

# Sosyal Bilimler Akademi Dergisi

The Journal of  
Social Sciences  
Academy



*Yıl / Year : 2022   Mayıs / May   Cilt / Volume : 5   Sayı / Issue : 1*

**E-ISSN: 2636-7599**

**[sosyalbilimlerakademidergisi@gmail.com](mailto:sosyalbilimlerakademidergisi@gmail.com)**

## **EDİTÖR KURULU**

Doç. Dr. Ali Ülvi ÖZBEY

Dr. Öğr. Üyesi İbrahim ÇEMBERLİTAŞ

Dr. Öğr. Üyesi Ömer TAYLAN

Doç. Dr. Abdulkadir GÜMÜŞ

Dr. Şaban ÖZTÜRK

Dr. Adem UYSAL

## **YAYIN KURULU**

Prof. Dr. Ali COŞKUN ( Marmara Üniversitesi)

Prof. Dr. Khaliq AHMAD ( International Islamic University of Malaysia)

Prof. Dr. Ahmet TANYILDIZ (Dicle Üniversitesi)

Prof. Dr. Ömer KARA (Atatürk Üniversitesi)

Prof. Dr. Tologon Omoshev (The Kyrgyz Union Cooperatives University of Economy and Enterprise)

Prof. Dr. Olga Nosova (University of Kharkov iIstitute Banking Affairs) (Ukraine)

Prof. Dr. Tofiq Abdülhasanli (Azerbaijan State University of Economics)

Prof. Dr. Velieva Naila Tofik (Azerbaijan State University of Economics)

Prof. Dr. Seyfettin ASLAN (Dicle Üniversitesi)

Prof. Dr. Yılmaz DEMİRHAN (Dicle Üniversitesi)

Prof. Dr. Yusuf Cahit ÇUKACI (İnönü Üniversitesi)

Prof. Dr. Murat Gökhan DALYAN (Adıyaman Üniversitesi)

Doç. Dr. Aliye Fatma MATARACI ( International University of Sarajevo)

Doç. Dr. Mariya Kochkorbaeva The Kyrgyz Union Cooperatives University of Economy and Enterprise)

Doç. Dr. Asiman Guliyev (Azerbaijan State University of Economics)

Doç. Dr. Ainur Nogayeva (Avrasya Milli Universitesi) (Kazakistan)

Doç. Dr. Rovshan Aliyev (Bakü State University)

Doç. Dr. Samir HAMİDOV (Azerbaycan Devlet Diller Üniversitesi)

Doç. Dr. Cırgalbek İSMANOV (The Kyrgyz Union Cooperatives University of Economy and Enterprise)

Doç. Dr. Hilale Caferova Azərbaycan Milli İlimlər (Elimler) Akademisi)

Doç. Dr. Tarana Khalilova (Azerbaijan State University of Economics)

Doç. Dr. Davran YOLDAŞEV (The Kyrgyz Union Cooperatives University of Economy and Enterprise)

Doç. Dr. Qurbanov Nüsrət (Azerbaijan State University of Economics)

Doç. Dr. Valida Mehdiyeva (Azerbaijan State University of Economics)

Doç. Dr. Ayhan KARAKAŞ (Bartın Üniversitesi)

Doç. Dr. Rasim TÖSTEN (Siirt Üniversitesi)  
Doç. Dr. Abdulhakim TUĞLUK (Iğdır Üniversitesi)  
Dr. Öğr. Üyesi Yunus Emre AVCI (Siirt Üniversitesi)  
Dr. Öğr. Üyesi Tolga ORAL (İnönü Üniversitesi)  
Doç. Dr. M.Ali TÜRKMENOĞLU (Muş Alparslan Üniversitesi)  
Dr. Öğr. Üyesi Hacı Yusuf GÜNGÖR (Iğdır Üniversitesi)  
Dr. Öğr. Üyesi İbrahim ŞENGÜN Dicle Üniversitesi)  
Dr. Öğr. Üyesi Hakan HEMŞİNLİ (Yüzüncü Yıl Üniversitesi)  
Dr. Öğr. Üyesi Ramazan TURGUT (Yüzüncü Yıl Üniversitesi)  
Dr. Selvira Draganović (International University of Sarajevo)  
Dr. Zakir ELÇİÇEK Dicle (Üniversitesi)  
Dr. Şahin Akberov (Azerbaijan State University of Economics)  
Dr. Ogtay Guliyev (Azerbaijan State University of Economics)  
Dr. Agil Mammadov (Azerbaijan State University of Economics)  
Dr. Elşen Mammadov (Azerbaijan State University of Economics)  
Dr. Matanat Amrahova (Azerbaijan State University of Economics)

### **BU SAYININ HAKEMLERİ**

Prof. Dr. Şükrü NİŞANCI (Atatürk Üniversitesi)  
Dr. Ali ÇİÇEK (Sivas Cumhuriyet Üniversitesi)  
Dr. Öğr. Üyesi Mustafa KARAHÖYÜK (Beykent Üniversitesi)  
Prof. Dr. Feridun BÜLBÜL (Çukurova Üniversitesi)  
Prof. Dr. Pınar GÜZEL ÖZDEMİR (Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi)  
Dr. Öğr. Üyesi Demet ONUR (Kırklareli Üniversitesi)  
Dr. Öğr. Üyesi Nuri DEMİREL (Bingöl Üniversitesi)  
Dr. Öğr. Üyesi Ahmet Emin OSMANOĞLU (Bingöl Üniversitesi)  
Dr. Öğr. Üyesi Halil İbrahim ŞENGÜN (Dicle Üniversitesi)  
Dr. Öğr. Üyesi İbrahim Atilla KARATAŞ (Muş Alparslan Üniversitesi)  
Dr. Öğr. Üyesi Ömer Faruk DEMİR (Dicle Üniversitesi)  
Dr. Öğr. Üyesi Altan Fahri GÜLERCİ (Afyon Kocatepe Üniversitesi)  
Dr. Hamza KAYA  
Dr. Öğr. Üyesi Halil Cem SAYIN (Anadolu Üniversitesi)  
Dr. Öğr. Üyesi Abdurrezzak GÜLTEKİN (Bingöl Üniversitesi)  
Dr. Bekir KOÇ (Bingöl Üniversitesi)

**2022 yılının ilk sayısını bayramla karşılıyoruz...**

Sevgili okurlarımız, 2022'nin ilk sayısında sizlerle beraberiz.

Düzenli olarak sayı yayımlamak suretiyle dört yılımızı geriden bırakan dergimiz bu sayı itibariyle *beş yıldır yayın yapıyor olan* bir dergi statüsündedir. Bu anlamda gerek doçentlik puanlamasında gerekse akademik teşvik puanlamasında yazarlarımıza katkı sağlamaktadır.

5. Cilt 1. Sayı adıyla yayımlanan bu sayıda sosyal bilimlerin çeşitli alanlarında hazırlanan 6 çalışma yer almaktadır. Esasında bu sayı için 6'dan fazla çalışma gönderilmiş ve/fakat bunlardan altısı hakem ve editör değerlendirmeleri sonucu yayınlanmaya uygun görülmüştür.

Sözü daha fazla uzatmayarak; yazıları yayımlanmaya uygun bulunan yazarlarımızı tebrik ederiz. Ayrıca bu sayıda hakemlik yapan hocalarımıza da teşekkür ederiz.

Ramazan bayramı arifesinde sizinle buluştuğumuz bu sayının akademik dünyaya istifadeli olmasını dileyerek tüm yaşamınızın bayram havasında geçmesini temenni ederiz.

Bu vesile ile Ramazan bayramınızı tebrik ederiz.

2022 Kasım sayısında görüşmek üzere..

Editör

Dr. Öğr. Üyesi İbrahim ÇEMBERLİTAŞ

**İÇİNDEKİLER / CONTENTS**

**Mahmut BULUT, Nurettin MENTEŞ**

Derleme / Review

**FİNANS SEKTÖRÜNDE BAZI DAVRANIŞSAL BAĞIMLILIKLAR; PATOLOJİK TİCARET,  
SORUNLU BORSA VE SORUNLU KRİPTO PARA TİCARETİ**

**SOME BEHAVIORAL ADDICTIONS IN THE FINANCE SECTOR; PATHOLOGICAL TRADING,  
PROBLEM USE OF SHARES AND PROBLEMATIC CRYPTOCURRENCY TRADING**

1-12

\*\*\*\*\*

**Ragıp ERGÜN**

Derleme / Review

**CEMİL SENA ONGUN'UN "FİKİR KIRINTILARI" NDA SOSYAL DARWİNİST YANSIMALAR  
SOCIAL DARWINIST REFLECTIONS IN CEMİL SENA ONGUN'S "IDEAS CRUMBS"**

13-38

\*\*\*\*\*

**Murat BAYHAN**

Araştırma Makalesi / Research Article

**KENTLEŞME SÜRECİNDE SOSYO-EKONOMİK FAKTÖRLER İLE KENTLİLİK BİLİNCİ  
ARASINDAKİ İLİŞKİ: DİYARBAKIR ÖRNEĞİ**

**THE RELATIONSHIP BETWEEN SOCIO-ECONOMIC FACTORS AND URBAN AWARENESS IN  
THE URBANIZATION PROCESS: THE EXAMPLE OF DİYARBAKIR**

39-69

\*\*\*\*\*

**Reha SAYDAN, Bulut DÜLEK**

Araştırma Makalesi / Research Article

**ONLİNE ALIŞVERİŞTE MARKA İMAJININ ONLİNE SATIN ALMA NİYETİ VE AĞIZDAN  
AĞIZA İLETİŞİM DAVRANIŞI ÜZERİNE ETKİSİ: AMPİRİK BİR ÇALIŞMA**

**THE EFFECT OF BRAND IMAGE ON ONLINE PURCHASE INTENTION AND WORD OF MOUTH  
COMMUNICATION BEHAVIOR IN ONLINE SHOPPING: AN EMPIRICAL STUDY**

70-82

\*\*\*\*\*

**Gaye TUĞ LEVENT**

Araştırma Makalesi / Research Article

**TÜRK BORÇLAR HUKUKUNDA MANEVİ YANSIMA ZARARI VE GİDERİMİ**

MORAL INDIRECT DAMAGES IN TURKISH LAW OF OBLIGATIONS

83-97

\*\*\*\*\*

**Uğur TATLI, Aysel ÖZTÜRKÇÜ AKÇAY**

Araştırma Makalesi / Research Article

**KOBİ'LERDE KURUMSAL YÖNETİM FARKINDALIĞI: VAN ORGANİZE SANAYİ BÖLGESİ  
ÖRNEĞİ**

CORPORATE GOVERNANCE AWARENESS IN SMES: THE CASE OF VAN ORGANIZED INDUSTRIAL  
ZONE

98-119

\*\*\*\*\*

**FİNANS SEKTÖRÜNDE BAZI DAVRANIŞSAL BAĞIMLILIKLAR; PATOLOJİK  
TİCARET, SORUNLU BORSA VE SORUNLU KRİPTO PARA TİCARETİ**  
SOME BEHAVIORAL ADDICTIONS IN THE FINANCE SECTOR; PATHOLOGICAL  
TRADING, PROBLEM USE OF SHARES AND PROBLEMATIC CRYPTOCURRENCY  
TRADING

**Mahmut BULUT<sup>1</sup>**

**Nurettin MENTEŞ<sup>2</sup>**

**Öz**

Finans dünyası son yıllarda değişen enstrümanları ile yoğun bir ilgi görmektedir. Teknolojinin gelişimi ile birlikte hemen her kesimden insanın finansal araçlarda yatırım yapma imkanı doğmuştur. Bu yönü ile hem küçük hem de büyük yatırımcılar uluslararası piyasalarda hareket edebilme kabiliyeti kazandılar. Genel anlamda erişim kolaylığı yatırımcı açısından bazı kolaylıklar getirse de bazı sorunları da beraberinde getirmiştir. Özellikle yüksek kazanç veya kayıplar kişilerin ruh hallerini doğrudan etkilemektedirler. Ayrıca dışarıdan müdahaleye açık yatırımlar da ise ani yükseliş ve düşmeler yatırımcıların yoğun takibini zorunlu kılmaktadır. İlk başlarda sadece maddeyle ilişkilendirilen bağımlılık kavramı, DSM-5'te “Madde ile ilişkili ve bağımlılık bozuklukları” kategorisi madde ile ilişkili özellik gösteren ancak doğrudan madde alımı sonucu olmayan bağımlılıklar konusunu gündeme getirdi. Özellikle patolojik kumar alışkanlığı bu konuda öncü niteliktedir. Ayrıca oyun, internet alışveriş gibi güncel yaşam içerisindeki davranışlar madde sonucu oluşan bağımlılıkların bazı özelliklerini gösterdiğine yönelik literatürde çalışmalar artmaktadır. Bu çalışma ile finans sektöründe karşılaşılan davranışsal bağımlılıklar ile ilgili yapılan çalışmalar ortaya koymaya çalışılmış ayrıca son zamanlarda yoğun kullanım bulan ve yüksek risk faktörü barındıran sorunlu kripto para ticareti hakkında derleme bilgileri verilmesi amaçlanmıştır

**Anahtar kelimeler;** Davranışsal bağımlılık, Patolojik Ticaret, Sorunlu Borsa Alışkanlığı, Sorunlu Kripto Para Ticareti

**Abstract**

The financial world has been attracting great attention with its changing instruments in recent years. With the advent of technology, people from almost all walks of life gained the opportunity to invest in financial instruments. With this aspect, both small and large investors gained the ability to act in international markets. In general, although the ease of access brought some conveniences for the investor, it also brought some problems.

<sup>1</sup> Prof. Dr., Dicle Üniversitesi, Tıp Fakültesi, [drmahmutbulut@yahoo.com](mailto:drmahmutbulut@yahoo.com), [ORCID: 0000-0002-6008-378X](https://orcid.org/0000-0002-6008-378X)

<sup>2</sup> Dr. Öğr. Üyesi, Dicle Üniversitesi, İİBF, [mentesnurettin@gmail.com](mailto:mentesnurettin@gmail.com), [ORCID: 0000-0002-7181-8681](https://orcid.org/0000-0002-7181-8681)

Especially high gains or losses directly affect the mood of people. In addition, sudden rises and falls in investments that are open to outside intervention necessitate intense follow-up by investors. The concept of addiction, which was initially only associated with substances, brought up the issue of addictions, which were not directly related to substance intake, but were demonstrating related characteristics with substance in “Substance-related and addictive disorders” category of DSM-5. In particular, the pathological gambling habit is a pioneer in this regard. In addition, there are increasing studies in the literature towards behaviors in daily life such as gaming and internet shopping demonstrate some characteristics of addictions caused by substances. In this study, it is aimed to present compiled information about the problematic cryptocurrency habit, which has been widely used recently and has high risk factors, while at the same time, studies on behavioral addictions encountered in the financial sector have been tried to be revealed.

**Keywords:** Behavioral Addiction, Pathological Trading, Problematic Stock Market Habit, Problematic Cryptocurrency Trading

### **Giriş**

Bağımlılık (addiction ) latince bir kelime kökünden türetilmiştir. Temelde bir kişiyi diğerine bağlamaya yönelik roma mahkemesi eylemine atıf yaparak tanımlanan kavram zamanla bir faaliyete ilgi (muhabbet) veya bağlanım olarak kullanılmaya başlanmıştır (Maddux & Desmond, 2000). 17. ve 18. yüzyılda ise bağımlılık ve türevleri psikoaktif madde kullanımına yönelik değerlendirilmiştir. “Şarap veya sert içki bağımlısı”, “içki bağımlısı” ve “tütün bağımlısı” ifadeleri bu tanımlamaya yönelik kullanılan döneme ait bazı kavramlardır. İlk olarak bu kavramsal çerçevede kullanılmakla birlikte zamanla modern anlamda kullanıldığı şekline tanımlar evrilmiştir. Modern anlamda kullanılan bağımlılık kavramı ise 19. Yüzyılın başlarında geliştirilmiştir ve bu tanımlama madde kullanımının kontrolünün kaybedilmesi gibi temel bir özelliği barındırmaktadır (Levine, 1978). 19. yüzyıl sürecinde madde kullanımına bağlı olan bu alışkanlıklar genellikle kendi isimleri ile anılmıştır. Örneğin kompulsif afyon kullanımı için sıklıkla afyon alışkanlığı, morfinizm vb. kavramlar kullanılmıştır (Maddux & Desmond, 2000). İlk tanımlamalarında kısıtlı bir şekilde madde kullanımı ile ilişkilendirilen bağımlılık olgusu süreç içerisinde artan bir ivme ile madde kullanımı ile bağlantılı hale gelmiştir (Diagnostic, 1987; Potenza, 2014). Hatta DMS-III-R madde ile ilgili bozuklukları çalışan komite bağımlılığı zorunlu madde kullanımı ile tanımlamakta iken bu durumun insanlarda aşağılanma duygusu yaratacağı ve damgalayıcı etkisi düşüncesi ile sonraki tanımlamalarda çıkarılmıştır (O’Brien, Volkow, & Li, 2006). Özellikle DSM-IV-TR’de “Madde ile İlişkili Bozukluklar” kategorisinin DSM-5’te “Madde ile İlişkili Bağımlılık Bozuklukları” kategorisi olarak güncellenmesi madde eksenli bağımlılıklara yeni bir bakış açısı kazandırmıştır (Edition, 2013). Bağımlılığın dışarıdan alınan madde veya alkol gibi etmenlerin insan aklında yarattığı etkiler (biyolojik ve kimyasal) ve bu maddelere erişim sağlanamadığında yaşanan aşırma ve yoksunluk olarak tanımlanması giderek kumar gibi dış madde alımına bağlı olmayan ancak madde bağımlılıklarında gözlenen tavır ve davranışlar içeren alışkanlıklarında bağımlılık oluşturma bileceği savını düşündürmüştür (Çakmak & Tamam, 2018). Yakın zamana kadar zihinsel bozuklukların iki uluslararası tanı sistemi, DSM-IV’te (Bell, 1994) ve

ICD-10'da (Organization, 1993) madde ile ilişkili olmayan davranışsal (veya süreç) bağımlılıkları için bir tanı kategorisi yoktu (Mann, Kiefer, Schellekens, & Dom, 2017). Ancak DSM-5'te ki sınıflandırma ile birlikte son zamanlarda davranışsal bağımlılığa olan ilgi artmıştır (Nazlıgül & Yılmaz, 2019).

İnsan yaşamına zarar verici unsurlar barındırmasına rağmen bu davranışı tekrarlamada kontrol güçlüğü yaşaması, yapılmasında aşırı istek ve tekrarında haz veren örüntüler gösteren madde ile ilişkili olmayan bağımlılık kavramsal olarak Isaac Mark tarafından tanıtılmıştır (Mann et al., 2017; Nazlıgül & Yılmaz, 2019). Günlük yaşam içerisinde sıradan olan bazı davranışlar (alışveriş yapmak, cep telefonu yada tablet kullanımı, cinsel aktiviteler vb.) kumar oynama veya oyun bağımlılığı gibi patolojik sayılabilmektedirler (Starcevic, 2016). DSM-5'te kumar oynama bozukluğu ile kendine yer bulan davranışsal bağımlılıklar, literatür incelendiğinde bir çok aktiviteyi kapsadığı görülmektedir (Özcan, Hamzaoglu, & Burcu). Bu aktiviteler; internet (Dinç & Ögel, 2019), internette online oyun oynama (Ayhan & Köseliören, 2019) (Denizci Nazlıgül, Baş, Akyüz, & Yorulmaz, 2018), alışveriş yapma (Hartston, 2012), akıllı telefon (Pearson & Hussain, 2016) , sosyal medya (Hou, Xiong, Jiang, Song, & Wang, 2019) , aşırı yeme (Kafes<sup>1</sup>, Ülker, & Sayar) gibi günlük yaşamsal aktiviteler olabildiği gibi borsa (Youn, Choi, Kim, & Choi, 2016), ticaret bağımlılığı (Brock & Middleton, 2021) ve sorunlu kripto para ticareti (MD Griffiths, 2018) (Menteş, Yolbaş, & Bulut) gibi finansal aktiviteleri de kapsamaktadır.

Bu çalışmada finansal faaliyetler ile ilgili borsa bağımlılığı ve yakın zamanda çok ilgi gören kripto para kullanımı ile ilgili davranışsal bağımlılıklar çerçevesinde incelenmek istenmiştir.

### **Patolojik Ticaret, Sorunlu Borsa ve Sorunlu Kripto Para Ticareti**

Ticaret her türlü alım satımı içerisinde barındıran faaliyetin genel adıdır ancak özel olarak hisse senetleri, tahviller, vadeli işlemler, emtialar ve para birimleri (yani Forex) gibi finansal araçların alım satımı faaliyeti olarak tanımlanabilir. Son zamanlarda internetin yaygınlaşması ile birlikte hem küçük hem de büyük yatırımcılar uluslararası piyasalarda hareket edebilme kabiliyeti kazandılar. Ticari yatırımlar açısından ani kayıp ve kazançlar ruhsal anlamda insan yapısını etkileyebilmektedirler. Örneğin ABD 2011 krizinde borsanın çöküşü (Deaton, 2012) sonrasında, ülke içerisinde bireylerde artan depresyon ve ruh sağlığında bozulma (McInerney, Mellor, & Nicholas, 2013) ve düşük yaşam kalitesi raporlanmıştır (Grall-Bronnec et al., 2017). Bu durum bahis ve şans oyunları gibi düşük seviye alışkanlıklar ile daha kapsamlı sorunları içerisinde barındıran kumar alışkanlığının temel bazı unsurlarını taşımaktadır. Özellikle aşırı ticaret yapan ve bol kazanç ve kayıp yaşayan tüccarların sanki kumar oynuyormuş gibi yüksek riskli ticaret türlerine profesyonel olarak dahil olabildiği düşünülmektedir (Grall-Bronnec et al., 2017). Madde dışı bağımlılık yapan davranışlar, özellikle patolojik kumar oynama ve internet bağımlılığı, birçok yönü ile patolojik ticaretin özelliklerini taşımaktadır. Madde dışı bağımlılıkların kavramsal çerçevesi biyolojik düzeyde patofizyolojik süreçleri içeren gerçek bağımlılıktan mı yoksa dürtü kontrol bozukluğundan mı

kaynaklandığı hala tartışma konusu olmaya devam etmektedir (Marković, Nikolac, Tripković, Haluga-Golubović, & Ćustović, 2012). Guglielmo ve ark. 12 aylık bir süre içinde;

- Zorlayıcı günlük alım satım faaliyetinde bulunur (Geçmiş alım satım deneyimini tekrar yaşamak için ayrıca bir sonraki girişimini analiz etmek ya da planlamak konusunda karşı konulamaz düşüncelere sahip olmak ya da finansal içerikte yayın ve literatürle meşgul olmak). Alım satım günlük yaşamın ana faaliyeti haline gelir
- Daha önceki heyecanı yakalamak için artan miktarlarda para ile ticaret yapma isteği
- Ticarete giderek artan miktarda zaman ayırma ihtiyacı ve/veya yatırım yapmak için yeni finansal araçlar arama ihtiyacı (Tolerans)
- Alım satımı kesmeye veya durdurmaya çalışırken huzursuzluk veya sinirlilik hali
- Değişen uyku düzeni (örn. gece uyanma, dış finans piyasalarının açılışında bağlanmak için uyanmaması gereken bir saatte uyanma veya uyanık olma hali)
- Ticareti (alım satım) kontrol etmek, kısmak veya durdurmak için tekrarlayan başarısız girişimlerde bulunma hali
- Önceki hobi ve faaliyetlerinde ilgi kaybı hali (Ticaret hariç)
- Stresle başa çıkmak için ticaret yapma hali
- Kayıplarını telafi için tekrar daha fazla ticaret yapma hali
- Kayıplarının boyutunu gizlemek için yalan söyleme hali (sadece gerçek kazançlardan bahsetme, kayıpları konusunda gizleme ve büyük yatırımcı imajı oluşturma hali)
- Ticari faaliyeti nedeni ile kendisi için önemli bir kariyer (eğitim, iş veya ilişki vb.) fırsatını kaybetme hali
- Ticaret kaynaklı sıkıntılarda para sağlamak için başkalarına güvenme hali
- Planlanmamış intihar düşüncesi, girişimi veya intihar için plan yapma hali

davranışlarından beşini (veya daha fazlasını) sergileyen kişinin Patolojik Ticaret Davranışı göstereceğini ifade etmişlerdir (Riccardo Guglielmo & Luigi Janiri). Kumar oynama davranışına benzer içeriklere sahip olmakla birlikte henüz ticaret kumar bağımlılığı olarak sınıflandırılmamıştır (Grall-Bronnec et al., 2017). Şans faktörü ticaretin (alım satım) bir parçası olmakla birlikte; bilgiye erişimin hızlı ve kolay olması, piyasa operatörlerinin kısa sürede müdahale imkanı veya yön verebilme kabiliyetlerinin olması, panik yaratıcı spekülasyon haberler ve yayılımının kolaylaşması, bu kadar bilgiyi doğru analiz edemeyecek seviyede düşük finansal bilgiye sahip yatırımcıları risk almaya yöneltmektedir. Bu durum hali bazı tüccarları kumarhane oyuncularını gibi davranma eğilimine yönlendirebilir (Schmidt, 2010).

Borsa yatırımı ticaret ile benzer yönler barındırmaktadır. Bu yönü ile literatürde patolojik ticaret gibi algılayan yazarlar olmakla birlikte patolojik ticaretten farklı yönleri olduğunu savunan yazarlarda bulunmaktadır. Borsa yatırımı için kolayca herkes hesap açabilir ve yatırımlarını hızlı bir

şekilde gerçekleştirebilir. Cazip kullanım imkanları ile gençler arasında özellikle ilgi çekicidir (Mark Griffiths, Wardle, Orford, Sproston, & Erens, 2009). Aşırı ticaret için var olan problemli kullanım borsa içinde geçerli olmakla birlikte Borsa yatırımlarının şans oyunları ve piyango gibi kumar bağımlılığı ile ilintili olduğunu savunan yazarlarda mevcuttur (Oliveira & Silva, 2001). Team (2011) de birinci şahıstan problemi slot makineleri veya kumarhane oyunlarından ziyade borsa yatırımıyla ilgili olan bir vaka incelemesinde; birçok patolojik kumarbaz gibi, çevrimiçi online yatırımcıların bir dizi küçük erken kazançlar yaşadıklarını, sonrasında kayıplarının peşine düştüklerini, yatırdıkları para üzerindeki kontrollerini kaybettiklerini ve seçici hafıza, kumarbaz yanlılığı veya rasyonelleştirme gibi benzer bilişsel çarpıtmalara sahip olduklarını rapor etmiştir (Team & Turner, 2011). Granero ve ark. finansal piyasalarda yatırım ile ilgili sorunlar için özel tedavi birimlerine başvuran hastaların kumar davranışlarını analiz etmeye yönelik çalışmalarında finansal piyasaların olumlu algısı ve toplumsal olarak kişilerde bağımlılık eksenli değerlendirilme azlığı gibi nedenlerle borsa yatırımı kaynaklı bozuklukların yeterince teşhis edilemediğini ve bu nedenle çalışmanın zor şartlarda tamamlandığını belirtmişlerdir. Ayrıca Borsa yatırımcısı kumarbaz (oyuncu)'larının kumarbazlarının genel klinik profillerinde ve psikopatoloji ve kişiliklerinde Patolojik kumarbazlar (oyuncular) ile karşılaştırılabilir olduğunu göstermişlerdir (Granero et al., 2012). Mosenhauer ve ark. (2021) çalışmada sık borsa ticareti ile kumar benzeri faaliyetler ile davranışsal bağımlılığına ilişkili olduğu hipotezini desteklediğini tespit etmişlerdir (Mosenhauer, Newall, & Walasek, 2021). Literatürde bu türden araştırmalar olmasına karşın hala sorunlu borsa ticareti veya aşırı ticaret konusunda yeterli sayıda çalışma olduğunu söylemek güç olacaktır. Genel olarak parasal işlemlerde sık takip ve ilginin doğal olduğu algısı, insanları ticaret, borsa ve kripto para kullanımında sorunlu davranış sergilemiş olabilecekleri düşüncesinden uzaklaştırmaktadır. Ayrıca kliniklere yeterli başvuru olmaması yeterince çalışma yapılamamasının nedenleri arasında gösterilebilir. Ancak çalışmada örneği verilen çalışmalar aslında dikkatli irdelendiğinde bu konularda yapılacak çalışmaların artırılmasında toplum sağlığı açısından yararlar olduğu görülecektir.

Borsa yatırımcıları, borsa yatırımının doğası gereği daha niteliksel kullanıcılar olmakta iken kripto paraları yatırım aracı olarak kullananlarda böyle bir entelektüel birikime sahip olmak çok da gerekli değildir. Borsada işlem yapabilmek için birçok ekonomik aktiviteyi bilmek gerekir. Ayrıca bazı işlemler için ekonomik bir alt yapıya da sahip olmak gereklidir. Bu yönü ile borsa daha eğitilmiş insan kitlelerinin takip ettiği bir uğraş gibi görünmektedir. Örneğin Akbulut ve Kaderli'nin borsa yatırımcılarının profiline yönelik yaptıkları çalışmalarında katılımcıların % 50 sinden fazlasının lisans ve lisans üstü eğitim almış kişilerden oluştuğunu tespit etmişlerdir (Akbulut & Kaderli, 2009). Her yaş grubundan ve eğitim düzeyinden katılımcı kripto para yatırımı yapabilme imkanına sahiptir.

Kripto para merkezi otorite kontrolüne ihtiyaç duymadan, çalışma akışını şifreleme teknikleri kullanarak sağlayan alfa nümerik bir para birimidir (Hossain, 2021),(Hakim das Neves, 2020),(Makarov & Schoar, 2020). Nakit gibi davranış göstermez anonim kullanıcı ile işlem görür.

Ayrıca kimlik ve varlık ifşası için özgürlük alanı sağlar. Dijital anahtar ile para biriminin değerini ve sahibinin kimliğini saklayan blok zincir teknolojisini kullanır (Singhal, Dhameja, & Panda, 2018). Merkezi otoriteden bağımsız hareket edebilme kabiliyeti sağladığı kolaylıkların yanında bazı sorunları da beraberinde getirmektedir. Bu yönü ile bazı sorunlu finansal para kaynaklarının (kara para, fuhuş uyuşturucu gelirleri vb.) ilgisini çeker. Bu yönü ile sınırlı ancak artan bir sayıda araştırmacı grubu, kriptoların bireylerin çevrimiçi kumar faaliyetlerini ve/veya yasadışı uyuşturuculara erişimlerini gizlemek için nasıl kullanıldığını anlamaya odaklanmıştır (Gainsbury & Blaszczynski, 2017; Orsolini, Papanti, Corkery, & Schifano, 2017). Araştırmalarda pek az ilgi çekici olsa da kripto ticaretinin kumarbazlar arasında çekici bir faaliyet olup olmadığı ve kripto ticaretinin sorunlu kumar oynama riskinin artmasıyla ilişkili olup olmadığı dikkate alınması gereken önemli bir durumdur (Mills & Nower, 2019). Sadece kripto para piyasasında paranın kaynağı konusundaki belirsizlikler değil aynı zaman da fiyatı konusunda da yoğun belirsizlikler yaşanmaktadır. 2012 yılında sisteme kaydedilen günlük 7000 işlem sayısı 2021 itibarı ile günlük 1 milyon sayısını aşmıştır (Benzekri & Özütler). Artan işlem sayısına paralel olarak bazı kripto paralarda büyük fiyatlanmalar yaşanmıştır. Kripto paralar içerisinde en yaygın bilineni olan Bitcoin 2016 yılında %122 2017 de ise %1360 artış göstermiştir (Bouri, Shahzad, & Roubaud, 2019). 2010 yılından itibaren bitcoin fiyatlarında yaşanan dalgalanmayı şekil 1 de görmek mümkündür.



Kaynak: [Blockchain Explorer - Search the Blockchain | BTC | ETH | BCH](https://blockchainexplorer.com/)

Grafik yıllara içerisinde anlık fiyat değişimlerini yansıtmaktadır. Bitcoin fiyatındaki oynaklık son birkaç yılda artış göstermiştir. 2017'den sonraki yıllar, COVID-19'un patlak vermesinden sonra fiyatlarda zirveler gerçekleşmiştir. 2020'de yaklaşık 20.000 dolara ulaşan 1 bitcoin fiyatı, pandemi sonrasında ortalama 40.000 dolara ve Nisan 2021'de tüm zamanların en yüksek rekoru olan 60.000 dolar seviyelerine ulaştı (Benzekri & Özütler). Literatürde bitcoinin büyük bir balon olduğunu (Bouri,

Molnár, Azzi, Roubaud, & Hagfors, 2017) iddia eden araştırmacılar olduğu gibi baloncuklar oluşturduğuna yönelik ampirik kanıtlar sunan çalışmalarda bulunmaktadır (Bouri et al., 2019; Cheung, Roca, & Su, 2015; Corbet, Lucey, & Yarovaya, 2018; Fry & Cheah, 2016). Kripto paraların fiyatlarındaki yoğun dalgalanmalar kripto para ticaretini bir yönü ile yüksek riske sahip senetlerin alım satımına benzetmektedir. Bu senetler sık el değiştirirler ve yüksek risk toleransına sahip yatırımcılar tarafından tercih edilir (Mills & Nower, 2019). Hisse senedi alım satımında el de edilen üç haz (yüksek getiri özlemi, heyecan arayışı ve vakit geçirme) içerisinde yüksek getiri özelemleri ve heyecan arayışı kumar güdüsü olarak değerlendirilir (Arthur, Delfabbro, & Williams, 2015). Ayrıca kaybedilen büyük kayıpların telafi arayışı, kolay alım satımı, internetten yoğun takip gibi unsurlar kripto para alım satımını sorunlu borsa, problematik kumar gibi bağımlılıklar ile ilişkilendirilir hale getirmektedir. Griffiths, Kripto para alım satımını günlük çevrim içi alım satım bağımlılığının bir alt türü olarak ya da borsa bağımlılığı olarak değerlendirmiştir (MD Griffiths, 2018). Kripto paralar bilgisayar yardımı ile üretilmektedir ayrıca ticareti (alım satımı) internet aracılığı ile yapılmaktadır (Park, Im, Seol, & Paek, 2019). İnternette harcanan zamanın kontrol edilememesi genel olarak internet bağımlılığı olarak ifade edilir (Yellowlees & Marks, 2007). Menteş ve ark. kripto paraların kumar ve internet bağımlılığı ile olan benzerliklerinden yola çıkarak sorunlu kripto para kullanım ölçeğini geliştirmişlerdir. Bu çalışmada kripto para kullanımının ana nedeni olarak kumar bağımlılığı ile olan benzerlik ve işlemlerinin bilgisayar yardımı ile yapılmasından hareketle kumar bağımlılığı ve internet bağımlılığına yönelik geliştirilmiş ölçekler yardımı ile sorunlu kripto para kullanımına yönelik ölçek geliştirilmiştir. Ölçekte 15 madde bulunmaktadır. Ölçek soruları iki faktörlü bir yapı oluşturmuştur. Çalışmada birinci faktör “yoksunluk ve tolerans” olarak adlandırılmış ikinci faktör ise “para bulma davranışı ve inkar” şeklinde isimlendirilmiştir (Menteş, Yolbaş, & Bulut).

## **Sonuç**

Kişilerin bireysel sosyal iş ve aile ve yaşamlarını ve bu sistematik işleyişin işlevselliğini bozacak şekilde kontrol edilemeyen kalıcı ve tekrarlanan istemlerle kumar oynama davranışı kumar oynama bozukluğu olarak adlandırılır (Çakmak & Tamam, 2018). İlk olarak DSM-III’te kumar bağımlılığı “Patolojik Kumar Oynama” şeklinde dahil olan kumar bağımlılığı kavramı, sonrasında DMS -4’te PKO “Başka yerde sınıflandırılmamış dürtü kontrol bozuklukları” kategorisinde değerlendirilmiş ancak bağımlılık olarak tanımlanmamıştır. DSM-5’te ise “Madde ile ilişkili ve Bağımlılık Bozuklukları” kategorisinde “Madde ile ilişkili olmayan bozukluk” kategorisinde değerlendirilmiştir (American Psychiatric Association & Association, 2013). Düzensiz kumar oynama alışkanlığı, sıkça kumar oynamak, istenen hazzı tekrarlama için daha fazla parayla oynamak, başarısız bırakma çabaları ve bu çabalar esnasında sinirlilik hali, olumsuz duygu durumlardan kaçmak için kumar oynamak, temel yaşam alanlarında kumar oynama davranışı, yüksek kayıpların telafisi için yeniden kumar oynamak, başkalarına güvenerek kumar oynamak ve kumar ile alakalı önemli ilişkiler

kurma gibi ölçütlerin 4'ünü gerçekleştirenlerde kumar oynama bağımlılığı tespiti yapılabilir(Çakmak & Tamam, 2018). Finansal piyasalar açısından da kumar oynamadaki duygu durum hali yaşanabilmektedir. Özellikle kripto para piyasaları müdahaleye açık sistemleri barındırmaktadır. Ya da toplu alım veya satım ile bir kripto para birimi ani olarak yükseltilebilmektedir. Bu işlemler sonucunda yatırımcılar bir anda çok para kazanabildiği gibi büyük bedeller de kaybedebilmektedir. Kaybın fazla olması kişilerde kaygı bozukluğu gibi bazı ruhsal hastalıklara neden olabilir. Mills ve Nower (2019) çalışmalarında; düzenli kumar alışkanlığı olanların yarıdan fazlasının bir önceki yıl kripto para yatırımında bulunduklarını belirlemişlerdir. Kripto alım satımı sıklığının spor bahisleri, günlük bahis oyunları, aşırı ticaret, çevrimiçi kumar veya sorunlu kumar oynama davranışı ile ilişkilendirileceğini belirtmişlerdir. Ayrıca Kripto para ticaretinin yüksek riskli günlük alım satım faaliyetinin bir uzantısı olarak düşünülebileceğini; özellikle kripto ve yüksek riskli hisse senedi yatırımcıları arasındaki yüksek oranda benzeşiklik olduğu hatta yüksek riskli hisse senedi yatırımcılarının % 75'inin aynı zamanda kripto para ticareti de yaptıklarını belirlemişlerdir. Ek olarak, kripto ve yüksek riskli hisse senedi tüccarları da benzer demografi ve kumar tercihlerini paylaştıklarını ileri sürmüşlerdir. Bu çalışma ile

- Kripto ticareti sıklığı, kripto ticaretine genel katılımın sınırlı bir değerlendirmesi
- “kripto bağımlılığı” kavramsalı ışığında(MD Griffiths, 2018), sorunlu kumar alışkanlığı ile uyumluluk gösteren kripto ticareti davranışlarıyla ilişkili zararların tespitine yönelik çalışmalar ile zararların tespitine başlanması

Şeklinde iki ana unsurda çalışmaların ilerlemesini öngörmektedir (Mills & Nower, 2019).

Bu çalışma genel olarak yukarıda açıklanan olguları destekleyici olarak hazırlanmıştır. Genel olarak Finansal piyasalarda karşılaşılan davranışsal bağımlılıklara yönelik çalışmalar sınırlıdır. Özellikle pandemi döneminde artan kripto para kullanımı ve yaşanan kayıpların olumsuz etkileri yeterince araştırma konusu yapılmamıştır. Bu çalışmanın ileriki çalışmalar açısından kavramsal bir çerçeve oluşturması beklenmektedir. Kripto para ticareti kaynaklı olumsuz davranışların tespitine yönelik çalışmaların artırılması tavsiye edilmektedir.

### Kaynakça

- Akbulut, R., & Kaderli, Y. (2009). Şanlıurfa il merkezindeki borsa yatırımcılarının profili ve bu yatırımcıların hisse senetlerine yatırım yapma sürecini etkileyen faktörlerin analizi. *Muhasebe ve Finansman Dergisi*(43), 212-226.
- American Psychiatric Association, D., & Association, A. P. (2013). Diagnostic and statistical manual of mental disorders: DSM-5. In: Washington, DC: American psychiatric association.
- Arthur, J. N., Delfabbro, P., & Williams, R. J. (2015). Is there a relationship between participation in gambling activities and participation in high-risk stock trading? *Journal of Gambling Business & Economics*, 9(3).

- Ayhan, B., & Köseliören, M. (2019). İnternet, online oyun ve bağımlılık. *Online Journal of Technology Addiction and Cyberbullying*, 6(1), 1-30.
- Bell, C. C. (1994). DSM-IV: diagnostic and statistical manual of mental disorders. *Jama*, 272(10), 828-829.
- Benzekri, M. K., & Özütlü, H. Ş. On the Predictability of Bitcoin Price Movements: A Short-term Price Prediction with ARIMA. *Journal of Economic Policy Researches*, 8(2), 293-309.
- Bouri, E., Molnár, P., Azzi, G., Roubaud, D., & Hagfors, L. I. (2017). On the hedge and safe haven properties of Bitcoin: Is it really more than a diversifier? *Finance Research Letters*, 20, 192-198.
- Bouri, E., Shahzad, S. J. H., & Roubaud, D. (2019). Co-explosivity in the cryptocurrency market. *Finance Research Letters*, 29, 178-183.
- Brock, J., & Middleton, L. S. (2021). Trading Addiction: An Analysis of Prescription and Non-Prescription Opioid Abuse.
- Cheung, A., Roca, E., & Su, J.-J. (2015). Crypto-currency bubbles: an application of the Phillips–Shi–Yu (2013) methodology on Mt. Gox bitcoin prices. *Applied Economics*, 47(23), 2348-2358.
- Corbet, S., Lucey, B., & Yarovaya, L. (2018). Datestamping the Bitcoin and Ethereum bubbles. *Finance Research Letters*, 26, 81-88.
- Çakmak, S., & Tamam, L. (2018). Kumar oynama bozukluğu: Genel bir bakış. *Bağımlılık Dergisi*, 19(3), 78-97.
- Deaton, A. (2012). The financial crisis and the well-being of Americans 2011 OEP Hicks Lecture. *Oxford economic papers*, 64(1), 1-26.
- Denizci Nazlıgül, M., Baş, S., Akyüz, Z., & Yorulmaz, O. (2018). İnternette oyun oynama bozukluğu ve tedavi yaklaşımları: Sistematik bir gözden geçirme.
- Diagnostic, A. (1987). Statistical Manual of Mental Disorders, Revised. *American Psychiatric Association*.
- Dinç, M., & Ögel, K. (2019). İnternet Bağımlılığı ve Tedavisi. *Bağımlılık Tanı, Tedavi, Önleme*, 1, 703-717.
- Edition, F. (2013). Diagnostic and statistical manual of mental disorders. *Am Psychiatric Assoc*, 21.
- Fry, J., & Cheah, E.-T. (2016). Negative bubbles and shocks in cryptocurrency markets. *International Review of Financial Analysis*, 47, 343-352.

- Gainsbury, S. M., & Blaszczynski, A. (2017). How blockchain and cryptocurrency technology could revolutionize online gambling. *Gaming Law Review*, 21(7), 482-492.
- Grall-Bronnec, M., Sauvaget, A., Boutin, C., Bulteau, S., Jiménez-Murcia, S., Fernandez-Aranda, F., . . . Caillon, J. (2017). Excessive trading, a gambling disorder in its own right? A case study on a French disordered gamblers cohort. *Addictive behaviors*, 64, 340-348.
- Granero, R., Tarrega, S., Fernandez-Aranda, F., Aymami, N., Gomez-Pena, M., Moragas, L., . . . Menchon, J. M. (2012). Gambling on the stock market: an unexplored issue. *Comprehensive Psychiatry*, 53(6), 666-673.
- Griffiths, M. (2018). Hot topics in gambling: Gambling blocking apps, loot boxes, and 'crypto-trading addiction'. *Online Gambling Lawyer*, 17(7), 9-11.
- Griffiths, M., Wardle, H., Orford, J., Sproston, K., & Erens, B. (2009). Sociodemographic correlates of internet gambling: Findings from the 2007 British Gambling Prevalence Survey. *CyberPsychology & Behavior*, 12(2), 199-202.
- Hakim das Neves, R. (2020). Bitcoin pricing: impact of attractiveness variables. *Financial Innovation*, 6, 1-18.
- Hartston, H. (2012). The case for compulsive shopping as an addiction. *Journal of psychoactive drugs*, 44(1), 64-67.
- Hossain, M. S. (2021). What do we know about cryptocurrency? Past, present, future. *China Finance Review International*.
- Hou, Y., Xiong, D., Jiang, T., Song, L., & Wang, Q. (2019). Social media addiction: Its impact, mediation, and intervention. *Cyberpsychology: Journal of psychosocial research on cyberspace*, 13(1).
- Kafes<sup>1</sup>, A. Y., Ülker, S., & Sayar, G. H. YEME BAĞIMLILIĞI.
- Levine, H. G. (1978). The discovery of addiction. Changing conceptions of habitual drunkenness in America. *Journal of studies on alcohol*, 39(1), 143-174.
- Maddux, J. F., & Desmond, D. P. (2000). Addiction or dependence? *Addiction*, 95(5), 661.
- Makarov, I., & Schoar, A. (2020). Trading and arbitrage in cryptocurrency markets. *Journal of Financial Economics*, 135(2), 293-319.
- Mann, K., Kiefer, F., Schellekens, A., & Dom, G. (2017). Behavioural addictions: Classification and consequences. *European Psychiatry*, 44, 187-188.

- Marković, H., Nikolac, N., Tripković, M., Haluga-Golubović, I., & Ćustović, Z. (2012). Connection between addictive behavior and investing on the stock market in Croatia. *Alcoholism and psychiatry research: Journal on psychiatric research and addictions*, 48(2), 69-80.
- McInerney, M., Mellor, J. M., & Nicholas, L. H. (2013). Recession depression: mental health effects of the 2008 stock market crash. *Journal of health economics*, 32(6), 1090-1104.
- Menteş, N., Yolbaş, İ., & Bulut, M. Development and Verification of Problematic Cryptocurrency Trading Scale.
- Mills, D. J., & Nower, L. (2019). Preliminary findings on cryptocurrency trading among regular gamblers: A new risk for problem gambling? *Addictive behaviors*, 92, 136-140.
- Mosenhauer, M., Newall, P. W., & Walasek, L. (2021). The stock market as a casino: Associations between stock market trading frequency and problem gambling. *Journal of Behavioral Addictions*, 10(3), 683-689.
- Nazlıgül, M. D., & Yılmaz, A. E. (2019). Oyun bağımlılığı ve egzersiz bağımlılığına davranışsal bağımlılık çerçevesinden bakış. *Bağımlılık Dergisi*, 20(2), 97-108.
- O'Brien, C. P., Volkow, N., & Li, T. (2006). What's in a word? Addiction versus dependence in DSM-V. In (Vol. 163, pp. 764-765): Am Psychiatric Assoc.
- Oliveira, M. P. M., & Silva, M. T. A. (2001). A comparison of horse-race, bingo, and video poker gamblers in Brazilian gambling settings. *Journal of gambling studies*, 17(2), 137-149.
- Organization, W. H. (1993). *International Classification of Diseases ICD 10 Classification of Mental and Behavioural Disorders: Clinical Descriptions and Diagnostic Guidelines*: World Health Organisation.
- Orsolini, L., Papanti, D., Corkery, J., & Schifano, F. (2017). An insight into the deep web; why it matters for addiction psychiatry? *Human Psychopharmacology: Clinical and Experimental*, 32(3), e2573.
- Özcan, Y. S., Hamzaoglu, N., & Burcu, T. Üniversite Öğrencilerinin Kimyasal ve Davranışsal Bağımlılıklara İlişkin Bakış Açıları ve Bilgi Düzeyleri. *Bağımlılık Dergisi*, 21(1), 44-55.
- Park, S., Im, S., Seol, Y., & Paek, J. (2019). Nodes in the bitcoin network: Comparative measurement study and survey. *IEEE Access*, 7, 57009-57022.
- Pearson, C., & Hussain, Z. (2016). Smartphone addiction and associated psychological factors.
- Potenza, M. N. (2014). Non-substance addictive behaviors in the context of DSM-5. *Addictive behaviors*, 39(1).

- Riccardo Guglielmo, M., & Luigi Janiri, M. Is Pathological Trading an Overlooked Form of Addiction?
- Schmidt, C. (2010). Comportements financiers et jeux de hasard: une approche neuroéconomique. *Psychotropes*, 16(1), 57-72.
- Singhal, B., Dhameja, G., & Panda, P. S. (2018). Introduction to blockchain. In *Beginning Blockchain* (pp. 1-29): Springer.
- Starcevic, V. (2016). Behavioural addictions: A challenge for psychopathology and psychiatric nosology. *Australian & New Zealand Journal of Psychiatry*, 50(8), 721-725.
- Team, D., & Turner, N. E. (2011). The addictiveness of online brokerage services: A first person account. *Journal of Gambling Issues*(25), 113-129.
- Yellowlees, P. M., & Marks, S. (2007). Problematic Internet use or Internet addiction? *Computers in human behavior*, 23(3), 1447-1453.
- Youn, H., Choi, J.-S., Kim, D.-J., & Choi, S.-W. (2016). Development and validation of a stock addiction inventory (SAI). *Annals of general psychiatry*, 15(1), 1-7.

**CEMİL SENA ONGUN’UN “FİKİR KIRINTILARI”NDA SOSYAL DARWİNİST  
YANSIMALAR**

**SOCIAL DARWINIST REFLECTIONS IN CEMİL SENA ONGUN’S “IDEAS CRUMBS”**

**Ragıp ERGÜN<sup>1</sup>**

**Öz**

Bu çalışma Tek Parti Dönemi aydınlarından Cemil Sena Ongun’un Varlık Mecmuasındaki uzun metrajlı “Fikir Kırıntıları” başlıklı yazı dizindeki sosyal Darwinizmin etkisini anlamaya odaklanmaktadır. 19. yüzyılın ikinci yarısından başlayarak 20. yüzyılın ikinci yarısına kadar Batı düşüncesini etkileyen yaklaşımlarından olan sosyal Darwinizm, insanı biyolojiye indirgemekte, içtimai yaşamı bu düzlemde inşa etmeye çalışmaktadır. Başta Avrupa olmak üzere dünyanın pek çok ülkesinde uygulama alanı bulan sosyal Darwinizm, Tek Parti Dönemi aydınlarının da dikkatini çekmiş ve bu insanları oldukça fazla etkilemiştir. Bu yüzden dönemin devlet ideolojisini yansıtır ve inşa etme iddiasında olan Varlık Mecmuası’nın yazarlarından Cemil Sena Ongun’un “Fikir Kırıntıları” yazı dizisinin anlaşılması önem arz etmektedir. Bu yazı dizisinde Cemil Sena, Tanrı fikrinin tekâmülünden insanın ontolojik anlamına, ahlak mefhumunun mahiyeti ve kökeninden “tarih evvel” zamanların nasıl anlaşılması gerektiğine kadar pek çok konuya değinmiştir. Bu konuları/kavramları sosyal Darwinist perspektifle inceleyen Cemil Sena bu yaklaşımı doğrudan kullanan ve savunduğunu da açıkça ifade eden nadir Cumhuriyet dönemi aydınları arasındadır. Bu nedenle Cemil Sena’nın “Fikir Kırıntıları”ndaki sosyal Darwinist etkinin anlaşılması dönemin düşünce dünyasının anlaşılması için oldukça önemlidir.

**Anahtar Kelimeler:** Varlık Mecmuası, Sosyal Darwinizm, Cemil Sena Ongun,

**Abstract**

This study focuses on understanding the impact of social Darwinism in the feature-length article titled “Idea Crumbs” in the Varlık Magazine by Cemil Sena Ongun, one of the intellectuals of the Single Party Era. Social Darwinism, one of the approaches that influenced Western thought from the second half of the 19th century to the second half of the twentieth century, reduces human beings to biology and tries to build social life on this plane. Social Darwinism, which has found application in many countries of the world, especially in Europe, also attracted the attention of the intellectuals of the Single Party Era and greatly influenced these people. For this reason, it is important to understand the article series “Idea Crumbs” by Cemil Sena Ongun, one of the authors of Varlık Magazine, which claims to reflect and build the state ideology of the period. In this series of articles, Cemil Sena touched upon many issues from the evolution of the idea of God to the ontological meaning of man, from the nature and origin of the concept of morality to how “prehistoric” times should be understood.

<sup>1</sup> Öğr. Gör.Dr., Artvin Çoruh Üniversitesi Şavşat MYO Hukuk Bölümü, [r.ergun@artvin.edu.tr](mailto:r.ergun@artvin.edu.tr), ORCID: 0000-0002-7675-8729

Examining these issues/concepts from a social Darwinist perspective, Cemil Sena is among the rare Republican period intellectuals who directly use this approach and openly express that he defends it. For this reason, understanding the social Darwinist influence in Cemil Sena's "Idea Crumbs" is very important for understanding the world of thought of the period.

**Key Words:** Varlık Magazine, Social Darwinism, Cemil Sena Ongun,

## **GİRİŞ**

Batı'da uzun bir dönem bilgi üretme tekeli din adamları sınıfında bulunmuştur. Bu tekelin el değiştirmesi oldukça çetrefilli, acılı ve kaotik bir sürecin sonunda olmuş ve mücadeleyi bilim adamları kazanmıştır. Bu sürecin sonunda Batı'da bilgi üretme, hangi verinin bilgi olduğuna karar verme ve bilginin değerini belirleme yetkisi yeni bir sınıfin eline geçmiştir. Bilginin din adamlarından bilim adamlarına geçiş sürecinde din adamlarına güç veren meşruiyet kaynakları teker teker yıkılmaya çalışılmıştır. Bu süreçte öncelikte var olanın alternatifi olma iddiası hâkimdir. Rene Descartes'in matematik, Isaac Newton'un fizik ile alternatif dindarlık söylemi (Descartes, 1984: 46-47; Ülken, 1983: 16) ile başlayan bu süreç, materyalizm ile maddenin kendisinin yaratıcı gücü olduğu iddiasına yerini bırakmıştır. Ayrıca Tanrının siyasal kitabında anlaşmanın zor olduğu ve bu yüzden onun sayısal/tabiata kitabında anlaşmaya çalışmanın gerektiği iddiası zamanla pozitivizmin ortaya çıkmasıyla Tanrısal bilginin dışlanmasına neden olmuştur. Maddeye içkin olduğu öne sürülen kuvvet ve ampirik/deneysel bilgi ile din adamları bilgi üretme sahasından kovulmaya çalışılsa da insan başta olmak üzere bütün canlı türlerin ortaya çıkışı konusunda uzun bir süre Tanrısız bir izah yapılamamıştır. Bu kritik eşik daha sonra Darwin'in biyolojik evrim teorisiyle aşılmaya çalışılmıştır.

Evrim teorisi üzerine çalışan pek çok düşünür ve bilim tarihçisi bu yaklaşımın eski Yunan Filozofu Anaksimender'e (diğer ismiyle Anaksimandros) kadar uzandığını iddia etmiştir (Galip Ata, 1931: 35). Ancak bu teori günümüz anlamıyla ilk kez Lamarck'ın 1809'da kaleme aldığı *Philosophie Zoologique* (Hayvanbilimsel Felsefe) adlı eserinde "muhite uyum" yaklaşımı ile dillendirilmiştir. Lamarck bu eserinde evrimsel sürecin çok yavaş işlediğini, iptidai olandan mürekkep olana sürekli bir geçişin olduğunu, yaşama savaşının yok olmadan ziyade yeni bir türe dönüşümü ifade ettiğini ileri sürmüştür. Lamarck evrim teorisinin bütün canlılara uygulanmasının/uyarlanmasının, ara formların bütünün tespitinin gerektiğini düşündüğünden bu yaklaşımın ispatının çok zor olduğunu öne sürmüştür (Lamarck, 1963: 38-50).

Modern evrim teorisine en büyük katkılardan birini Thomas Robert Malthus yapmıştır. İngiliz nüfus bilimci ve iktisatçı olan Malthus 1798 yılında kaleme aldığı "An Essay on the Principle of Population" (Nüfus İlkesi Üzerine Bir Deneme) adlı eserinde nüfusun hızlı artışının ileride gıda yetersizliğine neden olacağını öne sürmüştür. Bu durumun ise insanlığı tehdit ettiğini iddia etmiştir (Malthus, 1966: 13-15). Malthus'un bu iddiası Darwin'in "hayat mücadelesi", "doğal seleksiyon" ve "en güçlü olanın hayatta kalması" fikirlerine kaynaklık etmiştir.

Darwin'i teorisini geliştirirken etkileyen düşünürlerden bir diğeri de kuşkusuz Herbert Spencer'dır. Spencer, hayatın bütün alanlarını kapsayan bir evrim teorisinden bahsetmiştir. Spencer 1862 yılında yayınlanan *First Principles* (İlk Prensipler) adlı eserinde içtimai hayat başta olmak üzere hayatın bütün şubelerinde "büyük evrim kanunu"nın olduğunu ileri sürmektedir. Bu yaklaşımıyla Spencer, Tanrı ve din kavramının ortaya çıkışını da evrim kanunu ile açıklamış, iptidai toplumlarda yoğun olan bu mefhumların medeni toplumlarda yerini pozitif bilimlere bıraktığını iddia etmiştir (Spencer, 2009: 17-24). Dobzhansky'ye göre Spencer'ın evrim teorisi *survive of fittest* (en iyinin/uygun olanın hayatta kalması) yaklaşımı üzerine bina edilirken; Spencer'dan etkilenen Darwin ise teorisini *struggle for existence* (en güçlü olanın hayatta kalması) kavramına dayandırmıştır. Dobzhansky bu durumu bir adım daha ileri taşıyıp Darwin'in doğal seleksiyoncu evrim yaklaşımının ırkçılık ve Nazizm için "bilimsel" meşruiyet ürettiğini ifade etmektedir (Dobzhansky, 1959: 112-113). Ayrıca Spencer, doğal seleksiyon kanunun hayatın içindeki etkisini azalttığını düşündüğünden dolayı sosyal güvenlik politikalarını eleştirmiş, devlet tarafından yapılan bu tür müdahalelerin toplumun dengesini bozacağını savunmuştur (Spencer, 2004: 50).

