1 \left(\frac{dm}{dt} - \lambda_2 m \right)$ şeklinde olur.

$\frac{dm}{dt} - \lambda_2 m = u$ ataması yapılırsa u 'nun t 'ye göre türevi alınarak $\frac{d^2m}{dt^2} - \lambda_2 \frac{dm}{dt} = \frac{du}{dt}$ elde edilir. $\frac{dm}{dt} = \lambda_1 u$ 'dur. Buradan, Eşitlik-13 ile verilen temel çözüm elde edilmiş olur:

$$\frac{du}{u} = \lambda_1 dt \Rightarrow \int \frac{du}{u} = \int \lambda_1 dt,$$

$$\log u = \lambda_1 t + C_1$$

$$u = C_1 e^{\lambda_1 t}$$

$$\frac{dm}{dt} - \lambda_2 m = C_1 e^{\lambda_1 t}$$
(13)

Eşitlik-12 yeniden düzenlenirse: $\frac{d^2m}{dt^2} - \lambda_1 \frac{dm}{dt} = \lambda_2 \left(\frac{dm}{dt} - \lambda_1 m \right)$ olur. Burada $v = \frac{dm}{dt} - \lambda_1 m$ ataması yapılır ve v 'nin t 'ye göre türevi alınarak aşağıdaki eşitlikler elde edilir;

$$\frac{dV}{dt} = \frac{d^2m}{dt^2} - \lambda_1 \frac{dm}{dt},$$

$$\frac{dV}{dt} = \lambda_2 V$$

Buradan Eşitlik-14 elde edilir:

$$v = C_2 e^{\lambda_2 t}$$

$$\frac{dm}{dt} - \lambda_1 m = C_2 e^{\lambda_2 t} \quad (14)$$

Eşitlik-12 ve 13'ten $\frac{dm}{dt}$ çekilip eşitlenirse:

$$(\lambda_1 - \lambda_2)m = C_1 e^{\lambda_1 t} - C_2 e^{\lambda_2 t}$$

$$m = \frac{C_1}{\lambda_1 - \lambda_2} e^{\lambda_1 t} - \frac{C_2}{\lambda_1 - \lambda_2} e^{\lambda_2 t}$$

elde edilir. Burada m 'deki integral sabitleri C_1 ve C_2 'dir. $C_1 = \frac{C_1}{\lambda_1 - \lambda_2}$ ve $C_2 = \frac{C_2}{\lambda_1 - \lambda_2}$ sabitleriyle homojen doğrusal ikinci derece diferansiyel denklem için genel çözüm Eşitlik-15'deki gibi olur:

$$mc = C_1 e^{\lambda_1 t} + C_2 e^{\lambda_2 t} \quad (15)$$

n 'nin çözümü şu şekildedir:

$$n = \frac{C_3}{h_1 - h_2} e^{h_1 t} - \frac{C_4}{h_1 - h_2} e^{h_2 t}$$

Buradan C_3 ve C_4 sabitleriyle n 'nin genel çözümü:

$$nc = C_3 e^{h_1 t} - C_4 e^{h_2 t}$$

şeklinde olur. Burada n 'deki integral sabitleri C_3 ve C_4 'tür.

$-m$ ve n için genel çözümler Eşitlik-16 ile verilir:

$$m = C_1 e^{(\sqrt{ab})t} + C_2 e^{-(\sqrt{ab})t} \quad (16)$$

$$n = C_3 e^{(\sqrt{ab})t} + C_4 e^{-(\sqrt{ab})t}$$

Çarpışmanın başlangıcında, yani $t=0$ anında tarafların güç sayılarını gösteren m_0 ve n_0 'ın başlangıç durumları ($t=0$) için çözümler Eşitlik-17 ile tanımlanmıştır:

$$\begin{aligned}
 m &= \frac{1}{2}((m_0 - \sqrt{\frac{a}{b}} n_0)e^{(\sqrt{ab})t} + (m_0 + \sqrt{\frac{a}{b}} n_0)e^{(-\sqrt{ab})t}) \\
 n &= \frac{1}{2}((n_0 - \sqrt{\frac{a}{b}} m_0)e^{(\sqrt{ab})t} + (n_0 + \sqrt{\frac{a}{b}} m_0)e^{(-\sqrt{ab})t})
 \end{aligned}
 \tag{17}$$

Eşitlikler dönüşüm oranı (E) cinsinden ifade edildiğinde:

$$E = \frac{b}{a}, \quad a + b = K, \quad a = \frac{K}{1+E}, \quad b = \frac{KE}{1+E}, \quad \sqrt{\frac{b}{a}} = \sqrt{E}$$

$\sqrt{\frac{a}{b}} = \frac{1}{\sqrt{E}}, \sqrt{ab} = \frac{K\sqrt{E}}{1+E}, \frac{dm}{dT} = \frac{-1}{1+E} n$ ve $\frac{dn}{dT} = \frac{-E}{1+E} m$ den kısmi çözüm aşağıdaki gibi elde edilir:

$$\begin{cases}
 m = \frac{1}{2}[(m_0 - \frac{n_0}{\sqrt{E}})e^{\frac{\sqrt{E}}{1+E}T} + (m_0 - \frac{n_0}{\sqrt{E}})e^{\frac{-\sqrt{E}}{1+E}T}] \\
 n = \frac{1}{2}[-(\sqrt{E}m_0 - n_0)e^{\frac{\sqrt{E}}{1+E}T} + (\sqrt{E}m_0 - n_0)e^{\frac{-\sqrt{E}}{1+E}T}]
 \end{cases}$$

Hiperbolik fonksiyon olarak kısmi çözüm ($T = \frac{\sqrt{E}}{1+E} T = \frac{\sqrt{E}}{1+E} KT$):

$$m = m_0 \cosh T - \frac{n_0}{\sqrt{E}} \sinh T$$

$$n = n_0 \cosh T - \sqrt{E}m_0 \sinh T$$

şeklinde. T 'ye bağlı olarak fonksiyonların tanım aralığı aşağıdaki gibidir:

$$0 \leq T \leq \frac{1+E}{2\sqrt{E}} \log \frac{n_0 + \sqrt{E}m_0}{n_0 - \sqrt{E}m_0}, \quad (\sqrt{E}m_0 < n_0 \text{ iken})$$

$$0 \leq T \leq \frac{1+E}{2\sqrt{E}} \log \frac{\sqrt{E}m_0 + n_0}{\sqrt{E}m_0 - n_0}, \quad (\sqrt{E}m_0 > n_0 \text{ iken})$$

Lanchester N^2 Kanunu modeli şu şekildedir (Eşitlik-18) (Onoda, 1999);

$$n_0^2 - n^2 = E(m_0^2 - m^2) \tag{18}$$

Topyekûn Savaşta Kazanma Durumu

Bir savaşın kazanılması düşman güçlerinden hayatta kalanların sayısı sıfıra düşerken, asker sayısının pozitif olarak kalması anlamına gelir. Bu durum, düşman güçlerinin tamamen öldürülmesi ya da yok edilmesi anlamına gelmez. Bazıları kaçabilir ya da teslim olabilir. m ordusunun dost n ordusunun düşman olduğu varsayalım. Lanchester'in N^2 kanununa göre kazanma koşulları aşağıdaki gibi gösterilir:

$$n_0^2 - n^2 = E(m_0^2 - m^2)$$

$$\begin{array}{ccc} \downarrow & & \downarrow \\ 0 & & t \end{array}$$

$$n_0^2 = Em_0^2 - Em^2$$

$$Em^2 = Em_0^2 - n_0^2 \quad (E > 0 \text{ ve } Em > 0)$$

olduğunda kazanma koşulları şu şekildedir:

$$Em_0^2 > n_0^2$$

$$m_0 > \left(\frac{n_0^2}{E}\right) \Rightarrow m_0 > \frac{n_0}{\sqrt{E}}$$

$$m_0 > \left(\frac{n_0}{E}\right)^2 \Rightarrow \sqrt{E} > \frac{n_0}{m_0}$$

Tarafların silah etkinliği oranı eşitliğinde, $E=I \Rightarrow$ Lanchester'in doğrusallık kanununa benzemektedir.

$(m_0 > n_0)$ ve kazanmak için yeter koşul daha fazla güce sahip olmaktır.

$$n_0^2 > Em_0^2 \quad (E < \frac{n_0^2}{m_0^2}) \text{ ya da } n_0^2 > \sqrt{Em_0} \quad (\sqrt{E} > \frac{n_0}{m_0})$$

Kazanmak için bölünme durumunda, $E=I$ iken başlangıç güçleri düşmanın en az %71'i kadar ise uygulanacak optimum taktik, düşman güçlerini ikiye bölmektir.

$$\frac{dm}{dt} = -an \Rightarrow dm = -andt \Rightarrow \int_0^T dm = \int_0^T -andt \Rightarrow m_0^T = -a \int_0^T ndt \Rightarrow m_t - m_0 = -a \int_0^T ndt$$

$$\int_0^T ndt = \sum_{t=0}^T nt \text{ dönüşümüyle } a \text{'nın yaklaşık değeri:}$$

$$m_T - m_0 \cong -a \sum_{t=0}^T nt \Rightarrow a = \frac{m_0 - m_T}{\sum_{t=0}^T nt} \text{ ve } b = \frac{n_0 - n_T}{\sum_{t=0}^T mt}$$

şeklindedir (Onoda, 1999).

SONUÇ

Lanchester kanunları, savunma stratejileri temeline dayanan çeşitli kararların alındığı süreçlerde kullanılan matematiksel bir modeldir. Bu modelde güçler birbirleriyle savaşıyor, zayıf olan taraf stratejiler belirleyerek sayı ve silah bakımından güçlü olan tarafa karşı mücadeleyi kazanmaya çalışıyor. Karşılıklı güçlerin uyguladığı stratejiler bu savaşın sonuçlarını belirler. Savaşın kazanılmasında en az sayısal üstünlükler kadar tarafların silah etkinlikleri ve savaş yetenekleri de önem taşımaktadır. Lanchester doğrusallık kanunu, birebir çarpışma durumu için geliştirilmiştir. Burada taraflardan birinin gücü diğerinin bir birim gücüyle karşı karşıya gelmektedir. Lanchester N^2 kanunu ise, geniş bir alanı kaplayan gruplar arasındaki çarpışmalar için kullanılmaktadır. Bu modelde bir tarafın bir birim gücü, diğer tarafın her birim gücü ile aynı anda savaşılmaktadır.

Lanchester stratejisi, İkinci Dünya Savaşı'ndan beri kullanılan ve savaş stratejilerinin geliştirilmesi için tartışılan matematiksel modellerden biridir. Lanchester modellerinin uygulamalarda doğru sonuçlar ortaya koyabilmesi için bağımlı değişkenlerin doğru tanımlanması gerekmektedir. Bu nedenle Lanchester kanunları için matematiksel modellerin anlaşılması önem arz etmektedir. Bu çalışmada Lanchester kanunları hem doğrusal hem de N^2 kanununa ait modeller formüle edilerek matematiksel denklemler aracılığı ile incelenmiş ve modeller aşamalı olarak irdelenmiştir.

KAYNAKÇA

- Borges, R.M. (2002). Warring Ants: Lessons from Lanchester's Laws of Combat? *J. Biosci.*, 27(2), 75-78.
- Campbell, N. C. G. ve Roberts, K. J. (1986). Lanchester Market Structures: A Japanese Approach to The Analysis of Business Competition. *Strategic Management Journal*, 7(3), 189-200.
- Franks, N. R. ve Partridge, L. W. (1993). Lanchester Battles and The Evolution of Combat İn Ants. *Animal Behaviour*, 45(1), 197-199.
- Lepingwell, J.W.R. (1987). The Laws of Combat? Lanchester Reexamined. *International Security*, 12 (1), 89-134.
- McGlynn, T. P. (2000). Do Lanchester's Laws of Combat Describe Competition in Ants? *Behavioral Ecology*, 11(6), 686-690.
- McNeil, P. (2009). *Applying Lanchester's Laws of Concentration To Sales Campaign Success Based on The Works of F.W. Lanchester (1868-1946)*. (1-15), England: Tactica Paperback (emp3books).
- Onoda, T., (1999). *Lanchester Theory: Science to Win the Competition*. Sunny Wale: Lanchester Press Inch.
- Ömürbek, N., Kılınç, G. ve Karaatlı, M. (2021). Entropi Temelli Lanchester Savaş Modeli ile Bir Futbol Maçının Analizi. *Ömer Halisdemir Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 14 (3), 800-821.
- Özdağoğlu, A. (2019). Lanchester N^2 Kanununun Preveze Deniz Zaferine Uyarlanması ve Alternatif Senaryoların Analizi. *Izmir Democracy University Social Sciences Journal*, 2 (1), 18-40.
- Özdağoğlu, A., Özdağoğlu, G., Göktepe, E. ve Eyüboğlu, K. (2013). İlaç Sektöründe Pazar Paylarının Analizi: Yeni Lanchester Stratejisi ve Sistem Dinamikleri. *Yönetim ve Ekonomi Dergisi*, 20 (2), 51-65.
- Yaraloğlu, K. (2016). Lanchester Doğrusallık Kanunu ve Bir Pazarlama Uygulaması. *Dokuz Eylül Üniversitesi İktisadi İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 16 (2), 177-189.

SAĞLIK İDDİASI İÇEREN GIDA REKLAMLARI VE SAĞLIK İLGİNLİĞİNE YÖNELİK BİR LİTERATÜR TARAMASI¹

G. Motif ATAR²

GİRİŞ

Reklamcıların kendilerine sürekli sordukları en önemli sorulardan bir tanesi; “bir reklamın içinde insanların bir ürünü almalarını teşvik eden, o ürünü çekici yapan şey nedir?” olmuştur (Kim, Cheong ve Zheng, 2009). Söz konusu gıda ürünleri olduğunda, pazarlamacıların, reklamlarda çoğunlukla temel ürün bilgisini sunmaya, tüketicileri bir ürünün enfes tadı hakkında bilgilendirmeye, tüketim uygunluğuna, indirim fırsatlarına, kaliteye ve diğer tanıtıcı bilgilere dayalı çekiciliklere güvendikleri görülmektedir (Lord Eastlack ve Stanton, 1987). Bununla birlikte ilk zamanlarda gıda sektöründeki pazarlamacılar, gıda tüketiminin besinsel ve sağlık faydalarıyla ilgili iddiaları kullanmayı ihmal ettiler (Klassen, Wauer ve Cassel, 1991). Pazarlamacılar, belirli bir gıdanın sağlık yönlerini vurgulamanın etkililiğinden şüphe duydular (Kim, vd., 2009). Ancak, beslenme ve sağlık arasındaki belirgin bağlantıları sağlayan tıbbi araştırmalardaki ilerlemelere bağlı olarak, tüketicilerin besin ve sağlık bilgisine olan ilgilerindeki artışı kabul eden pazarlamacılar, reklamlarda, gıda tüketimiyle besin ya da sağlık faydalarını birleştirmeye başladılar (Byrd- Bredbenner ve Grasso, 2001).

Gıda reklamlarında belirli yiyecekleri yeme ile o yiyeceklerin sağladığı sağlık etkisini birleştirmek, yasalar tarafından bu tür iddiaların yasaklanmış olması nedeniyle uzun bir süre tabuydu. Ancak 1984’lerin sonlarında Kellogg firması, yüksek lifli beslenme ile belirli tip kanserden korunma arasındaki ilişkiden söz eden bir reklam kampanyası başlattı. Diğer firmalar da endüstri, tüketici grupları ve düzenleyici kuruluşların tepki göstermeye çabalamalarına neden olacak benzer kampanyalar yürütmeye başladılar (Lord, vd., 1987). Besin Etiketleme ve Eğitim Yasası (Nutrition Labeling and Education Act-NLEA) 1990 yılında yürürlüğe girmeden önce, ürün ambalajlarındaki sağlık iddialarını düzenlemek

¹ Bu çalışma, yazarın basılmamış doktora tezinden üretilmiştir.

² Dr. Öğr. Üyesi, Anadolu Üniversitesi İletişim Bilimleri Fakültesi, Halkla İlişkiler ve Reklamcılık Bölümü, gmatar@anadolu.edu.tr, ORCID: 0000-0003-2074-3568

için formal kurallar bulunmamaktaydı (Golan, Kuchler ve Mitchell, 2000; Balasubramanian ve Cole, 2002). Gerçekte, belirli kronik hastalıklarda besinin oynadığı rolü tanımlayan ilk formal tanımlama 1988’de belirtilmiştir. Ancak bu, istemli sağlık iddiaları ve besin içeriği iddiaları başlatmak için yeni düzenlemeler olan NLEA’nın tasarısına kadar yoktu (Golan, Kuchler ve Mitchell, 2000). NLEA’nın kabulünden itibaren, Besin Unsurları paneli ve ürün ambalajlarındaki istemli sağlık iddiaları arasındaki etkileşime yönelik tüketici tepkisini inceleyen araştırmaların sayısında belirgin bir artış görülmüştür (Ippolito ve Mathios, 1991; Ford, Hastak, Mitra ve Ringold, 1996; Roe, Levy ve Derby, 1999; Garretson ve Burton, 2000). Bununla birlikte, NLEA’nın uygulanmasından itibaren, FDA (Food and Drug Administration- Amerikan Gıda ve İlaç Dairesi), pazarda görünen sağlık iddialarını ve NLEA’nın istemli iddialara (fonksiyonel gıda sağlık iddiaları içeren iddialar) yol gösteren ilkelerini yeniden değerlendirmiştir. 2003 yılında FDA, gıda ürünlerinin yapabileceği sağlık iddialarını nitelendiren, bilimsel kesinliğin dört seviyesini (belirgin bilimsel kesinlik”ten “oldukça az bilimsel kesinliğe” kadar) öneren geçici endüstri rehberi hazırlamıştır (Naylor, Droms ve Haws, 2009).

Reklamcılık tarihi boyunca gıda firmaları, gıda ürünü için reklam düzenlerken çoğunlukla tüketicilerin duyuşsal tepkisine güvenme eğiliminde olmuştur. Bu yüzden, belirtilen özellikler duyuşsal bir tepkiye neden olan tat ya da lezzet, renk ve aromadır. Elbette tüketicilerin ilgilendiği düşük fiyat ve uygun ürünler reklamcılığın en önemli temelidir. Kullanıcı betimlemesi özellikle içecek reklamcılığında çok önemli olarak değerlendirilmektedir. Son dönemlerde çok sayıda tüketicinin formda olma, beslenme, sağlık ve kilo kontrolü ile ilgilenmesi, pek çok reklam konumlandırmasında geniş kapsamlı değişikliklere sebep olmuştur. Çeşitliliğin artması ile birlikte, gıda firmaları düşük kalori ve/veya zengin besinli ya da bir şekilde aktif yaşam tarzının gerekli bir parçası olan ürünler geliştirmişlerdir. Rekabetçi pazarda, ürünün anlamlı bir farklılık sunan özellikleri, etkileyici bir iletişim kurmalı ve farklı olarak nitelendirilen özellikleri değişen toplumsal ilgililerin evrimine yol açmalıdır (Lord, vd., 1987).

Bu bölümde, reklamda iddia, gıda reklamlarında yer alan sağlık iddiası, besin iddiası ve hastalık riskini azaltan iddia üzerinde durulacak; Ayrıntılandırma Olasılığı Modeli (ELM), sağlık ilginliği ve demografik özellikler bağlamında, sağlık iddialarının reklama yönelik tutum ve satın alma niyetine etkisine yönelik bir literatür sunulacaktır.

REKLAMDA İDDİA

İddia, bir durumun basit bir ifadesi, bir açıklamasıdır. Ürünün ne yapabildiği ya da yaptığı üzerine odaklanmaktadır. Genellikle, karşılık vermesi için hedef kitleyi güdüleyecek güçlü bir ürün özelliği hakkındaki anlaşılır bir ifadedir (Moriarty, 1991). Örneğin iddia, performansla ilgili; “ürünün ne kadar uzun süre dayandığı, ne kadar temizlediği, nasıl az enerji harcadığı” gibi ifadelerdir. Dayanırlılık testleri, rekabet testleri ve önce-sonra gösterimleri özellikle güçlü iddialar oluşturabilirler.

Çoğu kez bilimsel olarak yönetilen bir test, iddia için destek sağlamaktadır (Wells, Burnett ve Moriarty, 2000). İddiaya dayalı reklamcılık mantıksal bir yaklaşımdır ve tüketicinin ürüne ya da ürün kategorisine olan örtük ilgisidir. Bu, ilgi görebilir ancak çok ikna edici olmayabilir. Çünkü yarar reklamcılığının yaptığı şekilde beklentinin gereksinimlerini doğrudan birbirine bağlamaz (Moriarty, 1991).

Farklı ilginlik seviyelerine sahip tüketiciler üzerinde, reklamlarda kullanılan iddiaların ikna edici etkisini inceleyen çalışmalar bulunmaktadır (Petty ve Cacioppo, 1981; Petty, Cacioppo ve Schumann, 1983). İddialar subjektif ve objektif (Cohen, 1972) olmak üzere iki temel kategoride gruplanırken farklı eğilimlerdeki alıcıların inanç, tutum ve satın alma niyeti üzerinde farklı iddia stratejilerinin etkisi hakkında çok fazla bilgi bulunmamaktadır.

Objektif ya da subjektif mesaj iddiaları sınıflandırması, reklamcılıktaki araştırmaların bir sonucudur. Cohen (1972)'in belirttiği gibi, subjektif iddialar, bir markanın sağladığı tutumlar ya da faydaların varlığını dolaylı olarak önermek için vekil göstergeler kullanmaktadır. Bir subjektif strateji ile iddialar açıkça yapılmaz ancak renkler, onaylar (uzmanlar ile), semboller (deyimler, marka isimleri) ya da büyüklükler (kamera teknikleriyle oluşturulur) aracılığıyla belirtilmektedir. Objektif iddialar tam aksine, bir özellik ya da faydayı doğrudan belirten açık bilgiler (teknik özellikler, sayısal işaretler, görsel sunumlar, gibi) kullanmaktadır (Gill, Russell ve Lacznia, 1988).

Objektif iddialar inandırıcı ve yüksek nitelikli savları bulundurmaktadır. Gerçekten de, çevresel destek verirken (örneğin reklamcılığı daha tüketici merkezli göstermektedir), objektif iddialar merkezi etkiler içermeye daha uygundur çünkü bir inanç ya da tutumsal durum için merkezi bilgiyi değerlendirme ve düşünmeyi kolaylaştırmaktadırlar (Petty, Cacioppo ve Schumann, 1983). Tüketiciler daha kolay olan ve onları etkileyen bilgiyi tercih etmektedirler (Bettman ve Kakkar, 1977). Objektif iddialar aynı zamanda subjektif iddialara göre daha güvenilirdir (Holbrook, 1978) ve mesajlar objektif olduğunda daha çok destekleyici savlar ve daha az karşıt savlar sunulmaktadır (Edell ve Staelin, 1983). Subjektif iddialar ise pozitif bir etkiye yol açmak için genellikle çevresel işaretler şeklinde hazırlanmaktadır. Ayrıca subjektif işaretler (sözlü ya da görsel sunulabilir) ile alıcıların, bir durumun ima ettiği değerlerle ilgili basit çıkarımlar yapması da mümkündür (Petty, Cacioppo ve Schumann, 1983).

Reklamcılar, tüketim kolaylığından, indirim fırsatları (Deutsch 1988; Tagliabue 1995'den aktaran Kim, Cheong ve Zheng, 2009), enfes tat ve lezzet çekiciliği iddialarına kadar uzanan (Lord vd., 1987; Fay, 2003), gıdaların çeşitli faydalarını göstermek için pek çok farklı reklam iddiaları kullanmışlardır. Sağlık ve besin ilişkili faydalar, tüketicilerin gıda seçimlerinde temel faktörler haline geldiğinden, bu faydalara ilişkin reklam yapmak pazarlamacılar arasında giderek daha popüler hale gelmiştir (Cervellon ve Dube, 2000; Dacko, 2000; Ippolito ve Papalardo, 2003). Gıdalardaki sağlık iddiaları, pazardaki gıda ürünlerinin odağının lezzetten

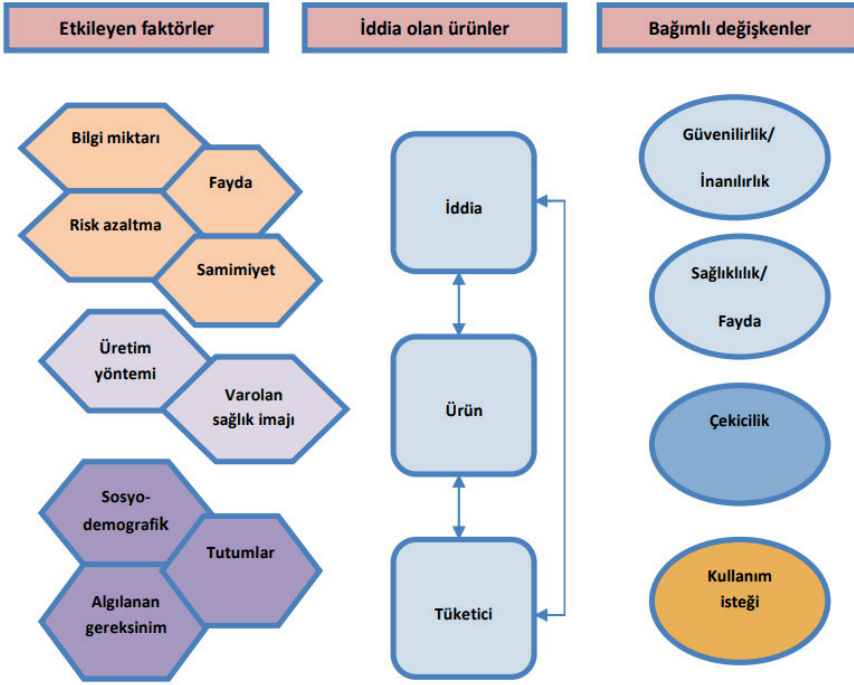
besine kaymasını, sağlık odaklı promosyonun olduğu pazarlara dönüşmesini desteklemiştir (Calfee ve Pappalardo, 1991).

Gıda Ürünlerinde Sağlığa İlişkin İddialar

Kodeks Alimentarius Komisyonu (Codex Alimentarius Commission) 1960'larda Birleşmiş Milletler Gıda ve Tarım Teşkilatı (FAO) ve Dünya Sağlık Örgütü (WHO) tarafından ortaklaşa kurulan Birleşmiş Milletler'e bağlı bir kuruluştur. Kuruluşun görevi; dünyada gıda ile ilgili uygulamaların sağlık ve teknoloji yönünden standartlaştırılmasını sağlamaktır. Amacı; kaliteli ve güvenilir ürünlerin üretilmesi ve tüketicilere sunulmasının yanı sıra dünya gıda ticaretinde yer alan gıda maddelerinin kalite ve hijyen kriterlerinin belirlenmesidir. Kuruluşun bu amaçlarla hazırladığı "Kodeks Alimentarius Standartları" tüm dünya ülkeleri için güvenilir gıda üretiminde referans dokümandır. Gıda güvenilirliği konusunda Kodeks Alimentarius Komisyonu tarafından kabul edilen standartların, kural ve prensiplerin ülkelere tanınması ve uygulanması gerekliliği söz konusudur. Kodeks Alimentarius Komisyonu normları uluslararası gıda ticaretinde mevcut ve oluşabilecek sorunların çözümünde esas alınmaktadır (Kodeks Alimentarius Komisyonu, 2013).

Yedikleri gıdaların besinsel değerinde yer alan bilgiye yönelik tüketicilerin sağlık ve diyetle ilgileri, onların güncel taleplerini yansıtmaktadır (Levy, Schucker, Tenney ve Matthews, 1988). Bu "bilme ihtiyacı" baskısı, düzenleyiciler ve gıda uzmanları arasında büyük ölçüde ilgiye neden olmuştur.

Tüketiciler, gıdalardaki uzun ve karmaşık, bilimsel olarak yazılmış iddialardan hoşlanmamaktadırlar (Williams, 2005). Belirli hastalık etkilerini ve sağlık faydalarını kısa sağlık iddiaları uzun sağlık iddialarından daha iyi iletmektedir; ayrıca kısa sağlık iddiaları satın alma kararlarında daha etkilidir (Levy vd., 1997). Tüketicilerin bir ürünlerdeki sağlık iddiası algısını etkileyen faktörlerin neler olduğu Şekil 1'de yer almaktadır.



Şekil 1: Tüketicinin Sağlık İddiaları Algisının Temel Faktörleri

Kaynak: Lahteenmaki, 2013: 198.

Lord vd.'nin 1987 yılında yaptığı çalışmadaki veriler, sağlık iddialarının kullanımının yaygın olmadığını göstermekle birlikte, kalite (gerçek meyve suyundan yapılmıştır), besin/genel (vitamin yüklü), besin/özel (500 mg C vitamini içerir) ve kilo kontrolü (düşük kalorili) gibi diğer iddialar, tartışılmaya açık olarak 'sözde sağlık odaklı' olarak kabul edilmiştir. Böylece pazarlamacılar, belirli sağlık iddiaları yapmadan, reklamda sağlık vurgusunu arttırmış gösterilmektedir (Lord vd., 1987). Sağlık iddiası olmayan gıdaların reklamlarında tat, lezzet, koku, doku çekicilikleri ve ruh değişiklikleri daha çok kullanılırken, sağlık iddiası olan gıdaların reklamlarında sağlık, refah, rekabet, eşsizlik ve besinsel içerik çekicilikleri kullanılmıştır (Moon, 2010). Balasubramanian ve Cole (2002), tüketicilerin verilen bir gıda kategorisinde besin bilgisi aramalarının, kategoriye nasıl algıladıklarına bağlı olduğunu bulmuşlardır. Tüketiciler, şekerleme gibi eğlenceli gıdalar için besin iddialarını gözardı etmektedirler çünkü bu gıdalar hedonistik (sağlıkla ilişkisinin aksi olarak) ihtiyaçlarını karşılamaktadır.

Belirli bir pazarı hedef alan sağlık iddiaları, tüketicilerin zihninde belirli bir sağlık faydası ve gıda arasındaki diyet-sağlık ilişkisini son derece başarılı bir şekilde inşa edebilmektedir. Örneğin, FDA'nın kalsiyum ve osteoporoz ile ilgili "düzenli egzersiz ve kalsiyumdan yeterli bir sağlıklı beslenme; genç ve yetişkin beyaz ve Asyalı kadınların kemik sağlığını devam ettirmeye yardımcı olmakta ve ileriki hayatlarında yüksek osteoporoz riskini azaltabilmektedir" ifadesi dikkate

alındığında, bu sağlık iddiası kalsiyumun sağlık faydaları ile ilgili besinsel eğitimin uzun tarihinden yararlanarak ve bir dizi gıda ürününün ya kalsiyumun geleneksel olarak ilişkisiyle (süt gibi) ya da açıkça kalsiyum ile desteklenmiş olarak etiketleme ile tüketicilerin zihninde diyet-sağlık ilişkisi başarılı olarak yaratılmıştır. Kalsiyumdan faydalananlar genel olarak popülasyonun iyi tanımlanmış bir bölümü olduğundan (çok genç ve çok yaşlı), bu iddia ile ilgili hedef bölümler belirgin biçimde ve başarılı olarak belirlenmiştir (Wansink ve Cheney, 2005).

Cinsiyet, yaş ve sosyo-ekonomik faktörler, tüketicilerin sağlık iddialarını algılayışlarını etkilemektedir. Yüksek sosyo-ekonomik statüdeki kadınlar sağlığı iyileştiren gıda reklamlarını daha çok kabul etmekte (Bogue, Coleman ve Sorenson, 2005) ve sağlık faydaları sunan gıdaları erkeklerden daha yaygın olarak kullanmaktadırlar (De Jong, Ocke, Branderhorst ve Friele, 2003). Kadınların sağlık ilişkili iddiaları erkeklere göre daha avantajlı olarak algılamalarından dolayı kadınların sağlıklı bir beslenme biçimine yönelik daha olumlu tutumları vardır (Rozin, Imada, Sarubin ve Wrzesniewski, 1999; Williams, 2005). Lator, Madden, McKenzie ve Wall (2011) bu durumu kadınların sağlık konularına farkındalığının, tüm ailenin sağlığı için duydukları sorumlulukla ilişkili olduğunu belirtmektedir. Buna karşılık Verbeke, Scholderer ve Lahteenmaki'nin yaptıkları çalışmada (2009), demografik özelliklerin iddiaları algılamada çok az etkisi olduğunu ortaya koymaktadır. Yaş ve cinsiyet sadece güvenilirlik algısını etkilemektedir, böylece erkekler ve genç yaş grupları, iddialarla sunulan ürün kavramlarını kadınlardan ve yaşça büyük katılımcılardan daha güvenilir bulmaktadır.

Genç gruplarla karşılaştırıldığında sağlık iletişimi, büyük çoğunlukla daha yaşlı grupları (55 yaş üstü) dikkate alma eğilimindedir (Bhaskaran ve Hardley, 2002). Orta yaşlı ve yaşlı tüketiciler, genç tüketicilere göre sağlıklı beslenmeyle daha fazla ilgilidirler. Bunun sebebi genç tüketicilere oranla, daha büyük olasılıkla kendilerine ya da buldukları sosyal çevrenin mensuplarına yaşam biçimiyle bağlantılı hastalık teşhisi konulmasıdır (Bech-Larsen ve Grunert, 2003; Siegrist, Stampfli ve Kastenholz, 2008). Yapılan araştırmalar yaşlı insanların sağlık durumlarıyla ilişkili farkındalıkları ve risk algıları nedeniyle daha önleyici davranışları benimseme eğiliminde olduklarını göstermektedir. Genç yaş gruplarıyla karşılaştırıldığında yaşlılar, kolesterol düşüren süt ürünleri, eklem için özel takviyeler, vitamin destekleri, omega 3 ve 6 takviyeleri ve bu yağ asitleriyle kuvvetlendirilmiş ürünler gibi özel satın alma yapmaktadırlar. Süt ürünleri bağışıklık sistemini desteklemeye yardım ettiğini iddia etmektedir (Nocella ve Kenedy, 2012). Yapılan çalışmalar yaşlıların sağlıklı yeme-içme konusuna daha fazla ilgi gösterdiğini kanıtlamaktadır (Kearney, Kelly ve Gibney, 1998; Nestle vd., 1998; Roininen vd., 1999). Yaş, sağlık ilginliği ve sağlıklı gıdalara yönelik tutumlar arasındaki kaydedeğer ilişki, tutumların ve sağlık ilginliğinin, hayatın dönemlerine göre değişkenlik gösterdiğini ortaya koymaktadır (Olsen, 2003: 208).

Eğitim seviyesi, sağlık iddiasında bulunan ürünlerin kullanımı için bir diğer önemli belirleyicidir. Daha iyi eğitilmiş ve beslenmeye ilgisi olan tüketicilerin genellikle sağlık iddiası olan ürünleri kullanımları daha yüksektir. Ayrıca çalışmalar, iyi eğitilmiş tüketicilerin az eğitilmiş tüketicilere göre beslenme biçimi ve hastalık arasındaki ilişki hakkında daha fazla bilgi sahibi olduğunu göstermektedir (Ippolito ve Mathios, 1991). Bu yüzden az eğitilmiş tüketiciler, sağlık iddialarını anlama konusuyla ilgili daha hassas olabilir ve bilgiyi işlemede daha fazla zorluklar yaşayabilirler. Herhangi bir eksikliği/dezavantajı dikkate almadıklarında daha kolay kandırılabilirler (Nocella ve Kenedy, 2012).

Besin İddiası

Besin iddialarının gıda ürünleri için kullanımına Federal Ticaret Komisyonu (Federal Trade Commission) tarafından izin verilmekte ve pek çok firma bu tür iddiaları her çeşit ürün için kullanmaktadır. Besin iddiaları, gıdaların besin içerikleri ile ilgili ifadeleri içermekte ancak bu besinleri yemenin sağlığa faydasıyla ilgili hiçbir şey ileri sürmemektedir. Besin iddialarına örnekler: “yüksek lifli”, “az yağlı”, “düşük kolesterolü”, “günlük alınması tavsiye edilen gerekli 11 vitamin ve minerali içerir” ve “sağlıklı beslenmenin bir parçası” şeklindedir. Bu örneklerin de belirttiği gibi, besin iddiaları özel ya da genel olabilir (Lord vd., 1987). Besinin büyüme, gelişme ve vücudun normal fonksiyonlarındaki fizyolojik rolünü tanımlıyor olması (örneğin folik asit alyuvar oluşumu için önemlidir) bir besin iddiasıdır (Hawkes, 2004).

Bir gıdanın bileşiminden dolayı (enerji ya da belirli bir besin ögesi ile ilişkili) belirli faydalı özellikleri olduğunu ileri süren ya da belirten ifadelerdir. Bu tip iddialara; “... kaynağı”, “...dan muaf”, “yüksek”, “düşük”, “enerjisi ya da belirli bir besin ögesi azaltılmış” gibi örnekler verilebilir (Kodeks Alimentarius Komisyonu, 2013). Sağlık ve besin içerikli iddialar, tüketicilere besin özelliklerine dayanan bir kategorinin içindeki ürünleri sınıflamalarına yardımcı olmaktadır. Aynı zamanda, tüketicilerin kategoriler arasından seçim yapmalarında her kategoriden ne kadar ürün tüketebileceklerine yardımcı olmada bir rol oynamaktadır (Roe, Levy ve Derby, 1999).

