

# Gaziantep University Journal of Social Sciences

Vol. XVIII No. I  
2019

GASIN JSS

# GAZIANTEP UNIVERSITY

## JOURNAL of SOCIAL SCIENCES

### Aims and Scope

Gaziantep University Journal of Social Sciences (GAUN-JSS) is a double blind peer-reviewed international academic journal published quarterly. GAUN-JSS is published by the Graduate School of Social Sciences at Gaziantep University, one of the foremost research universities in Turkey.

The aims of the journal are to promote theoretical and research oriented studies, to foster excellence in research, and to encourage mutual sharing of academic research on national and international grounds. GAUN-JSS is an open access journal dedicated to the free flow of information and dissemination of knowledge. Although, GAUN-JSS is a multidisciplinary publication with a special focus on contribution from academia, we encourage submissions from professionals out-of-field and senior level graduate students.

The journal accepts articles written in English and Turkish. Articles on the field of Law written in French are also welcome.

GAUN-JSS accepts submissions and proposals in the following fields: Anthropology, Archaeology, Business Administration and Management Studies, Communication Studies, Economics, Geography, History, International Business Studies, International Relations, International Trade and Logistics, Law, Linguistics, Literature, Philosophy, and Sociology.

The objective of GAUN-JSS is to contribute to a vibrant social science and humanities environment and to promote excellence in studies reflecting the current state-of-the-art in Turkish academia while providing a robust and rigorously academic outlet for academicians from non-metropolitan universities.

A minimum of two peer reviewers, who are recognized specialists specific to the topic and area of the submissions, are appointed by the editors. All peer review reports are electronically and anonymously delivered to the contributors. Reviewers' names are withheld by the journal to protect the integrity of the double-blind peer review process. Upon request, written reports can be provided to the reviewer that attests to their contribution. All published authors accept to act as reviewers for future issues.

All submitted papers should conform to the APA writing and citation standards as indicated in the journal's submission guidelines.

The publisher is committed to the open access to all academic endeavor and as such, accepts its duty to make published content permanently available and freely accessible by all sections of worldwide academic community. The publisher does not charge any pecuniary fees for processing, submission, and publication of manuscripts. The publisher commits to the free and universal access to its published content in perpetuity.



### Copyright

All articles published by GAUN-JSS are licensed under the Creative Commons Attribution-NonCommercial-ShareAlike 4.0 International (CC BY-NC-SA 4.0).

To view a copy of the license, visit <https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/>

### For Editorial Correspondence and Subscription Inquiries

Gaziantep University, Graduate School of Social Sciences, GAUN-JSS  
27310 Gaziantep, TURKEY

Tel: +90-342-318-1898 Fax: +90-342-360-1043

E-mail: [editor@gantep.edu.tr](mailto:editor@gantep.edu.tr)

The Journal has an international editorial board.

### Print

Gaziantep University Press

### Abstracted and Indexed in

ULAKBİM National Academic Journals Index EBSCOHOST Academic Search Complete  
Akademia Sosyal Bilimler İndeksi Türk Eğitim İndeksi  
EBSCOHOST MLA International Bibliography  
Directory of Open Access Journals

# Gaziantep University Journal of Social Sciences

GAUN-JSS

## Owner

University of Gaziantep  
Rector Prof. Dr. Ali GÜR

## Editor-in-Chief

Asst. Prof. Dr. Meltem MUŞLU

## Section Editors

Assoc. Prof. Dr. Zekiye ANTAKYALIOĞLU  
Prof. Dr. Atilla ENGİN  
Assoc. Prof. Dr. Gökhan GÖKGÖZ  
Assoc. Prof. Dr. Rüstem YANAR  
Assoc. Prof. Dr. Atınç OLCAY  
Assoc. Prof. Dr. Mehmet EROL  
Assoc. Prof. Dr. Muharrem AÇIKGÖZ  
Asst. Prof. Dr. Meltem MUŞLU  
Asst. Prof. Dr. Lider BAL  
Asst. Prof. Dr. Hasan AKSOY  
Asst. Prof. Dr. Ragıp KALELİOĞLU  
Asst. Prof. Dr. Şenay Leyla KUZU  
Asst. Prof. Dr. Yunus Emre TANSÜ  
Asst. Prof. Dr. Mesut ŞÖHRET

## Editorial Board

Prof. Dr. Enver BOZKURT  
Prof. Dr. Hasret ÇOMAK  
Prof. Dr. Burak GÜRBÜZ  
Prof. Dr. Mehmet Ali ÇELİKEL  
Assoc. Prof. Dr. Zekiye ANTAKYALIOĞLU  
Assoc. Prof. Dr. Meltem KARADAĞ  
Assoc. Prof. Dr. Burhan KILIÇ  
Assoc. Prof. Dr. Naile ASKER  
Asst. Prof. Dr. Hamidreza SOHRABIABAD  
Asst. Prof. Dr. Meltem MUŞLU

## Editorial Assistants

Dr. Erkan AĞYÜZ  
M. Miraç CEYLAN

**Vol. 18, Issue 1, January 2019**

**Web:** <http://jss.gantep.edu.tr> <http://dergipark.gov.tr/jss>

**E-mail:** [editor@gantep.edu.tr](mailto:editor@gantep.edu.tr)



# Gaziantep University Journal of Social Sciences

## Advisory Board

Şinasi Aksoy  
(METU, Turkey)

Erman Artun  
(University of Çukurova, Türkiye)

Yasin Ceylan  
(METU, Turkey)

Jean Crombois  
(American University, Bulgaria)

Erdoğan Didar  
(American University, Bulgaria)

Lelio Iapadre  
(University of L'Aquila, Italy)

Andrejs Geske  
(University of Latvia, Latvia)

B. N. Ghosh  
(Eastern Med. Univ., North Cyprus)

Michael Goldman  
(University of Minnesota, USA)

Şeyma Güngör  
(University of İstanbul, Turkey)

Hilmi Bayraktar  
(University of Gaziantep, Turkey)

Evrin Doğan Adanur  
(Beykent University, Turkey)

Nazmiye Özgüç  
(University of İstanbul, Türkiye)

Uli Schamiloglu  
(University of Wisconsin-Madison, USA)

Kemal Silay  
(Indiana University, USA)

Ülkü Şişik  
(University of Hacettepe, Turkey)

Bayram Ürekli  
(University of Selçuk, Turkey)

Ercan Tatlıdil  
(University of Ege, Turkey)

Tuba Üstüner  
(Cass Business School, UK)

Mustafa Yılmaz  
(University of Hacettepe, Turkey)

Hülya Özcan  
(Anadolu University, Turkey)



GAZIANTEP UNIVERSITY  
JOURNAL OF SOCIAL SCIENCES

Vol. XVIII Issue No. I  
2019

CONTENT

ENGLISH LITERATURE

- THE DOOMED STRUGGLE OF TONY LAST WITH THE SOCIETY  
AND THE INDIVIDUAL IN EVELYN WAUGH'S *A HANDFUL OF DUST*** 1-12  
(Research Article/Araştırma Makalesi)  
Cemre Mimoza BARTU
- HISTORY AS FICTION: D. M. THOMAS'S *THE WHITE HOTEL AS  
AN EXAMPLE OF HISTORIOGRAPHIC METAFICTION*** 13-28  
(Research Article/Araştırma Makalesi)  
Elzem NAZLI
- THE IMAGE OF İBRAHİM PASHA IN EARLY MODERN ENGLISH DRAMA:  
THOMAS KYD'S *THE TRAGEDY OF SOLIMAN AND PERSEDA*** 29-38  
(Research Article/Araştırma Makalesi)  
Işıl ŞAHİN GÜLTER
- TRANSHUMANISM AND SINGULARITY: A COMPARATIVE ANALYSIS OF A  
RADICAL PERSPECTIVE IN CONTEMPORARY WORKS** 39-49  
(Research Article/Araştırma Makalesi)  
Timuçin Buğra EDMAN

TURKISH LITERATURE

- MESTÛRE-İ AŞK* PİYESİNDE MADALYONUN ÖTEKİ YÜZÜ** 50-55  
(Research Article/Araştırma Makalesi)  
Özlem KALE
- DÜZCE İLİ GELENEKSEL ÖZEL GÜN KADIN GİYSİLERİNİN İNCELENMESİ** 56-74  
(Research Article/Araştırma Makalesi)  
Filiz DURSUN & Çiğdem DURSUN ÇALIŞAN & Gülden ABANOZ
- SOMUT OLMAYAN KÜLTÜREL MİRAS BAĞLAMINDA GİRESUN  
YÖRESİ GELENEKSEL BIÇAK ÜRETİMİ ÜZERİNE BİR DEĞERLENDİRME** 75-84  
(Research Article/Araştırma Makalesi)  
Abonoz KÜÇÜK

## LINGUISTICS

### ON THE USE AND FAMILIARITY OF COPULAR CLAUSES IN ENGLISH AND TURKISH

(Research Article/Araştırma Makalesi)  
Mehmet ALTAY

85-99

## GEOGRAPHY

### DENEYİM YARATMADA MEKÂNIN ROLÜ: STARBUCKS VE KAHVE DÜNYASI'NIN DENEYİM EKONOMİSİ VE ÜÇÜNCÜ YER BAKIMINDAN ANALİZİ

(Research Article/Araştırma Makalesi)  
Nuri YAVAN & Ceyda KURTAR ANLI

100-132

## PHILOSOPHY

### BİR İDEAL OLARAK DON JUAN BAŞTAN ÇIKARICININ DUYUMSAL-MÜZİKALİ

(Research Article/Araştırma Makalesi)  
Senem KURTAR

133-139

## SOCIOLOGY

### REICH, DELEUZE & GUATTARI VE LYOTARD'IN ARZU ANLAYIŞLARINDAN HAREKETLE KAPİTALİZM VE ARZU İLİŞKİSİ

(Research Article/Araştırma Makalesi)  
Mustafa SOLMAZ

140-161

### KENT VE YENİ SOSYAL ETKİLEŞİMLER: GAZİANTEP'TEKİ SURİYELİLERİN GENEL ÖRÜNTÜSÜ, MEVCUT DURUMU VE MUHTEMEL GELECEĞİ

(Research Article/Araştırma Makalesi)  
Mehmet Nuri GÜLTEKİN

162-176

## COMMUNICATION

### eWOM ARAMA MOTİVASYONLARI İLE ONLINE KURUMSAL İTİBAR ALGISI ARASINDAKİ İLİŞKİYİ TESPİT ETMEYE YÖNELİK BİR ARAŞTIRMA

(Research Article/Araştırma Makalesi)  
Murat KOÇYİĞİT & Murat ÇAKIRKAYA

177-196

### MAHREMİYETİN DÖNÜŞÜMÜ: ÜNLÜLERİN INSTAGRAM PAYLAŞIMLARI ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA

(Research Article/Araştırma Makalesi)  
Ayşenur AKYAZI

197-216

### BASIN FOTOĞRAFINDA MERHAMEİN İYİLİĞİ VE KÖTÜLÜĞÜ ÜZERİNE

(Research Article/Araştırma Makalesi)  
Handan DAYI

217-226

### TÜRKİYE'DE PERAKENDE SEKTÖRÜNDE HİZMET VEREN ÜÇ KURUMUN İTİBAR KATSAYISI VE FİNANSAL GÖSTERGELERİ ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA

(Research Article/Araştırma Makalesi)  
Banu DAYANÇ KIYAT

227-241



## POLITICAL SCIENCE AND INTERNATIONAL RELATIONS

- PARLAMENTO DIŞI MUHALEFET ÖRNEĞİ OLARAK SİYASİ KADIN HAREKETLERİ: DÜNYADAN VE TÜRKİYE'DEN ÖRNEKLER** 242-255  
(Research Article/Araştırma Makalesi)  
Tuğba YOLCU
- YERELDE YÖNETİŞİM ALGISI ÜZERİNE BİR ALAN ARAŞTIRMASI: KAHRAMANMARAŞ BÜYÜKŞEHİR BELEDİYESİ ÖRNEĞİ** 256-270  
(Research Article/Araştırma Makalesi)  
Aziz BELLİ & Ahmet TUNÇ & Abdullah AYDIN
- KÜRESEL ENERĐİ JEOPOLİTİĞİNDE BALKANLARIN EKONOMİ POLİTİĞİ ÜZERİNE BİR DEĞERLENDİRME** 271-290  
(Research Article/Araştırma Makalesi)  
Azime TELLİ & IŞıl DEMİRTAŞ
- “SİZCE, İNSANLARIN ÇOĞUNA GÜVENİLİR Mİ?” TÜRKİYE'DE GENELLEŞTİRİLMİŞ GÜVEN ÜZERİNE AMPİRİK BİR ANALİZ** 291-310  
(Research Article/Araştırma Makalesi)  
IŞıl Cerem CENKER ÖZEK

## TOURISM

- TÜRKİYE'DE MEDİKAL TURİZM İNCELEMESİ: ÖZEL HASTANELERDE BİR ÇALIŞMA** 311-327  
(Research Article/Araştırma Makalesi)  
Zafer BUZCU & Kemal BİRDİR
- TURİST REHBERLERİNİN KÜLTÜREL ZEKÂ DÜZEYİ VE ÖZYETERLİLİK İNANÇLARININ HİZMET SUNUMUNA ETKİSİ** 328-347  
(Research Article/Araştırma Makalesi)  
Hasret ULUSOY YILDIRIM & Özlem KÖROĞLU
- TÜRKİYE'DE TURİSTİK TALEBİN EN FAZLA OLDUĞU 10 KENTİN MARKA KİMLİKLERİ ÜZERİNE BİR DEĞERLENDİRME** 348-365  
(Research Article/Araştırma Makalesi)  
Hasan KÖŞKER & Nalan ALBUZ & Fatih ERCAN

## HISTORY

- ŞER'İYYE SİCİLLERİNE GÖRE AYINTAB'DA (GAZİANTEP) AİLENİN DEMOGRAFİK YAPISI: EŞ VE ÇOCUK SAYILARI (1839-1876)** 366-379  
(Research Article/Araştırma Makalesi)  
Yıldıray YILDIRIM
- KERİM FIRAT'IN ADSIZ KAHRAMANLAR İSİMLİ TEFRİKASI ÇERÇEVESİNDE MİLLİ MÜCADELE'DE ANTEP SAVUNMASI** 380-398  
(Research Article/Araştırma Makalesi)  
Mustafa Murat ÇAY
- SELÇUKLULARDA VUKU BULAN TAHT KAVGALARI ÜZERİNE BİR DEĞERLENDİRME: MELİKŞAH DÖNEMİ TAHT KAVGALARI (1072-1092)** 399-412  
(Research Article/Araştırma Makalesi)  
Abdullah BAYINDİR

## BUSINESS

- TEDARİKÇİ KALİTE YÖNETİMİNİN PERFORMANS ÜZERİNDEKİ ETKİSİNİN YAPISAL EŞİTLİK MODELİ İLE ANALİZİ** 413-439  
(Research Article/Araştırma Makalesi)  
Bülent YILDIZ & Mehmet AYTEKİN
- ÜRÜN YENİLİĞİ PERFORMANSINA ETKİ EDEN DEĞİŞKENLER ÜZERİNE İSO 1000'DE BİR ARAŞTIRMA** 440-456  
(Research Article/Araştırma Makalesi)  
Özlem YAŞAR UĞURLU
- ANNELERİN VE HAMİLELERİN ORGANİK GIDA SATIN ALMA DAVRANIŞLARI** 457-478  
(Research Article/Araştırma Makalesi)  
Nur ÖZER CANARSLAN & Canan YILMAZ UZ
- TÜRKİYE'DE LOJİSTİK VE TEDARİK ZİNCİRİ ALANLARINDA YAPILAN LİSANSÜSTÜ TEZ ÇALIŞMALARININ BİBLİYOMETRİK ANALİZİ** 479-493  
(Research Article/Araştırma Makalesi)  
İbrahim Halil KORKMAZ & Cihan ÇETİNKAYA

## ECONOMICS

- GIDA GÜVENCESİZLİĞİ, DIŞ BORÇ STOKU VE İTHALAT İLİŞKİSİ: KANTİL REGRESYON ANALİZİ** 494-507  
(Research Article/Araştırma Makalesi)  
Atilla Ahmet UĞUR & Demet ÖZOCAKLI
- E7 ÜLKELERİNDE FİNANSAL DERİNLEŞME VE YOKSULLUK İLİŞKİSİ: BOOTSTRAP PANEL NEDENSELLİK ANALİZİ** 508-521  
(Research Article/Araştırma Makalesi)  
Günay ÖZCAN
- AVRUPA BORÇ KRİZİ ÇERÇEVESİNDE CESARETİ KIRILMIŞ İŞÇİ ETKİSİ VE İLAVE-İŞÇİ ETKİSİ** 522-534  
(Research Article/Araştırma Makalesi)  
Armağan TÜRK & Rengin AK
- RASYONEL İKTİSADİ KARAR ALMA: BEKLENEN FAYDA TEORİSİ AKSİYOMLARI ARASINDAKİ İLİŞKİ** 535-548  
(Research Article/Araştırma Makalesi)  
Gelengül KOÇASLAN

## ARCHEOLOGY

- TATIKA ERKEN TUNÇ ÇAĞI (I-II) RİTÜEL UYGULAMALARININ ZOOARKEOLOJİK AÇIDAN DEĞERLENDİRMESİ** 549-564  
(Research Article/Araştırma Makalesi)  
Derya SİLİBOLATLAZ BAYKARA

# **ENGLISH LITERATURE**

## The Doomed Struggle of Tony Last with the Society and the Individual in Evelyn Waugh's *A Handful of Dust*

### Evelyn Waugh'un *Bir Avuç Toz*'unda Tony Last'ın Birey ve Toplumla Umutsuz Çarpışması

Cemre Mimoza BARTU\*

#### Abstract

*A Handful of Dust* (1934), the fourth novel of Evelyn Waugh, deals with the struggles of the protagonist Tony Last in various stages of the twentieth century society. Waugh in this novel illustrates a dark picture of the twentieth century English society and its individuals with the aim of laying bare the "human selfishness and self-delusion" (Ward, 2008, p.679). In general sense, the author directs his criticism towards the various aspects of English social life indicating the pervading decadence in the soul of the individual and modern zeitgeist. Focusing on Tony Last' marriage, social relationships and expedition to Brazil, Waugh delineates the portrait of an innocent man who values the past and its traditions. Yet, in order to survive in the society Tony embarks on a quest for self-identity but fails in each attempt. Coinciding with the time of the author's own personal tragedies, the novel also revolves around some certain autobiographical parallelism that Waugh suffered from. As a means of critique of the society and its members, he juxtaposes himself with his character Tony Last to demonstrate their struggle. So as to illustrate Tony's futile attempts in his struggle, Waugh writes two different endings for the novel, both of which end in utter failures. Therefore, by virtue of individual failures and socio-cultural corruption, the novel is concerned with the struggle of Tony Last who is surrounded by those individual, cultural and social adversities. In this study, the modernist theme of the quest of the individual will be analysed through Tony Last's quest in social and personal spheres by also demonstrating Waugh's critique of the modern times.

**Keywords:** Evelyn Waugh, *A Handful of Dust*, Modernist Novel, Quest, Individual vs Society, Tony Last.

#### Öz

Evelyn Waugh'nun 1934 yılında yazdığı *Bir Avuç Toz*, başkahraman Tony Last'ın yirminci yüzyıl Londra'sındaki farklı sahnelerde mücadelesini konu alan yazarın dördüncü romanıdır. Bu romanda Waugh yirminci yüzyıl İngiliz toplumu ve bireyinin karanlık tarafını resmederken "insanın bencilliği ve kendini kandırması" fikrini açıkça ortaya koymaya çalışmıştır (Ward, 2008, p.679). Genel anlamda, yazar modern zamanın ve bireyin ruhunu etkisi altına alan yozlaşmayı ele alarak eleştirisini İngiliz toplumsal yaşamının farklı açalarına yöneltmiştir. Tony Last'ın evliliği, sosyal ilişkileri ve Brezilya'ya yaptığı seyahatine odaklanarak, Waugh geçmişe ve geleneklere değer veren masum Tony Last portresi çizmiştir. Ancak, böylesi bir toplumda yaşamında devam edebilmek amacıyla Tony kendini bulmak için girdiği mücadelelerde her seferinde mağlup olur. Yaşamındaki kişisel trajedilere aynı zamana denk düşen romanda Waugh kendisinin de muzdarip olduğu bazı otobiyografik paralelliklere yer vermiştir. Toplumu ve üyelerini eleştirinin bir yolu olarak, yazar kendisini yarattığı karakter Tony Last yaşadıkları ortak mücadeleleri yansıtmak için karşılaştırma yapmıştır. Mücadelesindeki sonuçsuz girişimleri resmetmek amacıyla da Waugh romana başkahramanın hüsranyla biten iki farklı son yazar. Bireysel başarısızlıklar ve sosyo-kültürel yozlaşmadan ötürü roman, kişisel, kültürel ve sosyal tersliklerle çevrelenmiş Tony Last'ın savaşı ile ilgilidir. Bu bilgiler ışığında, bu çalışmada modernist bir tema olan bireyin arayışı Tony Last'ınki üzerinden incelenirken, Waugh'nun romanındaki modern zamanlar ve kişilerin eleştirisi de tartışılmaktadır.