Batı düşünce tarihinde insan ve diğer canlı türlerinin ortaya çıkışıyla ilgili evrimsel izah denemeleri Darwin'den çok önce başlamıştır. Ancak hiçbirisi sistematik bir izah getirememiş ve yeterince karşılık bulamamıştır. Darwin bu manada kendisinden önceki düşünürlerden farklılaşmakta, insan dâhil bütün canlı türlerinin kökeni ve ortaya çıkışıyla ilgili Tanrıyı merkeze almadan açıklama yapmaktadır. Biyolojik bir açıklamanın ötesinde yeni bir hayat perspektifi sunan Darwin, literatürdeki tanımlamanın aksine sosyal Darwinizmin en önemli teorisyenidir. Hayatı bir savaş ve mücadele alanı olarak tanımlayan Darwin, hayatın içinde doğal/tabii bir seçilimin/seleksiyonun olduğunu, en güçlü/uygun olanların hayatlarına devam ettiğini, savaşı kaybedenlerin ise yok olup gittiğini öne sürmüştür. Canlılar arasında hiyerarşik bir yapının olduğunu öne süren Darwin, bu hiyerarşiyi insan ırklarına da uyarlamıştır.

Darwin'in "insan"ın ontolojik yapısını tanımlarken Tanrı'yı devre dışı bırakması, içtimai kavramların da yeniden tanımlanması sorununu gündeme getirmiştir. Biyolojiyi merkeze alan, Malthus'un *nüfus teorisinden*, Spencer'ın *en iyinin hayatta kalması* fikrinden etkilenen Darwin, insanın, diğer bütün canlı türlerinde olduğunu iddia ettiği gibi, ortak bir atadan *doğal seleksiyon* ile evrildiğini öne sürmüştür. Darwin türlerin kendi içindeki ve türler arası mücadele sonucu *doğal seleksiyon* yoluyla evrilerek meydana geldiğini iddia etmiştir. Hayatın bir bütün olarak savaş ve mücadele alanı olduğunu düşünen Darwin, daha güçlü ve şartlara uygun olanların yaşamlarını devam ettirdiğine, güçsüz ve uyumsuz olanların ise yok olup gittiğine inanmaktadır. Bu yaklaşım sadece fen bilimleriyle sınırlı kalmamış, özellikle on dokuzuncu yüzyılın ikinci yarısından yirminci yüzyılın ilk yarısının sonuna kadar sosyal bilimleri de etkilemiştir. Literatürde biyolojik evrim teorisinin sosyal bilimlere yansımaları olarak isimlendirilen sosyal Darwinizm, pek çok sosyal bilimci tarafından farklı ilim sahalarına uyarlanmaya çalışılmıştır. Ayrıca yirminci yüzyılın ilk yarısındaki devlet adamlarının

bir kısmı da sosyal Darwinist fikirleri kendi ülkelerinde uygulamaya çalışmıştır. İkinci Dünya Savaşı'nın getirdiği vahşet ve Hitler'in öjeni politikaları nedeniyle sosyal Darwinizm görece mevzi kaybetmiş gibi görünse de günümüzde hala bilimsellik/bilimcilik üst başlığı altında varlığını devam ettirdiğini söylemek gerekmektedir.

Türkiye'de yeni kurulan Cumhuriyet 20. yüzyılın ilk yarısında kendini aramakta, ancak "eski" olan ile bağıni koparma arzusunu da içinde taşımıştır. Genç Cumhuriyet ve aydınları hem Birinci Dünya Savaşı'nda hem de Kurtuluş Savaşı'nda mücadele verilen Batı'yı daha sonra "yeni" olanın inşa edilmesi için örnek almıştır. Bu dönem Batı'da yoğun bir şekilde bilimsellik adı altında evrim ve sosyal Darwinizm içtimai alanın inşa edilmesinde mihenk taşı olarak kullanılmıştır. Son dönem Osmanlı aydınlarının da bu düşüncelerden etkilendiği, genç cumhuriyetin de ilmi mirasını buradan tevarüs ettiği düşünülürse, Tek Parti Dönemi aydınlarının mecburi istikametinin evrim ve sosyal Darwinizm olması anlaşılır bir durumdur.

Tek Parti Döneminde edebi alanda yaptığı çalışmalarıyla tanınan Cemil Sena'nın çalışmaları incelendiğinde sosyal Darwinist tarafının ön plana çıktığı görülmektedir. Mevcut literatürde Cemil Sena üzerine üç adet yüksek lisans ve bir adet de doktora tezi bulunmaktadır<sup>2</sup>. Bu çalışmaların hiçbirisi Cemil Sena'nın sosyal Darwinist yönüne değinmemektedir. Ancak Cemil Sena pek çok çalışmasında hayatı anlamlandırmada ve onun inşa edilmesinde sosyal Darwinizmi düşüncesinin merkezine koymaktadır. İlgili çalışmaları yapan kişilerin Cemil Sena'da sosyal Darwinist etkinin oldukça yoğun olmasına rağmen hiç değinmemiş olmamalarını hem ilgili yaklaşıma dair literatür eksikliği hem de Cemil Sena'nın başka özelliklerine yönelmiş olmaları karine olarak gösterilebilir.

Sosyal Darwinizm'in dünyanın pek çok ülkesinde etkisini yoğun bir şekilde gösterdiği yirminci yüzyılın başlarında Türkiye Cumhuriyeti kurulma aşamasına girmiş ve dönemin aydınları da bu yaklaşımdan oldukça fazla etkilenmiştir. Tek Parti Döneminin devlet desteğiyle çıkan mecmualarından olan Varlık ve yazarları dönemin fikri yapısını inşa etme iddiasını taşımaktadır. Varlık'ın ilk sayılarından itibaren sürekli yazılar yazan Cemil Sena (Ongun) "Fikir Kırıntıları" başlıklı, toplamda otuz sekiz makaleyi bulan bir yazı dizisi kaleme almıştır. Başlangıcı 1 Eylül 1933'deki dördüncü sayıya tekabül eden bu yazı dizisi, yetmiş ikinci sayı olan 1 Teşrinievvel (Ekim) 1936'da sona ermiştir. Bu yazı dizisi yüksek oranda sosyal Darwinizmin dünya görüşünü yansıtmaktadır. İçtimai hayatın pek çok alanını ve kavramını "eski"den koparıp, "yeni"den inşa etme iddiasında olan Cemil Sena, dönemin bilimci dili olan sosyal Darwinizmi mihenk taşı olarak

---

<sup>2</sup> Kamil Parın (2015), "Cemil Sena Ongun'un Milli Mecmua'daki Sanat Ve Edebiyat Yazıları", **Trakya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü**, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi; Ayşe Ağcaoğlu (2012), "Cemil Sena'nın Türkçe'nin Öğretimi Üzerine Yaptığı Çalışmalarının Değerlendirilmesi", **Başkent Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü**, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi; Tuncay Öztürk (2011), "Cemil Sena'nın Estetik Ve Sanat Anlayışı", **Trakya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü**, Yayınlanmamış Doktora Tezi; Şükrü Topuz (2004), "Felsefeci Olarak Cemil Sena Ve Türk Düşüncesindeki Yeri", **İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü**, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi.

kullanmaktadır. "Fikir Kırıntıları"nda "yanlış", bu düşünceye uymayanlar iken; bu düşünce ile uyumlu paradigmalara sahip olan yaklaşımlar ise "doğru" olarak kabul görmüştür. Çeşitli makalelerinde bu durumu açıkça ifade eden Cemil Sena, sosyal Darwinizm kavramını da doğrudan kullanmaktan çekinmemiştir.

Bu çalışma içerisinde öncelikle Darwin'in biyolojik ve sosyal evrim fikirlerine, literatürdeki sosyal Darwinizm kavramına ve dünyadaki karşılıklarına değinilecektir. Daha sonra Osmanlı'nın son döneminden erken cumhuriyetin ilk zamanlarında bu düşüncesinin etkisiyle beraber Cemil Sena Ongun'un "Fikir Kırıntıları" yazı dizisi aynı dönem Varlık'taki diğer yazılarıyla şerh edilerek sosyal Darwinizm'den ne şekilde etkilendiği ifade edilmeye çalışılacaktır.

### 1. DARWİNİZM: İNSANIN BİYOLOJİSİNDEN BİYOLOJİNİN İNSANINA

Charles Robert Darwin isimli bir doğa bilimci 1831 yılında HMS Beagle adlı bir araştırma gemisiyle Galapagos adalarına yaptığı seyahatindeki gözlemlerini 1859'da yayınladığı *On the Origin of Species* (Türlerin Kökeni) isimli eserinde anlatmıştır. Bu eser bilim camiasında oldukça fazla yankı uyandırmıştır. Darwin bu eserinde *laissez faire* ekonomik düzenini ve Malthus'un nüfus teorisini bitki-hayvan dünyasına uyarlamıştır. Darwin daha sonra 1871 yılında, evrim teorisini insana uyarladığı *The Descent of Man, and Selection in Relation to Sex* (İnsanın Türeyişi ve Cinse Göre Seçilim) adlı eserini yazmıştır. Bu eser Türkçeye *İnsanın Türeyişi* olarak çevrilmiştir (Doğan, 2012: 41).

Darwin *Türlerin Kökeni* adlı eserinde biyolojik evrimi, "hiç durmadan çalışan bir güç" olarak ifade ettiği "doğal seleksiyon"u merkeze alarak açıklamıştır (Darwin, 1976: 86-87). Malthus'un kaynakların aritmetik olarak artarken, nüfusun geometrik olarak arttığını (Malthus, 1966: 14) ileri sürdüğü teorisinden etkilenen Darwin hem *Türlerin Kökeni* hem de *İnsanın Türeyişi* adlı eserlerinde, bu durumun yaşam mücadelesine, bu mücadelenin de doğal seleksiyona neden olduğunu iddia etmiştir (Darwin, 1975: 87; Darwin, 1976: 25, 88).

Darwin, insan ve canlı türlerinin ontolojik gerçekliğini yeniden icat etmeye çalıştığı iki eserinde teolojik yaratımı yadsılamakta, bütün yaşamın evrim sonucunda meydana geldiğini, canlıların hayat mücadelesi ile varlıklarını devam ettirdiklerini ileri sürmüştür (Darwin, 1976: 66, 80-81; Darwin, 1975: 132). Darwin *İnsanın Türeyişi* adlı eserini neden yazdığına dair üç amaçtan söz etmektedir. Darwin'in birinci amacı, bütün canlı türleri gibi insanın da kendinden önce yaşamış bir alt türden türediğini ispatlamaktır. Darwin'in ikinci amacı, insanın evrimsel yaşam yolunu ve yöntemlerini ortaya çıkarmak; üçüncü olarak ise, insan ırkları arasındaki hiyerarşik ve diğer farkları incelemektir (Darwin, 1975: 8).

Darwin kendisinden sonra öjenizmin kurucusu olacak olan kuzeni Francis Galton'un fikirlerine kaynaklık edecek pek çok argümanı ortaya atmaktadır. Darwin "doğuştan-apıllar" olarak nitelediği ve aşağı hayvanlara benzediğini iddia ettiği zihinsel özürlü insanların durumu, yiyeceği her

lokmayı ağzına atmadan önce dikkatle koklamasını, iğrenç alışkanlıklarının olmasını, utanma duygularının olmamasını ve vücutlarının oldukça kıllı olmasını örnek göstererek evrimsel olarak geriye (bir önceki hayvan türüne) ket vurması olarak izah etmektedir (Darwin, 1975: 53). Ayrıca Darwin bu insanların tam olarak konuşma becerisine sahip olmamalarını, bir şeye odaklanamamalarını, yabani hayvanlar gibi kuvvetli olmalarını, hiç durmadan hoplayıp zıplamalarını, merdivenleri çoğu zaman dört ayak üzerinde çıkmalarını, ağaçların ve çeşitli nesnelerin tepesine tırmanmaya aşırı düşkünlüklerini de bu durum için delil olarak göstermektedir (Darwin, 1975: 52).

İnsan neslini yabanıl ve medeni olarak ikiye ayıran Darwin bu konuda şu şekilde bir çıkarsama yapmaktadır (Darwin, 1975: 184):

Yabanıl insanların vücutça ve kafaca zayıf olanları elenir; ve sağ kalanlar, çoğunlukla, gerçekten sağlıklı kimselerdir. Öte yandan biz uygar insanlar, elenme sürecini engellemek için elimizden geleni yaparız; geri zekâlılar, sakatlar ve hastalar için bakımevleri kurarız; yoksulları koruma yasaları çıkarırız; tıp uzmanlarımız, her hastayı yaşatmak için en son ana kadar bütün ustalıklarını gösterirler. Böylece uygarlaşmış toplumların zayıf bireyleri kendi soylarını sürdürmektedir. Evcil hayvan yetiştiriciliği yapmış hiç kimse, bunun insan ırkına büyük zararı dokunacağından şüphe etmez.

Yabanıl, yani “medeni Batı” insanına benzemeyen, onun dışında kalan vücutça ve kafaca zayıf olanların hayat mücadelesinde eleneceğini ileri süren Darwin, sağ kalacakların ve neslini devam ettireceklerin çoğunlukla, gerçekten sağlıklı kimseler olacağını iddia etmektedir. Darwin, uygar insanların, elenme sürecini engellemek için ellerinden geleni yapmalarından şikâyet etmektedir. Medeni dünyanın geri zekâlılar, sakatlar ve hastalar için bakımevleri kurmasını; yoksulları korumak için yasalar çıkarmasını; tıp uzmanlarının, her hastayı yaşatmak için en son ana kadar bütün ustalıklarını kullanmalarını eleştirmektedir. Böylece uygarlaşmış toplumların içinde zayıf bireylerin kendi soylarını sürdürmekte olduğunu düşünen Darwin, “lakin evcil hayvan yetiştiriciliği yapmış bir kimse dahi, bu durumun insan ırkına büyük zararı dokunacağından şüphe etmez”, diyerek sosyal güvenlik politikalarını eleştirmektedir.

Darwin teorisini inşa ederken Herbert Spencer’den etkilendiğini açıkça ifade etmektedir (Darwin, 1975: 49). Sosyal güvenlik politikalarına dair en kapsamlı eleştiriyi de Spencer yapmıştır. Darwin ve Spencer’den etkilenen Gustave Le Bon da sosyal güvenlik politikalarına hayat mücadelesini ve doğal seleksiyonu engellediği gerekçesiyle karşı çıkmaktadır (Le Bon, 2001: 208). Bu bağlamda Darwinizm insanın biyolojisi üzerinden bir teori açıklamanın ötesinde biyoloji olarak kabul edilen ve “bilimsel hakikat” olarak görülen yaklaşıma insanı adapte etmek istemektedir. İnsanı biyolojik olarak tanımlayıp, ona göre bir paradigma geliştirilmemekte, biyoloji diye bir “hakikat” icat edilip insanın da bu duruma tâbi olması beklenmektedir.

Darwin bilim camiasında biyolog olarak bilinmektedir. Ancak Darwin’in bilim çerçevesine Tanrı’nın varlığı meselesi de girmektedir. Darwin biyolog olarak Tanrı konusunda şöyle düşünmektedir (Darwin, 1975: 130):

Her şeye gücü yeten bir tanrının varlığına olan yüceltici inanca insanın ta başlangıçta erıştırildiğini gösteren hiç bir kanıt yoktur. Tersine, öyle gelip geçici gezginlerden değil, yabancı insanlar arasında uzun süre kalmış kimselerden sağlanan ayrıntılı kanıtlar, bir ya da birden çok tanrı üzerine hiç bir düşüncesi olmayan, dillerinde böyle bir düşünceyi anlatmak için hiç bir sözcük bulunmayan sayısız ırkların yaşamış ve yaşamakta olduğunu göstermektedir. Sorun, evrenin bir yaratıcısı ve yöneticisi olup olmadığı sorunundan, o yüksek sorundan elbette tümü ile başkadır; bu güne kadar gelip geçmiş en yüksek zekâlardan kimisi, bu soruya olumlu yanıt vermiştir. Bununla birlikte, "din" teriminden, görünmeyen ya da ruhsal araçlara (spiritual agency) inancı anlarsak, durum bambaşka olur; çünkü bu inanç en az uygarlaşmış ırklarda evrensel görünmektir. Bu inancın nasıl doğduğunu açıklamak da güç değildir. Hayalgücü, şaşma, merak gibi önemli yetiler, biraz sağduyu ile birlikte, kısmen gelişir gelişmez, insan, çevresinde ne olup bittiğini elbette anlamak ister ve kendi öz varlığı üzerinde belli belirsiz kurguda (speculation) bulunur.

Darwin teorisiyle Tanrıyı canlıların ortaya çıkmasında devre dışı bırakmanın ötesinde Tanrı fikrini de eleştirmektedir. Darwin Tanrı'nın varlığını insan aklının "hayal gücüne", "şaşma" ve "merak yetisine" bağlamaktadır. Diğer bir ifadeyle Darwin, Tanrı'nın insanı yaratmadığını, insanın akli ile Tanrıyı yarattığını iddia etmektedir. Atila Doğan biyolog Darwin'in bu ve benzeri fikirleri Batı'da materyalizmin etki alanını genişletmesine imkân sağlamış olduğunu, özellikle Almanya'da Büchner, Vogt ve Moleschott gibi düşünürler tarafından Darwinizm ile materyalizmin birbirlerini güçlendirdiği ifade etmektedir. Çünkü Darwinizm'in materyalist felsefenin geniş kitlelere yayılmasını sağlayan seküler düşünceyi, ülkeler arası farklılık göstererek, güçlendirdiği görülmektedir. Sanayileşme ve ticaretin de en fazla geliştiği döneme denk gelen yaşam mücadelesi fikri, doğal seleksiyon fikrini hâlihazırdaki sanayileşmiş Batı ülkelerinin mevcut durumu ile de örtüşmektedir (Doğan, 2012: 43-44).

### 1.1. Sosyal Darwinizm: Biyolojinin İktimai Alana Tahakkümü

Darwin'in canlıların biyolojik yapısını örnek göstererek bütün canlı yaşamını bu yaklaşım ile tanımlaması sosyal bilimlere de etkilemekte ve Oscar Schmidth tarafından ilk defa 1879 yılında *Popüler Bilim* dergisinde sosyal Darwinizm kavramı kullanılmaktadır (Küçükali, 2019: 50). Schmidth tarafından bu kavram ilk kez kullanılmasına rağmen kavramın popüler hale gelmesi 20. yüzyılın ilk yarısının sonlarını bulmuştur. Sosyal Darwinizmin yaygın kullanılmaya başlanması Richard Hofstadter (1916-1970)'in 1944 yılında yayınlanan *Social Darwinism in American Thought* (Amerikan Düşüncesinde Sosyal Darwinizm) adlı eseriyle olmuştur. Sosyal Darwinist yaklaşımlar özellikle öjenizm üzerinden yirminci yüzyılın ikinci yarısından itibaren faşizmi meşrulaştırmak için kullanılmıştır. Hofstadter, sosyal Darwinizmi "yaşamak için mücadele" ve "en iyinin/uygun olanın hayatta kalması" düşüncelerinin iktimai alana uyarlanması olarak tanımlamaktadır. Hofstadter burada Darwin'in biyolojik evrim teorisi ile sosyal Darwinizm arasında ayırım yapmaktadır. Darwin'in eserlerindeki iktimai alana dair söylemlerini göz ardı etmektedir. Aynı zamanda Hofstadter, sosyal Darwinizmin *laissez faire* anlayışını tabiat kanunu olarak sunduğunu ve aynı zamanda ırkçı ve emperyalist politikaları desteklemek amacıyla kullanıldığını da belirtmektedir (Hofstadter, 1955: 6). Bu duruma örnek olarak da Hofstadter, *laissez faire* yaklaşımının etkisiyle İngiltere ve Amerika'da ırkçılığı, Kara Avrupası'nda ise emperyalizmi örnek olarak vermektedir (Hofstadter, 1962: 53-55). Hofstadter,

Darwin'in görüşleriyle sosyal Darwinizmi birbirinden ayırmakta, Batı'daki ırkçı ve emperyalist politikaların nedeni olarak Darwin'i değil, sosyal Darwinizmi müsebbip olarak göstermektedir.

Sosyal Darwinizm'in tek ve yekpare bir tanımının literatürde mevcut olmadığını ifade etmek gerekmektedir. Pek çok düşünür bu kavramın farklı özelliklerini ölçü alarak farklı açılardan yaklaşmaktadır. Bu duruma rağmen sosyal Darwinizmin genel geçer bir tanım yapmaya çalışanlar da yok değildir. Sosyal Darwinizm'e yek pare bir tanım yapmaya çalışan Greta Jones bu kavramı, siyaset, biyoloji, felsefe ve sosyal bilimlerin birbiri içine geçmiş ilişkiler yumağı olarak ifade etmektedir (Jones, 1980: ix). Jones 19. yüzyılın "bilimsel" yaklaşımlarının sosyal bilimlere etkisi altına aldığını, Darwin yaşamamış olsa bile, bugün Darwinizm başlığı altında zikredilen fikirlerin büyük çoğunluğunun, muhteva bağlamında yaşamaya devam edeceğini öne sürmektedir (Jones, 1980: 4). Aynı zamanda Jones, Darwinizmin toplumsal hayatta geçerli olan kuralları yıkarak, her alanda düşüncenin sekülerleşmesini sağladığını belirtmektedir (Jones, 1980: 8-9).

Sosyal Darwinizm üzerine çalışan M. Geoffrey Hodgson bu kavramı Darwin'in biyolojik evrim teorisinin içtimai alana uyarlanması olarak ifade etmektedir. Bu yaklaşımı savunanlara göre göre Darwin biyoloji ilmine dayanan "bilimsel" bir çalışma yapmıştır. Hal böyle iken dönemin otoriter devlet adamlarının art niyetli tutumu ya da sosyal bilimcilerin bu konudaki yetersizlikleri nedeniyle Darwin'in teorisi içtimai alana yanlış aksettirilmiştir (Hodgson, 2004: 448).

Sosyal Darwinizm sadece ilmi camiada tartışılmakla aklamamış, aynı zamanda devlet adamlarının fikirlerine de sirayet etmektedir. Birinci Dünya Savaşı öncesinde ve savaş sırasında Almanya Şansölyesi olan Theobald von Bethmann Hollweg (1856 - 1921) sosyal Darwinizm düşüncesinin etkisiyle Almanya'nın ya yükseleceğini ya da düşeceğini beyan etmekte ve doğal seçilimin olduğu dünyada sanayi, nüfus ve ticaret gibi alanlarda Almanya'nın gösterdiği başarılar sayesinde en uygun olarak hayatta kalacağını düşünmektedir (Herwig, 2003: 164).

Sosyal Darwinist pek çok düşünür bu yaklaşımı insanın bir özelliği olmanın ötesinde insanın biyolojik kaderi olarak sunmaktadır. Birinci Dünya Savaşı öncesi dönemde Amerikan popüler biliminin, insan ve hayvan türü arasında kaba benzetmeler yaptığı görülmektedir. İnsanlar biyolojik iplerle sarsılan kuklalar olarak tasvir edilmekte, şiddet evrimsel bir gereklilik olarak kabul edilmektedir (Crook, 1994: 137). Çünkü insan, bu görüşe göre, fizyolojik/biyolojik yapısı gereği, ilkel bir savaşçı olmak için programlanmakta, adrenalin, tireoiyodin, glikojen gibi beyinde salgılanan kimyasallar, vücut ısı, solunum ve kalp atışı yoğunluğu ile harekete geçmekte, hayvanlar gibi saldırganlık belirtileri göstermektedir (Crook, 1994: 139). Amerikalı psikolog Henry Rutgers Marshall (1852-1927) 1916 yılında yazdığı *War and the Ideal of Peace* (Savaş ve Barış İdeali) adlı eserinde insanın hayvanlarla benzer özelliklerini analiz etmekte ve insanı "savaşan bir hayvan" olarak tanımlamaktadır (Marshall, 1916: 95).

Biyolojik ve fizyolojik insan tanımı bu dönemde Amerikan toplumunda o kadar yaygındır ki, bu durumun meydana getirdiği ırkçı yaklaşımların da kanunlarda karşılık bulduğu görülmektedir. İlk olarak Nevada eyaletinde 1861 yılında yasalaşan *Anti-Miscegenation Laws* (İrklar Arası Evlilik Yasağı Kanunu) bu durum için en önemli örneklerdendir. Çünkü bu kanunun zamanla Amerika Birleşik Devletleri'nin 14 eyaletine yayıldığı bilinmektedir. Özellikle Asya kökenli insanlarla beyaz ırkın evliliğini yasaklayan bu kanun, farklı eyaletlerde çeşitli farklılıklar gösterse de beyaz ırkın korunmasına yönelik çıkarılmıştır (Sohoni, 2007: 587). Bu kanuna uymayanlar hakkında farklı eyaletlerde çeşitli cezalar uygulanmaktadır. Örneğin, Alabama eyaletinde beyaz ırktan birisi siyah ırktan birisiyle evlendiğinde 2 ile 7 yıl arasında değişen hapis cezasına çarptırılmakta; Florida eyaletinde 1000 Amerikan doları para cezası uygulanmaktadır (Barnett, 1964: 95). Georgia eyaletinde beyaz ırktan birisi, siyah ırk kökenli herhangi bir bireyle evlendiğinde öngörülen ceza bir ile iki yıl arası hapis cezası iken; North Carolina'da ise dört ay ile on yıl arasında hapis cezası öngörülmektedir (Barnett, 1964: 96).

Amerika'da ırklar arası evlilik yasağı olarak ortaya çıkan sosyal Darwinizm Avrupa'da ise ırk hijyeni, diğer bir ifadeyle öjenizm olarak kendini göstermektedir. Bu yüzden pek çok düşünür öjeni, iki dünya savaşı, Nazizm ve Holokost'un asıl sebebi olarak sosyal Darwinizmi işaret etmektedir (Hodgson, 2004: 428). Batılı bilim insanlarının özellikle 1940'tan sonra, İkinci Dünya Savaşı'nı ve Hitlerin yaptıklarını anlamlandırmak için sosyal Darwinizm'i eleştiren çalışmalar yaptıkları bilinmektedir. Bu çalışmaların faşizm ve "ırkçılık hastalığına", daha önceki savaşları da sosyal Darwinizm üzerinden meşrulaştırma girişimlerine odaklandıkları bilinmektedir (Hodgson, 2004: 445).

İrkçılığı olağanlaştırmak için "bilimsel" meşruiyet olarak kullanılan öjenizm, sosyal Darwinizmin en önemli unsurlarındandır. Öjenizm veya öjeni kavramını modern anlamda ilk kullanan kişi Darwin'in kuzeni olan Francis Galton (1822-1911)'dur. Galton öjenizm yaklaşımıyla yavaş ve doğal olan seçilimi, hızlı ve insan eliyle yapmanın insanlık için daha faydalı olacağını düşünmektedir. Sağlıksız ceninleri ayıklayıp, sağlıklı ceninlerin devamını sağlayarak insan ırkını ıslah etmeye çalışan bir yaklaşıma sahip olan öjenizm, ırkçılığa ve faşizme bilimsel meşruiyet alanı oluşturduğu da söylenmektedir. 19. yüzyılın son yirmi yılında sosyal Darwinistler tarafından yüksek sesle dillendirilen doğal seleksiyon fikri, ırksal saflık ve ırksal mücadele inancı öjeni hareketinin babası Galton (1892) tarafından yeniden vurgulanmıştır (Dennis, 1995: 246). Galton insanlar arasında yaygın olan doğal eşitlik fikrinden vazgeçilmesini önermektedir. Bu nedenle Galton, Batı toplumunda zengin, üst sınıfa dâhil olan Anglo-saksonların üremesi, alt sınıftan olanlar ve özellikle beyaz olmayanların ise ürememesi fikrini savunmaktadır (Dennis, 1995: 246-247).

Galton'un ırk hijyeni fikrinden etkilenen kişilerden birisi Adolf Hitler'dir. Hitler Almanyası'nda yaşayan çok sayıda serseri, evsiz, fahişe, geçici işçi, asosyal, "alışılmış suçlular" ve eşcinseller toplanmakta ve toplama kamplarına gönderilmektedir. Amaç, toplumda öjenik bir temizlik

yapıp, ırk ıslahını sağlamaktır. Haziran 1933'ten itibaren, muhtemel eşlerden birinin “kalıtsal ruhsal veya fiziksel hastalığı” olduğu durumlarda evlilik kredisi reddedilmektedir. 14 Temmuz 1933 tarihli *Kısırlaştırma Yasası* ise “kalıtsal olarak hasta” olanların, yani doğuştan zayıf fikirli, şizofrenik, manik depresif, Huntington koresi, kalıtsal körlük veya sağırlıktan muzdarip olanların zorunlu kısırlaştırılmasına izin vermektedir. 24 Kasım 1933'te, “tehlikeli alışılmış suçlu” olanlarla, kronik alkolikler ve ciddi fiziksel eksikliği olanların hadım edilmesi izni verildiği bilinmektedir. Bu yasalara dayanılarak Ocak 1934 ile Eylül 1939 arasında 320.000 kadar Alman zorla kısırlaştırılmıştır (Geary, 2000: 60).

Evrimci ve doğal seleksiyoncu düşüncenin bilimsel, siyasal ve sosyal alanı tahakkümü altına alması insanın düşünce yapısını ve kavramların muhtevasını oldukça fazla değiştirmiştir. Dönemin “bilimsel hakikatleri”, insanlık onurunu ayaklar altına alsa da bu epistemik değişim nedeniyle insanların çoğunun karşı çıkmak şöyle dursun bu düşünceleri ve politikaları destekledikleri bilinmektedir. Bu durumun asıl nedeni sorgulandığında Martin Heidegger'in dil, düşünce ve eylem arasındaki ilişkiye dair verdiği cevap oldukça açıklayıcıdır. Heidegger dil değiştikçe düşüncenin, düşünce değiştikçe de eylemin değişeceğini öngörmektedir. Eylemi değişen bir toplumun anlam dünyası tamamen değişmekte ve başkalaşmaktadır. Varlığın var olabilmesi ve insanın düşüncesini ifade edebilmesi için bir “dil”e, kavramlar dünyasına ihtiyaç duymaktadır. Bu dil, bir milletin alfabeyle örülü yazı dili olabileceği gibi, kendine ait kavramlarının olduğu, bu kavramlar üzerinden düşünce ve medeniyet inşa edilen, varlık ve var olma ile eş değer bir düşünce, anlam bütünü de ihtiva edebilmektedir. Heidegger'in yaklaşımına göre bir insanın ve toplumun düşüncesini değiştirmek için diline müdahale etmek gerekmektedir. Kavramlarla bezeli olan dilin değiştiğinin en belirgin göstergesi de kavramların muhtevasının değişmesidir, çünkü Heidegger'e göre: “dil, varlığın evidir” (Heidegger, 2013: 5). Batı başta olmak üzere dünyanın pek çok ülkesinde bu dönemde yaşanan düşünsel, siyasal ve sosyal kırılmaların cevabını Heidegger'in açıklamalarında aramak yerinde olacaktır. Cemil Sena'nın yazı dizisi incelenirken, bu yaklaşım dikkate alınarak analiz yapılmaya çalışılacaktır.

## **2. CUMHURİYET DÖNEMİNDE SOSYAL DARWİNİZM**

Türkiye Cumhuriyeti'nin kültürel köklerini tevarüs ettiği son dönem Osmanlı aydınlarına bakıldığında bu insanların yoğun bir şekilde evrim düşüncesinden ve sosyal Darwinizm'den etkilendiklerini söylemek gerekmektedir. İlerleme ve tekâmül ülküsüne sahip son dönem Osmanlı aydınları bu bağlamda Darwinizmi, toplumun gelişmesi bağlamında önemli görmektedir (Doğan, 2012: 241). Osmanlı'da evrimci düşüncenin ilk örneklerinin görüldüğü kişilerden birisi Hüseyinzade Ali'dir. Hüseyinzade Ali'nin 19. yüzyılın sonlarında Rusya'da Darwinci yaklaşımın en etkili olduğu yerlerden birisi olan Petersburg Üniversitesinden İstanbul'a gelerek Askeri Tıbbiye'de fizik ve matematik dersleri vermesi bu düşüncenin Osmanlı entelijansı arasında yaygınlık kazanmasında oldukça önemli olmuştur (Habibullayev, 2001: 10). Hüseyinzade Ali'den başka evrimci ve sosyal

Darwinist yaklaşımların Osmanlı'da etkili olmasına neden olan diğer bir şahsiyette Münif Paşa'dır. Osmanlı *Ansiklopedicilik* hareketinin öncülerinden olan Münif Paşa, zamanının ilk sivil bilim kurumu olan *Cemiyet-i İlmiye-i Osmaniye*'nin (Osmanlı Bilim Derneği) de kurucusudur. Münif Paşa jeoloji bilimi sayesinde, insanın ayağının altındaki taş, toprak ve kum gibi maddelerin geçmişin hakikatlerini insanlara açıkladığını ve batıl inançları yıkmakta olduğunu düşünmektedir (Doğan, 2012: 136). Başka bir evrimci Osmanlı düşünürü ise Hoca Tahsin'dir. Hoca Tahsin, Spencer gibi hayatın bütününde bulunan bir tekâmül kanunu olduğunu öne sürmektedir (Doğan, 2012: 136).

Osmanlı'nın son döneminde Aydınlanma fikirlerine bağlılığıyla tanınan Ahmet Midhat Efendi (Ülken, 2005: 123), "İnsan", "Âdem ve Nisnâs (Orangutan)", "Hayvanatın Hissi" gibi makaleleriyle evrimci görüşü savunmakta ve bu yüzden sosyal Darwinizmin Osmanlı'daki ilk temsilcisi olarak kabul edilmektedir (Doğan, 2012: 137). Allah'ın sıfatlarının bilimsel yöntemlerle bulunma çabası ile ilmi yolculuğuna başlayan Dr. Abdullah Cevdet, insanı başta goril ve şempanze gibi hayvanlarla kıyaslayarak kaleme aldığı evrimci görüşleriyle de evrimci bir çizgiye kaydığı görülmektedir (Doğan, 2012: 152). Kendi dönemindeki doğa bilimleri çalışmalarının içtimai alana uyarlandığında elit bir yönetimin meydana geleceğini öne süren Cevdet, doğal seleksiyon olgusunun da bu durumu açıkladığını savunmuştur (Hanioğlu, 1981: 16). Le Bon'un fikirlerinden oldukça fazla etkilenen Dr. Abdullah Cevdet bu minvalde seçkin ve sosyal Darwinist görüşleriyle tanınmaktadır (Ülken, 2005: 250).

Osmanlı'nın son dönem aydınlarının Cumhuriyetin kuruluşunda etkili olduğu ve dönemin genç aydınlarına bu bilgileri aktardıkları düşünüldüğünde Türkiye Cumhuriyeti'nin de bu düşünce üzerine inşa olduğunu söylemek gerekmektedir. Batı'da olduğu gibi evrim teorisi, sosyal Darwinizm ve materyalizm genç Cumhuriyette de tartışılmakta, dergi ve kitaplar bu yaklaşımları konu edinmekte, kongreler dönemin bilimci dilini merkeze almakta ve bu bağlamda kısmen yasal düzenlemeler yapılmaya çalışılmaktadır. Tek Parti Döneminde ilk sosyal Darwinist metinlerden birisi 1923 yılında Mustafa Rahmi Balaban'ın *İslâh-ı Irk* isimli çalışmasıdır (Kalaycıoğulları ve Akgündüz, 2019: 93). 1928 yılında Sabiha Zekeriya, Resimli Ay Dergisinde "Çocuk Yapmak Kanunen Men Edilebilir mi?" isimli başlıklı bir makale kaleme almakta ve bu makalede öjenik argümanlarla, kimin çocuk yapmayacağını devlet tarafından belirlenmesini, "İrsî bozukluğu" olanların üremesinin yasaklanmasını önermektedir (Toprak, 2012: 65-66). 1938 yılında çıkarılan *Beden Terbiyesi Kanunu* ile öjenizm kamusal alanda da ciddi olarak dillendirilmekte, kanunun çıkarılma sürecinde dönemin İçişleri Bakanı Şükrü Kaya amaçlarının fiziki olarak da yeni bir toplum inşa etmek olduğunu beyan etmektedir (TBMM Zabıt Ceridesi, 1938: 487). 1939 yılında dönemin sosyal Darwinist bilimci dilinin inşa edilmesinde öncülerden olan ve Ankara Üniversitesinin ilk rektörlüğünü yapmış Şevket Aziz Kansu, Ülkü Dergisinde "Öjenik Problemleri" isimli makale kaleme almıştır. Sosyal Darwinizmin en önemli argümanlarından olan öjenizm Kansu tarafından bu makalede hararetle savunulmaktadır

(Kansu, 1939: 440-448). Yukarıda kısaca değinilen çalışmalar da göstermektedir ki sosyal Darwinizm Tek Parti Dönemi aydınları üzerinde etkili olmuştur.

Ayrıca Tek Parti Dönemi ders kitaplarında evrimci yaklaşım ve sosyal Darwinizm kendisine geniş bir yer bulmakta, hayatın materyalist, insanın ise biyolojik evrim sonucunda ortaya çıktığı fikirleri savunulmaktadır (Türk Tarihinin Ana Hatları, 1930: 9-10; Ortamektep İçin Tarih I, 1933: 1-2). Yine bu ders kitaplarında Tanrı ve din mefhumunun insan aklının bir ürünü/icadı olduğu öne sürülmektedir (Türk Tarihinin Ana Hatları, 1930: 41; Ortamektep İçin Tarih I, 1933: 23). Maarif Vekâleti Milli Talim ve Terbiye Dairesi'nin 1930 yılındaki kararıyla 1931 yılında *Büyük Adamlar Serisi*'nin 9 nolu kitabı *Darwin* başlığıyla yayınlanmaktadır. Kitapta Darwin, büyük tabiat âlimi, Darwinizm ise tabiat kanunlarının izahı olarak anlatılmaktadır (Galip Ata, 1931: 34-35). Dönemin biyoloji ders kitaplarında “Türk Irkı Antropolojisi” başlığı altında Türk ırkının evrimsel süreç sonunda şekillendiği de iddia edilmektedir (Biyoloji II, 1938: 165).

Biyolojik ve sosyal evrim teorisinin hâkim olduğu Birinci ve İkinci Türk Tarih Kongreleri de oldukça önemlidir. Birinci Türk Tarih Kongresinde Kansu, insanın fizyolojik evrimsel süreçten geçtiğini iddia ederken (Kansu, 1932: 271); Halil Nimetullah Bey, Kansu'nun antropolojik evrim yaklaşımını sosyal Darwinizm'e taşımakta ve ferdin toplumsallaşmasını bu yaklaşıma göre açıklamaktadır (Halil Nimetullah Bey: 1932: 327). “Tekâmül Kanunu (Evolution)” başlığıyla sunum yapan Sadri Maksudi Arsal, Laplace'ın bilginin kaynağı olması bağlamında Tanrıyı dışlamasını övmekte, Lamarck, Spencer ve Darwin'in fikirlerinin “bilimsel” birer hakikat olduğunu ve bu fikirlerin herkes tarafından kabul edilmesi gerektiğini savunmaktadır (Arsal, 1932: 351-352). Arsal'ın övgüyle bahsettiği Pierre-Simon Laplace beş ciltlik *Gök Mekaniği* adlı eserini Napolyon'a sunulup, kendisine Tanrı'nın bu eserde neden olmadığı sorulduğunda, “Böyle bir hipoteze gerek duymadım” cevabını vererek Tanrıyı bilginin kaynakları arasından doğrudan dışlayan düşünür olarak bilinmektedir (Unat, 2020: 10). Yine aynı şekilde Yusuf Akçura, Hz. Âdem ve Hz. Nuh üzerinden insanın ortaya çıkışını açıklamanın yanlış olduğunu, “tarihî usullerin tekâmülü” ile dönemin “bilimsel” paradigmasını savunmaktadır (Akçura, 1932: 585). İkinci Türk Tarih Kongresinde de Sadi Irmak, evrimci yaklaşımı bir başka boyuta taşımakta ve “Türk Irkının Biyolojisine Dair Araştırmalar Kan Grupları ve Parmak İzleri” isimli sunumuyla öjenik bir açıklama yapmaktadır. Anadolu'da 400 insan üzerinde kan testleri yaptığından söz eden Irmak (1937: 842), ırk olgusunun biyolojik ve psikolojik bir vahdet olduğunu savunmaktadır (Irmak, 1937: 841). Sadi Irmak'ın izinden giden Nureddin Onur da “Kan Grupları Bakımından Türk Irkının Menşei Hakkında Bir Etüd” başlıklı sunumuyla evrim sayesinde insan ırkları arasında ayırım yapılabileceğini ve bu durumun da tabii/doğa kanunlarını ispat ettiğini savunmaktadır (Onur, 1937: 845-848). Ali Fuat Başgil “Türk Milliyetçiliği Doğuşu - Manası - Gayesi ve Vasıfları” başlıklı bir sunumunda milliyetçiliği, münhasıran Türk milliyetçiliğini evrimci paradigmaya dayandırarak açıklamaktadır (Başgil, 1937: 985).

Tek Parti Döneminde evrim teorisi ve sosyal Darwinizm dönemin düşünce dünyasını ve düşünürlerini oldukça fazla etkilediği açıktır. Ders kitaplarından, düşünce dergilerine, kongrelerden kanun metinlere kadar pek çok alan evrim teorisinden ve sosyal Darwinizm'den etkilenmiştir. Bu bağlamda sosyal Darwinizmin dönemin aydınlarından Cemil Sena'nın yaklaşık üç yıl boyunca 38 makale ile kaleme aldığı "Fikir Kırıntıları" isimli yazı dizisindeki etkisinin anlaşılması literatüre katkı sağlaması nazarıyla incelemeye değerdir.

### **2.1. Sosyal Darwinizmin "Fikir Kırıntıları" Olarak Varlık'taki Yansımaları**

20 Mayıs 1894'te Konya'ya bağlı Seydişehir kasabasında doğan Cemil Sena (Ongun), Kilis Rüşdiyesini tamamladıktan sonra, İstanbul Sultanisi'nde öğrenimini sürdürmüştür. İstanbul Sultanisi'ndeki eğitimini yarım bırakan Cemil Sena, Dârülmualimîn-i Âliye (Yüksek Öğretmen Okulu)'nin felsefe bölümüne yerleşmiştir. Buradaki eğitimini tamamlayan Cemil Sena, Niğde, Ankara, Amasya, Sivas ve Samsun lise öğretmen okullarında felsefe dersleri vermiştir. Anadolu'da geçirdiği bu sürecin sonunda İstanbul'a dönen Cemil Sena, Halıcıoğlu, Kuleli ve Maltepe Askerî Liseleri; İstanbul Erkek Lisesi, Galatasaray, İstanbul Kız, Çamlıca, Vefa, Haydarpaşa Liseleri; Darüşşafaka ve Özel Boğaziçi Liselerinde felsefe öğretmenliği yapmıştır. Cemil Sena bir dönem de Ankara'da Maarif Vekâleti'nde Hars Mümeyyizliği görevinde bulunmuştur. 1925 yılında gittiği Paris Sorbonne Üniversitesi'nde felsefe öğrenimi almıştır. Cemil Sena Paris dönüşünde Varlık mecmuası başta olmak üzere çeşitli dergilerde yazarlık ve farklı okullarda felsefe öğretmenliği yapmıştır. Cemil Sena, 15 Nisan 1981 yılında hayatını kaybetmiştir. Cemil Sena, dört ciltlik *Filozoflar Ansiklopedisi*, *Büyük Adam Olmak*, *Saadet Yolları*, *Allah Fikrinin Tekâmülü* başta olmak üzere pek çok eser kaleme almıştır. (Cemil Sena, 1976: 592; Öztürk, 2011: 34-40).

Öncelikle ifade etmek gerekir ki Cemil Sena, "Fikir Kırıntıları" isimli yazı dizisini başlattığında *Soyadı Kanunu* henüz çıkmadığı için makalelerinde soyadı kullanılmamıştır. Bu çalışmada ilgili durum dikkate alınarak bütün alıntılarda yazarın ismi kullanılmaktadır. Cemil Sena'nın ilk olarak Varlık mecmuasının dördüncü sayısı olan 1 Eylül 1933 yılında yayınlanan makalesi ile başlayan ve yetmiş ikinci sayı olan 1 Temmuz 1936 yılında sona eren yazı dizinde aynı isimli toplam 38 makale yayınlamıştır. Cemil Sena içerik olarak sosyal Darwinizm argümanlarını kullanmasının yanında bu yazı dizisinin dışında yazdığı bir makalesinde de ilgili kavramı doğrudan kullanmaktadır (Cemil Sena, 1940a: 307):

Sosyal Darwinizm'e dayanan ferdiyetçi filozoflar, nihayet sosyetenin tesirini inkâr edecek kadar ileri giderken, milletleri harekete getiren manivelanın üstün insanlar elinde olduğunu iddiadan çekinmiyorlar. Bu zihniyeti benimseyen devlet adamları da az değildir.

Hatta Cemil Sena sosyal Darwinizmi savunduğunu, "Biz ahlâkî ve onun dayandığı adaleti, böyle anladığımız için harbi daima gayri meşru görmek istemiyoruz. Ve Darwinisme sociale'e kıymet veriyoruz" diyerek açıkça ifade etmektedir (Cemil Sena, 1941a: 73).

Cemil Sena'nın bu yazı dizisi incelenirken kavramlar bağlamında incelemeye tabi tutulacaktır. Heidegger'in dil, düşünce ve eylem arasında kurduğu ilişkinin, erken Cumhuriyet'in kurucu kodlarıyla günümüz içtimai yaşam arasındaki bağlantıyı çözümlemek için Cemil Sena'nın yazıları kronolojik olarak değil; insan, Tanrı, din, hayat ve ahlâk kavramları üzerinden anlaşılmalı çalışılacaktır. Bu sayede hem Cemil Sena hem de dönemin kavram tasavvurları da bu yazı dizisi bağlamında kavramların muhtevasının dönüşümü üzerinden incelemeye tabi tutulmuş olacaktır.

### **2.1.1. İnsan: Doyumsuz Bir Savaşçı**

İnsanın neden ve nasıl var olduğu sorularının cevabı içtimai yaşamın şubelerinin neden ve nasıl inşa edileceği cevaplarını da içinde barındırmaktadır. Bu konu üzerine düşünen Cemil Sena, dönemin evrimci ve sosyal Darwinist dilini kendisi için tercih etmektedir. Hayatın bütün şubelerinde doğal seleksiyonun işlediğini düşünen Cemil Sena, eğer bu durum söz konusu olmasaydı dünyanın aptallarla dolacağını Darwin, Malthus, Spencer ve Le Bon'un verdiği örneklere benzer şekilde izah etmektedir (1934a: 42):

Bir karpuz çekirdeğinden birkaç yüz karpuz çıkar. Bunların içinde binlerce çekirdek saklanır. Nebat ve hayvan gibi her canlı olan şey, daima çoğalmak ve daima kendini hâkim kılmak için farkında olarak ve olmayarak didinmektedir. Eğer tabiat, hayvan ve nebatı, birbirine yedirmeye müsaade etmeseydi, bizzat onları mahvetmeseydi, belki yeryüzünde toprak ve su kalmayacak, arzımız karpuz ve kedi gibi milyarlarca nebat ve hayvan cinsleriyle dolarak çürümüş ve pıhtılaşmış olacaktı. Bereket versin ki tabiat, insanın kaderi de hayvan ve nebatinkine benziyor. Yoksa dünyamız sayısız aptallarla, memnun olup olmadığını bilmeyen tükenmez insan sürüleriyle ekşiyecek ve kokacaktı.

Cemil Sena bu açıklamasıyla Spencer gibi hayatın içinde doğal seleksiyona dayanan evrim kanunu olduğunu iddia etmektedir. Hayatta olduğunu iddia ettiği doğal seleksiyona dayanan evrim kanununu Cemil Sena bitkiler, hayvanlar ve insanlar için mutlak bir gerçeklik olarak sunmaktadır. Ayrıca Cemil Sena'nın bu açıklaması doğal seleksiyonun ırkı ıslah ettiği ve hayat mücadelesini kaybeden güçsüzlerin yok olup gittiği düşüncesini de ihtiva etmektedir.

İnsanın hayatta efendi veya köle olmak dikotomisiyle karşı karşıya olduğunu ileri süren Cemil Sena, insanın hayat mücadelesinde kurallara uyan değil, kurallar koyan varlık olması gerektiğini savunmaktadır. İnsanı “düşünen madde” olarak tanımlayan Cemil Sena için din ve kurallarını ortaya koyan efendileri insanın bizzat kendisi yaratmaktadır. Bu yüzden Cemil Sena, insanın özgür olmasının ilk şartı olarak yaratıcı kuvveti eline almasını önermektedir (Cemil Sena, 1934b: 75). Cemil Sena'ya göre insan bunu yapmadığı takdirde “kendinden kuvvetlilerinin zincirleri ile bağlanan bir hayvan” olmanın ötesine gidemeyecektir (Cemil Sena, 1935a: 7).

Cemil Sena'nın “Fikir Kırıntıları” olarak ortaya koyduğu düşünce sisteminde insanın kim olduğu, nereden geldiği, amacının ne olduğu meselesi oldukça geniş bir yer tutmaktadır. Çünkü Cemil Sena “yeni” insanın “eski”sine benzemediğini düşünmekte, hem kendisinin hem de içtimai alanının “bilimsel” hakikatler ışığında inşa edileceğini ileri sürmektedir. Bu yüzden insanda yaratıcı bir gücün

olduğunu savunan Cemil Sena, dönemin gençlerine tavsiye niteliğinde fikrini şu şekilde dile getirmektedir (1934c: 90):

Kari, kendi kendini aşarak, Allahla boy ölçüşeceksin! Rüzgârın önünde savrulan tozlar gibi, ihtiras ve mefkûren önünde insanları, kanunları ve bütün bir medeniyeti savurmalısın! Yıkma için değil, yapmak için, mahvetmek için değil yaşatmak için... Bir fırtına, bir ilahi âfet olmalısın! İnsan olmalısın, kuvvet ve ihtiras olmalısın, yaratıcı bir varlık, bir Allah olmalısın!.

Bir taraftan tüm canlı âlemi tabiatın bir ürünü olarak sunan Cemil Sena diğer yandan da tabiata boyun eğdirmeyi, onu yeniden inşa etmeyi bir ideal olarak sunmaktadır. Bu yaklaşıma göre insan tabiatın bir ürünü ancak onu ele geçirme imkânına sahip potansiyel bir Tanrı adayıdır. İnsanın yaratıcı kuvveti sayesinde tabiata hâkim olması gerektiğini savunan Cemil Sena, bu sayede hayatı yeniden inşa edeceğini iddia etmektedir (1933a: 146):

İnsan her şeyin daima daha iyisine, daha doğrusuna, daha yükseğine ulaşmak için çabalar durur. Bununla beraber dinin, ahlâk ve kanunun şiddetle yasak ettiği her fenalık, kemiyet ve keyfiyet itibarile her gün biraz daha artmaktadır... bütün bu savaşlar ancak daha fenasından korunmak içindir. Bunun içindir ki insan bir taraftan kendi yarattığı ve doğru bildiği emir ve düşüncelere itaat eden ve defada bunların üstünde yaşamaya hasret çeken bir ilahtır.

Ey genç! Sana üstadımız Nietzsche gibi hitap ediyorum: köleler başlarına gelen tehlikeye razı olurlar; ve gelecek tehlikelerden korkarak bin bir açlığa ve rezillığe katlanırlar. Fakat kendini geçen adamlar, ruhlarından cemiyetin menfi yasaklarından örülmüş olan zırhı parçalayabilen adamlar, tehlikeyi ararlar. Hattâ onu bulamazlarsa yaratırlar.

Tabiatın sana vermiş olduğu kuvvetleri olduğu gibi kullanmaya çalışırsan o nihayet bir gün şeklini değiştirir ve bir gün senin işine yaramayacak bir hale gelir. Büyük adam, kuvvetlerini artırmasını bilen ve tabiatın kendisine verdiği miktarı kendinden artırıp taşırandır. Yani tabiata ve cemiyete, tabiatı ve cemiyeti idare eden eskimiş, kurumuş kanunlara isyan eden adamdır.

Bir taraftan tabiatı aşmayı, ona efendi olmayı öneren Cemil Sena, bir taraftan da tabiatın eninde sonunda insanı alt edeceğini, insanın en nihayetinde tabiatın “bünyesinde ve damarlarında eriyeceğini” ileri sürmektedir (Cemil Sena, 1935b: 184). Tabiatın insanı “özenerek tabî tekâmülün en son merhalesi olarak” yarattığını düşünen Cemil Sena, “insan maddeyle, hayvanla, kendi hem cinsleriyle nihayet Tanrıyla ve kendisiyle olan her savaşında bu doymak bilmeyen ruhun yiğitlik ve atılganlığı içinde görünür” demektedir (Cemil Sena, 1942a: 23).

Kuvvetli olmanın haklı olmak anlamına geldiğini öne süren Cemil Sena, insanın kendi kuvveti ile Tanrı ve yarattığı dünya arasında bir savaşın olduğunu, bu savaşta da insanın köprüler kurarak, tüneller açarak, bataklıklar kurutarak zaferler kazandığını iddia etmektedir (Cemil Sena, 1935c: 232). İnsanı bir savaşçı olarak gören Cemil Sena “harp, insana yakışan en şerefli bir iş” ifadesini kullanmaktadır. Lamarck ve Darwin ile “harbin tabiatın ezeli kanunu” olduğunun ortaya çıktığını düşünen Cemil Sena, bütün insanlığın doğumla beraber bu savaşa dâhil olduğunu, barışı ise “iki savaş arasında geçen ve yeni zaferlerin planlandığı bir zaman dilimi” olduğunu ileri sürmektedir. Çünkü Cemil Sena’ya göre “harp, insanoğlunun üstünlük davasında yaratmış olduğu en muhteşem ve ulvî bir oyun, cesaretle kahramanlık bu oyunun tek göz kamaştırıcı bir artistidir”. (Cemil Sena, 1940b: 219-220). Hayatı doğal bir savaş alanı, insanı da bu bir savaşçı olarak tanımlayan Cemil Sena, kuvvet sahibi insanı ise Tanrı hatta ötesi bir varlık gibi görmektedir (1935d: 324):

Her ruhani fikir ve kuvvetten nefret ettiğim için senin bir melek veya Allah olmanı istemiyorum. Fakat insanın tasavvur edebildiği Allah kadar kuvvetli ve melek kadar sabırlı olmanı istiyorum. Ve bir şeytan gibi fırsatları kaybetmeyen bir zekâ ile kanunları yaratan, milletleri idare eden esrarlı dehaya sahip olmanı istiyorum.

İnsanı kadın erkek olarak iki ayrı mahlûk olarak ayıran Cemil Sena, savaş ve mücadeleyi erkek için; kadını ise, “âciz ve akılsız bir yaratık... ekseriya hasta bir varlık” olarak tasvir etmektedir (Cemil Sena, 1941b: 291).

Cemil Sena’nın tasavvur ettiği insan, Tanrı’dan münezzeh ancak Tanrı kudretine talip bir savaşıdır. İnsan’ın ontolojik olarak tabiatın ürünüken aynı zamanda onun en büyük rakibidir. Çünkü Cemil Sena’ya göre insan tabiatı aşacak yaratıcı kuvvete kavuşmaz ise tabiat onu sınırlayacaktır. Bu yüzden insanın tabiatı dize getirmesi var olabilmesi için büyük bir kaçınılmaz durumdur. Cemil Sena’nın insan tasavvuru bugünün şartları içinde düşünüldüğünde çevre felaketlerinin de nasıl bir insan modelinin eseri olduğu anlaşılacaktır. Çünkü bu insan modeli ile aslında bir hayat modeli icat edilmeye çalışılmaktadır.

### **2.1.2. Hayat: Adaletsiz Bir Savaş Alanı**

Sosyal Darwinizmin hayatı bir savaş/mücadele alanı olarak tanımlama yaklaşımı Cemil Sena’da da açıkça kendini göstermektedir. Hayatı “tehlike ve mücadele içinde geçen parlak bir süreç” olarak tanımlayan Cemil Sena (1934d: 7), “yeni ilim”in insana ve hayata muktedir olmanın yolunu açtığını ileri sürmektedir. Cemil Sena “insanlık kendi kendini kurtarmak için bin bir ilim, bin bir vasıta yarattı” ancak yine de “medeniyet ilerledikçe, sefaletimiz artmaktadır” demektedir. Cemil Sena var oluşu gereği savaş alanı olan bir yerde medeniyetle beraber artan teknik imkânların, yardımlaşmanın sefaleti azaltmadığını, azaltmayacağını ve hatta artırdığını düşünmektedir (1934e: 379). Bu yüzden Cemil Sena (1935g: 359), “Güneşin altında adaletsizlik ve müsavatsızlık kaynaşıyor. Fakat toprağın altında hepimizi aynı böcekler yiyor; aynı karanlık çürütüyor”, demektedir.