Fonksiyonel bir gıda ürününün olumlu etkileri hakkındaki bilgilerin etkili olabilmesi için inandırıcı olması ve güven vermesi gerekmektedir (Kruglanski ve Stroebe, 2005). Fonksiyonel gıdaların genel anlamda sağlık üzerinde hemen kendini gösteren etkileri yoktur; genellikle uzun süreli ve düzenli kullanımda bu etkiler gözlemlenmektedir. Üstelik tüketiciler, aktif içeriğin üründe gerçekten var olup olmadığı konusunda çoğunlukla kendilerini ikna edememektedirler. Dolayısıyla insanların; sağlık iddiasına (örneğin aktif içeriğin gerçekten üründe belirtildiği şekilde sağlık üzerinde etkili olduğuna); ve üreticiye (örneğin aktif içeriğin gerçekten ürüne katıldığına) inanması gerekmektedir (Frewer, Howard, Hedderley ve Shepherd, 1996.). Sonuç olarak, gıda etiketlerindeki kullanım ve güvenin, fonksiyonel gıdaya yönelik tutuma dair bilgiyi etkileyeceği düşünülmektedir.

Sağlık dürtüleri ile fonksiyonel gıdaya yönelik tutumlar arasındaki ilişki karmaşık olabilir. Tüketicilerin, belli bir ürünü seçmeden önce sağlık yararlarının bilincinde olması gerekir, bu nedenle tüketicilerin beslenme bilgilerinin derecesinin, yapılacak seçimi etkilemesi beklenebilir (Zezelj, Milosevic, Stojanovic ve Ognjanov, 2012). Bir insan, bir nesneye karşı olumsuz bir tutum sergilerken o nesneyle ilgili bilgi toplayabildiği için (Ajzen, 2001; Holbrook, Berent, Krosnick, Visser ve Boninger, 2005), tutumla ilişkili bilginin, direkt olarak tutumun gücü ile değil, tutumun önemi ile ilişkilendirildiği gösterilmiştir (Biek, Wood ve Chaiken, 1996). Benzer şekilde, beslenme bilgisi ile gıda ürünlerine ve/veya beslenme alışkanlığına yönelik tutumlar arasındaki ilişki her zaman olumlu değildir. Bazı çalışmalar, en iyi beslenmenin, yüksek oranda meyve-sebze tüketimi ile ilişkilendirildiğini gösterirken (Patterson, Kristal, Lynch ve White, 1995; Wardle, Parmenter ve Waller, 2000), bazıları da beslenme bilgisinin gıda seçimi üzerinde çok az etkili veya etkisiz olduğunu söylemektedir (Rasanen, Niinikoski, Keskinen, Helenius, Talvia ve Ronnema, 2003). Fonksiyonel gıda tüketiminde, beslenme bilgisinin eksikliği tüketicilerin bu ürünleri tercih etmesini sınırlandırabilir (Ares ve Gambaro, 2007). Çalışmalar, genellikle Beslenme Bilgisi Anketi (Nutrition Knowledge Questionnaire) ile ölçülmüş genel beslenme bilgisini (Parmenter ve Wardle, 1999), fonksiyonel gıdaya yönelik tutum ile ilişkilendirmiş, ve belli bileşikler (örneğin; antioksidanlar veya lif) hakkındaki bilgilerin, söz konusu bileşiğin etkisine dair iddiası olan bir ürünün daha fazla kabul görmesini sağladığını göstermiştir (Zezelj vd., 2012).

Sağlık İddiası

Sağlık iddiası, bir gıda kategorisi, bir gıda ya da onun bileşenleri ve sağlık arasında varolan ilişkiyi belirten, ileri süren ya da ima eden herhangi bir iddia anlamına gelmektedir (Europa, 2011). Sağlık iddiaları, belirli gıdaları ve/veya besinleri yeme (ya da yememe) ile insan sağlığı arasında, genel anlamda ya da belirli bir hastalığı önlemeyle ilgili olarak, özel bir bağlantı çizmektedir. Örneğin bir ürünün yüksek kalsiyumlu olduğunu ve kalsiyum alımının osteoporoz etkilerini azalttığını söylemek özel bir sağlık iddiası, buna karşın “et dayanıklılığı destekler” demek genel bir sağlık iddiasıdır (Lord vd., 1987). Örneğin sözü geçen gıdayı tüketmenin sonucu olan sağlık yararlarının etiketlerde, reklamda ya da diğer pazarlama ürünlerinde “vücudun genel savunmasını güçlendirmeye ya da öğrenme yeteneğini geliştirmeye yardımcı olur” şeklindeki bir ifade sağlık iddiasıdır (Efsa, 2011).

Sağlık iddiaları tüketicilere, ürünlerin sağlık faydalarına ilişkin faydalı bilgi sağlamak üzere tasarlanmış ve güncel yasalar da tüketicileri yanıltıcı ve yanlış bilgidan korumak için hazırlanmıştır. İddialar, tüketicilerin tercihleriyle ve dağıtıcının teşvik tedbirleriyle de uyum içinde olmalıdır (Beales, Craswell ve Salop, 1981). Tüketici pazarlarında bu teknikler, tüketicilere daha sağlıklı gıda tercihi

yapmalarında yardımcı olduğundan çok tercih edilen düzenleyici seçeneklerdendir (Nocella ve Kennedy, 2012).

Gıda ürünleri için sağlık iddiaları, tüketicileri bilgilendirmede ve satın alma kararlarını etkilemede çok önemli bir rol oynamaktadır (Geiger, 1998). Gıda ürünlerine ilişkin sağlık iddiaları, gıda ürünlerindeki tüketim bileşenlerinden sağlanan besinsel ve pozitif sağlık faydaları konusunda üreticilerden tüketicilere bilgi aktarımını amaçlar. Ancak gıda sağlık iddiaları; tüketiciler mesajları anlamadığı için bu amacı başaramazlarsa, gıda pazarının verimliliği olumsuz etkilenebilir (Nocella ve Kenedy, 2012).

FDA sağlık iddialarının kullanımına yönelik olarak, beslenme ve sağlık arasındaki bu önemli bağlantıyla ilgili tüketicileri bilgilendirmek için tasarlanmıştır. Tüketiciler, önemli besinsel zeminden yoksun olduklarında bile diyet ve sağlık arasındaki bu bağlantıya inanmak için tereddüt edebilmektedirler. Tüketiciler için gıdanın besinsel niteliğini ve belirli besinlerin sağlığını nasıl etkileyeceğini bilmek önemlidir. Eğer bir FDA sağlık iddiası, belirli bir gıdanın tüketimini arttırmada başarılı ise, insanlar diyet ve sağlık arasındaki önemli bağlantının sağlık iddiası tarafından yapıldığını düşünmektedir (Wansink ve Cheney, 2005).

Bu iddialar, vücudun normal fonksiyonları ya da biyolojik aktivitelerindeki genel beslenme biçimi açısından gıdaların ya da onların bileşenlerinin tüketiminin belirli yararlı etkileriyle ilgilenmektedir. Bunun gibi iddialar, sağlığa ya da bir fonksiyonun gelişimine, sağlığın düzeltilmesi ya da korunmasına olumlu bir katkı sağlamaktadır (kalsiyumun kemik yoğunluğunun gelişimine yardımcı olması gibi) (Hawkes, 2004).

Roe, Levy ve Derby (1999) tarafından yapılan sağlık iddiasıyla ilgili kapsamlı çalışma, Amerika'nın sekiz şehrindeki 1403 gıda müşterisinin katılımıyla alışveriş merkezinde görüşmecilerle yüz yüze yapılmıştır. Değişkenler üç ürünü (mısır gevreği, lazanya ve yoğurt) ve 10 etiket biçimini içermektedir. Farklı uzunluklardaki iddiaların etkileri, etiketteki konumu, tüketicilerin ürünün sağlıklı olduğunu değerlendirmesindeki onaylama çeşitleri ve satın alma niyeti değerlendirilmiştir. Verilerdeki bireysel farklılıklar değerlendirildiğinde çok sayıda önemli sonuç ortaya çıkmıştır (Roe vd., 1999):

- Bir ürün bir sağlık iddiası sunduğunda, katılımcılar ürünü daha sağlıklı görmekte ve büyük olasılıkla o ürünü satın alacaklarını ifade etmektedirler.
- Paketin ön tarafındaki sağlık iddiasının etkisi, tüketicilerin paketin arka tarafındaki besin bilgisini okuma olasılığını düşürmektedir.
- Kısa cümlelerle ifade edilen sağlık iddiaları uzun olanlardan daha etkilidir ve kısa sağlık iddialarını uzun iddialarla karşılaştıran, ürünün sağlık yararlarıyla ilgili uygun olmayan ya da abartılı inançları teşvik eden bir belirti bulunmamaktadır.
- Yeni bilgi sağlayan iddiaların ürüne yönelik tutumda pozitif etkisi varken, yeni bilgi sunmayan iddiaların hiç etkisi bulunmamaktadır.

- Sağlık iddiaları eğitici bilgi iletmede sınırlı bir yeteneğe sahip gibi gözükmektedir; katılımcıların %20'sinden fazlası, ürün belirgin bir iddia taşıdığı anda bile ürünün herhangi bir sağlık yararı olduğunu onaylamamaktadırlar.
- Sağlık yararları algısı, iddialarla sağlanan özel bilgidan çok genellikle ürünle ilgili önceki inançlara dayandığı görülmektedir.
- Besin içeriği iddialarının sağlık iddiaları ile benzer etkilere sahip olduğu görülmektedir.
- Açıklamaların ve yarım iddiaların iletişim etkililiğinde çok az etkisi vardır.

Besin bilgisinin eksikliği, tüketicilerin bir sağlık iddiasını anlama ya da değerlendirme becerilerini sınırlandırabilmekte ve bu anlama eksikliği iddiaların güvenilirliğini azaltabilmektedir (Williams, 2005). Gıdalardaki besinsel iddia ve sağlık iddiasının neler olduğu Tablo 1'de görülmektedir.

Tablo 1: Gıda İçin Resmi Sağlık- Besin İddiası İlişkisi (1993-2000)

Besinsel iddia	Sağlık iddiası
Kalsiyumca zengin gıdalar	Osteoporoz risklerini azaltır
Düşük sodyumlu gıdalar	Yüksek tansiyon riskini azaltır
Doymuş yağ ve kolesterolü düşük besinler	Koroner kalp hastalığı riskini azaltır
Düşük besinsel yağ	Kanser riskini azaltır
Yüksek lifli tahıl, meyve ve sebzeler	Kanser riskini azaltır
Özellikle çözünebilir lif	Koroner kalp hastalığı riskini azaltır
Meyveler ve sebzeler	Kanser riskini azaltır
Folik asit	Doğumsal kusur (nöral tüp defekti) riskini azaltır
Tatlı alkoller	Diş çürüğü riskini azaltır
Tamamen yulaf ve pisilyumdan oluşan çözünebilir lif	Koroner kalp hastalığı riskini azaltır
Soya proteini	Koroner kalp hastalığı riskini azaltır
Bitki stanolü ve bitki stanolü esterleri	Koroner kalp hastalığı riskini azaltır
Tamamen tahıllı gıdalar	Koroner kalp hastalığı ve belli kanserlerin riskini azaltır
Potasyum içeren gıdalar	Yüksek tansiyon ve çarpıntı riskini azaltır

Kaynak: FDA Food Labeling Guide, Appendix C, 2000; FDA Interim Final Rule, 2000; Approval based on authoritative statement, 1999, 2000'den aktaran Parker, 2003.

Önceki çalışmalar, bir gıda ürününü sağlıklı olarak sunmanın, yetişkin tüketicilerin ürüne yönelik inançları değiştirdiğini göstermektedir. Gıda ürününü daha sağlıklı algılamakta, ürüne yönelik daha olumlu tutum oluşturmada ve ürüne yönelik satın alma niyetleri artmaktadır (Andrews, Netemeyer ve Burton, 1998; Levy, Derby ve Roe, 1997; Roe vd., 1999). Bununla birlikte, yeni bilginin algısı ve işlenişi (yeni reklamlar ve iddialar gibi) ürün kategorisi özelliklerine ve bireysel algıya bağlıdır (Brucks, Mitchell ve Staelin, 1984). Drichoutis, Lazaridis ve Nayga

yaptıkları çalışmada (2006), genellikle tüketicilerin, yağ, katı yağ, kolesterol gibi olumsuz besinlerden sakınarak seçim yapmaları konusunda yönlendirdiklerinde, besin bilgisinin gıda seçimini etkileyebileceği sonucuna varmışlardır. Ayrıca Wansink ve Chandon'un yaptığı çalışmada (2006), bazı durumlarda, aşırı kilolu tüketicilerin, olumlu sağlık iddiası ya da "sağlık halesi" etiketi olan bir gıdayı çok fazla miktarda tüketme eğiliminde olabileceklerini ileri sürmüştür.

Gıdalardaki sağlık iddiaları tüketiciler tarafından faydalı görülmektedir. Bir ürün sağlık iddiası özelliği taşıdığına tüketiciler onu daha sağlıklı olarak görmekte ve satın alma ihtimalinin olduğunu belirtmektedirler (Williams, 2005). Zaten sağlıklı bir imaja sahip olarak nitelendirilen ürünlerin sağlık iddiaları daha fazla kabul edilmektedir (Bech-Larsen ve Grunert, 2003). Bununla birlikte tüketiciler besin içerikli iddiaları ve sağlık iddiaları arasında net bir ayrım yapamamaktadırlar (Williams, 2005).

Sağlık iddiası olan ürünler, en az iki işleve hizmet etmek üzere tasarlanmaktadır. Temel faydalı amaçların (beslenme) dışında, tüketicilerin sağlık durumlarına da katkı sağlamalıdır. Dolayısıyla, tüketicilerin gıda seçiminde sağlığa ve sağlıkla ilgili güdülere karşı genel tutumlarının, tüketicilerin fonksiyonel gıdayı nasıl benimsediğinin belirlenmesinde merkez nokta olması gerekmektedir (Urala ve Lahteenmaki, 2003, 2004; Verbeke, 2005). Fakat bazı çalışmalar göstermektedir ki rol alan başka dürtüler de mevcuttur. "Fonksiyonel gıdaların tada göre reddedilmesi, nihai bir 'hayır'a denktir" (Verbeke, 2005: 49). Bu, her ne kadar başka dürtüler önem kazanır hale gelse de, duygusal çekiciliğin gıda seçiminde hala başlıca dürtü olduğu anlamına gelmektedir. Tüketiciler, sağlık iddiaları olan ürünlerin yalnızca sağlık için faydalı olması yerine, çok sayıda işleve hizmet etmesini bekleyebilir; dolayısıyla fonksiyonel gıdaya yönelik tutumun bir veya birden fazla boyutlu olup olmadığını (örneğin sağlıklılık ve tat gibi farklı tutumlarda benzer veya farklı şekilde değerlendirilir) ve bu özel ürün grubuna yönelik tutumda dürtüsel temeli oluşturan şeyin ne olduğunu araştırmak gerekmektedir (Zezelj vd., 2012).

Hastalık Riskini Azaltan İddia

Risk; doğal ya da insan etkili tehlikeler ve hassas durumlardan kaynaklanan zararlı sonuçların ya da beklenen kayıpların (ölümler, yaralanmalar, mülkiyet, geçim, ekonomik aktivite bozulması ya da çevresel zarar) olasılığı olarak tanımlanmaktadır (International Strategy for Disaster Reduction, 2004'den akt. Ye, 2007: 8).

Hastalık riskini azaltan iddialar, sağlık beyanının spesifik bir çeşididir; bir gıdanın veya gıda bileşenlerinden birinin hastalık için bir risk faktörünü önemli ölçüde azalttığını beyan eder. Örneğin fitosteroller (bitki steroller) kandaki kolesterolü düşürmeye yardımcı olabilir ve böylelikle kardiyovasküler hastalıklar için risk faktörünü azaltır. İlk defa, Avrupa Gıda Güvenliği Kurumu (European Food Safety Authority) tarafından onay aldıktan sonra, gıda üzerinde hastalıktan bahsedilmesine izin verilmiştir (Wills, Bonsmann, Kolka ve Grunert, 2012: 229).

Hastalık riskini azaltan iddialar, bir gıdanın ya da onun bileşenlerinin bir hastalık risk faktörünü önemli ölçüde azalttığını ifade eden belirli bir sağlık iddiası türüdür. (Wills vd., 2012). Genel beslenme biçiminin bir hastalığın gelişme riskini azaltma ya da sağlıkla ilgili şartlar açısından bir gıda ya da gıda bileşenini tüketmeyle ilişkili iddialardır. Risk azalmasının anlamı, bir hastalığın başlıca risk faktörlerinin ya da sağlıkla ilgili şartların önemli ölçüde değişimidir (meyveler ve sebzelerin bazı kanser risklerinin azalmasına yardımcı olması buna bir örnektir) (Hawkes, 2004).

Besin içeriği ve sağlık iddiaları bütün dünyada genellikle gıda ürünlerinde bulunmaktadır. Ancak, sağlığı iyileştirme ve hastalık riskinde azalmayı temin eden sağlık iddiaları düzenlemesi büyük ölçüde çeşitlilik göstermektedir (Williams, 2005).

Parker'ın çalışması (2003) bazı pazarlamacıların, ürünlerinin kalp hastalıklarını önleyeceğini söylemek yerine sağlıklı kolesterol seviyesini sürdürmeye yardımcı olduğunu iddia etmeyi tercih ettiklerini göstermektedir. Tüketicilerin iki iddiadaki farklılıkları algılayıp algılamadıkları açık değildir. Diğer taraftan bir takım hastalıklar önlenemediğinden, sağlık iddiaları çok güçlü pazarlama mesajları olarak algılanabilmektedir. Örneğin bazı süt reklamları osteoporozu önlediğinden bahsederken, diğer reklamlar güçlü kemiklerden bahsetmektedir (Parker, 2003).

İLGİNLİK

İlginlik, kişinin değerleri ve ihtiyaçlarının öncül etmenlerine kısmen dayanan güdüsel bir yapıdır (Zaichkowsky, 1986). Bir kişinin, doğal ihtiyaçlarına, değerlerine ve ilgi alanlarına dayalı olarak bir nesneye olan ilgisidir (Zaichkowsky, 1985). İlginlik çoğunlukla, tüketicinin satın alma ya da belirlenen ürün kategorisinden bir çeşidi kullanmadaki kişisel ilgisi olarak tanımlanan, bireysel, deneysel ve durumsal bileşenlerin ilişkisini çok iyi özetleyen bir yaklaşımdır (Evans, Jamal ve Foxall, 2006: 98). Tüketicinin bir nesne, durum ya da olaya ilginlik seviyesini, algıladığı kavrama kişisel olarak ilgisinin düzeyi belirlemektedir (Celsi ve Olson, 1988). Her tüketicinin çok uygun ve çekici bulunduğu, bir ya da birden fazla özellikle ilgilendiği ürün kategorisi vardır. İlgili tüketiciler bu ürün kategorilerinin hayatlarıyla ilişkili olduğunu hissederler. Hobiler, koleksiyonlar, ya da giyim tutkusu, film merakı, araba sevdası gibi özel ilgi alanları tüketici davranışının yaygın türlerine örneklerdir. Pazarın liderleri, bu meraklı tüketicilerin kim olduğu konusunda yanılmamak ve onların kimler olduğunu anlamak istemektedirler. Bu yüzden tüketici ilginliğini ölçme, pazarda bu yapının başarılı uygulamasında birincil önemdedir (Flynn ve Goldsmith, 1993).

Sosyal psikologlar, bir sosyal konu olarak, tutum objesine hitap eden ikna edici iletişim bağlamındaki ilginliği incelemiştirler. Ancak, tüketici davranışındaki uygulamasında davranışın daha farklı yönlerini ve çeşitli tutum objelerini içeren daha geniş bir bağlamda ilginliği incelemeye odaklanmışlardır (Michaelidou ve Dibb, 2008). Örneğin ürün ilginliği (Bloch, 1981), kişisel ilginlik (Zaichkowsky,

1985), satın alma ilginliği (Slama ve Tashchian, 1985), satın alma kararı ilginliği (Mittal, 1989), marka ilginliği (Kirman, Sood ve Bridges, 1999), konu ilginliği (Petty ve Cacioppo, 1981), ve reklam ilginliği (Zaichkowsky, 1985). Tüketicilerin sadece bir ürün kategorisine değil aynı zamanda bir marka, bir reklam, bir medya aracı ve bir satın alma kararına ilginliği olabilir (Evans vd., 2006: 98). Bu uygulama, pazarlama bağlamında ilginliği anlamayı daha da karmaşıklaştıran çok sayıda yeni tanım ya da kavramsallaştırma ve ölçüğe sebep olmuştur. Böylece, ilginliğin bağlılık, önem, eğilim ve bilişsel çaba gibi benzer diğer kavramlarla örtüştüğü görülmüştür (Robertson, 1976; Dholakia, 1997; Warrington ve Shim, 2000; Coulter vd., 2003). Pazarlamada, tüketiciler reklam ve reklam araçlarına, ürünlere, ürün çeşitliliğine ve satın alma kararlarına dahil olmuş insanlar olarak hareket ederler. Pazarlamada her ne kadar kesin hatlarla belirtilmiş bir ilginlik tanımı yoksa da, ilginliğin şahsi bağımlılıkları ve amaçları ilgilendiren bireysel bir ölçüt ve değişken olduğu şeklinde yaygın bir görüş mevcuttur (Ghafelehbashi, Asadollahi ve Nikfar, 2011: 494).

İlginliğin yapısı, doğada motive edicidir. İnsan bir şeyle ilgilendiğinde, ona dikkat etmekte, önemini anlamakta ve ilgisiz olduğu halden daha farklı bir üslupla davranmaktadır. Reklamcılık alanında ise, tüketiciler, kendi karakteristik özelliklerine göre, aynı mesaja farklı tepkiler vermekte, ikincisi, tüketiciler bir mesaj ile ilgilendiğinde, daha çok karşıt-sav vermekte (Wright, 1973), ve son olarak tüketiciler, değerlendirme yaparken, konuyla ne kadar ilgili olduklarına göre değişkenlik gösteren farklı mesaj ipuçlarını kullanmaktadırlar. Yüksek ilginlik altında tutumlar, mesajdaki argümanların niteliğinden etkilenirken, düşük ilginlik altındaki tutumlar öncelikli olarak kaynağın yetenek ve deneyiminden etkilenmektedir (Srull, 1983; Taylor ve Thompson, 1982'den akt. Zaichkowsky, 1986: 12).

Sağlık ilginliği

Sağlık ilginliği, sağlık sorunlarıyla bağlantılı, kişinin kendine özgü ihtiyaçlarını, değerlerini ve meraklarını esas alan kişisel uygunluk ve önem anlamına gelmektedir (Pieniak, Verbeke, Scholderer, Brunso ve Olsen, 2008: 900). Sağlıklı beslenme konusundaki farkındalık ve katılım, zaman içerisinde gerçekleşen; aile içindeki öğün vakitleri, reklamlar, ev ekonomisi dersleri, market alışverişleri, diyetler gibi çok sayıda olayla ilişkili olabilmektedir. Toplumsallaşma teorisine göre, ebeveynler, arkadaşlar, okul, medya ve diğer aile üyeleri ana sebeplerdir. Ancak sağlıklı beslenmeye dair farkındalık ve ilgi; özel diyetler, hastalıklar veya kitaplardan edinilen sağlık bilgileri gibi, kişisel deneyimler gibi müdahalelerden ya da bunların dışındaki olaylardan da kaynaklanabilmektedir (Pedersen, Gronhoj ve Bech-Larsen, 2012: 213). Sağlıklı beslenmeye ve risk algısına yönelik ilgi, tüketicilerin kendi sağlık durumlarına dair değerlendirmelerini etkilemektedir. Sağlıklı beslenme konusuna oldukça önem veren insanlar, kendilerini daha sağlıklı olarak değerlendirmektedirler. Bu önemli bağlantının tek mümkün açıklaması;

sağlıklı beslenmeye önem veren insanların beslenme tavsiyelerini dinlemeleri ve/veya sözde (ya da inanılmış) sağlıklı beslenme modellerini benimsemeleridir (Pieniak vd., 2008: 910).

Sağlık bilinci yüksek olan tüketicilerin, çelişkili bilginin etkisine karşı duyarlılıkları daha azdır. Diğer bir deyişle, bu tüketiciler fonksiyonel sağlık iddiaları olan gıdaları tercih etmeye daha isteklidirler (Naylor, Droms ve Haws, 2009). Roininen, Lahteenmaki ve Tuorila (1999), insanların genel olarak sağlıklı beslenmeye ilgililerse, bir sağlık iddiasını işlemeye daha fazla güdüleneceklerini ileri sürmektedir. Urala ve Lahteenmaki (2007) tüketicilerin fonksiyonel gıdalara ya da sağlık iddialarına yönelik tutumlarının, sağlık iddialı ürünleri kullanmaya istekli olmalarıyla bağlantılı olduğunu söylemektedir.

Tüketici davranışı araştırma literatüründe, ilginlik kavramı yaygın bir şekilde kullanılmaktadır. İlginin, özellikle balık tüketimi davranışı olmak üzere, tüketicilerin satın alma ve beslenme kararlarının anlaşılmasında güçlü etkilere sahip olduğu görülmektedir (Pieniak vd., 2008: 900). Roininen vd.'nin (1999: 86) yaptığı çalışmadaki genel sağlık ölçeğinde yüksek ilgilenimli katılımcılar, bu ölçekte orta veya düşük düzey ilginlik gösterenlere kıyasla «tadı güzel olmayan, sağlıklı» gıda ürünlerine daha fazla ilgi göstermiştir; bu da daha fazla sağlık yönelimli olan tüketicilerin, bir gıdayı «tadı güzel değil, ancak sağlıklı» şeklinde değerlendirdiklerinde, tadını güzel bulma konusunda belli ölçüde ödün vermeyi kabul etmeye razı olduklarını göstermektedir.

Olsen'in (2003), Roininen vd.'nin (1999) ölçeğinden geliştirdiği sağlık ilginliği ölçeğine göre değiştirilmiş model, sağlık ilginliği ile deniz ürünlerine yönelik tutumlar arasında oldukça olumlu bir ilişkinin varlığını kanıtlamıştır. Araştırmanın bulgularına göre, bir tutum ögesi olarak sağlık ilginliğinin deniz ürünleri tüketimi üzerinde dolaylı bir etkisi vardır. Bu bağlamda, sağlıklı yeme-içme konusundaki ilginlik, yalnızca direkt etki yoluyla kanıtlanabilen önemli bir değişkendir (Olsen, 2003: 207).

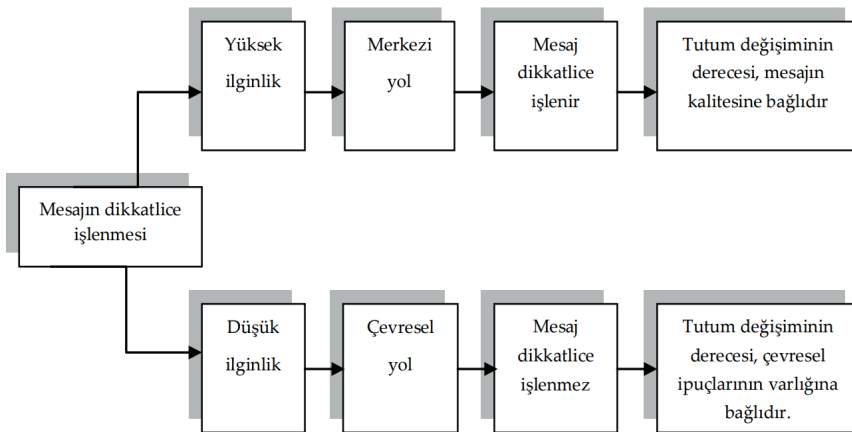
Ayrıntılandırma Olasılığı Modeli (Elaboration Likelihood Model- ELM)

Richard Petty ve John Cacioppo (1984) tarafından geliştirilen Ayrıntılandırma Olasılığı Modeli (ELM), ikna ve reklamın nasıl işlediğini açıklamaya yönelik çalışmalarda kullanılan bir modeldir (Elden, 2013: 296). Bu modele göre, bireylerin verilen mesajdaki bilgiyi nasıl işledikleri ve inceledikleri üzerinde durulmaktadır (Demirtaş Madran, 2012: 63).

ELM, tutum değişimi araştırmasında gözlemlenen muhtelif sonuçların nedeninin araştırılması için bir çerçeve ortaya koyar. Model; merkezi ve çevresel yollar olmak üzere iknaya giden iki çeşit yol olduğunu ve bu iki kategorinin farklı tutum değişimi teorilerinin hepsini açıklayabildiğini iddia eder (Bitner ve Obermiller, 1985: 420). Ancak bu tutum değişikliklerinin uzun süreli mi yoksa kısa süreli mi olduğu, hangi yolun kullanıldığına bağlıdır. Hangi yolun kullanılacağı da kişinin o anki durumu ve ihtiyaçlarına göre belirlenmektedir. Kişinin önemli bulunduğu bir

konuda ayrıntılı işlemin seçilme olasılığı daha fazladır (Elden, 2013: 297). Eğer kişi ikna edici iletişim sürecinde gönderilen mesajı dinleme ve mesaj hakkında düşünme yolunu seçiyorsa, ikna, merkezi yoldan gerçekleşecektir. Eğer kişi mesaj üzerinde düşünmek istemiyor ya da herhangi bir sebeple düşünemiyorsa (örneğin konu ilgisini çekmiyorsa) ikna, çevresel yoldan gerçekleşecektir (Elden, 2013: 296-297). Merkezi ikna yolunda tutumlar, tutum nesnesi veya konusu hakkındaki bilgilerin dikkatle değerlendirilmesi ve bir araya getirilmesiyle şekillenir ve değişir. Buna karşılık, çevresel ikna yolunda ise tutumlar, nesnenin ve onun niteliklerinin aktif bir biçimde ayrıntılı düşünülmesiyle değil, daha ziyade nesnenin, pozitif ve negatif ipuçlarıyla veya bilişsel “kısa yollar” kullanılarak ilişkilendirilmesiyle şekillenir ve değişir (Bitner ve Obermiller, 1985: 420).

ELM’de tüketicilerin, ikna edici bir mesaj ile karşılaştıklarında takip ettikleri iki farklı ikna yolu mevcuttur: 1) merkezi yol ve 2) çevresel yollar. Tüketiciler, mesaj işlemeye yüksek katılım (kişisel veya durumsal) veya yüksek MAO (Motivation, Ability and Opportunity – Motivasyon, Yeti ve Fırsat) gösterdiği zaman, çok fazla bilişsel işlem çabası göstermeye istekli veya becerikli olurlar; bu, *yüksek ayrıntılandırma olasılığı* olarak adlandırılır. Bu durumda, mevcut inanışlar, argüman niteliği ve ilk tutum gibi temel ipuçları, ikna etkilerinin belirlenmesinde (örneğin sürekli olumlu tutum değişimi veya bumerang etkileri) önemlidir. Yüksek ilginlik (yüksek MAO) durumlarının aksine, ilginlik düşüken, tüketiciler çok fazla bilgi işleme gayreti gösterme konusunda ya isteksiz ya da beceriksiz olurlar. Bu *düşük ayrıntılandırma* durumunda, dikkat çekici kaynaklar, müzik, mizah ve görseller gibi dolaylı ikna ipuçları, ikna etkileri faktörlerini (geçici bir davranış değişimi veya ilk tutumun devam etmesi) belirler (Cho, 1999: 34). Şekil 2’de, ELM’deki merkezi ve çevresel ikna yollarının aşamalı işleyişi gösterilmektedir.



Şekil 2: Ayrıntılandırma Olasılığı Modeli (ELM)

Kaynak: Deaux, Dane ve Wrightsman, 1993’den aktaran Kağıtçıbaşı, 1998, s. 178.

Model; insanların ikna edici mesajları değerlendirirken ne tümüyle düşünceli ve dikkatli ne de tümüyle düşüncesiz ve dikkatsiz olduğunu öne sürer. Bunun yerine, bir mesajı işlemlendirirken bir insanın ne kadar bilişsel çaba gösterdiğini çeşitli bireysel ve durumsal faktörler belirleyecektir. ELM; merkezi ikna yolu olarak adlandırılın yüksek uç noktasında ve çevresel ikna yolu olarak adlandırılan düşük uç noktasında sabitlemiş bir mesaj ayrıntılandırma sürekliliği varsayımı yapar. Merkezi yolda, tutum değişimleri, kişinin savunulan şeyin gerçek niteliklerini titizlikle değerlendirme çabasının ürünüdür (Petty ve Cacioppo, 1984: 668).

Ayrıntılandırma Olasılığı Modeli, özellikle ilginlikle ilgili olmak üzere, pazarlama iletişimi için önemli çıkarımlara sahiptir. Örneğin hedef kitlede yer alan tüketicilerin ilginlik seviyesi yüksekse, reklamın veya satışın, mesaj alıcısının aksini ispatlaması veya karşıt sav ortaya atması zor olan güçlü argümanlar içermesi gerekmektedir. Eğer hedef kitlenin ilginlik seviyesi düşükse, çevresel ipuçları, detaylı mesaj argümanlarından daha önemli olabilir (Belch ve Belch, 1995: 181).

İlginlik düşük olduğunda, reklamdaki ünlü ve tanınmış bir yüzün, tutumlar üzerinde önemli bir etkisi olmuştur. Bununla birlikte alıcının ilginlik seviyesi yüksek olduğunda, reklamdaki ünlü kişinin, marka tutumları üzerinde hiçbir etkisi olmamış; reklamda kullanılan argümanların niteliği daha önemli olmuştur (Belch ve Belch, 1995: 181-182).

ELM; en etkili mesaj türünün, tüketicinin izlediği ikna yoluna göre değişkenlik gösterdiğini öne sürmektedir. Birçok pazarlamacı, kendi ürün kategorileri için ilginlik seviyelerinin düşük olduğunun ve tüketicilerin reklam mesajlarının hiçbir detayını düşünmek istemediğinin farkındadır. Düşük ilginlikli ürünleri pazarlayanların genellikle çevresel ipuçlarına vurgu yapan yaratıcı taktiklere güvenmelerinin ve markalarına yönelik olumlu tutumlar yaratmak ve sürdürmek için tekrarlamalı reklamları kullanmalarının nedeni de budur (Belch ve Belch, 1995: 182). Demirtaş Madran (2012: 69) Ayrıntılandırma Olasılığı Modeli'ni, karşısında ayrıntılandırılmış mesajları işlemeye yönelik yüksek bir güdülenme içinde ve bu tür mesajları kavrama becerisine sahip bir hedef kitlenin olması gerektiğini ve bu hedef kitlenin güçlü, gerçeklere ve kanıtlara dayalı mesajlar oluşturması gerektiğini vurgulamaktadır şeklinde özetlemiştir. Böylelikle, son derece kalıcı ve davranışı tahmin eden bir tutum değişimi söz konusu olabilmektedir (Demirtaş Madran, 2012: 69).

Ürünlerdeki sağlık iddiaları, tüketicilerin değişken bir yelpazede işleyebileceği bilgiler yoluyla aktarılan tutumları esas almaktadır. Bazı insanlar merkezi işleme yolunu kullanmaya daha fazla meyillidir. Ancak bilgi işleme mekanizmasını etkileyen mesaja bağlı faktörler de bulunmaktadır. Tüketiciler eğer hem istekli hem de becerikli ise, mesajları işleme konusunda daha fazla gayret göstermeleri muhtemeldir. Sağlık iddialarında beceri, beslenmeye ve sağlıklı gıdalara dair eski bilgilerle, motivasyon ise bu konularla ilgili merakla ilişkilendirilebilmektedir. Öte yandan, mesajın algılanan uygunluğu; tüketicinin ilgisini ve merakını ve

dolayısıyla da bilgi işleme motivasyonunu arttırabilmektedir. Eğer tüketicilerin mesajları değerlendirmeye ve işlemeye daha az gayret göstermesi gerekiyorsa, daha önceki maruz kalma şekliyle olan benzerlik, mesajın içeriğini esas alan merkezi işleme yolunu daha muhtemel hale getirebilmektedir (Lahteenmaki, 2013: 199).

SONUÇ

Patterson, Kristal, Lynch, ve White'in çalışması (1995) göstermektedir ki sağlıklı beslenme bilgisi ile gıda ürünlerine ilişkin tutumlar arasındaki ilişki her zaman olumlu değildir. Kadınların sağlıkla ilişkili iddiaları erkeklere göre daha avantajlı algılamalarından dolayı, sağlıklı bir beslenme biçimine yönelik daha olumlu tutumları olduğunu göstermektedir (Rozin vd., 1999; Urala, 2003; Williams, 2005). Kadınların sağlık konularına farkındalıkları, tüm ailenin sağlığı için duydukları sorumlulukla ilişkilendirilmektedir (Lalor vd., 2011). Yapılan çalışmalarda kadınların sağlıkla ilgili iddiaları erkeklere göre daha avantajlı olarak algılamalarından dolayı daha olumlu tutumları oldukları sonucuna ulaşmışlardır (Urala, 2003; Williams, 2005). Kadınlar sağlığı iyileştiren gıda reklamlarını daha çok kabul etmektedir (Bogue vd., 2005). De Jong vd.'nin çalışması da (2003), kadınların sağlık faydaları sunan gıdaları daha yaygın olarak kullandıklarını göstermektedir. Ayrıca, cinsiyet farkının ikna edilirlilik üzerinde etkisi olabileceği ile ilgili araştırmalar, kadınların daha kolay ikna edildiğini göstermektedir. Kadınlar oynadığı sosyal rol nedeniyle kabul etme ve başkalarını onaylamaya daha çok eğilimlidir (Elpeze Ergeç, 2004: 110).

Reklamdaki iddiaya yönelik tutum, katılımcıların yaş gruplarına bağlı olarak değişmektedir. Sağlık bilinci yüksek olan tüketicilerin sağlık iddiaları olan gıdaları tercih etmeye daha isteklidir (Naylor, Droms ve Haws, 2009). İnsanlar genel olarak sağlıklı beslenmeye ilgililerse, bir sağlık iddiasını işlemeye daha fazla güdülenmektedir (Roininen, Lahteenmaki ve Tuorila, 1999). Genç gruplarla karşılaştırıldığında sağlık iletişimi, büyük çoğunlukla daha büyük yaş gruplarını (55 yaş üstü) dikkate alma eğilimindedir (Bhaskaran ve Hardley, 2002). Sağlık ilginliği hayatın dönemlerine göre değişkenlik göstermektedir (Olsen, 2003). Orta yaşlı ve yaşlı tüketicilerin, genç tüketicilere göre sağlıklı beslenmeye daha fazla ilgili olması, sosyal çevrelerindeki insanlara ve kendilerine hastalık teşhisi konulması, sağlık durumlarıyla ilişkili farkındalıkları ve risk algısı nedeniyle önleyici davranışlar benimsemeleri ile ilişkilendirilmektedir (Bech-Larsen ve Grunert, 2003; Siegrist vd., 2008; Nocella ve Kenedy, 2012).