**Anahtar Kelimeler:** Evelyn Waugh, *Bir Avuç Toz*, Modernist Roman, Arayış, Birey ve Toplum, Tony Last.

*A Handful of Dust* (1934) is the fourth novel of Evelyn Waugh which deals with the struggles of the protagonist Tony Last in various stages of the twentieth century London society. *A Handful of Dust*, as Wasson states, comments on "the decline of the aristocracy and the fall of the innocent" represented in the high-society of London and it is a palpable critique of the "the whole tradition of the English religious and social life" (1961, p.327). Waugh, in this novel, illustrates a darker picture of the twentieth century English society and its individuals with the aim of laying bare the "human selfishness and self-delusion" (Ward, 2008, p.679). In this respect, the author also directs his criticism towards various aspects of English social life indicating the pervading decadence in the moral values of the individual and modern zeitgeist. Therefore, the novel is concerned with the struggle of Tony Last who is surrounded by the individual, cultural and social adversities. In the light of this information, the modernist theme

\* Arş. Gör. Hacettepe Üniversitesi, İngiliz Dili ve Edebiyatı Bölümü, [cemrebartu@gmail.com](mailto:cemrebartu@gmail.com).

of the quest of the individual will be analyzed through Tony Last's quest in social and personal spheres by also demonstrating Waugh's critique of the modern age and its people. Due to Waugh's vexed feelings about modernism and modern times, alienation from the society and self, social and individual struggle, a critique of modern society constitute the chief subject matters of his works. Correspondingly, important critical sources written on his novels focus on these themes; such as A. Clement's work *The Novels of Evelyn Waugh: A Study in the Quest-Motif* approaches the protagonists' quests in the novels, William J. Cook, Jr.'s *Masks, Modes, and Morals: The Art of Evelyn Waugh* also deals with the characters from his early and late novels. Jonathan Greenberg's "Was Anyone Hurt? The Ends of Satire in *A Handful of Dust*" examines Waugh's understanding of modernism and modernity and his perception about modern London as a spiritual wasteland is also elaborated in Jean Ward's "The Waste Sad Time: Evelyn Waugh's *A Handful of Dust*." Drawing on Waugh's opinions about modernism as a decadent time phase, this study takes on the social satire and also underlines the personal tragedies of the author that propelled him to give voice through fictionalization.

Having his protagonist Tony Last experience individual tragedies along with the fraudulence in culture and humanity, Waugh explains the focal point of his novel as follows: "*A Handful of Dust*, my favourite hitherto, dealt entirely with behaviour. It was humanist and contained all I had to say about humanism" (as cited in McDonnell, 1988, p.73). Drawing on the author's own perception of humanism, Lobb explains that the novel is the "analysis of the bankruptcy of a humanism cut off from its religious roots" (2004, p.142-3). For Waugh, an individual's alienation from religion and moral values diminishes his/her concern and common sense for the other people around him/her. In this context, Waugh assumes a pessimistic stance in his novel in writing the drab picture of his distorted perception of humanism, that is to say the human affection and respect. In this novel, he voices his critical reflections on contemporary society by means of the poor quality of the intricate series of relations among the socialites of London. From a wider perspective, it is possible to remark that in *A Handful of Dust* Waugh sticks to the past and the traditions obsessively, and according to Greenberg "Waugh's attitudes toward both modernism and modernity more generally are similarly vexed" (2003, p. 351). Correspondingly, Waugh's disapproval of the new culture and tradition can clearly be detected in the novel through Tony Last. Hence, this disapproval of the represented new order of the novel is so pervasive that it even had an important role in the title of the work.

The novel starts with an excerpt from T.S. Eliot's *The Waste Land* from which the title of the novel is taken and also it ends with the same image illustrating the corrupt situation of the novel's world as a "spiritual wasteland" (Ward 2008, p. 695). The characters, who are susceptible to change, waver and decay by means of a small temptation, are nothing but just a handful of dust. Similar to Eliot's *Wasteland*, Waugh's wasteland is eventually created by modernity and degenerate lifestyle. As a result, what the characters have or –find themselves to be–, a remaining dust of the past and values that modernity has burnt down. If the *Wasteland* is the break away from the past and the old values, therefore it is created by its denizens, the high-society of London. Yet, Tony Last, who is exposed to this spiritually barren environment, combats against the contemporary decadence both in social and individual levels.

Given the use of autobiographical elements that he suffered from in his personal relations, it is possible to read Tony's struggle as Evelyn Waugh's reaction towards the moral disintegration. Specifically, his approach to the Bright Young People is explicitly exemplified not only in *A Handful of Dust*, but also in *Vile Bodies* (1930) and *Brideshead Revisited* (1945) where he portrays the condition of London in the first half of the twentieth century along with the undertones of corruption, apathy and false priorities of the characters. Waugh was closely in touch with many members of Bright Young People, who were the renowned figures of London/Mayfair scene in the 1920s inter-war years, and consisted of "small group of artists,

writers and socialites” famous for their flamboyant lives, “outrageous antics, all-night parties, high speed treasure hunts” in the city (Maloney, 2010, p. 20). One of the contemporaries of America’s Jazz Age movement, Bright Young People devoted their time and some part of their lives to sheer enjoyment. They treated London as their playground and performed their extravagant pastimes within the bounds of their financial possibilities. The social relationships among the members rested on the reciprocal hypocrisy and gossip which emphasize the overall issue of spiritual corruption. Although Waugh was not a member of the group, he stayed rather close to observe them meticulously. Waugh considered that “English smart society, despite its surface brilliance, corrupt and decadent. Something is wrong-the traditional standards of value no longer seem to apply. Not morality, but immorality pays” and the outcome of his observations justified of his ideas about these socialites and the social structure, (Nichols, 1962, p. 55). Parallel to the social reality of the period, Waugh’s depiction of society in this novel is closer to its actual condition. What Waugh suffered from in his own life is more or less projected in Tony Last’s painful experiences with the society and individuals. Basing his novel on these experiences, Waugh, on the background, illustrates a dark picture of the modern times and the novel functions as a criticism of the period with its people. In other words, closer inspection of the modern culture of the twenties, coalesced with Waugh’s new religious directions shapes the bleak trajectory of the novel. Additionally, one of the significant reasons that shaped Waugh’s conservative stance towards modernism and his perception of humanism is his conversion to Catholicism.

On 29 September 1930, four years before the publishing of *A Handful of Dust* and a year later his divorce from his first wife Evelyn Gardner, Waugh converted into Catholicism. Since he was a prominent writer of the age, his conversion created a scandalous reaction in the media. Although Waugh stayed quiet on the topic for a short time “the opinion still commonly maintained among his acquaintance, that he became Catholic to compensate himself for the emotional wound he had received on the break-up of his marriage” (Skyes, 1975, p.105). However, Skyes also contends that the reason for his conversion is not supported by any evidence. Even though the break-up was not the chief reason for his conversion, it left such an effect on Waugh’s life and his perception of morality that he inserted this break-up story into *A Handful of Dust*. In order to clarify his motivation in his reception into the Roman Catholic Church, Waugh, on October 20th, 1930’s Daily Express, published an essay entitled “Converted to Rome: Why It Has Happened to Me” (Worner, 2016, para. 3). In his expository essay, Waugh explains the reasons why he has converted and also rejects the baseless claims of his detractors as follows:

Today we can see [the loss of Christian faith]...as the active negation of all that western culture has stood for. Civilization – and by this I do not mean talking cinemas and tinned food, nor even surgery and hygienic houses, but the whole moral and artistic organization of Europe – has not in itself the power of survival. It came into being through Christianity, and without it has no significance or power to command allegiance. The loss of faith in Christianity and the consequential lack of confidence in moral and social standards have become embodied in the ideal of a materialistic, mechanized state... It is no longer possible, as it was in the time of Gibbon, to accept the benefits of civilization and at the same time deny the supernatural basis upon which it rests...

That is the first discovery, that Christianity is essential to civilization and that it is in greater need of combative strength than it has been for centuries. (Worner, 2016, para.6-7)

The ideas about civilization, moral and social issues penned in the essay established the basis of his novel *A Handful of Dust*. For that reason, what he voices in his essay is his complaint about the contemporary superficial society. Moreover, his shelter into Catholicism can be regarded as a way of solution and salvation from dishonesty. Merging his discontent with the keen observation of the society, Waugh delineates his modern public in the novel deriving from

the real condition of the time. Practicing what he preaches, his subsequently published work also functions as a fictional background of his weariness and opinion about developing corruption in social and individual levels.

The modern society depicted in the novel is run by the selfish motives and dishonesty of the characters. However, the primary concern of the society is the financial issues that render the rich more cautious about their status and the poor more ambitious to better their life quality (Littlewood, 1983, p.95). Since vested interest is at the root of the society, the characters from different classes assume appropriate stances in accordance with their own profits or plots they are planning to. For example, at the outset of the novel, the dialogue between relatively less rich Mrs. Beaver and her son John Beaver discloses the order of the social system which depends on self-seeking. In their dialogue, Mrs. Beaver, who is an interior designer, talks about a recent fire break out in one of the houses by giving details about the condition of the house after the fire as follows;

The fire never properly reached the bedrooms I am afraid. Still they are bound to need doing up, everything black with smoke and drenched in water and luckily they had that old-fashioned sort of extinguisher that ruins everything. One really cannot complain. The chief rooms were completely gutted and everything was insured. . . I must get on to them this morning before that ghoul Mrs. Shutter snaps them up (Waugh, 1934, p. 7)

However, when Mrs. Beaver's tone of voice and her choice of expressions are considered, it can be suggested that her real motive in telling the accident is not to commiserate the loss of the family but to make a profit out of an agony by redecorating their house. Her choice of words expresses her real ideas about the accident, hence she feels content about the calamity for it is going to provide her a financial income. As one of the typical unscrupulous characters of the novel, Mrs. Beaver also demonstrates the overall condition of the society in microcosmic level. Her lack of sympathy and avarice can be observed in the society and in the other characters of the novel, apart from Tony Last. Therefore, social parasitism, feeding on the wealth or the fame of others for selfish ends, proves itself to be the rule of the society in the novel. Each one of the characters in the novel is so much engrossed in their own "appetite and inclinations" that the world they live in is consisted of "shallow little characters who have no consequence because they have blandly resigned themselves to live in a treacherous world without hope of recourse to any effective moral order" (McCartney, 1987, p.78). Accordingly, because of the tendency of the characters toward dishonesty the society seems to be unable to find a remedy for its problems and Waugh in this novel only reports the condition of the social and individual tragedies without suggesting any solution or way of reconstruction.

In order to highlight the condition of London society and its people in the twenties, Tony Last and the Victorian values he trusts are juxtaposed with the ones of the new age. Tony Last, as his name suggests is the last person in the novel who values the old tradition and heritage. He is devoted to his country house, although he knows that it is not convenient for him to finance its upkeep. Hetton Abbey is a grandiose building located in a fictional London countryside where Tony's ancestors lived. Nevertheless, the house which was rebuilt in 1864 in Gothic style by the ancestors of Tony "is now devoid of interest" (Waugh, 1934, p.17). The gothic style of the abbey, in fact, hints at the obsolescence of the building as an architectural style yet, the connotations it carries such as rootedness, old tradition, and lineage. At the time when people begin abandoning "their tradition-laden homes for the chromium-plated apartments" (McCartney, 1987, p.80), Tony adheres to his traditional abode.