Mücadelenin aslî olduğu bir hayatta, kişinin bireysel çabasının yanında bir öndere, “şefe” ihtiyaç duyacağını düşünen Cemil Sena, kendi döneminin genç neslini bu konu üzerine eleştirerek ilgili durumu şu şekilde açıklamaktadır (1933b: 51):

Son günlerde milletlerin başlarına geçen büyük adamlar hakkında yazılan şeyler, bazı gençlere gülünç olduğu kadar bozuk bir takım düşünceler vermektedir. Bu itibarla meselâ Mussolini basit bir ilk mektep hocası, duvarcılık yapmış bir ame; Hitler, milliyeti bile şüpheli, kıymetsiz fakat cesur bir cahil sayılmakta ve nihayet milyonerlerin ve hiç olmazsa ikinci derecede devlet adamlarının da aynı suretle dimağları hiçbir kitap ve mektepte yıpranmamış bir takım gözü açıklar zannedilmektedir.

Hayat ve cemiyetteki değişiklikler, kıymetsiz ve boş insanların atılganlıklarıyla mı ortaya çıkmaktadır? Dikkat edilirse bizi terbiye eden kuvvetlerden birisi Mektep kitabı ise diğeri de Hayat kitabıdır.

Tabiatı bir hayvan yavrusu kendi tabii muhitine uyabilmek için sevki tabiiilerine güvenir. Fakat değişimleri az çok mümkün olan bu sevki tabiiiler tekâmül kudretinden mahrum oldukları için, hayvan, muhitinde baş gösteren değişikliklere kolayca alışamaz. Böylece acımak bilmeyen tabiat bu mücehhez olmayan mahlûku bir gün ezer. Bu sebeptendir ki hayvan, mümkün olduğu şartları

değişmeyen bir muhitte barınmaya çalışır. Halbuki insanın yaşadığı muhit yavaş yavaş değişmez; ve hayvanınki kadar müstekar değildir. Hepsi dursun insan kendi muhitini bizzat değiştirir; ve cemiyet mütemadi istihaleler dalgalı bir deniz gibi, kendi kendini durup dinlemeden sallar, bu istihalelerin, bu sallantıların dayandığı kanunları, kuvvetleri bilmeyen adam, değişen tabiata şevki tabiileri uydurmasını bilmeyen hayvanlar gibi mağlup olur. İşte hayat kitabı, bu değişen ve değiştiren kuvvetlerin düsturları ile kanun ve hadiseleri ile dolu olan esrarlı yüksek ve karışık bir kitaptır. Hayat kitabını okumak, hiç olmazsa mektep kitabını okuyabilecek kadar zekâyâ, bilgiye ve bazı hususi ve mümtaz kabiliyetlere ihtiyaç gösterir.

Bir cemiyette yaşayan eski kıymetleri, eski kusurları yenileştirmek bütün cemiyetin iman ve tarihini altüst etmek bir kelimeyle milletlere şuur ve irade vermek için sadece hayat kitabını okumak kafi değildir. Hayat kitabının herkese hitap eden umumi bir lisanı yoktur. Fakat muayyen bir seviyeye kendini gösteren ayrı bir rengi, başka bir ifadesi varılır. Onu görüp anlayabilmek için evvelâ mektep kitabını, bir dimağın normal seviye ve kabiliyetini hazırlayan ameli ilim kültürünü almak zaruridir. Bunun içindir ki milyonlarca insan, milyarlar feda ederek mektep açmakta ve kitap okutmak için uğraşmaktadırlar.

Şundan bundan işittiği birkaç cümleyi, kıymet ve mahiyeti şüpheli bir makaleden alınan bir iki bozuk fikri ilim yerine, hayat kitabının bir faslı yerine koyupta çalışmaktan, öğrenmekten, okumaktan kaçanların sonu daima ezilmektedir.

Batı düşünce geleneğindeki düalist dünya algısı Cemil Sena'da "mektep kitabı" ve "hayat kitabı" kavramsallaştırmasıyla kendini göstermektedir. "Mektep kitabı" okullarda öğretilen bilgi iken, "hayat kitabı", tabîî kanunlardır. Hayat kitabını kendince yoruma tabi tutan Cemil Sena hayat mücadelesini kazanmak için önderlere, "büyük liderlere" ihtiyaç olduğunu öne sürmektedir.

Cemil Sena'nın ilgili yazı dizini kaleme aldığı yıllar aynı zamanda inkılapların yoğunlaştığı da bir dönemdir. Bir taraftan devlet çeşitli inkılaplar yaparken, diğer taraftan Cemil Sena gibi düşünürler tabiatın değişmez kanunlarından bahsetmektedir. Cemil Sena bu duruma daha önce insan ile tabiat arasındaki ilişkideki gibi mütenakız bir açıklama getirmektedir. Hayatın içinde inkılâbın bitmeyeceğinin ve iradenin ölmeyeceğini düşünen Cemil Sena, "inkılâp, iradenin tabiata karşı isyanı" şeklinde ifade etmektedir (Cemil Sena, 1934f: 308). Cemil Sena için tabiat bir taraftan kanun koyucu ve tüm canlıların yaratıcısıyken, diğer taraftan insanın ele geçirmesi gereken bir ideal, inkılâp ise isyanın yansımasıdır.

Hayatı "eski" ve "yeni" olarak ikiye ayıran Cemil Sena, "yeni hayat"ta savaştan galip çıkmak için "eski"ye dair olanların yakılmasını oldukça önemli görmektedir (1934g: 108):

Dün büyük bir heyecan içinde bütün kitaplarımı yaktım. Onlar birer birer alev içinde kıvrılıp kararırken, sakladıkları fikirler de benim başımdakilerle birlikte kül oldular. Onlar, bize düşmandır. Onlar bizi aldatıyorlar. Onlar bize hakikati yaldızlayan, hayatın sert ve ateşli yollarını çeşit çeşit renklere boyayan birer menşur gibidir. Her satır, alevler arasında bir akrep gibi kıvrılıp, kırkayak gibi süründükçe, içimde yanıp tutuşan bir fikir dünyasının enkazı altında kalmadım değil. Fakat ne yazık ki, onlar eskidirler, onlar iradeyi bağlayan ve bizi ülküden, hürriyetten ve hakikatten usandıran ve uzaklaştıran birbirine zıt dedikodulardan ibarettirler. Ben artık yeni bir ilim istiyorum, yeni bir san'at, yeni bir felsefe istiyorum: Kari, ben yeni bir hayat istiyorum, yenilik daima yenilik istiyorum...

Çünkü senin biçare başın, seni küçülten ve aciz bırakan muammalar önünde eğilir; ve sana şahsiyet veren açık ve temiz bilgilere hakaret ettirir. Böylece sen kendini tahkir eder, kendi yüksek kabiliyetlerini, kabiliyetsiz bir safsatacının gevezeliği önünde hiçe indirirsin.

Hürriyet demek, cemiyete yeni bir baskı getiren kuvvet demektir. Hürriyet, cesaret demektir, kahramanlık demektir. Kanunları yapan ve yıkan, itikatları deviren, taze imanlar yaratan hürriyetin

yaratıcı hamlesidir... Cemiyetler bu ümit ile yaşayan milyonları toplamasaydı, hür insanları, Allahlar gibi tek görmeyecektin.

Yenilik arzusu Cemil Sena'nın içinde öyle bir kora dönmüştür ki, hayatın bütün şubelerini yenilemek istemektedir. Yenilik için eski olan ile arasındaki bütün köprüleri yıkan, dönüşü engellemek için bütün gemileri yakan genç Cumhuriyetin aydını, yeni hayata dört elle sarılmak istemektedir. Ancak zihninde gel-gitleri yoğun bir şekilde yaşayan Cemil Sena, dini merkeze alan bütün görüşleri yıkıp, yeniyi inşa etmek isterken çelişkiler ağından çıkmakta zorlanmaktadır. İnsanın hayatla arasındaki ilişkiyi büyük bir mücadele olarak tanımlayan Cemil Sena, bu manada bu süreci şu şekilde tanımlamaktadır (1934h: 23):

Büyük mürşitlerimizden Yakup Kadri, saadeti, ruhun rükûdetinde aramıştı. Bense, ruhun tufanlarında, dalgalarında arıyorum. Rükûdette korku vardır. Rükûdette daha çok yaşayım diye açlığa ve mahrumiyete katlanan bir miskinlik vardır. Kendi içine bakıyor gibi görünen rükûdette başkalarınınkine göz dikmiş bir aczin zavallılığı vardır. Ruhun fırtınalarında, çalkanmasında ise ruhun kendinden geçmesi vardır. Bu kendinden geçiş istediklerine ulaşmak hasret çektiklerine kavuşmak ve tok yaşamak için hamleler yapmak demektir. Ruhta rükûdet ruhu kumlar üstünde ziya ve harekete karşı çöreklenmiş, ümitsiz bir engerek haline getirmektir. Fırtınalı bir ruhun sükûnu ise, bu görünüşten ibarettir. Bu, ancak, bir yorgunluktur. Yeni avlar ve yeni arzular için düşünülmektedir. Bu ruh dinleniyor; fırsat gözlüyor. Yemekten ve bağırmaktan, çarpışmaktan ve çarpılmaktan yorulan dişlerinin kırmızı keselerine zehrin ve panzehrin dolmasını bekliyor demektir. Kari, sen de böyle olacaksın. Seni bir tufan gibi kabarmış görmek isterim. Sükûnun da büyük denizlerin heyecansız, sakın ve rakit görünen, fakat derinliğinde fırtınalar, kasırgalar saklayan halini görmek isterim. Seni derinliğinde yangınlar saklayan ve güneşin en sönmez sıcaklığını kucaklamış bir yanardağ gibi görmek isterim. Saçların muvaffakiyetsizlikler içinde ağarmış olsa bile, ruhun yeni mücadelelerin, aşkın ve gururun tahtında daima taze ve mesut kalmalıdır, içindeki "Allah kerim" diyen ve Nuh Tufanının bile batıramayacağı o tevekkül gemisini parçalayacaksın. Asrın kuvvete baş eğdiğini öğrendim diye fazilet ve muvaffakiyete "paydos" diye bağırıldığını zannetmeyeceksin. Kari, her istediğini sen yaratacak etrafındakilerden hiçbir şey beklemeyeceksin! Bu dikenli yollarda, hayatın bu çetin ve dik yollarında yapayalnız kalacaksın. Fakat yürüyecek ve daima yürüyeceksin... Güneş seni hayata çağırıyor, rüzgar sana hayat veriyor; yıldızlar sana "hayat, hayat!... diye bağırıyor, işte ölüme böyle galebe çalınır ve hayata böyle kavuşulur.

Hayat içindeki rükûdeti, yani durgunluğu ümitsiz bir engerek olarak tanımlayan Cemil Sena, bu durumu "acizlik" ve "zavallılık" olarak tanımlamaktadır. Rükûdetin zıddı olarak da yeni avlar ve arzular aramayı övmekte ve önermektedir. Hayatı savaş ve mücadele alanı olarak gören Cemil Sena etrafına baktığında böyle görmesi ve hissetmesi gayet normaldir. Çünkü Heidegger'in dediği denklem Cemil Sena için gerçekleşmekte ve baktığı her yerde savaş ve savaşçı görmektedir. Doğada gerçekleşen afetler ile insan davranışları arasında analogi kuran Cemil Sena, "tevekkül gemisi"ni bile batırmak istemektedir. İçinde bulunduğu asrın kuvvete ve doğal olarak kuvvetli olana boyun eğdiğini düşünen Cemil Sena, hayata kavuşmayı savaşmak ile eş anlamda kullanmakta, esas gayesinin hayatın mutlak gerçeği olan ölüme galebe çalmak olarak açıklamaktadır.

### **2.1.3. Din ve Tanrı: İnsanın İcadı ve İdeal Gücün Simgesi**

Cemil Sena Varlık'taki hem "Fikir Kırıntıları" yazı dizisinde hem de aynı dönemdeki diğer makalelerinde açıkça dini insan icadı, Tanrıyı ise ulaşılması, yerine geçilmesi gereken bir güç olarak tanımlamaktadır. "Ahlak, din, Allah ve kanun ölümden doğdu ve ölümden kuvvet aldı" (Cemil Sena,

1935e: 222) diyen Cemil Sena, peygamberlere acıdığını, onların yanlış ve zehirli fikirlere inandıklarını iddia etmektedir (1935f: 376).

Cemil Sena 1934 yılında Allah Fikrinin Tekâmülü başlıklı bir kitap kaleme almakta, bu eser İstanbul Üniversitesi felsefe doçenti Ahmet Karahasan tarafından Varlık mecmuasında analiz edilmektedir. Ahmet Karahasan eserin amacını “hür vicdanların ne için Allaha inanmadıklarını gösterecek deliller aramak” olarak açıklamaktadır. Ahmet Karahasan’a göre Cemil Sena bu eserinde, Allah’ın beşerin bir eseri olduğunu ve eseri de insanların yaptığını ve kendi yaptığına taptıklarını” açıkça göstermektedir. Cemil Sena’nın bu eserde yaptığı şeyi Ahmet Karahasan, “Nitekim Kant’ın muasırı olan Laplace, Napolyon: “Niçin nazariyende Allah’a yer vermedin?” dediği zaman, “Böyle lüzumsuz bir faraziye ihtiyacım yok” cevabı ile aynı kefeye koymaktadır (Karahasan, 1936: 91-92).

Hristiyanlığın, Museviliğin ve İslam’ın Tanrı algısı üzerine seküler bir paradigma inşa eden Cemil Sena, kendi toplumuna yeni bir “din” sunmakta ve bu çabasını da şu ifadelerle açıklamaktadır (1934ı: 7):

Hristiyanların Allah’ı çarmıha gerildi ve öldü. Dirileceği zaman kadar, Allahsız kalan onlar, bir başka Allah aradılar ve onun yerine ilim ve medeniyeti buldular. Museviler, Allahlarını yalnız kendilerine malederek, başka milletleri Allahsız bıraktılar. Ve bu Allah’ın inayetiyle Allahsız beşeriyeti soymaya muvaffak oldular. Zavallı Müslümanlar ise, Allahlarını kâinata taksim ettiler; ve bu cömertlikten kendileri de Allahsız ve kuvvetsiz kaldılar, işlerini, hareketlerini bu ne olduğu belli olmayan kuvvete bağlayanlar da o Müslümanlar gibi işsiz ve hareketsizdirler. Kari, sana, Allahını millet, ibadetini inkılâp teşkil eden bir din sunuyorum. Bu din, ötekiler gibi hareketsiz değildir, ötekiler gibi mükâfat ve mücazatını ölümden sonra değil, bu dünyada gözlerimiz açık ve kafamız işlerken veren bir dindir.

Bugünkü Batı medeniyetinin ilmi Allah’ın yerine koyduğunu öne süren Cemil Sena, evrensel yaratıcı algısından dolayı Müslümanları zavallı olarak nitelemektedir. Müslümanların Allah’ını ne olduğunun belli olmadığı bir kuvvet olarak tanımlayan Cemil Sena, bu Allah’ı işsiz ve hareketsiz olarak tanımlamaktadır. Bu teolojik tarih okumasının neticesi olarak Cemil Sena, seküler bir Allah ve din önerisinde bulunmaktadır. Bu yeni Allah, millet iken; din ise inkılâpçılığın kendisidir. Cemil Sena’nın bu yeni dini ahiretin değil, dünyanın dinidir.

Cemil Sena sanki yukarıda izah ettiği gibi bir din ve Tanrı tasavvurunda/önerisinde bulunmamış gibi başka bir “Fikir Kırıntıları” makalesinde insana tanrısal misyon yüklemektedir. İnsanın hayattaki en büyük amacının “Allah olmak” olduğunu iddia eden Cemil Sena bu durumu şu şekilde açıklamaktadır (1934i: 12):

Bu geniş âlemdeki ufacıklığımıza rağmen daha çok büyük ve mutlak farz ettiğimiz Allaha benzemek, Allahla boy ölçüşmek, hülâsa Allah olmak istiyoruz! İş sahasında irade ve hürriyetlerin akıntısına bir mecra bulamayanlar, gözlerini öteki âleme ve nihayet Allaha çeviriyorlar. Böylece, bu taşlı ve topraklı âlemde kazanamadıkları şeyleri, görülmez, bilinmez bir âlemde elde edeceklerini zannediyorlar. Bunların feragati acizlikten, teslimiyet ve tevekkülleri hayalden ve hakikatten üstün bir ümide kapıldıklarındandır.

Cemil Sena bu açıklamasından iradesi ve hürriyeti olmayanların ahirete inandıkları ve Allah inancını ortaya attıkları anlaşılmaktadır. Cemil Sena’ya göre irade ve hürriyet yoksunluğundan dolayı

bir dine inanan insanlar, görünmez ve bilinmez bir zannın peşine düşmektedirler. Böyle bir din, yaratıcı ve ahiret algısına sahip olan Cemil Sena için bu mefhumlar acziyet, hayalcilik ve boş bir ümitperestliğin göstergesidir.

#### **2.1.4. Ahlak: Göklerden İndirilen ve Makineye Sıkıştırılan Oportünizm**

Cemil Sena diğer kavramlarda olduğu gibi ahlâkı açıklarken de evrimci paradigmadan etkilenmekte ve sosyal Darwinist bir perspektifle bu duruma izahlar getirmeye çalışmaktadır (1942b: 163). Tanrıyı bazen iradesiz ve özgür olamayan insanların icadı olarak niteleyen, bazen de insanın ideal, ulaşması gereken, hatta kavga ettiği bir varlık, üstün güç olarak açıklayan Cemil Sena, yüzyıllarca dinden neşet eden ahlâkı da sekülerizm laboratuvarına sokarak yeniden şekil vermeye çalışmaktadır. Cemil Sena açıkça dinden ve geleneklerden neşet eden ahlâkî anlayışı reddetmekte ve onun yerine yeryüzüne ait bir ahlâk anlayışını şu sözlerle talep etmektedir (1934h: 23):

İnsanda şahsiyeti öldüren her his, melundur. Aynı işi yapan fikirleri de lanetlemek lâzımdır. Bunun içindir ki dinden an'anedan gelen ahlâk prensipleri bizim hakiki hürriyet ve inkişafımızı men ederler. Birçoklarının gördüğü veçhile, kari, itikat ve düstur, haline girmiş olan beşeri iradeyi köstekleyen her fikirden kutsiliği nispetinde nefret etmek iktiza eder.

Din, bize yeis verir; ve eski ahlâk bizi felce uğratar. Güneş altında hiçbir yeniliğin kalmadığını zanneden uğursuz kafalar çoktan çürümüştür. Nice bu menfi kuvvetlere, güzel sanatlerle muzaffer olduğunı zannetti. Daha muzaffer insan ise, cemiyete kendisinden başlayan yeni bir ahlâk, yeni bir din getiren, yani kıymetleri altüst eden insandır.

Bir fikir ne kadar kutsalsa, yani dini ve rabbani ise ilgili fikirden o kadar nefret etmeyi öneren Cemil Sena, cemiyete dünyayı merkeze alan yeni bir din ve ahlâk getiren insanları muzaffer olarak nitelemektedir. Ahlâkın mahiyetini ve kökenini yeryüzüne indirerek açıklayan Cemil Sena, dünyanın gerçeklerine uyan bir ahlâk anlayışının daha doğru olduğunu savunmaktadır (1934i: 12). Bu bağlamda başka bir makalesinde ahlâka içkin kavramlardan olan iffet ve namus kavramlarını ele alan Cemil Sena, iptidai toplumlarda cinsi münasebetlerin serbest olduğunu, bu manada iffetsizliğin değil, namussuzluğun kötü olduğunu öne sürmektedir. Cemil Sena'ya göre iffet ve namus kavramları da tekâmül/evrim kanunlarına tabi olmakta, iffetin bireysel, namusun ise toplumsal bir anlamı bulunmaktadır (1934j: 116).

Ortaya attığı “Fikir Kırıntıları”nda her fırsatta dini ve uhrevi ne kadar kavram varsa aşağılayan, reddeden ve onlarla savaşı/mücadeleyi büyük bir onur sayan Cemil Sena, ahlâk başta olmak üzere, pek çok etik değerın temsilcisi olan peygamberler ve filozoflar hakkında da müstehzi bir tavra sahiptir (Cemil Sena, 1938: 150):

Hemen hemen bütün peygamberler ve filozoflar, hazin bir savaştan sonra mahvolup giden insanın biraz daha mesut olabilmesi için çeşit çeşit yollar göstermiş; gülünç olduğu kadar da realiteye uymayan bir takım bir takım kaideler teklif etmişlerdir. Bunların üzerinde birleştikleri tek nokta: insanın saadetini teminden ibarettir. Fakat kullandıkları vasıtalar, koydukları prensipler o kadar birbirine zıttır ki insan hepsini kuş bakışı seyir ve tahlil ettiği zaman, zavallı insanın ne aldatıcı vehimlere bağlandığını pek güzel anlar. Nazarî düşüncelerle, amelî hayatın zaruretleri o kadar yekdiğerine uymaz ki, bunun farkında olan bazı mütefekkirler de nihayet immoralizme'e kadar düşmüşlerdir.

Bugün milletler arasındaki siyasal ahlâk iflas ettiği gibi fertler arasındaki münasebetleri tanzim eden vicdan ve namus telâkkileri de yıkılmış gibi görünmektedir... Ve muhataplarımızla olan münasebetler, şahsi menfaatlerimizden fedakârlık yapmayan ve karşılıksız hiçbir iyiliğe dayanmayan hasis ve sefil bir kıyafete bürünmüştür ve hayatta muvaffak olanların çoğu yalancılık, riyakârlık, hırsızlık, açgözlülük olduğundan başka türlü görünmek, utanmamak... ve genel yaşama savaşında mağlup olanların çoğunu da ahlâkın felsefi veya dogmatik emirlerine itaat edenler teşkil ediyor... Nazarî veya dinî ahlâk prensiplerine inanacak bir gencin yarın içinde yaşayacağı sosyete de bir ahmak veya aptal vaziyetine düşeceği muhakkaktır.

Ahlâk karşıtlığının (immoralizme) müsebbibi olarak Cemil Sena peygamberleri ve filozofları suçlamakta, onların fikirlerini gülünç ve realiteye uygun olmamakla itham etmektedir. Cemil Sena'ya göre hayatta muvaffak olanlar yalancı, riyakâr ve açgözlülerdir. Bu iddialarını bir adım daha ileri götüren Cemil Sena, dinden ve felsefeden neşet eden ahlâkın yaşam savaşında mağlup olmanın asıl nedenleri arasında saymaktadır. Cemil Sena bu açıklamalarıyla dinden neşet eden ahlâkı reddetmesinin nedenini sosyal Darwinizmin prensiplerine uymaması olduğunu açıkça ilan etmektedir. Dine mündemiç ve kaynağını ondan alan ahlâkı reddeden Cemil Sena, yeni ahlâkın makine ahlâkı olduğunu ve onun yeni prensiplerini ise şu uzun çıkarsamayla izah etmektedir (1941c: 3-6):

Bugün ananeye bağlı metot ve bilgiler kadar da inanç ve ahlâkların yıkıldığı bir devir içinde bulunuyoruz.

Anane ahlâkı dogmatiktir, irrasyonalisttir. Ve hatta biraz da kaynağını dinî inançlardan almakta âdeta kutsal kaideler mahiyetini muhafaza etmektedir. Bu sebepten de mistiktir. Yalan, iftira, başkasının mal ve hakkına taarruz, bu ananevi ahlâkın nefret ettiği hareketlerdir. Bunları ve bunlara benzeyen daha diğer bir takımlarını akıl kavrar da din meneder. Bu ahlâk pratik olmadığı için hayatın icaplarına uygun olan bir tekâmülü de kabul etmez. Bu ahlâk körü körüne itaat ister ve aksi harekette bulunanları faziletsizlikle itham eder.

Şüphesiz bu cılanın, bir makyaj ve maskenin altında, bütün hayvanlığıyla yine çıplak bir uzviyet, bir insan uzviyeti yaşamaktadır. Fakat artık bu insan, kendini yarı tanrılık hüviyetinde gören ve hayvanlıktan alakasını kesmiş gibi gösteren bir varlıktır.

Yeni ahlâk makine ahlâkıdır. Makine ahlâkı işlemek, yaratmak ister. Makine, istihsal ettiği maddenin ne işe yarayacağından habersizdir. Makine insanı zenginleştirir. Makine önünde faydası olmayan hiçbir tabiat unsuru yoktur. İnsan madde gibi, eşya gibi, makine gibi göz önünde tutup, onun bu âlemdeki vazifesini, işini, her çeşit dini ve ananevî inançlarını bertaraf ederek tespit etmek lazımdır.

Binaenaleyh meselâ: yalan söyleyen bir insan için ahlâksızlık yapıyor demeden evvel, söylenmiş olan yalanın vücuda getirdiği işi ve tesiri incelemek lâzımdır.

Şu halde insan vicdanı, makine gibi plâstik icaplar ve ihtiyaçlara göre, iş beceren ve neticede insanlığın işine yarayan bir tesire malik bir kuvvet ve itikatlarla beslenmiş olmalıdır. En gerçek fazilette budur.

Acınacak bir insana şifa vermek, onu zenginleştirmek için elden gelenin yapılması lâzımdır. Fakat şifa bulamayan veya zenginleşmek istidatı göstermeyen bir varlığa karşı en büyük vazife, nihayet taarruz etmemektir. Bir ıstırapı kaldırmaya imkân bulamadığımız zaman, yeni bir ıstırap yaratmamak da ahlâksal bir borçtur. Makine tarzında acımanın şartı budur. Bu sebepten, makine ahlâkı (Allahın ondurmadığını peygamber sopa ile kovar) prensibine cevaz veren anane ahlakından üstündür. Makine ahlâkı, bir şerri ancak yeni bir hayrın doğmasına yardım ettiği takdirde kabul eder.

Zaten içtimai ve ferdi hayatımızın iç yüzüne, objektif olarak bakacak olursak, hakikî hayatın da insanlığı bu zaruretlere sürüklediğini ve böyle hareket ettirdiğini görürüz. İç yüzü bu olan hayatı, yalancı ve riyakâr bir cila ile kapatmak, onun çirkin gibi görünen manzarasını saklamamıza hizmet etse bile, en gerçek mahiyetini saklayamaz. Hulâsa makine ahlâkı, tabiat gibi hayatın kendi tabii cereyanı gibi yaşamayı emreden çıplak bir ahlâktır.

Dinden neşet eden geleneksel ahlâkı aklın reddettiğini iddia eden Cemil Sena, bu ahlâkın pratik hayatta karşılığının olmadığını düşünmektedir. Cemil Sena Batı'nın geçirmiş olduğu endüstri devriminden o kadar etkilenmiştir ki ahlâkı da ona göre ona uygun hale getirmeye çalışmaktadır. Bu ahlâkın toplumları ve insanları zenginleştireceğine inanan Cemil Sena, bu ahlâkî anlayışın fayda temelli, yani oportünizme dayandığını açıkça itiraf etmektedir. Bu oportünist yaklaşım Cemil Sena için “en gerçek fazilet”tir. Cemil Sena'ya göre hayatın içyüzü de bundan ibarettir. Darwin ve ardılları nasıl ki kendi dönemlerinin sosyal, siyasal ve ekonomik ortamından etkilenip sosyal Darwinizmi inşa ettilerse, Batılı düşünürlerinden etkilenen Cumhuriyet aydınlarından Cemil Sena da sosyal Darwinizmi kendi varlık anlayışına bir barınak yapmakta ve onun dilinde kendi ontolojik tanımlarını icat etmeye çalışmaktadır.

### **SONUÇ**

Batı düşünce geleneğinde dini ve bilgiyi ruhban sınıfının elinden alıp bunları özgürleştirme ideali, alternatif dindarlık söylemiyle başlamıştır. Değiştirmenin, yaratmanın idealinin şehvetine kapılan pek çok düşünür, “insan aklı” ile hayatın bütün şubelerini yeniden icat etme girişmiştir. Materyalizm ve pozitivizm ile bilginin mahiyeti ve değer alanı değişirken; Tanrısız insan tasavvuru Darwin'e kadar sistematik olarak izah edilememiştir. Darwin'i modern Batı düşüncesinde değerli kılan şey sadece evrim teorisi değildir. Darwin hayat mücadelesi, doğal seleksiyon ve en güçlü olanın ayakta kalması kavramsallaştırmalarıyla hayatı yeniden tanımlama yoluna gitmiştir. Bu yüzden Darwin tabiat âlimi, fen bilimci olmanın ötesinde sosyal bilimlere daha çok yakındır. Darwin'in eserleri objektif bir şekilde okunduğunda bu gerçek kolayca kendini ele vermektedir. Darwin eserlerinin pek çoğunda, insan ırkları arası hiyerarşiden bahsederek açıkça ırkçılığın “bilimsel” meşruiyetini oluşturmuştur. Sosyal güvenlik politikalarına getirdiği eleştiri ve seçim fikri zaten öjenizmin kurucu unsurlarıdır.

Son dönem Osmanlı aydınlarının ilerleme ülküsü, gelişme ideali, geri kalma korkusu yaşadıkları bir dönemde karşılaştıkları evrimci ve sosyal Darwinist fikirler bu insanlar için oldukça cazip görünmüştür. Bu aydınlar bilimsellik üst başlığıyla tanıştıkları evrimci ve sosyal Darwinist yaklaşımlara sıkı sıkıya sarılmış ve kendi toplumlarını bu fikirler doğrultusunda inşa etmek istemişlerdir. Osmanlı döneminde ilmi bir çaba olarak dar bir çerçevede kalıp topluma sirayet etme imkânı bulamayan bu fikirler, Cumhuriyetin ilanı ile kendini topluma yaymak için geniş alanlar bulmuşlardır. Cumhuriyet aydınları, Osmanlı zamanlarından tevarüs ettikleri evrimci ve sosyal Darwinist fikirleri tedavüle sokma gayretine girmişlerdir. Ders kitaplarından düşünce dergilerine, kanun metinlerinden kongrelere kadar pek çok alan ilgili fikirlerin dili ile dillenmiştir. Heidegger'in öne sürdüğü yaklaşım gerçekleşmiştir. Dil düşünceyi, düşünde de eylemi belirlemiş ve varlığın yeni bir evi inşa edilmeye çalışılmıştır.

Cemil Sena özelinde ele alınan ve dil, düşünce eylem formülasyonu ilgili yazarda da oldukça fazla kendini göstermektedir. Açıkça sosyal Darwinizmi benimsediğini ve desteklediğini ifade eden Cemil Sena, "Fikir Kırıntıları" yazı dizisinde beş kavrama odaklanmaktadır: insan, hayat, tanrı, din ve ahlâk. Etkilendiği düşünce sitemini yaşamın temel unsurlarını tanımlamak için kullanan Cemil Sena, sosyal Darwinist argümanları hayatın içindeki tek hakikat olarak sunmaktadır. Cemil Sena'nın döneminin düşüncelerinden etkilenmesi gayet tabiidir. Ancak bu dönemde İkinci Dünya Savaşı patlak verdiğinde pek çok düşünür, bu fikirlerin insanlığı nereye sürüklediğini fark etmiş ve Darwinizm'in içtimai yaşamdaki karşılıklarına karşı çıkmışlardır. Cemil Sena bu konuda da farklı bir tutum içine girmekte ve pek çok düşüncesinin şerh etmek için kullanılan 1940 sonrası makalelerinde de sosyal Darwinizm'e olan bağlılığını devam ettirmiştir. Hatta İkinci Dünya Savaşı'nın ortaya çıkması bu düşünürü korkutmak yerine onda büyük bir heyecan yaratmakta ve doğal seleksiyonun işlemesinden büyük bir mutluluk duymaktadır.

#### **KAYNAKÇA**

- Akçura, Yusuf (1932), "Tarih Yazmak ve Tarih Okutmak Usullerine Dair" Birinci Türk Tarih Kongresi, içinde (576-607), Maarif Vekâleti, Ankara.
- Arsal, Sadri Maksudi (1932), "Tarihin Amilleri", Birinci Türk Tarih Kongresi, içinde (338-364), Maarif Vekâleti, Ankara.
- Barnett, Laryy D. (1964), "Anti-Miscegenation Laws", The Family Life Coordinator, Vol. 13, No. 4, 95-97.
- Başgil, Ali Fuat (1937), "Türk Milliyetçiliği Doğuşu - Manası - Gayesi ve Vasıfları" İkinci Türk Tarih Kongresi, içinde (983-995), Devlet Basımevi, Ankara.
- Biyoloji II (1938), Devlet Basımevi, İstanbul.
- Cemil Sena (1933a), "Fikir Kırıntıları", Varlık, Sayı: 10, 146.
- Cemil Sena (1933b), "Mektep Kitabı Hayat Kitabı, Varlık, Sayı: 4, 51.
- Cemil Sena (1934a), "Fikir Kırıntıları", Varlık, Cilt: 2, Sayı: 27, 42.
- Cemil Sena (1934b), "Fikir Kırıntıları", Varlık, Cilt: 2, Sayı: 29, 75.
- Cemil Sena (1934c), "Fikir Kırıntıları", Varlık, Cilt: 2, Sayı: 30, 90.
- Cemil Sena (1934d), "Fikir Kırıntıları", Varlık, Sayı: 22, 7.
- Cemil Sena (1934e), "Fikir Kırıntıları", Varlık, Sayı: 24, 379.
- Cemil Sena (1934f), "Fikir Kırıntıları", Varlık, Sayı: 20, 308.

- Cemil Sena (1934g), “Fikir Kırıntıları”, Varlık, Cilt: 2, Sayı: 31, 108.
- Cemil Sena (1934h), “Fikir Kırıntıları”, Varlık, Cilt: 2, Sayı: 26, 23.
- Cemil Sena (1934ı), “Fikir Kırıntıları”, Varlık, Sayı: 21, 7.
- Cemil Sena (1934i), “Fikir Kırıntıları”, Varlık, Cilt: 2, Sayı: 25, 12.
- Cemil Sena (1934j), “İffet ve Namus”, Varlık, Cilt: 2, Sayı: 32, 116-117.
- Cemil Sena (1935a), “Fikir Kırıntıları”, Varlık, Cilt: 3, Sayı: 53, 7.
- Cemil Sena (1935b), “Fikir Kırıntıları”, Varlık, Cilt: 2, Sayı: 36, 184.
- Cemil Sena (1935c), “Fikir Kırıntıları”, Varlık, Cilt: 2, Sayı: 39, 232.
- Cemil Sena (1935d), “Fikir Kırıntıları”, Varlık, Cilt: 2, Sayı: 43, 324.
- Cemil Sena (1935e), “Fikir Kırıntıları”, Varlık, Cilt: 2, Sayı: 38, 222.
- Cemil Sena (1935f), “Fikir Kırıntıları”, Varlık, Cilt: 2, Sayı: 48, 376.
- Cemil Sena (1935g), “Fikir Kırıntıları”, Varlık, Cilt: 2, Sayı: 47, 359.
- Cemil Sena Ongun (1938), “Ahlâksel Şüphecilik” Varlık, Cilt: 6, Sayı: 130, 150-153.
- Cemil Sena Ongun (1940a), “Modern Siyasetin Felsefi Prensipleri”, Varlık, Cilt: 9, Sayı: 156, 307-309.
- Cemil Sena Ongun (1940b), “Harbin Mahiyeti ve Felsefesi”, Varlık, Cilt: 11, Sayı: 178, 219-221.
- Cemil Sena Ongun (1941a), “Bu Harpten Alınacak Dersler” Varlık, Cilt: 12, Sayı: 196, 73-77.
- Cemil Sena Ongun (1941b), “Erkek Çocuklarımız ve Yuva Terbiyesi”, Varlık, Cilt: 11, Sayı: 181, 291-293.
- Cemil Sena Ongun (1941c), “Makine Ahlâkı”, Varlık, Cilt: 12, Sayı: 193, 3-6.
- Cemil Sena Ongun (1942a), “İnsan Ruhunda Anarşi”, Varlık, Cilt: 13, Sayı: 218, 23-28.
- Cemil Sena Ongun (1942b), “Ahlâkın Kaynağı ve Mahiyeti” Varlık, Cilt: 13, Sayı: 224, 162-164.
- Cemil Sena Ongun (1976), Filozoflar Ansiklopedisi, R-Z, Remzi Kitabevi, C.IV, İstanbul.
- Crook, David Paul (1994), Darwinism, War and History: The debate over the biology of war from the “Origin of Species” to the First World War, Cambridge University Press, New York.
- Darwin, Charles Robert (1975), İnsanın Türeyişi, (Çev. Öner Ünalın), Onur Yayınları, Ankara.
- Darwin, Charles Robert (1976), Türlerin Kökeni, (Çev. Öner Ünalın), Onur Yayınları, Ankara.
- Descartes, Rene (1984), Metot Üzerine Konuşmalar, (Çev. Afşar Timuçin ve Yüksel Timuçin), Paradigma Yayıncılık, İstanbul.

- Dennis, Rutledge M. (1995), "Social Darwinism, Scientific Racism, and the Metaphysics of Race", The Journal of Negro Education, Vol. 64, No. 3, 243-252.
- Dobzhansky, Theodosius (1959), Evolution, Genetics and Man, John Wiley and Sons INC, New York.
- Doğan, Atila (2012), Osmanlı Aydınları Ve Sosyal Darwinizm, Küre Yayınları, İstanbul.
- Galip Ata (1931), Darwin, Devlet Matbaası, İstanbul.
- Geary, Dick (2000), Hitler and Nazism, Routledge, New York.
- Habibullayev, İlham (2001), Hüseyinzade Ali Bey (Turan) Hayatı ve Fikirleri, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Üniversitesi - Sosyal Bilimler Enstitüsü Tarih Anabilim Dalı.
- Halil Nimetullah Bey (1932), "Ferdî Varlık, İçtimai Varlık" Birinci Türk Tarih Kongresi, Maarif Vekâleti, Ankara.
- Hanioğlu, M. Şükrü (1981), Bir Siyasal Düşünür Olarak Doktor Abdullah Cevdet ve Dönemi, Üçdal Neşriyat, İstanbul.
- Heidegger, Martin (2013), Hümanizm Üzerine, (Çev. Yusuf Örnek), Türkiye Felsefe Kurumu, Ankara.
- Herwig, Holger H. (2003) "Germany", Richard F. Hamilton ve Holger H. Herwig (Ed.), The Origins of World War I, Cambridge University Press, Cambridge.
- Hodgson, M. Geoffrey (2004), "Social Darwinism in Anglophone Academic Journals: A Contribution to the History of the Term", Journal of Historical Sociology, Vol.17, No 4, December, 428-463.
- Hofstadter, Richard (1955), Social Darwinism in American Thought, The Beacon Press, Boston.
- Irmak, Sadi (1937), "Türk Irkının Biyolojisine Dair Araştırmalar Kan Grupları ve Parmak İzleri", İkinci Türk Tarih Kongresi, içinde (841-845), Devlet Basımevi, Ankara.
- Jones, Greta (1980), Social Darwinism and English Thought, Humanities Press, Atlantik Highlands, New Jersey.
- Kalaycıoğulları, İnan ve Akgündüz, Batuhan (2019), "Osmanlılardan Erken Cumhuriyet Dönemine Öjenizme Dair İlk Metinler", ÇKÜ Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, Cilt: 10, Sayı: Özel, 87-95.
- Kansu, Şevket Aziz (1932), "Türklerin Antropolojisi", Birinci Türk Tarih Kongresi, içinde (270-278) Maarif Vekâleti, Ankara.
- Kansu, Şevket Aziz (1939), "Öjenik Problemleri" Ülkü Halkevleri Mecmuası, Sayı: 72, Cilt: 12, 480-488.

- Karahasan, Ahmet (1936), “Allah Fikrinin Tekâmülü”, Varlık, Cilt: 4, Sayı: 78, 91-92.
- Küçükali, Adnan (2019), “Klasik İktisadi Düşünce İle Evrim Teorisinin Entelektüel Beraberliği”, HAK-İŞ Uluslararası Emek ve Toplum Dergisi, Cilt: 8, Sayı: 20, 43-58.
- Lamarck, Jean-Baptiste (1963), Zoological Philosophy, (Translated by Hugh Elliot), Hafner Publishing Company, Newyork and London.
- Le Bon, Gustave (2001), The Psychology Of Socialism, Batoche Books, Kitchener, Ontario.
- Malthus, Thomas Robert (1966), An Esssay on The Principle of Population, Palgrave Macmillan, New York.
- Marshall, Henry Rutgers (1916), War and The Ideal of Peace, Duffield and Co. New York.
- Onur, Nureddin (1937), “Kan Grupları Bakımından Türk Irkının Menşei Hakkında Bir Etüd”, İkinci Türk Tarih Kongresi, içinde (845-851), Devlet Basımevi, Ankara.
- Ortamektep İçin Tarih I (1933), Devlet Matbaası, İstanbul.
- Öztürk, Tuncay (2011), Cemil Sena’nın Estetik ve Sanat Anlayışı, Yayınlanmamış Doktora Tezi, Trakya Üniversitesi-Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Spencer, Herbert (2004), Man Versus the State With Six Essays on Government, Society and Freedom, Liberty Fund, Inc..
- Spencer, Herbert (2009), First Principles, Cambridge University Press, New York.
- Sohoni, Deenesh (2007), “Unsuitable Suitors: Anti-Miscegenation Laws, Naturalization Laws, and the Construction of Asian Identities”, Law & Society Review, Vol. 41, No. 3, 587-618.
- Toprak, Zafer (2012), Darwin’den Dersim’e Cumhuriyet ve Antropoloji, Doğan Kitap, İstanbul.
- TBMM Zabıt Ceridesi (1938), Seksen Üçüncü İnikad, 29 Haziran, <https://www.tbmm.gov.tr/tutanaklar/TUTANAK/TBMM/d05/c026/tbmm05026083.pdf> (25.03.2021).
- Türk Tarihinin Ana Hatları (1930), Devlet Matbaası, İstanbul.
- Unat, Yavuz (2020), Tarih Boyunca Evren Anlayışları ve Tanrı, Bilim ve Ütopya Dergisi, Sayı: 308, 1-14.
- Ülken, Hilmi Ziya (1983), Bilim Felsefesi, Ülken Yayınları, İstanbul.
- Ülken, Hilmi Ziya (2005), Türkiye’de Çağdaş Düşünce Tarihi, Ülken Yayınları, İstanbul.

## KENTLEŞME SÜRECİNDE SOSYO-EKONOMİK FAKTÖRLER İLE KENTLİLİK BİLİNCİ ARASINDAKİ İLİŞKİ: DİYARBAKIR ÖRNEĞİ\*

### THE RELATIONSHIP BETWEEN SOCIO-ECONOMIC FACTORS AND URBAN AWARENESS IN THE URBANIZATION PROCESS: THE EXAMPLE OF DİYARBAKIR

Murat BAYHAN<sup>1</sup>

#### Öz

Türkiye’de kentleşme hareketi 1950’li yıllardan başlayıp sürekli artarak günümüze kadar devam etmektedir. Sanayi ve beraberinde teknolojinin gelişmesi ile birlikte kentler, cazibe merkezi, iş olanaklarının alanı, mal ve hizmetlerin etkin kullanımı, hayat şartlarının daha iyi olması gibi faktörlerden dolayı çekim merkezlerine dönüşmüştür. Bu durum kentleri göç olan mekânlar haline getirmiştir. Kentlerin göç alması, gelişmesi, büyümesi beraberinde farklı sorunları da meydana getirmiştir. Ekonomik, sosyal, kültürel, bireysel, psikolojik gibi birçok soruna gebe kalan kentler ve bu sorunların çözümleyici olgularından en temeli olan kentlilik bilincinin gelişmesi ile olanaklı hale gelecektir. Kentte yaşayan insanların kenti sahiplenmesi, kente aidiyet duygusunu geliştirmesi, kentsel farkındalığa sahip olması, kent ile bütünleşmesi gibi faktörler çerçevesinde sorunların bireysel ve toplumsal alanda çözümleyici bir rol üstlenmelerine yardımcı olacaktır. Araştırma bu çerçevede oluşturulmuş olup sürekli büyüyen ve gelişen Diyarbakır ilinde yaşayan insanların kentlilik bilincinin oluşup oluşmadığı, kentlilik bilincinin oluşma sürecindeki olumlu ve olumsuz faktörleri, çevre sorunları, mahalle ilişkileri gibi konularda kentte yaşayan halkın tutum ve davranışları analiz edilmiştir. Bu çerçevede sosyo-kültürel ve sosyo-ekonomik faktörler ile kentlilik bilinci arasında ilişki veriler ışığında analiz edilmiştir. Ayrıcı konu ile ilgili sayısal veriler ile birlikte kent merkezinde gözlem yapılmış, sivil toplum kuruluşları (STK), kanaat önderleri, belediye yetkilileri, kamu kurum ve kuruluşlar ile görüşmeler yapılmış ve bu doğrultuda veriler değerlendirilmiştir.

**Anahtar Kelime:** Kentleşme, Kentlilik Bilinci, Diyarbakır.

**Jel Kodları:** R0, R59, Z0

#### Abstract

The urbanization movement in Turkey has been going on since the 1950s and has been increasing continuously until today. With the development of industry and accompanying technology, cities have become centers of attraction due to factors such as attraction center, area of business opportunities, effective use of goods and

\*Bu Çalışma, 2017 yılında, Bingöl Üniversitesi, Sosyoloji Anabilim Dalı’na sunulan, *Kentleşme Sürecinde Kentlilik Bilinci; Diyarbakır Örneği* adlı yüksek lisans tezinden üretilmiştir.

<sup>1</sup> Doktora Öğrencisi, İnönü Üniversitesi, E-posta: m.bayhan887@gmail.com, [ORCID: 0000-0001-6183-3178](https://orcid.org/0000-0001-6183-3178)

services, and better living conditions. This situation has made cities places of migration. Migration, development and growth of cities have caused different problems with it. Cities that are pregnant with many problems such as economic, social, cultural, individual, psychological, and the most basic of the resolving phenomena of these problems will become possible with the development of awareness of urbanism. It will help people living in the city to take on an individual and social role in solving problems within the framework of factors such as ownership of the city, developing a sense of belonging to the city, having urban awareness, integration with the city. The research was created within this framework and the attitudes and behaviors of the people living in the city on issues such as positive and negative factors in the process of formation of urban awareness, environmental problems, and neighborhood relations were analyzed whether the awareness of urbanization of the people living in the ever-growing and developing Diyarbakir province was formed. In this context, the relationship between socio-cultural and socio-economic factors and awareness of urban dec has been analyzed in the light of the data. Along with the numerical data related to the separate issue, observations were made in the city center, interviews were conducted with NGOs, opinion leaders, and municipal authorities, public institutions and organizations, and the data were evaluated accordingly.

**Key Words:** Urbanization, Urbanization Awareness, Diyarbakir.

**Jel Codes:**Y90

## **GİRİŞ**

Kent ile kır arasındaki değişim özellikle sanayi devriminden sonra kent lehine gelişmeye başlamıştır. Dünyada olduğu gibi Türkiye'de de 1950'li yıllardan itibaren başlayan kente yönelik hareketler özellikle 80'li ve 90'lı yıllarda hız kazanmıştır. Nitekim meydana gelen bu hızlı kentleşme aynı zamanda başta çarpık kentleşme olmak üzere birçok sorun doğurmuştur. 1940'lı yıllarda Türkiye'de iç göç ile birlikte kentleşme hareketi hız kazanmış ve bu hareketlilik sadece demografik bir olay olmasından ziyade toplumsal değişim sürecini ifade etmektedir. Kent ve kentleşme problemi bu tarihten itibaren Türkiye'nin gündeminde önemli bir yer işgal etmiştir. Geleneksel toplum yapısından heterojen kent toplum yapısına geçiş olarak ifade edilen kentleşme, Türkiye toplumsal yapısında, toplumsal değişimin taşıyıcısı olmakla birlikte bunun ana göstergesidir (Es ve Ateş, 2004: 206). Bu çerçevede 1950'li yıllarda Türkiye'de ivme kazanan ve sürekli gelişen kentleşme olgusu, kentlerde oldukça karmaşık bir hale gelen ekonomik ve sosyo-kültürel alanlarda ciddi sorunların ortaya çıkmasına neden olmuştur.

Oldukça karmaşık bir olgu olan kentleşme, temelde kent sayılarının artması ve hızlı bir şekilde gelişmesi ve nüfus birikiminin artmasıyla birlikte ortaya çıkan örgütlenme ve insan ilişkilerinde uzmanlaşmanın kente özgü olarak gelişim sürecidir. Nüfus birikim sürecinin kentleşmede önemli bir rol oynamasına karşın burada verilen kentleşme tanımlaması bize onun salt bir nüfus birikim süreci olmadığını, onunla birlikte diğer boyutlarda meydana gelen gelişimlerin bir arada anlam kazanması olarak karşımıza çıkmaktadır (Keleş, 2013: 31). Kentlilik ise hem kentte hem de kente sonradan

yapılan göçlerde nüfusun sürekli geçirdiği aşamalardır. Diğer bir ifadeyle, nüfusun kente sonradan gelip belli bir zaman diliminden sonra kentin belirli kesimlerinde kararlılık kazanma sürecidir (Sencer, 1979: 292). Her bir ülke için ve genel olarak dünya çapında kentleşme olgusunun önemli olması ve ele alınıp sürekli incelenmesi ve araştırılması, şu iki özelliğinden kaynaklanmaktadır; *birtakım ekonomik ve toplumsal süreçlerin işlenmesi ile ortaya çıkan ‘bir sonuç’ olması ve toplumsal değişme sürecini ‘etkileyen bir öge’ olması*’dır (Kartal, 1983: 93; Erkan, 2010: 20). Toplumsal değişmelerin en göze çarpan yönü olan kentleşme, nüfusun büyük oranının kırsal alandan kopup heterojen iş ve ilişkilerin olduğu kentlerde yaşamaya başlamalarıdır (Kıray, 2007: 141). Alt ve üst yapısal ilişkilerde toplumsal değişimlerin sağlıklı ve düzenli gelişmesi sağlanan ilave enerji ile ilgilidir. Birçok dinamik ilave enerjinin kaynağı olabilir ve toplumsal olguları şekillendirebilir (Alp, 2020: 225). Genel olarak Türkiye’de kentleşme olgusu iç göçler olarak tanımlanan ve görece başta ekonomik olmak üzere birçok alanda daha az gelişmiş olan kır ve kentlerden daha gelişmiş olan kentlere yönelik iç göçler şeklinde gerçekleşmektedir. Bununla birlikte, iç göçlerin başta İstanbul, İzmir ve Ankara olmak üzere büyük kentlere doğru hızlı akışı çeşitli alt ve üst yapısal sorunların karşımıza ve bunlara yönelik çözüm arayışlarının gündeme gelmesine neden olmaktadır. Nitekim gündeme gelen çözümlerden bir tanesi Kıray’ın (1964) kavramsallaştırdığı "tampon mekanizma" olarak karşımıza çıkmaktadır. Örneğin, kente gelen göçmenler kent ile hemen bütünleşme yerine kendilerine özgü sosyo-kültürel bir alan oluşturabilmekte ve kendi yaşam biçiminden tamamen uzaklaşmadan ama aynı zamanda kentin de bir parça kültürünü de göz önüne alan bir kültürleşme süreci gerçekleştirebilmektedirler. Göçmenlerin kendi aralarında oluşturdukları bu gruplaşmalar kırsal yaşamdan kopan kültürün kent kültürüne uyum sürecinde geçiş için önemli bir işlev görmektedir. Nihayetinde kent kültürüne uyum sağlama sürecinde çeşitli kültürel şoklar yaşayan bireyler bütünleşme sürecinde psikolojik olarak ciddi sorunlar yaşayabilmektedirler. Nitekim tampon mekanizmanın işlevsel olmadığı durumlarda başta suçluluk olmak üzere çarpık kentleşmeden ötürü doğan birçok sorun kentte yaşanabilmektedir.

Türkiye’de insanların büyük çoğunluğu kentlerde hayatını idame ettirmekte ve yaşamaktadır. Kentlilik bilinci ve kent kültürü ile ilgili problemler, başta göç olgusu ile birlikte olmak üzere dışarıdan gelen bireylerin kentsel yaşam ve kente uyum sağlamaları ile ilgili problemleri ifade etmektedir. Özellikle kır yaşam alanından kent yaşam alanına gelmiş bireylerin kentli olmayı içselleştirememeleri, sosyo-kültürel ve psikolojik uyumsuzlukları, yabancılığa ve kültürel boşluğa düşmeye neden olmakta bundan dolayı hem birey hem de kent için yeni sorunlar doğurmaktadır. Bu süreç beraberinde şiddet, suç gibi toplumun huzurunu bozan sorunların ortaya çıkmasıyla yakından ilgilidir. Bu çerçevede bireylerin sorumluluk almaktan kaçınması ve kente aidiyetsizlik gibi etkenlerle birlikte kentler, yaşam alanının zorlaştığı, uyumsuzluğun arttığı, uzlaşmanın yok olduğu alanlara dönüşmektedir. Kentlerdeki bu problemlerin ortadan kaldırılması veya aşılacak sürece girmesi kentleşme olgusunun gelişim süreci ile birlikte ‘‘kentlileşme’’, ‘‘kentlilik bilinci’’, ‘‘kent kültürü’’ ve

"kentsel farkındalık" gibi konuların hem sosyal sorumluluk hem de politik bir durum alması gerekmektedir.

Bu çerçevede “sağlıksız kentleşme”, “çarpık kentleşme”, “aşırı kentleşme”, "kentsel uyumsuzluk" gibi Türkiye'nin kanayan yarası durumunda olan konuların çözüm noktası, kentte yaşayan ve kente yerleşen bireylerin kentlilik bilincinin oluşup oluşmadığı, bu süreçte kentlilik bilincinin oluşması yönündeki faktörleri, sonuçları, nedenleri ve engelleri araştırılmış ve çözüm odaklı tespitler yapılmıştır. Çalışmanın temel tezini kentlilik bilinci, birey, adaptasyon, uyum, bütünleşme, farkındalık, kentsel yaşam gibi konular çerçevesinde yoğunlaşmıştır. Sonuç olarak kentsel yaşam ve kent ile ilgili sorunların çözüm noktası, bireylerin kent kültürünü benimseyip adapte olması, kentsel yaşam koşullarına uyum sağlamaları, kentsel farkındalık içerisinde olup bu doğrultuda tutum ve davranış sergilemeleri gibi etmenlerin merkezi noktası olarak kentlilik bilincinin oluşumu incelenmiş ve bu süreci etkileyen faktörler analiz edilmiştir. Çalışma bu doğrultuda oluşturulmuş ve veriler bu çerçeve doğrultusunda toplanmıştır.

## **1. KENTLİLİK BİLİNCİ**

Kentlilik bilinci veya kentli birey olmak sosyal bir süreci ifade etmektedir ve bu süreç içerisinde birey kentin içerisinde barındırdığı çeşitli öğeler ile karşı karşıya kalmaktadır (Karaküçük ve Gürbüz, 2007: 12). Kentle bütünleşip kendisini kente ait hisseden kişiler kentin gerçek sahipleridir. Kentlilik bilinci kavramıyla ifade edilmek istenen, kentte yaşayan insanların kent ile bütünleşmesi, kendisini kente ait olarak görmesi ve sorumluluklarının farkında olması, kent ile ilgili sorunlarda bir sorumluluk bilinci ve duygusunda olmasıdır. Kentte yaşayan insanların farklı ve değişik kimlikler (esnaf, Müslüman, sanatkâr, Rizeli, Diyarbakırlı gibi), bu kimliklere sahip olmalarının yanı sıra onları tek bir kimlikte toplayan ve yaşadıkları şehirle özdeşleştiren kent kimliğine sahip olmalarıdır. Bu kimliğe sahip olunması ve bu şekilde davranışlarının ortaya konulması gerekir. Başka bir ifade ile Diyarbakır'da yaşayan insanların ait oldukları, doğup büyüdüğü kent kimliğinin yanı sıra kendilerini Diyarbakırlı olarak tanımlayabilmeleri gerekir (Kaya, 2004: 75). Kentleşme, kentlileşme ve kent kültürünün keşme noktası olan kentlilik bilinci, kentin dinamiklerine ait ve güvende hissetmek, kent kültürünü anlamak, kendini kente, kentsel oluşumlardan sorumluluk duymak olarak kavramsallaştırılabilir (Bayındırlık ve İskân Bakanlığı, 2009: 17).