Ayrıntılandırma Olasılığı Modeli, karşısında ayrıntılandırılmış mesajları işlemeye yönelik yüksek bir güdülenme içinde ve bu tür mesajları kavrama becerisine sahip bir hedef kitlenin olması gerektiğini söylemekte ve bu hedef kitlenin güçlü, gerçeklere ve kanıtlara dayalı mesajlar oluşturması gerektiğini vurgulamaktadır. Böylelikle, son derece kalıcı ve davranışı tahmin eden bir tutum değişimi söz konusu olabilmektedir (Demirtaş Madran, 2012: 69). Urala ve Lahteenmaki (2007), tüketicilerin sağlık iddialarına yönelik tutumlarının, sağlık

iddialı ürünler kullanmaya istekli olmalarıyla bağlantılı olduğunu söylemektedir. Tüketicilerin belirli reklamlara yönelik tutumları olumlu olduğunda satın alma niyetleri olumlu olarak etkilenebilmektedir. Bu sebeple, potansiyel tüketicilerin reklamı yapılan ürüne dikkati çekilmeli ve ardından satın almaya teşvik edilmelidir (Ranjbarian vd., 2011). Petty ve Cacioppo (1984: 673) koşulların, insanların konu etrafında düşünmeye gösterdikleri katılım becerilerini ve güdülerini teşvik ettiği zaman, ayrıntılandırma olasılığının yüksek olduğunu söylemektedir. Yüksek ilginlik, kişilerin bilgiyi işlemlendirmeye ve farklı ürünleri mukayese etmeye yönelik bir motivasyon kazanmasına yol açmaktadır. Dolayısıyla, istek-ilginlik ilişkisini çözümlerken, ilginliğin, kişinin motivasyonunda belirleyici bir faktör olduğu açıktır. İlginlik ne kadar yüksekse, tüketicilerin motivasyonu da o kadar yüksek olmaktadır (Petty ve Cacioppo, 1981: 494).

Çalışmalar , bir gıda ürünü sağlıklı olarak sunulduğunda ürünün daha sağlıklı algılandığını, ürüne yönelik daha olumlu tutum oluştuğunu ve ürünü satın alma niyetlerinin artmakta olduğunu göstermektedir (Andrews vd., 1998; Levy, Derby ve Roe, 1997; Roe, Levy ve Deby, 1999). Katılımcılar, sağlık iddiası sunan bir ürünü daha sağlıklı görmekte ve büyük olasılıkla o ürünü satın alacaklarını ifade etmektedirler (Roe, Levy ve Derby, 1999). Gıdalardaki sağlıkla ilgili iddialar tüketiciler tarafından faydalı görüldüğünden, sağlık iddiası özelliği taşıyan ürünler daha sağlıklı olarak kabul edilmekte ve satın alma ihtimallerinin olduğu belirtilmektedir (Williams, 2005). Hedef kitle, tutumları ile davranışlarını oluşturup satın alma alışkanlıklarını belirlediği için reklamda tutum oluşumunu sağlayan ya da var olan tutumu güçlendiren mesajlar vermek oldukça önemlidir (Filiz, 2007). İnsanlar daha önceki tutumlarıyla uyumlu bir iddiayı destekleme ya da kabul etme, önceki tutumlarıyla uyumsuz bir iddiaya ise karşı çıkma eğilimindedir. Bu nedenle, merkezi yolla gerçekleşen tutum değişimleri, reklam iddiası ile tüketicinin önceki tutumu arasındaki uyuma veya uyumsuzluğa bağlı olarak değişmektedir (Scholten, 1996: 98).

Bir gıda ürününün tüketicilere sağlıkla ilgili bir fayda mı yoksa lezzetle ilgili bir iddia mı sunduğunu karar vermek gereklidir. Üzerinde sağlık iddiası bulunan ürünlere yönelik tepkileri etkileyen bir diğer faktör, tat tercihidir (Lyly vd., 2007). Çalışmalardan bazıları göstermiştir ki, hoş gitmeyen bir tat tecrübesi anlatıldıysa, sağlık iddiaları ürünün benimsenmesinde olumsuz bir etki yaratabilmektedir (Lyly vd, 2007; Sabbe, Verbeke, Deliza, Matta ve Van Damme, 2009; Lahteenmaki vd., 2010). Bu, genel anlamda tüketicinin gıda tercihinin yönlendirmede tadın başlıca rol oynadığını göstermektedir. Bununla birlikte Sabbe vd. (2009), sağlık konusuna genel bir merakı olan bireylerin, vaad edilen sağlık yararı için tada belli ölçüde uyum sağladıklarını tespit etmiştir. Bu da tüketicilerin sağlık ilginlik seviyeleri ile orantılı olabilmektedir. Sağlıklı beslenmeye ne kadar önem veriyorlarsa, ürün tercihinde yarar lezzetten önce gelebilmektedir. Gıda ürününün asıl iddiasının sağlık faydaları mı yoksa lezzeti mi olduğunu net olarak belirlemek gereklidir.

İddiaların bilimsel dayanağı, uzman görüşü, ürünün bileşenleri gibi iddiayı destekleyen unsurların reklamda yer alması, “yalan beyan” kullanılmaması tüketiciler için daha güvenilir ve bilgilendirici olacaktır. Gıda en önemli reklam ürünleri arasında yer almaktadır. Zwiier (2009: 112) dergilerde yer alan gıda reklamlarındaki sağlık iddiaları ile ilgili çalışmasında, gıdanın tıbbileştirilmesi olarak adlandırılan, gıdanın bir tür “tıbbi ürün” olarak reklamlarda sunulduğunu, ürünlerin spesifik bedensel faaliyetleri (beyin ya da eklem sağlığını iyileştirme) etkileyebildiğinin reklamlarda vurgulandığını ve son olarak ürünün bir hastalığa çare olduğunun gıda reklamlarında yer aldığını ortaya koymuştur. Tüketicileri yanıltıcı iddialardan koruyabilmek için, bir gıdanın beslenmeye ve sağlığa dair yararlarının tanıtımını yapan her iddianın bilimsel olarak doğrulanması ve düzenlenmesi gerekmektedir (Wills vd., 2012: 229). Bir gıda ürününün olumlu etkileri hakkındaki bilgilerin etkili olabilmesi için inandırıcı olması ve güven vermesi gerekmektedir (Kruglanski ve Stroebe, 2005). Fonksiyonel gıdaların genel anlamda sağlık üzerinde hemen kendini gösteren etkileri yoktur; daha ziyade, genellikle uzun süreli ve düzenli kullanımda bu etkiler gözlemlenmektedir. Üstelik tüketiciler, aktif içeriğin üründe gerçekten varolup olmadığı konusunda çoğunlukla kendilerini ikna edememektedirler. Dolayısıyla insanların sağlık iddiasına ve üreticiye inanması gerekmektedir (Frewer, Howard, Hedderley ve Shepherd, 1996, 1999).

Sağlık iddiası olmayan gıdaların reklamlarında tat, lezzet, koku ve doku çekicilikleri daha çok kullanılırken, sağlık iddiası olan gıdaların reklamlarında sağlık, refah, rekabet, eşsizlik ve besinsel içerik çekicilikleri kullanılmaktadır (Moon, 2010). Bir üründe sağlık iddiasını, besin bilgisini arayıp aramamaları tüketicilere verilen gıda kategorisini algılamalarına bağlıdır. Şekerleme, atıştırmalık türü hedonistik gıdalarda sağlıkla ilgili iddiaları göz ardı etmektedirler (Balasubramanian ve Cole, 2002).

Demografik özelliklerine göre tüketicilere farklı iddialar hazırlanmalıdır. Katılımcıların demografik özelliklerine göre sağlık ilginlikleri, iddiayı hatırlamaları iddiaya yönelik tutumları ve satın alma niyetleri farklılık göstermektedir. Hedef kitleyi iyi tanımak, demografik özelliklerine göre istek ve ihtiyaçlarını belirlemek, doğru stratejiler geliştirmek açısından faydalı olabilir. Böylelikle sağlık iddiaları, hedef kitlenin demografik profiline göre hazırlandığında her pazar bölümünden tüketicinin ürünün sağlık faydalarına dikkatini çekebilmek için doğru bir yaklaşım sağlanmış olacaktır. Tüketiciler kendi ilgisine ve özelliklerine ait çağrışımları gıda reklamında gördüğünde reklama yönelik tutumu ve satın alma niyeti de olumlu olacaktır.

KAYNAKLAR

- Ajzen, I. (2001). Nature and Operation of Attitudes. *Annual Review of Psychology*, 52(1), 27–58.
- Andrews, J. C.; Netemeyer, R. G. ve Burton, S. (1998). Consumer Generalization of Nutrient Content Claims in Advertising. *Journal of Marketing*, 62(4), 62-75.
- Ares, G. ve Gambaro, A. (2007). Influence of Gender, Age and Motives Underlying Food Choice on Perceived Healthiness and Willingness to Try Functional Foods. *Appetite*, 49(1), 148–158.
- Balasubramanian, S. K. ve Cole, C. (2002). Consumers' Search and Use of Nutrition Information: The Challenge and Promise of The Nutrition Labeling and Education Act. *Journal of Marketing*, 66(3), 112- 127.
- Beales, H.; Craswell, R. ve Salop, S.C. (1981). The Efficient Regulation of Consumer Information. *The Journal of Law and Economics*, 24(3), 491- 539.
- Bech-Larsen, T. ve Grunert, K. G. (2003). The Perceived Healthiness of Functional Foods: A Conjoint Study of Danish, Finnish and American Consumers' Perception of Functional Foods. *Appetite*, 40(1), 9-14.
- Belch, G. E., ve Belch, M. A. (1995). *Advertising and Promotion: An Integrated Marketing Communications Perspective* (3. baskı). USA.
- Bettman, J. R. ve Kakkar, P. (1977). Effects of Information Presentation Format on Consumer Information Acquisition Strategies. *Journal of Consumer Research*, 3(4), 233- 240.
- Bhaskaran, S. ve Hardley, F. (2002). Buyer Beliefs, Attitudes and Behaviour: Foods With Therapeutic Claims. *The Journal of Consumer Marketing*, 19(7), 591- 606.
- Biek, M.; Wood, W. ve Chaiken, S. (1996). Working Knowledge, Cognitive Processing, and Attitudes: On The Determinants of Bias. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 22(6), 547–556.
- Bitner, M. J. ve Obermiller, C. (1985). The Elaboration Likelihood Model: Limitations and Extensions in Marketing. *Advances in Consumer Research*, 12(1), 420- 425.
- Bloch, P. H. (1981). An Exploration Into The Scaling of Consumers' Involvement With A Product Class. *Advances in Consumer Research*, 8(1), 61- 65.
- Bogue, J.; Coleman, T. ve Sorenson, D. (2005). Determinants of Consumers' Dietary Behaviour For Health-Enhancing Foods. *British Food Journal*, 107(1), 4- 16.
- Brucks, M.; Mitchell, A. A. ve Staelin, R. (1984). The Effect of Nutritional Information Disclosure in Advertising: An Information Processing Approach. *Journal of Public Policy and Marketing*, 3(1), 1-25.
- Byrd-Bredbenner, C. ve Grasso, D. (2001). The Effects of Food Advertising Policy on Televised Nutrient Content Claims And Health Claims. *Family Economics and Nutrition Review*, 13(1), 37- 49.
- Calfee, J. E. ve Pappalardo, J. K. (1991). Public Policy Issues in Health Claims for Foods. *Journal of Public Policy & Marketing*, 10(1), 33- 53. 140
- Celsi, R. L. ve Olson, J. C. (1988). The Role of Involvement in Attention and Comprehension Processes. *Journal of Consumer Research*, 15(2), 210- 224.
- Cervellon, M. C. ve Dube, L. (2000). Standardisation Versus Cultural Adaptation in Food Advertising: Insights From A Two-Culture Market. *International Journal of Advertising*, 19(4), 429- 447.
- Cho, C. H. (1999). How Advertising Works on The WWW: Modified Elaboration Likelihood Model. *Journal of Current Issues & Research in Advertising*, 21(1), 34-50.
- Cohen, D. (1972). Surrogate Indicators and Deception in Advertising. *Journal of Marketing*, 36, 10-15.
- Coulter, R. A.; Price, L. L. ve Feick, L. (2003). Rethinking The Origins of Involvement and Brand Commitment: Insights from Postsocialist Central Europa. *Journal of Consumer Research*, 30(2), 151- 169.
- Dacko, S. G. (2000). Causes and Consequences of Follower Firms' Low-Fat Food Advertising Spending. *International Journal of Advertising*, 19(4), 449- 470.

- Demirtaş Madran, A. (2012). *Tutum, Tutum Değişimi ve İkna*. Ankara: Nobel Akademik Yayıncılık.
- De Jong, N.; Ocke, M. C.; Branderhorst, H. A. C. ve Friele, R. (2003). Demographic and Lifestyle Characteristics of Functional Food Consumers and Dietary Supplement Users. *British Journal of Nutrition*, 89(2), 273- 281.
- Dholakia, U. M. (1997). An Investigation of The Relationship Between Perceived Risk and Product Involvement. *Advances in Consumer Research*, 24(1), 159- 167.
- Drichoutis, A. C.; Lazaridis, P. ve Nayga, R. M. (2006). Consumers' Use of Nutritional Labels: A Review of Research Studies and Issues. *Academy of Marketing Science Review*, 9, 1- 22.
- Efsa (2011). Nutrition and Health Claims". European Food Safety Authority, <http://www.efsa.europa.eu/en/nda/ndaclaims.htm> (E.T.: 23.03.2011).
- Edell, J. A. ve Staelin, R. (1983). The Information Processing of Pictures in Print Advertisements. *Journal of Consumer Research*, 10(1), 45- 61.
- Elden, M. (2013). *Reklam ve Reklamcılık* (2. baskı). İstanbul: Say Yayınları.
- Elpeze Ergeç, N. (2004). *Televizyon Reklamlarına Yönelik Şüphe*. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi İletişim Bilimleri Fakültesi Yayınları.
- Europa (2011). Health Claims. Gateway to The European Union, http://ec.europa.eu/food/food/labellingnutrition/claims/health_claims_en.htm (E.T.: 23.03.2011).
- Evans, M.; Jamal, A. ve Foxall, G. (2006). *Consumer Behaviour*. England: John Wiley & Sons Ltd.
- Fay, M. (2003). A 50-year Longitudinal Study of Changes in The Content and Form of Good Advertising in New Zealand Magazines. *International Journal of Advertising*, 22(1), 67-91.
- Filiz, H. (2007). Tutum Oluşumlarının Reklam İletişimine Etkileri ve Reklam Yoluyla Tutum Oluşturma, <http://www.halklailiskiler.com.tr> (E.T.: 14.04.2011).
- Fishbein, M. ve Ajzen, I. (1975). *Belief Attitude Intention and Behavior: An Introduction to Theory and Research*. Reading, MA: Addison-Wesley.
- Flynn, R. L. ve Goldsmith, R. E. (1993). Application of The Personal Involvement in Marketing. *Psychology & Marketing*, 10(4), 357- 366.
- Ford, G. T.; Hastak, M.; Mitra, A. ve Ringold, D. J. (1996). Can Consumers Interpret Nutrition Information In The Presence of A Health Claim? A Laboratory Investigation. *Journal of Public Policy and Marketing*, 15(1), 16- 27.
- Frewer, L.; Howard, C.; Hedderley, D. ve Shepherd, R. (1996). What Determines Trust in Information About Food-Related Risks? Underlying Psychological Constructs. *Risk Analysis*, 16(4), 473-486.
- Frewer, L.; Howard, C.; Hedderley, D. ve Shepherd, R. (1999). Reactions to Information About Genetic Engineering. Impact of Source Characteristics, Perceived Personal Relevance and Persuasiveness. *Public Understanding of Science*, 8(1), 35-50.
- Garretson, J. A. ve Burton, S. (2000). Effects of Nutrition Facts Panel Values, Nutrition Claims, and Claims on Consumer Attitudes, Perceptions of Disease-Related Risks, and Trust. *Journal of Public Policy and Marketing*, 19(2), 213- 227.
- Geiger, C. J. (1998). Health Claims: History, Current Regulatory Status, and Consumer Research. *Journal of The American Dietetic Association*, 98(11), 1312- 1322.
- Ghafelehbash, S.; Asadollahi, A. ve Nikfar, F. (2011). Acquaintance With All Types of Involvement in Consumer Behavior. *Interdisciplinary Journal of Contemporary Research in Business*, 3(5), 493-507.
- Gill, J. D.; Russell, S. G. ve Lacznia, N. (1988). Influence of Involvement, Commitment and Familiarity on Brand Beliefs and Attitudes of Viewers Exposed to Alternative Ad Claim Strategies. *Journal of Advertising*, 17(2), 33- 43.
- Golan, E.; Kuchler, F. ve Mitchell, L. (2001). Economics of Food Labelling. *Journal of Consumer Policy*, 24(2), 117- 184.
- Goldberg, M. E. ve Hartwick, J. (1990). The Effects of Advertiser Reputation and Extremity of Advertising Claim on Advertising Effectiveness. *Journal of Consumer Research*, 17(2), 172- 179.

- Hawkes, C. (2004). *The Global Regulatory Environment Around Nutrition Labelling*. World Health Organization.
- Holbrook, M. B. (1978). Beyond Attitude Structure: Toward The Informational Determinants of Attitude. *Journal of Marketing Research*, 15(4), 545- 556.
- Holbrook, A. L.; Berent, M. K.; Krosnick, J. A.; Visser, P. S. ve Boninger, D. S. (2005). Attitude Importance and The Accumulation of Attitude Relevant Knowledge in Memory. *Journal of Personality and Social Psychology*, 88(5), 749–769.
- Ippolito, P. M. ve Pappalardo, J. K. (2003). Advertising Nutrition and Health: Evidence from Food Advertising, 1977–1997. *Journal of Public Policy & Marketing*, 22(2), 228- 229.
- Kağıtçıbaşı, Ç. (1998). *Yeni İnsan ve İnsanlar: Sosyal Psikolojiye Giriş* (10. baskı). İstanbul: Evrim Kitap.
- Kearney, M.; Kelly, A. ve Gibney, M. J. (1998). Attitudes Toward and Beliefs About Nutrition and Health Among A Nationally Representative Sample of Irish Adults: Application of Logistic Regression Modelling. *Journal of Nutrition Education*, 30(3), 139–148.
- Kim, K.; Cheong, Y. ve Zheng, L. (2009). The Current Practices in Food Advertising The Usage and Effectiveness of Different Advertising Claims. *International Journal of Advertising*, 28(3), 527- 553.
- Kirman, A.; Sood, S. ve Bridges, S. (1999). The Ownership Effect in Consumer Response to Brand Line Stretches. *Journal of Marketing*, 63(1), 88-101.
- Klassen, M. L.; Wauer, S. M. ve Cassel, S. (1991). Increases in Health And Weight Loss Claims in Food Advertising in The Eighties. *Journal of Advertising Research*, 31(6), 32- 37.
- Kruglanski, A. W. ve Stroebe, W. (2005). The Influence of Beliefs and Goals on Attitudes. Issues of Structure, Function, and Dynamics. İçinde D. Albarracin, B. T. Johnson, ve M. P. Zanna (Editör), *The Handbook Of Attitudes* (323–368). New York: Psychology Press,
- Lahteenmaki, L.; Lampila, P.; Grunert, K.; Boztuğ, Y. ve Ueland, O. (2010) Impact of Health-Related Claims on The Perception of Other Product Attributes. *Food Policy*, 35(3), 230–239.
- Lahteenmaki, L. (2013). Claiming Health in Food Products. *Food Quality and Preference*, 27(2), 196–201.
- Lalor, F.; Madden, C.; McKenzie, K. ve Wall, P. G. (2011). Health Claims on Foodstuffs: A Focus Group Study of Consumer Attitudes. *Journal of Functional Foods*, 3(1), 56-59.
- Levy, A.; Derby, B. ve Roe, B. (1997). *Consumer Impacts of Health Claims: An Experimental Study. Food and Drug Administration. Center For Food Safety And Applied Nutrition*. Washington, DC: Division of Market Studies.
- Levy, A. S.; Schucker, R. E.; Tenney, J. E. ve Mathews, O. (1988). Consumer Demand for Detailed Nutrition Information: A Case Study. *Journal of Nutrition Education*, 20(4), 161-166.
- Lord, J. B.; Eastlack, J. O.; Stanton, J. L. (1987). Health Claims in Food Advertising: Is There A Bandwagon Effect?. *Journal of Advertising Research*, 27(2), 9- 15.
- Lyly, M., Roininen, K., Honkapaa, K.; Poutanen, K. ve Lahteenmaki, L. (2007). Factors Influencing Consumers' Willingness to Use Beverages And Ready-to-Eat Frozen Soups Containing Oat Beta-Glucan in Finland, France and Sweden. *Food Qual Prefer*, 18(2), 242– 255.
- Michaelidou, N. ve Dibb, S. (2008). Consumer Involvement: A New Perspective. *Marketing Review*, 8(1), 83–99.
- Mittal, B. (1989). Measuring Purchase-Decision Involvement. *Psychology and Marketing*, 6(2), 147-162.
- Moon, Y. S. (2010). How Food Ads Communicate 'Health' With Children: A Content Analysis of Korean Television Commercials. *Asian Journal of Communication*, 20(4), 456-476.
- Moriarty, S. (1991). *Creative Advertising* (2. baskı). New Jersey: Prentice- Hall Inc.
- Naylor, R. W.; Droms, C. M. ve Haws, K. L. (2009). Eating With A Purpose: Consumer Response to Functional Food Health Claims in Conflicting Versus Complementary Information Environments. *Journal of Public Policy & Marketing*, 28(2), 221- 233.

- Nestle, M.; Wing, R.; Birch, L.; Disogra, L.; Drewnowski, A.; Middleton, S.; Sigman-Grant, M.; Sobal, J.; Winston, M. ve Economos, C. (1998). Behavioral and Social Influences on Food Choice. *Nutrition Reviews*, 56(5), 50–64.
- Nocella, G. ve Kennedy, O. (2012). Food Health Claims– What Consumers Understand. *Food Policy*, 37(5), 571–580.
- Olsen, S. O. (2003). Understanding The Relationship Between Age and Seafood Consumption: The Mediating Role of Attitude, Health Involvement and Convenience. *Food Quality and Preference*, 14(3), 199- 209.
- Parker, B. J. (2003). Food for Health: The Use of Nutrient Content, Health, and Structure/Function Claims in Food Advertisements. *Journal of Advertising*, 32(3), 47- 55.
- Parmenter, K. ve Wardle, J. (1999). Development of A General Nutrition Knowledge Questionnaire for Adults. *European Journal of Clinical Nutrition*, 53, 293–303.
- Patterson, R.; Kristal, A.; Lynch, J. ve White, E. (1995). Diet-Cancer Related Beliefs, Knowledge, Norms and Their Relationship to Healthful Diets. *Journal of Nutritional Education*, 27(2), 86–92.
- Pedersen, S.; Gronhoj, A. ve Bech-Larsen, T. (2012). Family Members’ Roles in Healthy-Eating Socialization Based on A Healthy-Eating Intervention. *Young Consumers*, 13(3), 208-223.
- Petty, R. E.; Cacioppo, J. T. ve John, T. (1981). Issue Involvement As A Moderator of The Effects on Attitudes of Advertising Content and Context. *Association for Consumer Research*, 8(1), 20- 24.
- Petty, R.E. ve Cacioppo, J.T. (1984). Source Factors and The Elaboration Likelihood Model of Persuasion. *Advances in Consumer Research*, 11(1), 668- 672.
- Petty, R. E.; Cacioppo, J. T. ve Schumann, D. (1983). Central and Peripheral Routes to Advertising Effectiveness: The Moderating Role of Involvement. *Journal of Consumer Research*, 10(2), 135-146.
- Pieniak, Z.; Verbeke, W.; Scholderer, J.; Brunso, K. ve Olsen, S.O. (2008). Impact of Consumers’ Health Beliefs, Health Involvement and Risk Perception on Fish Consumption: A Study in Five European Countries. *British Food Journal*, 110(9), 898-915.
- Ranjbarian, B.; Fathi, S. ve Lari, A. (2011). The Influence of Attitude Toward Advertisement on Attitude Toward Brand and Purchase Intension: Students of Shiraz Medical University As A Case Study. *Interdisciplinary Journal of Contemporary Research in Business*, 3(6), 277- 286.
- Rasanen, M.; Niinikoski, H.; Keskinen, S.; Helenius, H., Talvia, S. ve Ronnema, T. (2003). Parental Nutrition Knowledge and Nutrient Intake in An Atherosclerosis Prevention Project. The Impact of Child-Targeted Nutrition Counseling. *Appetite*, 41(1), 69–77.
- Robertson, T. S. (1976). Low-Commitment Consumer Behavior. *Journal of Advertising Research*, 16(2), 19- 24.
- Roe, B.; Levy, A. S. ve Derby, B. M. (1999). The Impact of Health Claims on Consumer Search and Product Evaluation Outcomes: Results From FDA Experimental Data. *Journal of Public Policy & Marketing*, 18(1), 89- 105.
- Roininen, K.; Lahteenmaki, L. ve Tuorila, H. (1999). Quantification of Consumer Attitudes To Health And Hedonic Characteristics Of Foods. *Appetite*, 33(1), 71–88.
- Rozi, P. F.; Imada, C.; Sarubin, S. ve Wrzesniewski, A. (1999). Attitudes to Food and The Role of Food in Life in The U.S.A., Japan, Flemish, Belgium and France: Possible Implications To Diet-Health Debate. *Appetite*, 33(2), 163- 180.
- Sabbe, S.; Verbeke, W.; Deliza R.; Matta, V. ve Van Damme, P.(2009). Effect of A Health Claim and Personal Characteristics on Consumer Acceptance of Fruit Juices With Different Concentrations of Açaı (Euterpe Oleracea Mart.). *Appetite*, 53(1), 84–92.
- Scholten, M. (1996). Lost and Found: The Information-Processing Model of Advertising Effectiveness. *Journal of Business Research*, 37(2), 97-104.
- Siegrist, M.; Stampfli, N. ve Kastenzholz, H. (2008). Consumers’ Willingness to Buy Functional Foods. The Influence of Carrier, Benefit and Trust. *Appetite*, 51(3), 526-529.

- Slama, M. E. ve Tashchian, A. (1985). Selected Socioeconomic and Demographic Characteristics Associated With Purchasing Involvement. *Journal of Marketing*, 49(1), 72- 82.
- T.C. Gıda Tarım ve Hayvancılık Bakanlığı (2013). Kodeks Alimentarius Komisyonu. https://www.tarimorman.gov.tr/GKGM/Belgeler/DB_Gida_Isletmeleri/kodeks_alimentarius_komisyonu.pdf (E.T.: 10.09.2013).
- Urala, N. ve Lahteenmaki, L. (2003). Reasons Behind Consumers' Functional Food Choices. *Nutrition & Food Science*, 33(4), 148–158.
- Urala, N. ve Lahteenmaki, L. (2004). Attitudes Behind Consumers' Willingness to Use Functional Foods. *Food Quality and Preference*, 15(7-8), 793-803.
- Urala, N. ve Lahteenmaki, L. (2007). Consumers' Changing Attitudes Towards Functional Foods. *Food Quality and Preference*, 18(1), 1-12.
- Verbeke, W. (2005). Consumer Acceptance of Functional Foods. Socio-Demographic, Cognitive and Attitudinal Determinants. *Food Quality and Preference*, 16(1), 45–57.
- Wansink, B. ve Cheney, M. M. (2005). Leveraging FDA Health Claims. *The Journal of Consumer Affairs*, 39(2), 386- 398.
- Wardle, J.; Parmenter, K. ve Waller, J. (2000). Nutrition Knowledge and Food Intake. *Appetite*, 34(3), 269–275.
- Warrington, P. ve Shim, S. (2000). An Empirical Investigation of The Relationship Between Product Involvement and Brand Commitment. *Psychology and Marketing*, 17(9), 761- 784.
- Wells, W.; Burnett, J. ve Moriarty, S. (2000). *Advertising: Principles and Practice* (5. baskı). New Jersey: Prentice- Hall Inc.
- Williams, P. (2005). Consumer Understanding and Use of Health Claims for Foods. *Nutrition Science and Policy*, 63(7), 256- 264.
- Wills, J. M.; Bonsmann, S. S. G.; Kolka, M. ve Grunert, K. G. (2012). Symposium 2: Nutrition and Health Claims: Help or Hindrance European Consumers and Health Claims: Attitudes, Understanding and Purchasing Behavior. *Proceedings of the Nutrition Society*, 71(2), 229–236.
- Ye, Y. (2007). Beyond Materialism: Television News Coverage of Health Risks, Health-Risk Perceptions, Health-Related Self-Efficacy Beliefs, and Life Satisfaction. *International Communication Association*, 1-35.
- Zaichkowsky, J. L. (1985). Measuring the Involvement Construct. *Journal of Consumer Research*, 12(3), 341-352.
- Zaichkowsky, J. L. (1986). Conceptualizing Involvement. *Journal of Advertising*, 15(2), 4-34.
- Zezelj, I.; Milosevic, J.; Stojanovic, Z. ve Ognjanov, G. (2012). The Motivational and Informational Basis of Attitudes Toward Foods With Health Claims. *Appetite*, 59 (3), 960–967.
- Zwier, S. (2009). Medicalisation of Food Advertising. Nutrition and Health Claims in Magazine Food Advertisements 1990–2008. *Appetite*, 53(1), 109- 113.

TARİH İLE EDEBİYAT ARASINDAKİ KÖPRÜNÜN SAHİBİ KİM?: TÜRKLERİN İSLAMLAŞMA DEVRİ TARİHİNE DELİ DUMRUL'UN GÖZÜNDEN BAKMANIN İMKÂNİ¹

Enes ŞAHİN²

GİRİŞ

Türk tarih tecrübesi tetkik edildiğinde bu tecrübeye istikamet veren en önemli devir ve süreçlerin başında İslamlaşmanın geldiği müşahede edilir. İslamlaşma, Türk tarihinin aktığı yatağın istikametini yeniden şekillendirir. Kadim devirlerden itibaren teşekkül eden Türklerin hayat felsefesi ve yaşam pratikleri İslamlaşma devri ile cihangir ve âlemşumul bir mahiyete bürünür. İslamlaşma, Türk tarihi için yeni bir imkân ve muharrik unsur olur. Kırılma devirlerinde ortaya çıkması muhtemel zaaf lar bu devirde imkâna tagayyür eder. İslam öncesi dönemde Türk dünya görüşünü şekillendiren Türk tarih-i dinîsi, İslamlaşma sonrasında da Türklerin dünya tasavvurunu doğrudan şekillendirir. İslamlaşma devri mazi ile hali ikbal için bir potada eritmenin imkânını farklı usuller etrafında bulur. Türk düşünce geleneği her şeyi mazide bulduğu ölçüde meşru ve anlamlı gördüğünden İslam'a dair her şeyin mazide bir karşılığı tespit edilmeye gayret gösterilir. Bu meyanda İslam nevezuhur bir unsur değil tesis edilmiş Türk geleneğinin yeni merhalesi olarak idrak edilir. Yahya Kemal'in veciz bir şekilde ifade ettiği "Kaalû Belâ'dan önce de hep müslümandılar" (Banarlı, 1984: 39) ifadesi adeta Türkler tarafından bir zihniyet düsturu ve örtük bir nazariye olarak telakki edilir. Tarihi tecrübe bir taraftan yeni bir dine intikal sürecinde ortaya konan dirençleri gösterirken diğer cephesiyle bu intikalin zihnî zeminini teşekkül ettirir. İkbalin imkânının maziden devşirildiği bu usûl Türkler için bir teamül olarak telakki edilebilir.

Türklerin İslamlaştığı bu devir aynı zamanda İslam'ın da Türk zihniyeti etrafında okunduğu bir dönem olur. Türklerin İslam tasavvuru bu sürecin bir neticesi olarak şekillenir. Bu meyanda İslamlaşma devrinin ciddiyetle tetkik ve idraki, bir mesele

¹ Bu çalışma 25-26 Kasım 2021 tarihleri arasında Sakarya Üniversitesi Osmanlı Araştırmaları Uygulama ve Araştırma Merkezi (OSAMER) tarafından gerçekleştirilen "Sözün Tarihi-Tarihin Sözü: Tarih ve Edebiyat Arasında Yeni Yaklaşımlar Sempozyumu" serlevhali etkinlikte "Tarih ile Edebiyat Arasındaki Köprünün Sahibi Kim?: Türklerin İslamlaşma Devri Tarihine Deli Dumlupınar'ın Gözünden Bakmanın İmkânı" başlığı ile sözlü bildiri olarak sunulmuştur.

² Dr. Arş. Gör. Kütahya Dumlupınar Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, Siyaset Bilimi ve Uluslararası İlişkiler Bölümü, enes.sahin@dpu.edu.tr, ORCID: 0000-0002-5974-240X

olarak Türk zihniyet dünyası ve hayat felsefesinin mazi, hal ve ikbâli için hayati bir mana ifade eder. İslamlaşma tam manasıyla idrak edilmeden Türklüğün mahiyet ve keyfiyetinin hakiki manasına intikal edilemez. Türklüğün mahiyetinin İslamlaşma devrine vasıl olmadan anlaşılması muhal olarak görülebilir. İslamlaşma devrinden sonra Türk tarihinin en büyük kırılma devri olarak anlaşılabilir asrîleşme devrinin dahi İslamlaşma anlaşılardan tetkik ve idrak edilmesi zannedildiği kadar kolay olmaz. İslamlaşma devri Türklüğü maziden ikbale intikal ettirdiğine göre şunu söylemek mümkündür ki İslamlaşma sonrası Türk tarih tecrübesine dair her şeyin hülasası İslamlaşma devrinde bulunabilir. Bu doğrultuda İslamlaşma devri tetkiklerinin ehemmiyeti aşikârâne bir şekilde ortaya çıkar. Türkiye’de tarih ilmi ile iştil edenlerin yolu bir şekilde İslamlaşma devrine uğrar. Modern dönem Türk tarih tetkiklerinde de İslamlaşma devri her ciddi ilim adamının kafa yorduğu, kalem oynattığı ve üzerine ilmî çalışmalar yaptığı bir mesele olarak varlığını muhafaza eder. İslamlaşmanın tarihi ve usullerinin ele alındığı bu tetkikler, süreci anlama ve açıklama gayesi etrafında belli kavram ve teoriler tesis etme gayreti gösterir.

İslamlaşma devri tetkiklerinde intikal edilecek kaynaklar üzerine bir değerlendirme yapıldığında devrin edebî eserlerinin bu devrin idrakinde merkezi ve hayati bir önem taşıdığı açıkça görülür. İslam öncesi dönemden itibaren şifahî kültür etrafında zihniyet ve geleneğini tevarüs ettiren Türkler, bu devirde şifahî kültür ile kitabî kültürü mezceder. Hayata yönelik idrakini ve hayat felsefesini şiir ile teecessüm ettiren Türkler, İslamlaşma devrini de edebî bir mahiyet ve keyfiyette aktarır. Bu doğrultuda İslamlaşma devrinde edebî olan her şey tarihî, tarihî olan her şey edebî bir niteliğe bürünür. İslamlaşma devrinin edebî hayatını ciddiyetle tetkik edenler Yahya Kemal’in “...tarihte zahirî hakikat, masalda ledünnî hakikat gizlidir; güzelliğe, vakaların daha ziyade masal kisvesi gözleri kamaştırır, tarih kisvesi daha sönük görünür.” (Yahya Kemal, 2017: 73) ifadelerinin sırrına ermenin imkânını bulur. İslamlaşma devrinin eserleri hem devrin tarihini hem de şahıs ve cemiyetlerin İslamlaşma usul ve tarzlarını erbabı için apaçık bir biçimde gösterir. Tarih ile edebiyat böylece müteradif hale gelir. Edebî olan her şey tarihî bir cepheye malik olur, tarihî olan her şey edebî bir vecheye kavuşur. Bu istikamette tarihin zahirî hakikatine vasıl olmanın yolu da destan, efsane ve masalların ledünnî hakikatini aşikâr etmekten geçer. Mehmet Fuad Köprülü’nün bu hususta verdiği hüküm de meseleyi idraki kolaylaştırır: “...destanlar bir ferdin kendi tahassüsleri yahud hayalinin indî ve serbest yaratışları değildir. Bütün bir milletin, maneviyatından, ruhundan, tarihî ve bedîî varlığından kendi kendisine doğmuş “ma’şerî” verimleridir.” (Köprülü, 2006: 13).