The houses in the novel are the symbols of the mind-sets of the characters, and their attitude towards them signifies their tendencies towards the meanings they seem to carry. For instance, Tony's deep interest in an old and traditional building like Hetton emphasizes his over-sensibility for the old Victorian values. Yet, the fact that the house was razed and rebuilt

implies the change in the English values in that the former ones fall into oblivion while the new ones are constructed upon the old ones. On the other hand, Hetton also represents the “errors of the Victorian imagination” (Wasson, 1987, p.137) which cause its renovation and the corrupt status of the twentieth century society that fall into disgrace because of its former notable condition in the past. Tony’s voluntary attachment to Hetton is one of the reasons for his obliviousness towards the realities of daily life. His true adherence to the old values and heritage becomes a major preoccupation of Tony in that, according to Lobb, Tony develops “an adulterous relationship” with Hetton and this “causes him to neglect his wife and son and thus [it] contributes to Brenda’s decision to have an affair” (2003-2004, p.131). In fact, Brenda signals her boredom in marriage and life in Hetton through her wish of renovating her outdated Arthurian legend decorated bedroom, which recalls the rooted legend and its ancientness, into a modern one. However, his obtuseness about daily life and “refusal to face facts” (Lobb, 2003-04, p.132) make him turn his face to Hetton, the past and tradition to avoid the change and the new system. This voluntary ignorance of Tony creates an illusion for himself to feel happy, yet it is indeed a defense mechanism for him to proceed. Cunningham contends that “much of his happiness derives from his illusion about Hetton Abbey; every glazed brick, every encaustic tiles Hetton is dear to Tony’s heart” (1993, p.118). Thus it can be suggested that Hetton is an alibi, through which Tony creates the illusion of happy and aristocratic life that he leads without any problem.

For Cunningham, his wife Brenda has been another illusion of Tony until their divorce (1993, p.118). Although in the beginning of the novel Brenda and Tony are depicted as “pre-eminently successful” pair “getting along well together” (Waugh, 1934, p.27), the personal tragedy of Tony starts with the shattering of his marriage. Given the autobiographical elements of the novel, Tony, in a way shares the same fate with Waugh in terms of unsuccessful marriage and betrayal. Waugh deliberately delineates a perfect wealthy family with a loving couple and a small child in order to show the greatness of the irony he employs. However, Tony’s obsession with Hetton triggers Brenda’s boredom. Despite their different personalities, they stayed married for eight years. Tony’s occupation with Hetton constrains him from partaking in glamorous London society. He judges these London sprees and socialites as low and worthless for he feels superior to the London high-society due to his aristocratic background. Whereas, Brenda desperately craves to be the part of the London highlife which will enable her to socialise and get away from Hetton. With the unexpected visit of John Beaver to Hetton, the established norms of the house are turned upside down and it makes Brenda realise her stranded position in the massive mansion. Upon the question of Beaver whether she likes Hetton, Brenda pours out her real opinions as follows:

Me? I detest it... at least I don't mean that really, but I do wish sometimes that it wasn't all, every bit of it, so appallingly ugly. Only I'd die rather than to say that to Tony. We could never live anywhere else, of course. He's crazy about the place [...] As it is we support fifteen servants indoors, besides gardeners and carpenters and a night watchman and all the people and odd little men constantly popping in to wind the clocks and cook the accounts and clean the moat, while Tony and I have to fuss about whether it's cheaper to take a car up to London for the night or buy an excursion ticket... I shouldn't feel so badly about it if it were a really lovely house- like my home for instance. (Waugh, 1934, p.38)

Being a “lazy, scrounging son under his mother’s influence” John Beaver sets off for Hetton only for the sake of his “commercialized relationships” and to upgrade his lesser socialite position in London by getting himself moved up in the social ladder (Ward 2008, p.681-2). Although his motivation is not to entice Brenda but to have a name in the society, he inadvertently deviates Brenda from her roles as a wife and mother by arousing her interest in himself. The more frequently Brenda departs for London, the deeper she succumbs to the high lifestyle of Londoners and her liaison with Beaver. Influenced by the lustre of London society



---

Brenda transforms herself into an active socialite by spending most of her time in London and committing adultery without any pang of remorse. Adultery is one of the vital forces of the upper-class Londoners; since it “is not a sin or even an indiscretion,” most of the female characters of the novel either yearn for it or experienced it before. Secondly, money and status-oriented society enables Mrs. Beaver to let her flats as pied-a-terre for the adulterous affairs, it also gives John Beaver a new status in London and provides the other characters with new gossip for (Davis “Introduction” 2000, xx). The society is run by the commercialized relationships which dominate familial and social spheres. The influence of money on the characters is so powerful that even six-year-old John Andrew, Brenda and Tony’s son, is class conscious. When he is having a small argument with his nanny he calls her “Silly old tart” (Waugh, 1934, p.24) knowing that the nanny earns her living by babysitting him. In the next conversation with his father about the very issue, Tony reminds him what his nanny has been doing for him and his comeback for the question is “She’s paid to” (Waugh, 1934, p.25). As the novel unfolds, the decadence of the London society becomes evident. And John Andrew, as someone from the next generation, “is aware of his social status” and “openly express[es] the snobbery of his class, where the adults are hypocritically more discreet” (Ward, 1987, p.683) in their dealings. Even though the clandestine dealings of the characters, such as committing adultery, renting a secret house in the city, gossiping, striving to be counted as a member of the Bright Young People do seem to be related to the social hypocrisy, they all stem from simple financial self-seeking. Hence, corruption caused by the power of money and the decadence both in individual and social levels can be regarded as the epidemic in the society.

In the background of social and individual debauchery, obtuse Tony becomes the scapegoat of the society which is inflicted with its adversaries. By means of the major tragedies of the death of his son and the betrayal that befalls him, Tony’s obliviousness is transformed into insight where he grapples with the immoralities of the society and people. In addition to this transformation, his awakening to the realities surrounding him is the point where his real quest of self begins. Similar to the other modernist protagonists such as Ford Madox Ford’s John Dowell in *The Good Soldier* and Christopher Tietjens in *Parade’s End*, Tony can be blamed for his downfall because of his naïve and trustworthy disposition and also he is the victim of his illusion. Moreover, excessive tolerance is his another faulty side and before Waugh “embodie[s] tolerance in the character of Tony Last” (Heath 1983, 108) he condemns it as lenity as follows: “It is better to be narrow-minded than to have no mind, to hold limited and rigid principles than none at all” (as cited in Heath, 1983, p.108). Deriving some of his source materials from his own life in the novel, Waugh employs his first marriage as a pattern of the betrayal between Tony and Brenda. Making an autobiographical reference to his unsuccessful marriage with his first wife Evelyn Gardner, Waugh directly presents his own misfortune in the novel as Tony’s. Bearing semblances with Brenda Last, Evelyn Gardner Waugh begins spending much of her time in London and the marriage between he- Evelyn and she- Evelyn (as Waugh himself calls) is threatened; for John Heygate, a friend of theirs, becomes her lover and eventually “she-Evelyn told her husband that she was in love with Heygate and that they had had an affair” which leads to their divorce in the end (McDonnell, 1985, p.11). The decadence of the individual and the society is in such a reciprocal relationship that the more people invigorate it with their wrongdoings, the more London becomes a ground for hypocrisy. While Waugh is criticising the hypocrisy of London society, he also emphasizes that it is the agony of innocent individuals that matters in the novel since they are the ones who are exposed to the vileness of the society which promises no human salvation. Therefore, as Waugh himself writes in the Preface to his alternative ending for *A Handful of Dust*, the novel is written on the theme of “betrayed romantic” which prioritizes the plight of the soul rather than the society (Waugh, 1934, p. 243).

---

As mentioned above, Bright Young People were the quintessential representations of the age with their lifestyle and social circles. In line with this fact, Waugh portrays Brenda and her friends, coquette Polly Cockpurse, eccentric princess Jenny Abdul Akbar, greedy Mrs. Beaver and their affluent parties, shopping routines, luncheons to express the condition of the society. However, Tony's unconditional surrender to Brenda's lifestyle and tolerance to her indifference towards her family strengthen the gravity of the situation. Thus, the point where Tony's quest begins is also the breaking point of the novel where the two opposite sides of the quest is determined: Tony versus Brenda and the corrupt situation of London. The things that Tony has to deal with are closely connected with the depravity of the society that spoils people and it is also the depravity of people that renders the society unscrupulous. Thus, this situation can conspicuously be seen in Brenda's reaction to her son's death. At Hetton, there arranged a hunting party in which John Andrew also takes part under the supervision of the groom Ben. When John is sent back to home on his pony, he is knocked off his pony and falls into the ditch where he instantly dies. Having informed Tony Last about the tragic incident, Jock Grant-Menzies goes to London to find Brenda to inform her about John Andrew's unexpected death. But meanwhile, Brenda is already restless about her lover John Beaver's well-being who earlier leaves for Paris. When Jock tells her that John is dead, she is shocked by the news. Only after Jock explains the hunting party at Hetton she comes to a full realization that it is his son John Andrew who is dead, not John Beaver. Later on, she articulates her subconscious revelation unwittingly as follows "John...John Andrew...Oh thank God..." (Waugh, 1934, p.119). After the death of John, Brenda reveals her relationship with John Beaver and wants a divorce from Tony. In relation to Brenda's double-dealing Beaty suggests that the members of the London society both make an effort to "deceive others, unknowingly delude themselves or inadvertently betray their nefarious designs" (1992, p.95). Hence, Brenda is victimized by her own faulty blurting out her real feelings and in the future, she will be victimized by the society that is abusing her. When she is short of money, John Beaver threatens her with break up, Mrs. Beaver refuses to give her a job and Jenny Abdul Akbar insinuates her husband's well-off condition without giving any solace in her misery.

During his quest, Tony always feels that he is under the attack of both Brenda and the expectations of the society. He becomes part of a false plot of cheating on Brenda in order to enable her to sue him for the divorce. Due to his dignified attitude, Tony and Milly, the prostitute he hired to play the role of a mistress, do not even sleep in the same room but only eat together in the restaurant of the hotel to show people his supposed infidelity. Having lost his son and betrayed his principles with the false plot, this time Tony is forced to face the possible loss of his only belonging Hetton when Brenda's brother Reggie comes to haggle about the alimony she will receive after the divorce. Yet, the amount of money she demands is rather high for Tony so, this means he will be obliged to sell Hetton in order to compensate for his loss. Up until this moment in the novel, Tony has always preserved his tolerant and decent attitude towards everyone, especially to Brenda, however when the only thing he depends upon is at stake he assumes a different attitude and for the first time he defends himself by speaking out his upper-hand situation for the issue of divorce:

Brenda is not going to get her divorce. The evidence I provided at Brighton isn't worth anything. There happens to have been a child there all the time. She slept both nights in the room I am supposed to have occupied. If you care to bring the case I shall defend it and win, but I think when you have seen my evidence you will drop it. I am going away for six months or so. When I come back, if she wishes it, I shall divorce Brenda without settlements of any kind. Is that clear? (Waugh, 1934, p.153).