Ortak bir kentte yaşamak kentlilik bilincinin gelişmesi için yeterli değildir. Bir şehirde yaşayan insanların, o kentte aitlik ve sahiplik duyguları ise şehri korumaları, sahiplenmeler, geliştirmeleri, imar ve yönetimine katılmalarıyla mümkün olur. Bir insanın şehri koruması ise o şehrin için de olmasıyla mümkün olur. Ancak buradaki içinde olma mekânsal bağlamda sabit değil, siyasal, sosyal ve kültürel bağlamda aktif olma sürecidir. İnsanların kent ile arasında anlamlı köprüler kurabilmesi ve kentlerini sahiplenmesi ancak kentin yönetimine

katılmaları oranında mümkün olur. Ancak kentin yönetimine katılım yeterli bir unsur olmayıp, kent ile kendi gelecekleri arasında bir ilişki kurabilmelidirler. Bu sayede kendi ve doğal olarak kentin geleceği ile daha yakından ilgilenmeye ve kentin geleceğini önemsemeye başlar. Bu bağlamda kentlilik bilincinin gelişebilmesi için kentin, gelecek için insanlara vaat ve umut vermesi gerekir (Kaya vd., 2007: 43-44).

Kentlilik bilinci (urban consciousness); kentli olmanın bilincine varmak, kentte yaşamının bilincinde olmak demektir. Başka bir ifade ile kişinin kendini kente karşı sorumlu ve kenti de kendisine ait hissetme durumudur. Kentlilik bilinci; kentte yaşamaktan kaynaklanan bilgilerimizin oluşturduğu tutumlar, değerler ve davranışlardır. Bu çerçeveden hareketle birey; kentli bir aktör olduğunun farkında olarak kenti için sorumluluk alan, kentte olup bitenlerle ilgili olan, kente özgü tutum ve davranışlar sergileyen kişi demektir. Kentlilik bilincinde olan bireyin en belirgin göstergelerinden biri sorumluluktur ve kentini benimseyen ve ona karşı sorumluluk duyan kişidir. Kentlilik bilincinde olan birey; kentsel örgütlerin yoğunlaştığı, örgütler içinde doğan, eğitilen, çalışan, kendini kentli olarak duyumsayıp kentine sahip çıkan, boş zamanlarını değerlendiren, kentsel karar alma mekanizmalarına katılıp destek veren, yerel bilinci gelişmiş insandır (Güçlü'den akt. Keskin vd., 2015: 29).

Kır insanının ekonomik geliri tek ögelidir. Kır insanının ekonomik mekânı, kır varlıkları, kır ücret gelirleri, kır varlık geliri vb. öğeleri içerir. Kır insanın sosyal mekânı da tek ögeli olup kırın sosyal ve tinsel değerlerini içerir. Bir diğer tarafta kent insanının, kentlilik bilinci oluşmuş veya başka bir anlatımla kentleşmiş insanın ekonomik ve sosyal mekânları da bir ögelidir. Ekonomik öge olarak kent ücret geliri, kent varlıkları vb. etkinlikleri kapsar. Kent sosyal mekânı ise sadece kentin tinsel değerlerini ve sosyal değerlerini içerir (Kartal, 1983: 93). Bu çerçevede kır ve kent insanının oluşturduğu iki farklı grup ortaya çıkmaktadır. Bunlar ekonomik ve sosyal farklılıklar olmak üzere iki farklı yönü ön plana çıkar. Kartal (1983) yukarıdaki anlatımları aşağıdaki tablo-1'de karşılaştırmıştır;

**Şekil 1:** Kır, Kentleşen ve Kent İnsanı: Ekonomik ve Sosyal Mekânın Öğelerindeki Değişmeler

| İnsan Türleri           | Ekonomik Mekân          | Sosyal Mekân          |
|-------------------------|-------------------------|-----------------------|
| <b>Kır insanı</b>       | Kır ekonomik değeri     | Kır sosyal değerleri  |
| <b>Kentleşen insan</b>  | Kır ekonomik değerleri  | Kır sosyal değerleri  |
|                         | Kent ekonomik değerleri | Kent sosyal değerleri |
| <b>Kentleşmiş insan</b> | Kent ekonomik değerleri | Kent sosyal değerleri |

**Kaynak:** (Kartal, 1983: 94).

Yukarıdaki tabloda kır insanı, kentleşen insan ve kent insanının ekonomik ve sosyal mekân bağlamındaki değerleri gösterilmiştir. Kır insanı sadece kır ekonomik değerleri ve kır sosyal değerleri ile ilişkilendirilir. Kentleşen insan başka bir deyişle geçiş insanı, kentleşmiş insan bir bağlamda kır insanının değerlerinden kopup kent insanı olma yönündeki bir süreç içerisinde. Bu süreçte ağırlıklı

olarak kent insanının değerlerine yöneliş vardır. Ancak kır insanının değerlerinden de kopmuş değildir. Kısmi olarak kır insanının ağırlıklı olarak sosyal değerlerini ortaya koymaktadır. Kentleşmiş insan ise kentlilik bilincine varmış, kent ekonomik değerleri ile kent sosyal değerlerini kavramış, kentle bütünleşmiş, duyarlı, kentli insan modelindedir.

Kentlilik bilinci denildiğinde kentte yaşamaktan kaynaklanan bilgilerimizin oluşturduğu tutumlar, değerler, davranışlar akla gelmektedir. Kent, homojen bir sosyal yapı olmadığına göre, kentte yaşayan bireylerin kentlilik bilinci dereceleri de farklı olacaktır. Kentlilik bilincini ilk basamağı, kişinin kendini kentli olarak görmesi, tanımlamasıdır. Kentlilik bilincini diğer önemli göstergelerinden biri de, kişinin kendini o yere ait hissetmesidir. Bir yerin kimliği, yaşanılan kentin diğerlerinden ayırt edilmesi, “benim kentim” şeklinde nitelendirilmesiyle gerçek ve sembolik olarak inşa edilmektedir. Kentlilik bilincinin pek çok kavramla ilişkili olduğu bilinmektedir. Kente karşı sorumlu olmak, kente ve kentliye saygılı olmak, kente aidiyet, kent kültürü, kentsel yaşam, kente bağımlılık, kentli olmak gibi kavramlar kentlilik bilinci kapsamında değerlendirilen kavramlardır (Şenbeyazlı ve Aydemir, 2008: 51).

Kentlilik bilinci, kent yaşamı içinde ortaya çıkar ve kent kültürüne göre biçimlenir. Buradan hareketle kentlilik bilinci “bireylerin kentte yaşadıklarını ve kentli olduklarını bilmeleri ve bundan dolayı kente özgü tutum ve davranışları benimseyerek, bunları uygulamaları gerektiğinin farkında olmaları” olarak tarif edilebilir. Başka bir ifadeyle kentlilik bilinci, kent kültürünü anlamak, kendini kente, kentin dinamiklerine ait ve güvende hissetmek, kentsel oluşumlardan sorumluluk duymaktır (Bayındırlık ve İskân Bakanlığı, 2009: 17-20).

Kentlilik bilinci, kişilerin kentte özgü tutum ve davranışlar sergilemesi, kentli birey olduğunun farkında olması ve bu doğrultuda hareket etmesi anlamına gelmektedir. Kentli birey bilincinde olan bireyin kentlilik bilincinin oluşumunun en önemli başlıca koşulu ise kişinin yaşadığı kent ile anlamlı ve güçlü bağlar kurabilmeleri ve kendilerini yaşadıkları kentin birer parçası olarak görmeleri ile mümkün olur. Ayrıca kentlilik bilinci bireyin yaşadığı kente sahip çıkmasıyla ve kenti daha düzenli ve yaşanılabilir bir hal aldırmasıyla mümkün olur (URL 1).

Günümüzde insanların çoğu geçimini kent mekânında kazandığı söylenebilir. Bu çok yönlü bir ilişkidir. İnsanın içinde bulunduğu faaliyet kent mekânını da oluşturmakta, bu mekân onun yaşamını biçimlendirmekte, başka bir ifade ile hem etkilemekte hem de etkilenmektedir. Kenti zaman zaman tüm yaratıcılığın kaynağı olarak görmesinin yanı sıra tüm kötülüklerin kaynağı olarak da görülebilmektedir. Bu durum kentsel mekânın bir fırsatlar, çeşitlilikler, umutlar alanı olmakla birlikte aynı zamanda, yalnızlığın, toplum dışına itilmenin alanı olmasından ve insan bilincine yansımalarından başka bir şey değildir. Kent mekânının yaşam içine kazındığı ve yaşamın merkezinde olduğu böylesi bir durumda, sürekli eleştiri konusu olmakta ve içinde yaşayanların oluşturdukları eylemleriyle ve

yönetimlerle iyileştirmek istemektedirler. Kentlilik bilincine varmış bireylerin içinde bulundukları bu mekânı sadece yönetimlere bırakmasıyla kalmayıp, değişik etkinlik ve faaliyetlerde bulunularak gerçekleştirmeleri gerekmektedir. Kent mekânının eleştirisi veya kent mekânının temel sorunları ancak kentlilik şuuruyla hareketle aşmak ve sorunları çözüme ulaştırmak mümkün hale gelebilir (Tekeli, 2011: 186-187). Ayrıca günümüzde yaşanan hızlı ve kontrolsüz göç hareketleri sonucu kontrolsüz gelişip büyüyen kentleri de kentin ortak bir yaşam alanı olamamakta ve kültürel pota işlevini yerine getirememektedir. Bu da paydaşlık kültürü yerine yalıtılmış bir kültürel yapının gelişmesi sonucunu doğurmaktadır. Kentle bütünleşememiş, kentsel yaşamdan ve toplumdan soyutlanmış bireyler de kendi kabukları içerisine çekilerek yaşamlarını sürdürmeye başlamaktadırlar. Özgürleşemeyen bu bireyler, birincil ilişkilere yönelmekte ve çözümü bireyselleşmede bulmaktadır (Acungil, 2012: 26). Bu bağlamda kentlilik bilincinin temel yapı taşları arasında bireyin kent yaşamına uyumu ve kendini kentli olarak görmesi, kenti sahiplenmesi, kent ile ilgili karar ve konsey gibi örgütsel faaliyetlerde bulunması, mahalle, park, trafik kurallarına uyum, komşuluk, çevre sorunları ve mahalle sorunları gibi davranışlarda duyarlı olması kentlilik bilincinin temel yapı taşlarını oluşturmaktadır.

### **1.1. Kentlilik Bilincinin Göstergeleri**

Kentsel yaşam, topluluk duygusu, mekânın kendine has biçimi, yerel halkın kültürü ve hem insanı hem de mekânı bir arada düşünme, bir bütün olarak ikisini kendinde görme önemine odaklanmaktadır (Mazumdar, 2007: 43). Modern yaşamın en derin sorunları, bireyin, etkin sosyal kuvvetler karşısında varoluş özerkliğini ve bireyselliğini muhafaza etme amacından kaynaklanmaktadır. Metropol tipi bireysellik, bireyin içinde yaşadığı alan ile zihninde yaşadığı gerçeklik arasında bir ilinti içerisinde olma durumudur. Birey bu metropol yaşam ile zihinsel yaşam arasındaki bağı kurmaması halinde psikolojik durumu başta olmak üzere sosyal, kültürel vb. alanda yıpranma hatta kopma durumuna gelir (Simmel, 1996: 81-83). Kentte yaşayan bireylerin kentlilik bilincinin göstergeleri ve kentlilik bilincini belirleyen unsurlar; kenti sahiplenme, kent kurumlarına katılım, kente duyulan aidiyet ve bağımlılık, kent sorunlarına duyarlılık ve kentsel farkındalık olarak karşımıza çıkmaktadır. Özellikle kent aidiyeti, kentte uyum sağlama ve kente sahip çıkma gibi başat faktörler bireyin kentlilik bilincinin göstergeleri olarak karşımıza çıkmaktadır.

#### **1.1.1. Kentsel Aidiyet**

Kent, topluluklar ve gruplar arasındaki ilişkinin, yabancı insanların, rasyonel dayanışmanın, işlevsel farklılaşmanın ve bunların beraberinde getirdiği toplumsallaşmanın mekânıdır. Kentli insanın sosyal davranışlarını ve kentte yaşayan insanların ilişkilerini çözümlemek kent sosyolojisinin temel görevi olmuştur (Özyurt, 2007: 113). Kentte aidiyet duygusunun oluşması ile birlikte beraberinde getirdiği kent ile bütünleşme duygusu da yaşam biçimi, kamu hizmetlerinden yararlanma vb. aidiyet duygusunun gelişimine paralel olarak gelişmektedir (Güler vd., 2015: 43-45). Nitekim Kaypak'a (2014) göre kenetli birey, kentte yaşayan kişilere denir ve kentlileşme ise kentli olmakla özdeşir. Bu

çerçeve davranışlar ile ilintili sosyo-psikolojik bir olgudur. Kentlilik bilinci ise kentte ikamet etmekten öte kente aidiyet duygusu geliştirme ve kenti benimsemeyle ilgilidir.

Kamusal alanlar, sosyal etkinliklerde yer alma ve kent kurumlarına katılımda önemli bir etkiye sahiptir. Meydanlar, alış-veriş merkezleri, parklar gibi alanlar toplumdaki bireyleri bir araya getiren kamusal alanlardır ve toplumsal yaşamda önemli bir rol üstlenmektedir. Bu kamusal alanlar kentte yaşayan bireyleri alana çekmekte ve aidiyet hissinin oluşmasına katkı sağlamaktadır (Ercoşkun ve Özöduru, 2013: 30-31).

Kentlilik bilincinin önemli gösterge ve belirleyicilerinden olan kente ait olma duygusu veya kentsel aidiyet bireyin kendini yaşadığı mekâna ait hissetmesi, kentli olarak görmesi, onun bir parçası olduğunun farkına varması ve bu aidiyet hissini kent içi pratiklerle sergileyebilmesidir (Genar, 2006: 142). Bireyin kendisini bir yere ya da bir şeye ait olma duygusu ve bu duygunun davranışa dönüşmesi de bireyin sosyalleşme süreciyle bağdaşmaktadır. Mekânın nitelikleri çerçevesinde birey, bu süreci algılama ve belirlemede etkili olur (Geyik, 2010: 38). Bireyin yaşadığı mekâna duyarlı olması ve mekânı bir parçası olarak algılaması, kendini yaşadığı kentin bir parçası olarak görüp kentli olarak görmesi bireyin düşüncedeki duruşunu yaşamına, pratiğe geçirmesi ve kent içi tutum ve davranışlara sergilemesi sonucunu doğuracaktır. Bu bağlamda kişinin kendini kente ait olarak görmesi, kente ait olma duygusunda olması bu duyguyu pratiğe geçirmesi ile kentlilik bilincine ulaşacaktır. Heterojen sosyal yapının olduğu kentlerde yaşayan bireylerin kentlilik bilinci de farklılık göstermektedir. Kentlilik bilincinin evreleri vardır ki bu evrelerin ilki bireyin kendisini kentli görmesi, ikincisi bireyin kendisini o yere ait olarak hissetmesidir (Güçlü, 2002: 18).

### **1.1.2. Kenti sahiplenme**

Kenti sahiplenme, bireyin kent sorunlarına duyarlı olması, kentin büyüyüp gelişmesinde katkıda bulunması, bireyin kenti koruması ve kentin daha yaşanılabilir bir hal alması için uğraş vermesidir. Kente sahiplenme ile kente ait olma duygusu arasında sıkı bir ilişki vardır. Kente aidiyet duygusunun sağlıklı bir biçimde gelişmesiyle birlikte kente sahiplenme duygusu oluşması mümkün olacaktır. Kente aidiyet için en önemli şey bireyin kenti evi olarak görmesidir (Genar, 2006: 130). Kenti sahiplenilen bireyler kenti koruyucu mekanizmalardan biri olmanın yanı sıra aynı zamanda yaşadıkları kent hakkında da bilgisel donanımına sahip olur. Kentteki konumunu iyi anlayan birey, yaşadığı çevrenin şekillendirilmesinde söz sahibi olmanın yararlılığına inanırsa ve bunun için bir çaba gösterirse, bilinçli kentli oluşum süreci başlamış olur (Şenbeyazlı ve Aydemir, 2008: 51).

Kentlilik özelliklerinin kazanılması, bireyin yaşadığı kentin her neresi olursa olsun, oradaki kentsel yapı ve kentsel haklara duyarlı olmasını sağlar. Bunun için sanılanın tersine, kentlilik bilincinin varlığı için yaşanılan kentin “yerleşik” sakini olmak gerekmez. Bir kentte yerleşik olmak, kentsel bağlılık ve aidiyet gibi duygular nedeniyle, kentlilik bilinci konusunda

bir potansiyel teşkil eder ama mutlaka onun gelişmiş olacağını göstermez. Buradan hareketle, kentin yerlisi olmayıp, göçle gelen, ancak yukarıdaki nitelikleri taşıyan kent sakinleri de kentlilik bilincine sahip olabilirler (Mutlu, 2011: 15).

### **1.1.3. Kent Kurumlarına Katılım**

Kent kurumlarına katılım, bireylerin yaşadıkları fiziki çevre, kamu kurum ve kuruluşlarının alacakları kararlarda söz sahibi olmaları ve bu kararlara katılım ve iş birliği içinde olmaları ve sonuç almalarıdır (Kalabalık, 2005: 10-11). Katılım sayesinde bireylerin içinde yaşadıkları toplum ve kent ile ilgili sorunları çözme, demokratik bir ortamında habercisi olacaktır. Sağlıklı kent ve kent alanlarının sürdürülebilirliği farklı grupların iş birliği ile gerçekleşecektir (Işık, 1991: 63).

Kentsel mekânların ayırt edici özelliklerinden biri de onu diğer yerleşim birimlerinden farklılaştıran yanlarıdır. Birey kentin kurumlarıyla olan sağlıklı ilişkileri sayesinde hem kent doğasını kavrayabilir hem de kente uygun bir yaşam felsefesi benimseyebilir (Geyik, 2010: 23). Bu nedenle, bir kentin sosyo-kültürel, ekonomik ve estetik bakımdan gelişmesini amaçlayan yerel nitelikli sivil toplum kuruluşlarına ya da kent konseylerine katılım önemlidir (Mutlu, 2011: 16). Kent yaşamı, farklı özelliklerdeki çok sayıda insanın bir alanda birlikte yaşamının beraberinde getirdiği doğal sorunlar ile birlikte, ortaya gelen bu sorunlara akılcı çözümler bulmak, bu çözümleri hayata geçirmektir. Bu özelliği ile kent yaşamı bireylerin sosyal sorumluluklarının bilincinde olup çözüm araçları geliştirerek farklı çözüm yollarına ulaşmayı hedef edinen bir sosyal sorumluluk bilincini de geliştirebilmektir (Kurt, 2011: 265).

Kentli olmak, kentsel bir ortamda, kentli bir ailenin içinde büyümekle olanaklıdır. Kent kültürünü kazanmak, belirli bir bilgi, bilinç ve tecrübe gerektirir. Kentli olmak, kentin örgütlü dokusu içinde yer almakla olanaklıdır. Kentin dokusu içinde yer almanın en iyi göstergesi, kentin yapısını meydana getiren ekonomi, hukuk, sağlık, eğitim, siyaset, sanat kurumlarının oluşturduğu gruplara katılmak ve onların ürünlerinden pay almakla mümkündür (Güçlü, 2002: 26-30). Gönüllü dernekler, sivil toplum kuruluşları, kent konseyleri, sivil toplum konseyleri, sanatsal aktiviteler, kültürel etkinlikler gibi çalışma ve aktiviteler bireyin gelişimi için önemli bir yer teşkil etmektedir. Bireyin kent ile ilgili sorunlara ve kararlara duyarlı olması, kentin geleceğini kendi geleceği gibi görüp kent ile ilgili kararlara tepki vermesi, desteklemesi, sorumluluk alması ve bu doğrultuda örgütlenmeye girmesi ve faaliyette bulunması kentlilik bilincinin göstergelerindendir.

### **1.1.4. Kent Sorunlarıyla İlgilenme**

Pek çok fırsatın mekânı olan kentler aynı zamanda sorunların da olduğu alanlardır. Kentsel sorunların varlığını tümünden ve kısa zamanda ortadan kaldırmak zordur. Ancak sorunları en aza indirmek mümkündür. Bu da kentte yaşayan bireylerin duyarlılıklarına ve katılımlarına bağlıdır (Geyik, 2010: 25). Bireyin kendisini kent ile özdeşleştirmesi, kenti sadece iş yeri, konut ve ulaşım

olanakları sunan bir alan, mekân olarak görmesinden ziyade onun politik düzlemdeki temsiline de sağlıklı bir yaklaşım geliştirmek gerekmektedir (Helle, 1996: 71).

Öte yandan katılımcı faaliyetlerin sürdürülebilirliği için bunların “etkili olabileceği” ortamların sağlanması gerekir. Katılım sürecinde bireyler, gösterdikleri çabaların kent yönetimleri tarafından dikkate alındığını görmek ve bilmek isterler. Bu nedenle, kent yönetimlerinin davranış biçimi, katılımcılık oranını ve bireylerin kararlılığını etkiler (Mutlu, 2011: 16). Yaşanılan yerin sorunlarına yönelik hassasiyet derecesi, çevrede yaşanılan olumsuzlukları gidermeye yönelik bir çabanın gösterilip gösterilmediği gibi hususlar kentlilik bilinci seviyesini de göstermektedir (Kaya vd., 2007: 46).

#### **1.1.5. Kentsel Farkındalık**

Kentlilik bilincinin en önemli göstergesi kentte yaşayan bireylerin kendisini kentli olarak tanımlamaları ve bu doğrultuda duygu, düşünce ve davranış sergilemelerinin (Altınparmak, 2016: 20). Kentli birey olmanın, kentlilik bilinci ile hareket eden birey olmanın gerekliliğinin ilk koşullarından biri yaşam alanını ve yaşam ortamını savunmaktır (Bektaş, 1996: 95). Kenti sahiplenme ve kentsel sorunlara duyarlılıkla ilgili olan kentsel farkındalık, bir kentte sunulan olanakları, eksiklikleri, değişiklikleri görebilme, kentin tarihi ve kültürü hakkında bilgi sahibi olma, kentsel yönetimlerin hizmet sunumlarını izleme gibi unsurlardan oluşur. Bu bağlamda farkındalık, peyzaj, altyapı ve üstyapı olanakları, yönetim, ekonomi gibi kentin asli unsurları hakkında bir değer yargısına sahip olmayı gerektirir. Kentsel farkındalık, kentin eksiklik ve değişikliklerini görebilme, kentin kültürel, tarihi, sosyal alanları hakkında bilgi sahibi olma, kentsel yönetim organlarının hizmet anlayışları ve sunumlarını izleme ve eksikliklerini görme gibi durumların farkında olmasıdır (Mutlu, 2011: 4-16). Kentin yönetsel olarak sorunlarının farkında olması bireyin kentsel yaşama veya kentlilik bilincine ulaştığını gösteren yegâne durumu ifade etmez. Bireyin içerisinde bulunduğu sosyal yapının değer ve normlarının bilincinde olması, kent kültürünü, tarihi ve kültürel özellikleri gibi durumlarının bilincinde olması bireyin farkındalığını göstermektedir. Birey bu tutum ve tavır ile birlikte gerek kültürel gerek ise de sosyal özelliklerine sahip çıkarak geliştiren, koruyan bu tutum sergiler.

Kente özgü olan kültürel değerler, kent kimliğini belirler ve şekillendirir. Bu kimliğin oluşması için, bu değerleri ve kentin tarihinden maddi ve manevi değerleri geleceğe aktarılması ve korunması gerekmektedir. Kentin tarihine ışık tutan ve tanık olan bu yapılar, kentlinin yaşam biçimine dâhil olan bir değer biçimi olarak kendisini göstermelidir. Yaşandığı döneme ait görsel ve mimari değer taşıyan bu yapı ya da yapı gruplarının korunması, kente ait kültürel sürekliliğin sağlanmasında önemli bir etken halindedir. Ayrıca bu kültürel süreklilik ile birlikte kent kimliğinin oluşması ve oluşan kent kimliğinin gelecek kuşaklara veyahut kentin

geleceğine taşınması konusunda önemli rol oynamaktadır (Biol, 2007: 46-54). Kent kültürünü oluşturan bu yapı veya yapıların kentli birey tarafından maddi veya manevi olarak korunup sahiplenilmesi, bunları içselleştirmesi kentin, kentleşmenin, kentliliğin oluşmasında önemli bir faktördür. Bu durum kentlilik bilincine sahip olan bireyin tutum ve davranışlarından birisi olarak karşımıza çıkmaktadır.

## **YÖNTEM**

Kentli insanın sahip olması gereken özelliklerden biri olarak karşımıza çıkan “kentlilik bilinci” kavramına Türkiye’de tam olarak gereken önem verilmemiştir. Özellikle 1950’li yıllarda teknolojik, sosyal, siyasal, ekonomik gelişmeler ile birlikte şehirler cazip hale gelmiş ve göç hareketleri ivme kazanmıştır. Kente yoğun yaşanan bu hızlı ve düzensiz göçler kent içerisinde hemen çözüme kavuşmayan problemleri de beraberinde getirmiştir. Kente gelen bireylerin kent hayatında kırsal yaşam tarzlarını yaşamaya çalışmaları ve kente uyum sağlayamamaları kentin yapısında iki farklı durumu beraberinde getirmiştir. Bu şekilde "biz ve öteki" kavramları ortaya çıkmıştır.

Kentleşme ve kentlileşme ile birlikte, mahalle yapısının değiştiği, bu mekânda meydana gelen ilişki biçimlerinin farklılaştığı varsayılmaktadır. Buna göre; birincil ilişki kalıpları, yerini ikincil ilişkiye bırakmış, insanların ilişki biçimleri rasyonel bir temele oturmuş ve ilişkiler niceliksel açıdan büyük değişimler geçirmiştir. Bu görüşlerin ne kadar geçerli olduğunun, komşuluk konusunda değişimin hangi düzeyde gerçekleştiğinin ve genelleme yapacak kadar bir öneme sahip olup-olmadığının belirlenmesinin bilimsel açıdan ortaya konulması bir zorunluluk olarak belirmektedir (Yıldız, 2011: 67).

Kentte oluşan bu sorunların çözümü hususunda kente gelen ve kentte bulunan bireylerin karşılıklı olarak kentte yaşamının gerektirdiği bilince sahip olması büyük önem arz etmektedir. Bireylerin kenti sahiplenmesi, aidiyet hissi duyması, sorumluluk alması kentlerde bulunan ayrılığın yok olmasına, insanların uyumlu yaşamasına ve ortak değerleri benimsemesine yardımcı olacaktır. Kentlilik bilinci, bireylerin dayanışmasına ve bütünleşmesine, kenti fiziksel olarak sahiplenip korunmasına katkı sağlamakla birlikte, sosyo-ekonomik zenginliğe de büyük bir katkı sağlayacaktır. Diyarbakır ili sürekli gelişen, göç alan ve göç veren bir şehirdir. Nüfusunun sürekli artması ve buna bağlı olarak konut, iş yerleri gibi yapıların sayısının artması, çoğu insanın “*Doğunun Paris’i*” hitabında görmesi ve ifade etmesi gözlemler sonucunda görülmüştür. Bu çalışmanın yapılmasında temel etkenler bunlar olmuştur.

Toplumların, grupların veya bireylerin kentte yaşamaları için kentlerin metropolleşmesi veya sürekli gelişmesi yeterli olmamaktadır. Kentlerin gelecekte sürdürülebilirliğinin sağlanması ve sağlıklı hale getirilmesi ise kentlilik bilincine sahip bireylerin, grupların ve toplumların oluşması ile mümkün olacaktır. Araştırmanın problemi, "kentsel büyüme sürecinde kentlerde yaşayan bireylerin kenti algılama, kentsel farkındalık, kentsel kurumlara katılım, kenti sahiplenme, kent sorunlarına duyarlılık,

kent ile bütünleşme süreçlerinde etkili olan mekanizmalar nelerdir?" sorusu çerçevesinde şekillenmiştir. Bu çalışma karma yöntem tasarımına göre yapılandırılmıştır.

Nicel araştırma tasarımına uygun olarak tesadüfî, nitel yaklaşım ile ilgili olarak amaçlı örneklem kullanılmıştır. Nitekim Kılıç (2013), basit tesadüfî örnekleme tüm kesimler ve birimler eşit şansa sahiptir ve uygulama alanında bütün birimler listelenir ve rastgele birimler seçilir. Araştırma evreni karmaşık değilse seçme işlemi kolaylaşır ve bu yöntem ile yapılan örneklemede istatistiksel işlemler ve örneklem hatası kolayca hesaplanabilir. Araştırmanın örnekleminin seçiminde tesadüfî örneklem tekniği ile birlikte önceden tespit edilmiş katılımcılarla (muhtar, belediye başkanı, sivil toplum kuruluşları gibi) görüşmeler yapılmıştır. Basit tesadüfî örneklem ile birlikte ana kitledeki her birimin ve bireyin görüş, tutum ve davranış olasılığı eşit hale getirilmiştir. Ayrıca önceden belirlenmiş yönetici ve katılımcıların toplumun ve kentin sorunlarıyla bire bir muhatap olan kişiler olması konu ile ilgili verilerin toplanmasında ve sağlıklı verilere ulaşılmasında önemli bir etkiye sahiptir.

Araştırmanın ana kitesini Diyarbakır ili şehir merkezinde yaşayan bireyler oluşturmaktadır. Araştırma kapsamında katılımcılardan hem Diyarbakırlı olanlar ile Diyarbakırlı olmayan kişiler ele alınmıştır. Bu bağlamda Diyarbakır ilinde merkezde yer alan Diclekent, Seyrantepe, Toki Üç Kuyular ve Bağlar semtleri ele alınmıştır. Semtler arasındaki farklılıklar bu dört farklı semtin seçiminde etkili olmuştur. Şehrin en gelişmiş bölgesi olarak Diclekent, şehir merkezinde çarpık yerleşim yeri olarak Bağlar, gelişmemiş bir alan olarak Seyrantepe ve geliştirmekte bir alan oluşturan Toki Üç Kuyular semtleri ele alınmıştır. Dört farklı semtte eşit sayıda katılımcıyla anket yapılmıştır. Çalışmanın temsil gücünün daha yüksek olması amacıyla cinsiyet, eğitim, farklı meslek grupları konularına dikkat edilmiş ve olabildiğince katılımcı sayısı yüksek tutulmuştur. Bu bağlamda 156 kişiyle anket uygulanmıştır. Anket formunda demografik özellikler, eğitim, kültür, ekonomik özellikler, kentsel yaşam, iş ve istihdam olmak üzere dokuz kategorilerden oluşturulmuştur.

Araştırmada kullanılan anket formunun soruları ve cevap seçenekleri, bilgisayar ortamında değerlendirilmeye uygun olacak biçimde numaralandırılarak hazırlanmıştır. Toplanan anket formlarındaki veriler öncelikli olarak bilgisayar ortamına aktarılmış, daha sonra da bu verilerin dağılımı “SPSS 10,0 for Windows” adlı bilgisayar programından yararlanılarak analiz edilmiştir. İlk olarak basit dağılım tabloları aracılığıyla ele alınan bağımsız değişkenlerin hangi bağımlı değişkenlerle ilişkisinin olabileceği tespit edilmiştir (Karaca, 2007: 79). Veriler “SPSS 10,0 for Windows” programına yüklendikten sonra tablolar elde edilmiş ve tablolar ele alınırken, sayısal verileri yüzde olarak verilmesinin yanında gerekli görüldüğü yerlerde; “büyük çoğunluk”, “çoğunluk”, “yarıdan fazla”, “yarıya yakın”, “çok az”, “bir kısmı”, gibi miktar belirten ifadeler de kullanılmıştır.

Anket formunda yer alan açık uçlu sorulara verilen cevaplar, benzer özelliklere göre belirli kategorilere dönüştürülmek suretiyle bilgisayara işlenmiş, daha sonra tablo haline getirilmiştir. Açık uçlu sorulara ve bazı soruların “diğer” veya “fikrim yok” biçimindeki seçeneklerine verilen ve

aktarmaya değer bulunan bazı ifadelerle de ilgili bölümlerde yer verilmiştir. Yıldırım ve Şimşek'e (2003) göre betimsel analiz; farklı veri toplama teknikleri ile elde edilen verilerin önceden belirlenmiş temalara göre özetlenmesini ve yorumlanmasını içeren bir nitel analiz türüdür. Bu analiz türünde ki amaç bulguların okuyucu tarafından özetlenmiş ve yorumlanmış bir şekilde sunulmasını sağlamaktır. Ayrıca anket formunda bazı sorular kısıtlama getirilmiş iken bazı sorular ise birden çok seçenekli hale getirilmiş olup farklı neden ve etkideki durumlar analiz edilmiştir. Bununla birlikte gerekli görüldüğünden kamu kurum kuruluşlar, vakıf ve dernekler ile görüşmeler yapılmış ve veriler değerlendirmeye alınmıştır. Bu doğrultuda gözlem yoluna da gidilmiş araştırma evreni ve örnekleme gözlem yolu ile denetlenmiştir.

## BULGULAR

Kentlilik bilincinin önemli faktörlerinden olan bireylerin eğitim, ekonomik, sosyal yaşam, kentsel duyarlılık, kentsel yaşam, kentsel farkındalık, kent kurumlarına katılma durumu gibi birçok etken ile kentlilik bilinci arasında doğrusal bir ilişki vardır. Bu çerçevede sosyo-ekonomik faktörler çerçevesinde katılımcıların verdikleri cevaplar çapraz tablolar şeklinde aşağıda verilmiştir.

**Tablo 1.** Aylık Gelire Göre Katılımcıların Alış-Veriş Yaptıkları Yer Durumu

| Aylık Gelir   |       | Genel Olarak Alış-Verişin Yapıldığı Yer |                                          |                                    |                    |       |        |
|---------------|-------|-----------------------------------------|------------------------------------------|------------------------------------|--------------------|-------|--------|
|               |       | Migros, Kiler Gibi marketlerden         | Çarmar, Tezgel v.b. gibi yerel marketler | Mahalledeki market ve bakkallardan | Semt pazarlarından | Diğer | Toplam |
| 500 TL'denaz  | Sayı  | 5                                       | 4                                        | 15                                 | 14                 | 3     | 41     |
|               | Yüzde | 12,2                                    | 9,8                                      | 36,6                               | 34,1               | 7,3   | 100,0  |
| 501-1500 TL   | Sayı  | 12                                      | 4                                        | 15                                 | 13                 | 2     | 46     |
|               | Yüzde | 26,1                                    | 8,7                                      | 32,6                               | 28,3               | 4,3   | 100,0  |
| 1501- 2500 TL | Sayı  | 7                                       | 1                                        | 13                                 | 11                 | 0     | 32     |
|               | Yüzde | 21,9                                    | 3,1                                      | 40,6                               | 34,4               | 0,0   | 100,0  |
| 2501-3500 TL  | Sayı  | 8                                       | 2                                        | 8                                  | 5                  | 0     | 23     |
|               | Yüzde | 34,8                                    | 8,7                                      | 34,8                               | 21,7               | 0,0   | 100,0  |
| 3501- fazla   | Sayı  | 0                                       | 1                                        | 1                                  | 0                  | 0     | 2      |
|               | Yüzde | 0,0                                     | 50,0                                     | 50,0                               | 0,0                | 0,0   | 100,   |
| Toplam        | Sayı  | 32                                      | 12                                       | 52                                 | 43                 | 5     | 144    |
|               | Yüzde | 22,2                                    | 8,3                                      | 36,1                               | 29,9               | 3,5   | 100,0  |

**Kaynak:** Veriler, 17 Eylül 2017 tarihinde araştırmacı tarafından savunulan ve kabul edilen yüksek lisans tezinden alınmıştır.

Aylık gelir ile bireylerin alış-veriş yaptıkları yer ile ilgili durumları yukarıdaki tabloda çapraz tablo şeklinde verilmiştir. Bu çerçevede katılımcıların aylık geliri doğrultusunda genel olarak en çok alış-verişlerini yaptıkları yer koyu olarak belirtilmiştir.

Aylık geliri 500 TL'den az olan katılımcıların genel olarak alış-verişlerinin %36,6'sını mahalledeki market ve bakkallardan yaptıkları yukarıdaki tablodan anlaşılmaktadır. Aylık geliri 500 TL'den az olan katılımcıların genel olarak alış-verişlerinin %34,1'ini semt pazarlarından, %12,2'si Migros, Killer gibi marketlerden ve %9,8'i ise Çarmar, Tezgel gibi yerel marketlerden yaptıkları anlaşılmaktadır. Aylık geliri 501-1500 TL arasında olan katılımcıların genel olarak alış-verişlerini %32,6'sı mahalledeki market ve bakkallardan yapmaktadır. Bu katılımcıların %28,3'ü semt pazarlarından, %26,1'i Migros, Killer gibi marketlerden ve % 8,7'si ise Çarmar, Tezgel gibi yerel marketlerden alış-verişlerini yapmaktadır. Aylık geliri 1501- 2500 TL arasında olan katılımcıların %40,6'sı genel olarak alış-verişlerini mahalledeki market ve bakkallardan alış verişlerini yapmaktadır. Bu katılımcıların %34,4'ü semt pazarlarından, %21,9'u Migros, Killer gibi marketlerden ve %3,1'i ise Çarmar, Tezgel gibi yerel marketlerden alış-verişlerini yapmaktadır. Aylık geliri 2501-3500 TL arasında olan katılımcıların en çok alış-veriş yaptıkları yere baktığımızda ise katılımcıları %34,8'i alış-verişlerini Migros, Killer gibi marketlerden ve mahalledeki market ve bakkallardan yaptıkları görülmektedir. Bu katılımcıların 21,7'si genel olarak alış-verişlerini semt pazarlarından ve %8,7'si ise Çarmar, Tezgel gibi yerel marketlerden alış-verişlerini yaptıkları görülmektedir. Aylık geliri 3501 ve daha fazla olan katılımcıların genel olarak alış verişlerinin %50'sini mahalledeki market ve bakkallardan yaparken, %50'si ise alış-verişlerini Çarmar, Tezgel gibi yerel marketlerden yaptıkları tablodan anlaşılmaktadır. Aylık geliri yüksek olan katılımcıların alış-verişlerini semt pazarlarından ve Migros, Killer gibi marketlerden yapmadıkları tablodan anlaşılmaktadır.

Genel olarak katılımcıların aylık geliri ile genel olarak alış-verişlerini yaptıkları yere baktığımızda ise katılımcıların %36,1'i alış-verişlerini mahalledeki market ve bakkallardan yaptıkları görülmektedir. İkinci alış-veriş yeri olarak katılımcıların %29,9'u ise semt pazarlarını tercih etmektedirler. Migros, Killer gibi marketlerden alış veriş yapan bireylerin toplam yüzdelik içerisindeki oranı %22,2'dir. Katılımcıların %8,3'ü alış-verişlerini yerel marketlerden yapmaktadırlar. Düşük gelirli katılımcıların genel olarak alış-verişlerinin ikinci adresi olarak semt pazarlarından yaptıkları görülmektedir.

Bireylerin ekonomik geliri ile uğraş alanları, etkinlikleri arasında önemli bir faktör vardır. Ekonomik gelir ile bireyin sosyo-kültürel ilişkileri arasında sıkı bir bağ bulunmaktadır. Bilinçli birey hem bilinçli üreten hem de bilinçli bir şekilde tüketen bireydir. Metropol kentlerde özellikle merdiven altı, kontrollerden geçmeyen, bandrolsüz gibi kaçak ve yasak yollarla üretilen birçok ürün bulunmaktadır. Özellikle hijyen konusunda önemli sıkıntılar ve beraberinde hastalıklar getiren ürünler üretilmektedir. Bu çerçevede kentlilik bilinci ile hareket eden bireyler, bu tarz üretim şekline karşı çıkan ve tüketimini bu çerçevede dizayn eden bireylerdir. Katılımcıların genel olarak alış-verişlerini mahalledeki market ve bakkallardan yapmaları, güvendiğini, tanıdıkları olarak görerek yöneldiğini tespit edilmiştir.

Bu doğrultuda ekonomik gelir ile bireylerin genel olarak alış-veriş yaptıkları yer arasında anlamlı bir ilişki bulunmamaktadır. Örneklem gruplarımızın hepsi genel olarak alış-verişlerini ortak bir paydada yapmaktadır. Kentlilik bilinci ile hareket eden bireylerin genel olarak sıkı denetim altında tutulan, bandrollü, merdiven altı yerlerde üretimin engelleneceği, ürünlerin bozulma durumlarının daha az yaşanılacağı yerlerden alış-veriş yapmamaktadır. *Tanıdık, yanlış yapmaz* gibi bir bilinç ile tutum ve davranış sergilenmektedir.

**Tablo 2.** Eğitime Göre Katılımcıların Kentsel Kuruluşlara Üye Olma Durumu

| Eğitim Durumu    |       | Üye Olduğu Kuruluş             |             |                 |              |                    |                             |       |        |
|------------------|-------|--------------------------------|-------------|-----------------|--------------|--------------------|-----------------------------|-------|--------|
|                  |       | Sendika/ Meslek örgütlenmeleri | Spor kulübü | Hemşeri derneği | Siyasi parti | Gönüllü kuruluşlar | Hiçbir kuruluşa üye değilim | Diğer | Toplam |
| Okur-yazar değil | Sayı  | 1                              | 0           | 0               | 0            | 0                  | 7                           | 0     | 8      |
|                  | Yüzde | 12,5                           | 0,0         | 0,0             | 0,0          | 0,0                | 87,5                        | 0,0   | 100,0  |
| Okur-yazar       | Sayı  | 1                              | 0           | 0               | 0            | 0                  | 1                           | 0     | 2      |
|                  | Yüzde | 50,0                           | 0,0         | 0,0             | 0,0          | 0,0                | 50,0                        | 0,0   | 100,0  |
| İlkokul          | Sayı  | 4                              | 0           | 1               | 1            | 1                  | 10                          | 1     | 18     |
|                  | Yüzde | 22,2                           | 0,0         | 5,6             | 5,6          | 5,6                | 55,6                        | 5,6   | 100,0  |
| Ortaokul         | Sayı  | 1                              | 2           | 1               | 0            | 1                  | 7                           | 0     | 12     |
|                  | Yüzde | 8,3                            | 16,7        | 8,3             | 0,0          | 8,3                | 58,3                        | 0,0   | 100,0  |
| Lise             | Sayı  | 2                              | 7           | 2               | 6            | 6                  | 25                          | 3     | 51     |
|                  | Yüzde | 3,9                            | 13,7        | 3,9             | 11,8         | 11,8               | 49,0                        | 5,9   | 100,0  |
| Üniversite       | Sayı  | 10                             | 1           | 0               | 7            | 9                  | 25                          | 2     | 54     |
|                  | Yüzde | 18,5                           | 1,9         | 0,0             | 13,0         | 16,7               | 46,3                        | 3,7   | 100,0  |
| Lisansüstü       | Sayı  | 0                              | 0           | 0               | 2            | 0                  | 2                           | 0     | 4      |
|                  | Yüzde | 0,0                            | 0,0         | ,0              | 50,0         | 0,0                | 50,0                        | 0,0   | 100,0  |
| Toplam           | Sayı  | 19                             | 10          | 4               | 16           | 17                 | 77                          | 6     | 149    |
|                  | Yüzde | 12,8                           | 6,7         | 2,7             | 10,7         | 11,4               | 51,7                        | 4,0   | 100,0  |

**Kaynak:** Veriler, 17 Eylül 2017 tarihinde araştırmacı tarafından savunulan ve kabul edilen yüksek lisans tezinden alınmıştır.

Kentsel kuruluşlara katılma durumu, bireylerin kent sorunlarıyla ilgilenme, kenti daha güzel ve yaşanılabilir bir hal alması için uğraş vermenin yollarından birisidir. Kentlilik bilinci ile tutum ve davranışlar sergileyen birey, kenti daha güzel ve yaşanılabilir olması için uğraş veren bireydir. Bireyin kent içi örgütlenmelere katılması ve söz sahibi olmasında eğitimin önemli bir yeri vardır. Tablo-2'de koyu renk ile gösterilen yüzdeler bireylerin eğitim durumları ve üye oldukları veya olmadıkları kuruluşları göstermektedir.

Okur-yazar olmayan katılımcıların %87,5'i hiçbir kuruluşa üye olmadıklarını ifade etmiştir. Okur-yazar olan katılımcıların %50'si herhangi bir kuruluşa üye olmadıklarını ifade ederken, geri kalan %50'si ise sendika veya meslek örgütlenmelerine üye olduklarını ifade etmiştir. İlkokul mezunu katılımcıların %55,6'sı herhangi bir kuruluşa üye olmadıkları tablo2'den anlaşılmaktadır. Ortaokul mezunu katılımcıların %58,3'ü hiçbir kuruluşa üye olmadıkları görülmektedir. Lise mezunu

katılımcıların %49'u herhangi bir kuruluşa üye olmadıklarını belirtmişlerdir. Katılımcıların üniversite mezunu olanların %46,3'ü herhangi bir kuruluşa üye olmadıklarını belirtmişlerdir. Lisansüstü mezunu olan katılımcıların %50'si herhangi bir kuruluşa üye olmadıklarını belirtmişlerdir. Eğitim durumu ile üye olunan kuruluşa baktığımızda katılımcıların %12,8'i sendika ve meslek örgütlenmelerine, %6,7'si spor kulübüne, %2,7'si hemşeri derneklerine, %10,7'si siyasi partiye, %11,4'ü gönüllü kuruluşlara, %4'ü diğer ve %51,7'si katılımcılar herhangi bir kuruluşa üye olmadıklarını belirtmişlerdir.

Bireylerin eğitim durumu yükseldikçe kentsel kuruluşlara üyeliğin farklılaştığı tablo-2'den anlaşılmaktadır. Ancak bireylerin genel olarak herhangi bir kuruluşa üye olmadıkları ve bütün eğitim seviyelerinde genel olarak bunun görülmesi kentlilik bilincinin daha istenilen seviyelerde olmadığı tablo-2'den anlaşılmaktadır. Bireylerin eğitim durumları ile üye oldukları kuruluşlar arasında kısmi olarak anlamlı bir ilişki olsa da kentlilik bilinci çerçevesinde tam olarak anlamlı bir ilişki bulunmamaktadır. Bireylerin eğitim durumu ile kentsel farkındalığı yakalamak, kentin daha güzel ve yaşanılır bir hal almasında, sorunları aşma çabası içerisinde bir kuruluşa üye olma ve faaliyet gösterme durumu yeterli düzeyde görülmemektedir.

**Tablo 3.** Meslek Durumuna Göre Katılımcıların Kentsel Sorunları İletmek İçin İzlediği Yol Durumu

| Meslek         |       | Kentsel Sorunları İletmek İçin İzlediği Yol |                                              |                                   |                                                    |                              |       |        |
|----------------|-------|---------------------------------------------|----------------------------------------------|-----------------------------------|----------------------------------------------------|------------------------------|-------|--------|
|                |       | Mahalle muhtarına başvururum                | Belediyedeki yetkililere ulaşmaya çalışırım. | Sorunları oluşturanlar ı uyarırım | Tanıdıklar vasıtasıyla sorunu halletmeye çalışırım | Herhangi bir tepki göstermem | Diğer | Toplam |
| Esnaf - Tüccar | Sayı  | 2                                           | 12                                           | 3                                 | 3                                                  | 1                            | 0     | 21     |
|                | Yüzde | 9,5                                         | 57,1                                         | 14,3                              | 14,3                                               | 4,8                          | 0,0   | 100,0  |
| Memur          | Sayı  | 2                                           | 8                                            | 2                                 | 2                                                  | 0                            | 1     | 15     |
|                | Yüzde | 13,3                                        | 53,3                                         | 13,3                              | 13,3                                               | 0,0                          | 6,7   | 100,0  |
| İşçi           | Sayı  | 1                                           | 8                                            | 4                                 | 3                                                  | 1                            | 0     | 17     |
|                | Yüzde | 5,9                                         | 47,1                                         | 23,5                              | 17,6                                               | 5,9                          | 0,0   | 100,0  |
| Serbest Meslek | Sayı  | 4                                           | 3                                            | 3                                 | 0                                                  | 3                            | 0     | 13     |
|                | Yüzde | 30,8                                        | 23,1                                         | 23,1                              | 0,0                                                | 23,1                         | 0,0   | 100,0  |
| Ev Hanımı      | Sayı  | 7                                           | 4                                            | 1                                 | 5                                                  | 2                            | 2     | 21     |
|                | Yüzde | 33,3                                        | 19,0                                         | 4,8                               | 23,8                                               | 9,5                          | 9,5   | 100,0  |
| İşsiz          | Sayı  | 3                                           | 3                                            | 4                                 | 3                                                  | 3                            | 0     | 16     |
|                | Yüzde | 18,8                                        | 18,8                                         | 25,0                              | 18,8                                               | 18,8                         | 0,0   | 100,0  |
| Emekli         | Sayı  | 3                                           | 3                                            | 1                                 | 0                                                  | 0                            | 0     | 7      |
|                | Yüzde | 42,9                                        | 42,9                                         | 14,3                              | 0,0                                                | 0,0                          | 0,0   | 100,0  |
| Öğrenci        | Sayı  | 3                                           | 17                                           | 4                                 | 1                                                  | 9                            | 3     | 37     |
|                | Yüzde | 8,1                                         | 45,9                                         | 10,8                              | 2,7                                                | 24,3                         | 8,1   | 100,0  |
| Diğer          | Sayı  | 0                                           | 1                                            | 0                                 | 0                                                  | 1                            | 1     | 3      |
|                | Yüzde | 0,0                                         | 33,3                                         | 0,0                               | 0,0                                                | 33,3                         | 33,3  | 100,0  |
| Toplam         | Sayı  | 25                                          | 59                                           | 22                                | 17                                                 | 20                           | 7     | 150    |
|                | Yüzde | 16,7                                        | 39,3                                         | 14,7                              | 11,3                                               | 13,3                         | 4,7   | 100,0  |

**Kaynak:** Veriler, 17 Eylül 2017 tarihinde araştırmacı tarafından savunulan ve kabul edilen yüksek lisans tezinden alınmıştır.

Bireylerin içerisinde bulundukları faaliyetler, işler, uğraş alanları ile davranışları, tutumları, düşünceleri ve farkındalıkları arasında önemli bir ilişki bulunmaktadır. Örneğin tarım ile uğraşan bireylerin sanayi veya uluslararası ilişkiler çerçevesinde ki düşünceleri kısıtlı durumdadır. Birey tarım ve tarımsal çerçevede davranış, tutum ve düşünce içerisinde. Bu bağlamda tablo-3'te bireylerin meslekleri ile kentsel sorunları iletmek için izledikleri yol yönünde bir karşılaştırma yapılmıştır. Katılımcıların genel olarak izledikleri yol yüzdelik olarak koyu renkte verilmiştir.

Katılımcıların eğitim durumuna göre kentsel sorunları iletmek için izledikleri yola baktığımızda; esnaf-tüccar mesleği icra eden katılımcıların %57,1 kentsel sorunları iletmek için belediye'deki yetkili kişilere ulaşmaya çalıştığı vurgulanmıştır. Memur olan katılımcıların %53,3'ü belediye'deki yetkili kişilere ulaşmaya çalıştıklarını, işçi olan katılımcıların %47,1'i belediye'deki yetkili kişilere ulaşmaya çalıştığını, serbest meslek olan katılımcıların %30,8'i mahalle muhtarına başvururum şeklinde cevap verir iken, ev hanımı olan katılımcıların %33,3'ü mahalle muhtarına başvuruda bulunduklarını, işsiz olan katılımcıların %25'i sorunları oluşturanları uyarırım, emekli olan katılımcıların %42,9'u hem mahalle muhtarına hem de belediye'deki yetkili kişilere ulaşmaya çalıştıklarını, öğrenci olan katılımcıların %45,9'u belediye'deki yetkili kişilere ulaşmaya çalıştıklarını ve son olarak diğer seçeneği işletleyen katılımcılar ise %33,3'ü belediye'deki yetkili kişilere ulaşmaya çalıştıklarını belirtmişlerdir.

Genel olarak katılımcıların mesleki durumlarına göre verdikleri cevaplar ve yüzdeliklerine göre farklılık göstermektedir. Mesleklere göre katılımcıların %39,3'ü belediye'deki yetkili kişilere ulaşmaya çalıştıklarını, %16,7'si mahalle muhtarına başvuruda bulunacaklarını ve bulunduklarını, %14,7'si sorunları oluşturan kişileri uyarırım, %13,3'ü herhangi bir tepki göstermeyeceğini, %11,3'ü tanıdıklar vasıtası ile sorunu oluşturan kişileri ve sorunu halletmeye çalıştıklarını ve son olarak katılımcıların %4,7'si bunlar dışında farklı bir yol ile sorunu hallettiklerini veya halledeceklerini belirtmişlerdir. Genel olarak bakıldığında katılımcı meslek gruplarında kentsel sorunları iletmek yolu olarak belediye'deki yetkili kişilere ulaşmaya çalıştıkları veya ikinci bir yol olarak ise mahalle'deki en yetkili merci olan mahalle muhtarına başvurduklarını belirtmişlerdir.

Meslek grupları veya durumları ile kentsel sorunları iletmek için izlenilen yol arasında anlamlı bir ilişki bulunmaktadır. Bireyin icra ettiği meslek ile sorunları iletmek yönünde anlamlı bir ilişki bulunmaktadır. Ev hanımı, emekli gibi daha çok mahalle ile sınırlı kalan meslek gruplarında kentsel sorunları iletmek yöntemi olarak daha çok mahalle'deki yetkili merci kullanıldığı tablo-3'te anlaşılmaktadır. Memur, esnaf-tüccar gibi meslek gruplarında ise kentsel sorunları iletmek yöntemi olarak belediye'deki yetkili mercileri kullandıkları görülmektedir. Bu meslek grupları sosyal ilişkilerin daha geniş kapsamlı olduğu alanlarda oldukları için genel olarak yetkili merci kurumu olarak belediyeye başvuruda bulundukları anlaşılmaktadır. Genel olarak baktığımızda katılımcıların sosyal alan ve ilişkiler bağlamında kentsel sorunları çözüm yolları farklılaştığı görülmektedir. Kentlilik bilinci bağlamında ele alındığında katılımcıların büyük bir çoğunluğu sorunu farklı yöntemler ile

çözme girişiminde oldukları görünse de yetkili merciler ile sorunu dile getirmeleri ve duyarlılık göstermeleri bireylerdeki kentlilik bilincinin çoğulcu bir anlayışla oluştuğu söylenebilir.

**Tablo 4.** Eğitim Durumuna Göre Katılımcıların Kentsel Sorunları İletmek İçin İzlediği Yol Durumu

| Eğitim Durumu     |       | Kentsel Sorunları İletmek İçin İzlediği Yol |                                                   |                                  |                                                    |                              |       |        |
|-------------------|-------|---------------------------------------------|---------------------------------------------------|----------------------------------|----------------------------------------------------|------------------------------|-------|--------|
|                   |       | Mahalle muhtarına başvururum                | Belediyedeki yetkili kişilere ulaşmaya çalışırım. | Sorunları oluşturanları uyarırım | Tanıdıklar vasıtasıyla sorunu halletmeye çalışırım | Herhangi bir tepki göstermem | Diğer | Toplam |
| Okur-yazar değil  | Sayı  | 2                                           | 1                                                 | 0                                | 1                                                  | 3                            | 1     | 8      |
|                   | Yüzde | 25,0                                        | 12,5                                              | 0,0                              | 12,5                                               | 37,5                         | 12,5  | 100,0  |
| Sadece okur-yazar | Sayı  | 0                                           | 1                                                 | 0                                | 0                                                  | 1                            | 0     | 2      |
|                   | Yüzde | 0,0                                         | 50,0                                              | 0,0                              | 0,0                                                | 50,0                         | 0,0   | 100,0  |
| İlkokul           | Sayı  | 9                                           | 4                                                 | 1                                | 2                                                  | 1                            | 1     | 18     |
|                   | Yüzde | 50,0                                        | 22,2                                              | 5,6                              | 11,1                                               | 5,6                          | 5,6   | 100,0  |
| Ortaokul          | Sayı  | 4                                           | 4                                                 | 0                                | 3                                                  | 1                            | 0     | 12     |
|                   | Yüzde | 33,3                                        | 33,3                                              | 0,0                              | 25,0                                               | 8,3                          | 0,0   | 100,0  |
| Lisansüstü        | Sayı  | 0                                           | 2                                                 | 0                                | 1                                                  | 0                            | 1     | 4      |
|                   | Yüzde | 0,0                                         | 50,0                                              | 0,0                              | 25,0                                               | 0,0                          | 25,0  | 100,0  |
| Lise              | Sayı  | 6                                           | 24                                                | 10                               | 4                                                  | 6                            | 3     | 53     |
|                   | Yüzde | 11,3                                        | 45,3                                              | 18,9                             | 7,5                                                | 11,3                         | 5,7   | 100,0  |
| Üniversite        | Sayı  | 4                                           | 23                                                | 11                               | 6                                                  | 8                            | 1     | 53     |
|                   | Yüzde | 7,5                                         | 43,4                                              | 20,8                             | 11,3                                               | 15,1                         | 1,9   | 100,0  |
| Toplam            | Sayı  | 25                                          | 59                                                | 22                               | 17                                                 | 20                           | 7     | 150    |
|                   | Yüzde | 16,7                                        | 39,3                                              | 14,7                             | 11,3                                               | 13,3                         | 4,7   | 100,0  |

**Kaynak:** Veriler, 17 Eylül 2017 tarihinde araştırmacı tarafından savunulan ve kabul edilen yüksek lisans tezinden alınmıştır.