Bu istikamette yapılacak bir tetkik için İslamlaşma devri eserlerine intikal edildiğinde devrî bir deniz feneri gibi aydınlatan eserlerin başını *Dede Korkut Oğuznameleri*’nin çekeceğini söylemek yanlış olmaz. Köprülü’nün “Bütün Türk edebiyatını terazinin bir gözüne, Dede Korkutu öbür gözüne koysanız, yine Dede Korkut ağır basar.” (Ergin, 1969: X) ifadesiyle hakkını teslim ettiği bu eser şifahî

kültürün kıymet ve ehemmiyetini aşikâr eder. Devrin edebî mahiyeti onda temaşa edilebildiği gibi ve belki daha çok devrin tarihî zihniyeti de Dede Korkut'ta idrak edilebilir. İslamlaşma devrine dair her şeyi bir şekilde Dede Korkut'ta bulmak mümkün olur. *Dede Korkut Oğuznameleri* Türk edebî zihniyetinin bir hülasesi olduğu kadar İslamlaşma devrinin yapısı, tarihi ve zihniyeti de onda tecessüm eder. İslamlaşma devrinin siyasî, iktisadî, içtimaî, dinî ve şahsî tüm unsurları bu eserde müşahede edilebilir. Türklerin İslamlaşma devri adeta ete kemiğe bürünür *Dede Korkut Oğuznameleri* olarak görünür. İslamlaşma devrinin dinî anlamda ortaya çıkan kitabî, şifahî ve mistik tüm unsurları *Dede Korkut Oğuznameleri*'nde kendisine yer bulur. Bu devrin hülasesi *Dede Korkut Oğuznameleri*'nde olduğu gibi *Dede Korkut Oğuznameleri*'nin hülasesi da *Duha Koca Oğlu Deli Dumrul* bahsinde bulunur. İslamlaşma devri adeta Deli Dumrul'un şahsında kendisini gösterir. Bu istikamette söylemlerin ortaya konmasındaki illiyet bağları ile mahiyetinin toplumsal ve siyasal bağlarının tespit edilmesi maksadıyla gerçekleştirilen bir tetkik ve arkeoloji usulü olan söylem analizi yönteminin (Çelik-Ekşi, 2013: 102, 106) kullanılacağı çalışmada İslamlaşma devri din ve düşünce tarihinin *Dede Korkut Oğuznameleri*'ndeki *Duha Koca Oğlu Deli Dumrul Oğuznamesi* üzerinden okunması amaçlanmaktadır. Bu meyanda modern Türk düşüncesinde İslamlaşma devrine yönelik nazari yaklaşımların hülasa edileceği bir bölümün ardından *Duha Koca Oğlu Deli Dumrul Oğuznamesi* bu nazarîyeler etrafında tetkik edilecek, bu tetkik doğrultusunda devri anlamının imkânı tesis edilmeye çalışılacaktır.

MODERN TÜRK TARİH DÜŞÜNCESİNDE İSLAMLAŞMA DEVRİ: KAVRAMLAR VE ZİHNİYET

Asrîleşme devri tarih tetkikleri Türklerin İslam öncesi dönemlerine yönelik bir arayışı ortaya koyarken İslamlaşma devri de gündeme gelen meselelerden biri olur. Türklerin hangi tarihî vakıalar, süreç ve usullerle İslam'ın müntesibi oldukları meselesi bilhassa bu devirden itibaren tarih ile bir şekilde iştiğal edenlerin cevabını aradığı sorulardan birine dönüşür. İslamlaşma devrinin Türk dünya görüşü ve varlık idraki için kurucu ve varoluşsal mahiyetini idrak edenlerin başında ise kendisinden sonraki bütün Türk tarihçilerinin paltosundan çıktığını söylemenin yanlış olmayacağı Mehmet Fuad Köprülü gelir. İslamlaşma devri sonrasında Türklüğe dair her yol bir şekilde İslamlaşmaya çıktığı gibi Köprülü sonrasında her Türk tarihçisinin yolu bir şekilde Köprülü'den geçer. İslamlaşma nasıl Türk zihniyetinin temel ve usullerini tesis ettiyse Köprülü de modern Türk tarihçiliğinin ve İslamlaşma devrine dair zihniyetin temel ve usullerinin münşî olur. Bu meyanda Köprülü hususî olarak İslamlaşma devri umumî olarak ise Türk tarihçiliği için *kutbü'l-aktâb* ve *sâhib-i zamân* vasıfları ile vasıflandırılabilir. İslamlaşma devri tarihçiliğinin aynı zamanda bir edebiyat tarihçiliği olduğunun idrakinde olan Köprülü'nün eserleri tetkik edildiğinde bu eserlerde Yahya Kemal'in tarihin zahirî ve ledünnî kaynaklarına dair tespitlerinin tecessüm ettiği görülür. Köprülü, Türk din tarihini tetkik etmenin bir yanıyla Türk edebiyatı tarihini de tetkik etmek

manasına geldiğini bilir. Bu meyanda eserlerinde İslam öncesi devirden intikal eden edebî unsurları tespit eder ve bu unsurlar etrafında Türk tarih-i dinisini idrak etmeye çalışır. Onun şu ifadeleri meseleyi hülasa eder niteliktedir:

“Bütün milletlerde olduğu gibi Türklerde de daha yazı yazılmadan evvel “milli şifahi” bir edebiyat vardı. Bu edebiyat, muhtelif yazıların Türkler arasında yayılmasından sonra da devam etmiş ve Türkler muhtelif medeniyet dairelerinin tesiri altında buldukları zaman bile yine kuvvetle yaşayıp durmuştur. ... Türkler üzerinde en kuvvetli tesir icra etmiş olan İslamiyetin girip yerleşmesinden sonra bile, putperestlik zamanından kalma eski edebî şekillere veya mevzuların İslami bir renk almış tarzlarına tesadüf olunabilir. En eski Türk şairleri -Tonguz’ların şaman, Altay Türklerinin kam, Yakutların oyun, Kırgızların bahşı, Oğuzların ozan dedikleri- “sahir-şair”lerdir.” (Köprülü, 2014a: 102).

Görüleceği üzere Köprülü edebiyat ile tarihin iç içe geçtiği bu devri şifahi kültür etrafında değerlendirir. İslamlaşma devri hususunda ise Köprülü, *Ortodoks-Heterodoks* kavramları üzerinden devri idrak etme arayışını ortaya koyar. Temelde Köprülü’nün Hıristiyan düşüncesinden ödünç aldığı bu kavramlar İslamlaşma usullerini anlamak ve izah etmek maksadıyla işlevsel hale getirilmeye çalışılır. Bu doğrultuda Köprülü bu ikili tasnifi en temel anlamda toplumsal bir ayırım üzerine kurar. O, yüksek sınıf ve yüksek sınıf tarafından tesis edilmiş kültür ile halk ve halk tarafından inşa edilen kültür şeklindeki bir tasnif etrafında toplumsal alanı iki sınıf ve kültürel mekanizma olarak tahayyül eder (Köprülü, 2014b: 220-221). Bu tasnifte yüksek sınıfın kültürü kitabî-yazılı kültür ile teşekkül ettirilirken halk kültürü şifahi-sözlü kültür ile tesis ve tevarüs edilir. Bu meyanda dinin temel ve kitabî anlatıları etrafında teşkil eden din tasavvuru Köprülü tarafından ortodoksi olarak adlandırılır. Dine dair şifahi anlatıların maziden gelen unsurlarla birleşmesi ve dinin eski ile yeninin birbirine dahil olduğu bir biçimde idrak edilmesi neticesinde ortaya çıkan din anlayışını ise Köprülü heterodoksi kategorisine yerleştirir. Bu doğrultuda Köprülü tasnifi ete kemiğe büründürürken ortodoksiyi Sünnî-Hanefî-Mâtürîdî din tasavvurunda heterodoksiyi ise Bektaşilik gibi tarikatların din anlayışlarında bulur (Köprülü, 2014b: 221, 231). Köprülü mutasavvıf zümreleri dahi bu içtimaî temellerden şekillenen tasnif etrafında ele alır:

“Göçebe Türkmenler arasında, ...tarikatlardan bazılarının -faaliyet çevrelerinin maddi ve manevi şartlarına uyma mecburiyetiyle- büyük değişiklikler gösterdikleri, mesela şehirlerde hükümetin dinî siyasetine uyarak Ortodoks -yani Sünnî akidelere uygun- bir mahiyet gösterdikleri halde, aşiretler arasında tamamiyle heterodoks -yani Müslümanlık akidelerinden uzaklaşmış- bir hüviyet alarak dini zümreler teşkil eyedikleri malumdur.” (Köprülü, 2014b: 238).

Türk tarih düşüncesinde İslamlaşma devrine dair Köprülü’nün temellerini tesis ettiği bu tasnif, kavramsallaştırma ve izah tarzı kendisinden sonra gelenler tarafından da kabul ve tahkim edilir. Bu anlayışın neredeyse bir mütearife haline gelmesini sağlayan isimlerin başında ise İrene Mélikoff ve Ahmet Yaşar Ocak gelir.

Melikoff'un eserleri dikkatli bir gözle okunduğunda onun bütün külliyyatını heterodoksinin tetkikine adanmış ve Köprülü'nün tasnifini muhafaza ederken heterodoks tasavvuru idrakin imkânlarının peşine düştüğü görülebilir (Melikoff, 1997; a.mlf., 2008; a.mlf., 2010, a.mlf., 2011). Melikoff bu tasnifi içtimaî ve iktisadî temellere dayandırır ve İslamlaşma devri ile ortaya çıkan İslam'a yönelik bu tasavvur tarzlarının halen varlığını muhafaza ettiğini söyler:

“...ister görmezden gelmiş, ister görmemiş olsun, kentte yaşayan Türk'ün de gözünden kaçan bir yan vardır. Bu, Anadolu nüfusunun büyük bir bölümünün, “hétérodoxe” ...bir İslâm'a, hatta İslâm'la ancak pek az bir ilişkisi bulunan inançlara bağlı olduğudur. ...Kökeni eskidir ve şüphesiz, Türklerin henüz İslâmlaşmadığı ya da İslâmlıklarının henüz yüzeyde olduğu dönemlere dayanmaktadır. Günümüze kadar varlığını sürdüren bu olguya ...eski göçebe ya da yarı göçebe halk tabakalarında rastlanmaktadır. Bu sosyal tabakalar, ne tam olarak İslâm'ı özümsemeyi, ne de atalarının inançlarından kopmayı başarmışlardır.” (Melikoff, 2015: 95-96).

Anlaşılabileceği üzere Melikoff, tasnif hususunda yüksek kültür-halk kültürü ikiliğini bir yaşam pratiği ve iktisadî meseleye intikal ettirir. Problemi bir kültür meselesinden önce bir üretim pratiği ve hayat tecrübesi olarak ele alır. Göçebelik ile yerleşikliğin, İbn Haldûn'un ıstılahıyla bedavet ile hadaretin merkezde olduğu bu tasnif yüksek-halk, kitabî-şifahî gibi kültürel karşılaşmaları da bu unsurlardan hareketle izah eder. Ona göre bu bir şahsiyet yahut İslamî bilginin edinilmesi tarzı meselesi değil sınıfsal bir meseledir. Göçerliğin teşekkül ettirdiği üretim tarzı belli bir kültürel pratiği yanında getirir. Bu kültür de senkretik bir din söylem ve idrak tarzına sebebiyet verir.

Bu tasnifin bir diğer savunucusu ve mümessili de Türk tarihçiliğinin önemli isimlerinden Ahmet Yaşar Ocak olur. Ocak'a göre de Köprülü'nün açtığı yoldan yürümek bir tercih değil zarurettir:

“Kanaatimizce Türklerin İslam yorumunu, Orta Asya'dan Balkanlar'a kadar uzanan geniş coğrafya ve tarihsel süreç içerisinde birbiriyle eş zamanlı ve paralel olarak gelişen, biri Sünnî (ortodoks), diğeri gayri Sünnî (heterodoks) İslâm yorumu olmak üzere başlıca iki paralel süreçte takip etmek, tarihsel bir zorunluluktur; çünkü bu zorunluluk tarihsel sürecin zamanımıza kadar aynen bu şekilde cereyan etmesinden ileri gelmektedir.” (Ocak, 2013a: 40).

Ocak, bu sınıflandırmaya yönelik çeşitli tenkitler ve yeni kavramsal başvurular olduğunu söylese de bu sınıflandırmanın işlevini muhafaza ettiğini ifade eder (Ocak, 2021: 29-30). Onun İslamlaşma, Selçuklu ve Osmanlı İslam tasavvurlarına dair telif ettiği eserler tetkik edildiğinde de bu tasnifin hâkim olduğu rahatlıkla tespit edilebilir (Ocak, 2011: XIV, 45-48, 77-84; a.mlf., 2013b: 25-28; a.mlf., 1992: 108, 232; a.mlf., 2011: 80-86). Bununla beraber Ocak, *Osmanlı İmparatorluğu ve İslam* serlevhalı eserinde Osmanlı tarih tecrübesi özelinde yeni bir tasnif arayışı ortaya koyarak *Osmanlı Devlet İslamı*, *Osmanlı Medrese İslamı*, *Osmanlı Tekke İslamı* ve *Osmanlı Halk İslamı* başlıkları ile bir sınıflandırma girişiminde bulunur

(Ocak, 2021: 34-38). Bu durum da Köprülü'nün temellerini attığı tasnifi genişletme yönünde bir arayış olarak okunabilir.

Ortodoks-heterodoks kavramları etrafında inşa edilen ve devirle alakalı neredeyse her metinde bir mütearife olarak kabul gören tasnif tarzı her ne kadar dönemi ve sonrasını tetkik ve izah hususunda yeni bir düşünme biçimine imkân verip bir istikamet tayin etse de ikili tasniflerin tabii zaaflarıyla da malul olur. Geniş bir devri, topluluğu yahut veriyi belli sınıflar altında toplayacak ayrımlar kendi içerisinde belli dengeleri gözetmek mecburiyetinde kalır. Tasniflerin unsurları genişletildiği ölçüde temsil kabiliyetleri artar, detayların hakimiyet kurması farklılıkların yok olmasının önüne geçer. Fakat bu durum bilimsel manada genellemeler yapmayı zorlaştırdığı gibi illiyet bağları tesis ederek ortaya konacak açıklama girişimlerine mâni olur. Bununla beraber tasnifin ölçüsü daraltılıp sınıflar azaltıldıkça genellemeler yapmak ve hüküm vermek kolaylaşır. Ancak bu durumda da farklılıkların temsiliyeti azalır, birbirine az çok benzeyen bütün unsurlar aynı sınıfa dahil edilir. Bir araya gelmesi zahmetli unsurlar aynıymış gibi değerlendirilir. Netice itibarı ile tasniflerde sınıflar arttıkça farklılıkların temsili kolaylaşırken genel hükümler vermek zorlaşır, sınıflar azaldıkça ise farklılıklar yok olurken hüküm vermek kolaylaşır. Köprülü'nün temellerini attığı tasnifin zaafı da bu ikili sınıflandırmadan kaynaklanır. Bu tasnif bir şahıs, grup yahut sınıfı çok temel birkaç unsur üzerinden bir kategoriye bütünüyle dahil edip, geniş izahlar ve genel hükümler sağlarken farklılıkların da ister istemez üstünü çizer.

İşaret edilen zaafı imkâna çevirme arayışı etrafında devre yönelik yeni bir izah teklifi Fatih M. Şeker'den gelir. Şeker, İslamlaşma devrinde ortaya çıkan usul ve bu usuller etrafında inşa edilen zihniyetleri yüksek kültür-alçak kültür, Ortodoks-heterodoks gibi kavramlarla gerçekleştirilen ikili sınıflandırmalar yerine İslamlaşmanın pratik cephesi ve unsurları üzerinden açıklama gayreti gösterir. Bu doğrultuda Şeker, İslamlaşma usullerini kitabî, şifahî ve mistik İslamlaşma şeklinde üçlü bir tasnife tabi tutar (Şeker, 2012: 193-394). Buna göre İslamlaşmanın kitabî cephesi İslam'a dair malumatın doğrudan temel kaynaklar etrafında vaiz, kadı gibi unsurlar vasıtasıyla öğrenilmesi neticesinde ortaya çıkar (Şeker, 2012: 243-307). Şifahî İslamlaşma ise İslam'a dair bilgilerin sözlü kültür ile abdallar ve dervişler gibi unsurlar tarafından aktarıldığı ve şifahî kültürün tabii bir neticesi olarak daha önceki kültürel unsurlar ile meczedildiği bir İslamlaşma tarzını ifade eder (Şeker, 2012: 198-243). Son olarak mistik İslamlaşma başlığı altında ise İslam'ın mutasavvıf zümreleri vasıtasıyla ve bu zümrelerin din anlayışına yakın bir şekilde öğrenildiği bir İslamlaşma tarzı ortaya konur (Şeker, 2012: 308-382). Şeker'in bu üçlü tasnifi ikili sınıflandırmada diğer gruplardan tamamen ayrılan özelliklerine rağmen bu iki sınıftan birine dahil edilmek zorunda kalınan zümreleri ayrı bir sınıf altında toplamanın imkânına vasil olur. Böylece devrin temel aktör ve tiplerinin tamamı tasnifte kendisine yer bulur.

İSLAMLAŞMA DEVRİNİN HÜLASASI OLARAK DELİ DUMRUL OĞUZNAMESİ

İslamlaşma devrine ait zihniyet, tip ve usullerin tamamı için *Dede Korkut Oğuznameleri* bir hülasa olarak okunabilir. Tıpkı bunun gibi *Dede Korkut Oğuznameleri*'nin hülasesi da *Duha Koca Oğlu Deli Dumrul Oğuznamesi*'nde bulunur. Namını duyurmak maksadıyla kuru bir çayın üstüne köprü yaptırıp geçenden otuz üç geçmeyenden döve döve kırk akçe alan Deli Dumrul devrin yiğit tipini temsil eder (*Dede Korkut Hikâyeleri -Kitab-ı Dedem Korkut-*, 2019: 95). Oğuzname'de "...benden deli, benden güçlü er var mıdır ki çıksın benimle savaşa derdi. Benim erliğim, benim bahadırlığım, cilasunluğum, yiğitliğim Rum'a, Şam'a gitsin, duyulsun derdi." (*Dede Korkut Hikâyeleri -Kitab-ı Dedem Korkut-*, 2019: 95) ifadeleri ile temel hususiyetleri vurgulanan Deli Dumrul, Haldunî nazariye etrafında değerlendirildiğinde bedavet merkezli bir kültürün mensubu olarak görülebilir.

Savaşçılığın ve savaşçılığa dair meziyetlerin hayatın miyarı olduğu bedavet merkezli kültürler aynı zamanda bu kabiliyetleri insanî bir erdem ve içtimaî bir statü simgesi olarak da tasavvur eder. Bu doğrultuda Deli Dumrul'un köprü etrafında yaptığı faaliyet ile bir meydan okuma, güç gösterisi ve bedevî kültür sembolizmi ortaya koyduğu söylenebilir. Dumrul kendi kültürünün kıymet ölçülerini kemâl halinde temsil ettiğini düşünür ve bunu cümle aleme duyurmak ister. Deli Dumrul kıssasının onun köprüsünün yakınına konan bir oba etrafında başlaması da bedavet merkezli kültürel ortam fikrini tahkim eder nitelikte olur. Bu doğrultuda Deli Dumrul ve onun ait olduğu kültür çevresinin İslamlaşmasının hangi usul etrafında gerçekleşebileceğine dair fikir yürütüldüğünde daha önce işaret edilen İslamlaşma tasavvurları bakımından Deli Dumrul'un halk kültürü-heterodoksi yahut şifahî İslam tasavvuru çerçevesinde İslamlaşması ve zihniyetinin de bu unsurlar doğrultusunda tetkik edilmesi beklenir bir hale gelir. Bedavet merkezli kültürlerde kitabî değil şifahî kültür ve bilgi aktarım tarzı ve sözlü anlatı merkezde olur. Cemiyetlerin kendilerine dair tasavvurları dahi sözlü kültür ürünleri olan destan, efsane ve masallar vasıtasıyla tevarüs edilir. Yazı ve yazılı kültür bu tarz kültürlerde işlevsizdir. Bu doğrultuda epistemolojik bir problem olarak bilgiye dair bakış da bedevî kültürler ile hadarî kültürler arasında farklı cephelerden gerçekleşir. Sözlü kültürlerde bilgi ravilerinin güvenilirliği, birbirleriyle anlaşarak yalan söylemesi mümkün olmayacak kadar sayıda insanın bir şeyi nakletmesi gibi hususlar etrafında meşru bir zemin bulur.

Oğuznameye intikal edildiğinde yukarıdaki öngörüye uygun olacak şekilde Deli Dumrul'un şifahî unsurlar etrafında İslamlaşmayı tecrübe ettiği müşahede edilir. Onun İslam tasavvurunun en başından itibaren sözlü kültürün bir neticesi olarak ortaya çıktığı görülür. Ölen bir yiğidi kimin öldürdüğünü soran Deli Dumrul'a verilen "Allah'ın emri ile al kanatlı Azrail o yiğidin canını aldı" (*Dede Korkut Hikâyeleri -Kitab-ı Dedem Korkut-*, 2019: 95) cevabı karşısında Dumrul'un tepkisi

onun kitabî İslam'ın en temel unsurlarından biri olan melekleri bile bilmediğini gösterir: "...Bre Azrail dediğiniz ne kişidir ki adamın canını alır? Ya Kadir Allah, birliğin, varlığın hakkı için Azrail'i benim gözüme göster! Savaşayım, çekişeyim, derişeyim, yahşi yiğidin canını kurtarayım, bir daha yahşi yiğidin canını almaya..." (Dede Korkut Hikâyeleri -Kitab-ı Dedem Korkut-, 2019: 95-96). Dumrul'un bu ifadeleri onun Azrail'i yiğitlere zulmeden zorba bir şahıs olarak idrak ettiğini, kendisiyle bedavet ölçüleri etrafında dövüşmek suretiyle anlaşılabilceğine inandığını gösterir. Onun gözünde Azrail kendisinin kemâl mertebesinde temsil ettiği kanaatinde olduğu bedavet kabiliyetlerine sahip fakat bunları yiğitliğin erdemine uymayacak şekilde kullanan bir anti-kahraman olarak görülür. Dumrul için Azrail adeta onun köprüdeki faaliyeti ile ortaya koyduğu meydan okumaya karşı durur gibidir. Buna cevap vermek amacıyla Allah'a Azrail ile dövüşmek için yakaran Dumrul'un çok temel bir ilmihal bilgisi olan meleklerden dahi haberdar olmaması onun İslam'ı öğrenme tarzının şifahî bir usulde gerçekleştiğine açıkça delalet eder. Deli Dumrul'un bu ifadelerinin ardından ortaya koyulan Tanrı tasavvuru da başlangıçta çizilen tabloya uygun bir biçimde şifahî kültürün idraki etrafında kendisini gösterir. Tanrı ile Azrail arasında geçen konuşmadaki Tanrı ve melek algısı tam da Deli Dumrul'un zihnindeki algıyı hülasa eder gibidir. Deli Dumrul'un sözleri karşısında Tanrı'ya izafe edilen şu ifadeler meseleyi açıkça ortaya koyar: "Hak Teala'ya Dumrul'un sözü hoş gelmedi. Bak bak, bre deli kavat, benim birliğimi bilmez, birliğime şükür kılmaz, benim ulu dergâhımda gezer, benlik eyler dedi. Azrail'e buyruk eyledi ki, ya Azrail, var ve o deli kavatın gözüne görün, benzini sarart dedi. Canını hırıldat, al dedi." (Dede Korkut Hikâyeleri -Kitab-ı Dedem Korkut-, 2019: 96). Bu ifadeler Tanrı'yı adeta sohbet meclisinde insanlar arasında sohbet eder gibi konuşturan bir zihniyeti yansıtır. Şifahî kültür etrafında inşa edilen Tanrı idrakinin neticesi insana benzer hususiyetlere sahip bir Tanrı olur. Bu ifadeler devrin kitabî İslam tasavvurunu temsil eden ulemasına okutulsa onların vereceği hüküm bellidir: bu ifadeleri kullanan bir şahıs ya Mücessime (Üzüm, 2006: 449-450) yahut Müşebbihe'dendir (Yavuz, 2006: 156-158). Tecsim ve teşbih etrafında inşa edilen Tanrı tasavvurlarının da kitabî İslam tasavvuru nezdinde en ufak bir kıymeti olmaz.

Oğuznamenin devamı da heterodoksi fikri yahut şifahî İslamlaşma tecrübesi etrafında anlamlandırılabilir nitelikte olur. Azrail ete kemiğe bürünür, ak sakallı bir ihtiyar olarak Deli Dumrul'a görünür (Dede Korkut Hikâyeleri -Kitab-ı Dedem Korkut-, 2019: 96, 97). İslamlaşma sonrası ortaya çıkan bu ak saçlı ak sakallı veli tipinin İslam öncesi devrin kam, kaman yahut şamanlarının bir devamı olduğu, hakiki bilgiye sahip olan irşat edici bilgeyi temsil ettiği malumdur. Bu meyanda *bir ulu kişi olarak Azrail* fikrini ortaya koyması noktasında ak sakallı ihtiyar tipi bir anlayış biçimini de aşikâr kılar. Deli Dumrul'un zihnindeki bir anti-kahraman olarak Azrail algısının bilge kişi olarak Azrail'e dönüşümü onu Azrail karşısında çaresiz bırakır. Bu da devrin şifahî kültüründe bilge kişilerin ehemmiyetini ortaya

koyar. Bunun yanında Azrail'in bir güvercine dönüşerek uçup gitmesi de İslam öncesi dönemden tevarüs edilen don değiştirme fenomenini şifahî İslam tasavvuru etrafında İslamlaşma devrine taşır (Dede Korkut Hikâyeleri -Kitab-ı Dedem Korkut-, 2019: 97). Hacı Bektaş-ı Velî menakıbında da Hacı Bektaş'ın Anadolu'ya güvercin donuna girerek geldiği hatırlandığında bu temanın önemi apaçık bir biçimde kendisini gösterir (Küçük, 2020: 111).

Anlaşılaçağı üzere Deli Dumrul'un İslamlaşma tarzı ve İslam tasavvuru üzerine genel ve sathi bir hüküm verilecek olsa ivedilikle şifahî yahut heterodoks olarak hülasa edilebilir. Fakat bu Oğuzname biraz daha etraflıca ele alındığında Deli Dumrul için heterodoks hükmünü bir çırpıda vermek zannedildiği kadar kolay olmaz. Deli Dumrul, şifahî idrak tarzının altında kitabî ve mistik unsurları da göz ardı edilemeyecek ölçüde barındırır. Şifahî İslamlaşma tarzının bu denli yer ettiği bir söylemler bütününde İslamlaşmanın diğer usullerine rastlamak ise Türklerin İslamlaşma tecrübesine mahsus olsa gerektir. Şifahî İslam tasavvurunun tecessüm etmiş haline benzeyen *Deli Dumrul Oğuznamesi*'nin devamında kitabî ve mistik İslam tasavvuru Deli Dumrul'un şahsında müşahede edilir. Tanrı'nın kendisi için ölüm emrini verdiğini öğrenen Dumrul, Tanrı'ya yakararak affı için dua eder. Bu yakarış ifadelerinde Deli Dumrul'un ortaya koyduğu söylemler, İslamlaşmanın kitabî cephesinin doğrudan gözlemlenebildiği bir mahiyette olur. Dumrul, "Yücelerden yücesin / Kimse bilmez nicesin" (Dede Korkut Hikâyeleri -Kitab-ı Dedem Korkut-, 2019: 98, 103) derken adeta mütekellim bir Hanefî gibi konuşur. Daha önce bir insan gibi konuşturulan ve Mücessime ile Müşebbihe tarzı söylemler ortaya konan Tanrı fikrinin karşısına yine Dumrul çıkar. Tanrı'ya bir cisim atfetmek isteyenler karşısında ona herhangi bir cisim atfedilemeyeceği ve onu aklın tasavvur edemeyeceğini söyler. Adeta anlatıcının teşbih ve tecsime varan Tanrı idrakini tenkit eder. Ayrıca "Nice cahiller seni gökte arar, yerde ister" (Dede Korkut Hikâyeleri -Kitab-ı Dedem Korkut-, 2019: 98) cümlesi de Allah'a mekân isnat eden firkalara yönelik bir eleştiri olarak rahatlıkla okunabilir. Dumrul, Allah'a mekân isnat edenleri cahil olarak görür ki bu durum Deli Dumrul'un İslamlaşmanın kitabî cephesine verdiği kıymeti de apaçık bir biçimde gösterir. Böylece Dumrul, sapkın firkalara tenkitler getiren bir kelamcıya dönüşür. Bunun yanında Allah'a yakarırken kullandığı "Daim duran Cebbar Tanrı / Baki kalan Settar Tanrı" (Dede Korkut Hikâyeleri -Kitab-ı Dedem Korkut-, 2019: 97) ve "Keremi çok Kadir Tanrı" (Dede Korkut Hikâyeleri -Kitab-ı Dedem Korkut-, 2019: 103) ifadeleri de Dumrul'un Allah'ın isim ve sıfatlarından haberdar olduğunu ortaya koyar. Böylece Deli Dumrul kendisinde tespit edilebilen şifahî İslam anlayışının yanında kitabî İslam tasavvurundan da bir şekilde haberdar olup beslendiğini aşikâr eder. Deli Dumrul'un Hanefî-Mâtürîdî geleneğin zihniyet dünyasının içerisinde konuşur hüviyeti bu haberdar olmanın sathî değil bilakis ilmî bir müktesebat etrafında tesis edildiğinin habercisi olarak görülebilir.

Deli Dumrul'un söylemlerinde mistik İslamlaşma ve İslam tasavvuru da kendisine yer bulur. Bu durum bilhassa Dumrul'un Tanrı'ya yakarırken dilinden dökülen şu ifadelerde aşikârâne bir mahiyette ortaya çıkar: “Görklü Tanrı / ...Sen hod müminlerin gönlündesin” (Dede Korkut Hikâyeleri -Kitab-ı Dedem Korkut-, 2019: 98). Bu söylem mistik İslam tasavvuru etrafında tetkik edildiğinde bu ifadelerle Dumrul'un Türk tasavvuf geleneğinde adeta bir atıf klasığı haline gelen “Ben yere göğe sığmadım, ancak mümin kulunun kalbine sığdım.” mealindeki bir hadis-i kutsîye atıf yaptığı kolaylıkla anlaşılır. Gazzâlî bu hadise *İhyâü Ulûmi'd-Dîn*'de işaret eder (Gazzâlî, 2014: 35). Mevlânâ Mesnevî'sinde “Peygamber, “Allah: ‘Ben yücelere aşağılara yere göğe, hatta arşa sığmam. Bunu, ey aziz, yakinen bil. Fakat şaşılacak şeydir ki inanan kişinin kalbine sığarım. Beni ararsan inanan gönüllerde ara buyurdu.’ dedi.” (Mevlâna, 2018: 160) şeklinde hadise işaret eder. Bu zihniyet etrafında Yunus Emre “Dostun evi gönüllerdür” (Yunus Emre Dîvanı, t.y.: 107) derken, Nesîmî “Çünkü bildin mü'minin kalbinde Beytullah var / Niçün izzet etmedin olarda kim Allah var” (Öztelli, 1969: 77) beyti, Sun'ullah Gaybî de “Yire göğe sığmayan Hallâk'a bak / Gönle sığmış, anı kılmış, ol turak” (Yılmaz, 2007: 106) ifadeleri ile bu hadise telmih yapar. Nitekim Süleyman Uludağ da “Tasavvuf kitaplarında sıkça geçen, yere ve göğe sığmayan Allah'ın mümin kulunun kalbine sığdığını belirten ifade kutsî bir hadis olarak da rivayet edilir.” (Uludağ, 2001: 231) cümlesi ile bu söylemin tasavvuf kültüründeki etkinliğine şahadet eder. Tasavvuf tarih ve kültüründeki yeri tartışmaya mahal bırakmayacak şekilde aşikâr olan bu hadis-i kutsînin sıhhati tartışmalı olsa dahi (Yıldırım, 2000: 240) mesele düşünce tarihi olduğunda sıhhat konusu, hadis ilmi ile iştigal edenleri alakadar eder. Düşünce tarihi ile iştigal edenler için mesele sıhhaten ziyade zihniyet ve fikriyat üzerindeki tesir olur. Nitekim bu hususta Osman Turan'ın tespiti yerindedir: “... tarihçi için meselâ bir hadisin sahîh veya mevzu olmasından ziyâde onun cemiyet psikolojisinde ve hâdiseler üzerinde icra eylediği tesir derecesinin ehemmiyeti olduğunu belirtmeliyiz.” (Turan, 2015: 16).

Böylece Dumrul daha İslamlaşma devrinde mistik İslam tasavvurunun ne derece muhkem olduğunu gösterir. İslam tasavvufunun teşekkül devrinden itibaren üzerinde ısrarla durulan bir hadis, Türklerin İslamlaşma devri eserinde hem de şifahî İslam tasavvurunun mümessili gibi görünen bir şahsın ağzından dökülür. Bu durumun neticesi olarak Yunus Emre ve Mevlânâ gibi şahsiyetler bir cephesiyle kitabî, şifahî ve mistik İslam tasavvurları bünyesinde cem etmenin imkânını bularak cemiyetin her unsuruna hitap edebilen Dumrul'un halefleri olarak okunabilir. Şifahî söylemleri apaçık olan, yeri geldiğinde kitabî tasavvur ile adeta bir kelamcı gibi konuşan Deli Dumrul tasavvuftan da behresi olduğunu bu ifadeler ile aşikâr kılar. Böylece Deli Dumrul, İslamlaşma devrinin her cephesinin kendisinde bulunabildiği bir hale bürünür.

SONUÇ

Türk tarih tecrübesinin muharrik unsurlarının başında sayılabilecek İslamlaşma hadisesi ve devri, Türkler için eski ile yeni arasında gidip gelerek yeni bir idrak tarzı ve hayat felsefesi tesis etmenin arayışı etrafında hülasa edilebilir. Bu arayış sürecinde her usul bir diğeri ile temas eder. İkili tasnif etrafında değerlendirilirse ne tamamen Ortodoks ne de tamamen heterodoks İslamlaşma biçimleri ve İslam tasavvurlarından söz edilebilir. Bu durum kitabî, şifahî ve mistik İslamlaşma tarzları ve İslam idrakleri için de böyledir. Her bir unsur bir diğeri ile az ya da çok alaka kurar. Böylece en Ortodoks görülen zümrelerde heteredoks unsurlar tespit edilebilir, heterodoksinin mücessem hali olarak görülen şahıs yahut hiziplerde Ortodoks söylemlere rastlanabilir. Kitabî, şifahî ve mistik İslam tasavvurları bu devirde iç içe girer. Kitabî İslam tasavvurunun mümessilleri maziden ve onun şifahî anlatılarından tabii olarak etkilenir, Türk mistisizmi kitabî anlayış hususunda en katı söylem üretenlerde bile bir şekilde etki gösterir. Bu durum diğer unsurlar için de böyle olur. Bu meyanda İslamlaşma devri bu unsurların renklerinin birbirine geçtiği ve yeni idrak tarzlarının teşekkül ettiği bir dönem haline gelir. İslamlaşma devri tetkik edilirken bir unsuru diğerinden bağımsız olarak değerlendirmek muhaldir dense yeridir. İslamlaşmanın her cephesi bir diğeri ile zenginleşir ve kendine mahsus bir hal alır. Dünya görüşü ve hayat felsefesi din tasavvuruna intikal eder. Hayata dair her şeyi dinî bir manaya büründüren Türk geleneği İslamlaşma devri öncesi tecrübesini İslam idrakine taşıyarak tesis edilmiş geleneği tevarüs ettirmesinin esrarına vakıf olduğunu aşikârane bir biçimde gösterir. *Türklerin İslam tasavvurunu müşahhas bir hale getiren şey nedir?* sorusunun cevabı tam olarak burada gizlidir.

İslamlaşma devrinin her usul ve tipinin kendisinde apaçık bir biçimde tespit edilebileceği *Dede Korkut Oğuznameleri* de verilen bu hükümleri tarihin huzurunda onaylar. Her bir Oğuzname adeta bir tarih metnine dönüşerek İslamlaşma devrinin farklı bir cephesini anlatır. *Duha Koca Oğlu Deli Dumrul Oğuznamesi*'nde ise İslamlaşmanın bütün anasını tek bir şahısta toplar. Böylece Deli Dumrul, İslamlaşmaya dair her şeyin kendisinde bulunabileceği bir şahsiyet olarak okunabilir. Fert ve cemiyet arasında mahiyet değil fakat keyfiyet farkı olduğu hatırlandığında Deli Dumrul'un Türk cemiyetinin alekserini temsil ettiği de rahatlıkla söylenebilir. Böylece Deli Dumrul'un şahsında tecessüm eden her şey Türk cemiyeti ve zihniyetinde de karşılık bulur. Kitabî, şifahî ve mistik İslam tasavvurları onun zihniyet dünyasında bir araya gelir. O, en heterodoks görüldüğü yerde bile Ortodoks'tur. Deli Dumrul şifahî tasavvurun kendisinde apaçık görüldüğü söylemlerin ardından bir Hanefi kelamcısı gibi konuşup, bir Türk mistiği gibi sezer. İslamlaşma devrinin usul ve din tasavvurlarının ne denli iç içe olduğu da böylece Deli Dumrul'un şahsında yeniden ortaya çıkar. Deli Dumrul'un bir kuru çay üzerine kurduğu köprüden devrin bütün unsurları geçer. Dumrul'un yiğitliğini ve cilasunluğunu duyurmak için inşa ettiği köprü

böylece edebiyatta düşünce tarihinin tetkik, düşünce tarihinde edebiyatın tespit edilebileceği bir intikalın yolunu da sağlar. Edebiyat ve tarih bu köprü vasıtasıyla birbirine kavuşmanın imkânına vasıl olduğuna göre şunu söylemek mümkündür ki tarih ile edebiyat arasındaki köprünün sahibi Deli Dumrul'un şahsında tecessüm eden Türk tarih tecrübesidir.