Mentioning his journey for the first time, the reason for Tony's departure from London to South America is explained in the novel as follows ". . . he wanted to live for a few months away from people who would know him or Brenda, where there was no expectations of meeting

her or Beaver or Reggie St Cloud at every corner he frequented" (Waugh, 1934, p. 161) and this in mind he decides to embark on a journey to Brazil with Dr. Messinger to escape. The title of the chapter, "In Search of a City," is also suggestive referring to the fact that Tony is escaping from the troubles in his life by going to an unknown place. This expedition can also be accepted as a practical manoeuvre of Waugh to "strip his hero of all his Gothic illusions" (Clement, 1994, p.105) and come to terms with himself while he is searching for it. Moreover, in order to be successful in his spiritual quest Tony is supposed to get rid of the habits and values of his old self to gain a new one. Thus, his discovery of his wife's moral degradation along with that of the society is only the first step of this change. As a further move, he needs to be "cured of his romantic dreams such as his attachment to the old decrepit Hetton Abbey" and staunch belief in Victorian ideals (Clement, 1994, p.105). In addition to his spiritual quest to transform himself, Tony in his struggle will discover the true meaning of civilization compared to that of London in terms of its decadence and problematic account. Leading indifferent lives in London, the socialites are unaware of the condition of the other nations and judge them with the values of materially civilized England. When Brenda asks Jock about Tony's safety in Brazil Jock's answer, "Oh I imagine so. The world is civilized now, isn't it?- charabancs and Cook's<sup>i</sup> offices everywhere" (Waugh, 1934, p.175) demonstrates the ignorance of these figures about the other's lives and their false comparisons.

Set off to escape from London, Tony in his quest reaches the land of Macushi people in British Guiana. In the country, he gets prepared for a long journey to Pie-Wie land with Dr. Messinger, an explorer whom he met during his journey. After a long journey on foot, having guided Tony Last and Dr. Messinger, indigenous Macushi people leave the two at night because of the lack of communication between them and more importantly because of the enmity between Pie-Wies and Macushies, they fear to go into their land. Given the title of the chapter, Tony is in some ways like an Arthurian knight who is after the Holy Grail. Nevertheless, although he knows the reason why he left London, he is ignorant of what he is looking for in the Amazon forest apart from his own self. For that reason, in his spiritual quest he is an "ill-equipped [soul] to be the questing knight" (Lobb, 2003/2004, p.138) as Heath suggests "[u]nlike the pure knight of legend, who is guided by faith, Tony does not seek the right goal, and he does not know the right questions. Rather than freeing the maimed king, he becomes one of the denizens of the wasteland, waiting for a release that never comes" (1983, p.120). Thus, not only his spiritual journey is interrupted by disorientation of his soul but also his physical health deteriorates because of their helpless condition in the forest. The companions are left in a destitute condition in the sheer wilderness and they are also physically troubled by the foreign climate and geography. Tony's continual hallucinations and fits of fever control the pace of the journey and he gets unable to move because of the lack of stamina. So, Dr. Messinger is compelled to leave him behind to bring a help for Tony, yet he dies on the way.

Wandering around in his demented and unconscious situation, Tony is found by Mr. Todd, a mulatto residing in Pie-Wie land. This part of the novel is, in fact, Waugh's short story entitled "The Man Who Liked Dickens" which was written before *A Handful of Dust*. Thus, it can be suggested that Waugh, by inserting the story into the novel, writes the story of Tony from the end to the beginning. Mr. Todd, whose name means death in German, carries Tony to his house and heals his delirium with the herbal drink he prepared. Under the ironic appearance of the situation, the help of Mr. Todd is actually the death notice of Tony since his help carries ulterior motives that serve his personal benefit. This benefit that Mr. Todd is trying to acquire is to make Tony read him Charles Dickens' novels, which happen to have been in his house for years. Although the initial depiction of Todd shows him as a man of benevolence, his sinister and darker aspects are implanted in the story in "subtle hints" of the narrator displaying "his promiscuous siring of Indians, his use of shotgun to control them, his knowledge of harmful as

well as beneficial herbs, and his obsession with Dickens” (Beaty 1992, p.99). With the undertones of colonial mind, Mr. Todd takes his position of being mulatto in the environment for granted and establishes a small one-man empire in the wilderness. Besides his mistreatment of the native people, he acts like a tyrant and Tony also gets his share from his tyrannical attitude. This attitude of him is also observed in his making Tony read Dickens’ novels. Though it sounds like an innocent wish of a forlorn man in the forest, later it transforms into a forcible activity he demands every day. According to Greenberg, Mr. Todd’s house in the desolate land can be recognized as the place of uncanny where the “barbarism of wilderness” is juxtaposed with the “savagery of civilization” in London (2003, p.363). Even though Mr. Todd saves Tony’s life, he uses his upper-hand to bargain with Tony. Smearing his good deed with a selfish intention, Mr. Todd reveals himself to be no different from the members of the London society. As soon as Tony recuperates, he wants to leave Mr. Todd’s house to go back. Though Mr. Todd lets him go wherever he wants, he is well aware of the fact that Tony is not going to be able to survive the forest and die anyway. Therefore he withholds Tony without his consent and Tony is left to make a choice between two deaths: starving in the forest or waiting to die while reading Dickens to Mr. Todd.

The reason why Waugh sketched Mr. Todd as a Dickens lover can be observed in the microcosmic world he built for himself. Although he lives in a small indigenous village with the Indians, he leads another life when he makes someone read Dickens’ novels. The plenitude of the characters, stories, and emotions are the only way that connects Mr. Todd with the civilized life out there. He supposes that the Victorian life that Dickens depicted is the civilized life from which he learned many things. Utterly in contrast with the perception of Tony’s contemporary life and society, Mr. Todd is infatuated with the idea of this depiction of civilization. While Tony departed from it to find and save himself, Mr. Todd finds his soul in the books, yet lives in a world of fiction. In other words, he feels alive with Dickens and the novels allow him to create a virtual reality to exercise his social skills, emotions, and reactions as if he was one of the characters. Moreover, Waugh’s other autobiographical parallelism can also be observed in the act of reading Dickens. Because Mr. Todd tells Tony that he loves the way he reads Dickens for it reminds him of his father’s reading. In Greenberg’s article, by reading Waugh’s autobiography, he propounds that Dickens reading was an activity that his father loved to do, especially to his family and friends. Correspondingly, as Greenberg puts “Dickensian scene of domestic novel-reading curiously anticipates (or echoes) Tony’s encounter with Mr. Todd” (2003, p.370) where Dickens plays a connecting role between fact and the fiction. This assumption can also be linked to the seemingly nostalgic and romantic atmosphere of Mr. Todd’s house supported with an autobiographical anecdote. However, it also highlights the opposite, the uncanny reality of Tony’s situation where he is trapped into a homely but creepy locality.

In the official last chapter of the novel, Waugh employs “cinematic narrative technique” (Ward 691) through which the story of the characters in London is recounted in small accounts like the snapshots from their daily lives. Accepting that Tony died in Brazil, Hetton is inherited by his cousins, the last representatives of the Lasts. Teddy Last, who replaced Tony as the master, at the end of the novel aspires to “restore Hetton to the glory that it had enjoyed in the days of his cousin Tony” (Waugh, 1934, p.228). On the other hand, a symbolic tombstone of Tony is erected in the garden to commemorate his name and efforts at Hetton. While the Lasts do pay respect to Tony and follow his footsteps in governing the estate, Brenda proves her fickle disposition by marrying Jock Grant- Menzies who was Tony’s close friend. Despite the fact that Tony died in his escape from all the decadence in individual and social levels, in the last portrayal of Hetton and the high-life of London circle nothing seems to change after his death. Hetton is still on the verge of grasping its former glory and the other characters whom

indirectly or directly caused Tony's downfall retain their lifestyle in London. Thus, in this ending of the novel, Tony seems to be defeated in his quest of himself and the others. Failing in finding the essence of his soul and getting trapped in a situation where he waits for his death, Tony, as the hero of his story cannot rescue himself from the struggles which determine his inevitable death.

Twenty-nine years after the publication of the novel, Evelyn Waugh writes an alternative end to the novel in which Tony comes back from Brazil safe and sound. Associating Tony's expedition with his own trip to Boa Vista in 1933, Waugh explains the reason for this alternative end to the novel as a sheer curiosity and a practical literary manoeuvre which gets his novel published without the ending of his short story "The Man Who Liked Dickens" but with a new one he penned (Waugh, 1934, p.250). In this version of the ending, Tony does not die but somehow succeeds to travel back to England, on the day of his return Brenda comes to pick him up from Southampton with the driver. Leaving her flat in London, she moves back in Hetton and as can be understood in their relationship, there is not any resentment between Tony and Brenda. Their first day together carries not much of distinctive quality than their other days in the past because of the apparent indifference of Tony towards Brenda and Hetton. His careless attitude is observed in his falling asleep in the car at their first meeting after his long journey and his falling asleep for the second time when Brenda tells him about what happened between her and John Beaver. His weariness towards London circle and his wife Brenda is illustrated by his apathetic attitude. Yet, the most significant issue that portrays the new disposition of Tony is his secret agreement with Mrs. Beaver about a flat he wants to keep in London. Behaving like Brenda, Tony wants to keep the same flat in London for himself. Mrs. Beaver, who is always on the relentless money pursuit, confirms Tony's idea to keep the apartment by calling it *necessary* (writer's italic) (Waugh, 1934, p.250). Thereupon, Tony reflects his ideas as follows:

'Exactly. Well I think I shall keep it on. The only trouble is that my wife is inclined to fret a little about the rent. My idea is to use it when I come to London instead of my club. It will be cheaper and a great deal more convenient. But my wife may not see it in that light...in fact...'

'I *quite* understand'

'I think it would be better if my name didn't appear on that board downstairs.' (Waugh, 1934, p.250)

Taking the hints, Mrs. Beaver, who still is a sordid character, promises him to let the flat and sort out the name issue on the board. Tony, like the other people in his circle, paves the way for his possible adulterous relationships that he will have in London. He seems keen on cheating both Brenda and his former moral principles, thus he takes care of small details to secure himself. Later in the chapter, Tony lies to his wife about the flat issue when he is asked. Similar to Brenda's case, though nothing is stated openly, Tony seems to become just like the other characters he despised and finally succumbed to the system of the age by being a dishonest and indifferent type of man. Getting rid of his former principles and beliefs about order, tradition and integrity, Tony, in his journey to Brazil remoulds himself into a man of the age and opts out fighting against the moral, social and individual degradation of the people of the time.