Bireylerin eğitim durumları ile kentsel sorunlara duyarlılık, sorunları çözme yöntemleri, kent sorunları ve kentin daha yaşanılır bir hal alması için örgütlenmeleri gibi birçok alan ile yakın ilişkisi bulunmaktadır. Katılımcıların eğitim durumu ile kentsel sorunları iletmek için izledikleri yol tablo-4'te verilmiştir. Genel olarak eğitim durumu ve izledikleri yol haritası yüzdelik olarak koyu renk ile belirtilmiştir.

Okur-yazar olmayan katılımcıların %37,5'i sorun karşısında herhangi bir tepki göstermem şeklinde bir cevap vermiştir. Okur-yazar olan katılımcıların %50'si belediyedeki yetkili kişilere ulaşmaya çalıştıklarını, geri kalan %50'si ise sorun karşısında herhangi bir tepki göstermem şeklinde cevap verdikleri tablo-5'ten anlaşılmaktadır. İlkokul mezunu katılımcıların %50'si mahalle muhtarına başvuruda bulunacaklarını, ortaokul mezunu katılımcıların %33,3'ü mahalle muhtarına ve belediyedeki yetkili kişilere başvuruda bulunacaklarını, lise mezunu katılımcıların %45,3'ü belediyedeki yetkili kişilere ulaşmaya çalışacaklarını, üniversite mezunu katılımcıların %43,4'ü belediyedeki yetkili kişilere ulaşmaya çalışacaklarını veya çalıştıklarını vurgular iken, lisansüstü mezunu katılımcıların

%50'si belediyedeki yetkili kişilere ulaşmaya çalıştıklarını veya başvuruda bulunduklarını belirtmişlerdir. Genel olarak katılımcıların eğitim durumu ile kentsel sorunları iletmek için izledikleri ilk başvuru yöntemi %39,3'ü belediyedeki yetkili mercilere ulaşmaya çalıştıkları tablo-4'ten anlaşılmaktadır.

Eğitim durumları ile kentsel sorunları iletmek için kullanılan yol arasında anlamlı bir ilişki bulunmaktadır. Katılımcıların eğitim seviyesi yükseldikçe kentsel sorunlara daha duyarlı, sorunları çözüm noktasında daha makul ve olması gereken yolu çizdikleri görülmektedir. Kentlilik bilinci ile hareket eden bireylerin kentsel sorunlara duyarlı ve çözümleyici yol haritasına sahip bireyler olması, kenti daha yaşanılabilir ve düzenli hale getirecektir. Bu çerçevede kentsel sorunların iletilmesi bağlamında önemli bir etken olan eğitim durumu ve tablo-4'ten çıkarılan yüzdelik ifadeler, kentlilik bilincinin oluşumunda eğitim durumunun önemini bir kez daha ortaya koymuştur.

**Tablo 5.** Diyarbakır'da İkametgâh Etme Süresine Göre Katılımcıların Mahallelerinin Gelişimi İle İlgili Projelere Katılma Durumu

| Diyarbakır'da Kalış Süresi |       | Mahalle İle İlgili Projelere Katılma Durumu                             |                                                               |                  |       |        |
|----------------------------|-------|-------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------|------------------|-------|--------|
|                            |       | Oluşturulacak komisyonlara belirli bir ücret karşılığı katılmak isterim | Belediyenin oluşturacağı çalışma gruplarına gönüllü katılırim | Katkıda bulunmam | Diğer | Toplam |
| 1 yıldan az                | Sayı  | 0                                                                       | 3                                                             | 0                | 0     | 3      |
|                            | Yüzde | 0,0                                                                     | 100,0                                                         | 0,0              | 0,0   | 100,0  |
| 1-5 yıl arası              | Sayı  | 0                                                                       | 5                                                             | 2                | 1     | 8      |
|                            | Yüzde | 0,0                                                                     | 62,5                                                          | 25,0             | 12,5  | 100,0  |
| 6-10 yıl arası             | Sayı  | 2                                                                       | 9                                                             | 3                | 1     | 15     |
|                            | Yüzde | 13,3                                                                    | 60,0                                                          | 20,0             | 6,7   | 100,0  |
| 11-15 yıl arası            | Sayı  | 1                                                                       | 6                                                             | 5                | 0     | 12     |
|                            | Yüzde | 8,3                                                                     | 50,0                                                          | 41,7             | 0,0   | 100,0  |
| 16-20 yıl arası            | Sayı  | 2                                                                       | 13                                                            | 7                | 1     | 23     |
|                            | Yüzde | 8,7                                                                     | 56,5                                                          | 30,4             | 4,3   | 100,0  |
| 20 yıl ve daha fazla       | Sayı  | 14                                                                      | 52                                                            | 18               | 1     | 85     |
|                            | Yüzde | 16,5                                                                    | 61,2                                                          | 21,2             | 1,2   | 100,0  |
| Toplam                     | Sayı  | 19                                                                      | 88                                                            | 35               | 4     | 146    |
|                            | Yüzde | 13,0                                                                    | 60,3                                                          | 24,0             | 2,7   | 100,0  |

**Kaynak:** Veriler, 17 Eylül 2017 tarihinde araştırmacı tarafından savunulan ve kabul edilen yüksek lisans tezinden alınmıştır.

Diyarbakır il merkezinde kalış süreleri ile katılımcıların bulundukları mahalle ile ilgili projelere katılma durumları tablo-5'te yüzdelik olarak verilmiştir. Genel olarak katılımcıların verdikleri cevaplar koyu renk ile gösterilmiştir.

1 yıldan az süredir Diyarbakır'da ikamet eden katılımcıların %100'ü oluşturulacak komisyonda gönüllü olarak katılacaklarını, 1-5 yıl arası ikamet eden katılımcıların %62,5'i

belediyenin oluşturacağı çalışma gruplarına gönüllü katılacaklarını, 6-10 yıl arası Diyarbakır il merkezinde kalan katılımcıların %60'ı belediyenin oluşturacağı çalışma gruplarına gönüllü katılacağını, 11-15 yıl arası ikamet eden katılımcıların %50'si belediyenin oluşturacağı çalışma gruplarına gönüllü katılacağını, 16-20 yıl arası ikamet eden katılımcıların %56,5'i belediyenin oluşturacağı çalışma gruplarına gönüllü katılacağını ve 20 yıl ve daha fazla ikamet eden katılımcıların %61,2'si belediyenin oluşturacağı çalışma gruplarına gönüllü katılacağını belirtmişlerdir. Genel olarak bakıldığında katılımcıların %60,3'ü mahalleleri ile ilgili belediyenin oluşturacağı projelerde gönüllü olarak çalışacaklarını belirtmişlerdir.

Diyarbakır'da kalış süreleri ile bireylerin kendi mahalleleri ile ilgili projelere katılma durumu arasında anlamlı bir ilişki bulunmamaktadır. Kente kalış süreleri en az olan katılımcıların projelere katılma durumu ile daha fazla ikamet süresi içerisinde olan katılımcılardan fazla durumdadır. Ayrıca katılımcıların kalış süreleri ile projelere katılma durumları arasında farklılık görülmektedir. Kentlilik bilinci ile kenti daha yaşanılabilir bir hal alması için gösterilen tutum ve davranışlar arasında sıkı bir ilişki bulunmaktadır. Bireylerin kenti daha yaşanılabilir bir hal almasında ilk etapta kendi mahallelerinden başlamaları ve bunun karşılığını bir beklenti içerisinde girmeyerek yapmaları gerekmektedir. Bu tarz girişimler ile kenti daha yaşanılabilir bir hal almasına katkıda bulunacaklarının ve en büyük kazancın bu olacağının farkında olmaları gerekmektedir. Tablo-5'ten anlaşılabileceği üzere kenti sahiplenme, daha güzel ve yaşanılabilir bir hal almasında ikamet etme süresi ile anlamlı bir ilişkinin bulunmadığı görülmektedir.

**Tablo 6.** Eğitim Durumuna Göre Katılımcıların Büyükşehir Belediyesinin İmar, Ulaşım Gibi Projelerde Halkın Görüşünü Alma Durumu

| Eğitim Durumu      |       | Büyükşehir Belediyesinin İmar, Ulaşım Gibi Projelerde Halkın Görüşünü Alma Durumu |            |             |                        |        |
|--------------------|-------|-----------------------------------------------------------------------------------|------------|-------------|------------------------|--------|
|                    |       | Kesinlikle Katılmıyorum                                                           | Fikrim yok | Katılıyorum | Kesinlikle Katılıyorum | Toplam |
| Okur-yazar değil   | Sayı  | 0                                                                                 | 0          | 1           | 6                      | 7      |
|                    | Yüzde | 0,0                                                                               | 0,0        | 14,3        | 85,7                   | 100,0  |
| Sadece okur- yazar | Sayı  | 0                                                                                 | 0          | 1           | 1                      | 2      |
|                    | Yüzde | 0,0                                                                               | 0,0        | 50,0        | 50,0                   | 100,0  |
| İlkokul            | Sayı  | 1                                                                                 | 2          | 2           | 12                     | 17     |
|                    | Yüzde | 5,9                                                                               | 11,8       | 11,8        | 70,6                   | 100,0  |
| Ortaokul           | Sayı  | 1                                                                                 | 1          | 1           | 9                      | 12     |
|                    | Yüzde | 8,3                                                                               | 8,3        | 8,3         | 75,0                   | 100,0  |
| Lisansüstü         | Sayı  | 0                                                                                 | 0          | 0           | 4                      | 4      |
|                    | Yüzde | 0,0                                                                               | 0,0        | 0,0         | 100,0                  | 100,0  |
| Lise               | Sayı  | 7                                                                                 | 5          | 8           | 29                     | 49     |
|                    | Yüzde | 14,3                                                                              | 10,2       | 16,3        | 59,2                   | 100,0  |
| Üniversite         | Sayı  | 2                                                                                 | 2          | 12          | 39                     | 55     |

|        |              |     |     |      |             |       |
|--------|--------------|-----|-----|------|-------------|-------|
|        | <b>Yüzde</b> | 3,6 | 3,6 | 21,8 | <b>70,9</b> | 100,0 |
| Toplam | <b>Sayı</b>  | 11  | 10  | 25   | 100         | 146   |
|        | <b>Yüzde</b> | 7,5 | 6,8 | 17,1 | <b>68,5</b> | 100,0 |

**Kaynak:** Veriler, 17 Eylül 2017 tarihinde araştırmacı tarafından savunulan ve kabul edilen yüksek lisans tezinden alınmıştır.

Katılımcıların eğitim durumuna göre belediyenin imar, ulaşım gibi projelerde halkın görüşünün alınması gerekliliği ile ilgili verdikleri cevaplar hem sayısal hem de yüzdelik olarak tablo-6'da belirtilmiştir. Bu bağlamda eğitim durumuna göre katılımcıların genel olarak belediyenin imar, ulaşım gibi projelerde halkın görüşünü almalıdır ifadesine katılma veya katılmama durumları yüzdelik olarak koyulaştırılmıştır.

Büyükşehir belediyesinin imar, ulaşım gibi projelerde halkın görüşünü almalıdır ifadesine okur-yazar olmayan katılımcıların %85,7'si kesinlikle katılıyorum, sadece okur-yazar olan katılımcıların %50'si katılıyorum, %50'si kesinlikle katılıyorum, ilkokul mezunu katılımcıların %70,6'sı kesinlikle katılıyorum, ortaokul mezunu katılımcıların %75'i kesinlikle katılıyorum, lise mezunu katılımcıların %59,2'si kesinlikle katılıyorum, üniversite mezunu katılımcıların %70,9'u kesinlikle katılıyorum, lisansüstü mezunu katılımcıların %100'ü kesinlikle katılıyorum şeklinde ifade bildirmişlerdir. Genel olarak baktığımızda eğitim durumuna göre katılımcıların %7,5'i kesinlikle katılmıyorum, %6,8'i fikrim yok, %17,1'i katılıyorum ve %68,5'i kesinlikle katılıyorum şeklinde bir dağılıma sahip olduğu görülmektedir.

Eğitim durumuna göre Diyarbakır Büyükşehir Belediyesi'nin imar, ulaşım gibi projelerde halkın görüşünü almalıdır ifadesi ile anlamlı bir ilişki bulunmamaktadır. Genel olarak katılımcıların verdikleri cevaplar göz önüne alındığında eğitim durumu yüksek olan katılımcılar ile eğitim durumu düşük ve okur-yazar olmayan katılımcıların ifadeye katılma durumu benzerlik göstermektedir. Bu çerçevede eğitim durumu ile bireylerin kamu kurum ve kuruluşların alacağı kararlar veya projelerde kendi kenti ve yaşamsal alanıyla ilgili olan bölümlerde kendisinin fikrinin alınmasını, kendi yaşamsal alanını kendisinin de ortaya koyacağı görüşler ile şekillenmesini istediğinin açık bir göstergesidir. Kentlilik bilincinin en önemli göstergelerinden biri olan yaşam alanına duyarlı olunması durumunu ile eğitim durumu arasındaki ilişkiye bakıldığında tablo-6 göz önüne alınarak büyük bir çoğunluğunun bu ifadeye katılma durumuyla ilgili olarak oluştuğu söylenilebilir. Özellikle lisansüstü eğitim seviyesindeki katılımcıların tamamının kentsel farkındalık içerisinde hareket ettiği görülmektedir. Eğitim durumu çerçevesinde kentsel imar, proje gibi faaliyetlerde rol alma ile kenti sahiplenme arasında ki ilişki doğrusal bir ilişki olduğu saptanmıştır. Dikkat edilmesi gereken önemli bir nokta ise lise seviyesindeki katılımcıların kentsel sorunlar ve projelerde yeterli bir duyarlılık göstermemiş olmalarıdır.

**Tablo 7.** Eğitim Durumuna Göre Katılımcıların AVM'leri Gezme Durumu

|  | <b>AVM'leri Gezme Durumu</b> |
|--|------------------------------|
|--|------------------------------|

| Eğitim Durumu         |       | Çok  | Ara-sıra | Misafir<br>gezdirmek için | Hiçbir zaman | Toplam |
|-----------------------|-------|------|----------|---------------------------|--------------|--------|
| Okur-yazar<br>değil   | Sayı  | 0    | 6        | 1                         | 1            | 8      |
|                       | Yüzde | 0,0  | 75,0     | 12,5                      | 12,5         | 100,0  |
| Sadece okur-<br>yazar | Sayı  | 1    | 0        | 0                         | 1            | 2      |
|                       | Yüzde | 50,0 | 0,0      | 0,0                       | 50,0         | 100,0  |
| İlkokul               | Sayı  | 1    | 11       | 2                         | 4            | 18     |
|                       | Yüzde | 5,6  | 61,1     | 11,1                      | 22,2         | 100,0  |
| Ortaokul              | Sayı  | 4    | 5        | 1                         | 2            | 12     |
|                       | Yüzde | 33,3 | 41,7     | 8,3                       | 16,7         | 100,0  |
| Lisansüstü            | Sayı  | 3    | 1        | 0                         | 0            | 4      |
|                       | Yüzde | 75,0 | 25,0     | 0,0                       | 0,0          | 100,0  |
| Lise                  | Sayı  | 13   | 34       | 3                         | 4            | 54     |
|                       | Yüzde | 24,1 | 63,0     | 5,6                       | 7,4          | 100,0  |
| Üniversite            | Sayı  | 31   | 21       | 1                         | 1            | 54     |
|                       | Yüzde | 57,4 | 38,9     | 1,9                       | 1,9          | 100,0  |
| Toplam                | Sayı  | 53   | 78       | 8                         | 13           | 152    |
|                       | Yüzde | 34,9 | 51,3     | 5,3                       | 8,6          | 100,0  |

**Kaynak:** Veriler, 17 Eylül 2017 tarihinde araştırmacı tarafından savunulan ve kabul edilen yüksek lisans tezinden alınmıştır.

Katılımcıların eğitim durumuna göre AVM'leri gezme, gitme durumları yukarıdaki tablo-7'de verilmiştir. Bu çerçevede eğitim durumu ile AVM'leri gezme durumu hem sayısal hem de yüzdelik şeklinde verilmiştir. Katılımcıların AVM'leri ne sıklıkla gezdikleri, en fazla katılımcının ortak fikri koyu renk şeklinde verilmiştir.

Okur-yazar olmayan katılımcıların %75'i gibi yüksek bir oranda AVM'leri ara-sıra gittiklerini, sıklıkla gitmediklerini belirtmişlerdir. Sadece okur-yazar olan katılımcıların %50'si çok giderken, geri kalan %50'si ise hiçbir zaman AVM'leri gezmedikleri şeklinde cevap vermişlerdir. İlkokul mezunu katılımcıların %61,1'i ara- sıra AVM'leri gezdiklerini belirtmişlerdir. Ortaokul mezunu katılımcıların %41,7'si ara sıra, %33,3'ü ise çok şeklinde AVM'lere gittiklerini belirtmişlerdir. Lise mezunu katılımcıların %63'ü ara-sıra AVM'leri gezdikleri tablodan anlaşılmaktadır. Üniversite mezunu katılımcıların %57,4'ü çok şeklinde cevap vererek AVM'lere sıklıkla gittiklerini belirtmişlerdir. Lisansüstü mezunu katılımcıların %75'i çok şeklinde yüksek bir oranda AVM'lere gittiklerini vurgulamışlardır. Genel olarak baktığımızda eğitim durumuna göre katılımcıların AVM'lere ne sıklıkla gidersiniz durumu ile ilgili yüzdelikler ise; %34,9'u çok, %51,3'ü ara-sıra, %5,3'ü misafir gezdirmek için, %8,6'sı hiçbir zaman şeklinde cevap verdikleri tablodan anlaşılmaktadır.

Eğitim durumu ile AVM'lere gitme, gezme durumu arasında anlamlı bir ilişki bulunmuştur. Sosyal ilişkiler fazlaştığı, aktivitelerin yoğun olarak yaşandığı, farklı görüşlerin, durumların, ilişkilerin gibi değişiklik gösterdiği AVM'ler bireyin farklılık ve bilinç çerçevesinde kendisini çeşitlendirdiği alanlar olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu çerçevede eğitim durumu daha ileri derecede

olan (Üniversite, Lisansüstü gibi) katılımcıların bu tarz yerlere ilgisinin fazla olduğu tablodan anlaşılmaktadır. Bu bağlamda denilebilir ki bireyin eğitim durumu ile kentlilik bilinci, kentli insana ait tutum ve davranışlar arasında sıkı bir ilişki bulunmaktadır. Bireyin eğitim durumu yükseldikçe, ileri seviyelerde oldukça kentlilik bilinci de ileri düzende tutum ve davranışlara yansımaktadır.

**Tablo 8.** Eğitim Durumuna Göre Katılımcıların Kendilerini Kentli Olarak Görme Durumu

| Eğitim Durumu      |       | Kendilerini Kentli Olarak Görme |              |            |             |                        |        |
|--------------------|-------|---------------------------------|--------------|------------|-------------|------------------------|--------|
|                    |       | Kesinlikle Katılmıyorum         | Katılmıyorum | Fikrim yok | Katılıyorum | Kesinlikle Katılıyorum | Toplam |
| Okur-yazar değil   | Sayı  | 0                               | 1            | 2          | 5           | 0                      | 8      |
|                    | Yüzde | 0,0                             | 12,5         | 25,0       | 62,5%       | ,0%                    | 100,0  |
| Sadece okur- yazar | Sayı  | 0                               | 0            | 0          | 2           | 0                      | 2      |
|                    | Yüzde | 0,0                             | 0,0          | 0,0        | 100,0       | 0,0                    | 100,0  |
| İlkokul            | Sayı  | 0                               | 2            | 2          | 10          | 3                      | 17     |
|                    | Yüzde | 0,0                             | 11,8         | 11,8       | 58,8        | 17,6                   | 100,0  |
| Ortaokul           | Sayı  | 1                               | 2            | 1          | 4           | 4                      | 12     |
|                    | Yüzde | 8,3                             | 16,7         | 8,3        | 33,3        | 33,3                   | 100,0  |
| Lisansüstü         | Sayı  | 0                               | 0            | 0          | 2           | 2                      | 4      |
|                    | Yüzde | 0,0                             | 0,0          | 0,0        | 50,0        | 50,0                   | 100,0  |
| Lise               | Sayı  | 9                               | 3            | 2          | 21          | 17                     | 52     |
|                    | Yüzde | 17,3                            | 5,8          | 3,8        | 40,4        | 32,7                   | 100,0  |
| Üniversite         | Sayı  | 3                               | 10           | 1          | 19          | 23                     | 56     |
|                    | Yüzde | 5,4                             | 17,9         | 1,8        | 33,9        | 41,1                   | 100,0  |
| Toplam             | Sayı  | 13                              | 18           | 8          | 63          | 49                     | 151    |
|                    | Yüzde | 8,6                             | 11,9         | 5,3        | 41,7        | 32,5                   | 100,0  |

**Kaynak:** Veriler, 17 Eylül 2017 tarihinde araştırmacı tarafından savunulan ve kabul edilen yüksek lisans tezinden alınmıştır.

Eğitim durumuna göre katılımcıların *kendimi kentli olarak görüyorum* ifadesine katılma durumları yukarıdaki tabloda hem sayısal hem de yüzdelik verilmiştir. Bireyin kenti sahiplenmesi ve kendisini kentte ait, kenti de kendisine ait hissetmesi, kendisini kentli olarak kentte bağdaştırması kentlilik bilincinin oluşmasında önemli faktörlerdendir. Bu çerçevede katılımcıların genel olarak katıldıkları ifadeler koyu renk ile belirtilmiştir.

Kendimi kentli olarak görüyorum ifadesine okur-yazar olmayan katılımcıların %62,5'i katılıyorum derken, %25'i ise fikrim yok, sadece okur-yazar katılımcıların %100'ü tamamı katılıyorum, ilkokul mezunu katılımcıların %58,8'i katılıyorum, %17,6'sı ise bu duruma kesinlikle katılıyorum, ortaokul mezunu katılımcıların %33,3'ü katılıyorum, %33,3'ü ise kesinlikle katılıyorum, lise mezunu katılımcıların %40,4'ü katılıyorum, %32,7'si kesinlikle katılıyorum, üniversite mezunu katılımcıların %33,9'u katılıyorum, %41,1'i kesinlikle katılıyorum, lisansüstü mezunu katılımcıların %50'si katılıyorum, %50'si kesinlikle katılıyorum şeklinde belirtmişlerdir.

Eğitim durumu ile kendimi kentli olarak görüyorum ifadesine katılma durumu arasında anlamlı bir ilişki bulunmamıştır. Genel olarak katılımcıların kendilerini kentli olarak gördükleri ve bu katılımcıların eğitim durumuna göre değişiklik kısmi olarak gösterse de genel olarak benzerlik içerisinde olduğu görülmektedir. Bireyin eğitim durumu önemli faktörler arasında görülse de, kent ile bütünleşme ve kenti sahiplenme durumu ile ilgili farklılıkların meydana gelmesinde ve değişkenlik göstermesinde önemli bir faktör olmaktan kısmi olarak çıkmıştır. Kent ile bütünleşme ve bireyin kendisini kentli olarak görmesi, kent ile ilgili tutum ve davranışlarda bulunması eğitim durumunun dışındaki faktörlere bağlanmıştır. Tablo-8'den anlaşılabacağı üzere bireylerin kendilerini kentli olarak görmesinde eğitim durumunun etkin bir faktör olmaktan çıktığı anlaşılmaktadır. Kentlilik bilincinin oluşmasındaki en temel faktörlerden biri olan *kenti evi gibi görme* ve *kent ile bağdaşma* durumu tablodaki cevaplar ile bağdaşmıştır.

**Tablo 9.** Oturdukları Konut Türüne Göre Katılımcıların Apartmanda Yüksek sesle Müzik Dinlenilmesini ve Balkondan Sofra Bezi Silkelenmesini Yadırgama Durumu

| Oturdukları Konut Türü |       | Apartmanda Yüksek sesle Müzik Dinlenilmesini Ve Balkondan Sofra Bezi Silkelenmesini Yadırgama |              |            |             |                        |        |
|------------------------|-------|-----------------------------------------------------------------------------------------------|--------------|------------|-------------|------------------------|--------|
|                        |       | Kesinlikle Katılmıyorum                                                                       | Katılmıyorum | Fikrim yok | Katılıyorum | Kesinlikle Katılıyorum | Toplam |
| Müstakil ev            | Sayı  | 1                                                                                             | 0            | 2          | 2           | 15                     | 20     |
|                        | Yüzde | 5,0                                                                                           | 0,0          | 10,0       | 10,0        | 75,0                   | 100,0  |
| Apartman               | Sayı  | 11                                                                                            | 10           | 7          | 21          | 57                     | 106    |
|                        | Yüzde | 10,4                                                                                          | 9,4          | 6,6        | 19,8        | 53,8                   | 100,0  |
| Güvenlikli site        | Sayı  | 1                                                                                             | 0            | 0          | 2           | 11                     | 14     |
|                        | Yüzde | 7,1                                                                                           | 0,0          | 0,0        | 14,3        | 78,6                   | 100,0  |
| Güvenliği olmayan site | Sayı  | 0                                                                                             | 1            | 2          | 4           | 6                      | 13     |
|                        | Yüzde | 0,0                                                                                           | 7,7          | 15,4       | 30,8        | 46,2                   | 100,0  |
| Toplam                 | Sayı  | 13                                                                                            | 11           | 11         | 29          | 89                     | 153    |
|                        | Yüzde | 8,5                                                                                           | 7,2          | 7,2        | 19,0        | 58,2                   | 100,0  |

**Kaynak:** Veriler, 17 Eylül 2017 tarihinde araştırmacı tarafından savunulan ve kabul edilen yüksek lisans tezinden alınmıştır.

Oturdukları konut türüne göre katılımcıların apartmanda yüksek sesle müzik dinlenilmesini ve balkondan sofra bezi silkelemesi yadırgarım ifadesine katılımcıların verdikleri cevaplar hem sayısal hem de yüzdelik olarak tablo-9'da verilmiştir. Bu çerçevede katılımcıların genel olarak katıldıkları ifadeler koyu renk ile belirtilmiştir.

Oturdukları konut türüne göre katılımcıların apartmanda yüksek sesle müzik dinlenilmesini ve balkondan sofra bezi silkelmesini yadırgarım ifadesine; müstakil evde oturan katılımcıların %5'i kesinlikle katılmıyorum, %10'u fikrim yok, %10'u katılıyorum, %75'i kesinlikle katılıyorum, apartmanda oturan katılımcıların %10,4'ü kesinlikle katılmıyorum, %9,4'ü katılmıyorum, %6,6'sı fikrim yok, %19,8'i katılıyorum ve %53,8'i

kesinlikle katılıyorum, güvenli sitede oturan katılımcıların %7,1'i kesinlikle katılmıyorum, %14,3'ü katılıyorum ve %78,6'sı kesinlikle katılıyorum, güvenliği olmayan sitede oturan katılımcıların %7,7'si katılmıyorum, %15,4'ü fikrim yok, %30,8'i katılıyorum ve %46,8'i kesinlikle katılıyorum şeklinde cevaplamışlardır. Genel olarak katılımcıların %8,5'i kesinlikle katılmıyorum, %7,2'si katılmıyorum, %7,2'si fikrim yok, %19'u katılıyorum ve %58,2'si kesinlikle katılıyorum şeklinde bu ifadeye katılma durumlarını belirtmişlerdir.

Oturdıkları konut türüne göre katılımcıların apartmanda yüksek sesle müzik dinlenilmesini ve balkondan sofra bezi silkenmesini yadırgarım ifadesi arasında anlamlı bir ilişki yoktur. Genel olarak katılımcıların hangi konut türünde otursalar da yüksek sesle müzik dinlenilmesini, sofra bezi sergilenmesi gibi başkasını rahatsız edici tutum ve davranışları hoş karşılamadığı tablo-9'da anlaşılmaktadır. Bilinçli, duyarlı, farkındalığa sahip birey tutum ve davranışı, başkasını rahatsız edici boyuttan kaçırarak birey davranışdır. Bu çerçevede bilinçli birey bu tarz tutum ve davranışları ortadan kaldıran, çözüm bulmaya çalışan bireydir. Birliktelik ve ortak yaşam alanı olan kentler, bireylerin uyum ve tutarlı, düşünceli, rahatsızlık verici, özgürlük alanının ve başkasının özgürlük alanının farkında olup çerçevesini buna göre çizen bireydir.

**Tablo 10.** Yaşa Göre Katılımcıların Kent Yaşamı Gelenek ve Görenekleri Azaltmaktadır İfadesine Katılma Durumu

| Yaş          |       | Kent Yaşamı Gelenek ve Görenekleri Azaltmaktadır İfadesine Katılma |              |            |             |                        |        |
|--------------|-------|--------------------------------------------------------------------|--------------|------------|-------------|------------------------|--------|
|              |       | Kesinlikle Katılmıyorum                                            | Katılmıyorum | Fikrim yok | Katılıyorum | Kesinlikle Katılıyorum | Toplam |
| 18'den küçük | Sayı  | 3                                                                  | 1            | 3          | 4           | 2                      | 13     |
|              | Yüzde | 23,1                                                               | 7,7          | 23,1       | 30,8        | 15,4                   | 100,0  |
| 18-29        | Sayı  | 16                                                                 | 17           | 5          | 28          | 12                     | 78     |
|              | Yüzde | 20,5                                                               | 21,8         | 6,4        | 35,9        | 15,4                   | 100,0  |
| 30-49        | Sayı  | 6                                                                  | 9            | 5          | 10          | 11                     | 41     |
|              | Yüzde | 14,6                                                               | 22,0         | 12,2       | 24,4        | 26,8                   | 100,0  |
| 50-64        | Sayı  | 0                                                                  | 1            | 1          | 8           | 4                      | 14     |
|              | Yüzde | 0,0                                                                | 7,1          | 7,1        | 57,1        | 28,6                   | 100,0  |
| 65 ve üzeri  | Sayı  | 0                                                                  | 1            | 0          | 1           | 4                      | 6      |
|              | Yüzde | 0,0                                                                | 16,7         | 0,0        | 16,7        | 66,7                   | 100,0  |
| Toplam       | Sayı  | 25                                                                 | 29           | 14         | 51          | 33                     | 152    |
|              | Yüzde | 16,4                                                               | 19,1         | 9,2        | 33,6        | 21,7                   | 100,0  |

**Kaynak:** Veriler, 17 Eylül 2017 tarihinde araştırmacı tarafından savunulan ve kabul edilen yüksek lisans tezinden alınmıştır.

Yaş gruplarının kent yaşamı gelenek ve görenekleri azaltmaktadır ifadesine katılma durumları yukarıdaki tabloda hem sayısal hem de yüzdelik olarak verilmiştir. Kent yaşamı gelenek ve görenekleri azaltmaktadır ifadesinin araştırma yapılmadan önce öngörülen varsayım şekli ise, bu ifadenin yaş grupları arasında farklılık göstermesi şeklindedir. Özellikle genç ve orta yaş gruplarında

bu ifadeye katılmama durumu öngörülür iken yaşlı yaş grupları arasında ise bu ifadeye katılma durumları öngörülmüştür.

Kent yaşamı gelenek ve görenekleri azaltmaktadır ifadesine 18 yaş ve küçük olan katılımcıların %23,1'i kesinlikle katılmıyorum, %7,7'si katılmıyorum, %23,1'i fikrim yok, %30,8'i katılıyorum, %15,4'ü kesinlikle katılıyorum şeklinde cevaplamışlardır. Katılımcıların 18-29 yaş grubu da olanların %20,5'i kesinlikle katılmıyorum, %21,8'i katılmıyorum, %6,4'ü fikrim yok, %35,9'u katılıyorum ve %15,4'ü kesinlikle katılıyorum şeklinde cevaplamışlardır. 30-49 yaş grubu katılımcıların %14,6'sı kesinlikle katılmıyorum, %22'si katılmıyorum, %12,2'si fikrim yok, %24,4'ü katılıyorum, %26,8'i kesinlikle katılıyorum şeklinde cevaplamışlardır. 50-64 yaş grubu katılımcıların %7,1'i katılmıyorum, %7,1'i fikrim yok, %57,1'i katılıyorum, %28,6'sı ise kesinlikle katılıyorum şeklinde belirtmişlerdir. 65 ve üzeri yaş grubu katılımcıların %16,7'si katılmıyorum, %16,7'si katılıyorum, %66,7'si ise kesinlikle katılıyorum şeklinde görüşlerini ifade etmiştir. Genel olarak katılımcıların %16,8'i kesinlikle katılmıyorum, %19,1'i katılmıyorum, %9,2'si fikrim yok, %33,6'sı katılıyorum, 21,7'si ise kesinlikle katılıyorum şeklinde ifadeye katılma durumlarını belirtmişlerdir.

Yaş ile kent yaşamı gelenek ve görenekleri azaltmaktadır ifadesi arasında kısmi olarak bir ilişki bulunmuştur. Katılımcılardan genç ve orta yaş gruplarının bu ifadeye katılma durumları ile yaşlı yaş grubunda olan katılımcıların bu ifadeye katılma durumları kısmi olarak farklılık göstermektedir. Gelişen, değişen, farklılaşan ve özellikle teknolojik gelişmeler ile hız kazanan yaşam, beraberinde farklı bir kültürü de getirmektedir. Özellikle teknolojinin gelişmesi ve hızla değişmesi ile birlikte kültürel, sosyal, bireysel, siyasal ve ekonomik ilişkilerin değiştiği farklılaştığı söylenilebilir. Bunlar ile birlikte her gün her saat farklılaşan ve değişen hızlı, modern yaşam tarzı, beraberinde kültürel değerleri, gelenekleri, görenekleri, alışkanlıkları da değiştirmektedir. Bireyin yaşadığı ve öğrendiği durumlar her geçen gün farklılaştığı gibi bireyler de içinde bulundukları durumlardan farklılaşıyor. Bu bağlamda her yaş grubu içerisine doğduğu kültürü benimseyip bilinç durumunu ona göre şekillendiriyor. Tablo-10'a baktığımızda ortaya çıkan farklılaşmaların temel dinamiği yaş gruplarının benimsediği kültürden kaynaklandığı saptanmıştır.

## **SONUÇ VE ÖNERİLER**

Sanayi Devrimi ile birlikte kapitalist ekonominin ilk temelleri atılmış, toplumun, grupların ve bireylerin sosyal, ekonomik ve kültürel ilgi alanları günümüze kadar sürekli değişmiştir. Bu değişim ve dönüşüm günümüz toplum yapısında en üst düzeye ulaşmıştır (Bayhan, 2022: 48). Günümüzde birçok insanın yerleşim yeri olan kentler, insan yoğunluğunun geçmişten günümüze en fazlalaştığı mekânlar olarak karşımıza çıkmaktadır. Kentler, insanlar için birer iş alanı, yüksek yaşam standartlarının olduğu yerler, hizmet alanının ve refah seviyesinin iyi olduğu, ihtiyaçların sınırsız bir biçimde karşılandığı, sosyal aktivitelerin geliştiği cazibe merkezleri olarak görülmektedir. Bireylerin kenti farklı bir yaşam ve anlayış biçimi olarak gördüğü kent, sürekli bir şekilde göç almakta ve

yoğunlaşmaya devam etmektedir. Sosyal, fiziksel, kültürel gibi birçok alanda sürekli gelişen ve büyüyen kentler, gün geçtikçe farklılaşmaktadır.

Özellikle kırdan gelip, kentli olmayı içselleştirmemiş bireylerin yaşadığı kentsel ortamda sosyo-kültürel ve sosyo-psikolojik uyumsuzluklar, kültürel boşluğa düşmeye ve yabancılaşmaya neden olmaktadır. Bu süreç, şiddet, suç ve mafya gibi çok önemli toplumsal sorunların ortaya çıkmasıyla yakından ilgilidir. Bu süreçler, sorumluluk almaktan kaçınma ve aidiyetsizlik gibi nedenlerde eklenince kentler, uzlaşmanın yok olduğu ve ortak yaşamının zorlaştığı mekânlara dönüşmektedir. Kentlerde ortaya çıkan bu sorunların ortadan kalması ve özellikle Türkiye'de bu tarz sorunların önüne geçilmesi anlamında kentlileşme, kent kültürü, kentlilik bilinci gibi konuların araştırılması ve gereken çalışmaların yapılması önem arz etmektedir.

Kentlilik bilincini geliştirmeye, bilinçlendirmeye yönelik projeler, uygulamalar ve politikalar belirlenirken, kentin farklı sosyal, kültürel, heterojen yapısı göz önünde tutulmalıdır. Başından salma kısa vadeli projeler ve politikalar yerine, uzun vadeli politikalar geliştirilmelidir. Bu bağlamda kentin farklı yapı taşları konumunda olan semtler tespit edilmeli ve bu semtlerin kentlilik bilinç düzeylerine göre mahalle mahalle politikalar, projeler, uygulamalar geliştirilmelidir. Gerekli görülen mahallelerde (ki bu bütün mahallelerde olması gerek bir yaklaşım biçimidir) sosyal dayanışma merkezleri, sosyal destek projelerin uygulanacağı merkezler açılması ve mahalle sakinlerine buralarda kentlilik bilinci ile ilgili eğitimler verilmelidir. Bu çerçevede ilk etapta yerinden bilgi üretmek yerine bire bir sahada çalışacak uzman toplum bilimciler ile durum tespiti yapmak ve gerekli problemler, eksiklikler tespit edilmelidir.

Kentlilik bilinci, kentte yaşayan bireylerin kendilerini kente ait hissetmeleri, kenti benimsemeleri, farkındalık sahibi olmaları, sorumluluk sahibi olmaları, bireyin kendisini kentin bir parçası olarak algılaması, kenti sevmesi, geleceğini ve gelecek nesillerin geleceğini kendisinin inşa ettiğinin farkındalığına sahip olmasıdır. Burada kentlilik bilincinin oluşmasında ve tanımlanmasında gözden kaçırılmaması gereken önemli bir nokta ise kentlilik bilincinin oluşturulmasında tüm sorumluluğun devlete, sivil toplum kuruluşlarına, yerel yönetimler gibi kurum ve kuruluşların tek sorumluluk sahibi olmadığıdır. Bu çerçevede bir yerine bütün ilişkisinin daha doğru ve yerinde bir birliktelik sağlayacağı gözden kaçırılmamalıdır. Bütünü oluşturan parçaların her birisinin bireyden meydana geldiği gözden kaçırılmamalı ve bütün bireyler üstüne düşen görevi itina ile yerine getirmelidir. Ancak bu şekilde sağlıklı ve bilinçli bir toplum ve kent inşası oluşturulabilir. Aksi takdirde bir bütün olmaktan çıkıp parçalanır ve birliktelik anlayışı bilinçsiz, tutarsız, sağlıklı, geleceksiz gibi durumlara yol açılır.

Kentli tutum ve davranışların kazanılması, kente karşı sorumluluk bilincinde olunması, kentsel yaşamın sorunsallığının farkındalığında olması gibi tutum, düşünce ve davranışlar kentlilik bilincinin önemli göstergelerindendir. Kentin kültürel özellikleri, kentte yaşamışlığın doğumdan gelmesi

kentlilik bilincinin gelişimde önemli faktörlerdendir. Kent kültürüne uzak kalmış bireyler başta olmak üzere, kente yeni gelenlerin kent kültürü hakkında bilgilendirilmesi, yönlendirilmesi, psikolojik destek verilmesi ve eğitilmesi önemli bir değişim meydana getirecektir. Bu çerçevede bu konular üzerinde durulmalı ve gereken çalışmalar en kısa sürede başlatılmalıdır.

Kentsel sorunlara duyarlılık ve kentsel sorunların iletilmesinde, çözüm yolu bulunmasında kentlilik bilincinin önemli göstergelerindendir. Birey, içerisinde bulunduğu mekânı sahiplenen ve bu doğrultuda kenti daha güzel ve yaşanılabilir bir hal alması için uğraşan kişidir. Bu çerçevede kentsel sorunların iletilmesinde kaba kuvvet, duyarsızlık gibi yöntemlerden ziyade sorunun makul yol ve yöntemlerle çözüm içerisine girilmelidir.

Kentsel farkındalık sahibi olan, kenti benimseyen, yaşadığı mekânı özümseyen, kendisini kente ait hisseden, kenti evi gibi gören, kenti kendisini, toplumun, çocuklarının ve ülkenin geleceği olarak gören, kente sahip olduğu haklarının bilincinde olan, sorumluluk almaktan kaçınmayan bilinçli bireylerin varlığı, nitelikli mekânların oluşumuna yön verecek ve bu mekânlardan toplum yararına gerekli çalışmalar ile birlikte topluma öncülük edeceklerdir.

Kentlilik bilincinin gelişmesi ve toplumların, kentlerin daha yaşanılabilir bir hal almasında temel sorumluluk herkese aittir. Unutulmamalıdır ki, kentlilik bilinci kısa vadeli gerçekleşecek bir durum değildir. Tam tersi uzun vadeli verim alınacak bir durumdur. Bu bağlamda oluşturulacak projeler, uygulamalar ve politikalar kısa vadeli hesaplardan ziyade uzun vadeli bir hesaplama ile uygulanmalıdır. Kentlilik bilincinin oluşması belli sosyo-ekonomik ve sosyo-kültürel şartlara bağlıdır. Oluşturulacak politikaların bu çerçevede belirlenmesi gerekmektedir.

Araştırmada elde edilen veriler, gözlem sonucunda edinilen bilgiler ve görüşmeler sonucu genel olarak değerlendirildiğinde; Diyarbakır'da kentlilik bilinci, kentsel aidiyet ve kenti sahiplenme konularında yüksek, kentsel farkındalık ve kent sorunlarıyla ilgilenme bağlamında orta, kent kurumlarına katılım bakımından düşüktür. Özellikle kentte yaşayan bireylerin kentsel kurulara olan katılımının düşük seviyelerde olduğu görülmektedir. Bu bağlamda Diyarbakır ilinde ikamet eden bireylerin genel olarak kentlilik bilinçlerinin düşük düzeyde olduğu görülmektedir. Bu çerçevede Diyarbakır ilinin sosyo-kültürel yapısının daha bilinçli bir hal alması ve bu doğrultuda çalışmaların gerçekleştirilmesi gerekmektedir. Kentli birey tutum ve davranışlarının sergilenmekte sıkıntı yaşayan Diyarbakır halkı, aynı doğrultuda başka bir şehre gittiklerinde aynı tutum ve davranış biçimleri ile sıkıntılar yaşayacaktır. Ayrıca kentin geleceği ve gelecek nesillere daha yaşanılabilir bir hal almasında, gelecek nesil başta olmak üzere hem ülkeye hem insanlığa daha faydalı ve yararlı bir durum alması bağlamında önemli adımların atılması gerekmektedir. Bu çerçevede başta eğitim kurumları olmak üzere, sivil toplum kuruluşları, kamu kurum ve kuruluşları, yerel yönetimler, din görevlilerin, kanaat önderlerinin, muhtarlıklar, sosyal destek kurumları gibi yerlerde kentlilik bilinci eğitimi verilmeli, gereken seminerler düzenlemeli, projeler oluşturulmalı ve uygulanmalı, etkinlikler düzenlenmeli ve bu

çalışmalar giderek geliştirilmelidir. Özellikle kamu kurum ve kuruluşların, üniversitelerin, sivil toplum örgütlerinin işbirliği içerisinde bu projeleri yürütmeli ve halkı bu doğrultuda teşvik etmelidir.

#### **KAYNAKÇA**

- Acungil, Y., (2012): “Kentleşme Sürecinde Tokat’ta Kentlilik Bilinci”, (Basılmamış Yüksek Lisans Tezi), Gaziosmanpaşa Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Kamu Yönetimi Anabilim Dalı, Tokat.
- Altıparmak, B., (2016): "Kent Pazarlamasında Kentlilik Bilincinin Geliştirilmesi", Ondokuz Mayıs Üniversitesi, Orta Karadeniz İletişim Çalışmaları Dergisi.
- Alp, A. (2020): “Üniversite ve Sosyal Değişme”, Sosyal Bilimler Akademisi Dergisi, Cilt: 3 Sayı: 2.
- Bayhan, M., (2017): "Kentleşme Sürecinde Kentlilik Bilinci; Diyarbakır Örneği", Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Bingöl Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Bingöl.
- Bayhan, M. (2022). “Tüketim Toplumunda Kimlik İnşası”, 19 Mayıs Sosyal Bilimler Dergisi , 3 (1) , 47-57 . DOI: 10.52835/19maysbd.1022911
- Bektaş, C., (1996): “Kentli Savunmak / Kentli Olmak”, Cogito Dergisi, Sayı: 8, İstanbul.
- Birol, G., (2007): “Bir Kentin Kimliği ve Kervansaray Otel Üzerine Bir Değerlendirme”, Arkitekt Dergisi, Kasım-Aralık 2007, Sayı: 514, İstanbul.
- Ercoşkun, Ö., ve Özuduru, B., (2013): “Ankara'daki Alışveriş Caddelerinde Ticari Mekanlar ve Sosyal Sürdürülebilirlik Araştırması”, Megaron, 2013/1, 8(1).
- Erkan, R., (2010): “Kentleşme ve Sosyal Değişme”, Bilim Adamı Yayınları, Ankara.
- Es, M., Ateş. H., (2004): "Kent Yönetimi, Kentleşme ve Göç: Sorunlar ve Çözüm Önerileri", Sosyal Siyaset Konferansları Dergisi, Sayı: 48, İstanbul.
- Genar , (2006): “Konya’da Kent kültürü ve Kentlilik Bilinci”, İstanbul.
- Geyik, S., (2010): “Kırdan Kente Göç Sonrası Kentlilik Bilinci (Mevlana Mahallesi Örneği)”, Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Sakarya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Sakarya.
- Güçlü, S., (2002): "Kentleşme ve Göç Sürecinde Antalya’da Kent Kültürü ve Kentlilik Bilinci", T.C. Kültür Bakanlığı Yayınları, Ankara.
- Güler, K. B., vd., (2015): “İç Göç ve Kent ile Bütünleşme: Kocaeli İli Alan Araştırması”, Sosyal Güvenlik Dergisi, Ekim 2015, Cilt: 5, Sayı: 2, Ankara.
- Helle, H. J., (1996): “Kentleşmiş İnsan”, Çeviren: Zeynep AYGÜN, Cogito Dergisi, Sayı: 8, İstanbul.
- Işık, O., (1991): "Kent Planlamada Bir Gündem: Çevre ve Katılım", TMMOB Şehir Plancıları Odası Yayını, Ankara.

- Kalabalık, H., (2005): "İmar Hukuku", Ankara: Seçkin Yayıncılık. KELEŞ, Ruşen (2006) "Kent ve Kültür Üzerine", Mülkiye, Cilt: XXIX, Sayı: 246.
- Karaca, M., (2007): "Sosyolojik Bir Olgu Olarak İnternet Gençliği: Elâzığ Örneği", Fırat Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Sosyoloji Anabilim Dalı, Doktora Tezi, Elâzığ.
- Karaküçük, S. ve Gürbüz, B., (2007): "Rekreasyon ve Kent(li)leşme", Gazi Kitapevi.
- Kartal, K., (1983): "Kentlileşmenin Ekonomik ve Sosyal Maliyeti", Amme İdaresi Dergisi, Cilt: 16, Sayı: 4, Ankara.
- Kaya, E., (2004): "Kentleşme ve Kentlileşme", İlke Yayınları, İstanbul.
- Kaya, E. vd., (2007): "Modern Kent Yönetimi-I", Okutan Yayıncılık, İstanbul.
- Keleş, R., (2013): "Kentleşme Politikası", İmge Kitapevi, 12. Baskı, Ankara.
- Kaypak, Ş., (2014): "Toplumsal Cinsiyet Bakış Açısından Kente Bakmak", Niğde Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi.
- Keskin, E. B., vd., (2015): "Kentlilik Bilinci Çalışmaları İçin Bir Model Önerisi: Bursa'da Kentlilik Bilinci Araştırması", Paradoks Ekonomi, Sosyoloji ve Politika Dergisi, Cilt: 11, Sayı: 1, Bursa.
- Kılıç, S., (2013): "Örnekleme yöntemleri", Journal of Mood Disorders Volume: Cilt: 3, Sayı: 1.
- Kıray, M., (1964), Ağır Sanayiden Önce Bir Sahil Kasabası: Ereğli, D.P.T. Yayınları, Ankara.
- Kıray, M., (2007): "Kentleşme Yazıları", Bağlam Yayıncılık, İstanbul.
- Kurt, N., (2011): "Kent Hizmetlerinin Geleceğinde Kentsel Sorumluluklar ve Kent Kültürünün Geliştirilmesi Stratejileri", Yönetim Bilimleri Dergisi, Sakarya üniversitesi, Sayı: 9, Sakarya.
- Mazumdar, S., (2007): "Kentsel Yaşam Kalitesi ve Yer Duygusu", Çeviren: Ebru Yetiş, Sayı: 335, <http://www.mimarlikdergisi.com/index.cfm?sayfa=mimarlik&DerGISayisi=53&RecID=1330> (Erişim Tarihi: 02.12.2016).
- Mutlu, A., (2011): "Metropol Kent Samsun'da Kentlilik Bilinci", Orta Karadeniz Kalkınma Ajansı Proje Raporu, Samsun.
- Özyurt, C., (2007): "Yirminci Yüzyıl Sosyolojisinde Kentsel Yaşam", Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, Cilt: 10, Sayı: 18.
- Sencer, Y., (1979): "Türkiye'de Kentleşme", Kültür Bakanlığı Yayınları, Ankara.
- Simmel, G., (1996): "Metropol ve Zihinsel Yaşam", Çeviren: Bahar Öcal DÖZGÜREN, Cogito Dergisi, Sayı: 8, İstanbul.

Şenbeyazlı, D., Aydemir, Ş., (2008): “Kentlilik Bilinci ve Mekân: Trabzon Kenti Örneği” , [http://www.spo.org.tr/resimler/ekler/d\\_3019b85\\_6147c\\_17\\_e\\_k.pdf](http://www.spo.org.tr/resimler/ekler/d_3019b85_6147c_17_e_k.pdf) (Erişim Tarihi:22.11.2016).

Tekeli, İ., (2011): “Kent, Kentli Hakları, Kentleşme ve Kentsel Dönüşüm”, Türkiye Vakfı Yurt Yayınları, İstanbul.

T.C. Bayındırlık Ve İskân Bakanlığı, (2009): “Kentlilik Bilinci, Kültür ve Eğitim Komisyonu Raporu”, Kentleşme Şurası, Ankara.

Url 1: [http://w3.balikesir.edu.tr/~birol/kentlilik\\_bilinci.pdf](http://w3.balikesir.edu.tr/~birol/kentlilik_bilinci.pdf) (Erişim Tarihi: 16.12.2016).

Yıldız, M. C., Gürbüz, M.,(2011): “Sosyo-Kültürel Değişim Sürecinde Komşuluk”, [http://www.academia.edu/6613652/Sosyo\\_Kulturel\\_Degisim\\_Surecinde\\_Komsuluk\\_Turk\\_Kulturu\\_ve\\_Komsuluk](http://www.academia.edu/6613652/Sosyo_Kulturel_Degisim_Surecinde_Komsuluk_Turk_Kulturu_ve_Komsuluk), Elazığ, (Erişim Tarihi: 03.04.2016).

Yıldırım, A., Şimşek, H. (2003): "Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri", Ankara: Seçkin Yayınları .

**ONLINE ALIŞVERİŞTE MARKA İMAJININ ONLINE SATIN ALMA NİYETİ VE  
AĞIZDAN AĞIZA İLETİŞİM DAVRANIŞI ÜZERİNE ETKİSİ: AMPİRİK BİR ÇALIŞMA**

**THE EFFECT OF BRAND IMAGE ON ONLINE PURCHASE INTENTION AND WORD OF  
MOUTH COMMUNICATION BEHAVIOR IN ONLINE SHOPPING: AN EMPIRICAL  
STUDY**

**Reha SAYDAN<sup>1</sup>**

**Bulut DÜLEK<sup>2</sup>**

**Öz**

Bu çalışma çevrimiçi alışverişte marka imajının ağızdan ağıza iletişim ve online satın alma niyeti üzerinde etkisinin analiz edilmesi amacıyla gerçekleştirilmiştir. Bu doğrultu da online alışveriş deneyimine sahip tüketicilerle anket uygulaması gerçekleştirilmiştir. Araştırma amacı doğrultusunda oluşturulan araştırma modeli ve kurulan hipotezler regresyon analizi ile test edilmiştir. Yapılan analizler sonucunda marka imajının hem ağızdan ağıza iletişim üzerinde hem de online satın alma niyeti üzerinde olumlu yönde etkili olduğu görülmüştür. Ayrıca ağızdan ağıza iletişiminde online satın alma niyeti üzerinde olumlu bir etkiye sahip olduğu sonucuna da ulaşılmıştır.

**Anahtar Kelimeler:** Marka imajı, Ağızdan ağıza iletişim, Online satın alma niyeti.

**Jel Kodları:** M30, M31, M39

**Abstract**

This study was carried out to analyze the effect of brand image on positive word of mouth communication and online purchase intention in online shopping. In this context, a survey was conducted with consumers who have an online shopping experiences. The regression model was used to test the hypotheses that were established in the research model. As a result of the analyzes made, it has been seen that the brand image has a positive effect on both positive word of mouth communication and online purchase intention. Moreover, it was found that word of mouth has a positive impact on online purchase intent.

**Key Words:** Brand Image, Word of Mouth Communication, , Online Purchase Intention

**Jel Codes:** M30, M31, M39

<sup>1</sup> Prof. Dr., Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi, [rsaydan@yyu.edu.tr](mailto:rsaydan@yyu.edu.tr), [ORCID: 0000-0002-8091-9396](https://orcid.org/0000-0002-8091-9396)

<sup>2</sup> Dr. Öğr. Üyesi, Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi, [bulutdulek@yyu.edu.tr](mailto:bulutdulek@yyu.edu.tr), [ORCID: 0000-0002-3474-7220](https://orcid.org/0000-0002-3474-7220)

## GİRİŞ

Online alışverişte tüketicilerin davranış ve eğilimlerini araştırma konusu olarak ele alan birçok çalışma yapılmıştır (Yaraş vd., 2017; Kim vd., 2009; Wang vd. 2010; Wani vd. 2016; Huang, 2012). Bu çalışmalarda, online alışveriş süreçlerinde güven, sadakat, fayda, eğlence ve risklilik faktörleri ele alınmıştır. Son yıllarda daha fazla artış gösteren çevrimiçi alışveriş davranışları e ticaret üzerine yapılan çalışmaları oldukça ilgi çekici hale getirmiş bulunmaktadır. Tüketicilerin bilinçli ve isteyerek alışveriş yaptıkları online alışveriş perakendeciler açısından da yoğun bir rekabetin yaşandığı bir alan olmuştur. Bundan dolayı işletmeler, tüketicileri elde tutmak için çevrimiçi olarak sundukları hizmetleri sürekli olarak iyileştirmeye ve geliştirmeye odaklanmaktadır (Jun vd., 2004: 817).

Marka imajı, tüketicilerin zihninde işletmeye karşı var olan bir dizi izlenim, inanç ve tutumu tasvir etmektedir (Kotler, 2003). Markayı temsil eden benzersiz bir logo, olumlu bir marka imajının ana unsurunu oluştursa da, bir markayı diğerinden ayıran sloganlar ve diğer tüm marka tanımlayıcıları da önemli bileşenlerdir (Cretu ve Brodie, 2007). İyi bir marka imajı, müşteriye saygı duyan şirketlerin müşteri algısı ve işleyişi üzerinde etki oluşturma gücüne sahiptir (Kurniawan ve Sidharta, 2016). Ayrıca bir bireyin satın alma niyetini değerlendirmek, ürün, hizmet veya satıcıya yönelik algılar, davranışlar ve tutumlar ile doğrudan ilişkili olduğu için önemli olduğu kadar karmaşık bir süreçtir (Huete-Alcocer, 2017). Ağızdan ağıza iletişim kavramı, birden fazla şirketin yürüttüğü pazarlama faaliyetlerinde gerekli bir terim haline gelmiştir. Ağızdan ağıza iletişim, toplumsal değişimlerin dikkatini çekmekte, en etkili ve faydalı iletişim kanallarından biri olarak tanımlanmaktadır (Sallam, 2014). Marka imajı ve ağızdan ağıza iletişim tüketicilerin satın alma niyetlerini etkiler ve markaya tüketicileri daha bağımlı hale getirir (Mao vd. 2020; Saeed vd. 2013; Topal ve Nart, 2017). Bu çalışma marka imajının online alışveriş yapan tüketicilerin satın alma kararlarını ve ağızdan ağıza iletişim davranışlarını etkileyebileceği varsayımına dayanarak geliştirilmiştir. Online alışverişte marka imajını ele alan sınırlı sayıda çalışmanın olması dolayısıyla çalışmanın alan yazındaki bu boşluğu dolduracağı varsayılmaktadır. Ayrıca bu çalışma, ağızdan ağıza iletişimin marka imajı üzerinde etkisi olduğunu belirten çalışmaların aksine marka imajının ağızdan ağıza iletişim davranışı üzerinde etkisi olduğunu göstererek bu değişkenler arasında aslında iki yönlü bir ilişkinin var olduğunu da ortaya koymaktadır. Bu bakımdan çalışmanın hem alan yazındaki araştırmacılara hem de online perakendecilikteki uygulayıcılara da faydalar sunacağı değerlendirilmektedir.