KAYNAKÇA

- Banarlı, Nihad Sâmî. *Bir Dağdan Bir Dağa*, İstanbul: Kubbealtı Neşriyat, 1984.
- Çelik, Hilal - Ekşi, Halil. "Söylem Analizi". *Marmara Üniversitesi Atatürk Eğitim Fakültesi Eğitim Bilimleri Dergisi* 27/27 (2013), 99-117.
- Dede Korkut Hikâyeleri -Kitab-ı Dedem Korkut-*. çev. Ayşegül Çakan. İstanbul: Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları, 3. Basım, 2019.
- Ergin, Muharrem. *Dede Korkut Kitabı*. İstanbul: Milli Eğitim Bakanlığı Devlet Kitapları, 1969.
- İmâm Gazâlî. *İhyâ-u Ulûm'id-Dîn*. çev. Ali Arslan. Cilt 3. İstanbul: Merve Yayınları, 2014.
- Köprülü, M. Fuat. "Millî Türk Destanı". *İslamiyet Öncesi Türk Destanları*. haz. Saim Sakaoglu – Ali Duymaz. 13-17. İstanbul: Ötügen Neşriyat, 2006.
- Köprülü, Mehmet Fuad. *Türk Edebiyatı Tarihi*. İstanbul: Alfa Yayınları, 2014a.
- Köprülü, Mehmet Fuad. *Edebiyat Araştırmaları I*. İstanbul: Alfa Yayınları, 2014b.
- Küçük, Mehmet Alparslan. "Orta Asya'dan Anadolu'ya Türk Geleneğinde 'Don Değişirme'". *bilig – Türk Dünyası Sosyal Bilimler Dergisi* 94 (2020), 97-122.
- Melikoff, Irene. "Anadolu'da Heterodoks İslâm Uygunsuzluk-Bağdaştırıcılık-Bilinirlik", *Tuttum Aynayı Yüzüme Ali Göründü Gözüme*, çev. İlhan Cem Erseven. İstanbul: Ant Yayınları, 1997, 43-60.
- Melikoff, Irene. *Destandan Masala Türkoloji Yolculuklarım*. çev. Turan Alptekin. İstanbul: Demos Yayınları, 2008.
- Melikoff, Irene. *Hacı Bektaş Efsaneden Gerçeğe*. çev. Turan Alptekin. İstanbul: Cumhuriyet Yayınları, 2010.
- Melikoff, Irene. *Kırklar'ın Cem'inde*. çev. Turan Alptekin. İstanbul: Demos Yayınları, 2011.
- Melikoff, Irene. *Uyur İdik Uyardılar*. çev. Turan Alptekin. İstanbul: Demos Yayınları, 4. Basım, 2015.
- Mevlâna. *Mesnevî*. çev. Veled Çelebi İzbudak. 1. Cilt. Konya: Konya Büyükşehir Belediyesi Kültür Yayınları, 3. Basım, 2018.
- Ocak, Ahmet Yaşar. *Osmanlı İmparatorluğunda Marjinal Süfilik: Kalenderîler (XIV-XVII. Yüzyıllar)*. Ankara: Türk Tarih Kurumu Yayınları, 1992.
- Ocak, Ahmet Yaşar. *Babailer İsyanı Alevîliğin Tarihsel Altyapısı Yahut Anadolu'da İslâm-Türk Heterodoksisinin Teşekkülü*. İstanbul: Dergâh Yayınları, 2011a.
- Ocak, Ahmet Yaşar. *Sarı Saltık Popüler İslâm'ın Balkanlar'daki Destanı Öncüsü (XIII. Yüzyıl)*. Ankara: Türk Tarih Kurumu Yayınları 2011b.
- Ocak, Ahmet Yaşar. *Türkler, Türkiye ve İslâm*. İstanbul: İletişim Yayınları, 2013a.
- Ocak, Ahmet Yaşar. *Alevî ve Bektaşî İnançlarının İslâm Öncesi Temelleri*. İstanbul: İletişim Yayınları, 2013b.
- Ocak, Ahmet Yaşar. *Osmanlı İmparatorluğu ve İslam Bir İmparatorluk Bir Din*. İstanbul: Alfa Yayınları, 2021.
- Öztelli, Cahit. *Onyedinci Yüzyıl Tekke Şairi: Kul Nesîmî*. Ankara: Türk Etnografya Folklor ve Turizm Derneği Yayınları, 1969.
- Şeker, Fatih M.. *İslâmlaşma Sürecinde Türklerin İslâm Tasavvuru*. Ankara: Türkiye Diyanet Vakfı Yayınları. 2. Basım, 2012.
- Turan, Osman. *Türk Cihân Hâkimiyeti Mefkûresi Tarihi*. İstanbul: Ötügen Neşriyat, 24. Basım, 2015.

- Uludağ, Süleyman. “Kalb”. *Diyanet Vakfı İslam Ansiklopedisi*. 24/229-232. Ankara: TDV Yayınları, 2001.
- Üzüm, İlyas. “Mücessime”. *Diyanet Vakfı İslam Ansiklopedisi*. 31/449-450. Ankara: TDV Yayınları, 2006.
- Yahya Kemal. *Tarih Musâhabeleri*. İstanbul: İstanbul Fetih Cemiyeti Yayınları, 5. Basım, 2017.
- Yavuz, Yusuf Şevki. “Müşebbihe”. *Diyanet Vakfı İslam Ansiklopedisi*. 32/156-158. Ankara: TDV Yayınları, 2006.
- Yunus Emre Dîvanı*. haz. Faruk K. Timurtaş. İstanbul: Tercüman Yayınları, t.y..
- Yıldırım, Ahmet. *Tasavvufun Temel Öğretilerinin Hadislerdeki Dayanakları*. Ankara: Türkiye Diyanet Vakfı Yayınları, 2000.
- Yılmaz, Abdullah. *Gaybî Sun'ullah Dîvânı'nın Tahlili*. Kütahya: Dumlupınar Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, 2007.

YOKSULLUĞUN AZALTILMASINDA MİKROKREDİ UYGULAMALARININ ETKİNLİĞİ

Mahmut Sami DURAN¹, Ayşe Özge ARTEKİN²

GİRİŞ

20. Yüzyılın sonları ile birlikte Dünya üzerindeki gelişmiş ve gelişmekte olan ülkelerin en büyük sorunlarından birisi yoksulluk ve yoksulluk ile mücadele olmuştur. Dünya’da yaşanan ekonomik, siyasal ve toplumsal krizlerin yanı sıra; uygulanan Neo- Liberal ekonomi politikaları ile birlikte yoksulluk ve bunun doğurduğu sorunlar her geçen gün artış göstermiştir. Yoksulluk çok karmaşık bir durum olmasının yanı sıra, yoksulluğun nedenleri ve etkileri çoğu zaman daha karmaşık bir durum olarak karşımıza çıkmaktadır. Gelişmekte olan ülkelerde süregelen en önemli konu şüphesiz sosyo-ekonomik gelişmeyi devam ettirmek ve bu amaçla yoksulluğu azaltmak olmaktadır (Mazumder ve Wencong, 2013: 403).

Yoksulluğun tanımları, yoksulluğu temel alan müdahalelerin ve politikaların gelişme şeklini etkilediği için de önemlidir. Yoksulluk, toplumdaki en yoksul kişilerin gelirlerinin ve yaşam koşullarının kabul edilebilir olup olmadığını belirleyen bir takım standartlara göre ölçülmektedir (Handley vd., 2009: 10). “Yaşamın gerektirdiği olanaklardan yoksun olma durumu ya da siyasal ve sosyo-ekonomik açıdan temel maddi ve sosyo-kültürel ihtiyaçları karşılayamama durumu” olarak bilinen (Demirtürk vd., 2011: 32). Yoksulluğun azaltılması konusunda dünya ülkelerinin pek çoğu çözüm aradığı gibi; IMF, Dünya Bankası ve Birleşmiş Milletler gibi uluslararası kuruluşlar da bu durumu bir küresel sorun olarak görmekte ve bu sorunun önüne geçmek için çözüm aramaktadırlar.

Yoksulluk ile mücadelede yoksul insanların istihdam kanallarına katılımının sağlanması ve önlerindeki engellerin kaldırılması, kaynakların etkin dağılımının sağlanması, sosyal yardımların artırılması, mal ve hizmetlere erişimin kolaylaştırılması gibi pek çok yöntem sayılabilmektedir. Ancak Yoksulluk ile mücadele etmek için en önemli uygulamalardan birisi de pek çok Dünya

1 Öğr.Gör.Dr., Selçuk Üniversitesi, Yunak Meslek Yüksekokulu, Finans, Bankacılık ve Sigortacılık Bölümü, msduran@selcuk.edu.tr, ORCID: 0000-0003-3125-2596

2 Öğr.Gör.Dr., Selçuk Üniversitesi, Yunak Meslek Yüksekokulu, Finans, Bankacılık ve Sigortacılık Bölümü, aortekin@selcuk.edu.tr, ORCID: 0000-0001-7658-416X

ülkesinin uyguladığı mikrokredi uygulamasıdır. Özellikle 1980'li yıllarla birlikte mikrokredi sistemi uygulanmış ve bu sistem mikro işletmelerin oluşturulmasına ve genişletilmesine fon sağlanmış, bu şekilde borçlu hanelerin yoksulluktan çıkarılarak, bu hanelere ek gelir üretme imkânı sunmuştur.

Belirli bir gelir düzeyinin altında olan insanlara bağış ve yardım yapmak yerine, aracı kuruluşlar tarafından kredi kullandırılması sağlanarak kendi ihtiyaçlarını karşılayacak gelir seviyelerine çıkmaları ve üretim kapasitelerinin artırılması olarak tanımlanan mikrokredinin yoksullukla mücadele yöntemleri arasındaki yeri ve rolü bu çalışmanın konusunu ve amacını oluşturmuştur. Bu amaçla çalışmada Dünya'dan mikrokredi uygulaması örnekleri verilerek bu uygulamanın yoksulluğu önlemede ne derecede başarılı olduğu tartışılmıştır.

YOKSULLUK VE YOKSULLUK TÜRLERİ

Temelde az gelişmiş ülkelerin son dönemlerde ise gelişmiş ülkeleri de içine alacak şekilde artış gösteren ve toplumsal bir soruna dönüşen yoksulluk durumu, her geçen yıl şiddetlenerek devam etmektedir. Yoksul; ülkeler arasında ve zaman içinde yoksulluk düzeylerini karşılaştırabilmek için, belirli bir gelir düzeyinin (yoksulluk sınırının) altında yaşayanlar (Ravallion, 2010: 22) olarak sınıflandırılır.

Yoksul kelimesinden türeyen yoksulluk kavramının ise bir dizi tanımı bulunmaktadır. Birleşmiş Milletler (1998)'e göre yoksulluk; topluma etkin bir şekilde katılmak için gerekli olan temel kapasitenin eksikliği anlamına gelmektedir. Bu tanım, bir aileyi doyuracak gıdanın ve yeterli giyeceğin olmaması, gidecek bir okul veya kliniğin olmaması, kişinin gıdasını yetiştireceği arazinin veya geçimini sağlayacak bir işinin olmaması, krediye erişimin olmaması durumunu ifade etmektedir (Alam, 2021: 76). Dünya Bankası ise yoksulluğu miktar üzerinden belirterek 2015 yılında aşırı yoksulluğu günde 1,90 doların altında yaşamak olarak tanımlarken 2018'de ise sırasıyla alt-orta gelirli ve üst-orta gelirli ülkeler için günde 3,20 ABD Doları ve günde 5,50 ABD Doları yoksulluk sınırları olarak tanımlamıştır (World Bank, 2018: 27). Özetle yoksulluk; bireyin hayatını devam ettirebilmesi, yaşamını sürdürebilmesi için gerekli olan imkânlardan yoksun olması durumu olarak ifade edilebilir.

Yoksulluk izafi bir kavram olduğundan zaman, mekân, düşünce yapısı, ekonomik sistemler vs. pek çok duruma göre farklılık ve değişiklik gösterebilmektedir. Bu açıdan yoksulluk farklı kategorilere ayrılabilir. Yoksulluk genel olarak literatürde gelir yoksulluğu ve insani yoksulluk olarak iki gruba ayrılarak değerlendirilmektedir. Gelir yoksulluğu ise kendi içerisinde, mutlak yoksulluk, görelî yoksulluk ve öznel yoksulluk olarak gruplandırılmaktadır (Karabulut, 2007: 7).

Belirli büyüklükteki bir ailenin (örneğin dört kişilik bir ailenin) beslenme, giyinme barınma ve eğitim gibi temel ihtiyaçlarını minimum düzeyde karşılamak için sahip olması gereken gelir düzeyi şeklinde tanımlanan mutlak yoksulluk, bireylerin yaşamlarını sürdürebilmeleri için gerekli olan en düşük tüketim

düzeylerinin belirlenmesi yoluyla hesaplanmaktadır (Fırat, 2013: 187). Bu anlamda mutlak yoksulluk kişinin zorunlu ihtiyaçlarını karşılayamaması durumu olarak görülmektedir. Bu yoksulluk türü ülkelerin sahip oldukları koşulları ve gelir dağılımındaki farklılıkları dikkate almaksızın yoksulluk seviyelerini karşılaştırdığı için daha objektif olmaktadır.

Görelî yoksulluk; diğ̈er bir ifadeyle ‘‘Nispi yoksulluk’’ ise duruma, zamana, mekâna ve ihtiyaçların farklılaşmasına göre belirlenen bir yoksulluk türü olmaktadır. Böyle bir yoksulluk durumunda, fizyolojik ihtiyaçların ötesinde, insanın bir sosyal varlık olarak değışkenlik arz eden ihtiyaçlardan yoksun olması durumu söz konusudur. Görelî yoksulluk kavramı, insanın bir toplumsal varlık olmasından hareket etmektedir. Yoksulluk, kişi ya da hane halkının, içinde yaşadığı toplum tarafından kabul edilen asgari bir yaşam düzeyine sahip olup olmadığı ile alakalı bir konudur. Görelî yoksulluk, kavramı eşitsizlikleri ortaya çıkarmak konusunda önemli katkılar sağlamaktadır. Ayrıca mutlak yoksulluk kavramına göre bir toplumda hiç yoksul olmayabilir. Görelî yoksulluk tanımına göre ise her toplumda mutlaka yoksul bir kesim olmak durumundadır (Ören vd., 2012: 316).

Öznel yoksulluk ise toplumun kabul edeceği minimum bir yaşam standardı seviyesi ile ilgilidir. Yaşam ihtiyaçlarının karşılanması için tahmin edilen minimum düzey olan yoksulluk çizgisi anketler yapılarak toplumun görüşüne göre belirlenir. Yoksulluğun tanımlanmasında kişilerin yoksul olmamak veya iyi bir gelir düzeyi için yeterli gördükleri gelir miktarı dikkate alınır (Coşkun, 2012: 184).

Yoksulluk durumu son dönemlerde gelişmiş ülke ekonomilerinde çokça görülmekle birlikte esasen bu durum daha çok az gelişmiş ve gelişmekte olan ülkelerin bir problemi olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu ülkelerde ki yoksulluk durumu arz ve talep yönlü olan bir yoksulluk kısır döngüsü içerisinde olmaktadır. Çünkü bu ülkelerin gelir seviyelerinin düşük olması tasarruf ve yatırım oranlarının da düşük olmasına neden olmaktadır. Yatırım seviyesinin yeterli olmaması ise gelir seviyesinin düşük kalmasına ve en nihayetinde bu durum ise tekrar yoksulluğa yol açmaktadır. Bu ülkelerin maruz kaldığı bu denli bir yoksulluk kısır döngüsü, talep yetersizliği ve yatırım azlığının yol açtığı bir istihdam azalmasına yani işsizlik artışına sebep olmaktadır (Karabulut, 2007: 22).

İşsizlik ve gelir dağılımındaki adaletsizlikler yoksulluğun nedenleri olmasının yanı sıra, yoksulluğun nedenlerinin açıklanmasına ilişkin görüşler, ülkeden ülkeye ve ülke içindeki dini inanç, dünya görüşü, yaş, eğitim, ırk, gelir düzeyi gibi unsurların ötesinde, yerleşim yerleri ve gelişmişlik düzeylerine bağlı olarak farklılıklar gösterebilmektedir (Güneş, 2009: 25).

Yoksulluk nedenleri bireylerin kendi fiziki özelliklerinden kaynaklanabildiği gibi (mikro nedenler), kişiden bağımsız olan ancak içinde bulunduğu çevreden kaynaklanabilmektedir (makro nedenler). Bu oluşturulan iki farklı kategoriye göre (Güleryüz, 2014: 38-39);

Mikro Nedenler:

- Özürlü olma durumu
- Fiziksel ve ruhsal sağlık bozukluğu
- Eğitim düzeyinin düşük olması
- Mevcut işleri yapabilecek beceri eksikliği
- Dağılmış bir aile yapısı
- İsteddiği şartlarda iş bulamama
- Daha önce suç işlemiş olmak
- Yaş, cinsiyet gibi faktörler

Makro Nedenler:

- Savaş, doğal afet, ekonomik krizler gibi olağanüstü durumlar
- Coğrafi özellikler (su, toprak, iklim gibi şartların elverişsiz olması)
- Teknolojik gelişme ile birlikte işgücüne olan ihtiyacın azalması
- Ülkedeki hızlı nüfus artışı ve gelir dağılımı adaletsizliği
- Ülkedeki istihdam politikalarının işsizliğe çözüm üretmemesi
- Yolsuzluk ve toplumsal dönüşümler (göç, çarpık kentleşme gibi)

yoksulluğun nedenleri olarak sıralanabilmektedir.

Birleşmiş Milletler Kalkınma Programı (UNDP) tarafından ilk defa 1990 yılında yayımlanan İnsani Gelişme Raporlarında (İGR), gelirin yanı sıra insani gelişmeyi ölçmeyi amaçlayan gelir dışı göstergelerin de esas alındığı bir takım endeksler yayımlanmaya başlanmıştır. Bu endekslerdeki temel anlayış, insani gelişmenin kişilerin seçeneklerini artırma süreci olmasıdır. Bu seçenekler sonsuz ve değişken olabilir. UNDP, ölçülebilir ve ulaşılabilir veriler olması dolayısıyla gelir, eğitim sağlık, istihdam, ücretler, cinsiyet farklılıkları, karar alma mekanizmalarına katılım, çevre kirliliği, elektrik hizmetlerine ve temiz suya erişim, ısınmak için kullanılan yakıt türü, araç sahipliği gibi insani gelişmeyi ölçmeyi amaçlayan göstergeler kullanmaktadır (Şeker, 2011: 2).

Ülkelerin gelişmişlik düzeylerini belirlemede günümüzde en çok kullanılan yöntem Birleşmiş Milletler Kalkınma Programı (UNDP) tarafından her yıl hazırlanan İnsani Kalkınma İndeksi (HDI)'dir. Kullanılan bu endeks ülkelerin sosyo-ekonomik gelişmişlik düzeyini 0-1 arasında bir oran olarak belirlemektedir. Bir ülkenin HDI oranı 1'e ne kadar yaklaşırsa o ülke sosyo-ekonomik olarak o kadar gelişmiş bir ülkeyi, 0' a yaklaşırsa gelişmişlik yönünden geri kalmış bir ülkeyi tanımlamaktadır (Karabulut, 2007: 35-41).

Tablo 1: İnsani Kalkınma Endeksi (HDI)

Endeks	Yaşam Beklentisi	Bilgi	Yaşam Standardı
HDI	-Yaşam Beklentisi (bireylerin ortalama yaşam süresi)	-Yetişkin Okur Yazar Oranları -Toplam Okula Kayıt Oranları	-Kişi Başına Düşen Milli Gelir Oranları

Kaynak: UNDP, Human Development Reports.

HDI, hazırlanırken üç temel gösterge üzerinde durulmaktadır. Bunlardan ilki bireylerin ortalama yaşam süresi, ikincisi okuryazar oranı ve toplam okullara katılma oranı ve sonuncusu kişi başına düşen gelir olmaktadır (bkz: tablo 1).

UNDP, 1997 yılında İnsani Kalkınma Raporunda “İnsani Yoksulluk” kavramına değinmiş, İnsani Yoksulluk kavramını “İnsani Yoksulluk Endeksi (HPI)” ile ölçmeye başlamıştır. Gelişmekte olan ülkeler için insani yoksulluk HPI-1, gelişmiş ülkeler içinse HPI-2 endeksleri ile ölçülmektedir. Bu endeksler Tablo 2’de verilen göstergeleri dikkate almaktadır.

Tablo 2: İnsani Yoksulluk Endeksi (HPI)

Endeks	Yaşam Beklentisi	Bilgi	Yaşam Standardı
HPI-1	- 40 Yaşına Ulaşamama Olasılığı	-Okur Yazar Olamayan Yetişkin Oranı	- Ekonomik Koşullardaki Yetersizlik - Temiz Su Kaynaklarına Ulaşamayan Nüfus %’ si - 5 Yaşın Altında Yetersiz Beslenen Çocuk %’ si
HPI-2	- 60 Yaşına Ulaşamama Olasılığı	-Fonksiyonel Okur Yazar Olamayan Yetişkin Oranı	- Gelir Yoksulluğu İçindeki Kişi %’si

Kaynak: UNDP, Human Development Reports.

Öte yandan ülkeler arasındaki gelir dağılımının adil olup olmadığını ölçerken kullanılan bir diğer yöntem ise, “GİNİ Katsayısı” olmaktadır. Gelir grupları arasındaki eşitsizliği tek bir değerde eşitleyen bu katsayı, kişisel gelir dağılımını ölçmede en çok kullanılan ölçülerden birisi olarak bilinmektedir. Gini Katsayısı ($0 < g < 1$) şeklinde değerler almaktadır. GİNİ Katsayısı ne kadar çok 0 değerine yaklaşırsa kişisel gelir dağılımı adaletli, 0’dan ne kadar uzaklaşırsa ya da 1’e ne kadar yaklaşırsa o kadar adil olmayacaktır.

YOKSULLUKLA MÜCADELE VE MİKRO KREDİ UYGULAMASI

Yoksulluk ile mücadelede dünya genelinde pek çok farklı yöntem uygulanmaktadır. Bu uygulamalardan en önemlilerinden birisi de şüphesiz son yıllarda gündeme gelen ve başarı sonuçlar alınan mikrokredi uygulaması olmaktadır. Yoksullukla mücadele, tüm dünyada önlenmesi gereken ekonomik ve sosyal bir sorun olarak durmaktadır. Hükümetler yoksul insanlara ihtiyaç duydukları finansal kaynağı sağlama konusunda ilk dönemlerde ekonomik ve kültürel programları devreye sokmuşlardır. Bu programlar, sübvansiyonlu kredi niteliğinde olup, belirli grupları ve belirli üretim faaliyetlerini bir araya getirmeyi amaçlamıştır. Ancak,

genelde gruplara ve belirlenen amaçlara ulaşmada başarısız olunmuş ve finansal kaynaklara geniş katımlı ve sürekli bir giriş sağlanamamıştır. Hükümet destekli finansal hizmetler aracılığıyla yoksul insanlara ulaşma çabalarının başarısızlığının ardından mikro ve küçük girişimlere küçük miktarlarda kredilerin sunulması amaçlanmıştır (Korkmaz ve Bayramoğlu, 2007: 102).

Yoksullukla Mücadele Yöntemleri

1980'li yıllarla birlikte küresel anlamda şiddeti daha fazla artış göstermiş olan ve dünya üzerindeki irili ufaklı tüm ülkelerin sorunu haline gelen yoksulluk olgusu, tam olarak açıklanamadığından çözümüne yönelik stratejilerde sığ ve yetersiz kalmıştır. Ayrıca mevcut olan ekonomi politikalarının böylesi bir soruna çözüm üretmekte başarısız olması, ekonomi alanında yeni politikaların üretilmesini de kaçınılmaz kılmıştır.

Belli başlı iktisat ekolleri yoksulluğu çözüme anlamında farklı görüşler ortaya koymuşlardır. Müdahaleci devlet anlayışını savunan iktisatçılar devletin genişletici maliye politikaları yoluyla ekonomiye müdahale ederek, gelir dağılımı adaletini sağlayacağını ve bu şekilde yoksulluğun azaltılabileceği görüşündedirler. Öte yandan Liberal İktisatçılar, devletin ekonomiye müdahale ederek israf, savurganlık, verimsizlik ve kalitesizliğe sebep olduğunu bu nedenle devletin ekonomiye müdahale etmeden güçlü bir piyasa ekonomisi yoluyla, düşük vergi ile üretim artışını teşvik etmesi gerektiğini savunmuşlardır. Ayrıca Liberal düşünceye göre devlet, yoksullara sosyal güvenlik ve sağlık sigortası uygulaması, öğrenciye burs ve harç imkânı, işsizlik sigortasının kaldırılması vs. uygulamalar ile gelir dağılımında adaleti sağlamalıdır (Karabulut, 2007: 75-79).

1990'lı yıllardan itibaren Yoksulluğun azaltılması anlamında birçok yeni strateji geliştirilmeye başlamış ve o tarihten bugüne kadar pek çok politika oluşturulmuştur. Ancak uygulanan hiçbir politika ya da strateji Yoksulluğu tam olarak sonlandıramamış kısmen azaltılmasını sağlamıştır. Yoksulluk ile etkin ve verimli bir şekilde mücadele etmek için Yoksulluğun tüm boyutları ile ele alınması ve buna uygun stratejilerin geliştirilmesi gerekmektedir.

Yoksulluğu azaltma anlamında uygulanacak stratejilerin birbirleri ile uyumlu olması ve beş aşamadan oluşması gerekir. Bunlar:

- Yoksulluğun tüm boyutları ile tanımlanması;
- Yoksulların, yoksulluk sınırının ve sosyal kategorilerin tanımlanması;
- Yoksulluğun ölçümünde kullanılan metot ve yöntemlerin seçilmesi;
- Yoksulluğa yol açan yapısal ve dinamik faktörlerin analiz edilmesi;
- Uygulanacak politika ve programların formüle edilmesi ve seçimi (Aktan ve Vural, 2002: 1).

Yoksulluğun hangi yapısal, dinamik, sosyal ve ekonomik sebeplerden kaynaklandığı tam ve kesin olarak belirlenebilirse, çözüm yollarının üretilmesinde

de bu sebeplere paralel olarak ilgili metotlar belirlenecek ve bu şekilde yoksulluk tam olarak sonlandırılmazsa da azaltılması sağlanacaktır.

Yoksullukla mücadele anlamında devletlerin en çok uyguladığı yöntem; büyük toplumsal kargaşalara sebep vermeden, tasarruflar ve krediler aracılığıyla, başta kadınlar olmak üzere bireyleri iktisadi güvence altına almak ve bu bireylerin refah düzeylerini artırmak olmuştur. Uygulanan somut yöntem ve politikalar genel başlıklar halinde şu şekilde özetlenebilir:

- Kaynakların etkin ve verimli bir şekilde, ekonomik büyümeyi sağlayacak şekilde kullanılması
- Yoksul kesimlere direkt olarak transfer ödemelerinin yapılması
- Üretim kapasitesinin artırılması ve yoksul insanların üretim sürecine dâhil edilmesi
- Sosyal sermayenin artırılarak harekete geçirilmesinin sağlanması
- İnsanlara yoksul etiketlemesi yapılmasının önüne geçilmesi
- Bireylerdeki başarı arzusunu artırarak bu bireylerdeki girişimcilik ruhunun artırılması
- Büyük kentlere yapılan göçlerin engellenmesi

şeklinde sıralanabilir.

Mikrokredi Uygulaması

Düşük gelir grubundaki yoksul bireylere, aile ve mikro işletmelere sağlanmış olan finansman hizmetlerine Mikro Finansman denir. Mikro Finansman gelir getirici bir faaliyet alanında iş yapma fikri ve projesi olan ancak bunu gerçekleştirmek için sermayeye ihtiyaç duyan yoksullara imkân sağlama anlamında önemli bir uygulamadır. Mikrokredi uygulaması ise, bir mikro finansman kuruluşu tarafından bir mikro girişimciye, işini geliştirmesi amacıyla verilmiş olan krediyi ifade eder. Mikrokredi genellikle işletme sermayesi ihtiyacının karşılanması, hammadde ve malzeme alımı, imalat için gerekli sabit teçhizatın alımı gibi amaçlarla verilmektedir. Mikro Finans hizmetleri, aralarında sivil toplum örgütleri, ticari bankalar, mikro finans konusunda uzmanlaşmış bankalar ve kredi birliklerinin de yer aldığı çeşitli kuruluşlar tarafından sağlanmaktadır (Dündar, 2007: 2).

Genel olarak Dünyadaki geleneksel finansal sistem yoksulları kapsam dışında tutmaktadır. Gelişmekte olan ülkelerde mikro finans, yüksek işlem maliyetleri, algılanan riskler ve düşük marjlar nedeniyle geleneksel olarak “güvenilir olmayan” kabul edilen mikro girişimcilere ve yoksul ailelere bir dizi ticari finansal hizmet sunma potansiyelini ortaya koymuştur. Ekonomik açıdan yoksullara finansal hizmetler sağlayan mikro finans kuruluşları, daha önceden sistem dışına itilmiş insan gruplarının finansal sisteme aktif katılım göstermesini sağlayarak finansal sistemin sınırlarını genişletmiş ve ekonominin finansal derinliğini artırarak daha geniş tabanlı bir ekonomik büyüme sağlamıştır. Mikro finans, yoksulların ekonomik fırsatlara yanıt vermelerine, savunmasızlıklarını azaltmalarına ve kazançlarını,

kendi ve çocuklarının geleceğine yatırmalarına yardımcı olmaktadır. Birleşmiş Milletler, mikro finansmanın Binyıl Kalkınma Hedefleri’ni gerçekleştirmede kritik bir bağlamsal faktör olduğunu belirtmektedir (Bayulgen, 2008: 526).

Dünyada Mikrokredi Uygulaması Örnekleri

1973 yılında Prof. Dr. Muhammed Yusuf, Bangladeş’te uygulamaya koyduğu bir sistem ile Dünya ülkelerinin Mikrokredi fikri ile tanışmalarını sağlamıştır. 1983 yılında Bangladeş Merkez Bankası ile diğer sponsor bankaların destekleri ve çalışmalarıyla “Grameen Bank” adı altında yoksullara kredi veren Mikro kredi bankası kurulmuştur. Dünya Bankasının ve çeşitli uluslararası kuruluşların destekleriyle bu uygulama Dünya genelinde tanınır hale getirilmiştir. Mikrokredi, başta ABD olmak üzere Avrupa’nın birçok ülkesinde başarıyla uygulanmaktadır (Aşkın ve Barış, 2015: 65-66). Küresel mikrokredi portföyü 140 milyon borçlu ve 124 milyon dolarla her yıl büyümeye devam etmektedir (Microfinance Barometer, 2019). Bu sistemi benimsemiş ve çeşitli şekillerde uygulamaya koymuş bazı ülkeler şunlardır:

Bangladeş

Mikrokredi uygulaması ile yoksulluğun önlenmesinde ilk uygulama Bangladeş’te kurulan Grameen Bankası olmuştur. Muhammed Yunus yapmış olduğu araştırmalarda ailelerine bakmak durumunda olan kadınların büyük bir sömürü durumu ile karşı karşıya olduklarını görmüştür. Muhammed Yunus’un Cobra isimli köyde Safiye Begüm isimli bir kadının çalıştığı işten günlük 2 cent kazandığını görmesi Grameen tipi Mikrokredi uygulamasının temellerinin atılmasına neden olmuştur. Grameen tipi Mikrokredi uygulaması, Muhammed Yunus ve çalışma arkadaşlarının köydeki yoksul kadınlara ödünç para vermesi ile başlamıştır (Yunus, 2003: 15-24).

Grameen Bankası, herhangi bir mal varlığı olmayan ve bu nedenle herhangi bir banka ya da resmi kredi kurumundan kredi kullanma imkânı bulunmayan yoksul insanların, herhangi bir karşılık göstermeden mikro boyutta kredi kullanabildikleri bir sistem olarak karşımıza çıkmaktadır. Grameen Bankası sisteminde kredi verme politikası, geleneksel bankacılık sisteminden tamamen farklı işlemektedir. Bu sistemde kredi alacak olan kişiler bankaya gitmemekte, banka kredi vereceği kişileri belirleyerek onlara kredi vermek için çaba göstermektedir. Ayrıca bir diğer farklı yönü kredi vermek herhangi bir teminata bağlı olmamaktadır. Bu sistemde insanlara güven önceliklidir, bu sistemde grupta yer alan her üye birbirini denetlemektedir. Grup sistemi geri ödemeyi kolaylaştırmakta ve ortak sosyal ve ekonomik faaliyetlerin gerçekleştirilmesi bakımından uygun bir zemin hazırlamaktadır (Korkmaz vd. 2004: 54-55).

Genel Kredi, Ortak Girişim Kredisi, İskân Kredisi ve Teknoloji Kredisi olmak üzere Grameen Bankası’nda dört şekilde kredi imkânı sunulmaktadır. Genel Kredi, en çok kullanılan kredi türü olup, bireylere herhangi bir ekonomik faaliyeti gerçekleştirmeleri için ve herhangi bir alan kısıtlaması olmadan verilen

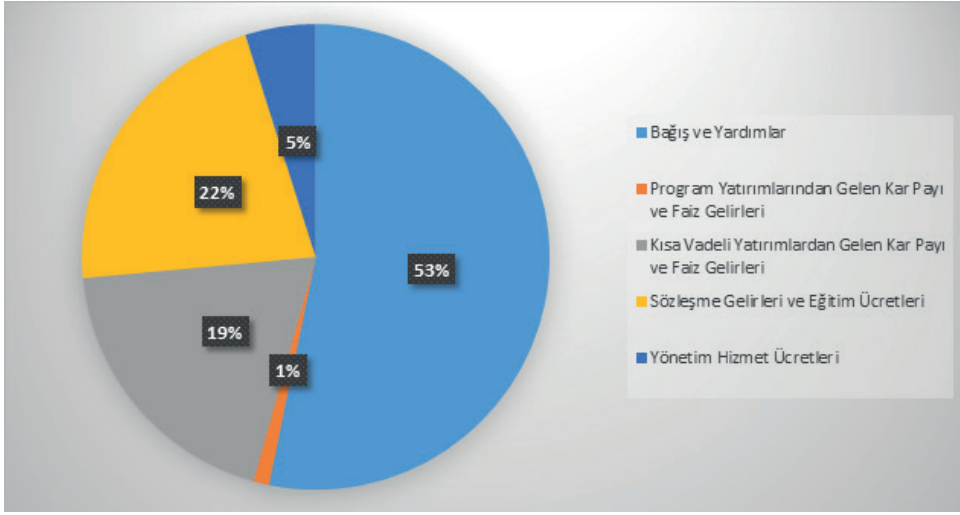
bir kredi türüdür. Ortak Girişim Kredisi, grup olarak alınan bir kredi olup, daha çok yatırımların finansmanında kullanılan kredilerdir. İskân Kredisi, bu kredi türünün amacı insanların daha iyi şartlarda yaşayabilmelerini sağlamaktır ve bireylerin uygun konut sahibi olmalarını sağlamak için verilen kredilerdir. Son olarak Teknoloji Kredisi, bireysel nitelik taşımayan ve büyük yatırımların finansmanında kullanılan, çok büyük tutarlı olduğu için belirli merkezlere ya da gruplara verilmektedir (Karabulut, 2007: 86-87).

2022 yılı itibariyle Bangladeş'te Grameen'in 2.564 şubesi bulunmaktadır. Toplamda 19.800 çalışan, 81.367 köyde 8.29 milyon borçluya hizmet vermektedir. Herhangi bir iş gününde Grameen, haftalık taksitler halinde ortalama 1,5 milyon dolar tahsil edebilmektedir. Kadınlar başta olmak üzere yoksulluğun ve açlığın olmadığı bir dünya yaratmak için bireyleri güçlendirmenin temel amaç olduğu bu sistemde doğal olarak borç alanların %97'si kadındır ve kredilerin %97'den fazlası geri ödenmiştir. Bu geri dönüş diğer bankacılık sistemlerinden daha yüksek bir oranı ifade etmektedir. Grameen yöntemleri ABD, Kanada, Fransa, Hollanda ve Norveç dâhil olmak üzere 58 ülkede uygulanmaktadır (Grameen Bank, 2022).

Latin Amerika

Mikrokredi uygulamasının başarılı bir şekilde uygulandığı yerlerden bir diğeri ise Latin Amerika olmaktadır. 1961 yılında Venezuela'da bir hukuk öğrencisi tarafından kurulan 'Accion International' isimli bir vakıf ilk dönemlerinde bir sivil toplum örgütü gibi gönüllü yardım kuruluşu olarak hizmet vermiştir. Sonraki yıllarda Brezilya, Peru ve Kolombiya'da şube açarak büyüyen kuruluş, işsizliğin temel sorun olduğunu anlamış ve küçük işletmelerin kredi imkânlarının sınırlı olduğunu görmüştür. Bu şekilde vakıf 1973 yılında ilk mikrokredi uygulamasını Brezilya'da başlatmıştır (Çolakoğlu, 2016: 57).

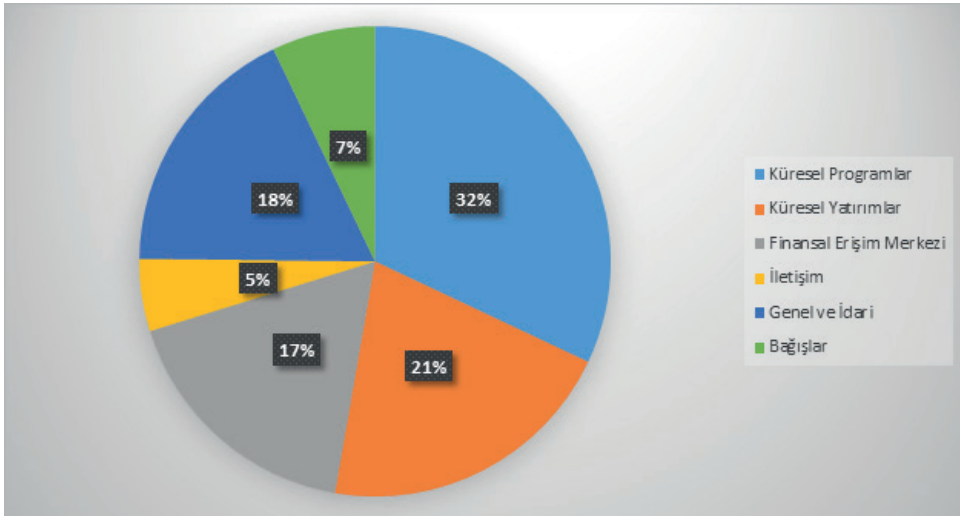
Kuruluşundan itibaren hızla büyüyen ve gelişen Accion International'ın 2020 verilerine göre 433 milyar doları geçen bir net varlık büyüklüğüne ulaştığı görülmektedir. Kuruluşun 2020 yılı raporundaki küresel etkilerine bakıldığında 55 ülkede 170'den fazla kurumun kurulmasına yardımcı olduğu, çalışmaların 190 milyondan fazla kişiye ulaştığı ve ortakları aracılığıyla 10 milyondan fazla kişinin krediye eriştiği görülmektedir. Diğer taraftan kuruluş, sağlamış olduğu kredilerin yüzde 90'ının renkli, kadın veya göçmen girişimcilere gittiğini ve küçük işletmelere 2.287 kredi ile 69.2 milyon dolar borç verdiğini belirtmektedir. Kuruluşun toplam gelir ve gider yüzdeleri Şekil 1 ve Şekil 2'de gösterilmektedir.