Turning back to the title of the novel, Waugh's both endings prove that wasteland is populated by the people who are only "handful of dust" that lack solemn disposition. Being the victim of the society and his frailties and weak character, Tony, both in the official and alternative ending, is defeated and cannot perform his duties to designate his stance in the society. In the first version of his end he surrenders to his human side by being afraid of dying miserably and submits to Mr. Todd who promises his future death and in the alternative version he seems to lack the willpower to fulfill the requirements of his quest and opts for the easy way

to comply with the rules of the age, becoming one of the reckless Bright Young People of Mayfair circle. Since Waugh's displeased attitude towards his period takes its source from autobiographical elements and his overall distrust to the people of the time, he composes a rather drab future for Tony with a total stalemate. Merging his own experiences with fiction, Waugh not only illustrates his hopeless opinions about modernism but also he justifies his opinions through personal incidents. In correspondence with his ideas of humanism in the novel, Waugh deliberately represents a type of society cut-off from morality and common sense to show the inevitability of human salvation and a possible escape from malice. In a broader perspective, *A Handful of Dust* contemplates upon the unsuccessful quests of the individuals trapped by the corrupt moral values. Upon his failure in his own life, Waugh finds the refuge in Catholicism, yet Tony is not able to do so; hence in the novel, his double-ended failure is presented drearily. All in all, assuming a pessimistic and satiric tone, the novel conflates the individual and social, the innocent and scheming, past and present, order and disorder under the common denominator of the modern plight triggered by the unscrupulousness which pervades into the depths of both the society and the individual.

### References

- Beaty, F. L. (1992). *The ironic world of Evelyn Waugh: a study of eight novels*. DeKalb: Northern Illinois UP.
- Clement, A. (1994). *The novels of Evelyn Waugh: a study in the quest-motif*. New Delhi: Prestige.
- Cunningham, J. (1993). "A Handful of Dust" reconsidered. *The Sewanee Review*, 101(1), 115-124. doi : 10.2307/27546667
- Davis, R M. (2000). Introduction. *A Handful of Dust*. By Evelyn Waugh. London: Penguin.
- Greenberg, J. (2003). "Was anyone hurt?": the ends of satire in *A Handful of Dust*. *NOVEL: A Forum on Fiction*, 36(3), 351-373. doi: 10.2307/1346095
- Heath, J. M. (1983). *Picturesque prison: Evelyn Waugh and his writing*. Kingston-Montreal: McGill-Queen's UP.
- Littlewood, I. (1983). *The writings of Evelyn Waugh*. Oxford: Blackwell.
- Lobb, E. (2003/2004). *Waugh among the modernists: allusion and theme in A Handful of Dust*. *Connotations*, 13, 1-2, 130-43. Date of Access: 16.12.2015, <http://www.connotations.de/wp-content/uploads/2017/07/lobb01312.pdf>
- Maloney, A. (2012). *Bright young things: life in the roaring twenties*. London: Virgin Books.
- McCartney, G. (1987). *Confused roaring: Evelyn Waugh and the modernist tradition*. Bloomington: Indiana UP.
- McDonnell, J. (1988). *Macmillan modern novelists: Evelyn Waugh*. Houndmills: Macmillan.
- McDonnell, J. (1985). *Waugh on women*. London: Gerald Duckworth & Co.
- Nichols, J. W. (1962) Romantic and realistic: the tone of Evelyn Waugh's early novels. *College English*, 24(1), 46-56. doi: 10.2307/373847
- Sykes, C. (1975). *Evelyn Waugh: a biography*. London: Collins.
- Ward, J. (2008). The waste sad time: Evelyn Waugh's *A Handful of Dust*. *English Studies*, 89 (6), 679-695. doi:10.1080/00138380802252909
- Wasson, R. (1987). *A Handful of Dust: critique of victorianism*. J. F. Carens (Ed.), *Critical essays on Evelyn Waugh*, (133-43). Boston: G.K.Hal.
- Waugh, E. (1934). *A Handful of Dust*. London: Penguin.
- Worner, T. (2016). *Christianity or chaos: the life-changing choice of Evelyn Waugh*. Date of Access: 31.07.2018, <https://aleteia.org/2016/08/22/christianity-or-chaos-the-life-changing-choice-of-evelyn-waugh/>

<sup>1</sup> What Waugh means here is Thomas Cook Travel Agency offices.

## History as Fiction: D. M. Thomas's *The White Hotel* as an Example of Historiographic Metafiction

### Kurgu Olarak Tarih: Bir Tarih Yazımcı Üstkurmaca Örneği Olarak D. M. Thomas'ın *Beyaz Otel* Romanı

Elzem NAZLI\*

#### Abstract

D. M. Thomas's *The White Hotel* (1981) narrates the personal history of Lisa Erdman who is mercilessly murdered in the Babi Yar massacre in 1941. The aim of this paper is to analyze the ways D. M. Thomas uses history in *The White Hotel* and discusses the main concern of the novel regarding history and its presentation. In order to make such an analysis, this paper will make use of the arguments in the seminal work of Linda Hutcheon, *A Poetics of Postmodernism: History, Theory, Fiction* (1988), in which she illustrates the properties of "historiographic metafiction" – a category encompassing the postmodern novel whose basic motivation is to question the paradigms of traditional historiography. *The White Hotel* offers an experimental handling of traditional historical representation by dealing with the Holocaust as an historical event. In line with Hutcheon's argumentations, this study claims that through its metafictional qualities, *The White Hotel* deconstructs all the techniques and methods on which traditional historiography builds itself. The characteristics that *The White Hotel* embodies – viz., it blends reality and fiction, problematizes traditional notions of subjectivity, self-reflexively incorporates overtly different literary forms and styles, and employs an unconventional plot structure – contribute significantly to its status as an example of historiographic metafiction. The employment of these experimental techniques inevitably leads the reader to think about the functions of these techniques, the writing process of the novel, as well as the writing process of history in general.

**Keywords:** D. M. Thomas, The White Hotel, Linda Hutcheon, Historiographic metafiction, Traditional historiography.

#### Öz

D. M. Thomas'ın *Beyaz Otel* (1981) adlı romanı 1941'de "Babi Yar" katliamında acımasızca katledilen Lisa Erdman'ın bireysel tarihini anlatır. Bu makalenin amacı, D. M. Thomas'ın *Beyaz Otel* romanında tarihi nasıl kullandığını analiz etmek ve bu romanın tarihe, tarihin betimlenmesine ilişkin temel kaygısının ne olduğunu tartışmaktır. Böyle bir analizi yapmak için Linda Hutcheon'ın ufuk açıcı bir eseri olan *A Poetics of Postmodernism: History, Theory, Fiction* (1988)'daki argümanlarından faydalanılacaktır. Hutcheon bu eserinde, geleneksel tarih yazımı paradigmasını sorgulayan, postmodern romanları da içine alan bir kategori olan "tarih yazımcı üstkurmaca"nın özelliklerini açıklar. Tarihi bir olay olan Yahudi Soykırımını ile ilgilenen *Beyaz Otel* geleneksel tarih, tasvir biçimlerini deneysel bir şekilde ale alır. Linda Hutcheon'ın savları doğrultusunda bu çalışma, *Beyaz Otel*'in üstkurmaca özellikleri dolayısıyla geleneksel tarih yazımının dayandığı tüm metodların ve tekniklerinin yapı sökülmesini yaptığı iddia eder. *Beyaz Otel*'in kurgu ve gerçeği iç içe geçirmesi, öznellik kavramının geleneksel algılanış biçimini sorunsallaştırması, açık bir biçimde farklı edebi tarzları ve üslupları kendini yansıtan bir şekilde kullanması, geleneksel olmayan bir olay örüntü yapısını işe koşması gibi özelliklerin onun tarih yazımcı üstkurmaca'nın bir örneği olarak tanımlanmasına katkı sağlar. Bütün bu deneysel tekniklerin işe koşulması ise okuyucuyu kaçınılmaz olarak bu tekniklerin işlevlerini, romanın yazım sürecini ve daha genel boyutta ise tarih yazım sürecini düşünmeye iter.

**Anahtar Kelimeler:** D. M. Thomas, Beyaz Otel, Linda Hutcheon, Tarih yazımcı üstkurmaca, Geleneksel tarih yazımı.

In its most general sense, historiography is the study of the writing process of history. The nineteenth-century was the classical age of history writing emerging as an academic discipline. Leopold von Ranke, the famous German historian, was the most prominent historian who helped history to gain the status of an academic discipline. This is the time when history found its basic methodology, which is called "traditional" in this paper. Traditional history writing is structured around positivist, scientific, and empiricist ideals. The represented historical events and their narration by the historian are associated with the truth. The historian acts as a scientist during this process by supporting the presentation with evidence such as documents, diaries, artifacts, etc. There is a strict division between factual and fictive details.

\* Arş. Gör. Orta Doğu Teknik Üniversitesi, Yabancı Diller Eğitimi Bölümü, enazli@metu.edu.tr.

---

With the advent of postmodern thought, however, history writing took a different turn. “Postmodern thought,” as Christopher Butler claims, “by analyzing everything as text and rhetoric, tended to push hitherto autonomous intellectual disciplines in the direction of literature” (2002, p. 32). In the second half of the twentieth-century, many philosophers of history and literary critics – such as Hayden White, Linda Hutcheon, Alun Munslow, and Keith Jenkins – appealed to the role of historiography in the constitution of historical facts. Concerning this, the nineteenth-century’s ideals of historiography were subjected to close scrutiny by various scholars, and the vehicles used in traditional writing were problematized. Empiricist ideals were challenged by transgressing the boundaries between fact and fiction. Contrary to the traditional understanding of the historian whose relation to historical events and to reality is never questioned, in postmodern understanding, the historian does not appear as an authority figure, but s/he is self-conscious about the writing process like a fiction writer. The evidence is treated as text rather than as a tool to reach *the* truth. The narrative structure of traditional history is foregrounded to show the fictionality of traditional historical works. Thus, history is treated as a literary artefact rather than a scientific work. The problematization of the sharp distinction between traditional and postmodern historiography is a recurrent formal and thematic issue in many postmodern novels.

Congruent with the discussions concerning the notion of historiography above, this study zooms on in D. M. Thomas’s *The White Hotel* (1981). A novelist, poet, and translator D. M. Thomas is a very notable figure in the literature of postmodernist fiction. In this regard, his most renowned postmodernist novel *The White Hotel* was shortlisted for the Booker Prize in 1981. *The White Hotel* is mainly about the personal history of Lisa Erdman who is mercilessly murdered in the Babi Yar massacre in 1941. *The White Hotel* is so multi-layered a novel that since the time of its publication, it has been a great concern for many scholars and critics. It embraces a wide range of issues, such as the relationship between literary genres, history and fiction, reality and fantasy, modernity and postmodernity, psychoanalysis and history, and the Holocaust and art. The range of issues can also be extended to psychoanalysis and myth, death and sexuality, the individual and the community, woman and war, and memory and reality. As all this suggests, this is a very rich novel open to a wide variety of perspectives. This paper, however, will only look at the novel in terms of its handling of history writing. It analyzes the ways *The White Hotel* uses history and discusses the main concern of the novel regarding history and its presentation. In order to make such an analysis, this paper will make use of the seminal work of Linda Hutcheon, *A Poetics of Postmodernism: History, Theory, Fiction* (1988), in which she illustrates the properties of “historiographic metafiction” – a category encompassing the postmodern novel whose basic motivation is to question the paradigms of traditional historiography. *The White Hotel* offers an experimental handling of traditional historical representation by dealing with the Holocaust as an historical event. In line with Hutcheon’s argumentations, this study claims that *The White Hotel* deconstructs all the techniques and methods on which traditional historiography builds itself through its metafictional qualities. The characteristics that *The White Hotel* embodies – viz., it blends reality and fiction, problematizes traditional notions of subjectivity, self-reflexively incorporates overtly different literary forms and styles, and employs an unconventional plot structure – contribute significantly to its status as an example of historiographic metafiction. The employment of these experimental techniques inevitably leads the reader to think about the functions of these techniques, the writing process of the novel, as well as the writing process of history in general.