Bu makale çalışması incelenen değişkenler arasındaki ilişkilerin teorik olarak açıklanması ve ampirik çalışmaların sonuçları ile başlamaktadır. Mevcut teorik ve ampirik çalışmalara dayanarak, marka imajının ağızdan ağıza iletişim ve online satın alma niyeti üzerindeki etkisi ile ağızdan ağıza iletişimin online satın alma niyeti üzerindeki etkisini araştıran hipotezler geliştirilmiştir. Daha sonra araştırma metodolojisi ve istatistiksel sonuçlar verilmiştir. Son olarak sonuç, öneriler ve sınırlamalar yazılmıştır.

## **1. KAVRAMSAL ÇERÇEVE**

### **1.1. Marka İmajı**

Marka imajı tüketicilerin marka hakkında ne düşündüklerini ve marka hakkında düşünürken uyandırdığı duyguları ifade eder (Keller ve Lehmann, 2006). Keller (1993) marka imajını “tüketici hafızasında tutulan marka çağrışımlarının yansıttığı marka hakkındaki algılar” şeklinde tanımlamıştır. Buna göre marka imajı, özelliklerde, teknolojiye veya asıl ürünün kendisinde değil, reklamlar, promosyonlar veya kullanıcılar tarafından ortaya çıkarılan bir şeydir. Marka imajının iyileştirilmesine katkıda bulunan faktörler, ürün özellikleri, iş, pazarlama karması, markanın özel düşünceleri, bireysel değerler, deneyim, marka kullanıcılarının karakteri ve çevre değişkenleridir. Güçlü bir marka imajının geliştirilmesinin markayı rakip markalar nazarında daha üstün bir konuma getirebileceği ve pazardaki konumunu güçlendirebileceği söz konusudur (Armstrong vd., 2018). Suhartanto ve Kandampully (2003)’ da marka imajının değer denkleminde önemli bir unsur olduğunu ve markanın veya işletme imajının müşterilerin o marka hakkında hissettiklerini etkileyerek müşteri sadakatini etkileyebileceğini ifade etmişlerdir.

### **1.2. Ağızdan Ağıza İletişim**

Ağızdan ağıza iletişim, tüketicilerin hizmeti satın alma karar verme sürecini önemli ölçüde etkileyebilecek bilgi ve hizmet deneyiminin başkalarıyla paylaşılmasıdır (Lerrthaitrakul ve Panjakajornsak, 2014). Richins (1983), ağızdan ağıza iletişimi, en az bir arkadaşına, tanıdık veya aile üyesine, tatmin edici veya tatmin edici olmayan bir ürün veya perakende işletmesiyle ilgili kişisel deneyimi anlatma eylemi olarak tanımlamıştır. Bazen işletmeye bağlılık duyan müşteriler tarafından geliştirilen ağızdan ağıza iletişim işletmeler açısından ücretsiz reklam fırsatı da sunmaktadır. Bu nedenle özellikle önemli bilgiler güvenilir kaynaklardan aktarıldığında ağızdan ağıza iletişimin etkili ve güçlü bir iletişim yöntemi olduğu anlaşılabılır (Ennew vd., 2000). Fakat her zaman için ağızdan ağıza iletişimin olumlu yönde olması beklenilmez. Ürün veya hizmetle ilgili yaşanan olumsuz deneyimler neticesinde müşterilerin markaya ya da işletmeye yönelik olumsuz iletişim çabalarına da rastlanılmaktadır.

### **1.3 Online Satın Alma Niyeti**

Satın alma niyeti, tüketicinin yapmayı seçtiği potansiyel eylemi ölçen önemli bir değişkendir. Tüketicilerin satın alma niyetinin değerlendirilmesi, uygulayıcıların hem pazarın trendini daha iyi bilmelerine hem de ürün veya hizmetlerin konumunu ayarlamasına yardımcı olabilir (Chen vd. 2015). Çevrimiçi satın alma niyeti, tüketicilerin internet araçlarının kolaylığından yararlanarak alışveriş yapmaya istekli olmaları durumudur. Çevrimiçi işlemler bilgi alma, bilgi aktarımı ve ürün satın alma olmak üzere üç adımdan oluşmaktadır (Pavlou, 2003). Online alışveriş ortamındaki müşterinin satın alma niyeti, bir tüketicinin internet aracılığıyla belirli bir satın alma davranışını gerçekleştirme

niyetinin gücünü belirlemektedir (Salisbury vd. 2001). Ayrıca gerekçeli eylem teorisi, tüketici davranışının eylemler, hedefler ve bu davranışın bağlamı açısından algılanan niyetler aracılığıyla tahmin edilebileceğini öne sürmektedir (Ajzen ve Fishbein, 1980). Bu bağlamda online satın alma niyeti, müşteriler için bir dizi ipucunun nihai sonucu olarak değerlendirilmektedir (Ganguly vd., 2009).

## **2. HİPOTEZLERİN GELİŞTİRİLMESİ**

Marka imajının geliştirilmesi markanın portföyünün genişletilmesi anlamını taşımaktadır. Marka portföyünü yeni bir ürünle genişleterek, yerleşik marka imajı ve bilinirliğinden avantaj sağlanabilir. Bununla birlikte marka imajı ile daha geniş tüketicilerin satın alma kararını da işletmeler etkileyebilirler (Kremer vd. 2012). Marka imajı, tüketicilerin markayı genel olarak algılaması ve değerlendirmesidir, satın alma ve tüketme davranışlarını etkiler (Fan ve Chen, 2002). Bulgular, marka imajının online satın alma niyeti üzerinde önemli bir etkiye sahip olduğunu ortaya koymuştur (Nuseir, 2019; Rahman vd. 2020; Farzin ve Fattahi, 2018; Mao vd. 2020; Kala ve Cohabey, 2018). Buradan yola çıkarak araştırmanın H<sub>1</sub> hipotezi geliştirilmiştir.

### **H<sub>1</sub>:Marka imajı online satın alma niyeti üzerinde etkilidir.**

Marka imajı, tüketici davranışını incelemede önemli bir faktördür, çünkü tüketici favori markasına sahip olduğunda, marka mesajı, rakibine kıyasla tüketici üzerinde daha güçlü bir etkiye sahip olmaktadır (Hsieh ve Li, 2008). Marka imajı ağızdan ağıza iletişimin bir yordayıcısıdır ve ağızdan ağıza iletişim üzerinde olumlu bir etkiye sahiptir (Dam, 2020; Anggraeni ve Rachmanita, 2015; Permana ve Ilham, 2018; Kurtoğlu ve Sönmez, 2016; Urmak ve Kıyat, 2021). Bu sonuçlardan yola çıkarak araştırmanın H<sub>2</sub> hipotezi geliştirilmiştir.

### **H<sub>2</sub>: Marka imajı ağızdan ağıza iletişim üzerinde etkilidir.**

Tüketiciler, satın almadan önce ürün ve marka hakkında bilgi toplarken çevrimiçi ürün incelemelerini ve akranlarının yorumlarını ararlar (Jalilvand ve Samiei, 2012; Farzin ve Fattahi, 2018). Ayrıca, tüketiciler firmalardan gelen iletişime güvenmekten çok birbirlerine güvenirler, bu da ağızdan ağıza iletişimin önemini vurgulamaktadır (Zeithaml ve Bitner, 1996). Müşteriler tavsiyenin güvenilir olduğuna inanırlarsa, satın alma kararları vermek için elektronik ortamlarda ağızdan ağıza iletişimi kabul etmeye ve kullanmaya daha istekli olurlar (Cheung vd. 2009). Ağızdan ağıza iletişim üzerine yapılan araştırmalar, tüketicilerin satın alma karar verme sürecinde diğer kişilerin tavsiyelerine güvendiğini göstermiştir; insanların bir hizmet hakkındaki fikirlerini yaymaya motive oldukları ve insanların ağızdan ağıza iletişimde arkadaşları, meslektaşları ve aileleri üzerinde farklı derecelerde etkileri olduğu görülmüştür. (Trusov vd. 2009; Nguyen ve Romaniuk, 2014). Bu doğrultuda araştırmanın H<sub>3</sub> hipotezi geliştirilmiştir.

### **H<sub>3</sub>: Ağızdan ağıza iletişim online satın alma niyeti üzerinde pozitif yönde etkilidir.**

### 3. ARAŞTIRMA METODOLOJİSİ

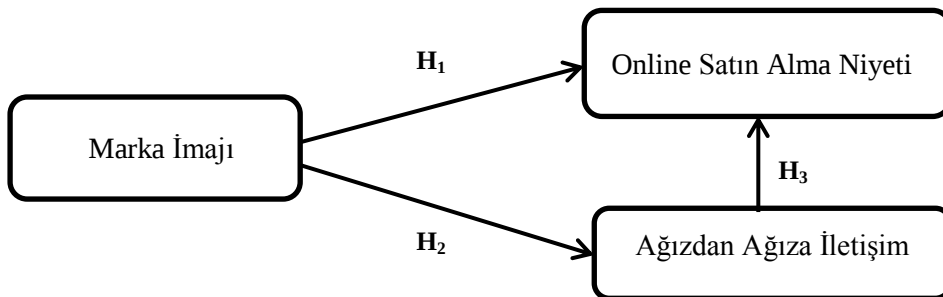
#### 3.1 Araştırmanın Amacı ve Önemi

Bu araştırmanın amacı online alışverişte marka imajının ağızdan ağıza iletişim ve online satın alma niyeti üzerinde etkisinin analiz edilmesidir. Ayrıca ağızdan ağıza iletişimin de online satın alma niyeti üzerinde etkisinin olup olmadığının da test edilmesi de bir başka amacıdır. Online alışverişin etkinliğinin artmış olduğu günümüz dünyasında marka imajının hem ağızdan ağıza iletişim hem de tüketicilerin satın alma niyetleri üzerindeki etkisinin analiz edilmesinin hem araştırmacılar hem de uygulayıcılar açısından faydalı bilgiler sunacağını düşünülmektedir. Bu sebeple, çalışmamızın özgün değeri, marka imajı, olumlu ağızdan ağıza iletişim ve online satın alma niyeti arasındaki ilişkilerin ortaya çıkarılmasıdır.

#### 3.2 Araştırmanın Ana Kütlesi ve Örneklem Seçimi

Araştırmanın ana kütlesini online alışveriş deneyimine sahip tüketiciler oluşturmaktadır. Araştırma analizleri için elde edilen veriler, zaman ve maliyet sınırlamalarını dikkate alan kolayda örnekleme yöntemi kullanılarak toplanmıştır. Çalışmada anket yöntemi kullanılarak son bir ayda online alışveriş sitelerinden alışveriş yapmış 238 katılımcıya ulaşılmıştır. Araştırmada kullanılan 13 ölçek maddesi için en az 10 kat daha fazla veri toplanmıştır (Hair vd., 2009: 329). Araştırmada yer alan bağımsız değişkenler dikkate alınarak 238 kişilik toplam örneklem büyüklüğü  $n > 15M$  veya  $n > 50 + 8M$  ( $M$ =Bağımsız değişken sayısı) olarak hesaplanmıştır. Toplam 238 katılımcının %51.3'ü kadın ( $n=122$ ) ve %48.7'si erkek ( $n=116$ ) idi. Kadın ve erkek katılımcı sayısı hemen hemen eşit görünmektedir.

#### 3.3 Araştırma Modeli ve Ölçekler



Şekil 1. Araştırma Modeli

Bu çalışma için beş sorulu marka imajı ölçeği Alrwashdeh vd. (2019), dört sorulu ağızdan ağıza iletişim ölçeği Tuskej vd. (2013) çalışmasından alınmıştır. Dört sorudan oluşan online satın alma niyeti ölçeği ise Kim vd. (2004) çalışmasından uyarlanmıştır. Araştırmada 5'li Likert tipi ölçekler kullanılmıştır. Ölçekler (1=kesinlikle katılmıyorum ve 5=kesinlikle katılıyorum) ifadelerine dahil edilmiştir.

### 3.4 Analiz ve Bulgular

#### 3.4.1 Faktör ve Güvenilirlik Analizleri

Katılımcılardan elde edilen veriler doğrultusunda marka imajı, olumlu ağızdan ağıza iletişim ve online satın alma niyeti değişkenlerine ilişkin faktör ve güvenilirlik analizleri sonuçları Tablo-1’de yer almaktadır. Faktör analizi yapılırken dikkate alınması gereken ön şartlardan Bartlett Küresellik Testi sonucuna göre değişkenler arasındaki ilişkinin yeterli düzeyde olduğu görülmektedir ( $p < 0,05$ ,  $p = 0,000$ ). KMO değeri için kabul edilebilir alt değer düzeyinin 0,50 ve üzerinde olması şartı bulunmaktadır (Cengiz, 2007). Ayrıca araştırma örnekleminin faktör analizi için yeterli olup olmadığı KMO değeri ile değerlendirildiğinden dolayı katılımcı sayısının faktör analizi için yeterli düzeyde olduğu tespit edilmiştir (KMO=0,862). Araştırmada kullanılan likert ölçekli sorular ise Cronbach Alpha güvenilirlik analizi ile test edilmiştir. Güvenilirlik değerinin sağlanabilmesi alfa katsayısının 0,70 ve üzerinde olması ile sağlanmaktadır. Bu değerlerde 1,00’e yaklaşılması durumu anketin güvenilirliği arttırmaktadır (Kalaycı, 2009: 405).

**Tablo 1.** Faktör Analizi Bulguları

| Değişkenler                                      | Maddeler | Faktör yükleri | Faktör açıklayıcıları | Faktör güvenilirlikleri |
|--------------------------------------------------|----------|----------------|-----------------------|-------------------------|
| Marka İmajı                                      | Madde1   | ,552           | 35,381                | ,759                    |
|                                                  | Madde2   | ,781           |                       |                         |
|                                                  | Madde3   | ,754           |                       |                         |
|                                                  | Madde4   | ,563           |                       |                         |
|                                                  | Madde5   | ,594           |                       |                         |
| Ağızdan Ağıza İletişim                           | Madde1   | ,657           | 9,846                 | ,670                    |
|                                                  | Madde2   | ,766           |                       |                         |
|                                                  | Madde3   | ,707           |                       |                         |
|                                                  | Madde4   | ,542           |                       |                         |
| Online Satın Alma Niyeti                         | Madde1   | ,631           | 8,350                 | ,744                    |
|                                                  | Madde2   | ,700           |                       |                         |
|                                                  | Madde3   | ,721           |                       |                         |
|                                                  | Madde4   | ,689           |                       |                         |
| <b>Toplam</b>                                    |          |                | 53,577                | ,845                    |
| <b>Kaiser-Meyer-Olkin(KMO) Ölçek Geçerliliği</b> |          |                |                       | ,862                    |
| <b>Bartlett Küresellik Testi Ki kare:</b>        |          |                |                       | 848,439                 |
| <b>df :</b>                                      |          |                |                       | 78                      |
| <b>p</b>                                         |          |                |                       | ,000                    |

Yukarıdaki tabloda görüldüğü gibi araştırma ölçeğinde yer alan ifadelerle ilişkin Cronbach's Alpha değeri 0,845'tir. Bununla birlikte marka imajının 0,759; ağızdan ağıza iletişimin 0,670; online satın alma niyetinin ise 0,744 güvenilirlik değerlerine sahip oldukları görülmektedir.

### **3.4.2 Araştırma Hipotezlerinin Test Edildiği Analiz Bulguları**

Araştırmanın amacı doğrultusunda geliştirilen hipotezleri test edilmesini gerçekleştirmek için doğrusal ve çoklu regresyon analizleri uygulanmıştır. Bu analizlere ilişkin veriler aşağıdaki Tablo-2 ve Tablo-3'te yer almaktadır.

**Tablo 2.** Marka İmajı İle Ağızdan Ağıza İletişim ve Online Satın Alma Niyeti Arasındaki Çoklu Regresyon Tablosu

| <i>Bağımsız değişkenler</i>                               | <i>B</i> | <i>Standart Hata</i> | <i><math>\beta</math></i> | <i>t</i> | <i>P</i> | <i>Colinetary</i> |            |
|-----------------------------------------------------------|----------|----------------------|---------------------------|----------|----------|-------------------|------------|
|                                                           |          |                      |                           |          |          | <i>Tolerans</i>   | <i>VIF</i> |
| <b>Sabit(Online Satın Alma Niyeti)</b>                    | ,038     | ,233                 |                           | 4,454    | 000      |                   |            |
| <b>Marka İmajı</b>                                        | 479      | ,062                 | 455                       | 7,704    | 000      | ,778              | 1,286      |
| <b>Ağızdan Ağıza İletişim</b>                             | 247      | ,062                 | 234                       | 3,959    | 000      | ,778              | 1,286      |
| $F_{(2,235)} = 66,759$ $p = ,000$ $R = ,602$ $R^2 = ,362$ |          |                      |                           |          |          |                   |            |
| <b>Durbin-Watson İst. = 1,910</b>                         |          |                      |                           |          |          |                   |            |

Marka imajının ve ağızdan ağıza iletişimin online satın alma niyeti üzerindeki etkisinin test edilmesi amacıyla çoklu regresyon analizi yöntemi kullanılmıştır. Çoklu regresyon analizi sonuçlarına bakıldığında varyans etki faktörü (VIF) değerinin 5'ten düşük olması ve yine tolerans değerinin 0,20'den büyük olması analizlerde çoklu bağlantı problemi ile karşılaşmadığını göstermektedir (Hines ve Montgomery, 1990). Bunun yanında Durbin-Watson değerinin 2 değerine yakın olması durumunda da çoklu doğrusal regresyon modeli açısından oto-korelasyon şüphesi ortadan kalkmaktadır. Araştırma bağlamında ele alınan marka imajı ve ağızdan ağıza iletişim bağımsız değişkenleri ile marka sadakati arasında korelasyonun pozitif yönlü olduğu ve bağımsız değişkenlerin online satın alma değişkeninde gözlenen varyansın % 36'sını açıkladığı tespit edilmiştir. Marka imajı ve ağızdan ağıza iletişim değişkenlerinin online satın alma niyeti üzerindeki etkisini test etme amacıyla yapılan regresyon analizi sonuçları incelendiğinde hem marka imajının hem de ağızdan ağıza iletişim değişkeninin online satın alma niyeti üzerinde anlamlı bir etkisinin olduğu gözlenmiştir ( $F = 66,759$ ;  $p < .000$ ). Bu sonuçlara göre **H<sub>1</sub>** ve **H<sub>3</sub>** hipotezleri kabul edilmiştir.

**Tablo 3.** Marka İmajı İle Ağızdan Ağıza İletişim Arasındaki Regresyon Tablosu

| <i>Bağımsız değişkenler</i>          | <i>B</i> | <i>Standart Hata</i> | <i><math>\beta</math></i> | <i>T</i> | <i>p</i> | <i>Korelasyon</i> |
|--------------------------------------|----------|----------------------|---------------------------|----------|----------|-------------------|
| <b>Sabit(Ağızdan ağıza İletişim)</b> | 1,828    | ,212                 |                           | 8,619    | 000      |                   |
| <b>Marka İmajı</b>                   | ,470     | ,057                 |                           | 8,218    |          | ,472              |

|                                                           |     |
|-----------------------------------------------------------|-----|
| 472                                                       | 000 |
| $F_{(1,236)} = 67,536$ $p = ,000$ $R = ,472$ $R^2 = ,222$ |     |

Tablo-3' de görüldüğü üzere marka imajı ile ağızdan ağıza iletişim arasındaki korelasyonun pozitif yönlü ve orta derecede olduğu görülmektedir ( $F_{(1,236)} = 67,536$ ;  $\beta = 472$   $p < .000$ ). Araştırma bağlamında ele alınan marka imajı değişkeninin ağızdan ağıza iletişim üzerinde gözlenen varyansın % 22'sini açıkladığı tespit edilmiştir. Marka imajının ağızdan ağıza iletişim üzerindeki etkisini analiz etmek amacıyla yapılan regresyon analizi sonuçları incelendiğinde ise marka imajının ağızdan ağıza iletişim üzerinde pozitif yönde anlamlı bir etkisinin olduğu gözlenmiştir ( $F = 67,536$ ;  $p < .000$ ). Bu sonuçlara göre  $H_2$  hipotezi de kabul edilmiştir

### SONUÇ VE ÖNERİLER

Bu çalışma, online alışverişte marka imajının ağızdan ağıza iletişim ve online satın alma niyetleri ile ağızdan ağıza iletişimin online satın alma niyeti üzerindeki etkilerinin analizi amacıyla gerçekleştirilmiştir. Çalışma online alışveriş deneyimine sahip 238 katılımcı ile gerçekleştirilmiştir. Araştırma amacı kapsamında hazırlanan hipotezlerin test edilmesinde güvenilirlik ve regresyon analizi yöntemlerine başvurulmuştur. Yapılan analizlerle elde edilen araştırma sonuçları ve öneriler aşağıda ele alınmaktadır.

Online alışverişte marka imajının tüketicilerin online satın alma niyetleri üzerinde olumlu yönde etkisinin olduğu görülmüştür. Alan yazında daha önce yapılar çalışmalar (Nuseir, 2019; Rahman vd. 2020; Farzin ve Fattahi, 2018; Mao vd. 2020; Kala ve Cohabey, 2018) da bu etkinin varlığından bahsetmişlerdir. Buna göre online alışverişlerde markanın bilindik, güçlü, etkili bir imajının olması tüketicilerin satın alma niyetlerini etkileyecektir. Bu çalışma sonuçları ile online alışveriş mağazalarının doğru iletişim araçlarını kullanarak hedef tüketici gruplarını etkileyebilecek bir imaja sahip olması gerekliliği ortaya çıkmıştır. Güçlü bir marka imajının oluşması da kurumsal imaj, sponsorluk faaliyetleri, dijital pazarlama çabaları veya ünlü kişilerin kullanımı (Saxena, ve Dhar, 2021) gibi stratejilerle gerçekleştirilebilir.

Online alışverişte marka imajının tüketicilerin ağızdan ağıza iletişim davranışları üzerinde olumlu yönde etkisinin olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Benzer çalışmalarda (Cuong, 2020; Anggraeni ve Rachmanita, 2015; Permana ve Ilham, 2018; Urmak ve Kıyat, 2021) marka imajının ağızdan ağıza iletişim üzerinde etkisi olduğu görülmüştür. Buna göre online alışverişlerde markanın bilindik, güçlü, etkili bir imajının olması tüketicilerin yakın çevrelerine, eş veya dostlarına markadan bahsetmelerini etkileyecektir. Markaların tüketiciye aktardıkları duygusal ve sembolik mesajların güçlü bir şekilde pozitif iletişimi etkilediği (Kurtoğlu ve Sönmez, 2021) sonucu da dikkate alındığında marka imajının online perakendeciler açısından önemli bir iletişim avantajı sağlayabileceği vurgulanmaktadır.

Araştırma sonucunda elde edilen bir başka sonuçta da ağızdan ağıza iletişim davranışının tüketicilerin online satın alma niyetini olumlu yönde etkilediği görülmüştür. Daha önce yapılan çalışmalar tüketicilerin satın alma karar verme sürecinde diğer kişilerin tavsiyelerinden etkilendiklerini göstermiştir (Trusov vd. 2009; Nguyen ve Romaniuk, 2014). Dolayısıyla perakendeci işletmelerin özellikle bloglar, alışveriş siteleri, sosyal medya kanalları gibi elektronik ortamlarda ağızdan ağıza iletişim etkileşimlerini arttıracak pazarlama stratejilerine yönelmeleri önerilmektedir.

Sonuç olarak online alışverişte marka imajının güçlü bir etkiye sahip olduğu bu çalışma ile görülmüştür. Bu nedenle yöneticiler, müşterinin marka imajı algısını ve ağızdan ağıza iletişim eğilimlerinin arttırmaya yönelik pazarlama stratejilerini hedeflemelidirler. Bu noktada markanın güçlü bir farkındalık oluşturabilmesi ve tüketiciler açısından güven duygusunun oluşturulabilmesi gereklidir. Ayrıca ürün tasarımları, logo kullanımları, sosyal medya araçları ile reklam faaliyetlerinin arttırılması, görsel çekiciliği yüksek bir web sitesi tasarımı veya dikkat çekici promosyon faaliyetleri gibi çabalar da marka imajının güçlendirilmesine yönelik adımlar olarak gerçekleştirilebilir.

#### **Kısıtlamalar ve Gelecekteki Araştırmalar**

Çalışma örneklemini, Van ilinde bulunan ve sınırlı sayıda katılımcıdan oluşmaktadır. Örneklemin genel nüfusu daha fazla temsil etmesini sağlamak için daha fazla alanını kapsayacak şekilde yeni çalışmalar yapılabilir. Çalışmada tüketicilerin online satın alma niyetini etkileyen marka unsurlarından marka imajı ele alınmıştır, gelecekteki çalışmalarda markanın farkındalık, değer, güç gibi unsurlarının online satın alma niyeti üzerindeki etkileri incelenebilir. Ayrıca gelecek çalışmalarda marka imajı teknoloji kabul modeline dahil edilerek online alışverişteki tutum ve davranışlar üzerindeki etkisi daha kapsayıcı bir yaklaşımla ele alınabilir.

#### **KAYNAKÇA**

- Alrwashdeh, M., Emeagwali, O., & Aljuhmani, H. (2019). The Effect of Electronic Word Of Mouth Communication on Purchase Intention and Brand Image: An Applicant Smartphone Brands in North Cyprus. *Management Science Letters*, 9(4), 505-518.
- Ajzen, I., & Fishbein, M. (1980). *Understanding Attitudes and Predicting Social Behavior*. Englewood Cliffs, NJ: Prentice Hall Inc
- Anggraeni, A., & Rachmanita, R. (2015). Effects of Brand Love, Personality and Image on Word of Mouth: The Case of Local Fashion Brands Among Young Consumers. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 211(215), 442–447.
- Armstrong, G. M., Kotler, P., Harker, M. J., & Brennan, R. (2018). *Marketing: An Introduction*. Pearson UK.

- Cengiz, H. D. (2007). Faktör analizi ile 2006 Dünya Kupası'na Katılan Takımların Sıralamasının Belirlenmesi. *Marmara Üniversitesi İBBF Dergisi*, 13(2), 351-370
- Chen, Mei-Fang, and Chia-Lin Lee. (2015). The Impacts of Green Claims on Coffee Consumers Purchase Intention. *British Food Journal*, 117 (1): 195-209
- Cheung, M., Luo, C., Sia, C. and Chen, H.. (2009). Credibility of Electronic Word-Of-Mouth: Informational and Normative Determinants of On-Line Consumer Recommendations. *International Journal of Electronic Commerce*, Vol. 13, No. 4, pp. 9-38.
- Cheung, C.M. and Thadani, D.R. (2012). The Impact of Electronic Word-Of-Mouth Communication: A Literature Analysis and Integrative Model. *Decision Support Systems*, Vol. 54 No. 1, pp. 461-470.
- Cretu, A.E. and Brodie, R.J. (2007). The Influence of Brand Image and Company Reputation Where Manufacturers Market to Small Firms: A Customer Value Perspective. *Industrial Marketing Management*, Vol. 36 No. 2, pp. 230-240.
- Dam, T. C. (2020). The Effect of Brand Image, Brand Love on Brand Commitment and Positive Word-of-Mouth. *The Journal of Asian Finance, Economics, and Business*, 7(11), 449-457.
- Ennew, C. T., Banerjee, A. K., & Li, D. (2000). Managing Word of Mouth Communication: Empirical Evidence from India. *International Journal of Bank Marketing*, 18 (2), 75-83.
- Fan, X. and Chen, J. (2002). Measurement of Brand Image: A Brand Identity-Based Integrated Model and Empirical Study. *Journal of Nankai*, 3(1), 25-30.
- Farzin, M., & Fattahi, M. (2018). eWOM Through Social Networking Sites and Impact on Purchase Intention and Brand Image in Iran. *Journal of Advances in Management Research*.
- Ganguly, B., Dash, S. B., & Cyr, D. (2009). Website Characteristics, Trust and Purchase Intention in Online Stores:-An Empirical study in the Indian Context. *Journal of Information Science & Technology*, 6(2).
- Hair, J. F., Jr., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2009). *Multivariate data analysis* (7th ed.). Upper Saddle River, NJ: Pearson Prentice Hall.
- Hines, W. W. ve Montgomery, D. C., (1990). *Probability and Statistics in Engineering and Management Science*. John Wiley & Sons, Inc.
- Hsieh, A. T., & Li, C. K. (2008). The Moderating Effect of Brand Image on Public Relations Perception and Customer Loyalty. *Marketing Intelligence & Planning* , 26 (1), 26-42
- Huang, E. (2012). Online Experiences and Virtual Goods Purchase Intention, *Internet Research*, Vol. 22 No. 3, pp. 252-274.

- Huete-Alcocer, N. (2017). A literature Review of Word of Mouth and Electronic Word of Mouth: Implications For Consumer Behavior. *Frontiers in Psychology*, 8, 1256.
- Jalilvand, M.R. & Samiei, N. (2012). The Effect of Electronic Word of Mouth on Brand Image and Purchase Intention: An Empirical Study in the Automobile Industry in Iran. *Marketing Intelligence & Planning*, 30(4), 460-476.
- Jun, M., Yang, Z., & Kim, D. (2004). Customers' Perceptions of Online Retailing Service Quality and Their Satisfaction. *International Journal of Quality & Reliability Management*, 22(8), 817-840.
- Kala, D., & Chaubey, D. S. (2018). Impact of Electronic Word of Mouth on Brand Image and Purchase Intention towards Lifestyle Products in India. *Pacific Business Review International*, 10(9), 135-144.
- Kalaycı, Ş. (2009). *Spss Uygulamalı Çok Değişkenli İstatistik Teknikleri*, Ankara: Asil Yayınevi, 5. Baskı.
- Keller, K. L. (1993). Conceptualizing, Measuring, and Managing Customer-based Brand Equity. *Journal of Marketing*, 57(1), 1-22.
- Keller, K. L., & Lehmann, D. R. (2006). Brands and Branding: Research Findings and Future Priorities. *Marketing Science*, 25(6), 740-759.
- Kim, J., Lee, H., & Kim, H. (2004). Factors Affecting Online Search Intention and Online Purchase Intention. *Seoul Journal of Business*, 10.
- Kim, J., Jin, B. & Swinney, J. L. (2009). The Role of E-Tail Quality, E-Satisfaction and E-Trust in Online Loyalty Development Process. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 16, 239–247.
- Kremer, F. & Catherine V.(2012). How Store Brands Build Retailer Brand Image. *International Journal of Retail & Distribution Management* 40 (7): 528-543
- Kotler, P. (2003). *Marketing Insights from A to Z: 80 Concepts Every Manager Needs To Know*. John Wiley & Sons.
- Kurniawan, P., & Sidharta, I. (2016). Servqual on Brand Image and Relationship Equity. *International Review of Management and Marketing*, 6(4), 866-871.
- Kurtoğlu, R., & Sönmez, A. T. (2016). Marka İmajı ve Marka Faydasının Marka Sadakati ve Pozitif Ağızdan Ağıza İletişim (Wom) Üzerindeki Etkisi. *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 21(4), 1127-1138.

- Lerrthaitrakul, W., & Panjakajornsak, V. (2014). The Impact of Electronic Word-of-Mouth Factors on Consumers' Buying Decision-Making Processes in the Low Cost Carriers: A Conceptual Framework. *International Journal of Trade, Economics and Finance*, 5(2), 142.
- Mao, Y., Lai, Y., Luo, Y., Liu, S., Du, Y., Zhou, J., & Bonaiuto, M. (2020). Apple or Huawei: Understanding Flow, Brand Image, Brand Identity, Brand Personality and Purchase Intention of Smartphone. *Sustainability*, 12(8), 3391.
- Nguyen, Cathy & J. Romaniuk (2014). Pass it on: A Framework for Classifying the Content of Word of Mouth. *Australian Marketing Journal*, 22(2), 117-124
- Nuseir, M. T. (2019). The Impact of Electronic Word of Mouth (e-WOM) on the Online Purchase Intention of Consumers in the Islamic Countries–A Case of (UAE). *Journal of Islamic Marketing*. 10(3), 759-767.
- Pavlou, P. A. (2003). Consumer Acceptance of Electronic Commerce: Integrating Trust and Risk with the Technology Acceptance Model. *International Journal of Electronic Commerce*, 7(3), 197-226.
- Permana, R., & Ilham, F. (2018). Antecedents and Consequences of Brand Image: A Case of a Packaged Drinking Water Product. *KnE Social Sciences*, 3(10), 209–219.
- Rahman, M. A., Abir, T., Yazdani, D. M. N., Hamid, A. B. A., & Al Mamun, A. (2020). Brand Image, eWOM, Trust and Online Purchase Intention of Digital Products Among Malaysian Consumers. *Journal of Xi'an University of Architecture & Technology*, 12, 4935-4946.
- Richins, M. L. (1983). Negative Word-of-Mouth by Dissatisfied Consumers: A Pilot Study. *Journal of Marketing*, 47(1), 68-78.
- Saeed, R., Lodhi, R. N., Mehmood, A., Ishfaq, U., Dustgeer, F., Sami, A., & Ahmad, M. (2013). Effect of Brand Image on Brand Loyalty and Role of Customer Satisfaction in It. *World Applied Sciences Journal*, 26(10), 1364-1370.
- Salisbury, W.D., Pearson, R.A., Pearson, A.W. & Miller, D.W. (2001). Perceived Security and Worldwide Web Purchase Intention. *Industrial Management & Data Systems*, 101(4), 165-177.
- Sallam, M. A. (2014). The Effects of Brand Image and Brand Identification on Brand Love and Purchase Decision Making: The Role of WOM. *International Business Research*, 7(10), 187–193.
- Saxena, N. K., & Dhar, U. (2021). Building Brand Image: A Multi-Perspective Analysis. *Ilkogretim Online*, 20(5).

- Suhartanto, D., and Kandampully, J. (2003). The role of customer satisfaction and image in gaining customer loyalty in the hotel industry. *Journal of Hospitality and Leisure Marketing*, 10(1/2), 1-24.
- Urmak, T. T., & Dayanç-Kıyat, G. B. (2021). Marka İmajının Elektronik Ağızdan Ağıza Pazarlama (EAAP) Üzerindeki Etkisi: Notebook Kullanıcıları Üzerine Bir Araştırma. *İstanbul Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 20(40), 505-524.
- Trusov M, Bucklin RE, & Pauwels K (2009). Effects of Word-Of-Mouth Versus Traditional Marketing: Findings from an Internet Social Networking Site. *Journal of Marketing*, 73(5), 90-102.
- Topal, İ., & Nart S. (2017). Elektronik Ağızdan Ağıza İletişim Davranışlarının Satın Alma Niyeti Üzerine Etkisi: Facebook Örneği. *Global Journal of Economics And Business Studies*, 6(12), 127-144.
- Tuškej, U., Golob, U., & Podnar, K. (2013). The Role of Consumer–Brand Identification in Building Brand Relationships. *Journal of Business Research*, 66(1), 53-59.
- Wang, Y. J., Hernandez, M.D. & Minor, M.S. (2010). Web Aesthetics Effects on Perceived Online Service Quality and Satisfaction in an E-Tail Environment: The Moderating Role of Purchase Task. *Journal of Business Research*, 63, 935–942.
- Wani, T. A., Ali, S. W., & Farooq, T. (2016). Determinants of Online Purchase Intentions: A Study of Indian Buyers. *Amity Journal of Management Research*, 1(1), 94-109.
- Yaraş, E., Özbük, M. Y., & Ünal, D. A. (2017). Factors Affecting Consumers' Intention to Purchase Online. *Journal of Internet Applications and Management*, 8(2), 63-74.
- Zeithaml, V. & Bitner, M.J. (1996). *Services Marketing*, McGraw-Hill, New York, NY.

## TÜRK BORÇLAR HUKUKUNDA MANEVİ YANSIMA ZARARI VE GİDERİMİ\*

### MORAL INDIRECT DAMAGES IN TURKISH LAW OF OBLIGATIONS

Gaye TUĞ LEVENT<sup>1</sup>

#### Öz

Yansima zararı hukuka aykırı fiile doğrudan maruz kalan kişinin değil, üçüncü kişinin zararı olarak nitelendirilebilir. Zararın kaynağı bir haksız fiil olabileceği gibi, sözleşmenin ifa edilmemesinden doğan yararın elde edilememesi de olabilir. Üçüncü kişinin zararı olarak kabul edilen yansima zararı maddi ya da manevi niteliktedir. Türk Borçlar Kanunu'nda haksız fiilden doğan yansima zararları yönünden sorumluluk istisnai olarak düzenlenmiştir. Buna göre, maddi nitelikteki yansima zararı TBK m. 53/f. 3'te destekten yoksun kalma tazminatı, manevi nitelikteki yansima zararı ise TBK m. 56/f. 2'de düzenlenen ölen veya ağır bedensel zarara uğrayan kişinin yakınlarının zararlarıdır. Bu çalışmada yansima yoluyla meydana gelen manevi zararı, TBK m. 56/f. 2'ye göre bu zararın giderimi, sözleşme dışı sorumluluk ve sözleşme sorumluluğu çerçevesinde manevi yansima zararının giderimi incelenecek, ölüm ve ağır bedensel zarar haricindeki diğer kişilik hakkı değerlerinin ihlalinde, yansima yoluyla zarara uğrayan, hakkı ihlal edilen kişinin yakınlarının manevi tazminat talep edip edemeyeceği konusu tartışılacaktır.

**Anahtar Kelime:** Zarar, yansima zararı, ağır bedensel zarar, manevi tazminat, haksız fiil.

**Jel Kodları:** K1, K10, K13

#### Abstract

The indirect loss can be characterized as the harm of the third person, and not of the person directly exposed to the unlawful act. The source of the damage may be a tort, as well as the inability to obtain the benefit arising from the non-performance of the contract. The indirect damage, which is accepted as the damage of the third person, can be of material and immaterial. In the Turkish Code of Obligations, liability is exceptionally regulated in terms of reflection damages arising from tortious acts. Accordingly, material damage is the compensation for deprivation of support in Article 53/b. 3 of the TCO, and non-pecuniary damage is the loss of the relatives of the deceased or severe bodily injury, which is regulated in Article 56/II of the TCO. In this study, non-pecuniary indirect damage, the compensation of this damage according to TCO Article 56/II, the compensation of non-

---

\* Bu çalışma 3-5 Mayıs 2018 tarihleri arasında düzenlenen Asos 4. Uluslararası Hukuk Sempozyumu'nda sunulan "Manevi Yansima Zararının Giderimi" başlıklı bildirinin genişletilmiş halidir.

<sup>1</sup> Araştırma Görevlisi, Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, Kamu Yönetimi Bölümü, Hukuk Bilimleri A.B.D. E-posta: gayetug@yyu.edu.tr, ORCID: 0000-0001-9387-5065

contractual liability and the compensation of non-pecuniary indirect damage within the framework of contractual responsibility will be examined. It will be discussed whether the relatives of the violated person can claim non-pecuniary damages.

**Key Words:** Damage, indirect damage, grievous physical harm, moral compensation, unlawful act.

**Jel Codes:** K1, K10, K13

## **Giriş**

Yansıma zararı, üçüncü bir kişinin zararı olarak karşımıza çıkmaktadır. Burada söz konusu zarar hukuka aykırı fiile doğrudan maruz kalan kişinin zararı değildir. Haksız fiile uğrayan kişiden başka üçüncü bir şahsın, aynı fiil nedeniyle uğramış olduğu zarar yansıma zararıdır. Yansıma zararı maddi ya da manevi bir zarar olarak ortaya çıkabilmektedir. Kural olarak hukuka aykırı fiilden yansıma yoluyla oluşan zararlardan sorumluluk söz konusu olmayacaktır. Ancak bu kuralın yasa ile düzenlenen bazı istisnaları vardır.

TBK m. 53/f. 3’de maddi nitelikte bir yansıma zararı olan destekten yoksun kalma tazminatı ve m. 56/f. 2’de ise ölen veya ağır bedensel zarara uğrayan kişinin yakınlarının manevi yansıma zararlarının tazmini istisnai olarak düzenlenmiştir. Çalışmada manevi zarar kapsamında meydana gelen yansıma zararı, TBK m. 56/f. 2’ye göre manevi yansıma zararlarının giderimi, sözleşme dışı sorumluluk ve sözleşme sorumluluğu çerçevesinde manevi yansıma zararlarının giderimi incelenmiştir.

### **1. Yansıma Zararı Kavramı**

Yansıma zarar, hukuka aykırı fiile uğrayan kişi haricinde, haksız fiil nedeniyle doğrudan zarara maruz kalanla olan ilişkisi sebebiyle üçüncü kişide meydana gelen zarardır (Tandoğan, 1963: 1; Antalya, 2015: 97; Oğuzman vd., 2016: 43). Burada doğrudan zarar gören dışında dolaylı zarar gören bir kişi söz konusudur (Antalya, 2015: 97; Tekinay vd., 1993: 562). İş kazası sonucu hayatını kaybeden işçinin eşi ve çocuklarının destekten yoksun kalması, hatalı tıbbi müdahale sonucu organ kaybına uğramış çocuğun anne ve babasının duyduğu acı ve üzüntü yansıma zararına örnek olarak verilebilir. Ünlü bir sporcunun trafik kazası sonucu ölmesi üzerine mensubu olduğu spor kulübünün maruz kaldığı zarar, kazanç kaybı veya başka bir sporcu için harcanacak malvarlığındaki azalma da yansıma zararı olarak kabul edilir.

Hukuka aykırı fiilden zarar görenler ile yansıma zararına maruz kalanları birbirlerinden ayırt edebilmek için, zarar gören kişilere doğrudan mağdur, yansıma zararına maruz kalanlara ise dolaylı mağdur da denilmektedir (Özel, 2001: 81).

Yansıma zararı çeşitli şekillerde karşımıza çıkabilir. Aynı anda bir kimsenin uğradığı zarar nedeniyle, başka bir kimsenin sadece mali yararının zedelenmesi de yansıma yoluyla uğranılan zarara

bir örnektir (Çakırca, 2012: 70). Bu doğrultuda yansima yoluyla uğranılan zararı haksız fiil sorumluluğundan meydana gelebileceği gibi, sözleşmenin ifa edilmemesinden doğan menfaate sahip olunamamasından da meydana gelebilir (Büyüksağış, 2007: 98). Bu sebeple kişinin kendi zararı ve üçüncü kişinin zararı ayrımı yapılmakta ve üçüncü kişinin zararı yerine de yansima zarar terimi kullanılmaktadır (Antalya, 2015: 98).

Yansima yoluyla uğranılan zarar ancak, dolaylı mağdurun maruz kaldığı zararların, meydana gelmesinden önce doğrudan mağdura çeşitli hallerde bağlı olması durumunda gündeme gelmektedir (Özel, 2001: 87).

Yansima zararı maddi veya manevi zarar olarak karşımıza çıkmakta ve diğer zararlardan farklı olarak hukuka aykırılık bağının gerçekleşmesini aramak gerekmektedir (Antalya, 2015: 98; Oğuzman vd., 2016: 44). Yansima zararın, bir mutlak veya nispi hakkın ihlal edilmesiyle meydana gelmesi hukuka aykırılık bağı anlamında önemlidir (Oğuzman vd., 2016: 44).

6098 Sayılı TBK m. 53/f. 3'te ölen kişinin desteğinden yoksun kalanların yansima zararlarının ve TBK m. 56/f. 2'de ise ölenin veya bedensel olarak ağır zarar görenin yakınlarının manevi zararlarının tazmini düzenlenmiştir. Böylece 818 Sayılı BK'da sadece ölen kişinin yakınları için öngörülen manevi tazminat talep etme hakkı, bedensel olarak ağır zarar görenin yakınlarına da tanınmıştır.

## **2. Sözleşme Sorumluluğu Kapsamında Manevi Yansima Zararı**

Sözleşme sorumluluğunda yansima zararı dolayısıyla zarar şeklinde ortaya çıkmaktadır. Öyle ki; mevcut sözleşmede taraf olmayan üçüncü kişinin, sözleşme konusu edime alacaklı taraf gibi yakın olması sebebiyle sözleşmenin ihlali durumunda zararının meydana gelmesi söz konusu olabilmektedir.

Sözleşme sorumluluğu kapsamında yansima zararı, borcun gereği gibi ifa edilmemesi şeklinde ortaya çıkabileceği gibi olumsuz zarar şeklinde de ortaya çıkmaktadır (Çakırca, 2012: 83-84). Sözleşme sorumluluğu alanında üçüncü kişinin yansima zararına uğraması da mümkündür. Geçerli bir sözleşmenin kurulması ile hüküm ve sonuçlarını doğurmasına yönelik duyulan itimat nedeniyle gereksizce yapılmış olan masraflar olumsuz zarar niteliği taşımaktadır (Ergüne, 2008: 38). Bu şekilde sözleşmenin tarafı olmayan üçüncü kişide meydana gelen olumsuz zarar, çoğunlukla mal varlığı zararı şeklinde ortaya çıkan yansima zararıdır.

Sözleşmede taraf olmayarak, sözleşmenin ihlali sonucu ölen ya da ağır şekilde bedensel zarara maruz kalan kişinin yakınlarının manevi zararı, sözleşme sorumluluğu kapsamında manevi yansima zararı olarak değerlendirilebilir. Ancak, sözleşme ve sözleşme dışı sorumluluk ayrımı ile sözleşmenin nisbiliği ilkesinin esas alındığı bir hukuk sisteminde, yakınların sözleşme sorumluluğu kapsamında manevi tazminat talebinde bulunmalarından ziyade, sözleşme dışı sorumluluk hükümlerine göre manevi tazminat talep etmelerinin daha adil olacağı kabul edilmektedir (Genç Arıdemir, 2008: 261;

Çakırca, 2012: 152). Bu nedenle, sözleşmenin tarafı olmayan, sözleşmeye aykırı davranış sonucu ölen veya beden bütünlüğü zedelenen kişinin yakınlarının sadece haksız fiil hükümleri uyarınca manevi zararın tazmini talebinde bulunabileceklerinin kabulü hakkaniyetin de gereğidir.

### **3. Haksız Fiil Sorumluluğu Kapsamında Manevi Yansıma Zararı**

Hukuka aykırı fiil sorumluluğunda oluşan haksız fiilden kaynaklanan zarar yalnızca doğrudan mağdur nezdinde doğmamakta, doğrudan mağdurla birlikte onunla olan şahsi veya ekonomik ilişkisi nedeniyle üçüncü bir kişi nezdinde de doğmaktadır. Bu doğrultuda hukuka aykırı fiil borç ilişkisinin tarafı olmayan üçüncü kişinin maruz kaldığı zarar, yansıma yoluyla meydana gelen zarar olarak ortaya çıkmaktadır (Hatemi vd., 2011: 154; Tandoğan, 1963: 1).

Kural olarak hukuka aykırı fiilden yansıma yoluyla meydana gelen zararlardan sorumluluğun doğmayacağı kabul edilmektedir (Kılıçoğlu, 2013: 297). Bununla birlikte bu kuralın yasada öngörülen istisnaları vardır. 818 Sayılı BK'da bu husus m. 47'de sadece ölen kişinin ailesine, uğramış oldukları manevi zararı gidermek için tazminat talep etme hakkı tanınması şeklinde düzenlenmişti. 6098 Sayılı TBK ise bu hususu m. 56/f. 2'de düzenlemiş ve sadece ölen kişinin değil, ağır şekilde bedensel zarar gören kişinin yakınlarına da uğradıkları manevi zararı gidermek için tazminat talep etme hakkı tanımıştır.

TBK m. 56/f. 2'de ağır şekilde bedensel zarara uğrama veya ölüm durumunda, zarar gören veya ölen kişinin yakınlarının, manevi zararlarının tazminini talep edebilecekleri düzenlenmiştir.

Haksız fiil sorumluluğu kapsamında manevi yansıma zararının varlığı için, ölen veya zarar gören kişi ile bu kişiler arasında “yakın ve yoğun” bir ilişki olmasının yanı sıra, somut olayın özelliği gereği yakınların yaşamış olduğu duygusal elem ve kederin ağırlığının da manevi tazminata hükmedilmesini gerektirecek ağırlıkta ve sürekli olması gerekmektedir (Antalya, 2017: 243).

TBK m. 53/f. 3'de düzenlenen ölen kişinin desteğinden yoksun kalan kişiler için destek zararı ise haksız fiile doğrudan maruz kalan kişinin ölümünden dolayı üçüncü kişilerin yansıma yoluyla uğramış oldukları zarar anlamına gelmektedir (Eren, 2015: 753; Antalya, 2015: 116; Oğuzman vd., 2016: 102). Destek zararı olarak ortaya çıkan yansıma zararı üçüncü kişilerin iktisadi varlıkları üzerinde meydana gelmektedir (Kocabaş, 2014: 283). Destekten yoksun kalma tazminatı, sadece maddi nitelikteki bir zarar neticesinde talep konusu yapılabileceğinden, ölenin veya zarar görenin yakınlarının manevi yöndeki tazminat talepleri destekten yoksun kalma tazminatı kapsamında nitelendirilmemesi gerekmektedir. Bu doğrultuda, yansıma yoluyla oluşan zararın kişi varlığı değerleri üzerinde oluşması durumunda TBK m. 53/f. 3'e gidilemeyecektir. Desteğin veya yakının ölümü nedeniyle kişi varlığında meydana gelen yansıma yoluyla zararın giderilmesi için TBK m. 56/f. 2'ye veya şok zarar şeklinde doğrudan kişi üzerinde meydana gelen zararın giderimi için TBK m. 56/f. 1'e göre hareket edilmesi mümkün olabilecektir (Erlüle, 2011: 287; Kocabaş, 2014: 283).

Haksız fiilden yansıma yoluyla doğan zararlardan istisnai olarak yasada öngörülen bir başka düzenleme ise Türk Ticaret Kanunu'nun m. 553 ve m. 555'de yer almaktadır. Buna göre şirket yöneticileri kusurlarıyla şirkete verdikleri zararlar dışında, pay sahiplerine karşı da sorumlu tutulmuş, yönetim kurulu üyeleri, şirket pay sahiplerinin yansıma yoluyla uğradıkları zararlarından sorumlu tutulmuştur (Kılıçoğlu, 2013: 297-298; Bahtiyar, 2019: 404).

#### **4. TBK m. 56/f. 2 Kapsamında Manevi Yansıma Zararının Giderimi**

6098 Sayılı TBK, m. 56/f. 2 düzenlemesiyle ağır şekilde bedensel zarara uğrayan şahsın yakınlarına manevi zararlarını giderme imkanı tanımaktadır. Böylece, sadece ölenin değil ağır şekilde bedensel zarara uğrayan kişinin yakınları da manevi yansıma zararlarının tazminini talep edebileceklerdir.

TBK m. 56/f. 2, haksız fiilden kaynaklanan manevi yansıma zararından doğan sorumluluğu öngören istisnai bir düzenlemedir.

##### **4.1. Yakınların Manevi Tazminat Taleplerinin Hukuki Niteliği**

818 sayılı BK. m. 47, hukuka aykırı fiil sonucu ölen kişinin yakınlarının manevi zararlarının giderilmesi talebinde bulunabilecekleri şüpheye yer bırakmayacak şekilde kabul edilmekte, ölüm haricindeki bedensel zarar durumlarında ise hukuka aykırılık bağının yokluğu sebebiyle yakınların manevi zararlarının giderilmesi talebinde bulunamayacakları söz konusu olmaktadır (Çakırca, 2013: 191). BK m. 47'de ölüm durumunda olduğu gibi ağır şekilde bedensel zarar gören için de özel olarak dava hakkı tanınmadığından, buradaki hukuka aykırılık bağının eksikliği hukuka aykırı fiil sorumluluğunun meydana gelmesine imkan tanımadığı kabul edilmekteydi (Oğuzman vd., 2016: 44). Bununla birlikte doktrinde başka bir görüş, BK m. 47'nin koruma amacına kapsamında, hukuka aykırı fiile ile yakınların uğradığı manevi zarar arasında uygun illiyet bağı bulunmakta ise yakınların manevi tazminat talep etmelerinin mümkün olduğu yönündeydi (Atamer, 1996: 70). Bu doğrultuda yakınların zararı doğrudan zarar olarak kabul edilmekteydi.

Uygulamada da Yargıtay'ın ağır bedensel zararın varlığı durumunda, yakınların manevi zararlarının giderilmesi taleplerini kabul eden yönde kararları bulunmaktadır<sup>2</sup>. Nitekim yasa koyucu da TBK. m. 56 düzenlemesi ile Yargıtay'ın kabul gören içtihadından farklı bir yol geliştirmek istemediğini göstermiştir (Çakırca, 2013: 192). Yargıtay bu konuda vermiş olduğu kararların gerekçe

---

<sup>2</sup> “..Dava, taşıma sözleşmesinden kaynaklanan maddi ve manevi tazminatın tahsili istemine ilişkindir. BK'ya göre manevi tazminat isteme hakkı doğrudan doğruya cismani zarara uğrayan kişiye ait ve yansıma yoluyla manevi tazminat istenemez ise de cismani zarar kavramına sadece maddi sağlık bütünlüğünün değil ruhsal bütünlüğünde dahil olmasına, bir kişinin cismani zarara uğraması, durumunda, olayın kendisine özgü ağırlığının ve özelliğinin manevi tazminata hükmedilmesini zorunlu kılan olguları kanıtlaması durumunda, haksız eylem ile zarar arasında uygun illiyet bağı mevcut olduğundan, yansıma yoluyla değil, doğrudan zarara uğrama söz konusu olup, yaralanan kişinin yakınlarının da zarar gördüğünün kabulü gerekmıştır. BK gereğince vücut bütünlüğünün ihlalden doğan zararın tazmini gerekmektedir.” 11. HD. 29.06.2006 T., 2006/4787 E., 2006/7723 K.; Aynı yönde bkz. YHGK 26.04.1995 T., 1995/11-122 E., 1995/ 430 K.; Aynı yönde bkz. Y. 21. HD. 27.10.2004 T., 2004/8116 E., 2004/9009 K.; Y. 21. HD., 12.06.2003 T., 2003/4757 E., 2003/5612 K.; Y. 21. HD. 14.05.2002 T., 2002/2873 E., 2002/4377 K. (Kazancı Hukuk Otomasyon)

kısımlarında, bedensel zarara uğrayan kişilerin yakınlarının manevi zararlarının giderilebileceğini, çünkü oluşan manevi nitelikli zararın yansıma yoluyla oluşan bir zarar değil, doğrudan kişinin uğramış olduğu zarar olarak belirtilmekte idi<sup>3</sup>.

Yargıtay kararlarında yakınların manevi zararlarının giderilmesine yönelik taleplerine imkan tanırken, zararı nitelik olarak doğrudan uğranılan zarar olarak kabul etmesi bu kapsamda mesnetsiz kalmaktadır (Çakırca, 2013: 195). Zira yasa koyucu, kanun maddesinin koruma amacı sınırını genişleterek, TBK. m. 53’de düzenlenen destekten yoksun kalma tazminatında olduğu gibi manevi yansıma yoluyla oluşan zararın giderilmesine de imkan tanımıştır (Çakırca, 2013: 195). Ancak TBK. m. 56/f. 2 hükmünün şartları oluşmamış ise, kendi bedensel bütünlüğüne yönelik doğrudan zarara maruz kaldığını, yakının iddia etme hakkı da saklı kalmaktadır.

Yakınların TBK m. 56/f. 2 düzenlemesiyle talepte bulunabilecekleri manevi zararlarının giderilmesine yönelik tazminat talebi ilk zarar gören yani doğrudan zarar gören kişinin manevi tazminat talebinden bağımsız niteliktedir (Antalya, 2015: 189). Öyle ki; yakınların manevi tazminat talep etme hakkı, ölen kişiden miras yoluyla kendilerine intikal eden bir hak değil, yakınlarla TBK m. 56/f. 2 düzenlemesinin tanıdığı bağımsız nitelikte bir haktır (Antalya, 2015: 190).

#### **4.2. Yakınların Manevi Tazminat Talep Edebilmesinin Şartları**

TBK m. 56/f. 2, ölenin veya zarar görenin yakınlarının manevi yansıma zararlarının tazmini taleplerinde, ölüm veya ağır bedensel zararın varlığı, yakınların manevi bir zarara uğramış olmaları ve tazminat talep edebilecek kişinin ölenin veya zarar görenin “yakın”ı olması gibi özel şartları düzenlemiştir.

Yakınların manevi tazminat taleplerinde m. 56/f. 2’deki özel şartların yanı sıra, haksız fiil sorumluluğunun meydana gelmesi için gerekli olan kusur, hukuka aykırılık unsuru ve uygun nedensellik bağı gibi genel koşulların da oluşması gerekmektedir (Antalya, 2015: 189; Oğuzman vd., 2016: 270-271). Çalışmamız kapsamında m. 56/f. 2’deki özel şartlar inceleme konusu yapılacak, genel şartlara değinilmeyecektir.

##### **4.2.1. Ölüm veya Ağır Zararın Varlığı**

Yaşam hakkı, 1982 Anayasası’nın 17. maddesinde düzenlenmiştir. Bir kimsenin fiziksel ve psikolojik bütünlüğü ve sağlığının korunması ile devamlılığının sağlanması, varlığının çeşitli unsurlarla bozulmasına mani olma, yaşam hakkını ifade etmektedir (Helvacı, 2001: 50).