Şekil 1: Accion International Toplam Gelirleri (2020)

Kaynak: Accion International verileri kullanılarak yazarlar tarafından hazırlanmıştır.

Şekil 1'de Accion International isimli kuruluşun 2020 yılındaki toplam gelirleri görülmektedir. Toplam gelirlerin kapsamına bakıldığında, gelirlerin yarısından fazlasının bağış ve yardımlar (%53) tarafından sağlandığı görülmektedir. Bu durum kuruluşun toplum tarafından da benimsenip desteklendiği görülmektedir. Gelirlerin %1'inin program yatırımlarından gelen kar payı ve faiz gelirleri oluştururken, %19'unun kısa vadeli yatırımlardan gelen kar payları ve faiz gelirleri oluşturmaktadır. Son olarak sözleşme gelirleri ve eğitim ücretlerinin payı ise %22 iken yönetim hizmet ücretlerinin payı %5 olarak belirtilmektedir.



Şekil 2: Accion International Toplam Giderleri (2020)

Kaynak: Accion International verileri kullanılarak yazarlar tarafından hazırlanmıştır.

Şekil 2’de Accion International firmasının 2020 yılındaki toplam giderleri görülmektedir. Toplam giderlerin kapsamına baktığımızda ise; %32’sinin küresel programlar, %21’inin küresel yatırımlar, %17’sinin finansal erişim merkezleri, %5’inin iletişim, %18’inin genel-idari giderler ve %7’sinin bağışlardan oluşmaktadır. Kurumun giderleri içinde en büyük payın küresel programlar kapsamındaki mikrofinans kuruluşlarının oluşturduğu görülmektedir.

Türkiye

Gerek gelişmiş gerekse gelişmekte olan pek çok dünya ülkesinin problemlerinden birisi olan yoksulluk, Türkiye’de de bir hayli ciddi boyutlara ulaşmakta ve büyük bir problem olarak karşımıza çıkmaktadır. Toplumun genel düzeyine göre belli bir sınırın altında gelire sahip olan bireyler görece anlamda yoksul sayılmaktadır. Tablo 3’te medyan gelirin belirli bir yüzdesi baz alınarak belirlenmiş yoksulluk oranları gösterilmektedir.

Tablo 3: Türkiye’de Yoksulluk Oranı (%), 2011-2020

Anket Yılı	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
Gelir Referans Yılı	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Medyan Gelirin* %40’ına Göre	10,1	10,0	9,1	8,7	8,7	8,4	7,4	7,9	8,3	8,9
Medyan Gelirin %50’sine Göre	16,1	16,3	15,0	15,0	14,7	14,3	13,5	13,9	14,4	15,0
Medyan Gelirin %60’ına Göre	22,9	22,7	22,4	21,8	21,9	21,2	20,1	21,2	21,3	21,9
Medyan Gelirin %70’ine Göre	30,0	30,2	29,5	29,4	29,5	28,7	28,1	28,5	28,5	29,0

* Gelirler küçükten büyüğe sıralandığında ortaya düşen değer medyan geliri ifade etmektedir

Kaynak: TÜİK Gelir ve Yaşam Koşulları Araştırması, 2020

Eşdeğer hanehalkı kullanılabilir fert medyan gelirin %40’ı dikkate alınarak belirlenen yoksulluk sınırına göre, belirlenen yıllar arasında Türkiye’de 2011 yılında %10,1 ile en yüksek yoksulluk oranı yaşanırken 2016 yılında %8,4 ile en düşük yoksulluk oranının yaşandığı görülmektedir. Medyan gelirin %40’ının hesaplandığı orana göre 2020 yılında bir önceki yıla göre 0,6 puanlık artış gerçekleşmiştir. Medyan gelirin %50’sinin dikkate alındığı yoksulluk sınırında en yüksek değer %16,3 ile 2012 yılında gerçekleşirken, en düşük değer %13,5 ile 2017 yılında gerçekleşmiştir. Bu ölçümde 2020 yılında bir önceki yıla göre 0,6 puanlık bir artış olmuştur. Medyan gelirin %60’ı dikkate alınarak belirlenen yoksulluk sınırına göre en yüksek yoksulluk oranı %22,7 ile 2012 yılında gerçekleştiği en düşük yoksulluk oranının ise %20,1 ile 2017 yılında gerçekleştiği görülmektedir. Son yılın değerlerine bakıldığında 0,6 puan artarak yoksulluk oranı %21,9 olmuştur. Medyan gelirin %70’i dikkate alınarak belirlenen yoksulluk sınırına göre ise en yüksek yoksulluk oranı %30,2 ile 2012 yılında gerçekleşirken

en düşük yoksulluk oranı %28,7 ile 2016 yılında gerçekleşmiştir. Yoksulluk oranı bir önceki yıla göre 0,5 puanlık artış ile %29,0 olmuştur.

Bu hesaplamalara göre medyan gelirin yüzde 70'inden (16.836 TL) daha düşük geliri olanları yoksul kabul edenler Türkiye'de 2020 hesaplamalarına göre 84 milyonluk nüfusun 29 milyonunu yoksul kabul etmektedir. Medyan gelirin yüzde 40'nını (9.621 TL) yoksulluk sınırı kabul edenler ise 84 milyonun sadece 8,9 milyonunu yoksul kabul etmektedir. Yüksek ve orta gelirli ülkeler grubunda yer alan Türkiye'nin OECD (Ekonomik İşbirliği ve Kalkınma Örgütü) ülkeleri arasındaki yerine baktığımızda ise OECD'nin yapmış olduğu yoksulluk araştırmasında ülkenin 0.284 yoksulluk oranı ile 36 ülke arasında 16. sırada olduğu görülmektedir. OECD ülkeleri arasında en yüksek değeri 0.396 ile İtalya alırken en düşük değeri ise, 0.187 ile İrlanda almıştır. Söz konusu dönemde OECD ortalaması 0.294'tür (Bkz. Tablo 4).

Tablo 4: OECD Ülkeleri Yoksulluk Oranları (2022)

Sıra	Ülkeler	Yoksulluk Oranı	Sıra	Ülkeler	Yoksulluk Oranı
1	İrlanda	0.187	19	Avusturya	0.294
2	Çekya	0.203	20	Avustralya	0.297
3	Slovenya	0.205	21	Kanada	0.303
4	Finlandiya	0.212	22	Letonya	0.306
5	Belçika	0.233	23	Şili	0,310
6	İsveç	0.233	24	Meksika	0.323
7	Lüksemburg	0.250	25	Hollanda	0.324
8	Almanya	0.256	26	İsrail	0.325
9	Fransa	0.261	27	Birleşik Krallık	0.326
10	Portekiz	0.266	28	Yunanistan	0.331
11	İzlanda	0.267	29	Kore	0.342
12	Estonya	0.273	30	Macaristan	0.343
13	İsviçre	0.281	31	Norveç	0.350
14	Litvanya	0.282	32	İspanya	0.356
15	Polonya	0.282	33	Japonya	0.364
16	Türkiye	0.284	34	A.B.D.	0.368
17	Slovakya	0.284	35	Kosta Rika	0,379
18	Danimarka	0.289	36	İtalya	0,396

Kaynak: OECD, Yoksulluk Göstergeleri 2022.

Tüm bu veriler kapsamında yoksullukla mücadele yöntemlerinden birisi olan mikrokredi sistemini uygulayan bir diğer ülke de Türkiye olmuştur. Türkiye de mikrokredi uygulaması 2003 yılından itibaren Türkiye Grameen Mikrokredi Projesi (TGMP) adı altında uygulanmaya başlanmıştır. Kurumun misyonu “Türkiye’nin bütün dar gelirli ailelerine, kadınlar vasıtasıyla uygun finansal hizmetler sunarak ve onları kendi kendilerine gelir getirici bir faaliyet yapmalarına teşvik ederek, ekonomik ve sosyal durumlarını geliştirmelerini sağlamak ve finansal anlamda sürdürülebilir bir ortam kurmaktır”. Grameen Bankasının sahipleri hizmet verdiği dar gelirli kişilerdir. Bankalardan kredi alanlar hisselerin yüzde 90’ına sahipken devlet yüzde 10’una sahiptir (TGMP, 2022). Tablo 5’te TGMP’nin güncel sayısal verileri gösterilmektedir.

Tablo 5: TGMP Sayısal Verileri

İl Sayısı	64
Şube Sayısı	93
Mikrokredi Portföyü	92.493.024 TL
Dağıtılan Mikrokredi Miktarı (2021)	174.509.378 TL
Toplam Dağıtılan Mikrokredi Miktarı (2003-2021)	1.246.086.875 TL
Toplam Mikrogişimci Sayısı	196.791
Aktif Mikrogişimci Sayısı	42.582

Kaynak: TGMP, 2022 verilerinden derlenerek yazarlar tarafından oluşturulmuştur.

Türkiye’nin ilk ve tek mikrofinans kuruluşu olan TGMP’nin 64 ilde 93 şubesi ve 40.000 üzerinde üyesi bulunmaktadır. TGMP’nin aktif varlık büyüklüğü ise 92 milyon liradır. Dağıtılan mikrokredi miktarı 2021 yılında 174 milyon TL iken 2003’ten bu yana dağıtılan 1 milyar 246 milyon TL’dir.



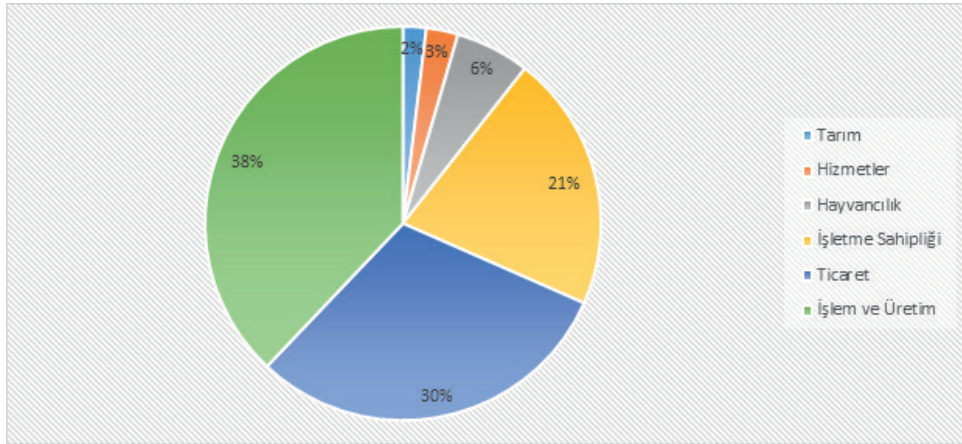
Şekil 3: Düşük Gelirden-Yatırıma Kredi İşleyişi

Kaynak: TGMP 2022.

Sistemde TGMP’yi fonlama sürecini kamu kurum ve kuruluşları, bağışçılar ve banka kredileri oluşturmaktadır. Mikrokredi almak isteyenlere dar gelirli kişilere

başlangıçta 3 gün süren grup eğitimleri verilmektedir. Ardından mikrokrediler verilmekte ve işletmeler kurulmaktadır. Gelirler haftalık toplantılarda geri ödenerek, tasarruflar tekrar yatırıma dönüştürülmektedir.

TGMP’de mikrokredinin temel kredi, girişimci kredisi, hayvancılık kredisi, sosyal kalkınma kredisi ve iletişim kredisi olmak üzere çeşitli kredi olanakları vardır. Aynı zamanda TGMP, mikrokredi hizmetinden başka mikrokonut sigortası, mikro sigorta hizmeti ve gönüllü tasarruf hizmeti de sunmaktadır. Mikrokredi, bazı sektörlerde diğerlerine göre daha büyük bir orana sahiptir. Şekil 4’te mikrokredilerin sektörel dağılım grafiği gösterilmektedir.



Şekil 4: Sektörel Dağılım Grafiği

Kaynak: TGMP, 2022.

Sektörel dağılım grafiğinde en yüksek payın yüzde 38 ile işlem ve üretim alanında olduğu görülmektedir. Ardından yüzde 30 ile ticaret gelmektedir. Diğerleri ise sırasıyla işletme sahipliği, hayvancılık, hizmetler ve tarım’dır. Tarım - elma yetiştiriciliği, patates yetiştiriciliği, çay yetiştiriciliği; hizmetler - ayakkabı boyama, saat tamirciliği, gözleme ve hamur işi yapımı; hayvancılık - inek besiciliği, keçi besiciliği, tavuk besiciliği; ticaret - kozmetik, takı satımı, havlu satımı; işletme sahipliği - terzi, aktar, mantı dükkânları; işlem ve üretim - dikiş nakış, havlu kenarı üretimi, şapka yapımı gibi iş alanlarına kredi verilmektedir (TGMP, 2018).

Yoksulluğu azaltmada mikrokredi sisteminin ekonomik anlamda katkısı olduğu aşıkardır. Ancak bu sisteminde karşılaştığı bazı güçlükler bulunmaktadır. Geri ödemeler konusunda aksaklık olmasa bile finansal anlamda kendi kendine yeterliliğin sağlanamaması sistemin gelişmesine engel olmaktadır. Diğer zorluk ise idari zayıflıktır. Özellikle küçük mikrokredi organizasyonlarında başarısızlıkla sonuçlanan uygulamalar, yönetimin yetersiz oluşu ve kalifiye teknik personelin olmamasından kaynaklıdır. Aynı zamanda sisteme gereksiz devlet müdahaleleri, finansal sistemdeki kırılmalıklar, krizler de mikrokredi kuruluşlarını olumsuz etkilemektedir (Çak, 2009: 81-84).

SONUÇ VE ÖNERİLER

Kalkınma, ülkenin kültürel, sosyal ve ekonomik büyümesine dayanmalıdır. Yoksulluğun olduğu bir ülkede kalkınmanın tam olarak başarıya ulaşması mümkün değildir. Bu kapsamda yoksulluğu azaltacak kalıcı ve etkili çözümlerden biri olarak görülen mikrokredi uygulaması ülkeler tarafından uygulanmaya başlanmıştır. Mikrokredi, dar gelirli insanların yoksullukla mücadele etmelerinde önemli bir katkı sağlamaktadır. Mikrokredi ile dar gelirli insanlara potansiyellerini kullanabilme imkânı tanınmış ve bu kapsamdaki kişilere iş kurma süreçlerinde destek olunmuştur. Ayrıca mikrokredi desteği sağlayan kuruluşlar, yoksullara tasarruf, kredi ve sigorta imkânlarının yanı sıra farklı finansal hizmetler de sunmaktadır. Bu çalışmada, mikrokredilerin miktarı küçük olsa bile etkisinin yıllar itibariyle milyonlara ulaşarak ve katlanarak büyüdüğü, bu sistemin yoksullar için nasıl çalıştığı ve Grameen kredisinden nasıl yararlandıklarını belirtilmiştir.

Mikrokredinin dünya örneklerine baktığımızda yoksulluğu azaltarak sağlamış olduğu girişimlerle var olan iş alanlarının güçlendirilmesi, yeni iş alanlarının yaratılması, yeni girişimcilerin ekonomiye dâhil olması ve bu sayede bağımlı nüfusun azalarak üreten nüfusun artmasıyla ülke ekonomilerine katkı sağladığı görülmektedir. Aynı zamanda bu sistemle kadınların ekonomik hayatta daha çok var olabilmelerinin önü açılmakta ve dünya genelinde bir sorun olan cinsiyet eşitsizliği de azaltılmaktadır. Türkiye’de ise bu uygulama Türkiye Grameen Mikrofinans Programı (TGMP) kapsamında yapılmaktadır. TGMP, dünya genelindeki proje örneklerine göre genç bir kuruluş olmasına rağmen başta kadınlar olmak üzere birçok girişimciye yeni bir hayat sunmuştur. Kadınların geri planda kaldığı toplumlarda bu projeler, kendine ve işine güvenen bu sayede de topluma faydalı kadınlar yaratarak daha güçlü bir toplum olma yolunda katkı sağlamaktadır.

Grameen kredi sisteminde yoksullara yapılan yatırımların genişletilerek tüm dünyaya yayılması gereklidir. Ülkenin sosyo-ekonomik kalkınması için mikrokredi veren kuruluşların bir denetim kuruluşu bünyesinde artması ve sosyal bir proje bilinciyle faaliyetlerine devam etmeleri gerekmektedir. Hükümetler gereksiz müdahalelerden ziyade daha elverişli politikalar uygulamalı, mikrokredi desteği sağlayan kuruluşlara özel olarak gerekli vergi indirimleri ya da muafiyetleri yapılmalı ve sigorta desteği sağlanmalıdır. Özellikle yoksun ya da geride kalmış bölgelerdeki girişimcilere bu konuda ilave ayrıcalıklar tanınmalı ve o bölgelerin gelişim potansiyelleri artırılmalıdır. Diğer taraftan devletler, fon sorunu olmaması ve uygulamaların sürekliliği için yatırım yapmak isteyen tasarruf sahiplerini öncelikli olarak bu girişimcilere katkı sağlamaya teşvik etmelidirler. Kurumsal bir mikrokredi uygulaması ile bu sistemin iç ve dış etkenlere karşı güçlü ve mücadeleci olabilmesi gereklidir.

KAYNAKÇA

- Accion International (2022). <https://www.accion.org/financials>, (E.T.:12.04.2022).
- Aktan, C. C. ve Vural, İ. Y. (2002). *Yoksullukla Mücadeleye Yönelik Öneriler: Yoksullukla Mücadele Stratejileri*, Hak-İş Konfederasyonu Yayınları, Ankara.
- Alam, G. (2021). *Political Sociology*. KK Publications.
- Aşkın, E. Ö. ve Barış, S. (2015). *Kadın İstihdamının Artırılmasında Mikro Kredi Uygulamasının Etkisi: Tokat İli Örneği. Çalışma ve Toplum*, 46 (3).
- Bayulgen, O. (2008). *Muhammad Yunus, Grameen Bank and the Nobel Peace Prize: What Political Science Can Contribute to and Learn from the Study of Microcredit*. *International Studies Review*, 10(3), 525-547.
- Coşkun, M. N. (2012). *Türkiye’de Yoksulluk: Bölgesel Farklılıklar ve Yoksulluğun Profili* (No. 2012/59). Discussion Paper.
- Çak, D. (2009). *Kalkınmanın Sağlanmasında Mikrokredi Yöntemi*, Derin Yayınları, İstanbul.
- Çolakoğlu, C. (2016). *Yapabilirlikten Yoksunluk Bağlamında Mikro Kredi Uygulaması: Grameen Bankası Sakarya Örneği*. Sakarya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi.
- Demir Şeker, S. (2011). *Türkiye’nin İnsani Gelişme Endeksi ve Endeks Sıralamasının Analizi*. Ankara: TC Kalkınma Bakanlığı.
- Demirtürk, R. B., Bozkuş, N., Cephe, A., Aktaş, B., Afşar, S. T., ve Çıngı, H. (2011). *Yoksulluk Düzeyinin Modellenmesi Üzerine Bir Araştırma*. *Sosyoloji Araştırmaları Dergisi*, 14(1), 29-67.
- Dündar, S. O. (2007). *Mikro Finansman*. Ekonomik ve Sosyal Araştırmalar Müdürlüğü, Ankara, Türkiye Kalkınma Bankası AŞ., <http://www.kalkinma.com.tr/data/file/raporlar/ESA/ga/2007-GA/GA-07-05>, 28, (E.T.:06.03.2022).
- Fırat, M. (2013). *Gelişmekte Olan Ülkelerde ve Türkiye’de Yoksulluk*. Trakya Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi. Cilt 15. Sayı 1. (185-206).
- Grameen Bank, (2022). *Founder – Muhammad Yunus*, <https://www.grameen-info.org/grameen-founder-muhammad-yunus/> (E.T.:11.03.2022).
- Güleryüz, M. (2014). *Mikro Kredi ve Türkiye Uygulaması*. İnönü Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü. İşletme Muhasebe ve Finansman Ana Bilim Dalı. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi.
- Güneş, S. ve Seven, H. (2009). *Yoksullukla Mücadelede Mikro Kredi Uygulamaları ve Sosyal Yardımlaşma ve Dayanışma Genel Müdürlüğü Proje Destekleri*. Başbakanlık Sosyal Yardımlaşma ve Dayanışma Genel Müdürlüğü.
- Handley, G. (2009). *Poverty and Poverty Reduction in Sub-Saharan Africa: An Overview of Key Issues*. <https://openknowledge.worldbank.org/bitstream/handle/10986/30418/9781464813306>. Pdf, (E.T.:20.02.2022).
- Karabulut, T. (2007). *Yoksullukla Mücadelede Mikro Kredi Uygulaması*. Ankara: Nobel Yayınları.
- Korkmaz, E. vd. (2004). *Mikro Kredi Modeli Yoluyla Yoksulluğun Azaltılması: İstanbul Örneği*. İstanbul: İTO Yayını. Yayın No: 2004-32.
- Korkmaz, T. ve Bayramoğlu, M. F. (2007). *Yoksullukla Mücadelede Mikrofinans Modeli ve Mikrofinans Kuruluşlarının Finansal İşlevleri*. *Muhasebe ve Finansman Dergisi*, (34).
- Mazumder, M. S. U., ve Wencong, L. (2013). *Micro-credit and Poverty Reduction: A Case of Bangladesh*. *Prague Economic Papers*. 22(3), 403-417.
- Microfinance Barometer, 2019, (Çevrimiçi). http://www.convergences.org/wpcontent/uploads/2019/09/Microfinance-Barometer-2019_web-1.pdf, (E.T.:10.03.2022).
- OECD, (2022). *Poverty Gap (Indicator)*. doi: 10.1787/349eb41b-en (E.T.:15.04.2022).
- Ören, K. Negiz, N. Akman, E. (2012). *Kadınların Yoksullukla Mücadele Aracı Mikro Kredi: Deneyimler Üzerinden Bir İnceleme*. Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi, Cilt: 26, Sayı: 2.

- Ravallion, M. (2010). *Poverty Lines Across the World*. World Bank Policy Research Working Paper, (5284).
- TGMP, (2018). *Faaliyet Raporu*, (Çevrimiçi), http://www.tgmp.net/admin/pages/files/faaliyet_raporu_TR.pdf, (E.T.: 25.03.2018).
- TGMP, (2022). *Finansal Veriler ve Raporlar*, <http://www.tgmp.net/tr/finansal-veriler/0> (E.T.:25.03.2022).
- TÜİK, (2020). *Gelir ve Yaşam Koşulları Araştırması*, <https://data.tuik.gov.tr/Bulten/Index?p=Gelir-ve-Yasam-Kosullari-Arastirmasi-2020>, (E.T.:18.04.2022).
- UNDP, (2022). *Human, Developments Reports*, <https://hdr.undp.org/en/content/human-development-index-hdi> (E.T.:25.02.2022).
- World Bank, (2018). *Piecing Together the Poverty Puzzle*, Poverty and Shared Prosperity 2018.
- Yunus, M. (2003). *Banker To The Poor - Micro-Lending and the Battle Against World Poverty*, Public Affairs. New York.

ZENGEZUR ULAŖTIRMA KORİDORU'NUN BÖLGESEL VE KÜRESEL ETKİLERİ ÜZERİNE PROJEKSİYON

Alpaslan ALPASLANOĐLU¹

GİRİŖ

İnsanlık medeniyetinin, belki de Ŗimdiye kadar başarabildiği en göz alıcı, kapsamlı, çok taraflı, yararlı ve emsalsiz projesi Tarihi Büyük İpek Yolu'dur (Doğan, 2014: 20). Bilinen dünyanın neredeyse tamamını kapsayan bu yol ağları; ticarettten bilime, sanattan felsefeye, ulaŖtırmadan teknolojilere, dinlerden zanaatkârlığa en ileri düzeydeki tüm insanlık üretim ve birikimlerinin dünya insanlarına ulaŖabildiđi adeta bir "portal" görevi görmüŖtür. Öyle ki uğruna savaŖların yapıldığı, kıyasıya rekabetlerin yaŖandđı, günümüzde dahi aŖılması zor geçitlerin aŖıldıđı ve muhtemelen medeniyetimizin mevcut ilerlemesine benzersiz katkıları olan Tarihi Büyük İpek Yolu, eŖsiz mirası ile nispeten daha az etkinlikle bölgesel düzeylerde de olsa, hala insanlığa eŖlik etmektedir. EATL, TRACECA, TEN-T, E- Yollar gibi ulaŖım ağları söz konusu mirasçıların bazıları olmakla beraber, Tarihi Büyük İpek Yolu'nun yerinin doldurulabilmesi son derece güç gözükmektedir. Ancak kesin olan bir husus varsa o da; bir katalizör görevi üstlenen ulaŖtırma ağlarının "insanlığa benzersiz katkılar" sunduğudur, üstelik bu ağlar ne ölçüde kapsamlı ve etkin ise insanlık için o denli yararlı olabilmektedir. Bu nedenle bilinçli veya bilinçsiz, Tarihi Büyük İpek Yolu'ndan sonra medeniyetimiz; hep onu tekrar canlandırmaya çalıŖtı. Bu arayıŖ neticesinde özellikle Avrupa, Afrika ve Asya kıtalarındaki birçok ulaŖtırma ağı projesi planlandı ya da hayata geçirildi. Bu araŖtırmada, çalıŖmanın konusu olan "Zengezur UlaŖtırma Koridoru" Tarihi Büyük İpek Yolu'nun önemli bir kolu olarak ele alınmıŖ ve literatürde ilk olarak "Zengezur UlaŖtırma Koridoru (ZUK) veya Zangezur Transport Corridor (ZTC)" biçiminde adlandırılmıŖtır.

Zengezur UlaŖtırma Koridoru; önemli ve büyük bir yol ağının kritik bölümü, birden çok ulaŖtırma türünü içermesi, çok taraflı olması ve bir ana güzergâh adayı olması nedenleri ile önemli bir ulaŖtırma koridoru olarak addedilmiŖtir.

¹ Dr. Öğretim Üyesi, İğdir Üniversitesi, aalpaslanoglu@gmail.com, ORCID: 0000-0003-0859-984X.

Araştırmada, henüz bir proje olan Zengezur Ulaştırma Koridoru'nun gerçekleşmesi önünde çok sayıda engel olmasına rağmen, bölge ülkeleri, Avrasya bölgesi ve küresel bakımdan olası yararlarına ilişkin özellikle ticaret açısından avantajlarına odaklanılarak projeksiyon yapılmaya çalışılmıştır. Çalışma sonucunda korku, endişe ve çekincelere karşın Zengezur Ulaştırma Koridoru'nun hinterlandından başlamak üzere küresel ticarete ve diğer yararlarla artan biçimde önemli katkılar sunabilme potansiyeline sahip olduğu sonucuna varılmıştır.

Zengezur Koridoru aslında, Azerbaycan ile Ermenistan arasında yer alan dar bir karasal bölgeyi ifade etmektedir ve halen Ermenistan sınırları içinde kabul edilse de son derece tartışmalı bir statüye sahip durumdadır. Rusya Komünist Partisi Kafkas Bürosu'nun 10 Ağustos 1920 tarihli kararı ile Zengezur, Azerbaycan ile Ermenistan arasında "tartışmalı bölge" ilan edilmiş, Azerbaycan Komünist Partisi'nin 30 Kasım 1920'deki toplantısında Sovyet Ermenistan'ına ilhak edilmiş, Azerbaycan Komünist Partisi Merkez Komitesi Siyasi ve Teşkilat Bürolarının 12 Ocak 1921 tarihli "Zengezur Bölgesi Müslüman Kısmının İdari Yapısı" kararı ile Zengezur Bölgesi Doğu ve Batı olmak üzere iki kısma ayrılmış, böylece Zengezur bölgesinin 7.824 kilometrekaresinin 4.505 kilometrekaresi Azerbaycan'dan ilhak edilerek Ermenistan'a (Kapan, Goris, Karakilsa ve Mehri bölgeleri) devredilmiştir. Daha sonra ise 1933 yılında 'Zengezur' adı haritalardan kaldırılmış (Azerbaijan State Translation Centre, 2021; Википедию, 2022) ve bu nedenle, 10 Ağustos 1920 tarihli karar gereğince ilan edilen "tartışmalı statüsünü" günümüze taşımıştır. Sonuçta, bir zamanlar Zengezur Bölgesi Türk nüfusun yaşadığı tarihi Azerbaycan toprağı olmasına rağmen 1920'li yıllarda Sovyetler Birliği'nce Ermenistan'a verilmiş (Anadolu Ajansı, 2021) ve bu sayede Azerbaycan ile Nahçıvan Özerk Cumhuriyeti arasındaki bağlantılar kesilmiştir. Öte yandan Sovyet döneminde Zengezur'u geçen ve Bakü-Erivan'ı birbirine bağlayan bir demir yolu hattı yapılmıştır ancak Sovyetler'in çökmesinden sonra bu demir yolu hattı kullanılmamıştır.

Azerbaycan'ın Ermenistan saldırılarına karşı kesin zaferi ile sonuçlanan 2020 savaşından sonra, taraflar arasında Dağlık Karabağ Ateşkes Antlaşması imzalanmış ve söz konusu anlaşma 9. maddesi gereğince (President of Russia, 2022);

"Bölgedeki tüm ekonomik ve ulaşım bağlantılarında engeller kaldırılacaktır. Ermenistan Cumhuriyeti, vatandaşların, araçların ve eşyaların her iki yönde engelsiz hareketini organize etmek için Azerbaycan Cumhuriyeti'nin batı bölgeleri ile Nahçıvan Özerk Cumhuriyeti arasındaki ulaşım iletişiminin güvenliğini garanti eder. Ulaştırma üzerindeki kontrol, Rusya FSB'sinin Sınır Muhafız Servisi tarafından gerçekleştirilir. Tarafların mutabakatı ile Nahçıvan Özerk Cumhuriyeti'ni Azerbaycan'ın batı bölgelerine bağlayan yeni ulaşım iletişimlerinin inşası sağlanacaktır".

Zengezur koridorunda, ulaşım bağlantılarının tekrar oluşturulması Ermenistan tarafından taahhüt edilmiş ve tüm taraflarca kabul edilmiştir. Bu

gelişme sonrasında Zengezur bölgesinde demir yolu başta olmak üzere ulaştırma altyapılarının oluşturulması gerekliliği ortaya çıkmıştır.

ZENGEZUR ULAŞTIRMA KORİDORU

“Zengezur Ulaştırma Koridoru (ZUK ya da ZTC)”; Ermenistan’ın Syunik eyaletindeki Sovyet döneminden kalma demir yolları ve kara yolları üzerinden geçecek bir güzergâhta; yeni bir otoyol, bir demir yolu ve henüz netleşmemiş bir enerji iletim altyapısını içermektedir. Bununla birlikte, Azerbaycan ile İran arasındaki devlet sınırını belirleyen Aras Nehri üzerine iki kara yolu ve iki demir yolu köprüsü olmak üzere dört köprü inşa edilmesini de içermektedir (Isayev, 2022). Bu sayede Zengezur Ulaştırma Koridoru, esas itibari ile ve ilk olarak Azerbaycan, İran ve Ermenistan’ı kara ve demir yolları ile birbirlerine bağlayabilecektir (Şekil 1).



Şekil 1. Zengezur Ulaştırma Koridoru, (Kaynak: Aze.Media, 2022).

Günümüzde, Bakü’den Fuzuli ilinin Horadiz kasabasına kadar olan demir yolu hattı halen işlek durumdadır. Bu hattın Horadiz’den Ermenistan sınırına kadar olan kısmının bazı bölümleri Ermenistan işgali döneminde tahrip edilmiş, bazı bölümleri ise yapılan barajın suları altında kalmıştır. Bu nedenle Horadiz’den Nahçıvan’ın Ordubad iline uzanan 166 kilometrelik yeni demir yolu hattı inşa edilmesi planlanmaktadır. Öte yandan hattın Ermenistan kısmından, Zengezur bölgesinden geçecek 43 kilometrelik bölümünün inşaatı için Azerbaycan ile Rusya Federasyonu’nun mutabakatı gerekli görülmektedir, çünkü Ermenistan demir yollarının mülkiyeti Rusya Federasyonu’na ait durumdadır. Öte yandan Ordubad’dan, Nahçıvan’ın kuzeyinde bulunan; Türkiye, Ermenistan ve İran’a

yakın Velidağ istasyonuna kadar olan 158 kilometrelik hattın da kapsamlı olarak iyileştirilmesi gerekmektedir. Ayrıca Velidağ'da biten hattın, Ermenistan sınırına kadar 14 kilometre uzatılması planlanmaktadır. Demir yolu hattıyla paralel olarak aynı güzergâhlarda kara yolu hatlarının da yapılması için çalışmalar başlamış ve bu doğrultuda Azerbaycan, Zengezur'a uzanacak Ahmetbeyli-Horadiz-Mincivan-Ağbend otoyolu projesini başlatmış durumdadır (Rehimov, 2021).

Zengezur Ulaştırma Koridoru demir yolu hattının yapım çalışmaları üç aşamada yürütülmektedir. İlk aşamada, 30 kilometrelik demir yolu kesimi ile Horadiz, Marjanly ve Mahmudlu istasyonlarının yapılması, ikinci aşamada; 55 kilometrelik bir hat bölümü ve Soltanly ve Gumlag istasyonları ve üçüncü aşamada Minjivan, Bartaz ve Aghband (Zangilan bölgesi) güzergâhında 25,4 kilometrelik bir demir yolu altyapısını içermektedir. Proje, demir yolunun tüm uzunluğu boyunca sekiz istasyon, üç tünel, 41 köprü, dört üst geçit ve toplamda yaklaşık 300 adet mühendislik yapısından oluşmaktadır. Hâlihazırda demir yolu ağının 23 kilometrelik kısmında raylar ve üst yapı elemanları inşa edilmiş durumda olup şu halde Horadiz istasyonundan (Fuzuli mahallesi) Mahmudlu istasyonuna (Cebrayil mahallesi) demir yolu ulaşımı sağlanmıştır. Zengezur Ulaştırma Koridoru'nun önemli bir bölümünü oluşturan Azerbaycan'ın Horadiz-Aghband demir yolu inşaatı projesinin ise ilk etabında yer alan çalışmaların yaklaşık %70 oranı tamamlanmış durumdadır. Bununla birlikte Cebrayil ilçesindeki Mahmudlu istasyonuna 23 kilometre mesafede raylar döşenmiş durumdadır. Şubat 2021'de yapımına başlanan Horadiz-Aghband demir yolunun toplam hat uzunluğu tamamlandığında 110,4 kilometre uzunluğa erişecektir (Israfilova, 2022). Öte yandan demir yolu projesinin maliyetinin yaklaşık 1,2 milyar USD olacağı tahmin edilmektedir (AzeMedia, 2022).

Demir yolu ile birlikte, Zengezur Ulaştırma Koridoru üzerinden Azerbaycan ile Nahçıvan Özerk Cumhuriyeti arasında kara yolu bağlantısını sağlamak üzere; Zengezur Ulaştırma Koridoru'nda; Horadiz-Cebrail-Zangilan-Ağband kara yolu yapımına, Ahmedbeyli-Fuzuli-Şuşa etabının inşası ile başlamıştır. Ahmedbeyli-Fuzuli ana yolu olarak dört ile altı şeritten oluşması planlanan kara yolu altyapısı, Ermenistan sınırına kadar 123,6 kilometre uzunluğa sahip olup güzergâhı üzerindeki diğer yerleşim yerleri ile bağlantılara sahip olacaktır (AzeMedia, 2022). Koridorun Karabağ'dan geçen kısmı olan "Horadiz-Cebraıl-Zengilan-Ağbend" kara yolunun 2024 yılının sonuna kadar bitirilmesi öngörülmektedir (Şekil 2). Zengezur Ulaştırma Koridoru'nun kara yolu ulaşım altyapısı kapsamında, Karabağ'da 920 km'den fazla kara yolu inşa edilmesi projelendirilmiştir (President of the Republic of Azerbaijan, 2021).



Şekil 2. Zengezur bölgesi, (Kaynak: Azvision, 2021).

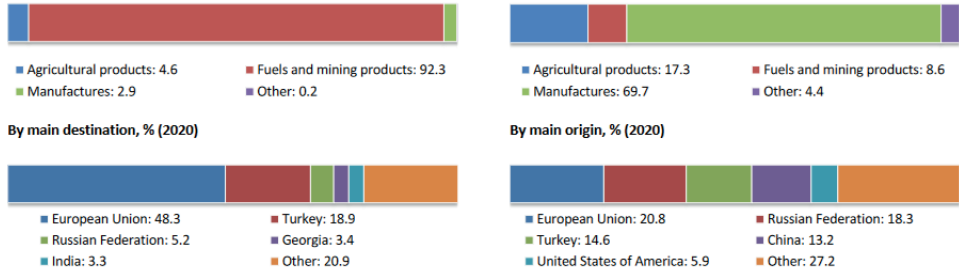
Ayrıca Zengezur Ulaştırma Koridoru'nun demir yolu ve kara yolu taşımacılığına ilaveten enerji ulaşımını da içermesi planlanmaktadır. Koridor'un enerji nakil hinterlandının; Azerbaycan-Nahçıvan Özerk Cumhuriyeti-Türkiye-İran-AB bölgesi güzergâhlarından oluşması öngörülmektedir (AZERTAC, 2022).