Historiographic metafiction refers to the novels that “engage and unveil the parallels between writing literature and historiography suggesting that both are acts of construction that do not reflect or naively represent reality or the past, but (re)invent and shape them from

---



necessarily subjective and ideologically laden perspectives” (Butter, 2011, p. 626). The shift in focus towards the writing process of history entails the problematization of traditional historiography; the writing process of fiction is considered “parallel” with the process of history writing in historiographic metafictional novels. The focus towards the process of history writing is the reason why Hutcheon uses “historiographic” in her label. In a further elaboration of the term, Hutcheon states that historiographic metafiction refers to “those well-known and popular novels which are both intensely self-reflexive and yet paradoxically also lay claim to historical events and personages” (1988, p. 5). So these novels self-consciously include both historical facts and fictive elements at the same time. This characteristic of historiographic metafictional novels finds its expression in the term “metafiction” in her labelling. Therefore, it is possible to conclude that historiographic metafictional novels are both historical and metafictional; to put it differently, the problematizing of traditional historiography is achieved through the mode of metafiction. The prominent novelists who write in accordance with this conceptualization are, as they are exemplified by Linda Hutcheon in *A Poetics of Postmodernism*, John Fowles, Jeannette Winterson, D. M. Thomas, Salman Rushdie, Julian Barnes, Gabriel García Márquez, and Peter Ackroyd, among many others.

Given that historiographic metafiction refers to the novels which problematize the conventional methods of history writing in the mode of metafiction, it seems reasonable to elaborate on the definition of metafiction. The prefix “meta” usually means “above” or “beyond” (“meta-”). When “meta” is combined with “fiction,” it may be referred to as “fiction beyond fiction,” or it can be claimed that it is beyond what is expected from fiction. The term metafiction, as pointed out by Patricia Waugh in her book entitled *Metafiction: The Theory and Practice of Self-Conscious Fiction* (1984), is “the fictional writing which self-consciously and systematically draws attention to its status as an artefact in order to pose questions about the relationship between fiction and reality” (p. 2). Thus metafiction is a mode of writing which makes the problematization of the relationship between fiction and reality possible by constantly referring to its process of construction. In traditional realist fiction, the idea that language “passively reflects the objective world” is dominant; in metafiction, this credo is a matter of question. The questions in metafictional novels are directed towards “the well-made plot, chronological sequence, the authoritative omniscient author, the rational connection between what characters ‘do’ and what they ‘are’, the causal connection between ‘surface’ details and the ‘deep’, ‘scientific laws’ of existence’ in realist fiction” (Waugh, 1984, p. 7). From a related perspective, Linda Hutcheon applies these problematic areas to the writing of history. That is why she labels the postmodernist historical novel as historiographic metafiction.

Before moving into the analysis of the novel in terms of historiographic metafiction, it would be useful to provide a synopsis of the novel. The protagonist Lisa Erdman is a patient of the fictional Sigmund Freud.\* The novel includes Lisa’s first engagement with Freud in 1919 and ends where Lisa is brutally murdered in the Babi Yar massacre. *The White Hotel* is made up of a prologue and six chapters. “The Prologue,” which is written in the form of epistolary narrative, includes correspondence belonging to the early twentieth-century between Sigmund

---

\* D. M. Thomas states in the “Author’s Note” that “the role played by Freud in this narrative is entirely fictional” although his imagined Freud “abide[s]” by some factual details about the historical figure Freud and his case history (1981, p. vii). Additionally, throughout this study, Freud will be accepted as a fictional character unless expressed otherwise.

---

Freud, Sandor Ferenczi,<sup>†</sup> Hanns Sachs,<sup>‡</sup> and Herr Kuhn.<sup>§</sup> These letters are mainly about Freud's patient who suffers from "a severe sexual hysteria" (Thomas, 1981, p. 11). The first chapter of the novel, "Don Giovanni," is a first-person account of Frau Anna G.,<sup>\*\*</sup> in which she displays her hysteria through exaggerated pornographic fantasies and hallucinations in poetic form. Then follows, in "The Gastein Journal," an extended prose version of the same poem, written in third-person narration authored again by the patient herself. The next section, "Frau Anna G.," is Freud's case study of Anna G., the writer of the poem and the journal. Following this chapter, in "The Health Resort," Frau Elisabeth Erdman's life, starting from 1929 to 1936, as well as her correspondence with Freud, is narrated in third-person in the fashion of traditional realism. The next chapter, "The Sleeping Carriage," is set in Kiev during the Second World War on 29-30 September 1941, when the massacre of Babi Yar happened and where "more than 30.000" people died (Quinn, 2004, p. 37). In that sense, this chapter is about the last days of Lisa and Kolya, her stepson. The last chapter of the novel, "The Camp," written in third-person, seems to be set either in actual Palestine or heaven, where all the dead and wounded come back to life.

Hutcheon states that in historiographic metafiction, the distinction between the historical and the fictional is blurred. She claims that history and fiction, previously regarded as different genres, share a common ground in terms of claiming the truth:

Historiographic metafiction refutes the natural or common-sense methods of distinguishing between historical fact and fiction. It refuses the view that only history has a truth claim, both by questioning the ground of that claim in historiography and by asserting that both history and fiction are discourses, human constructs, signifying systems, and both derive their major claim to truth from that identity. (Hutcheon, 1981, p. 93)

Stressing that both history and fiction are discourses, in historiographic metafiction, history is considered equivalent to a fictional work. Similarly, Hayden White, who is one of the leading figures of the postmodern philosophy of history, avers:

Historical narratives are verbal fictions, the contents of which are much *invented as found* and the forms of which have more in common with their counterparts in literature than they have with those in science. (1978, p. 82).

Rather than being scientific, history is, according to White, much closer to art. In this regard, postmodernism highlights the similarity between history and literature. In this respect, to foreground the similar construction of truth in historical accounts and fiction, in historiographic metafiction the line between fact and fiction is opaque to such an extent that history becomes fiction and fiction becomes history. As thus envisioned, the old distinction between history and fiction is removed, and the discourses of the fictional and the factual intermingle to foreground the constructedness of both genres.

One of the most apparent ways of problematizing the distinction between historical fact and fiction is the existence of historical figures in *The White Hotel*. The most significant instance of this is Sigmund Freud and his case history, but the presence of historical figures is not in accordance with official history. If this novel had been written in the mode of the traditional historical novel, the role played by Freud would have been consistent with the actual Freud, or it would have been consistent with historical documents. However, as D. M. Thomas

---

<sup>†</sup> Sandor Ferenczi (7 July 1873, Miskolc – 22 May 1933, Budapest) was a Hungarian psychoanalyst, a significant figure of the psychoanalytic school, and a friend of Sigmund Freud.

<sup>‡</sup> Hanns Sachs (10 January 1881, Vienna – 10 January 1947, Boston) was one of the earliest psychoanalysts and a close personal friend of Sigmund Freud.

<sup>§</sup> Kuhn is represented as the secretary of Goethe Centenary Committee in 1931 in Frankfurt, but there is not any information whether there is really a historical figure named Kuhn or not. So Kuhn may be an entirely fictional character.

<sup>\*\*</sup> Frau Anna G. is the name used by Freud for Lisa Erdman.

self-consciously states in the "Author's Note," in *The White Hotel* the figure of Freud includes fictional (untrue) elements: "The role played by Freud in this narrative is entirely fictional. My imagined Freud does, however, abide by the generally known facts of the real Freud's life, and I have sometimes quoted from his works and letters, *passim*" (p. vii). Although Freud in this novel is consistent with the actual Freud to a certain extent, the historical figure Freud did not have any patient called Anna G. and he did not produce her case history. Hence, Anna G. never existed historically. On the other hand, although Thomas claims that Freud, the letters, and the case history "[have] no factual basis" (1981, p. vii), there are still many similarities with the actual life story of Freud and historical documents. The reader is not able to make a clear-cut distinction between two seemingly separate ways of knowledge. So the reality status of the information cannot easily be granted.<sup>††</sup>

Another obvious instance of mixing reality with fiction shows itself in the way footnotes are used. Conventionally, footnotes are not expected to be used in creative writing; this is rather a practice of traditional historiography. However, while Freud presents Frau Anna G.'s personal history, there are some footnotes used to give extra information about the text. The existence of the footnotes immediately creates the impression in the reader's mind that these are factual writings by Freud. The reader also realizes that these are partly fictional because the historical Freud did not have such a case history. In this way, the boundary between fact and fiction is blurred. As Hutcheon argues, the use of footnotes in historiographic metafiction serves to "undermine the authority and objectivity of historical sources and explanations" (1988, p. 123). The existence of an unknown translator or editor in the novel complicates things further. The footnotes given in brackets refer to the translator's comments on the text. For example, "[In the text there is a play on the word *niederkommen*, which means both 'to fall' and 'to be delivered of a child.']" (Thomas, 1981, p. 102). The implication creates an atmosphere suggesting that "Frau Anna G." is originally written in German and then translated, and that it really belongs to the historical figure Sigmund Freud, which enhances the reality status of the case history. Although the case history is a fictional product of D. M. Thomas, the mixed footnotes invoke the perception that the case history is really written by the historical Sigmund Freud; therefore, this implication disturbs the traditional distinction between fact and fiction by subverting a convention of traditional historiography.

One of the arguments put forward in Hutcheon's *A Poetics of Postmodernism* is that postmodernism attempts to emphasize that the past is only known via texts which are human constructs. Contrary to the truth-claims of traditional mainstream historians in representing the past as it actually was, postmodern history writers are of the opinion that the past is a construct since the past appears only as text.

In arguing that history does not exist except as text, it does not stupidly and "gleefully" deny that the past existed, but only that its accessibility to us now is entirely conditioned by textuality. We cannot know the past except through its texts: its documents, its evidence, even its eye-witness accounts are *texts*. Even the institutions of the past, its social structures and practices, could be seen, in one sense, as social texts. (Hutcheon, 1988, p. 16)

Historiographic metafiction emphasizes the textual nature of historical works and its reference points as documents, evidence, eye-witness accounts etc. The evidence, which is assumed to be the most significant element that distinguishes history from fiction, is treated as text. A consideration of the textuality of everything in postmodern historiography leads in turn to questions of reference. Traditional understanding of reference is that "what history refers to is the actual, real world; what fiction refers to is a fictive universe" (Hutcheon, 1988, p. 142). In

---

<sup>††</sup> The detailed analysis of to what extent the fictional Freud resembles the historical Freud will be made later when intertextuality is discussed. However, that the fictional Freud is also a psychoanalyst may suffice to make the argument that Thomas's Freud resembles the actual Freud.

historiographic metafiction, instead of referring to the observable and physical reality, supposedly historical facts or figures are solely textual products and the only reference they can make is to other texts. Thus, the vaunted status of evidence strengthening the illusion of reality in traditional historiography is shattered in historiographic metafiction.