---

<sup>3</sup> “..her ne kadar Borçlar Kanunu’nun 47. maddesine göre manevi tazminat isteme hakkı doğrudan doğruya cismani zarara uğrayan kişiye ait ve yansıma yoluyla manevi tazminat istenemez ise de cismani zarar kavramına sadece maddi sağlık bütünlüğünün değil ruhsal bütünlüğünde dahil olmasına, bir kişinin cismani zarara uğraması, durumunda, olayın kendisine özgü ağırlığının ve özelliğinin manevi tazminata hükmedilmesini zorunlu kılan olguları kanıtlaması durumunda, haksız eylem ile zarar arasında uygun illiyet bağı mevcut olduğundan, yansıma yoluyla değil, doğrudan zarara uğrama söz konusu olup, yaralanan kişinin yakınlarının da zarar gördüğünün kabulü gerekmesine göre..” Y. HGK. 26.04.1995 T., 1995/11-122 E., 1995/430 K.; Aynı yönde bkz. Y. 21. HD. 27.10.2004 T., 2004/8116 E., 2004/9009 K.; Y. 21. HD., 12.06.2003 T., 2003/4757 E., 2003/5612 K. (Kazancı Hukuk Otomasyon)

Kişinin öldürülmesi, yaşam hakkının son verilmesi olarak kişilik hakkının zedelenmesinin ötesinde ortadan kaldırılmasını, kişiliği sona erdirir; yakınlarının da kişilik haklarının zedelenmesi sonucunu doğurur (Antalya, 2017: 244).

Ölen kişinin yakınlarının talep edebilecekleri manevi zararın giderilmesine yönelik tazminat, ölüm sebebiyle uğramış oldukları kendi manevi zararlarının karşılığıdır (Kılıçoğlu, 2013: 439). TBK m. 56/f. 2 ölenin yakınlarının yansıma şeklindeki zararlarının giderilmesine olanak sağlamaktadır.

TBK m. 56/f. 2 hükmü, ölüm haliyle sınırlı olmamak üzere bedensel bütünlüğü ağır zarar görenin yakınlarının da yansıma zararlarının tazminini mümkün kılmıştır. 6098 Sayılı TBK’da cismani zarar yerine bedensel zarar kavramı kullanılmıştır. Bu durum uygulamada ve doktrinde cismani zararın hem bedensel hem de psikolojik bütünlüğü kapsayacak şekilde nitelendirilmesinin bir sonucu olarak kabul edilebilir (Çakırca, 2013: 196). Çünkü bedensel anlamda bütünlük bir kimsenin hem fiziksel hem de psikolojik bütünlüğü anlamına gelmektedir. (Eren, 2015: 798).

Bedensel zararın “ağır” olması gerekmektedir. Kendi uğradığı bedensel zarardan dolayı tazminat isteyenlerden farklı olarak, yakınının uğradığı bedensel zarardan dolayı tazminat isteyenlerin, bu zararın ağır olması şartıyla alabileceklerini düzenlemiştir. Bunun nedeni, her ne kadar kişi uğradığı bedensel zarardan dolayı çok hafif olmadıkça, fiziksel ve manevi acı duysa da; ne kadar yakını olursa olsun, başkasının uğradığı bedensel zarardan tazminatı gerektirecek kadar manevi acı duyulabilmesi için, bunun ağır olması gerektiği düşüncesidir (Oğuzman vd., 2016: 286).

Ağır bedensel zarar diye ifade dilen kavramın sınırları kanunda belirtilmemiştir. Oluşan bedensel zararın ağır olup olmadığının belirlenmesinde, zarara görmüş organların önemi, kişide oluşan iş görmezlik derecesinin oranı, oluşan psikolojik zararın niteliği ve diğer durumların göz önüne alınması gerekir<sup>4</sup> (Antalya, 2012: 513). Zarara uğrayanın üçüncü kişilerin bakım ve yardımına muhtaç olacak şekilde felç olması; bilincini yitirmesi veya cinsel fonksiyonunu kaybetmesi, ağır şekilde bedensel zarara örnek gösterilebilir (Erlüle, 2011: 343).

---

<sup>4</sup> “..Dosya kapsamındaki bilgi ve belgelerden; davacı sigortalının davalıya ait inşaatta kalıpcı ustası olarak kolon kalıbına beton çivisi çakarken, çivi başının sağ gözüne girmesi sonucu görme kaybı oluşacak şekilde yaralandığı ve sürekli iş göremezlik oranının % 42 olduğunun belirtildiği anlaşılmaktadır. Dava, sigortalının iş kazasından sürekli iş göremezliği nedeniyle kendisinin ve yakınlarının maddi ve manevi zararlarının giderilmesi istemine ilişkindir. Zararlandırıcı olay tarihinde yürürlükte bulunan 818 sayılı Borçlar Kanunu ile karar tarihinde yürürlükte bulunan 6098 sayılı Türk Borçlar Kanunu, yasal ilkeler ve Yargıtay Hukuk Genel Kurulu kararları ışığında, iş kazası nedeniyle sağlık bütünlüğü bozulan sigortalının eşinin ve çocuklarının manevi tazminat talep etme haklarının bulunduğu, ayrıca olayın özelliğine, yaralanmanın niteliğine, meslekte kazanma gücündeki kayıp oranına ve özellikle sigortalının yaralanmasının ağır bedensel zarar oluşturmasına göre davacı eş ve çocuklar yararına uygun bir miktar manevi tazminata karar verilmesi gerekirken, yazılı şekilde manevi tazminat istemlerinin reddine karar verilmesi doğru olmamıştır. Öte yandan, birleşen davada çocuk için manevi tazminatın davalıdan tahsiline karar verilmesi açıkça talep edilmesine rağmen, Mahkemece bu davacının manevi tazminat istemi yönünden hüküm kısmında olumlu veya olumsuz bir karar verilmemesi usul ve yasaya aykırıdır.” Y. 21. HD. 05.05.2015 T., 2014/24337 E., 2015/9937 K.; Aynı yönde ağır böbrek hasarı nedeniyle manevi tazminat talebi için bkz. Y. 13. HD. 11.10.2017 T., 2016/10747 E., 2017/9376 K. (Kazancı Hukuk Otomasyon)

Ağır şekilde bir bedensel zarar olarak kabul edilmeyecek durumlarda ise doğrudan zarar gören kişinin yakınlarına kanun, manevi tazminat talep etme hakkı tanımamıştır. Ancak buna benzer durumlarda, manevi olarak zarar gördüğünü iddia eden yakının, kendi ruhsal bütünlüğünün ihlal edildiğinden yola çıkarak, doğrudan kendi kişilik hakkına yönelik bir ihlal nedeniyle manevi tazminat talebinde bulunması mümkündür (Oğuzman vd., 2016: 287).

#### **4.2.2. Yakınların Manevi bir Zarara Uğramış Olması**

Kişilik hakkının ihlali durumunda, kişinin manevi üzüntü ve keder duyması, yaşam sevincinin eksilmesi manevi yönden zararı meydana getirir (Oğuzman vd., 2016: 256). Manevi zarar nakdi tazminat olarak giderilmektedir. Manevi zararın giderilmesini sağlayan manevi tazminatın amacı, kişilik hakkının ihlali neticesinde ihlale maruz kalan kişinin yaşadığı fiziksel ve psikolojik acıların, mutsuzluk durumunun, ona bir miktar para ödenmesi ile ortadan kaldırılmasıdır (Kocayusufpaşaoğlu, 1980: 160).

Ölen kişinin yakınlarının isteyebileceği manevi zararın giderilmesine yönelik tazminat, ölümün sebep olduğu kendi uğradıkları üzüntü ve acının oluşturduğu manevi zararın karşılığıdır. Bu sebeple, ölümden dolayı manevi zarara maruz kalanlar bu nedenle uğramış oldukları kendi manevi zararlarını ispatlamaları gerekir (Kılıçoğlu, 2013: 439).

Ölüm ve ağır bedensel zararda, yaşanan olayın özelliği ve etkisi ile yakınların hissetmiş oldukları duygusal üzüntünün ağırlığının da manevi tazminatı haklı kılacak ağırlıkta ve sürekli olması gerekmektedir (Antalya, 2017: 243).

#### **4.2.3. Tazminat Talep Edecek Kişinin Ölenin veya Zarar Görenin “Yakın”ı Olması**

Yakın kavramından kimin anlaşılması gerektiği önemlidir. Yakın kavramının belirlenmesinde ölen ya da ağır şekilde bedensel zarara uğrayan kişi ile yakını olan arasında yoğun ve düzenli bir ilişkinin olması ve olay nedeniyle tazmin edilebilecek ağır bir acının ve manevi bir zararın varlığı dikkate alınacaktır (Çakırca 2013: 193; Erlüle, 2011: 344). Yoğun ilişki, aile ile hısımlık ilişkisinden farklı olarak değerlendirilmesi gerekir. Örneği, yoğun bir ilişki içerisinde bulunmayan aile mensubunun, sadece aile mensubu olması nedeniyle manevi tazminatı talep hakkı bulunmamaktadır (Antalya, 2015: 191).

Doğrudan zarar gören kişinin bedensel bütünlüğünün ağır şekilde ihlal edildiği durumda manevi zararın giderilmesine yönelik tazminat talebinde bulunan kişinin, doğrudan zarar gören ile aynı evde yaşaması ya da ona bakan kişi olması, yaşanan olaydan yansıyan etkinin sürekli ve ağır şekilde olacağı kanaatini oluşturacaktır (Antalya, 2017: 243).

Yakın kavramı “destek” kavramından da farklı bir kavram olup destek ilişkisi olmaması durumunda destekten yoksun kalma tazminatı isteyemeyen bir anne- baba, yakını olarak manevi tazminat talep edebilecektir (Erlüle, 2011: 243).

Yargıtay kararlarında, manevi zararın giderilmesine yönelik talebi, anne, baba, eşler ve çocuklar gibi kişinin çok yakın ilişki içerisinde olduğu kişilerle sınırlı tuttuğu görülmektedir<sup>5</sup>. Ancak Yargıtay’ın bu hususta aradığı yakınlık kavramının, aile ve hısımlık kavramlarından farklı olarak, ağır bedensel zarara uğrayan kişi kurulmuş olan düzenli ve yoğun ilişkinin varlığıdır (Nomer, 2011: 164). Bu doğrultuda, ağır şekilde bedensel zarara uğrayan kişi ile uzun yıllardır hiç görüşmeyen ve aralarında duygusal bağlılık bulunmayan kardeşinin manevi tazminat talebinin kabul edilmemesi gerekir (Çakırca, 2013: 193).

Doktrinde<sup>6</sup> ve uygulamada<sup>7</sup>, akraba olmayan, evlilik ilişkisi içinde bulunmayan kişilerin de yakın ilişkisi içinde yer alabileceği kabul edilmektedir (Antalya, 2017: 258-261). TBK. m. 56/f. 2 düzenlemesinde aranan yakınlık, ağır şekilde bedensel zarara uğrayan ile eylemli ve sürekli bir bağın varlığı arandığından, zarara maruz kalanla bu şekilde uzun süreli ilişkisi olan dost, arkadaş ve sevgili de manevi tazminat talebinde bulunabilir (Antalya, 2015: 191; Çakırca, 2013: 193). Ayrıca nişanlının, hısımlık ve aile çevresine dahil olmamasına karşın, yakın kavramına dahil olarak manevi tazminat talep edebileceği kabul edilmektedir (Antalya, 2017: 252).

Ağır bedensel zarardan ve ölüm olayından hangi yakınların etkilenmiş olabilecekleri ve verilecek tazminatın miktarı, İsviçre Hukukunda “Derecelendirme Teorisi”ne göre belirlenmektedir (Erlüle 2011: 156). En yüksek bedelli tazminata ölen kişinin eşi lehine karar verilirken, ikinci sırada ölen kişinin anne ve babası, üçüncü olarak anne-babanın ölümü sebebiyle ölenin çocukları lehine karar verilen tazminat tutarı gelmektedir. Ölen kişinin kardeşleri lehine en düşük bedelli manevi tazminata, kişinin nişanlısı lehine ise ölenin eşi ile anne-babası lehine karar verilen manevi tazminat tutarının arasında kalan bir miktara karar verilmektedir (Antalya, 2017: 245-246).

## **5. Manevi Yansıma Zararlarının Giderimi**

### **5.1. Sözleşme Dışı Sorumluluktan Kaynaklanan Manevi Yansıma Zararlarının Giderimi**

Manevi nitelikli zararlar dolayısıyla zarar olarak değil doğrudan zarar olarak diğer hukuka aykırı fiil zararlarında olduğu gibi mutlak hak ihlalinin meydana gelen zararlardır (Çakırca, 2012: 188). Manevi zararın giderimi MK m. 25 düzenlenmiştir. Bu hüküm uyarınca kişilik hakkı haksız

---

<sup>5</sup> Y. 4. HD. 26.02.2004 T., 2003/13713 E., 2004/3162 K.; Y. 4. HD. 17.09.2001 T., 2001/4012 E., 2001/8028 K.; Y. 21. HD. 15.05.2001 T., 2001/3658 E., 2001/3777 K. (Kazancı Hukuk Otomasyon)

<sup>6</sup> Bknz Antalya (2017) s. 258, dn. 1246, 1251, 1266’da belirtilen yazarlar.

<sup>7</sup> “...Destekten yoksun kalma tazminatı Borçlar kanunun 45. maddesinin 2. fıkrası gereğince yoksun kalanın yardımın tazmini amacını taşır. Bu yardımın fiilal yapılmakta olması koşulu yoktur. Bugün yapılmasa dahi ileride yapacağı muhakkak ise tazminata hükmetmek gerekir. Bu yardım infak ve işeye taalluk edebileceği gibi yılda bir veya iki defa yapılan yardımlar ve hediyeler de olabilir. Bu davayı açabilmek için mirasçı olmak ve ölen yönünden nafaka mükellefi bulunmak da şart değildir. Davacının ölenin bir yakını olması yani aralarında yakın ilişkiler bulunması ancak yardımın devamlı veya yapılmasının muhakkak olması yeterlidir. Bu bakımdan nişanlı, hatta evlilik dışı birlikte yaşama ve hizmetçi dahi koşulları mevcutsa destekten yoksunluk tazminatı isteyebilir.” Y. 13. HD., 11.06.2003 T., 2003/2559 E., 2003/7664 K. Aynı yönde bknz: Y. 21. HD., 11.02.2009 T., 2008/8291 E., 2009/1773 K. Aksi yönde bknz: Y. 4. HD. 09.11.2000 T., 2000/14285 E., 2009/11605 K. (Kazancı Hukuk Otomasyon)

şekilde saldırıya uğrayan kişi; hakimden, saldırının durdurulması, henüz başlamamış saldırının önlenmesi ve sona ermiş olmakla birlikte etkisi devam eden saldırının hukuka aykırılığının tespiti davası ile saldırının önlenmesi talebi hariç diğer taleplerle birlikte maddi ve manevi tazminat talebinde bulunabilmektedir (Nomer, 2011: 170-171).

TBK m. 58’de düzenlenen manevi tazminat, m. 56’da ele alınan beden bütünlüğü hakkının ihlali ve ölüm hali dışında kalan kişilik hakkına dahil olan değerlerin ihlallerinde uygulama alanı bulmaktadır (Oğuzman vd., 2016: 256-257).

Ölüm ve ağır bedensel zarar haricindeki diğer kişilik hakkı değerlerinin ihlalinde, yansıma yoluyla zarara uğrayan, hakkı ihlal edilen kişinin yakınlarının manevi tazminat talep edip edemeyeceği konusu önemlidir (Çakırca, 2012:189). Bu hususta doğrudan ihlale maruz kalan kişinin TBK m. 58 kapsamında korunacağı tartışmasız kabul edilmektedir. İhlalden dolayı manevi yansıma zararına uğrayanların zararın giderilmesi taleplerinin ancak TBK m. 56/f. 2’de düzenlenen ölüm veya ağır bedensel zarar durumunda olduğu gibi özel olarak dava hakkı tanınması halinde karşılanacaktır. Çünkü mevcut halde hukuka aykırılık bağının eksikliğinin haksız fiil sorumluluğunun oluşmasını engellediği kabul edilmelidir (Oğuzman vd., 2016: 283; Çakırca, 2012: 190).

Ölüm durumunda mağdur kişinin yakınlarına tanınan manevi zararlarının giderilmesine yönelik talepleri gibi diğer hallerde de saldırıya uğrayan kişinin yakınlarının manevi zararı tazmin talebinde bulunabileceği ve yasa koyucunun 56. maddenin II. fıkrasındaki çözüm tarzının, 58. maddenin uygulandığı haller için de kabul edilmesi gerektiği yönünde görüş de mevcuttur (Tekinay vd., 1993: 669). Manevi kişisel değerlere yönelik bazı saldırılar bedensel bütünlüğe yönelik saldırılardan daha ağır olabilmektedir (Kılıçoğlu, 2013:438).

Aldatılan eşin üçüncü kişiden talep ettiği tazminat yönünden de yansıma bir zararın varlığından dahi bahsedilemeyeceği sonucuna ulaşmak gerekmektedir<sup>8</sup>. Öyle ki, üçüncü kişinin aldatan eşe karşı herhangi bir hukuka aykırı fiili bulunmamaktadır ki, aynı fiil ile diğer eşin de kişilik haklarına saldırının varlığından bahsedilsin ve aldatan eşin uğradığı herhangi bir zarar bulunmamaktadır ki, diğer eşin yansıyan, dolaylı bir zararı mevcut olsun (Demircioğlu, 2016: 713). Evli kişiler için TMK m. 185/f. 3 hükmünde düzenlenen sadakat yükümlülüğü sadece eşler arasında geçerli bir yükümlülüktür (Kurt, 2018: 886). Bu nedenle üçüncü kişinin fiili, TMK m. 185’e aykırılık teşkil etmemektedir (Badur vd., 2016: 133). Aldatılan eşin, üçüncü kişinin fiili yüzünden açık bir manevi zarara maruz kaldığı kabul edilse bile, bu zararın tazmin edilmesi, ancak bu yönde açık bir düzenlemenin yapılması halinde mümkün olabilecektir (Demircioğlu, 2016: 713). Nitekim, Yargıtay 4 . Hukuk Dairesi’nin 11. 06. 2015 tarihli kararı ile aldatılan eşin üçüncü kişiye yönelttiği manevi tazminat talebini kabul eden Hukuk Genel Kurulu Kararından döndüğü görülmektedir. Yüksek

---

<sup>8</sup> Aynı yönde bkz. Y. 4. HD. 15.05.2019 T., 2019/1011 E., 2019/2823 K.; Y. 4. HD. 17.06.2020 T., 2018/3337 E., 2020/1999 K. (Kazancı Hukuk Otomasyon)

Mahkemeye göre, “dava dışı eşin fiilinin TMK m. 185 ve m. 174 uyarınca boşanma sebebi teşkil ettiği ve manevi tazminatı gerektirdiği şüphesizdir.” Bununla birlikte “Davalının eyleminin manevi tazminatı gerektirip gerektirmeyeceğine gelince, davalının doğrudan davacının bedensel veya ruhsal bütünlüğüne yönelik hukuka aykırı bir fiilde bulunduğundan söz edilemez. Söz konusu Yasada yükümlülüğünü ihlâl eden eşin eylemini birlikte gerçekleştirdiği kişiler yönünden herhangi bir düzenleme getirilmemiştir”. Söz konusu değerlendirmenin ardından Yüksek Mahkeme, “müteselsil sorumluluğa ilişkin hükümler ile iştirak hükümlerinin de, fiilden asli sorumluluğu bulunmayan veya fiilin asli faili olmayan davacıya karşı uygulanmasının mümkün olmadığını belirtmiştir.” Yüksek Mahkeme bu hususta ayrıca, “... haksız fiil sorumluluğunu, geniş ve belirsiz bir kavram olan sadakat yükümlülüğünü ihlâl etmeye iştirak çerçevesinde değerlendirmek, bu sorumluluğu belirsiz hale getirecektir” değerlendirmesinde de bulunmuştur (Kurt, 2018: 861; Badur vd., 2016: 130; Demircioğlu, 2016: 693). Konuyla ilgili Yargıtay İçtihatları Birleştirme Büyük Genel Kurul’unun 06.07.2018 tarihli kararıyla da, eşler arasındaki sadakat yükümlülüğünün mutlak hak niteliğinde olmadığından herkese karşı ileri sürülemeyeceği belirtilmiş ve aldatılan eşin üçüncü kişiden manevi tazminat talep etmesinin mümkün olmadığı belirtilmiştir<sup>9</sup>.

## **5.2. Sözleşmeye Aykırılıktan Doğan Manevi Yansıma Zararının Giderimi**

Borçlar Hukukuna hakim olan ilkelerden sözleşmenin nisbiliği ilkesi gereği, sözleşme sadece tarafları arasında hüküm ve sonuçlarını ifade etmektedir. Bu nedenle sözleşme tarafı olmayan üçüncü kişi borca aykırı bir davranış nedeniyle meydana gelen zararının giderilmesini talep edemeyecektir (Çakırca, 2012: 195). Ancak üçüncü kişi yararına sözleşme ve üçüncü kişiyi koruyucu etkili sözleşme gibi düzenlemeler, sözleşmenin nisbiliği ilkesinin istisnalarıdır. Söz konusu istisnaların varlığı durumunda sözleşmeye taraf olmayan üçüncü bir kişi, sözleşmeye aykırı bir davranış nedeniyle meydana gelen manevi zararının giderilmesini, sözleşme sorumluluğu hükümleri uyarınca talep edebilecektir (Nomer, 2011: 7; Antalya, 2012: 19).

Sözleşmenin tarafı olan kişi ile taraf olmayan üçüncü kişinin aynı sorumluluk türüne bağlı olmaları hakkaniyete aykırı sonuçlar doğuracağından, yakınların sözleşme sorumluluğu çerçevesinde manevi tazminat talebinde bulunabilmelerine olanak tanınmamalıdır (Çakırca, 2012: 197). Bu nedenle, sözleşmenin tarafı olmayan, sözleşmeye aykırı davranış sonucu ölen veya beden bütünlüğü zedelenen kişinin yakınlarının sadece haksız fiil hükümleri uyarınca manevi zararın tazmini talebinde bulunabileceklerini kabul etmek gerekir (Çakırca, 2012: 197).

---

<sup>9</sup> “Evlilik birliği devam ederken eşlerden biri ile evli olduğunu bilerek birlikte olan üçüncü kişiye karşı diğer eşin manevi tazminat isteminde bulunamayacaktır. Üçüncü kişinin fiilinin haksız fiil olarak nitelendirilebilmesine olanak bulunmadığından sadece aldatma fiiline iştirak etmesi nedeniyle, aldatan eşle birlikte TBK’nun 61. maddesi çerçevesinde müteselsilen sorumlu tutulabilmesi mümkün değildir. Evlilik birliği devam ederken eşlerden biri ile evli olduğunu bilerek birlikte olan üçüncü kişinin, aldatılan eşe karşı manevi tazminat sorumluluğu ile ilgili olarak kanunlarımızda özel bir tazminat hükmü yer almamasına rağmen, haksız fiile ilişkin genel koşulları da taşımayan eyleminden dolayı üçüncü kişi aleyhine yargı kararıyla tazminat sorumluluğu ihdas edilmesi, evlilik birliğinin ve aile bütünlüğünün korunması gibi saiklerle dahi kabul görmemelidir.” YİBBGK 06.07.2018 T., 2017/5 E., 2018/7 K. (Kazancı Hukuk Otomasyon)

### 5.3. Şok Zararların Giderimi

Şok zarar, haksız fiile doğrudan maruz kalmayıp, söz konusu haksız fiile tanıklık etmek veya haksız fiilden haberdar olmak suretiyle üçüncü kişilerde oluşan zarardır. Şok zarar kavramı ile ilgili Türk hukukunda açık bir yasal düzenleme bulunmamaktadır (Çakırca, 2012: 208). Şok zarar, zarar gören dışındaki kişinin ani felaket veya olağanüstü bir olaya tanık olması, yaşaması veya bu haberin alması sebebiyle maruz kaldığı şok sebebiyle ortaya çıkan zarardır (Antalya, 2017: 265; Çakırca, 2012: 208). Yaşanılan olay sebebiyle üçüncü kişilerin ruh sağlıklarının hastalık derecesinde bozulduğu durumlarda şok zararından söz edilecektir.

Şok zararının yansıma zararı olarak değerlendirilmesi mümkün değildir. Yansıma zararından farklı olarak şok zararında üçüncü kişinin doğrudan manevi değerlerinin zarar görmesi durumu söz konusudur. Bir kişinin bedensel zarara uğraması durumunda üçüncü bir kişi de ikinci zarar gören olarak manevi zarara uğramaktadır. Bu nedenle şok zarara uğrayan kişinin zararı dolaylı bir zarar olarak değerlendirilmemelidir (Çakırca, 2012: 208). İkinci zarar görenin uğramış olduğu duygu zararının, bedensel bütünlüğün ihlali oluşturacak düzeye ulaşmış olup olmamasına göre, şok zararı ve duygu zararı ayrımı yapılmaktadır (Antalya, 2017: 265).

Duygu zararları, psikolojik hastalık boyutuna ulaşmasa da yakının manevi zararını oluşturur (Erlüle, 2011: 148). Şok zararında ise, zarar görenin maruz kaldığı şok, duygu zararından farklı olarak psikolojik hastalığa sebep olmakta; kendiliğinden zamanla geçmediği gibi, tıbbi tedaviyi gerektirmekte ve bedensel bütünlüğün ihlali şeklinde ortaya çıkmaktadır (Antalya, 2017: 265).

Şok zarar maddi ve manevi zarar olarak ortaya çıkabilmekte, zararın yarattığı elem ve ızdırap manevi zararı, zararın tedavisi için yapılan harcamalar ise maddi zararı oluşturmaktadır (Antalya, 2017: 265-266).

Doktrinde bazı yazarlar<sup>10</sup>, ağır bir olaydan doğan şok zararın tanıklarına veya olaydan kurtulanlara manevi tazminat verilmesi gerektiğini de savunmaktadırlar (Antalya, 2017: 266). Konuyla ilgili Yargıtay'ın, yaralanmaya ve maddi hasara sebep olan bir trafik kazasıyla ilgili olarak, doğrudan zarar gören kişinin, kazadan yaralanmadan kurtulan eşinin manevi zararının tazmini talebini kabul ettiğine ilişkin kararı bulunmaktadır<sup>11</sup>. Kararda mahkeme şok zararın varlığını kabul ederek mevcut

<sup>10</sup> Bknz. Antalya (2017), s. 266, dn. 1291'de belirtilen yazarlar.

<sup>11</sup> “..Davacı E. O., her ne kadar olayda yaralanmamış ise de meydana gelen trafik kazasının şiddeti göz önüne alındığında bu davacının psikolojik olarak şok yaşadığının ve bunun sonucu olarak da davacının kişilik değerleri içinde yer alması gereken ruh bütünlüğü de bozulmuş olacağı için, kişilik haklarına saldırının varlığının kabul edilmesi gerekir. Böyle bir olgu karşısında zarar görenin korunması sorumluluk hukukunun genel ilkesidir. Ruhsal sarsıntı sorumluluğunun yasal dayanağı Borçlar Kanunu'nun 49. maddesidir. Doğrudan manevi zarar davacının kişiliğinde doğmaktadır. Bir yansıma zarardan söz edilemez, öte yandan zararın ruhsal sarsıntı şeklinde oluşması kavramını dar anlamda yorumlamamak gerekir. Önemli olan hukuka aykırılık sonucu oluşan zararın giderimidir. Zararın hafifliği ya da etkisi tazminat miktarı belirlenirken göz önünde bulundurulması gerekir. Şu durumda adı geçen davacının manevi tazminat isteme hakkı doğmuştur.” Y. 4. HD., 28.12.2005T., 2005/1088E., 2005/14222K. (Kazancı Hukuk Otomasyon).

zararın bir yansima zararı olarak kabul edilemeyeceğini, davacının doğrudan manevi değerlerinin zarar gördüğü belirtilmiştir<sup>12</sup>.

### **Sonuç**

Yansima zararı, doğrudan haksız fiile maruz kalan kişi dışındaki üçüncü kişilerin uğradığı zarardır. Hem sözleşmeye dayanan sorumlulukta hem de haksız fiil sorumluluğunda doğrudan zarar gören kişinin yanı sıra fiilin etkileri nedeniyle yansima yoluyla zarara uğrayan kişiler söz konusu olabilir. Kural olarak hukuka aykırı fiilden yansima yoluyla oluşan zararlardan sorumluluk söz konusu olmayacaktır. Ancak yansima zararı istisnai bir sorumluluk türü olduğundan, bu kuralın yasa ile düzenlenen bazı istisnaları vardır. TBK m. 53/f. 3’de maddi nitelikte bir yansima zararı olan destekten yoksun kalma tazminatı ve m. 56/f. 2’de ise ölen veya ağır bedensel zarara uğrayan kişinin yakınlarının manevi yansima zararlarının tazmini özel olarak düzenlenmiştir.

Manevi yansima zararında ölüm halinde ölenin yakınlarının, ağır bedensel zarar durumunda da ağır bedensel zarar gören kişinin yakınlarının söz konusu fiil nedeniyle uğradıkları zararı manevi tazminat olarak talep etmeleri söz konusu olacaktır. Ağır bedensel zarar olarak ifade edilen kavramın sınırları kanunda belirtilmemiştir. Zarar gören organın işlevi ve önemi, kişide oluşan ruhsal zararın niteliği, iş göremezlik derecesi ve her somut olay özelinde dikkate alınması gerekli diğer hususlar, oluşan bedensel zararın ağır olup olmadığının tespitinde önem arz edecektir.

Ölüm ve ağır bedensel zarar haricindeki diğer kişilik hakkı değerlerinin ihlalinde ise yansima yoluyla zarara uğrayan, hakkı ihlal edilen kişinin yakınlarının manevi tazminat talep edip edemeyeceği konusu ayrı bir hukuki sorun teşkil etmektedir. Kişi varlığına yönelik saldırıda, yansima yoluyla zarar görenlere manevi tazminat hakkı veren bir düzenleme bulunmamaktadır. Doğrudan ihlale maruz kalan kişinin ise TBK m. 58 kapsamında korunacağı tartışmasız kabul edilmektedir. Yansima şeklinde manevi zarara uğrayanların zararlarının giderilmesi ancak TBK m. 56/f. 2’de düzenlenen ölüm veya ağır bedensel zarar halinde olduğu gibi özel olarak dava hakkı tanınması durumunda mümkün olabilecektir.

### **KAYNAKÇA**

- Antalya, O. G. (2015). *Borçlar Hukuku Genel Hükümler, C.II*. İstanbul: Legal Yayıncılık.
- Antalya, O. G. (2017). *Manevi Zararın Belirlenmesi ve Manevi Tazminatın Hesaplanması, Türk Hukukunda Manevi Tazminatın İki Aşamalı Olarak Belirlenmesine İlişkin Bir Model Önerisi*: İstanbul: Legal Yayıncılık.
- Antalya, O. G. (2012). *Borçlar Hukuku Genel Hükümler, C.I*. İstanbul: Legal Yayıncılık.
- Atamer, Y. (1996). *Haksız Fiillerden Doğan Sorumluluğun Sınırlandırılması Özellikle Uygun*

---

<sup>12</sup> Aynı yönde bkz. Y. 4. HD. 17.09.2001 T., 2001/4012 E., 2001/8028 K. (Kazancı Hukuk Otomasyon)

- Nedensellik Bağı ve Normun Koruma Amacı Kuramları*. İstanbul: Beta Yayınları.
- Badur, E./ Turan Başara, G. (2016). Aile Hukukunda Sadakat Yükümlülüğü Ve İhlalinden Kaynaklanan Manevi Tazminat İstemi, *Ankara Üniversitesi Hukuk Fakültesi Dergisi (AÜHFD)*, C.65, S.1, <https://dergipark.org.tr/en/download/article-file/622107>
- Bahtiyar, M. (2019). *Ortaklıklar Hukuku*. İstanbul: Beta Yayınları.
- Büyüksağış, E. (2007). *Yeni Sosyo-Ekonomik Boyutuyla Maddi Zarar Kavramı*. İstanbul: Vedat Kitapçılık.
- Çakırca, S. İ. (2012). *Türk Sorumluluk Hukukunda Yansıma Zararı*. İstanbul: Vedat Kitapçılık.
- Çakırca, S. İ. (2013). 6098 Sayılı Türk Borçlar Kanunu'na Göre Ağır Bedensel Zararlarda Yakınların Manevi Tazminat Talebi. *Journal of Yaşar University*, C.8, S.(Özel). <http://journal.yasar.edu.tr/wp-content/uploads/2014/01/21-Seda-%C4%B0-%C3%87AKIRCA.pdf>
- Demircioğlu, H. R. (2016). Aldatılan Eş Tarafından Üçüncü Kişiyne Yöneltilen Manevî Tazminat Taleplerinde Hukuka Aykırılık Unsuru. *Ankara Üniversitesi Hukuk Fakültesi Dergisi*, 65 (3) 687-721. <http://dergiler.ankara.edu.tr/dergiler/38/2143/22198.pdf>
- Eren, F. (2015). *Borçlar Hukuku Genel Hükümler*. Ankara: Yetkin Yayınları.
- Ergüne, M.S. (2008). *Olumsuz Zarar*. İstanbul: Beta Yayınları.
- Erlüle, F. (2011). *Bedensel Bütünlüğün İhlalinde Manevi Tazminat*. Ankara: Seçkin Yayınları.
- Genç Arıdemir, A. (2008). *Sözleşmeye Aykırılıktan Doğan Manevi Tazminat*. İstanbul: On İki Levha Yayınları .
- Hatemi, H./Gökyayla, K. E. (2011). *Borçlar Hukuku Genel Bölüm*. İstanbul: Vedat Kitapçılık.
- Helvacı, S. (2001). *Türk ve İsviçre Hukuklarında Kişilik Hakkını Koruyucu Davalar*. İstanbul: Beta Yayınları.
- Kılıçoğlu, A. (2013). *Borçlar Hukuku Genel Hükümler*. Ankara: Turhan Kitabevi.
- Kocabaş, G. (2014). Destekten Yoksun Kalma Tazminatının Unsurları. *Marmara Üniversitesi Hukuk Fakültesi Hukuk Araştırmaları Dergisi (MÜHF – HAD)*, C. 20, S. 3. <http://e-dergi.marmara.edu.tr/maruhad/issue/download/5000013313/5000003343>
- Kocayusufpaşaoğlu, N. (1980). *Kişilik Haklarını Koruyan Manevi Tazminat Davasına İlişkin Yeni Gelişmeler*. Sorumluluk Hukukunda Yeni Gelişmeler, 1. Sempozyumu, İstanbul: Fakülteler Matbaası.
- Kurt, L. M. (2018). Aldatılan Eşin Eşinin İlişki Kurduğu Üçüncü Kişiden Manevi Tazminat Talep Edip Edemeyeceği Meselesi, *Ankara Üniversitesi Hukuk Fakültesi Dergisi (AÜHFD)*,

C.67, S.4. <https://dergipark.org.tr/en/download/article-file/651178>

Nomer, H. N. (2011). *Borçlar Hukuku Genel Hükümler*, İstanbul: Beta Yayıncılık.

Oğuzman, K./Öz, T. (2016). *Borçlar Hukuku Genel Hükümler C.II*, İstanbul: Vedat Kitapçılık.

Özel, Ç. (2001). Sözleşme Dışı Sorumlulukta Yansıma Zarar ve Giderimine İlişkin Bazı Düşünceler, *Ankara Üniversitesi Hukuk Fakültesi Dergisi (AÜHFD)*, C.50, S.4. <http://dergiler.ankara.edu.tr/dergiler/38/288/2623.pdf>

Tekinay, S. S. /Akman, S./Burcuoğlu, H./Altop, A. (1993). *Borçlar Hukuku Genel Hükümler*, İstanbul: Filiz Kitabevi.

Tandoğan, H. (1963). *Mukayeseli Hukuk, Hususiyle Türk-İsviçre ve Alman Hukuku Bakımından Üçüncü Kişinin Zararının Tazmini*. Ankara: Ajans Türk Matbaası.

## **KOBİ'LERDE KURUMSAL YÖNETİM FARKINDALIĞI: VAN ORGANİZE SANAYİ BÖLGESİ ÖRNEĞİ\***

### **CORPORATE GOVERNANCE AWARENESS IN SMES: THE CASE OF VAN ORGANIZED INDUSTRIAL ZONE**

**Uğur TATLI<sup>1</sup>**

**Aysel ÖZTÜRKÇÜ AKÇAY<sup>2</sup>**

#### **Öz**

Sürekli değişen ve artan bir rekabet ortamında KOBİ'lerin faaliyetlerini sürdürebilmeleri için hem gelişen ekonomik koşullara hem de teknolojik koşullara ayak uydurmaları gerekmektedir. Değişen ve artan bu rekabet ortamında kurumsal yönetim kavramı, son yıllarda üzerinde tartışılan ve bütün dünyada uygulanmaya çalışılan önemli bir kavram olarak karşımıza çıkmaktadır. KOBİ'lerin geleceğe yönelik endişe ve belirsizliklerinin giderilmesi, kendi yapılarından veya dış faktörlerden kaynaklanan sorunların çözümü için kurumsal yönetim anlayışının KOBİ'lerde yerleşmesi önerilmektedir.

Bu çalışmanın amacı, kurumsal yönetim anlayışının temel ilkeleri olan Adillik, Sorumluluk, Şeffaflık ve Hesap Verebilirlik çerçevesinde Van İli Organize Sanayi Bölgesinde faaliyet gösteren KOBİ'lerin kurumsal yönetim anlayışına ilişkin algılarını incelemektir. Ayrıca işletmelerin hukuki yapısı, işletme yöneticilerinin eğitim düzeyi, işletmelerde çalışan personel sayısı ve yöneticilerin iş tecrübelerinin bu anlayış ile ilişkisini araştırmaktır. Tesadüfi örneklem yöntemi kullanılarak ulaşılan 91 KOBİ'ye yüz yüze anket uygulaması yapılmış ve elde edilen veriler SPSS 22.0 paket programı ile analiz edilmiştir. Çalışmada güvenilirlik analizi, frekans analizleri ve Kruskal Wallis-H testinden yararlanılmıştır. Elde edilen bulgulara göre, ankete katılan işletmelerin büyük bir çoğunluğunun limited şirket olduğu ve bu işletmelerin kurumsal yönetim algılarının hukuki yapılarına, işletme yöneticisinin iş tecrübesine, eğitim durumuna ve çalıştırılan personel sayısına göre farklılaşmadığı tespit edilmiştir.

**Anahtar Kelime:** KOBİ, Kurumsal Yönetim, Anket.

**Jel Kodları:** M10, G30, C42

#### **Abstract**

\* Bu çalışma, Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim dalında savunulan “KOBİ'lerde Kurumsal Yönetim Farkındalığı: Van Organize Sanayi Bölgesi Örneği” başlıklı tez’ den üretilmiştir.

<sup>1</sup> Yüksek Lisans Öğrencisi, Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi, E-posta:ugurtl7@gmail.com, ORCID: 0000-0003-4437-1789.

<sup>2</sup> Dr. Öğr. Üyesi, Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi, E-posta: ayselakcay@yyu.edu.tr, ORCID: 0000-0001-9655-5673.

**Gönderim Tarihi: 04.04.2022**

**Yayına Kabul Tarihi: 25.04.2022**

**Yayın Tarihi: 01.05.2022**

**Atıf:** Tatlı, U., Öztürkçü Akçay, A. (2022). KOBİ'lerde kurumsal yönetim farkındalığı: Van organize sanayi bölgesi örneği. *Sosyal Bilimler Akademi Dergisi*. 5(1). 98-119

In a constantly changing and increasing competitive environment, SMEs need to keep up with both developing economic conditions and technological conditions to continue their activities. In this environment, the concept of corporate governance has been discussed in recent years and tried to be applied all over the world is an important concept. It is suggested that the Corporate Governance approach should be established in SMEs to eliminate the concerns and uncertainties of SMEs about the future, solve the problems arising from their own structures and developing outside of themselves.

The aim of this study is to examine the perceptions of SMEs operating in the Van Organized Industrial Zone on corporate governance within the framework of Fairness, Responsibility, Transparency and Accountability, which are the basic principles of corporate governance. In addition, the legal structure of the enterprises, the education level of the business managers, the number of personnel working in the enterprises, the work experience of the managers are to examine the relationship with the corporate management approach. A face-to-face survey was applied to 91 SMEs reached using the random sampling method and the data obtained were analyzed with the SPSS 22.0 package program. Reliability analysis, frequency analysis and Kruskal Wallis-H test were used in the study. According to the findings, it has been determined that the majority of the companies participating in the survey were limited companies and there is no significant difference between the legal structures of the companies, the work experience of the business manager, the education level and the number of personnel employed, and the perceptions of corporate governance.

**Key Words:** SMEs, Corporate Governance, Survey.

**Jel Codes:** M10, G30, C42

## **GİRİŞ**

Küçük ve orta ölçekli işletmeler olarak bilinen KOBİ'ler az sermaye ile kurulabilen, giderleri ve çalışan sayıları az olan, esnek ve hızlı karar alabilen ve büyük işletmelere göre değişimlere daha kolay uyum sağlayan önemli yapılardır. KOBİ'ler incelendiğinde düşük kuruluş giderleri, ihtiyaçlara cevap verebilen esnek yapıları, az sayıda çalışan ile üretim faaliyetinde bulunmaları gibi bazı temel özellikleriyle ön plana çıkmaktadır. Bu özellikleri ile KOBİ'ler içinde bulundukları ekonomilerde üretim ve istihdama önemli katkılarda bulunmaları nedeniyle tüm dünya ekonomisinde önemli bir yere sahiptir.

KOBİ'lerin sahip oldukları bu önemlerinden dolayı özellikle hukuki bazı gerekçeler ile ülkeler tarafından çeşitli kriterlere göre sınıflandırıldıkları görülmektedir. Bu kapsamda ülkeler arasında farklı kıstaslar olmasına rağmen genellikle ülke yönetimleri tarafından benzer ölçütler esas alınarak sınıflandırmalar yapılmıştır. Gelişmiş ekonomiler incelendiğinde personel sayısı ve yıllık satış hasılatı sıklıkla kullanılan kriterler olarak ön plana çıkmaktadır. Ülkemizde de önemli bir konumda olan KOBİ'lerin sınıflandırılmasında AB'ye uyumlu olmasına dikkat edilerek çalışan sayısı ve yıllık satış hasılatı kriterleri dikkate alınmıştır.

Bunun yanı sıra KOBİ'ler hayat seyirleri boyunca, faaliyetlerinin planlanmasında, yürütülmesinde, işletmenin örgütsel yapısının oluşturulmasında, işletme birimleri ve faaliyetleri

arasında koordinasyonun sağlanmasında, yeterli bir denetimin sağlanmasında, ham maddenin tedarikinde, pazarlanmasında, Ar-ge çalışmalarının yürütülmesinde ve finansman ihtiyaçlarının karşılanmasında birtakım problemler ile karşı karşıya kalmaktadırlar. Ayrıca, KOBİ'lerin esnek yapıları, krizlere karşı dirençli olmaları ve basit hiyerarşik yapıları kendilerine birtakım avantajlar sağlasa da sermaye ihtiyaçları faaliyetlerini sürdürmenin ve büyümelerinin önündeki en büyük sorunlardan biri olarak görülmektedir. Bu nedenle hissedarların haklarının korunması, kamuya karşı doğru ve güvenilir bilgilerin sunulması, çıkar sahiplerinin ve kamunun haklarına dikkat edilmesi gibi sorumluluklar KOBİ'lerin şeffaf, hesap verilebilir bir yapıda olmalarını zorunlu kılmaktadır (Sarıtaş ve Kaya, 2017: 228). Dolayısıyla faaliyetlerini uzun yıllar devam ettirmek isteyen KOBİ'lerin kurumsal yönetim anlayışını benimsemeleri ve faaliyetlerini bu anlayışa göre düzenlemeleri verimliliklerinin artırılması bakımından oldukça önem arz etmektedir.

Kurumsal yönetim, geleneksel yönetim anlayışı içerisinde yer alan kâr elde etme ve kârın pay sahiplerine dağıtılması anlayışının üzerinde bir anlayış geliştirerek şirketlerin ilişkili olduğu tüm çıkar grupları ile (çalışanlar, hissedarlar, tedarikçiler, yöneticiler, kredi sağlayıcılar, müşteriler) yürütülen ilişkinin yapısını düzenlemeyi amaçlayan bir yönetim anlayışıdır. (Öztürk ve Demirgüneş, 2008: 396). Türkiye'de Kurumsal Yönetim anlayışının yerleşmesine hizmet edecek çalışmaların 1952 yılından bu yana gerçekleştirildiği görülmektedir. Bu kapsamda VUK'ta yapılan düzenlemelerle muhasebe kurallarının düzenlenmesi, mali tabloların açıklanma zorunluluğu, halka açık şirketlere ait finansal raporlamalara ait kıstasların belirlenmesi hususları ön plana çıkmıştır. 1999 yılında OECD Kurumsal Yönetim İlkeleri'nin kabul edilmesiyle birlikte TÜSİAD'ın "Kurumsal Yönetim En İyi Uygulama Kodu" çalışması, SPK'nın OECD'nin Kurumsal Yönetim İlkeleri'ni revize edip yayımlaması, Türkiye Kurumsal Yönetim Derneği'nin (TKYD) kuruluşu, İMKB (BİST) tarafından Kurumsal Yönetim'in derecelendirilmesi faaliyetleri ile Kurumsal Yönetim anlayışı gelişimini sürdürmüştür.

Kurumsal Yönetim anlayışının gelişmesi ve çeşitli düzenlemeler ile uygulanma alanının genişlemesiyle beraber Türkiye ekonomisi için de oldukça önemli olan KOBİ'lerin yaşadıkları problemlerin çözümüne ve yaşanan küresel boyuttaki rekabet koşullarına ayak uydurabilmelerine katkı sunması amacıyla bu anlayışın KOBİ'ler arasında da yerleşmesi ve uygulanması gerekmektedir. Bu amaçla çalışmada, Van Organize Sanayi Bölgesinde faaliyetlerini sürdüren KOBİ'lerin, işletme faaliyetlerinin istikrarı ve devamlılığı için önemli olan kurumsal yönetim anlayışına sahip olup olmadıkları kurumsal yönetim anlayışının savunduğu dört temel ilke (adillik, sorumluluk, şeffaflık, hesap verebilirlik) doğrultusunda tespit edilmeye çalışılmıştır. Araştırmada tesadüfi örneklem yöntemi kullanılarak 91 KOBİ'ye ulaşılmış ve yüz yüze anket yöntemi kullanılarak bilgiler elde edilmiştir. Uygulanan anket yoluyla elde edilen veriler SPSS (22.0) paket programı aracılığıyla güvenilirlik analizi, frekans analizi, normallik testi ve Kruskal Wallis-H testine tabi tutulmuş ve elde edilen bulgular kurumsal yönetim ilkeleri doğrultusunda değerlendirilmiştir.

Çalışmanın izleyen bölümünde KOBİ'lerin kurumsal yönetim farkındalıklarını inceleyen yerli ve yabancı çalışmalara ilişkin literatür özetleri sunulmuştur. Üçüncü bölümde araştırma yöntemi ve metodolojisi hakkında bilgilere yer verilmiş; dördüncü bölümde ise yapılan analizler ve bulgular değerlendirilmiştir. Sonuç bölümünde ise çalışmaya ilişkin genel bir değerlendirme yapılmıştır.

## **1. LİTERATÜR ÖZETİ**

Son yıllarda büyük işletmelerde yaşanan finansal skandallar, ekonomik krizler ve küreselleşme gibi olaylar şirketlerin yönetim anlayışlarının sorgulanıp iyi işletme yönetimi ile ilgili farklı anlayışların ortaya çıkmasını sağlamış ve hızlandırmıştır. Bu anlayışlardan biri de Kurumsal Yönetim anlayışıdır. Şeffaflık, hesap verebilirlik, adillik ve sorumluluk kriterlerini savunan bu anlayış işletmelerin sağlıklı yönetilmesini ve işletme ile menfaat ilişkisi içerisinde bulunan tarafların haklarını bu ilkeler çerçevesinde savunmayı hedeflemektedir. Bu yönetim anlayışının KOBİ'lerin ilgili kriterler çerçevesinde daha sağlıklı yönetilip kurumsal bir kimlik ile faaliyetlerinin devam etmesine ve başta finansal problemler olmak üzere birçok problemin çözümüne katkı sunması beklenmektedir. Bu gayeler doğrultusunda KOBİ'ler ve kurumsal yönetim uygulamaları arasındaki ilişki üzerine dünyada ve Türkiye'de yapılan çalışmalar aşağıda özetlenmiştir.

Longo, Mura ve Bonoli (2005) tarafından İtalya'nın Bologna kentinde 62 KOBİ üzerinde gerçekleştirilen çalışmada kurumsal sosyal sorumluluk ve kurumsal performans ilişkisi incelenmiş olup şirketlerin %63 oranında toplumsal değerleri benimsediği ve sosyal sorumluluğu sadece sahip oldukları ahlaki, etik nedenlere değil aynı zamanda kendi değerlerine de katkı sağlamak amacıyla benimsedikleri sonucuna varılmıştır.

Yılmaz ve Alkan (2006) tarafından Konya'da faaliyet gösteren 55 KOBİ yöneticisine kurumsal yönetimin ilkelerini kapsayan anket uygulanmıştır. Gerçekleştirilen analizler neticesinde, hissedarlara karşı hesap verilmesi, çalışanlara karşı iş güvenliği ve sosyal güvenlik tedbirlerinin alınması, çıkar gruplarına, topluma ve devlete karşı sorumlulukların yerine getirilmesi gerektiği sonucuna ulaşılmıştır.

Yörük (2007) tarafından Amasya ilinde üretim alanında faaliyet gösteren 50 KOBİ üzerine uygulanan anket çalışması neticesinde KOBİ'lerin finansman sorunlarının başında alacakların süresinde tahsil edilmemesi, çok fazla vadeli satışın yapılması ve öz kaynak yetersizliği gelmesine rağmen; öz kaynaklarıyla finansal problemlerini çözmeye çalıştıkları, yetersiz kaldıklarında banka kredileri ve vadeli çek, senet ile bu problemi gidermeye çalıştıkları tespit edilmiştir. Ayrıca Basel II uygulamasının KOBİ'leri zorlayacağı en önemli hususun şeffaflık problemleri olduğu sonucuna varılmıştır.

Abor ve Biekpe (2007) Gana'da faaliyet gösteren ve çalışan sayısı 100 kişiden az olan 120 KOBİ üzerinden yaptıkları çalışmada kurumsal yönetimin KOBİ'lerin aldıkları finansal kararlar üzerindeki etkisini belirlemek amacıyla kurumsal yönetim algısı ile sahiplik yapısı arasındaki ilişkiyi

incelemişlerdir. Söz konusu KOBİ'lerin 1998–2003 dönemini kapsayan altı yıla ait mali tablolarının incelenmesi neticesinde kurumsal yönetim yapılarının ve sahiplik yapısının KOBİ'lerin finansman kararlarını ve performansını etkilediği tespit edilmiştir.

Çakıcı ve Özer (2008) tarafından Mersin ilindeki KOBİ'lerin kurumsallaşma düzeylerini incelemek üzere 77 KOBİ yöneticisi ile gerçekleştirilen anket verilerinden elde edilen analiz sonuçlarına göre KOBİ yöneticilerinin işletmelerini kurallara göre işleyen bir yapıya dönüştürmeye çalıştıkları ancak istenen düzeyde bir kurumsallaşmanın gerçekleştirilemediği sonucu elde edilmiştir.

Clarke ve Klettner (2009) tarafından Avusturalya Menkul Kıymetler Borsası'nda listelenen 19 KOBİ'nin kurumsal yapılarını incelemek üzere yapılan çalışmada borsaya kote olan şirketlerde hesap verme sorumluluğu ile bağımsız bir yönetim kuruluna olan ihtiyacın arttığı ve yetersiz kurumsal yönetimlerin işlevsiz yönetim kurullarına sebep olduğu tespit edilmiştir.

İşcan ve Kaygın (2009) Erzurum'da faaliyet gösteren KOBİNET'e üye ve farklı hukuki yapılara sahip olan 88 işletme, kurumsal yönetim süreci açısından ele alınmış ve yöneticilere yüz yüze anket uygulanarak veriler elde edilmeye çalışılmıştır. Elde edilen bulgular, araştırma kapsamına alınan işletmelerin kurumsal yönetim sürecinin gerisinde kaldığını ortaya çıkarmıştır.

Baykut (2013) çalışmasında Afyonkarahisar ticaret siciline kayıtlı anonim şirketlerin kurumsal yönetim ilkelerini algılama düzeylerini belirlemeye çalışmıştır. Anket yönteminin kullanıldığı çalışmada SPK ve OECD Kurumsal Yönetim İlkeleri temel alınarak hazırlanan sorular 52 anonim şirkete uygulanmıştır. Yapılan analizler sonucunda işletme yöneticilerinde kurumsal yönetimin önemine ilişkin algının var olduğu ancak uygulamada eksiklerinin olduğu tespit edilmiştir.

Yumuk Günay ve Apak (2014)'in halka açık olan ve olmayan KOBİ'lerin kurumsal yönetim açısından karşılaştırmasını yapmayı amaçlayan çalışmalarının sonucunda imalat sektöründe faaliyet gösteren 9'u halka açık ve 9'u halka açık olmayan şirketlerin internet sitelerinden elde edilen veriler ile bu işletmelerin kurumsal yapıları incelenmiştir. Yapılan incelemenin sonucunda halka açık şirketlerin kurumsal yönetim performansının daha iyi olduğu tespit edilmiştir.

Shapiro, Tang, Wang, ve Zhang (2015) Çin'in Zhejiang eyaletinde 2004-2006 dönemlerini kapsayan çalışmalarında çoğunluğu özel ve küçük yapıdaki 370 işletme üzerinde kurumsal yönetimin yenilik, buluş ve yeni ürün satışlarına olan etkisi ölçülmeye çalışılmıştır. Yapılan analizlerde, kurumsal yönetimin inovasyon faaliyetleri üzerinde pozitif etkiye sahip olduğu tespit edilmiştir.

Kaygusuzoğlu ve Şaşa (2015) Adıyaman ve Gaziantep illerinde faaliyet gösteren KOBİ'lerde kurumsal yönetim ilkelerinin bilinirlik ve uygulanma düzeyinin ölçülmesine yönelik gerçekleştirdikleri çalışmalarında, KOBİ'lerin kurumsal yönetim ilkelerini anlama düzeyleri arasındaki benzerlik ve farklılıkları belirlemeye çalışmışlardır. 160 KOBİ üzerine yapılan araştırmadan

elde edilen verilerin istatistiksel analizi SPSS 22 paket programı kullanılarak gerçekleştirilmiştir. Elde edilen bulgular il bazında değerlendirildiğinde Gaziantep'te faaliyetlerini sürdüren KOBİ'ler kurumsal yönetim ilkelerinden adillik, şeffaflık ve hesap verilebilirlik ilkelerini daha iyi bilmekteyken; Adıyaman'daki KOBİ'lerin ise sorumluluk ilkesinin gereklerini yerine getirmede daha iyi olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Düşükcan ve Sezgin (2017) tarafından Elâzığ ilinde 23 KOBİ üzerinde gerçekleştirilen anket ile kurumsal yönetim farkındalığı incelenmiş olup, kurumsal yönetim ilkelerinden hesap verilebilirliğin yeterince kabul görmediği dolayısıyla kurumsal yönetim anlayışının yeteri kadar bilinmediği tespit edilmiştir.

Dumanlı (2018) çalışmasında kurumsal yönetim mekanizmaları etkin işleyen şirketlerin finansal performansları ile geleneksel aile şirketlerinin finansal performansları arasında bir karşılaştırma yapmıştır. Bu kapsamda, aynı dönemlerde faaliyetlere başlamış biri halka açık ve kurumsal yönetim ilkelerini benimseyen; diğeri halka kapalı ve kurumsal yönetim ilkelerini benimsememiş aynı sektörde yer alan iki şirketin finansal performansları oran analizi yöntemiyle tespit edilmeye çalışılmıştır. Elde edilen bulgular, kurumsal yönetim anlayışına sahip şirketin finansal açıdan daha isabetli kararlar aldığı ve finansal ihtiyaçlarını gidermede daha kolay kredi temin ettiğini ortaya koymuştur.

Karyağdı (2019) yapmış olduğu çalışmasında Malatya ilinde faaliyet gösteren KOBİ'lerin kurumsal yönetim anlayışı ve iç denetime bakış açılarını tespit etmeye çalışmıştır. Elde edilen verilerin analizinde SPSS 20.0 paket programı kullanılmış ve sonuçlarının değerlendirilmesinde ortalama standart sapma, frekans analizi, tek yönlü varyans analizi ve korelasyon analizlerinden yararlanılmıştır. Yapılan analizler sonucunda katılımcıların en önemli gördüğü ilkelerin hesap verebilirlik ve eşitlik ilkesi olduğu; işletmelerin faaliyet süresi ve alanları ile kurumsal yönetim ilkelerine uygunluk beyan durumu arasında anlamlı ilişkiler olduğu tespit edilmiştir.