ZENGEZUR ULAŞTIRMA KORİDORU ETKİLERİ ÜZERİNE PROJEKSİYON

Zengezur Ulaştırma Koridoru'nun etkin olarak faaliyeti geçmesi iler birlikte özellikle ulaştırma ve dış ticaret etkileri üzerine; doğrudan ve yakından bağlantılı olduğu Azerbaycan, Türkiye, Gürcistan, İran ve Ermenistan gibi bölge ülkelerinden başlayıp, Avrasya ve küresel düzeyde etkilere ilişkin projeksiyon çalışması yukarıdaki verilen sıralamaya göre aşağıda açıklanmıştır.

Azerbaycan

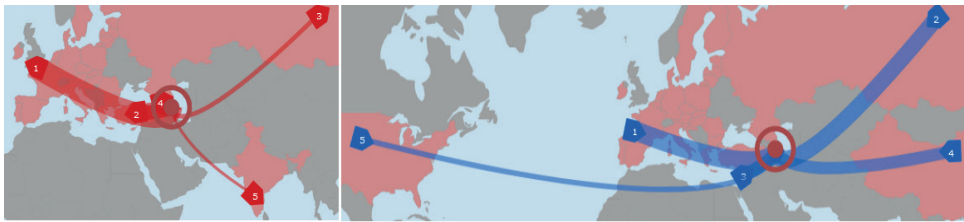
Azerbaycan 2020 yılı toplam 13,74 milyar USD değerindeki ihracatının; yaklaşık 12 milyar USD tutarını (%86 oranını) mineral yakıtlar, mineral yağlar ve bunların ürünleri ile bitümenli maddeler oluşturmaktadır (The State Statistical Committee of the Republic of Azerbaijan, 2022a). Bu nedenle Azerbaycan ekonomisi, ihracatı ve esasen dış ticaret geliri petrol ve doğal gaz ihracatına dayalı (tüm ihracatın %92 oranı) iken ithalatında imalat malları öne çıkmaktadır. Azerbaycan'ın hem ithalatı hem de ihracatında AB bölgesi ilk sırayı oluşturmaktadır (Şekil 3).



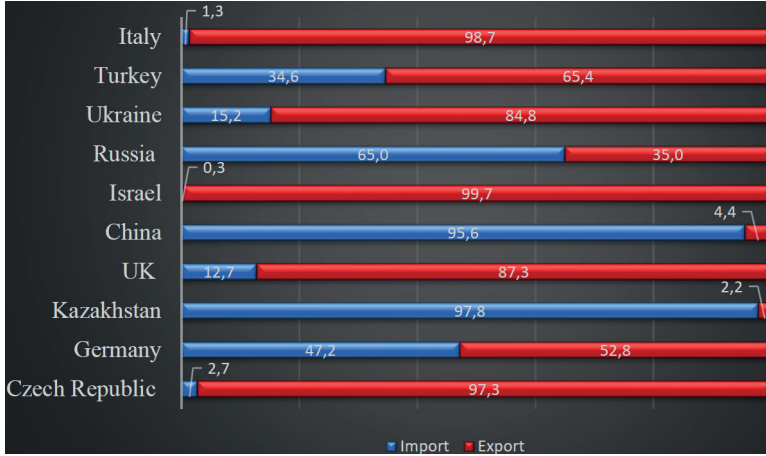
Şekil 3. Azerbaycan dış ticaret ürünleri ve ülkelere göre dağılımı (sol sütun ihracat, sağ sütun ithalat), (Kaynak: World Trade Organization, 2022a).

Azerbaycan 2020 yılı ihracatının (13,47 milyar USD); %48,3 oranını AB'ye, %18,9 oranını Türkiye'ye, %5,2 oranını Rusya Federasyonu'na, %3,4 oranını Gürcistan'a ve %3,3 oranını Hindistan'a gerçekleştirmiştir. Aynı dönem için ithalatının (10,73 milyar USD); %20,8 oranını AB'den, %18,3 oranını Rusya Federasyonu'ndan, %14,6 oranını Türkiye'den, %13,2 oranını Çin'den ve %5,9 oranını ABD'den gerçekleştirmiştir (World Trade Organization, 2022b).

Azerbaycan dış ticaret verilerine göre, dış ticaret rotalarının en ağırlıklı olanlarının Zengezur Ulaştırma Koridoru'na tam olarak oturduğu söylenebilir (Şekil 4). Öte yandan Azerbaycan ithalat mesafesinin 3.622 km mesafede gerçekleştiği de (bakınız Tablo 4) dikkate alındığında (sadece ithalat mesafesinin dikkate alınması, boru hattı taşımalarını hariç tutmak içindir), Zengezur Ulaştırma Koridoru'nun Azerbaycan için önemi ortaya çıkmaktadır. Bu durumda Azerbaycan dış ticaret rotaları ve ülkelere göre dağılımı dikkate alındığında (Şekil 5); ihracatının %10'luk yaklaşık 1,3 milyar USD değeri (boru hattı hariç tutulmuştur) ile ithalatının yaklaşık %80 oranına karşılık gelen 8 milyar USD değeri olmak üzere sadece Azerbaycan dış ticaretinin hâlihazırda yaklaşık 9,3 milyar USD değerinde malların taşıma potansiyelini içerebileceği kestirilebilir.



Şekil 4. Azerbaycan 2020 yılı ana ihracat rotaları (solda) ve ana ithalat rotaları (sağda), (Kaynak: World Trade Organization, 2022b).



Şekil 5. Azerbaycan 2022 yılı dış ticaretinin ülkelere göre dağılımı, (Kaynak: The State Statistical Committee of the Republic of Azerbaijan, 2022b).

Azerbaycan'ın mevcut ulaştırma altyapısı dikkate alındığında kara yolu taşımacılığına dayalı (United Nations Economic Commission for Europe, 2022a) olup tüm taşımaların %59 oranı, boru hattı hariç tutulduğunda ise %84 oranı kara yolu tarafından oluşturulduğu görülmektedir (Tablo 1).

Tablo 1. Azerbaycan 2020 yılı taşıma miktar ve paylarının taşıma modlarına göre dağılımı

Taşıma modları	Bin Ton	Pay (%)
	188.629	100
Demir yolu	14.631	7,8
Deniz yolu	5.982	3,2
Hava yolu	458	0,2
Boru hatları	56.040	29,7
petrol	34.720	18,4
gaz	21.320	11,3
Kara yolu	111.518	59,1

Kaynak: The State Statistical Committee of the Republic of Azerbaijan, 2022c.

Kara yolunun ağırlıklı olarak kullanılmasına rağmen Azerbaycan'ın güçlü bir demir yolu potansiyeli olduğu da söylenebilir (demir yolu yoğunluğu (25,8 km/1.000km²- bakınız Tablo 5). Ülkenin tüm yönlerine yayılım gösteren demir yolu ağı dört ana güzergahtan oluşmaktadır: i)- Bala Jari'den Gürcistan sınırına Beyuk-Kaşık'a kadar Trans-Kafkasya güzergahında 488 kilometrelik çift hatlı elektrikli hat; ii)- Bakü'den Yalama'daki Rusya Federasyonu (bundan böyle Rusya) sınırına kadar 206 kilometrelik elektrikli çift hatlı hat; iii)- Elektrikli ve kısmen çift hatlı Alyat'tan Horadiz'e; ve iv)- İlk 17 kilometrede elektrikli olan Osmanlı'dan Astara'ya olan hat (International Transport Forum, 2020). Bahse konu hatlar vasıtası ile Gürcistan (ve Türkiye), Rusya Federasyonu, İran, Nahçıvan

Özerk Cumhuriyeti ve Hazar Denizi kıyı ülkelerine demir yolu ulaşım olanağına sahip durumdadır.

Azerbaycan dış ticaret yapısı, mevcut demir yolu ağının yaygınlığı ve potansiyeli, önemli bir kıtasal transit ülke konumunda bulunması, Hazar Denizi taşımacılığını etkin olarak gerçekleştirilmesi, O'na eşsiz avantajlar sunmaktadır (Doğan, 2021a). Ancak söz konusu avantajlardan yararlanılabilmesi için Azerbaycan'ın hem ulusal hem uluslararası hem de transit taşımalarda demir yolu etkinliğini daha fazla artırması ve aynı zamanda Zengezur Ulaştırma Koridoru'nun etkin olarak faaliyete geçmesi için önemli yatırımlar yapmasını da gerektirmektedir. Bunun için gerektiğinde Zengezur Ulaştırma Koridoru'nun tüm taşıma türlerini (demir yolu, kara yolu ve enerji hatları) ve tüm altyapı projeleri için yapım maliyetlerini üstlenerek, karşılığında kalıcı, çok yönlü güvenceli ve kapsamlı mülkiyete yönelik kamusal imtiyazlar elde edebilir. Günümüzde, Zengezur Ulaştırma Koridoru'nun hatırı sayılır miktarlardaki ulaştırma altyapı yatırımlarının finansmanındaki belirsizlikler (Isayev, 2022), bazı imtiyazların elde edilmesi gibi eşsiz fırsatlar sunabilir. Öte yandan tüm demir yolları ağı olmak üzere, ancak kesinlikle Zengezur Ulaştırma Koridoru demir yolu yapısının standart demir yolu (1435 mm genişlik) altyapısı ile oluşturulmasının gerekli olduğu da ifade edilmelidir.

Zengezur Ulaştırma Koridoru'nun etkin olarak hayata geçmesi durumunda Azerbaycan; Avrupa, Asya, Afrika ve deniz aşırı kıtalara hem Akdeniz hem de Karadeniz limanlarına (Türkiye üzerinden) doğrudan erişebilecektir. Böylece Hazar Denizi ile Akdeniz ve Karadeniz doğrudan birbirleri ile bağlantılı olabileceklerdir. Bu eşsiz olanak sadece Azerbaycan'a değil başta Zengezur Ulaştırma Koridoru'nun yakınındaki ülkeler olmak üzere diğer tüm ticaret coğrafyalarına geniş ölçekli faydalar sağlayabilecektir.

Türkiye

Türkiye 2020 yılı ihracatının (170 milyar USD); %41,8 oranı AB'ye, %6,6 oranını İngiltere'ye, %6 oranını ABD'ye, %5,4 oranını Irak'a ve %2,8 oranını İsrail'e yapmıştır. Buna karşın aynı dönem ithalatının (220 milyar USD); %33,4 oranı AB'den, %10,5 oranı Çin'den, %8,1 oranı Rusya Federasyonu'ndan, %5,3 ABD'den ve %3,7 oranı Irak'tan gerçekleştirilmiştir (World Trade Organization, 2022c). Türkiye ihracatı ve ithalatı ana rotaları dikkate alındığında, Zengezur Ulaştırma Koridoru'nun önemli katkılar sunabileceği söylenebilir. Dış ticaret ve payları dikkate alındığında Türkiye, toplam dış ticaretinin yaklaşık %20 oranını (Azerbaycan, Türk Cumhuriyetleri, Çin, Rusya, İran gibi) doğrudan Koridor üzerinden taşıyabilecektir, bu durumda söz konusu değer yaklaşık 80 milyar USD olabilir. Bununla birlikte kara yolundan demir yoluna geçebilecek pay (Türk Cumhuriyetleri, Çin pazarına erişim gibi), pazar büyümesi gibi gelişmeler de dikkate alındığında, söz konusu değer çok daha fazla olabileceği söylenebilir.



Şekil 6. Türkiye 2020 yılı ana ihracat rotaları (solda) ve ana ithalat rotaları (sağda), (Kaynak: World Trade Organization, 2022ç).

Türkiye dış ticaretinin, %59 oranını deniz yolu, %24 oranını kara yolu ve %1 oranını demir yolu ile gerçekleştirmiştir (Tablo 2). Bu dağılıma göre, kara yolu payının çok fazla, demir yolu payının çok az olduğu söylenebilir. Bu durumda Türkiye, uluslararası demir yolu taşımacılığında neredeyse hiçbir etkinlik göstermemektedir. Türkiye'nin Zengezur Ulaştırma Koridoru'na özellikle demir yolu bağlantısı gerçekleştirmesi ve ulusal taşımalarda başta demir yolu ve deniz yolu paylarını artırımının kaçınılmaz olduğu görülmektedir.

Tablo 2. Taşıma türlerine göre Türkiye dış ticareti, 2021 yılı, bin USD.

	Toplam	Deniz yolu	Demir yolu	Kara yolu	Hava yolu	Diğer
İhracat	225 233 654	133 727 199	1 648 834	68 757 094	18 733 742	2 366 785
	100%	59%	1%	31%	8%	1%
İthalat	271 423 093	157 390 769	2 891 128	48 893 175	26 058 240	36 189 782
	100%	58%	1%	18%	10%	13%
Toplam	496 656 748	291 117 969	4 539 963	117 650 269	44 791 982	38 556 566
	100%	59%	1%	24%	9%	8%

Kaynak: Türkiye İstatistik Kurumu, 2022a; Türkiye İstatistik Kurumu, 2022b.

Türkiye, Zengezur Ulaştırma Koridoru hinterlandındaki sınır kapılarına göre kara yolu taşıma dağılımlarında, özellikle Doğubeyazıt ve Hopa kapılarının başat oldukları görülmektedir (Tablo 3), söz konusu taşımaların (kara yolu) büyük çoğunluğu Türk Cumhuriyetlerine yapılmakta olup, özellikle İran tarafından sürekli ve sistematik biçimde tarife dışı kasıtlı engellerin (Uluslararası Nakliyeciler Derneği, 2022; Anadolu Ajansı, 2015; Demirören Haber Ajansı, 2019) aşılması pahasına gerçekleştirilmeye çalışılmaktadır. Ancak söz konusu çabalar giderek güçleşerek “aşılmaz bir duruma” doğru ilerlemektedir. Bu nedenle Zengezur Ulaştırma Koridoru demir yolu hattı ile Türkiye ile Asya Kıtasının bütününe kolayca, daha yeşil, daha ekonomik ve daha hızla ulaşabilmesi için en etkili yol güzergâhı olabilecektir.

Tablo 3. Seçili Türk gümrük kapılarına göre dış ticaret, 2019 yılı.

Kapı	2019 İhracat (Bin USD)	2019 İthalat (Bin USD)	Toplam
Dilucu	1.352	2	1.354
Iğdır	60.801	3.658	64.459
Doğubeyazıt	130.940	106.818	237.758
Gürbulak		3.079	3.079
Kapıköy	17.635	1.203	18.839
Kars	4.092	142	4.234
Hopa	410.728	57.366	468.093
Sarp	5.968		5.968
Türkgözü	1.683		1.683

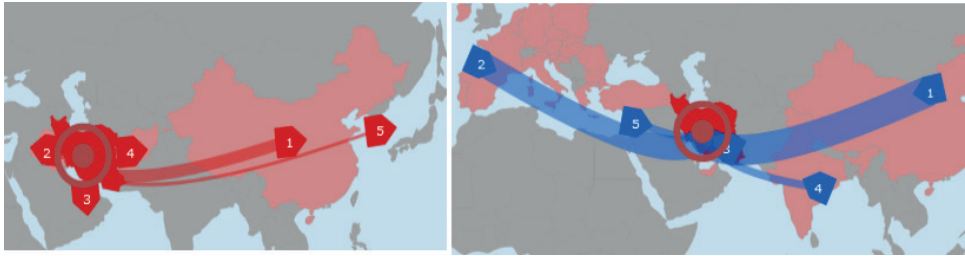
Kaynak: Türkiye İstatistik Kurumu, 2022c; Türkiye İstatistik Kurumu, 2022ç.

Öte yandan Türkiye'nin Zengezur Ulaştırma Koridoru'na etkin olarak entegre olabilmesi için ulaştırma altyapısında önemli değişimleri ve yatırımları yapması gerekmektedir. Çünkü Türkiye, demir yoluna göre kara yolunu çok daha yoğun olarak kullanmaktadır (United Nations Economic Commission for Europe, 2022b) ve taşıma performansına göre (tkm) kara yolu yaklaşık %90, demir yolu %4 deniz yolu %6 oranındaki paylara sahiptir (Alpaslanoğlu, 2021b: 260) ve demir yolu yoğunluğu nispeten düşük seviyededir (13,3 km/1.000 km², bakınız Tablo 5). Bu durum tersine çevrilerek, hem yurt içinde hem de uluslararası taşımalarda öncelikle su yolu, daha sonra demir yolu taşıma payları olabildiğince artırılarak kara yolu payı minimize edilmeli ve sadece kapıdan kapıya taşımalarda kullanılmalıdır. Çünkü kara yolunun kapıya kadar gelebilmesi haricinde neredeyse hiçbir olumlu yanı bulunmamaktadır (Doğan, 2021b). Bununla beraber, Türkiye Zengezur Ulaştırma Koridoru'na; Iğdır ili üzerinden Nahçıvan Özerk Cumhuriyeti'ne demir yolu aracılığı ile bağlanarak, Koridor'u Iğdır üzerinden iki yeni ana demir yolu hattı ile Karadeniz ve Akdeniz limanlarına, mevcut demir yolu ağı ile de İstanbul, İzmir (Çeşme) üzerinden Avrupa'ya bağlayabilmelidir. Söz konusu demir yolu ağı kombine sistem karakterinde, modern, hızlı, elektrikli ve çift hatlı olmalıdır. Avrupa kıtası ile Asya kıtasını ve denizler aracılığı ile Koridor'un dünyaya erişimini, Ro-La ve konteyner taşımacılığı ile entegre etmelidir. Iğdır ilinde gelişmiş bir lojistik merkez kurularak Gürcistan üzerinden gelen Bakü-Tiflis-Kars (BTK) demir yolu hattı, Iğdır ulaşım ve lojistik merkezine eklenmelidir. Söz konusu merkez ve yeni demir yolu hatları, aynı zamanda Türkiye'nin doğu Karadeniz limanları ile Akdeniz (Mersin) bağlantısını etkili olarak gerçekleştirebilecektir. Benzer yapıda ve İç Anadolu ortasında daha kapsamlı bir ana ulaşım ve lojistik merkezi üzerinden (Doğan, 2021c) Akdeniz ve Karadeniz'in diğer tüm limanları Koridor'a dolayısıyla Avrasya, Afrika ve deniz ötesi kıtalara etkili biçimde entegre edilebilecektir. Söz konusu etkinlik Türkiye için sadece demir yolu için değil aynı zamanda deniz yolu için de geçerli olacaktır çünkü Zengezur Ulaştırma Koridorunun denize açıldığı lokasyon olan Türkiye, doğal olarak deniz taşımalarını büyük oranda

artırabilecektir. Öte yandan Türkiye standart demir yolu altyapısının, Azerbaycan standart altyapıda olmayan demir yoluna bağlanması ciddi ve aşılması gereken bir problem olarak görülmektedir. Neticede her durumda Türkiye, Avrasya bölgesinde en güçlü ve eşsiz ulaştırma ve lojistik potansiyeli olan küresel bir odak durumunda (Alpaslanoğlu, 2021a) olması nedeni ile Zengezur Ulaştırma Koridoru'ndan muhtemel alabileceği değerden, çok daha fazla fazlasını sunabilecektir. Bir bakıma Türkiye, Zengezur Ulaştırma Koridoru için “halatın diğer ucunun bağlandığı ana sütün” durumundadır.

İran

İran, 2020 yılı ihracatının (53,54 milyar USD); %9,5 oranı Çin'e, %9,3 oranı Irak'a, %6,2 oranı BAE'e, %3 oranı Afganistan'a ve %2,7 oranı Güney Kore'ye yapılmıştır. Aynı dönem ithalatının (38,76 milyar USD); %24,9 oranı Çin'den, %19,9 oranı AB'den, %13,8 oranı BAE'den, %6,4 oranı Hindistan'dan ve %6,3 oranı Türkiye'den karşılanmıştır. (World Trade Organization, 2022d). Ayrıca İran dış ticaret rotaları, ağırlıklı olarak Avrasya'nın Doğu-Batı ana kuşağı ekseninde yer almaktadır (Şekil 7).



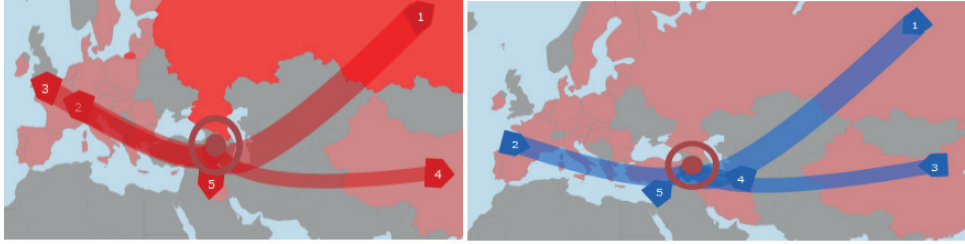
Şekil 7. İran 2020 yılı ana ihracat rotaları (solda) ve ana ithalat rotaları (sağda), (Kaynak: World Trade Organization, 2022d).

İran, Zengezur Ulaştırma Koridoru'nun etkin olması durumunda, hâlihazırda 10 milyar USD değerinde (AB ve Türkiye ithalat toplamları) taşımalarını doğrudan gerçekleştirebilecektir. Bununla beraber İran, Koridor aracılığı ile Akdeniz, Karadeniz ve Avrupa kıtasına doğrudan erişim olanağına kavuşabilecektir. Ayrıca İran'ın, Qazvin-Rasht-Astara demir yolunun Azerbaycan'a ve Uluslararası Kuzey-Güney Ulaştırma Koridoru'na (INSTC) entegre olması (The Cradle, 2021) sayesinde taşıma altyapısı etkinliklerini tahayyül edilebilenin çok ötesine ulaştırabilmesi de mümkün olabilecektir. Özellikle ekonomik yaptırımlarla karşı karşıya olan İran'ın, Zengezur Ulaştırma Koridoru'nun hayata geçirilmesinde tüm taraflardan daha fazla gönüllü ve gayretkâr olmasının en başta kendileri için eşsiz yararlar sağlayabileceği düşünülmektedir. Aksi durumda hele Zengezur Ulaştırma Koridoru'nu engellemeye çalışmak, BTK'nın daha da güçlenen yapısı ve etkinliği (TCDD Taşımacılık, 2021) karşısında tamamıyla oyun dışı kalmak anlamına da gelebilir. Türkiye ile Azerbaycan ve Türk Cumhuriyetleri arasındaki bağlantıyı engellemek mümkün değildir çünkü bu bağ zaten kurulmuş durumdadır.

Ayrıca ticari engellenmenin kimse için kazanç sağlamadığı da en bilinen temel bir gerçektir. Esasen İran'ın Zengezur Ulaştırma Koridoru'nun hayata geçmesinde aktif rol almaması anlaşılması güç bir durum olarak görülebilir.

Ermenistan

Ermenistan 2020 yılı ihracatının (2,54 milyar USD); %26 oranını Rusya Federasyonu'na, %18,5 oranını İsviçre'ye, %17 oranını AB'ye, %11,5 oranını Çin'e ve %6,5 oranını Irak'a gerçekleştirmiştir. Öte yandan Ermenistan 2020 ithalatının (4,56 milyar USD); %32,6 oranını Rusya Federasyonu'ndan, %18,5 oranını AB'den, %14,8 oranını Çin'den, %6,9 oranını İran'dan ve %5,1 oranını Türkiye'den yapmıştır (World Trade Organization, 2022i). Ermenistan dış ticaret rotaları ağırlıklı olarak Zengezur Ulaştırma Koridoru üzerinde yer almaktadır (Şekil 8).



Şekil 8. Ermenistan 2020 yılı ana ihracat rotaları (solda) ve ana ithalat rotaları (sağda), (Kaynak: World Trade Organization, 2022e).

Ayrıca Ermenistan taşımacılığı büyük oranda kara yolu ile gerçekleşmektedir ve demir yolu nispeten düşük oranlarda ve diğer taşıma türleri ise ihmal edilebilecek düzeyde paylara sahip durumdadırlar (United Nations Economic Commission for Europe, 2022c). Diğer bölge ülkelerinde olduğu gibi, Koridor'un Ermenistan için de önemli yararlar sağlayabileceği öngörülebilir. Hâlihazırda Ermenistan ile en önemli partneri Rusya Federasyonu arasında ne etkin bir kara yolu ulaşımı ne de demir yolu erişimi bulunmamaktadır. İki partner arasındaki mevcut tek kara yolu, Gürcistan topraklarından geçen Yukarı Lars Otoyolu olup söz konusu kara yolu coğrafi olarak zor arazilerden geçtiği ve kış mevsimlerinde ulaşımındaki önemli aksamlar nedeni ile Ermenistan Rusya Federasyonu arasındaki ulaşım etkin olarak sürdürülememektedir. Bununla birlikte Rusya Federasyonu'na ve İran'a bağlanan herhangi bir demir yolu hattı bulunmamakta, esasen fonksiyonel bir kara yolu ulaşımı da bulunmamaktadır (Baghirov, 2019). Tüm sınır komşuları üzerinde temelsiz haklar talep ederek fırsat buldukça bunu fiiliyata geçiren Ermenistan yönetiminin, ulaştırma vizyonundan çok daha fazlasına ve olabildiğince rasyonalizme ihtiyacı var gibi gözükmektedir. Buna rağmen Ermenistan, hem ekonomik hem de ulaştırma ağları açısından, kendi elleri ile ördüğü duvarların arasına sıkışmış bir görüntü içinde, kendi içine çökmekte olan bir yapıya benzemektedir. Ermenistan, bölgedeki barış arayışlarına katkı sağlamaya karar verilmesi ve bu ulaşım projelerine

katılması halinde, kendi demir yolu hattını Bakü'den Horadiz'e, Horadiz'den de Nahçıvan'ın kuzeyine kadar olan hatlara birleştirebilecektir. Böylece Ermenistan, Rusya ve İran'a kesintisiz ulaşım sağlayabilecektir (Rehimov, 2021). İnsanın büyük icadı ulaştırma ise, en yararlı ve ortak menfaat kazanç yöntemi de ticarettir. Bu nedenle Zengezur Ulaştırma Koridoru'nun etkin olması ile Ermenistan en önemli partnerleri Rusya Federasyonu ve İran'a demir yolu ve kara yolu ağı ile bağlanabilecek, Azerbaycan'dan enerji alabilecek, Uluslararası Kuzey-Güney Ulaştırma Koridoru'na (INSTC) katılabilecek ve küresel ticaretten daha fazla pay alarak, günümüz dünyasına entegre olabileme şansını elde edebilecektir.

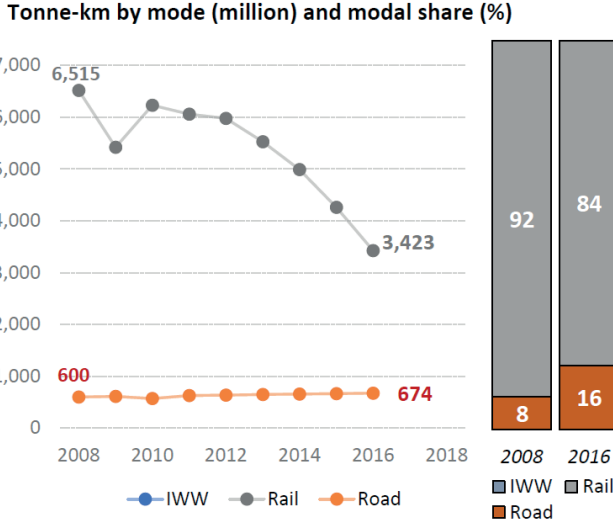
Gürcistan

Gürcistan 2020 yılı ihracatının (3,34 milyar USD); %20,9 oranını AB'ye, %14,3 oranını Çin'e, %13,2 oranını Azerbaycan'a, %13,2 oranını Rusya Federasyonu'na ve %6,5 oranını Ukrayna'ya yapmıştır. Aynı dönemde ithalatının (8,05 milyar USD); %23 oranını AB'den, %17,5 oranını Türkiye'den, %11,1 oranını Rusya Federasyonu'ndan, %8,8 oranını Çin'den ve %6,9 oranını ABD'den karşılamıştır (World Trade Organization, 2022f; World Trade Organization, 2022g). Gürcistan'ın dış ticaret rotaları, Zengezur Ulaştırma Koridoru ile büyük oranda örtüşmektedir (Şekil 9). Bu durumda Gürcistan dış ticaretinin yarısından fazlası Koridor için potansiyel olsa da hâlihazırda faal olan BTK Demir yolu hattı önemli bir alternatif olarak görülebilir ancak her iki ulaşım ağı da birbirlerinin karşıtları olmaktan ziyade tamamlayıcı olabileme potansiyeline de sahiptirler.



Şekil 9. Gürcistan 2020 yılı ana ihracat rotaları (solda) ve ana ithalat rotaları (sağda), (Kaynak: World Trade Organization, 2022f).

Gürcistan, demir yollarını kara yoluna göre yaklaşık dört kat daha fazla yoğunlukta kullanmaktadır ki bu durum Gürcistan için olumlu bir göstergedir (United Nations Economic Commission for Europe, 2022ç). Ancak demir yolu taşıma performansının 2010 yılından itibaren sürekli olarak azalmakta olması dikkat çekici bir eğilim olarak öne çıkmaktadır, dahası buna karşın kara yolu payında da artış görülmemektedir, bu ise toplam taşıma performansındaki bir azalma ile açıklanabilir (Şekil 10).



Şekil 10. Gürcistan yük taşıma payları, (Kaynak: United Nations Economic Commission for Europe, 2021).

Gürcistan için Zengezur Ulaştırma Koridoru her ne kadar dezavantaj gibi görülebilse de, BTK ile Koridor'un entegrasyonunun sağlanması ayrıca BTK'nın Tiflis üzerinden kuzey Avrupa hattı ile AB demir yolu ağlarına bağlanması söz konusu entegrasyonun küresel bir taşıma hattına evrilmesini sağlayabilecek potansiyelindedir. Ayrıca BTK'nın daha ileri düzeyde geliştirilmesi (standart altyapıya kavuşması gibi) önemli olabilecektir. Günümüzde bu sorun konteyner aktarma sistemi ile (TCDD Taşımacılık, 2020) çözülmeye çalışılsa da bu yöntem ancak kısıtlı yararlar sağlayabilecektir. Çünkü zaman kaybı, taşınan tüm yüklerin konteyner formunda olmaması, Ro-La, dökme veya diğer formlu yüklerin taşınması gibi hususlar nedeni ile önemli taşımacılık engellerinin aşılması zor gözükmektedir.

Zengezur Ulaştırma Koridoru, Gürcistan'ın Akdeniz, Asya ve deniz ötesi kıtalara doğrudan ulaşımı için eşsiz olanaklar sunabilecektir. Öte yandan, her ne kadar Zengezur Ulaştırma Koridoru tüm paydaşları hatta insanlık için eşsiz ortak yararlar sunma potansiyeline sahip, neredeyse olmayan sakıncalarına karşın sınırsız avantajlar sunabilecek potansiyelde olsa da en başta Koridor bölgesi ülkeler tarafında rasyonel zeminde açıklanamayacak biçimde engelleme, geciktirme veya etkinliğini azaltma çabaları ile karşılaşılma riskini taşımaktadır. Oysa BTK'nın geliştirilmiş yapısı ve genişletilen hinterlandı ile esasen BTK-Zengezur Ulaştırma Koridoru entegrasyonu, BTK'yı öncül ve başat haline getirebilir. Bu durumda Azerbaycan ve Gürcistan küresel ulaşım içinde yine önemli düğüm noktaları haline dönüşebilir. Ancak yine de Gürcistan, özellikle demir yollarını iyileştirmeli, standart altyapıya geçişi sağlayabilmeli ve kombine taşıma sistemine dönüşümü gerçekleştirebilmelidir.

Bölgesel Etkiler

Zengezur Ulaştırma Koridoru ülkelerinin (Azerbaycan, Türkiye, Gürcistan, İran, Ermenistan) ortalama dış ticaret mesafeleri 3.200 km mertebesindedir ve genellikle sınır komşularından öteye daha uzak mesafeler ile ticaret yaptıkları, dış ticaret hacmi arttıkça mesafenin de artmakta olduğu görülmektedir (Tablo 4) ve dolayısıyla küresel ticareten daha fazla pay alındıkça ticaret mesafesi de artmaktadır. Bu nedenle Zengezur Ulaştırma Koridoru en başta ilgili ülkelerin dış ticaretlerini artırmaları; bölgesel, kıtalar arası ve küresel pazarlarda daha çok etkin olabilmeleri için güçlü bir destek olabilecektir. Öte yandan Zengezur Ulaştırma Koridoru'nun özellikle gelişmiş bir demir yolu altyapısına ihtiyaç duyması, buna rağmen bölge ülkelerinin başta demir yolu altyapılarının ve genel olarak ulaştırma altyapılarının önemli düzeyde gelişime ihtiyaç duyması ciddi bir eksiklik olarak görülmektedir. Söz konusu ülkeler içinde demir yolu verimliliği nispeten en yüksek ülke Azerbaycan olmakla beraber (Tablo 5), O'nun için de demir yolu ağının Sovyet sisteminde olması ve standart altyapılara bağlanma sorunu önemli bir entegrasyon engelini teşkil etmektedir. Üstelik benzer entegrasyon sorunu, Gürcistan ve Ermenistan için de geçerlidir. Söz konusu sorunun, Zengezur Ulaştırma Koridoru'nun AB bölgesi ile Çin arasında köprü olabilmesinde kritik öneme sahip öncül bir kısıtlayıcılık olduğu düşünülmektedir.

Tablo 4. Zengezur Ulaştırma Koridoru'na yakın ülkelerin dış ticaret mesafeleri, 2020 yılı

Ülkeler	İhracat		İthalat		Dış ticaret mesafesi (km)	
	Değer (milyar USD)	Mesafe (km)	Değer (milyar USD)	Mesafe (km)	Ağırlıklı ort.	Aritmetik ort.
Azerbaycan	13,74	2.778	10,73	3.622	3.148	3.200
Türkiye	169,66	3.065	219,51	4.067	3.630	3.566
Gürcistan	2,55	3.070	6,14	2.534	2.691	2.802
İran	41,04	3.432	38,8	3.518	3.474	3.475
Ermenistan	2,51	2.821	4,57	3.280	3.117	3.051

Kaynak: International Trade Centre, 2022.

Tablo 5. Zengezur Ulaştırma Koridoru ülkelerinin ulaştırma altyapılarının karşılaştırılması

ÜLKELER	ULAŞTIRMA ALTYAPI UNSURU	Değer	Puan	Sıralama/141
Azerbaycan	Ulaştırma altyapısı (0-100)		65,8	31
	Kara yolu bağlantısı (0-100)	69,1	69,1	88
	Kara yolu altyapı kalitesi (1-7)	5,2	69,4	27
	Demir yolu yoğunluğu (km/1.000km ²)	25,8	64,5	34
	Demir yolu hizmetlerinin verimliliği (1-7)	5,2	70,8	11
	Lineer sevkiyat bağlantısı (0-100)	-	-	-
Türkiye	Ulaştırma altyapısı (0-100)		64,9	33
	Kara yolu bağlantısı (0-100)	87,1	87,1	34
	Kara yolu altyapı kalitesi (1-7)	5,0	67,0	31
	Demir yolu yoğunluğu (km/1.000km ²)	13,3	33,2	52
	Demir yolu hizmetlerinin verimliliği (1-7)	3,5	41,4	56
	Lineer sevkiyat bağlantısı (0-100)	59,7	59,7	27
Gürcistan	Ulaştırma altyapısı (0-100)		46,0	83
	Kara yolu bağlantısı (0-100)	77,1	77,1	65
	Kara yolu altyapı kalitesi (1-7)	3,8	46,6	81
	Demir yolu yoğunluğu (km/1.000km ²)	18,5	46,2	44
	Demir yolu hizmetlerinin verimliliği (1-7)	3,9	48,9	43
	Lineer sevkiyat bağlantısı (0-100)	6,7	6,7	100
İran	Ulaştırma altyapısı (0-100)		46,8	82
	Kara yolu bağlantısı (0-100)	85,4	85,4	42
	Kara yolu altyapı kalitesi (1-7)	3,9	48,1	79
	Demir yolu yoğunluğu (km/1.000km ²)	5,5	13,8	67
	Demir yolu hizmetlerinin verimliliği (1-7)	3,7	44,6	52
	Lineer sevkiyat bağlantısı (0-100)	42,5	42,5	41
Ermenistan	Ulaştırma altyapısı (0-100)		48,6	74
	Kara yolu bağlantısı (0-100)	58,6	58,6	114
	Kara yolu altyapı kalitesi (1-7)	3,6	44,1	91
	Demir yolu yoğunluğu (km/1.000km ²)	24,1	60,2	36
	Demir yolu hizmetlerinin verimliliği (1-7)	3,1	35,1	67
	Lineer sevkiyat bağlantısı (0-100)	-	-	-

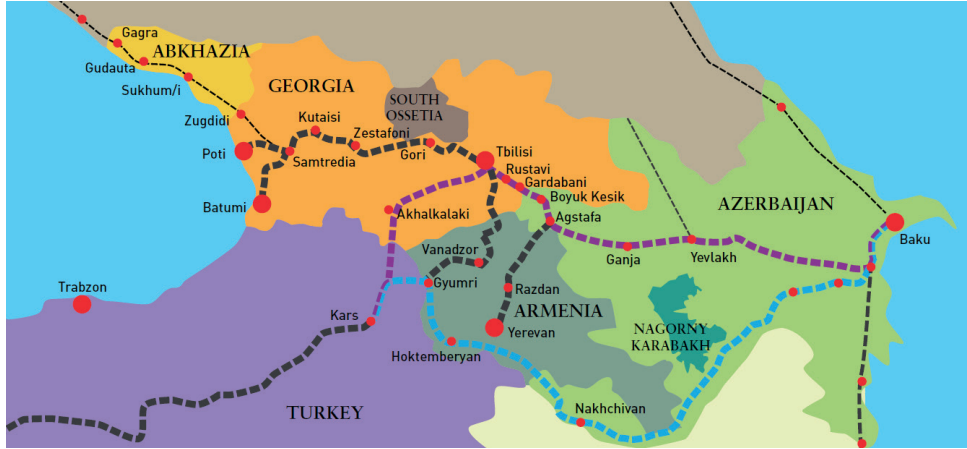
Kaynak: World Economic Forum, 2019; Alpaslanoğlu, 2021b.

Bölgenin önemli ticaret noktalarından birisi olan Rusya Federasyonu için de Zengezur Ulaştırma Koridoru dikkate değer yararlar sağlayabilecektir. Koridor öncelikle Türkiye ile Rusya Federasyonu arasında Azerbaycan üzerinden kesintisiz kara ve demir yolu bağlantısı (Rehimov, 2021) ve entegrasyonu gerçekleştirebilecektir. Bununla beraber Rusya Federasyonu ile Zengezur Ulaştırma Koridoru ülkeleri arasında güçlü ve sağlam bir ulaştırma köprüsü, dolayısıyla ticaret altyapısı olanağı elde edilebilecektir. Ayrıca Rusya dış ticareti doğrudan Akdeniz

bağlantısı ile yapılabilecektir. Koridor, Çin'in Bir Kuşak Bir Yol projesi için önemli ve daha etkin bir alternatif olabilecektir. Zengezur Ulaştırma Koridoru'nun en önemli unsuru olan demir yolu ağının mülkiyetinin Rusya Federasyonu'na ait olması hem Koridor'un gerçekleşmesi hem de Rusya Federasyonu için önemli bir avantaj olarak görülebilir. Ancak Rusya Federasyonu'nun Koridor'un işler ve etkin hale getirilmesinde aktif katkılarını da gerektirmektedir, bu durumda özellikle Koridor demir yolu ağının mülkiyet sahibi olarak, Azerbaycan ise proje finansörü olarak en azından demir yolu ağının her iki ülkenin tam ve eşit hak ve otoritesi altında hayata geçirilebilmesi ile mümkün olabileceği düşünülmektedir.

Zengezur Ulaştırma Koridoru'nun etkin bir düzeyde faaliyete geçmesi ile beraber, demir yolu hattının Hazar Denizi'ni deniz yolu+demir yolu kombinesi ile aşılması ve diğer Türk Devletlerinin katılımı ve entegrasyonu ile Shanghai (Çin)'e kadar ulaşımı sağlanabilir. Ancak Çin kendisi tarafından oluşturulan Bir Kuşak Bir Yol ulaştırma ağı için Zengezur Ulaştırma Koridoru'nu önemli bir rakip olarak görebilecektir. Bu durumda Türk Devletlerinin katılımının sağlanması ile Çin'in Bir Kuşak Bir Yol ağı için güçlü ve çok daha fazla yüksek potansiyele sahip bir küresel ulaştırma ağı olma potansiyeline sahip olması sayesinde, Koridor'un Tarihi Büyük İpek Yolunun mirasını taşıyabilen en önemli ulaşım ağı olabilmesi, böylece Avrasya bölgesinin en kritik ulaştırma koridoru haline gelmesi mümkün olabilecektir.

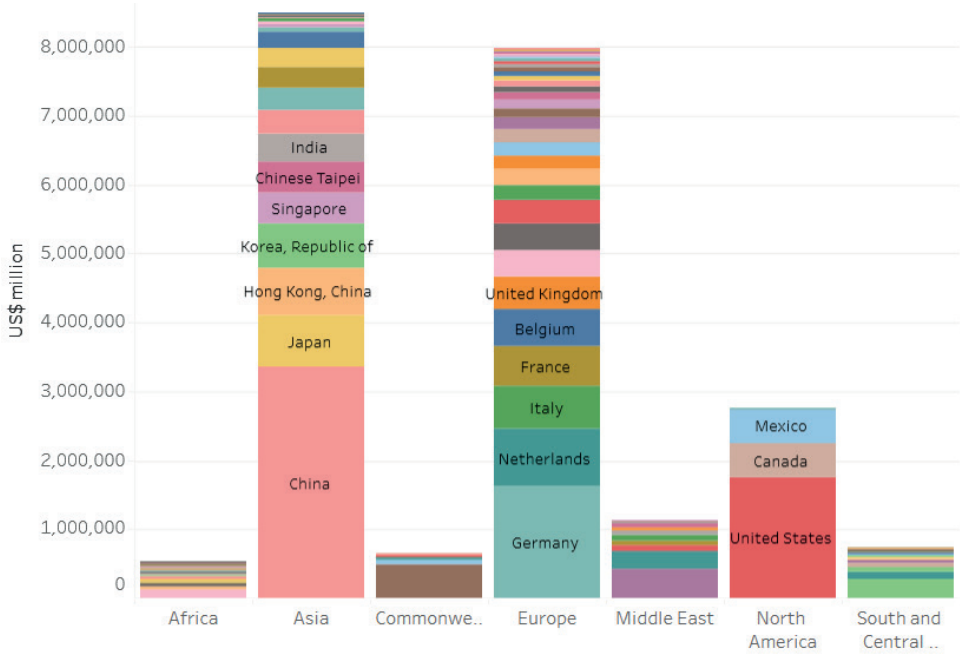
Türkiye ile diğer Türk Devletleri arasındaki ticarete geçiş noktası olan İran (BBC News, 2020), şu ana kadar bu durumu hem olabildiğince yararına kullanıp hem de oldukça kötüye kullanan bir politika izlemiştir, ancak Zengezur Ulaştırma Koridoru bahse konu istismar konusunu tamamen ve kalıcı olarak sonlandırabilir ki bu, son derece acil ve gerekli de görülmektedir. İran'ın bu tutumu sadece Türkiye'ye değil tüm Avrasya ticaretine zararlar vermektedir. Hem Türkiye hem de diğer tüm bölge ülkeleri ve Avrasya ticareti için, ayrıca çevresel faydalar, taşıma maliyetlerinin azaltılabilmesi, verimliliğin artırılması ve taşımalarda seriliğin sağlanabilmesi için etkin bir demir yolu ağını esas alan Zengezur Ulaştırma Koridoru hayata geçirilmeli, ancak her durumda kesin olarak BTK ile bütünüyle bir zeminde teşkil edilmeli (Şekil 11), aksi durumda BTK çok daha fazla etkinliğe kavuşturularak Zengezur Ulaştırma Koridoru teşkil edilinceye kadar bu maksatla değerlendirilmelidir.



Şekil 11. BTK ve Zengezur Ulaştırma Koridoru, (Kaynak: International Alert, 2014).

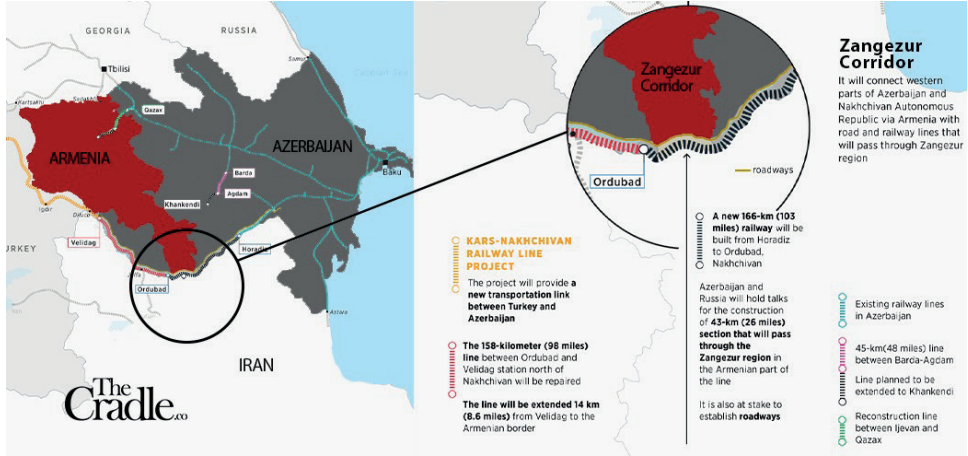
Küresel Etkiler

2021 yılı AB ihracatı olan 2,21 trilyon USD değerinin %11 oranı Çin'e ve %4 oranı Rusya Federasyonu'na yapılmış iken aynı dönem yaklaşık 2 trilyon USD değerindeki ithalatının ise %22,4 oranı Çin'den ve %5,5 oranı Rusya Federasyonu'ndan gerçekleştirmiştir (World Trade Organization, 2022g). Sadece burada belirtilen dış ticaretin hacmi yaklaşık 0,9 trilyon USD mertebesindedir. Ayrıca 22,3 trilyon USD değerindeki dünya 2021 yılı ihracatının yaklaşık 17 trilyon USD değeri, yani dünya ihracatının %76 oranı; Asya ve Avrupa kıtaları tarafından oluşturulmuştur (World Trade Organization, 2022i). Dolayısıyla küresel ticaretin en fazla gerçekleştiği iki kıta olan Avrupa ve Asya (Şekil 12) arasında bağlantı rotası üzerinde yer alan ve dolayısıyla küresel ticaretin en önemli rotası üzerinde bulunan Zengezur Ulaştırma Koridoru, aynı zamanda küresel bir ana ulaştırma koridoru olma potansiyeline de sahip durumdadır.



Şekil 12. Küresel toplam mal ihracatı, 2021, (Kaynak: World Trade Organization, 2022h).

Her ne kadar henüz fark edilememiş olursa da, Zengezur Ulaştırma Koridoru sadece Zengezur bölgesi ile ilgili olan ve Azerbaycan ile Nahçıvan Özerk Cumhuriyeti arasındaki doğrudan ulaşım hattından çok daha fazlasıdır. Aslında en büyük ticaret merkezi ana karaları olan Asya ve Avrupa kıtalarını birbirlerine ve kürenin her bir noktasına; demir yolu ve deniz yolu ile bağlanmasında; en ekonomik, hızlı, pratik, minimum kaynak kullanımı ve çevreci özelliklerle bağlayabilecek emsalsiz bir ulaşım projesidir. Ayrıca Zengezur Ulaştırma Koridoru, hâlihazırda faaliyette olan Bakü-Tiflis-Kars (BTK) demir yolundan 340 km daha kısa olacağı (Baghirova, 2019) için tüm paydaşlara dikkate değer ölçüde hız ve maliyet kaynaklı ticaret avantajları da sunmaktadır. Bununla beraber Nahçıvan Özerk Cumhuriyeti'nden Türkiye'ye Iğdır üzerinden yeni bir demir yolu hattı, daha fazla etkinlik için bu demir yolu ağının Akdeniz ve Karadeniz limanlarına bağlanması, Zengezur Ulaştırma Koridoru'nu kürenin en önemli ulaşım ve ticaret altyapı adaylarından birisi haline getirebilir. Buna rağmen Zengezur Ulaştırma Koridoru'nun gerçekleşebilmesinin önünde dikkate değer miktarda altyapı yapımı, revizyonu ve dönüşümleri (Şekil 13) ve dahası bölge ülkelerince yeterli teşvikin sağlanması gibi aşılması gereken güçlükler de bulunmaktadır.



Şekil 13. Zengezur koridoru, (Kaynak: The Cradle, 2021).

Öte yandan Çin'in son derece tartışmalı, olabildiğince kendisine hizmet eden ve esasen Çin mallarının küresel dağıtımını misyonunu üstlenmiş görüntüsünde olan, katılımcı ülkelere yarardan çok yükümlülükler ve maliyetler yükleyen, Bir kuşak Bir Yol projesi çok sayıda eksiklik ve sakıncalar içermektedir ve bu hali ile küresel ticaretten ve ortak faydalardan ziyade sadece Çin'e hizmet ediyor izlenimi vermekte (Doğan, 2019) ve "Çin'in ipek yolu" olarak adlandırılmasının hakkını tam olarak karşıladığını göstermektedir. Bu halde Avrasya için yeni bir küresel ulaştırma koridorunun gerekliliği şart görülmektedir. Ayrıca Zengezur Ulaştırma Koridoru, Çin yoluna göre, daha etkin deniz yolu geçişleri içermesi, tüm paydaşlara ortak yararlar sunması, çok daha geniş hinterlanda sahip olması, çok daha fazla ülkelerin entegrasyonlarına izin vermesi gibi eşsiz ve rakipsiz avantajlar içermesi nedeni ile küresel ticaret için yüksek düzeyde yararlar sağlayabilecek en önemli aday durumundadır.

SONUÇ ve ÖNERİLER

Zengezur Ulaştırma Koridoru, ironik bir şekilde özellikle kendilerine en fazla yarar sağması olası olan en yakın ülke yönetimleri tarafından ön yargılara dayanan çekincelerle karşılanmaktadır. Söz konusu çekincelerin daha çok Nahçıvan Özerk Cumhuriyeti, Azerbaycan, Türkiye ve Türk Devletleri arasındaki ulaşımın engellenmesinin kendileri için yarar sağlayabileceği gibi dayanaksız ve irrasyonel güdülere dayandığı görülmektedir. Ancak söz konusu ulaşım bağlantısı hali hazırda BTK üzerinden yapılmakta olup yaklaşık 100 km uzunluğunda yeni bir demir yolu bağlantısı ile de Nahçıvan Özerk Cumhuriyeti'nin entegrasyonun sağlanması kolayca yapılabilecek durumdadır. Buna karşın Zengezur Ulaştırma Koridoru en başta ulaştırma ve ticaret izolasyonu içinde olan diğer koridor ülkelerince en yüksek seviyede destek ve motivasyonla karşılanmalıdır ki Zengezur Ulaştırma Koridoru onlar için tek çıkış yolu gibi görünmektedir. Bununla beraber bölgenin diğer ülkeleri olan Rusya Federasyonu ve Gürcistan için küresel ve Avrasya

pazarlarına erişimlerinin özellikle Akdeniz üzerinden ve mevcut Türkiye demir yolu ağlarından kolayca erişebilmelerini sağlayabileceği düşünülmektedir. Zengezur Ulaştırma Koridoru, Rusya Federasyonu hariç olmak üzere günümüz dış ticaret rakamlarına göre sadece Koridor paydaşı ülkeler tarafından 100 milyar USD ile 120 milyar USD arasında bir taşıma potansiyeli ile başlangıç yapabileceği ancak dahası bölgesel ülkelerin pazarlarını genişletme olanakları ve küresel bir taşıma koridoru olma potansiyeli dikkate alındığında çok daha yüksek değerlere ulaşabileceği düşünülmektedir. Öte yandan modern bir demir yolu tercihi, özellikle otoyol yapısındaki kara yolu yapımına göre birçok bakımdan çok daha fazla kalıcı ve sürdürülebilir yararlar kazandırmaktadır (Doğan, 2021b). Bu sebeple Zengezur Ulaştırma Koridoru, modern ve standart demir yolu karakteristiğinde olmalı, kombine taşıma sistemini esas almalı ve mutlaka limanlara açılmalı ve özellikle Koridor ülkelerince olabildiğince desteklenmelidir.

Türkiye ve Azerbaycan'ın, BTK ile birbirlerine zaten bağlanmış olmaları, aslında her ikisini de Zengezur Ulaştırma Koridoru'na en az ihtiyaç duyan iki ülke olarak görülmesinin yanlış olmayacağı göstermektedir. Ayrıca Koridor'un hayata geçmesinde son derece isteksiz olan muhtemelen düşman komşuların görüş ve motivasyonlarının sağlanması halinde bile ciddi bir proje finansman sorunu var gibi gözükmektedir. Zengezur Ulaştırma Koridoru yapımı için gerekli söz konusu finansman, muhtemelen ancak Azerbaycan tarafından karşılanabilirse gerçekleşebilir durumdadır. Bu durumda Azerbaycan kalıcı, imtiyazlı ve kamusal mülkiyetler edinmesi karşılığında finansman sağlamalıdır. Zengezur bölgesine ilişkin 1910 ve 1920 tarihli hukuksuz ilhak kararları dikkate alınarak; bu kararı telafi edecek yeni bir statü zemininde, demir yolu ağının hâlihazırdaki mülk sahibi olan Rusya Federasyonu ile arazi sahipliği statüsü ile kesin imtiyazla, ortak ve mutlak sahiplik altında Zengezur Ulaştırma Koridoru'nun teşkil edilmesi, hem Azerbaycan hem Rusya Federasyonu hem de Koridor'un geleceği ve güvenirliliği için yaşamsal önemde görülmektedir. Bu durum Rusya Federasyonu'nun ulaşım ağlarının etkinliğinden elde edebileceği avantajların da güvencesi olabilecektir. Özellikle rasyonalite ile oldukça mesafeli olan ve bu mesafeyi korumakta da son derece kararlı bir duruş gösteren hasmane komşu devlet yönetimleri sınırları içinde yer alan bu denli önemli ve kritik bir ulaşım koridorunun varlığı için sıklıkla tehditler, ciddi endişeler ve güvensizlikler ortaya çıkabilir ki bu durum Zengezur Ulaştırma Koridoru'nun geleceği için umutsuz bir istikbale neden olacaktır. Azerbaycan için bahse konu güçlü güvenceler, sahiplikler veya kalıcı ikili imtiyazlar (Rusya Federasyonu ve Azerbaycan) elde edilememesi durumunda, BTK'yı çok daha geliştirerek standart demir yolu altyapısı sayesinde Nahçıvan Özerk Cumhuriyeti'ne doğrudan bağlanmaya odaklanılabilir. Söz konusu bağlantının iki yönlü modern yük taşıma hattına ilaveten iki yönlü yüksek hızlı yolcu hattı ile oluşturulması halinde BTK'nın en az Zengezur Ulaştırma Koridoru kadar etkili olabileceği anlamına gelmektedir. Bu niteliklerle BTK'nın Akdeniz,

Karadeniz ve Hazar Denizi limanları ile Avrupa demir yolu ağlarına bağlanması, küresel ve rakipsiz bir konum elde etmesini sağlayabilir. Gürcistan'ın ulaştırma ağlarının gelişimine yönelik motivasyon ve olumlu çabalarına karşılık Ermenistan ve İran yönetimlerinin tutumu önemli bir belirleyici olarak dikkate alınmalı ve BTK ile Zengezur Ulaştırma Koridoru arasında seçim yapılması gerektiğinde belirleyici faktör olarak değerlendirilmelidir.

Öte yandan BTK için; Gürcistan ve Azerbaycan'ın mevcut hatlarının ray genişliği (1535 mm) ile Türkiye ve Avrupa ülkelerinin genişliğinin (1420 mm) farklı olması (TCDD Taşımacılık, 2020) son derece önemli bir sorundur. Bu sorun, BTK için aşılması ne ölçüde yaşamsal önemde ise Zengezur Ulaştırma Koridoru demir yolu hattı için de geçerlidir. Bu nedenle Zengezur Ulaştırma Koridoru, söz konusu sorunu içermeyecek biçimde yapılmalı çünkü bu durumda Türkiye, Avrupa ve Çin arasındaki entegrasyonun sağlanması son derece güç olabilecektir. Bunun yanında Azerbaycan'ın hâlihazırdaki Sovyet 1520 mm genişliğindeki ulusal demir yolu altyapısını (United Nations Economic Commission for Europe, 2008) tamamıyla standart altyapıya dönüştürmesi güçlü biçimde önerilmektedir. Benzer öneri Gürcistan için de söz konusudur. Netice itibarı ile Azerbaycan Zengezur Ulaştırma Koridoru'nun güvenilirliği, istikrar ve geleceğini güvence altına almak üzere özellikle kati mülki sahiplikler ve ikili otoriter imtiyazlar elde ettikten sonra proje için finansman sağlamalı ve yatırımlara başlamalıdır. Bundan sonra, Zengezur Ulaştırma Koridoru ana ulaşım modu standart demir yolu altyapısı ile modern, iki yönlü ve kombine karakterlere sahip olmalıdır. Bu durumda en azından Velidağ-Ordubad-Horaz-Bakü demir yolu altyapısının tamamen yenilenmesi gerekmektedir. Belirtilen tüm bu şartlar sağlanamayacaksa Türkiye, Gürcistan ve Azerbaycan 340 km daha uzun olmasına rağmen, hâlihazırda etkin olan BTK'ya odaklanarak söz konusu yüksek standartlarda, daha düşük maliyetli, çok daha kısa süreler içinde, ihtilafsız ve sorunsuz mevcut hat üzerinden Nahçıvan Özerk Cumhuriyeti de dahil olmak üzere küresel bağlantıları daha etkin olarak gerçekleştirebilecektir.

Zengezur Ulaştırma Koridoru'nun asgari risk, maksimum katılım, güçlü güvenilirlik düzeyi ve kalıcı olarak Azerbaycan uhdesinde hayata geçirilmesi durumunda; mevcut demir yolu, kara yolu ve enerji ulaşım altyapısına ilaveten, Aras Nehri üzerinden İğdır-Hazar Denizi bağlantısı için de proje oluşturulmalıdır. Üstelik Zengezur Ulaştırma Koridoru oluşturulmasa dahi Aras Nehri taşımacılığı gerçekleştirilebilmelidir. Söz konusu iç su yolu etkin olması durumunda başlı başına bir ulaşım koridoru görevini üstlenebilecektir. Üstelik İğdır demir yolu hattı kombinesi ile küresel bir seviyeye ulaşabilme potansiyeli bulunmaktadır. Ancak hem alan kullanım statüsü hem de proje maliyetleri ciddi engeller oluşturabilir. Buna rağmen Zengezur Ulaştırma Koridoru'nun uygun şartlar altında faaliyete geçmesi ile Aras Nehri-Hazar Denizi su yolu bağlantısının yapılabilmesinin daha fazla gerçekleştirilebilir durumda olabileceği söylenebilir. Söz konusu su

yolu taşımacılığının en önemli avantajı, en uygun maliyetli ve en yüksek taşıma kapasitesinin ancak su yolu tarafından yapılabilmesi (Doğan, 2021b) nedeni dolayısıyla.

Potansiyel olarak Zengezur Ulaştırma Koridoru ya da BTK, küresel ulaştırma faaliyetleri için rakipsiz ve eşsiz bir öneme sahip durumdadırlar. Özellikle Çin'in daha çok kendisi için yapmış olduğu ve muhtemelen diğer katılımcı ülkelere yarardan daha çok zararlar verdiği yönünde izlenim veren Bir Kuşak Bir Yol projesi için çok güçlü bir alternatiftir. Küresel ticaretin böylesine son derece kuşkulu bir ulaştırma projesinden sağlanabilmesi mümkün olabilse de sürdürülebilir değildir (Doğan, 2019). Özellikle ticaret savaşları, çevresel kaygılar, paydaş ülkelerin limanlarına adeta el konulması, küresel ticaretin tekel altına alınmaya çalışılması ya da devasa altyapı yatırım maliyetleri (paydaş ülkeler tarafından karşılanmaktadır) masrafları dikkate alındığında; Çin'in projesi karşısında en küçük bir alternatifin dahi kesin ve kalıcı olarak üstünlüğü elde ederek küresel bir ulaştırma ağı haline gelebilmesi güçlü ihtimaldir. Belirtilen şartlar atında hayata geçirilmiş Zengezur Ulaştırma Koridoru ya da mevcut BTK, Çin ticaretine alternatif arayan Pasifik ve AB bölgesi için tek tercih olabilecektir. Bununla beraber Zengezur Ulaştırma Koridoru ya da BTK, Çin demir yoluna göre denize daha etkin ve kısa mesafeler içinde ulaşarak küresel erişim sağlayabilecek durumdadır. Bu durum ayrıca küresel deniz taşımacılığında da pay alınabileceği anlamına gelmektedir, çünkü uzun mesafeli deniz yoluna göre, modern bir demir yolu altyapısının taşıma hızı oldukça yüksek olabilecektir. Çin kendi ihracat ürünleri için Bir Kuşak Bir Yol'u tercih etse de AB bölgesi başta olmak üzere diğer ülkeler de Zengezur Ulaştırma Koridoru ya da BTK'yu tercih edeceklerdir. Bununla beraber Bir Kuşak Bir Yol Avrasya bölgesinde nispeten çok daha az ülke bağlantısını yapmakta daha çok Çin'in hedef Pazar ülkesine doğrudan erişime odaklanmaktadır. Oysa Zengezur Ulaştırma Koridoru ve BTK, deniz yolu bağlantıları ve AB demir yolu hatlarına bağlanma olanakları ile hem Avrasya bağlantısını hem de mevcut ülkelerin birbirlerine ulaşım ve entegrasyonları etkili bir şekilde gerçekleştirebilecektir. Tüm bu nedenlerle Zengezur Ulaştırma Koridoru ve BTK'nın güçlü bir küresel ulaştırma koridoru olma potansiyeline sahip oldukları söylenebilir.

Sonuç olarak, şimdiye kadar hiç birisi Tarihi Büyük İpek Yolu kadar olmasa da insanlık tarihindeki her bir ulaştırma ağı gibi Zengezur Ulaştırma Koridoru'nun da öncelikle bölge ülkeleri, ekonomik bölgeler, küresel ticaret ve nihayet insan medeniyetine dikkate değer katkılar sunması beklenen doğal bir sonuçtur. Çünkü ticaret başta olmak üzere sosyal, ekonomik ve diğer tüm insan faaliyetlerinin en önemli altyapısı olması nedeni ile ulaştırma; insanlık medeniyeti için yaşamsal bir faaliyettir. Barış, huzur ve refahın temelini ticaret, ticaretin temelini de ulaştırma olduğu olgusunun benimsenmesi ve uygulanması durumunda tüm insanlar için ortak yararlar elde edilebileceği düşünülmekte ve herkesçe bu yönde tercihlerde bulunulması güçlü biçimde tavsiye edilmektedir.

KAYNAKLAR

- Alpaslanoğlu, A. (2021a). Avrasya lojistik merkezi olarak Türkiye lojistik yetkinliklerinin Lojistik Performans İndeksi'ne göre karşılaştırmalı irdelenmesi. *Atlas International Refereed Journal On Social Sciences*. 7(45), 2349-2370. DOI: <https://dx.doi.org/10.31568/atlas.795>.
- Alpaslanoğlu, A. (2021b). *Türk Ekonomi Alanı Ulaştırma Ağı ve Lojistik Yönetim Modeli*. Ankara: Orion Kitapevi.
- Anadolu Ajansı. (2015). İran sınırında 16 kilometrelik tır kuyruğu. <https://www.aa.com.tr/tr/pg/foto-galeri/iran-sinirinda-16-kilometrelik-tir-kuyrugu/6/166666#!>;
- Anadolu Ajansı. (2021). *Zengezur koridoru Türkiye ile Azerbaycan arasında yeni bağlantı sağlayacak*. <https://www.aa.com.tr/tr/dunya/zengezur-koridoru-turkiye-ile-azerbaycan-arasinda-yeni-baglanti-saglayacak/2259193>.
- Aze.Media. (2022). *Construction of Zangezur Corridor underway despite some remaining disagreements*. <https://aze.media/construction-of-zangezur-corridor-underway-despite-some-remaining-disagreements/>.
- Azerbaijan State Translation Centre. (2021). *Zangezur-Historical Azerbaijani Land*. <https://aztc.gov.az/en/posts/id:1310>.
- AZERTAC. (2022). *President Ilham Aliyev attended inauguration of "Gobu" Energy junction*. <https://azertag.az/en/xeber/2009396>.
- Azvision. (2021). *Zangezur corridor*. <https://en.azvision.az/news/151650/if-the-zangezur-corridor-is-not-opened,-lacin-corridor-can-be-closed-opinion.html>.
- Baghirov, O. (2019). The impact of the opening of Zangezur Corridor on regional transportation and communication lines. *Center of Analysis of International Relations*. <https://aircenter.az/uploads/files/Zangezur%20Corridor%20Report%20176x125%20WEB.pdf>.
- BBC News. (2020). *BBC Monitoring*. <https://www.bbc.com/turkce/haberler-dunya-55109473>.
- Demirören Haber Ajansı. (2019). İran'a geçecek TIR'lara kota engeli. <https://www.dha.com.tr/gundem/irana-gececek-tirlara-kota-engeli-1625512>.
- Doğan, A. (2014). *Kara yolu yük taşımacılığı*. İstanbul: Beta Yay.
- Doğan, A. (2019). *Yeni İpek Yolu ve Bir Kuşak Bir Yol Ekonomi Bölgesi; küresel ticaret için yeni bir çıkış yolu mu?* (182-198). K. Aydın ve Z. Sakhi (Ed.), İKSAD 4. International Congress on Social Sciences. Institution of Economic Development and Social Researches Publications.
- Doğan, A. (2021a). *Azerbaycan ulaştırma yönetim stratejilerinin ve ulaştırma yapısının SWOT analizi ile irdelenmesi*. R. Gafarlı ve M. L. Emek (Ed.), The book of full texts volume-I. 4th International Nowruz Conference on Scientific Research (s. 98-121) içinde. ISPEC Publications.
- Doğan, A. (2021b). *Demir yolu- kara yolu tercihinde altyapı yatırım maliyetlerini azaltıcı dolaylı getiriler üzerine bir araştırma*. *Socrates Journal of Interdisciplinary Social Researches*, (9), 115-129.
- Doi: <http://dx.doi.org/10.51293/socrates.56>.
- Doğan, A. (2021c). *Ulaştırma ve lojistik sektörü ekseninde ekonomik gelişime yönelik stratejik model*.
- Kırşehir ili örneği*. S. Öztürk (Ed.), *Disiplinlerarası güncel çalışmalar içinde* (s. 381-412). Ankara: İksad Publications. <https://iksadyayinevi.com/home/disiplinlerarası-guncel-calismalar/>.
- International Alert. (2014). *Rehabilitation of the railways in the South Caucasus: Assessment of the potential economic benefits, volume 2: Kars–Gyumri–Nakhchivan– Meghri–Baku railway*. <https://www.international-alert.org/wp-content/uploads/2021/08/Caucasus-Railways-Rehabilitation-Pt2-EN-2014.pdf>

- International Trade Centre. (2022). *Trade Map*.
[https://www.trademap.org/Product_SelProductCountry.aspx?nvpm=1%7c031%7c%7c%7c%7cTO-TAL%7c%7c%7c2%7c1%7c1%7c1%7c%7c1%7c1%7c1%7c1%7c1%7c1%7c1%7c1%7c1%7c1%7c1](https://www.trademap.org/Product_SelProductCountry.aspx?nvpm=1%7c031%7c%7c%7c%7cTO-TAL%7c%7c%7c2%7c1%7c1%7c1%7c%7c1%7c1%7c1%7c1%7c1%7c1%7c1).
- International Transport Forum. (2020). *Decarbonising Azerbaijan's Transport System*. International Transport Forum Policy Papers, No. 87, OECD Publishing, Paris. <https://www.oecd-ilibrary.org/docserver/64b18b6a-en.pdf?expires=1649841357&id=id&accname=guest&checksum=274DB6FF69880B986C0698CCE7C831A>.
- Isayev, H. (2022). *Azerbaijan, Iran sign transport deal bypassing Armenia*.
<https://eurasianet.org/azerbaijan-iran-sign-transport-deal-bypassing-armenia>.
- Israfilova, N. (2022). *Trend News Agency. Azerbaijan organizes movement of working trains on Zangazur corridor*. <https://en.trend.az/azerbaijan/business/3545628.html>.
- President of Russia. (2022). *2020 Dağlık Karabağ Ateşkes Antlaşması, madde: 9*.
<http://kremlin.ru/events/president/news/64384>. E.T.: 10.04.2022.
- President of the Republic of Azerbaijan. (2021). *Azerbaijani, Turkish presidents laid foundation stone for*
- Horadiz-Jabrayil-Zangilan-Aghband highway (Zangazur corridor). <https://president.az/en/articles/view/53736>.
- Rehimov, R. (2021). *Zengezur koridoru Türkiye ile Azerbaycan arasında yeni bağlantı sağlayacak*. Anadolu Ajansı. <https://www.aa.com.tr/tr/dunya/zengezur-koridoru-turkiye-ile-azerbaycan-arasinda-yeni-baglanti-saglayacak/2259193>.
- TCDD Taşımacılık. (2020). *Bakü-Tiflis-Kars demir yolu*. <https://www.tcdtasimacilik.gov.tr/haber/447/>.
- TCDD Taşımacılık. (2021). *Bakü-Tiflis-Kars demir yolu hattın'nda taşınan yük miktarı*.
<https://www.tcdtasimacilik.gov.tr/haber/611/>.
- The Cradle. (2021). *The Iran-Azerbaijan standoff is a contest for the region's transportation corridors*.
<https://thecradle.co/Article/undefined/2383>.
- The State Statistical Committee of the Republic of Azerbaijan. (2022a). *Transport in Azerbaijan. Structure of exports by products, thousand US dollars*. https://www.stat.gov.az/source/trade/en/f_trade/xt008_3en.xls.
- The State Statistical Committee of the Republic of Azerbaijan. (2022b). *Foreign trade relations*.
https://www.stat.gov.az/news/source/xt_press_01_2022en.pdf.
- The State Statistical Committee of the Republic of Azerbaijan. (2022c). *Transport in Azerbaijan. Goods transportation in the transport sectors*. https://www.stat.gov.az/source/transport/en/002_1en.xls.
- Türkiye İstatistik Kurumu. (2022a). *Taşıma şekillerine göre ihracat*.
<https://data.tuik.gov.tr/Kategori/GetKategori?p=dis-ticaret-104&dil=1>.
- Türkiye İstatistik Kurumu. (2022b). *Taşıma şekillerine göre ithalat*.
<https://data.tuik.gov.tr/Bulten/Index?p=Dis-Ticaret-Istatistikleri-Subat-2022-45537>.
- Türkiye İstatistik Kurumu. (2022c). *Gümrüklere göre ihracat*.
<https://data.tuik.gov.tr/Kategori/GetKategori?p=dis-ticaret-104&dil=1>.
- Türkiye İstatistik Kurumu. (2022ç). *Gümrüklere göre ithalat*.
<https://data.tuik.gov.tr/Bulten/Index?p=Dis-Ticaret-Istatistikleri-Subat-2022-45537>.
- Uluslararası Nakliyeciler Derneği. (2022). *UND Kriz masası duyuruları*.
<https://www.und.org.tr/medya-detay/duyurular/und-kriz-masasi>.
- United Nations Economic Commission for Europe. (2008). *Transport rehabilitation of the Azerbaijan segment railway network of the BTK New Railway Line Project*. https://www.unece.org/fileadmin/DAM/trans/MinisterialITC70/documents/Presentation_Azerbaijan_E%20.pdf.

- United Nations Economic Commission for Europe. (2021). *2021 Transport statistics infocards*.
https://unece.org/sites/default/files/2021-04/Inforcards_2021_ENG_forweb%20light.pdf.
- United Nations Economic Commission for Europe. (2022a). *Transport Statistics infocard Azerbaijan*.
<https://stats.unece.org/infocard/en/040/>.
- United Nations Economic Commission for Europe. (2022b). *Transport statistics infocard Turkey*.
<https://stats.unece.org/infocard/en/792/>.
- United Nations Economic Commission for Europe. (2022c). *Transport Statistics Infocard Armenia*.
<https://stats.unece.org/infocard/en/051/>.
- United Nations Economic Commission for Europe. (2022ç). *Transport Statistics Infocard Georgia*.
<https://stats.unece.org/infocard/en/268/>.
- World Economic Forum. (2019). *The Global Competitiveness Report 2019*.
https://www3.weforum.org/docs/WEF_TheGlobalCompetitivenessReport2019.pdf.
- World Trade Organization. (2022a). *Trade profile Azerbaijan*.
https://www.wto.org/english/res_e/statis_e/daily_update_e/trade_profiles/AZ_e.pdf.
- World Trade Organization. (2022b). *Trade maps, Azerbaijan*.
https://www.wto.org/english/res_e/statis_e/statis_maps_e.htm?country_selected=TR&optionSelected=3.
- World Trade Organization. (2022c). *Trade maps Turkey*.
https://www.wto.org/english/res_e/statis_e/statis_maps_e.htm?country_selected=TR&optionSelected=3.
- World Trade Organization. (2022ç). *Turkey and the WTO*.
https://www.wto.org/english/thewto_e/countries_e/turkey_e.htm#statistics.
- World Trade Organization. (2022d). *Trade maps Iran*.
https://www.wto.org/english/res_e/statis_e/statis_maps_e.htm?country_selected=TR&optionSelected=3.
- World Trade Organization. (2022e). *Republic of Armenia and the WTO*.
https://www.wto.org/english/thewto_e/countries_e/armenia_e.htm.
- World Trade Organization. (2022f). *Trade maps Georgia*.
https://www.wto.org/english/res_e/statis_e/statis_maps_e.htm?country_selected=TR&optionSelected=3.
- World Trade Organization. (2022g). *Trade profile Georgia*.
https://www.wto.org/english/res_e/statis_e/daily_update_e/trade_profiles/GE_e.pdf.
- World Trade Organization. (2022ğ). *Trade indicators*.
https://www.wto.org/english/res_e/statis_e/statis_maps_e.htm?country_selected=TR&optionSelected=3.
- World Trade Organization. (2022h). *Merchandise trade*.
https://stats.wto.org/dashboard/merchandise_en.html.
- World Trade Organization. (2022ı). *Trade maps, Armenia*.
https://www.wto.org/english/res_e/statis_e/statis_maps_e.htm?country_selected=TR&optionSelected=3.
- World Trade Organization. (2022i). *WTO-Stats Dashboard WTO Stats Dashboard, total merchandise, exports, 2021*. https://stats.wto.org/dashboard/merchandise_en.html#.
- Википедию. (2022). Зангезур. *Map of the first Azerbaijan Democratic Republic 1918-1920*.
[https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%97%D0%B0%D0%BD%D0%B3%D0%B5%D0%B7%D1%83%D1%80#/media/%D0%A4%D0%B0%D0%B9%D0%BB:Map_of_the_Azerbaijan_Democratic_Republic_\(1918-1920\).jpg](https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%97%D0%B0%D0%BD%D0%B3%D0%B5%D0%B7%D1%83%D1%80#/media/%D0%A4%D0%B0%D0%B9%D0%BB:Map_of_the_Azerbaijan_Democratic_Republic_(1918-1920).jpg).