İbiş ve İpek (2020) tarafından yapılan çalışmada Bursa ilinde bulunan Demirtaş Organize Sanayi ve Nilüfer Organize Sanayi bölgelerinde bulunan aile işletmelerinin sürdürülebilirlik ve kurumsal yapılarıyla ilgili veriler toplanarak kurumsallaşmanın önündeki engeller tespit edilmeye çalışılmıştır. Elektronik posta (e-posta) yoluyla ulaşılan değerlendirmeye uygun 75 anketten elde edilen verilerin ışığında aile işletmelerinin kurumsallaşmalarının önündeki en önemli engellerden biri olarak karar alma süreçlerinde aile değerlerinin ön planda tutmaları olarak tespit edilmiştir.

Bouanani (2021) Fas'ın Kazablanka ilinde kurumsal yönetim uygulamalarının KOBİ'lerin performansı üzerinde etkili olup olmadığını tespit etmeye çalışmıştır. Yapılan analizler neticesinde katılımcıların büyük bir kısmının OECD tarafından belirlenen kurumsal yönetim ilkeleri hakkında yeterli düzeyde bilgi sahibi olmadığı; ancak CNGE tarafında belirlenen kurumsal yönetim kodunun katkılarından haberdar olup uygulamaya koydukları sonucuna varılmıştır.

## **2. ARAŞTIRMA METODOLOJİSİ**

### **2.1. Araştırmanın Amacı ve Önemi**

Ülke ekonomisi içerisindeki işletmelerin büyük bir çoğunluğunun KOBİ'lerden oluşması, sağladıkları istihdam, milli gelire olan katkıları, farklı talepleri karşılayabilme kabiliyetleri gibi özelliklere sahip olmaları neticesinde KOBİ'ler önemlerini hep korumuşlardır. İşletmelerin şeffaflık, adillik, sorumluluk, hesap verilebilirlik ilkeleri doğrultusunda faaliyetlerini sürdürmelerini sağlayan kurumsal yönetim, sadece büyük ölçekli işletmeler için değil, KOBİ'ler tarafından da bilinmesi ve uygulanması gereken önemli bir yönetim anlayışıdır. Dolayısıyla küreselleşen ve ticari olarak sınırların ortadan kalktığı günümüz dünyasında KOBİ'lerin üstlendikleri görevleri yerine getirip devamlılıklarını sağlayabilmeleri için geleneksel işletme yönetiminden kurumsal işletme yönetimine geçiş yapmaları önemlidir. Türkiye ekonomisi açısından da önemli bir yere sahip olan KOBİ'lerin faaliyetlerini sürdürebilmeleri ve gerek rakipleri gerekse de büyük işletmeler ile rekabet edebilmeleri için iyi bir kurumsal yönetim anlayışına ve başarılı bir finansal yapıya sahip olması gerekmektedir.

Etkin bir kurumsal yönetim mekanizmasının, işletmelerin rekabet etme üstünlükleri ve sürdürülebilirlikleri üzerindeki önemi göz önünde bulundurularak bu çalışmada Van ili Organize Sanayi Bölgesinde faaliyet gösteren KOBİ'lerin kurumsal yönetim anlayışına olan yaklaşımlarını tespit etmek amaçlanmıştır. Yapılan literatür incelemeleri neticesinde ulusal yazında Van ili özelinde KOBİ'lerin kurumsal yönetime bakış açılarını ele alan bir çalışmaya rastlanılmamış olması nedeniyle çalışmanın önemli bir boşluğu dolduracağı ve sonraki çalışmalara katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

### **2.2. Araştırmanın Sınırlılıkları**

Araştırma kapsamının zaman ve maliyet gibi sınırlamalardan dolayı Van ili Organize Sanayi Bölgesinde faaliyet gösteren KOBİ'lere yönelik olması araştırmanın en önemli sınırlılıklarından birini oluşturmaktadır. Ayrıca Covid-19 salgınından dolayı veri elde etme kısmında işletme yöneticileri ile telefon ve e-posta yoluyla irtibata geçilmeye çalışılmış fakat sağlıklı bir geri bildirim alınamamıştır. Bu nedenle firmalar ile yüz yüze görüşülmeye çalışılmıştır. Şirket yöneticilerinin yeterli zamanlarının olmadığını ifade etmeleri ve ankette yer alan sorulara özel hayat, ticari sır vb. gibi nedenler ile cevap vermek istememeleri çalışmanın bir diğer sınırlılığını oluşturmaktadır. Bu nedenle elde edilen bulgular yalnızca Van ili Organize Sanayi Bölgesinde faaliyet gösteren KOBİ'ler için genellenebilir.

### **2.3. Araştırmanın Hipotezleri**

Çalışmanın bu bölümünde araştırmanın amacı ve değişkenleri temel alınarak geliştirilen hipotezlere yer verilmiş ve hipotezler aşağıdaki gibi oluşturulmuştur:

H1a: KOBİ'lerin kurumsal yönetim algı ortalamaları firmanın hukuki yapısına göre farklılık göstermektedir.

H1b: KOBİ'lerin kurumsal yönetim algı ortalamaları firmanın hukuki yapısına göre farklılık göstermemektedir.

H2a: KOBİ'lerin kurumsal yönetim algı ortalamaları firma yöneticisinin iş tecrübesine göre farklılık göstermektedir.

H2b: KOBİ'lerin kurumsal yönetim algı ortalamaları firma yöneticisinin iş tecrübesine göre farklılık göstermemektedir.

H3a: KOBİ'lerin kurumsal yönetim algı ortalamaları firma yöneticisinin eğitim durumuna göre farklılık göstermektedir.

H3b: KOBİ'lerin kurumsal yönetim algı ortalamaları firma yöneticisinin eğitim durumuna göre farklılık göstermemektedir.

H4a: KOBİ'lerin kurumsal yönetim algı ortalamaları firmada çalışan toplam personel sayısına göre farklılık göstermektedir.

H4b: KOBİ'lerin kurumsal yönetim algı ortalamaları firmada çalışan toplam personel sayısına göre farklılık göstermemektedir.

## **2.4. Araştırma Evreni ve Örneklemi**

Bu araştırmanın evrenini Van ili Organize Sanayi Bölgesinde faaliyette bulunan 136 KOBİ oluşturmaktadır. Anketin gerçekleştirildiği 2021 yılı Haziran-Ağustos ayları itibarıyla Van İli Organize Sanayi Bölgesinde faaliyetlerine aralıksız devam eden 136 KOBİ'den anket çalışmamıza katkı sunmayı kabul eden 91 KOBİ ise çalışmanın örneklemi oluşturmaktadır. Buna göre, araştırmanın anlamlı olması için söz konusu örneklem sayısının araştırmanın evrenini temsil edecek düzeyde<sup>3</sup> olduğu görülmektedir.

## **2.5. Araştırma Yöntemi**

Araştırmada veri toplama aracı olarak yüz yüze anket yönteminden yararlanılmıştır. Hazırlanan anket formu 2021 yılı Haziran-Ağustos ayları arasında Van ili Organize Sanayi Bölgesi'nde faaliyet gösteren KOBİ'ler ile yüz yüze görüşme yapılarak uygulanmıştır. Araştırmada kullanılan anket OECD tarafından belirlenen kurumsal yönetim ilkelerine uygun bir biçimde hazırlanmıştır. Katılımcıların kurumsal yönetim algılarını ölçmek amacıyla 5'li Likert ölçeğinden yararlanılmış ve ölçeğin tepki kategorileri (1=Kesinlikle Katılmıyorum, 2= Katılmıyorum, 3=Kararsızım, 4=Katılıyorum ve 5=Kesinlikle Katılıyorum) şeklinde puanlandırılmıştır. Ayrıca

---

<sup>3</sup>Yazıcıoğlu ve Erdoğan (2004) tarafından yapılan çalışmada yer alan örneklem tablosunda 0, 10 hata payı  $p^6=0,5$  ve  $q^7=0,5$  düzeyinde evrenin 750 olması halinde örneklem büyüklüğünün 85 olmasının yeterli olacağı görülmektedir.

ankette yer alan sorular için Sezgin (2014) 'in “Küçük ve Orta Boy İşletmeler 'de Kurumsal Yönetim Farkındalığı: Elâzığ İlinde Bir Uygulama” adlı yüksek lisans tezinde kullandığı ölçekten yararlanılmıştır. Araştırmada kullanılan anket formu iki bölümden ve toplamda 29 sorudan oluşmaktadır. Anketin ilk bölümünde firma bilgilerini ölçmek amacıyla hazırlanmış 4 soru bulunmaktadır. Bu bölümdeki sorular firmanın hukuki yapısı, firma yöneticisinin iş tecrübesi, firma yöneticisinin eğitim durumu ve toplam personel sayısını belirlemeye yöneliktir. İkinci bölüm ise kurumsal yönetim anlayışı ve ilkelerinin farkındalık düzeyini ölçmeye yönelik 25 ifadeden meydana gelmektedir ve bu ölçekte boyutlar kurumsal yönetim ilkelerinden olan “Adillik”, “Sorumluluk”, “Şeffaflık” ve “Hesap Verebilirlik” olmak üzere 4 alt bölümden oluşmaktadır. Ankette bulunan ilk 7 ölçekteki ifadeler “Adillik” boyutunu, 8-13 arasındaki ölçek “Sorumluluk” boyutunu, 14-19 arasındaki ölçek “Şeffaflık” boyutunu ve 20-25 arasındaki ölçek ise “Hesap Verebilirlik” boyutunu ölçmektedir. Anketlerden elde edilen veriler “SPSS for Windows” (22.0) programı yardımıyla sayısal verilere dönüştürülmüş ve hatalı veri girişi olup olmadığının kontrolleri yapılmıştır. Çalışmadaki istatistiksel veriler sayesinde tablolar oluşturularak yorumlar yapılmıştır.

### **3. ANALİZ VE BULGULAR**

Bu bölümde araştırmanın amacı doğrultusunda öncelikle KOBİ'lerin özelliklerine ve kurumsal yönetim farkındalıkları durumlarına ilişkin analizlere (frekans analizi) yer verilmiştir. Daha sonra KOBİ'lerin demografik özellikleri ile kurumsal yönetim farkındalığı ölçeğinin boyutları arasında bir ilişki olup olmadığı Kruskal Wallis-H testi ile belirlenmeye çalışılmıştır.

#### **3.1. Araştırmaya Yönelik Güvenilirlik Analizi**

Kurumsal Yönetim Farkındalığı ölçeğinde yer alan sorular Cronbach's Alpha güvenilirlik testine tabi tutulmuş ve elde edilen sonuçlar Tablo 1'de sunulmuştur.

**Tablo 1.** Kurumsal Yönetim Ölçeği Güvenilirlik Analizi

| Araştırmanın ölçekleri               | Cronbach's Alpa Katsayısı | Madde Sayısı |
|--------------------------------------|---------------------------|--------------|
| Kurumsal Yönetim Farkındalığı Ölçeği | 0,872                     | 25           |

Yapılan güvenilirlik analizi sonuçlarına göre Kurumsal Yönetim Farkındalığı ölçeğine ilişkin elde edilen Cronbach's Alpha değeri 0,872 olarak bulunmuştur. Elde edilen Cronbach's Alpha değerinin  $0,80 < \alpha < 1,00$  arasında bir değer alması araştırmada kullanılan ölçeğin yüksek derecede güvenilir olduğunu göstermektedir (Kılıç, 2016: 48).

### 3.2. Demografik Özelliklere Ait Bulgular

Araştırma kapsamında yer alan katılımcı firmaların özellikleri (hukuki durumları, firma sahibinin iş tecrübesi, eğitim durumu ve toplam personel sayıları) tanımlayıcı istatistikler aracılığıyla incelenmiş ve sonuçlar Tablo 2’de gösterilmiştir.

**Tablo 2.** KOBİ’lerin Özelliklerine İlişkin Bulgular

|                                          |                | <b>Frekans</b> | <b>%</b> |
|------------------------------------------|----------------|----------------|----------|
| <b>Firmanın Hukuki Yapısı</b>            | Limited Şirket | 68             | 74,7     |
|                                          | Anonim Şirket  | 13             | 14,3     |
|                                          | Şahıs Şirketi  | 10             | 11,0     |
|                                          | Toplam         | 91             | 100,0    |
| <b>Firma Yöneticisinin İş Tecrübesi</b>  | 1-5 yıl        | 8              | 8,8      |
|                                          | 6-10 yıl       | 8              | 8,8      |
|                                          | 11-20 yıl      | 24             | 26,4     |
|                                          | 21-30 yıl      | 30             | 33,0     |
|                                          | +31 yıl        | 21             | 23,1     |
|                                          | Toplam         | 91             | 100,0    |
| <b>Firma Yöneticisinin Eğitim Durumu</b> | İlköğretim     | 14             | 15,4     |
|                                          | Lise           | 34             | 37,4     |
|                                          | Ön lisans      | 4              | 4,4      |
|                                          | Lisans         | 33             | 36,3     |
|                                          | Lisans üstü    | 6              | 6,6      |
|                                          | Toplam         | 91             | 100,0    |
| <b>Personel Sayısı</b>                   | 1-9            | 25             | 27,5     |
|                                          | 10-49          | 56             | 61,5     |
|                                          | 50-249         | 10             | 11,0     |
|                                          | Toplam         | 91             | 100,0    |

Tablo 2 sonuçları incelendiğinde, ankete katılan işletmelerin %74,7’sinin Limited Şirket, %14,3’ünün Anonim Şirket ve %11,0’ının ise şahıs şirketi olduğu görülmektedir. İşletmelerin hukuki yapılarının limited, anonim ve şahıs şirketi olarak dağılım göstermesi analiz kapsamındaki işletmelerin farklı mevzuat ve yönetmeliklere tabi olduğunun bir göstergesi olarak değerlendirilebilir. Araştırmaya katılan işletmelerin yöneticileri iş tecrübelerine göre değerlendirildiğinde, yöneticilerin %8,8’inin 1-5 yıl, %8,8’inin 6-10 yıl, %26,4’ünün 11-20 yıl, %33,0’ünün 21-30 yıl ve %23,1’inin ise 31 yıldan fazla iş tecrübesine sahip olduğu görülmektedir. Ankete katılım sağlayan işletme yöneticilerinin eğitim durumları incelendiğinde, %15,4’ünün ilkokul, %37,4’ünün lise, %4,4’ünün ön lisans, %36,3’ünün

lisans ve %6,6'sının ise lisansüstü eğitim seviyesine sahip olduğu görülmektedir. Eğitim durumunun kurumsal yönetim farkındalığı üzerindeki etkisi düşünüldüğünde yöneticilerin lise ve üstü eğitim düzeyine sahip olması kurumsal yönetim farkındalığının oluşması ve uygulanması açısından önem taşımaktadır. Katılımcı işletmelerin personel sayısı verilerine bakıldığında ise %27,5'nin personel sayısının 1-9, %61,5'nin personel sayısının 10-49 ve %11'nin personel sayısının 50-149 arasında olduğu tespit edilmiştir. Yapılan son düzenlemeyle birlikte KOBİ'ler mikro, küçük ve orta ölçekli firmalar olarak sınıflandırılmış ve bu sınıflandırmada dikkat edilen kriterlerden biri de firmanın personel sayısı olmuştur. Araştırmaya katılan firmaların personel sayıları incelendiğinde, firmaların yarısından çoğunun küçük veya mikro işletme özelliğine sahip olduğu tespit edilmiştir. Bu durum kurumsal yönetim anlayışının yerleşmesinde bir problem olarak görülebilir.

### 3.3. KOBİ'lerin Kurumsal Yönetim Farkındalığına Ait Bulgular

Çalışmanın bu kısmında Kurumsal Yönetim Anlayışının savunduğu dört temel ilkeye (adillik, sorumluluk, şeffaflık, hesap verebilirlik) ait sorular ile firmaların Kurumsal Yönetim farkındalıkları ölçülmeye çalışılmıştır. Elde edilen istatistiksel veriler ile işletmelerin kurumsal yönetim farkındalıklarına ilişkin frekans analizleri yapılmış ve bulgular aşağıda yer alan tablolarda sunulmuştur.

**Tablo 3.** KOBİ'lerin Adillik İlkesi Farkındalığı

| Değerlendirme                                                                                                                 | 1  |      | 2 |     | 3  |      | 4  |      | 5  |      |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|------|---|-----|----|------|----|------|----|------|
|                                                                                                                               | F  | %    | F | %   | F  | %    | F  | %    | F  | %    |
| “Pay sahiplerinin/ortakların haklarının kullanılmasında mevzuata ve esas sözleşmeye uyulmaktadır”                             | 11 | 12,1 | 2 | 2,2 | 7  | 7,7  | 19 | 20,9 | 52 | 57,1 |
| “Pay sahiplerinin/ortakların haklarını gösteren resmi bir belgenin olması işletme açısından önemli bir kriter olarak görülür” | 13 | 14,3 | - | -   | 3  | 3,3  | 21 | 23,1 | 54 | 59,3 |
| “Stratejik kararlar alınırken ortakların görüşlerine başvurulmaktadır”                                                        | 10 | 11,0 | - | -   | 3  | 3,3  | 19 | 20,9 | 59 | 64,8 |
| “Pay sahiplerine ilişkin bilgiler, genel kurul toplantısından en az üç hafta öncesinden güncellenmektedir”                    | 15 | 16,5 | 3 | 3,3 | 10 | 11,0 | 39 | 42,9 | 24 | 26,4 |
| “Pay sahiplerinin Genel Kurul'da şirketin sermaye ve yönetim yapısı ile ilgili kararlarına katılımı sağlanır”                 | 10 | 11,0 | 2 | 2,2 | 3  | 3,3  | 31 | 34,1 | 45 | 49,5 |
| “Pay sahiplerimiz paylarını kolaylıkla transfer edebilir veya devredebilir”                                                   | 23 | 25,3 | 8 | 8,8 | 6  | 6,6  | 27 | 29,7 | 27 | 29,7 |
| “Azınlık ve yabancı pay sahipleri dâhil, tüm pay sahiplerine eşit haklar tanınmaktadır”                                       | 17 | 18,7 | 4 | 4,4 | 11 | 12,1 | 19 | 20,9 | 40 | 44,0 |

Not: (1) Kesinlikle Katılmıyorum, (2) Katılmıyorum, (3) Kararsızım, (4) Katılıyorum, (5) Kesinlikle Katılıyorum

Tablo 3 incelendiğinde araştırmaya katılan işletmelerin %78,0'ı pay sahiplerinin/ortakların haklarının kullanılmasında mevzuata ve esas sözleşmeye uyulduğunu beyan etmiştir. Elde edilen bu bulgular anket kapsamında yer alan işletmelerin hissedar haklarını yapılan sözleşmeler çerçevesinde koruduğu algısı oluşturmaktadır. Pay sahiplerinin/ortakların haklarını gösteren resmi bir belgenin işletme açısından önemine ilişkin ifade için katılımcıların %82,4'ünün böyle bir belgenin önemli olduğuna katıldığı görülmüştür. Katılımcıların büyük bir kısmının bu ifadeye katılması pay sahiplerinin/ortakların firmalarda sahip oldukları ortaklık oranlarını gösteren belgenin önemsendiği söylenebilir. Stratejik kararların alınmasında ortakların görüşlerine başvurulması gerektiğini düşünen firmaların %85, 7 gibi yüksek bir orana sahip olması söz konusu işletmelerde kararların alınmasında adillik ilkesinin gözetildiğini göstermektedir. Ayrıca, katılımcıların yarısından fazlasının (%69,3) genel kurul toplantısından en az 3 hafta önce pay sahiplerine ilişkin bilgileri güncelledikleri görülmektedir. Yine katılımcıların %83,6'sı pay sahiplerinin genel kurulda şirketin sermaye ve yönetim yapısının oluşturulmasında alınan kararlara katılım gösterdiklerini ifade etmiştir. Yalnızca üst yönetimin değil aynı zamanda pay sahiplerinin de işletmenin sermaye ve yönetim yapısı ile ilgili kararlarda söz sahibi olması yönetim ve paydaşlar arasında eşitliğin göz önünde bulundurulduğunu göstermektedir. Son olarak, katılımcıların %59,4'ü, pay sahiplerinin paylarını kolaylıkla transfer edebileceğini; %64,9'u ise tüm pay sahiplerine eşit haklar tanındığını ifade etmiştir.

**Tablo 4.** KOBİ'lerin Sorumluluk İlkesi Farkındalığı

| Değerlendirme                                                                                                                                                                   | 1  |      | 2  |      | 3  |      | 4  |      | 5  |      |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|------|----|------|----|------|----|------|----|------|
|                                                                                                                                                                                 | F  | %    | F  | %    | F  | %    | F  | %    | F  | %    |
| “Paydaşlar, haklarının korunmasıyla ilgili işletme politikaları ve prosedürleri hakkında yeterli şekilde bilgilendirilmektedir”                                                 | 9  | 9,9  | 3  | 3,3  | 3  | 3,3  | 29 | 31,9 | 47 | 51,6 |
| “İşletmemizin sahip olduğu etik kodu doğrultusunda sosyal sorumluluklarına karşı duyarlı bir politika izlemektedir”                                                             | 2  | 2,2  | 1  | 1,1  | 4  | 4,4  | 29 | 31,9 | 55 | 60,4 |
| “Çalışanların görev dağılımında belli kurallar (terfi, başarı, vb.) olmalıdır”                                                                                                  | 3  | 3,3  | -  | -    | -  | -    | 27 | 29,7 | 61 | 67,0 |
| “Çalışanlar işi yapmalarına ve yeteneklerine göre ödüllendirilmektedir”                                                                                                         | 7  | 7,7  | 4  | 4,4  | 4  | 4,4  | 29 | 31,9 | 47 | 51,6 |
| “İşletme yönetimi çalışanların mesleki ve sektörel normlara uygun hareket etmesini beklemektedir”                                                                               | -  | -    | 3  | 3,3  | 2  | 2,2  | 22 | 24,2 | 64 | 70,3 |
| “İşletmemiz tarafından aynı veya benzer işleri yapan çalışanlar arasında eğitim ve tecrübe farklılıklarını gidermek adına, rotasyon, hizmet içi eğitim ve sertifika programları | 14 | 15,4 | 11 | 12,1 | 12 | 13,2 | 23 | 25,3 | 31 | 34,1 |

|                   |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|-------------------|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|
| düzenlenmektedir” |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|-------------------|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|

Not: (1) Kesinlikle Katılmıyorum, (2) Katılmıyorum, (3) Kararsızım, (4) Katılıyorum, (5) Kesinlikle Katılıyorum

Katılımcıların kurumsal yönetim farkındalığının göstergelerinden biri kurumsal yönetim anlayışının savunduğu “Sorumluluk İlkesi”dir. Tablo 4’te yer alan sonuçlar değerlendirildiğinde, kurumsal yönetim farkındalığı üzerinde etkisi olduğu düşünülen ve “sorumluluk ilkesi”ni ifade eden tüm sorulara katılımcıların büyük bir kısmının katıldığı gözlemlenmiştir. Bu sonuç, işletmelerin kendi içine ve dışına karşı olan tüm sorumluluklarının belirlenmesini ifade eden “Sorumluluk İlkesi” açısından ankete katılım sağlayan işletmelerin kurumsal yönetim bilinci ile hareket ettiğini göstermektedir.

**Tablo 5.** KOBİ’lerin Şeffaflık İlkesi Farkındalığı

| Değerlendirme                                                                                                                                                                            | 1  |      | 2  |      | 3  |      | 4  |      | 5  |      |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|------|----|------|----|------|----|------|----|------|
|                                                                                                                                                                                          | F  | %    | F  | %    | F  | %    | F  | %    | F  | %    |
| “İşletme, kamuyu aydınlatma çerçevesinde benimsenen muhasebe politikasını, finansal durumunu, faaliyet sonuçlarını ve nakit akımlarını gösteren bilgilerin hepsini eksiksiz vermektedir” | 9  | 9,9  | 5  | 5,5  | 9  | 9,9  | 23 | 25,3 | 45 | 49,5 |
| “İşletmenin geleceği ile ilgili tahminler ve dayandığı gerekçeler istatistiki veriler ile birlikte kamuya açıklanmaktadır”                                                               | 23 | 25,3 | 15 | 16,5 | 16 | 17,6 | 21 | 23,1 | 16 | 17,6 |
| “İşletmemizle ilgili bilgilere ilgili kişi ve kuruluşlarca ulaşılabilir”                                                                                                                 | 4  | 4,4  | 7  | 7,7  | 4  | 4,4  | 39 | 42,9 | 37 | 40,7 |
| “İşletme yönetimi tarafından bilgi akışının seri ve şeffaf olması için gerekli tedbirler alınmaktadır”                                                                                   | 2  | 2,2  | 4  | 4,4  | 4  | 4,4  | 37 | 40,7 | 44 | 48,4 |
| “İşletmenin mali tabloları bağımsız denetime tabi tutulur”                                                                                                                               | 9  | 9,9  | 4  | 4,4  | 4  | 4,4  | 18 | 19,8 | 56 | 61,5 |
| “İşletmemizi denetleyen bağımsız denetim kuruluşu belirli aralıklarla rotasyona tabi tutulmaktadır”                                                                                      | 40 | 44,0 | 4  | 4,4  | 9  | 9,9  | 18 | 19,8 | 20 | 22,0 |

Not: (1) Kesinlikle Katılmıyorum, (2) Katılmıyorum, (3) Kararsızım, (4) Katılıyorum, (5) Kesinlikle Katılıyorum

Tablo 5’te görüleceği üzere, katılımcıların “şeffaflık ilkesi” farkındalığını belirlemek amacıyla katılımcılara altı soru yöneltilmiştir. Katılımcıların büyük bir kısmı “İşletmenin geleceği ile ilgili tahminler ve dayandığı gerekçeler istatistiki veriler ile birlikte kamuya açıklanmaktadır” ve “İşletmemizi denetleyen bağımsız denetim kuruluşu belirli aralıklarla rotasyona tabi tutulmaktadır” ifadelerine katılmadıklarını; “İşletme, kamuyu aydınlatma çerçevesinde benimsenen muhasebe politikasını, finansal durumunu, faaliyet sonuçlarını ve nakit akımlarını gösteren bilgilerin hepsini eksiksiz vermektedir”, “İşletmemizle ilgili bilgilere ilgili kişi ve kuruluşlarca ulaşılabilir” ve “İşletmenin mali tabloları bağımsız denetime tabi tutulur” ifadelerine ise katıldıklarını ifade etmişlerdir. Elde edilen bu sonuçlar ankete katılım sağlayan işletmelerin kısmen şeffaflık ilkesine uygun hareket ettiğini göstermektedir.

**Tablo 6.** KOBİ’lerin Hesap Verebilirlik İlkesi Farkındalığı

| Değerlendirme                                                                                                     | 1 |     | 2 |     | 3 |     | 4  |      | 5  |      |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---|-----|---|-----|---|-----|----|------|----|------|
|                                                                                                                   | F | %   | F | %   | F | %   | F  | %    | F  | %    |
| “İşletme sahiplerinin şirketin misyonunu ve vizyonunu belirleme yetkisi vardır”                                   | - | -   | 1 | 1,1 | 2 | 2,2 | 21 | 23,1 | 67 | 73,6 |
| “İşletme sahip ve ortaklarının işletmenin bütün alt bölümlerini kapsayan planları onaylama yetkisi bulunmaktadır” | - | -   | 3 | 3,3 | 7 | 7,7 | 24 | 26,4 | 57 | 62,6 |
| “İşletme sahibinin çalışanları görevden alma yetkisi bulunmaktadır”                                               | 2 | 2,2 | 3 | 3,3 | 5 | 5,5 | 18 | 19,8 | 63 | 69,2 |
| “İşletme sahip ve ortaklarının şirketle ilgili her türlü bilgiye zamanında ulaşmaları sağlanır”                   | 1 | 1,1 | - | -   | 3 | 3,3 | 24 | 26,4 | 63 | 69,2 |
| “İşletmemizde iş süreçleri stratejiye uygundur”                                                                   | 2 | 2,2 | 4 | 4,4 | 9 | 9,9 | 31 | 34,1 | 45 | 49,5 |
| “İşletmemizde vizyona, misyona ve stratejiye uygun yönetsel kararlar alınmaktadır”                                | 2 | 2,2 | 3 | 3,3 | 7 | 7,7 | 27 | 29,7 | 52 | 57,1 |

Not: (1) Kesinlikle Katılmıyorum, (2) Katılmıyorum, (3) Kararsızım, (4) Katılıyorum, (5) Kesinlikle Katılıyorum

Katılımcıların kurumsal yönetim ilkelerinden biri olan “hesap verebilirlik ilkesi” farkındalıklarına ait bilgilere yer verilen Tablo 6 sonuçlarına göre, katılımcıların büyük bir çoğunluğu anketin 20. ve 25. soruları arasında yer alan “hesap verebilirlik ilkesi”ne yönelik ifadelerle katıldıkları gözlemlenmiştir.

### 3.4. Normallik Testi

Normal dağılım, bir değişkene ait değerlerin nasıl dağıldığını açıklayan bir olasılık dağılımıdır. Bu nedenle elde edilen verilere ilişkin analizlerin gerçekleştirilebilmesi için öncelikle parametrik ya da parametrik olmayan analiz yöntemlerinden hangisinin kullanılacağına karar vermek amacıyla ilk olarak verilerin normal dağılıp dağılmadığı test edilmelidir. Normallik test edilirken genellikle örneklem sayısının 50’den az olması durumunda Shapiro-Wilk testi, örneklem sayısının 50’den büyük olması durumunda ise Kolmogorow-Smirnov testinin kullanılması önerilmektedir (Büyüköztürk, 2007). Bu çalışmada ölçek puanlarının normal dağılıma uygunluğunun belirlenmesi amacıyla gözlem sayısı da dikkate alınarak Kolmogorow-Smirnov normallik testinden yararlanılmıştır. Kolmogorow-Smirnov normallik testinde z değeri ve buna bağlı anlamlılık düzeyi  $p < 0,05$  ise dağılımın normal olmadığı; şayet z değeri ve buna bağlı anlamlılık düzeyi  $p > 0,05$  ise dağılımın normal olduğu kabul edilir. Tablo 7’deki değerler incelendiğinde ölçek puanlarının normal dağılım göstermediği görülmektedir. Bu doğrultuda analizde parametrik olmayan test yöntemlerinden Kruskal Wallis- H testinin kullanılmasına karar verilmiştir.

**Tablo 7.** Normallik Testi Sonuçları

| Faktör                      | Kolmogorov-Smirnov |                     |            |
|-----------------------------|--------------------|---------------------|------------|
|                             | İstatistik         | Serbestlik Derecesi | Anlamlılık |
| Adillik İlkesi Farkındalığı | 0,178              | 91                  | 0,000*     |

|                                               |       |    |        |
|-----------------------------------------------|-------|----|--------|
| <b>Sorumluluk İlkesi Farkındalığı</b>         | 0,128 | 91 | 0,001* |
| <b>Şeffaflık İlkesi Farkındalığı</b>          | 0,018 | 91 | 0,001* |
| <b>Hesap Verebilirlik İlkesi Farkındalığı</b> | 0,182 | 91 | 0,000* |

\*%5 anlamlılık düzeyini göstermektedir.

### 3.5. Farklılık Analizleri

Bu başlık altında, kurumsal yönetim farkındalığı alt boyutlarına ilişkin elde edilen ortalama değerler ile anket kapsamında yer alan işletmelerin hukuki durumu, işletme yöneticisinin iş tecrübesi, eğitimi ve toplam personel sayısı özelliklerine göre farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla yapılan Kruskal Wallis- H testine yer verilmiştir.

**Tablo 8.** Kurumsal Yönetim Farkındalığı Boyutları ve İşletmenin Hukuki Yapısı Değişkenine Göre Gerçekleştirilen Kruskal Wallis-H Testi

|                                               | <b>Hukuki Yapı</b> | <b>N</b> | $\bar{x}_{Sıra}$ | <b>X<sup>2</sup></b> | <b>sd</b> | <b>p</b> |
|-----------------------------------------------|--------------------|----------|------------------|----------------------|-----------|----------|
| <b>Adillik İlkesi Farkındalığı</b>            | Limited            | 68       | 46,51            | 0,345                | 2         | 0,842    |
|                                               | Anonim             | 13       | 46,85            |                      |           |          |
|                                               | Şahıs              | 10       | 41,40            |                      |           |          |
| <b>Sorumluluk İlkesi Farkındalığı</b>         | Limited            | 68       | 46,24            | 2,682                | 2         | 0,262    |
|                                               | Anonim             | 13       | 53,12            |                      |           |          |
|                                               | Şahıs              | 10       | 35,10            |                      |           |          |
| <b>Şeffaflık İlkesi Farkındalığı</b>          | Limited            | 68       | 46,54            | 0,581                | 2         | 0,748    |
|                                               | Anonim             | 13       | 41,12            |                      |           |          |
|                                               | Şahıs              | 10       | 48,70            |                      |           |          |
| <b>Hesap Verebilirlik İlkesi Farkındalığı</b> | Limited            | 68       | 45,04            | 1,015                | 2         | 0,602    |
|                                               | Anonim             | 13       | 45,04            |                      |           |          |
|                                               | Şahıs              | 10       | 53,75            |                      |           |          |

Tablo 8 sonuçları incelendiğinde, işletmelerin hukuki durumları açısından adillik ilkesi farkındalığı alt boyutunda en yüksek sıra ortalamasının anonim şirketlerde (%46,85) olduğu ancak bu farkın anlamlı olmadığı görülmektedir ( $p>0,05$ ). Benzer şekilde sorumluluk ilkesi farkındalığı alt boyutu için en yüksek sıra ortalamasının anonim şirketlerde (%53,12) olduğu fakat istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık oluşturmadığı görülmektedir. Şeffaflık ilkesi ve hesap verebilirlik ilkesi farkındalığı alt boyutlarında ise en yüksek sıra ortalamasının şahıs şirketlerinde olduğu ancak bu farkın anlamlı olmadığı belirlenmiş ve H1b hipotezi kabul edilmiştir. Sonuç olarak, işletmelerin kurumsal yönetim farkındalıklarının mevcut hukuki yapılarına göre farklılık göstermediği tespit edilmiştir.

**Tablo 9.** Kurumsal Yönetim Farkındalığı Boyutları ve İşletme Yöneticisinin İş Tecrübesi Değişkenine Göre Gerçekleştirilen Kruskal Wallis-H Testi

|                                               | İş Tecrübesi | N  | $\bar{X}_{Sıra}$ | X <sup>2</sup> | sd | p     |
|-----------------------------------------------|--------------|----|------------------|----------------|----|-------|
| <b>Adillik İlkesi Farkındalığı</b>            | 1-5          | 8  | 54,94            | 3,991          | 4  | 0,407 |
|                                               | 6-10         | 8  | 44,69            |                |    |       |
|                                               | 11-20        | 24 | 45,42            |                |    |       |
|                                               | 20-30        | 30 | 50,40            |                |    |       |
|                                               | 31+          | 21 | 37,48            |                |    |       |
| <b>Sorumluluk İlkesi Farkındalığı</b>         | 1-5          | 8  | 39,94            | 2,682          | 4  | 0,909 |
|                                               | 6-10         | 8  | 43,56            |                |    |       |
|                                               | 11-20        | 24 | 46,85            |                |    |       |
|                                               | 20-30        | 30 | 48,93            |                |    |       |
|                                               | 31+          | 21 | 44,07            |                |    |       |
| <b>Şeffaflık İlkesi Farkındalığı</b>          | 1-5          | 8  | 43,81            | 0,581          | 4  | 0,533 |
|                                               | 6-10         | 8  | 40,00            |                |    |       |
|                                               | 11-20        | 24 | 45,19            |                |    |       |
|                                               | 20-30        | 30 | 52,50            |                |    |       |
|                                               | 31+          | 21 | 40,76            |                |    |       |
| <b>Hesap Verebilirlik İlkesi Farkındalığı</b> | 1-5          | 8  | 41,94            | 1,015          | 4  | 0,360 |
|                                               | 6-10         | 8  | 34,00            |                |    |       |
|                                               | 11-20        | 24 | 41,98            |                |    |       |
|                                               | 20-30        | 30 | 52,18            |                |    |       |
|                                               | 31+          | 21 | 47,88            |                |    |       |

Tablo 9’da yer alan Kruskal Wallis-H Testi sonuçlarına göre, işletme yöneticisinin iş tecrübesi açısından adillik ilkesi farkındalığı alt boyutu için en yüksek sıra ortalaması 1-5 yıl arası iş tecrübesine sahip yöneticilerde (%54,94); en düşük sıra ortalaması ise 31+ yıl iş tecrübesine sahip yöneticilerde (%37,48) olduğu ancak bu farkın istatistiksel olarak anlamlı olmadığı görülmektedir ( $p>0,05$ ). Buna karşın sorumluluk, şeffaflık ve hesap verebilirlik ilkesi farkındalığı alt boyutları için en yüksek sıra ortalamasının 11-20 yıl arası iş tecrübesine sahip yöneticilerde olduğu fakat bu farkın anlamlı olmadığı tespit edilmiştir ( $p>0,05$ ). H2b hipotezini destekler nitelikte olan bu sonuç, yöneticilerin iş tecrübelerinin kurumsal yönetim farkındalıkları üzerinde bir etkisi olmadığı şeklinde değerlendirilmiştir.

**Tablo 10.** Kurumsal Yönetim Farkındalığı Boyutları ve İşletme Yöneticisinin Eğitim Durumu Değişkenine Göre Gerçekleştirilen Kruskal Wallis-H Testi

|                                    | İş Tecrübesi | N  | $\bar{X}_{Sıra}$ | X <sup>2</sup> | sd | p     |
|------------------------------------|--------------|----|------------------|----------------|----|-------|
| <b>Adillik İlkesi Farkındalığı</b> | İlköğretim   | 14 | 42,82            | 6,744          | 4  | 0,150 |
|                                    | Lise         | 34 | 45,46            |                |    |       |
|                                    | Ön lisans    | 4  | 17,63            |                |    |       |

|                                               |            |    |       |       |   |       |
|-----------------------------------------------|------------|----|-------|-------|---|-------|
|                                               | Lisans     | 33 | 52,06 |       |   |       |
|                                               | Lisansüstü | 6  | 42,08 |       |   |       |
| <b>Sorumluluk İlkesi Farkındalığı</b>         | İlköğretim | 14 | 39,43 | 3,895 | 4 | 0,420 |
|                                               | Lise       | 34 | 51,91 |       |   |       |
|                                               | Ön lisans  | 4  | 34,38 |       |   |       |
|                                               | Lisans     | 33 | 45,48 |       |   |       |
|                                               | Lisansüstü | 6  | 38,42 |       |   |       |
| <b>Şeffaflık İlkesi Farkındalığı</b>          | İlköğretim | 14 | 41,18 | 2,931 | 4 | 0,569 |
|                                               | Lise       | 34 | 51,91 |       |   |       |
|                                               | Ön lisans  | 4  | 45,13 |       |   |       |
|                                               | Lisans     | 33 | 43,29 |       |   |       |
|                                               | Lisansüstü | 6  | 39,25 |       |   |       |
| <b>Hesap Verebilirlik İlkesi Farkındalığı</b> | İlköğretim | 14 | 39,61 | 5,524 | 4 | 0,238 |
|                                               | Lise       | 34 | 54,09 |       |   |       |
|                                               | Ön lisans  | 4  | 39,00 |       |   |       |
|                                               | Lisans     | 33 | 41,52 |       |   |       |
|                                               | Lisansüstü | 6  | 44,42 |       |   |       |

Tablo 10 sonuçları incelendiğinde, işletme yöneticisinin eğitim durumu açısından adillik ilkesi farkındalığı boyutu için en yüksek sıra ortalamasının (52,06) lisans mezunlarında; en düşük sıra ortalamasının ise lisansüstü mezunlarda (42,08) olduğu görülmektedir. Ancak adillik ilkesi farkındalığı boyutunun işletme yöneticilerinin eğitim durumlarına göre istatistiksel olarak anlamlı farklılık göstermediği belirlenmiştir ( $p>0,05$ ). Ayrıca sorumluluk ilkesi, şeffaflık ilkesi ve hesap verebilirlik ilkesi farkındalığı boyutlarında en yüksek sıra ortalamasının lise mezunu yöneticilerde olduğu ancak bu farkın anlamlı olmadığı gözlemlenmiştir. Bu sonuçlara göre H3b hipotezi kabul edilmiştir.

**Tablo 11.** Kurumsal Yönetim Farkındalığı Boyutları ve Toplam Personel Sayısı Değişkenine Göre Gerçekleştirilen Kruskal Wallis-H Testi

|                                       | Personel Sayısı | N  | $\bar{X}_{Sıra}$ | X <sup>2</sup> | sd | p     |
|---------------------------------------|-----------------|----|------------------|----------------|----|-------|
| <b>Adillik İlkesi Farkındalığı</b>    | 1-9             | 25 | 41,82            | 1,085          | 2  | 0,581 |
|                                       | 10-49           | 56 | 46,95            |                |    |       |
|                                       | 50-249          | 10 | 51,15            |                |    |       |
| <b>Sorumluluk İlkesi Farkındalığı</b> | 1-9             | 25 | 38,36            | 3,804          | 2  | 0,014 |
|                                       | 10-49           | 56 | 47,61            |                |    |       |
|                                       | 50-249          | 10 | 56,10            |                |    |       |
| <b>Şeffaflık İlkesi Farkındalığı</b>  | 1-9             | 25 | 43,84            | 0,610          | 2  | 0,737 |
|                                       | 10-49           | 56 | 47,66            |                |    |       |

|                                               |        |    |       |       |   |       |
|-----------------------------------------------|--------|----|-------|-------|---|-------|
|                                               | 50-249 | 10 | 42,10 |       |   |       |
| <b>Hesap Verebilirlik İlkesi Farkındalığı</b> | 1-9    | 25 | 44,10 | 1,617 | 2 | 0,445 |
|                                               | 10-49  | 56 | 45,12 |       |   |       |
|                                               | 50-249 | 10 | 55,70 |       |   |       |

Tablo 11'e bakıldığında işletmede çalışan toplam personel sayısı açısından adillik ilkesi farkındalığı boyutu için en yüksek sıra ortalaması (51,15) 50-249 arası çalışan sayısına sahip işletmelerde olduğu ancak bu farkın anlamlı olmadığı görülmektedir ( $p>0,05$ ). Benzer şekilde toplam personel sayısı açısından sorumluluk ilkesi farkındalığı boyutunda en yüksek sıra ortalamasına (56,10) çalışan sayısı 50-249 arasında olan işletmeler sahip olduğu fakat bu farkın istatistiksel olarak anlamlı olmadığı belirlenmiştir ( $p>0,05$ ). Şeffaflık ilkesi farkındalığı boyutunda 10-49 arası personel sayısına sahip işletmelerin sıra ortalamasının (47,66) diğerlerine göre daha yüksek olduğu ancak bu farkın anlamlı olmadığı gözlemlenmiştir ( $p>0,05$ ). Bu sonuç, Van OSB'de faaliyet gösteren işletmelerin çalışan sayılarının kurumsal yönetim farkındalığını etkilemediğini dolayısıyla H4b hipotezinin kabul edildiğini göstermektedir.

## SONUÇ VE ÖNERİLER

Artan ve değişen rekabet ortamına uyum sağlamak KOBİ'lerin yaşamlarını devam ettirebilmesi için kaçamayacakları bir mücadele alanıdır. Küreselleşen dünyada rekabet koşulları sürekli değişmekte ve daha da şiddetli hale gelmektedir. TÜİK'in 2020 yılına ait verilerine göre Türkiye'de var olan işletmelerin %99,8'i KOBİ'lerden oluşmaktadır (TÜİK, 2021). Bu durum KOBİ'lerin yaşamlarını devam ettirmede genellikle aile şirketi olarak kurulmalarından dolayı yetki devri, gelecek kuşaklara devrolma hususlarının problem olarak görülmesine neden olmaktadır. KOBİ'lerin bu sorunları aşması halinde rekabet ortamına uyum sağlamaları daha kolay olacağı için Kurumsal Yönetim anlayışının benimsenmesi faydalı olacaktır.

Yine TÜİK verilerine göre işletmelerin oranı %99,8 olmasına ve sağladıkları istihdam oranının %72 olmasına rağmen katma değer oranlarının %41,3'te kalması KOBİ'lerin Ar-Ge çalışmalarına istenilen düzeyde kaynak ayırmadıklarına işaret etmektedir. Bu durum KOBİ'lerin finansal bazı problemleriyle ilişkilendirilse de aslında sahip oldukları yönetim anlayışının bir yansıması olarak da görülmesi mümkündür. Kurumsal Yönetim anlayışının KOBİ'ler arasında yerleşmesi ile katma değer oranı yüksek üretimin gerçekleştirilmesi mümkün olacaktır.

Ankete katılan işletmelerin kurumsal yönetim anlayışına olan algılarını değerlendirirken firmanın hukuki yapısı, firma yöneticilerinin iş tecrübeleri, eğitim durumları ve çalıştırdıkları personel sayıları dikkate alınmıştır. Araştırmanın bulguları incelendiğinde ankete katılan işletmelerin %74,7'sinin limited şirket olduğu belirlenmiştir. İşletme yöneticilerinin %82,5'inin 10 yıldan fazla bir tecrübeye sahip olduğu görülmüş ve bu durum işletme sahiplerinin faaliyet alanları ile ilgili tecrübeye

sahip oldukları şeklinde değerlendirilmiştir. Ayrıca işletme yöneticilerinin %47,3'ünün yükseköğrenim gördüğü ve ilgili firmaların %61,5'nin çalıştırdıkları personel sayısına göre küçük ölçekli firma kategorisinde yer aldıkları görülmüştür. İşletme sahip ve yöneticilerinin iş tecrübeleri ve eğitim düzeylerinin yüksek olması kurumsal yönetim anlayışının yerleşmesine imkân tanıdığı ve çağdaş yönetim anlayışlarına açık oldukları şeklinde değerlendirilebilir. Ancak ankete katılan işletmelerin çalıştırılan personel sayıları incelendiğinde %89,0'ının mikro ve küçük ölçekli işletmelerden oluştuğu görülmektedir. Bu durum kurumsal yönetim anlayışının kabul gördüğü büyük işletmelerden uzak bir işletme yapısıyla karşılaştığımızı göstermektedir. Dolayısıyla kurumsal yönetim anlayışının KOBİ'lerde yerleşmesi için bu işletmelerin büyümeleri gerektiği söylenebilir. İşletmelerin sağlıklı büyüyeabilmeleri için ilgili mesleki kuruluşlardan danışmanlık, bilgilendirme eğitimleri ile finans kuruluşlarından yeterli finansal desteği almaları gerekmektedir.

Araştırmanın bulguları incelendiğinde işletmelerin kurumsal yönetim anlayışının adillik ilkesi kapsamında stratejik kararların alınmasında, pay sahiplerinin yönetsel kararların alınmasında, pay sahiplerine eşit hakların tanınmasında oldukça uyum sağladıkları görülmesine rağmen pay sahiplerinin paylarını kolaylıkla devredebilmesi ifadesine %34,1'lik önemli bir kesimin katılmaması işletmelerin büyümelerinin önünde önemli bir engel olarak görülmektedir. Bu durumun oluşmasında firmaların hukuki yapılarının önemli bir etken olduğu söylenebilir. Bunun değişmesi için işletmelerin limited şirket yapısından çıkıp anonim şirket olarak faaliyetlerine devam etmesi çözüm olarak sunulabilir.

Sorumluluk ilkesi açısından elde edilen bulgular incelendiğinde katılımcıların büyük bir kısmının “paydaşlar, haklarının korunmasıyla ilgili işletme politikaları ve prosedürleri hakkında yeterli şekilde bilgilendirilmektedir” ve “işletmemizin sahip olduğu etik kodu doğrultusunda sosyal sorumluluklarına karşı duyarlı bir politika izlemektedir” ifadelerine katılım sağlaması kurumsal yönetim farkındalığı açısından önem arz etmektedir. Ayrıca, çalışanların ödüllendirilmesinde, çalışanların mesleki ve sektörel normlara uygun olarak hareket etmesi gerektiği yönündeki beklentiler araştırma kapsamında yer alan firmaların bakış açılarının kurumsal yönetim anlayışına uygun olduğunu göstermektedir. Ancak işletmelerin önemli bir oranının çalışanlar arasındaki eğitim ve tecrübe farklılıklarının giderilmesinde rotasyon, hizmet içi eğitim ve sertifika gibi programlarını uygulayamadıkları tespit edilmiştir. Bu durumun oluşmasında küçük firmalarda bunu sağlayacak yeterli altyapının olmaması ve bu tür firmalarda tecrübe paylaşımının, yetki devrinin çok kabul görmemesinin etken olduğu söylenebilir. Bu eksikliğin giderilmesi için sanayi ve ticaret odaları ve meslek örgütlenmeleri tarafından sertifika programlarının ve eğitimlerinin düzenlenmesi kurumsal yönetim anlayışının yerleşmesine katkı sağlayacaktır.

Şeffaflık ilkesi açısından analiz sonuçları incelendiğinde, işletmelerin kamuyu aydınlatma çerçevesinde mali nitelikteki belgelerin ilgili taraflara sunulmasında, işletmeler ile ilgili bilgilere ilgili kişi ve kuruluşların kolaylıkla ulaşmasında, seri ve şeffaf bir bilgi akışının sağlanmasında, mali

tabloları bağımsız denetime tabi tutulmasında kurumsal yönetim anlayışına uygun sonuçların elde edildiği gözlemlenmektedir. Ancak işletmelerin gelecekleri ile ilgili tahminleri istatistiki verilerle kamuya açıklamakta eksik kaldığı tespit edilmiştir. Bu durumun işletmelerin gelecek planlaması yapmaktan uzak olmalarından kaynaklandığı söylenebilir. Çünkü işletmelerin en önemli problemlerinden biri olan finansal problemlerden dolayı mevcudiyetlerini korumakta zorluk çektikleri görülmüştür. Bu durumun iyileştirilmesinde KOBİ'lere sağlanacak finansal kaynakların uygun şartlarda olması ve bazı vergi muafiyetleri ve enerji, işçilik gibi maliyetlerin azaltılmasına yönelik yasal düzenlemelerin yapılması faydalı olacaktır. İşletmelerin şeffaflık ilkesi açısından iyileştirilmesi gereken bir diğer husus ise denetim kuruluşunun belirli aralıklarla rotasyona tabi tutulmasıdır. Araştırmaya katılan KOBİ'lerin işletmeyi denetleyen bağımsız denetim kuruluşunun belirli aralıklarla rotasyona tabi tutulmasını çok benimsemedikleri görülmüştür. Bu neticenin oluşmasında firmaların kişisel bilgilerine vakıf olan denetim kuruluşlarını değiştirmekten çekinmeleri gerçeği yatmaktadır.

Hesap verebilirlik açısından ise anket verileri incelendiğinde işletmelerin iş süreçlerinin stratejileriyle uyumlu olduğu ve işletme yöneticilerinin her türlü bilgiye zamanında ulaşmada kurumsal yönetim anlayışına uygun sonuçların elde edildiği görülmüştür. Ancak işletme yöneticilerinin işletmelerinin misyon ve vizyonunu belirlerken, işletmeleriyle ilgili alt bölümleri kapsayan planları onaylarken, çalışanları görevden alırken yetki paylaşımından kaçındıkları anlaşılmıştır. Bu durumun ortaya çıkmasında bu tür işletmelerdeki sahip ve ortakların işletmelerin kuruluşunda ve gelişmesinde yürütülen üretim ve yönetim faaliyetlerinin tüm kademelerinde çalışmış olmalarından kaynaklandığı düşünülmektedir. İşletme sahip ve ortakları işletmelerinin hem çalışanı hem de yöneticisi pozisyonunda oldukları için işletmeleriyle ilgili olan çoğu kararların alınmasında yetki sahibidirler. Ayrıca anket verilerine göre işletme yöneticilerinin büyük bir çoğunluğunda çalışanları görevden alma yetkisinin bulunmasını savunmaları yine yetki devrinin paylaşılmasına kapalı bir yönetim anlayışının etkileri olarak görülmektedir. Bu durum kurumsal yönetim anlayışının gelişmesine katkı sunmayan bir husus olup işletme yöneticilerinin yetki paylaşımına daha fazla yatkın olmaları beklenir. Bunun gerçekleşmesi için işletme yöneticilerinin yetki devri ile ilgili korku ve endişelerinin üstesinden gelerek yetkilerin sorumluluk ile korunduğu yönetim anlayışını benimsemeleri faydalı olacaktır.

## KAYNAKÇA

- Abor, J., & Biekpe, N. (2007). Corporate Governance, Ownership Structure and Performance of Smes in Ghana: Implications for Financing Opportunities. *Corporate Governance: The International Journal of Business in Society*, 7(3), 288-300.
- Baykut, E. (2013). *Anonim Şirketlerde Kurumsal Yönetim Algısı: Afyonkarahisar İli Örneği*. Yüksek Lisans Tezi, Afyon Kocatepe Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Afyonkarahisar.
- Bouanani, K. (2021). *Kurumsal Yönetim ve KOBİ'lerin Performansı (Fas Örneği)*. Yüksek Lisans Tezi, Necmettin Erbakan Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Konya.
- Büyükoztürk, Ş. (2007). *Sosyal Bilimler için Veri Analizi El Kitabı*, 7. baskı, Ankara: Pegem Akademi Yayıncılık.
- Clarke, T., & Klettner, A. (2009). Governance Issues for Smes. *Journal of Business Systems, Governance and Ethics*, 4(4), 23-40.
- Çakıcı, A., & Özer, B. Ş. (2008). Mersin'deki Kobi Sahip ve Yöneticilerinin Gözüyle Kurumsallaşma Tanımı ve Kurumsallaşmanın Darboğazları. *Celal Bayar Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 15(1), 41-57.
- Dumanlı, M. (2018). *Kurumsal Yönetim ve Aile Şirketlerinde Kurumsallaşma: Finansal Performans Analizi ve Vaka Çalışması*. Yüksek Lisans Tezi, Bahçeşehir Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, İstanbul.
- Düşükcan, M., & Sezgin, E. E. (2017). Küçük ve Orta Boy İşletmelerde Kurumsal Yönetim Farkındalığı: Elazığ İlinde Bir Uygulama. *Fırat Üniversitesi Uluslararası İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 1(1), 153-182.
- İbiş, F. Z. E., & İpek, A. (2020). Sürdürülebilir Aile İşletmesi Modeli: Uygulanabilirliği Üzerine Bir Araştırma. *Muhasebe Enstitüsü Dergisi*, (62), 51-62.
- İşcan, Ö. F., & Kaygın, E. (2009). Kurumsal Yönetişim Sürecinin Gelişimi Üzerine Bir Araştırma. *Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 13(2), 213-224.
- Karyağdı, N. G. (2019). KOBİ'lerde Kurumsal Yönetim ve İç Denetimin Uygulanmasının Değerlendirilmesine Yönelik Bir Çalışma: Malatya İli Örneği. *Dicle Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 9 (18), 320-344.
- Kaygusuzoğlu, M., & Şaşa, K. (2015). Güneydoğu Anadolu Bölgesi'ndeki İşletmelerde Kurumsal Yönetim KOBİ'ler Üzerine Bir Uygulama. *Adıyaman Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 8(21), 968-1003.
- Kılıç, S. (2016). Cronbach'ın Alfa Güvenirlik Katsayısı. *Journal of Mood Disorders*, 6(1), 47-48.

- Longo, M., Mura, M., & Bonoli, A. (2005). Corporate Social Responsibility and Corporate Performance: The Case of Italian Smes. *Corporate Governance: The International Journal of Business in Society*, 5(4), 28-42.
- Öztürk, M. B., & Demircüoğlu, K. (2008). Kurumsal Yönetim Bakış Açısıyla Entelektüel Sermaye. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, (19), 395-411.
- Sarıtaş, H. ve Kaya, Y. (2017). KOBİ'ler İçin Kurumsal Risk Yönetimi ve Firmaların Risk Yönetimi Farkındalığı Üzerine Bir Araştırma. *Social Sciences*, 12(4), 212-231.
- Sezgin, E.E. (2014). *Küçük ve Orta Boy İşletmelerde Kurumsal Yönetim Farkındalığı: Elazığ İlinde Bir Uygulama*. Yüksek Lisans Tezi, Fırat Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Elazığ.
- Shapiro, D., Tang, Y., Wang, M., & Zhang, W. (2015). The Effects of Corporate Governance and Ownership on The Innovation Performance of Chinese Smes. *Journal of Chinese Economic and Business Studies*, 13(4), 311-335.
- Türkiye İstatistik Kurumu, (2021). *Küçük ve Orta Büyüklükteki Girişim İstatistikleri*, 2020 (Sayı: 41129). Ankara: TÜİK.
- Yazıcıoğlu, Y. & Erdoğan, S. (2004). *SPSS Applied Xcientific Research Methods*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Yılmaz, B., & Alkan, A. T. (2006). Muhasebenin Sosyal Sorumluluk Kavramı Açısından Küçük ve Orta Ölçekli İşletmelerde, Kurumsal Yönetim Anlayışının Algılanma Biçimi Üzerine Bir Araştırma. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, (16), 729-738.
- Yörük, N. (2007). Basel II Standartları'nın Kobi'ler Üzerindeki Etkisinin Belirlenmesine Yönelik Anket Uygulaması. *Dokuz Eylül Üniversitesi İktisadi İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 22(2), 367-384.
- Yumuk Gunay, G. Y., & Apak, S. (2014). Comparison of Public and Non-Public Smes' Corporate Governance Strategies in Turkey. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 150, 162-171.