The self-reflexively intertextual nature of *The White Hotel* is another metafictional strategy that enhances the novel's relation to historiographic metafiction. Of course, traditional historical fiction is also intertextual because it relies on other texts, such as historical documents, interviews, and historical artefacts. However, traditional historical fiction conceals this fact. By contrast, *The White Hotel* emphasizes the intertextual aspect of historical fiction. The novel overtly makes use of other texts mainly from two major areas: Freud and his psychoanalysis, and the Holocaust. The composition of both Freud and his approach in the chapter, "Frau Anna G.," depends to a certain extent on the actual Freud's life and psychoanalytic practices. "Frau Anna G." represents the case history of Anna who has a psychological disorder. It tells how Freud tries to treat Anna by digging her past, including the therapy sessions and interviews. The two texts used by the actual Freud in this chapter are *Beyond the Pleasure Principle* and *From the History of an Infantile Neurosis* (the case history of the Wolf man). The letters, Freud's case study, historical events, and people have a factual basis to a certain extent contrary to what is claimed in the author's note that it "has no factual basis" (Thomas, 1981, p. vii). Yet, that these texts are fictional is also true, for they also contain imaginary sections that are not found in the actual documents. Thus, they both have fictional and factual aspects.

The first letter in "The Prologue," for example, exists as a historical document. Ferenczi writes a letter to Gisela (Palos),<sup>‡‡</sup> containing his impressions of Freud and Jung on a journey to the USA for a conference.<sup>§§</sup> Thomas, however, adds a fictional paragraph for the purpose of blurring the line between fact and fiction.

But you will want to hear about the voyage . . . Jung especially was gripped by the conception of this "prehistoric monster" wallowing through the daylight-darkness towards its objective, and felt we were slipping back into the primeval past . . . (Thomas, 1981, p. 4)

The letter in the novel carries the same date and place (8 September 1909, Massachusetts) but the paragraph quoted above has been added for the author's own purposes. Moreover, some of the characteristics of Anna are borrowed from historical figures although Anna is a fictional character. During the therapy sessions, Anna goes on holiday at Bad Gastein where she produces her lyrical pornographic poem when she was "in a fever of physical desire" (Thomas, 1981, p. 183).<sup>\*\*\*</sup> Similarly, in "the case of Fraulein Elizabeth von R.," the actual Freud recommends his patient, Elizabeth von R., to take a course of hydrotherapeutic treatment at Gastein due to her pains in the legs, where the patient's erotic feelings, as well as her pains, reach their full height (Swinden, 1982, p. 76). Fraulein Elizabeth von R.'s experience is quite similar to Frau Anna G.'s experience. "The Wolf Man's case" is another instance of resemblance; although Freud originally claims that he has cured his patient who had the pseudonym the wolf man, later it appears that he has not cured him totally (Lougy, 1991, p. 95). Just like the historical Freud, in the novel, Freud is not able to cure Lisa fully as a result of therapy. Furthermore, D. M. Thomas states that while he was reading Ernest Jones' biography of Freud, he encountered that one of Freud's patients claimed, as in the chapters "Don Giovanni" and "The Gastein Journal," that she had an affair with Freud's son (Thomas, 1983, p. 1958). Another example is the historical Freud's analysis of "Dora's case." In Dora's case Freud treats bodily

<sup>‡‡</sup> Gisela Palos is "Ferenczi's mistress" (Kahn, 1996).

<sup>§§</sup> The real letter can be found in D. M. Thomas's article entitled Freud and *The White Hotel*.

<sup>\*\*\*</sup> Freud tells Anna to write down her impression after she has come from Bad Gastein. In the next chapter, the reader learns that Anna has hidden the fact that she produced the poem at Bad Gastein.

pain as a symbolic representation of a problem in the past. Dora suffers from a limp which has no apparent organic cause, and Freud diagnoses the limp as a metaphor representing a false step that Dora took in her past (Vice, 2010, p. 45). Dora's situation reminds one of a similar Freudian approach to Lisa's case. A clear example is that according to Freud, Lisa develops bodily pains as a conclusion of her repression of undesired urges such as homosexuality:

The incompatible idea had to be suppressed, at whatever price; and the price was an hysteria. The symptoms were, as always with the unconscious, appropriate: the pains in the breast and ovary because of her unconscious hatred of her distorted femininity. (Thomas, 1981, p. 140)

The same approach, therefore, is used in Anna's case in which the fictional Freud relates her pains to her homosexual urges. Therefore, "Frau Anna G." contains factual or historical details in its fictional universe. The reader always feels lost to what extent s/he is reading fact or fiction. In this regard, the division between fact and fiction is opaque.

Other texts that foreground the intertextual nature of *The White Hotel* are about the Holocaust. In "The Sleeping Carriage" chapter of the novel, Lisa's murder, written in the realistic mode, depends largely on Anatoli Kuznetsov's documentary novel *Babi Yar*, which is about the Babi Yar massacre that took place in 1941.<sup>†††</sup> The Babi Yar massacre occurred after the German troops occupied Kiev, the capital city of Ukraine. More than 30,000 Jews were murdered in three days, and by the time the Germans had retreated from Kiev, the number killed at the Babi Yar ravine was more than 100,000, including gypsies, communists, and Russian prisoners of war (Quinn, 2004, p. 37). In *Babi Yar*, Kuznetsov documents down what he saw at Babi Yar as a 12-year-old witness of the massacre. In *The White Hotel*, the events in the Podol (where Lisa and her stepson Kolya live) and the way Jews are killed and they are thrown into the pit depend on Kuznetsov's novel. Not only do most of the historical events depicted in "The Sleeping Carriage" depend on this documentary novel but also the characters in the novel have some affinities with historical figures, such as Dina Pornicheva and Tolya Semerik who are two of the few survivors of the Babi Yar massacre. Lisa, for example, shares some of the characteristics that Dina Pornicheva has. Dina is an actress in the Kiev Puppet Theatre; Lisa, who was born in Kiev, has been a dancer and an opera singer. Both women are Jewish, but neither is particularly Jewish in appearance and both have non-Jewish surnames (Brown, 1985, p. 67). Lisa also shares some of the characteristics of Tolya Semerik's grandmother. Tolya Semerik's grandmother has the ability to foresee the future, which is similar to Lisa's abilities of clairvoyance:

"[T]he time will come, a terrible time, when the enemy will swarm across the country and all the land will be covered with barbed wire, and there will be metal birds flying in the sky who will peck people with their iron beaks, and that will be just before the end of the world ..." . . . Everything has turned out as Granny foretold – the wire and the iron birds, and I suppose we shall soon see the end of the world. (Kuznetsov, 1970, p. 29)

The grandmother's premonition about the end of the world comes true in *Babi Yar*. Similarly, in *The White Hotel*, Lisa foresees the deaths of many and herself in Babi Yar in a symbolic way just as Semerik's grandmother does. In "The Gastein Journal," in which her absurd looking fantasies and hallucinations are narrated, some events significantly resemble the events in the massacre. The narrator, for example, tells how the guests in "the White Hotel" fall into the pit during a funeral service: "The young woman [Anna/Lisa] saw the mourners fall one by one, into the trench, as if intolerable grief afflicted them, one by one" (Thomas, 1981, p. 72). As in the grandmother's account, in which metal birds are associated with war crafts in the Second World War, in Lisa's journal, falling mourners refer to the people who are thrown into the pit in Babi Yar in 1941. Tolya Semerik, too, bears similarities with Motya in *The White Hotel*.

---

<sup>†††</sup> *Babi Yar* in censored form was originally published in Russia in 1966. The uncensored version was published in 1970 in the UK.

---

Tolya Semerik is the boy who escapes from the ravine with Dina Pornicheva in *Babi Yar*. Like Motya in *The White Hotel*, Tolya tells Dina: “Don’t be frightened lady! I’m alive, too” (Thomas, 1981, p. 250; Kuznetsov, 1970, p. 85).

Thus *The White Hotel* sometimes overtly and sometimes covertly makes use of other historical and fictional texts, hence blurring the boundary between fact and fiction. It is not just that the events are similar to other texts; it is also the properties of many characters that share some common points with historical figures. D. M. Thomas composes a fictional work by using historical events and figures. The deployment of other texts has led to a lot of criticism against *The White Hotel*. Many critics repudiate this novel as it has been either explicitly or implicitly composed by depending largely on other texts ranging from Freud’s case studies to Holocaust documents. If an example is to be given to summarize the charges (not to mention the charges of plagiarism), Martin Amis’s criticism could be discussed regarding the novel’s employment of the eyewitness account of Anatoli Kuznetsov in “The Sleeping Carriage.” The novelist Martin Amis condemns D. M. Thomas, for Thomas, in *The White Hotel*, excessively uses the same dramatic events and figures in the same manner as in *Babi Yar*. He harshly claims that “the testimony is unbearably powerful; it is the climax of the novel; it is, in plain terms, the best bit – and Thomas didn’t write it [himself]” (Amis, 2002, p. 142). Amis accuses Thomas of lacking the ability to create his own original piece about the Babi Yar scene in “The Sleeping Carriage,” which is, according to Amis, the most powerful looking section of the novel. However, Amis seems to ignore the rest of the novel and the meaning emerging from the whole novel. Confining the intertextual nature of the novel only to the discussion of plagiarism, or to the discussion of the writer’s ability/inability in this novel, would be a shallow misreading. Ignoring how the novel questions the reality status of the representation of any event in the Holocaust would be trivializing the magnitude of the subject and reducing it to a shallow platform. This, at the same time, would be doing injustice to the writer and to the novel. A worthwhile attempt, instead, would be to discuss the reason why the author uses these texts and to try to understand the implications of this practice. This would make a better contribution to the literary criticism of the novel. By using these techniques, for example, the novel may self-reflexively be trying to highlight that any account is a text and hence a construct with a high potential of unreliability. Therefore, the novel’s employment of many other texts can be seen as a way of emphasizing the intertextual nature of all historical accounts, which were traditionally assumed as original and representing the truth.

Linda Hutcheon presents another important aspect of historiographic metafiction as the problematization of Cartesian subjectivism. The subject (historian, narrator, character, or implied author), conventionally thought, was a unified, self-sufficient, and coherent being who could observe the empirical world and produce objective knowledge by rationally interpreting them. The historian plays the role of a scientist by searching the eye-witness accounts, artifacts, governmental documents, etc. concerning an event that happened in the past from an objective perspective, which White calls “the innocent eye” (1978, p. 53). The historian has an unshakable confidence in producing and representing her/his knowledge about the past. In a similar way, the historian approaches historical figures as unified subjects that can be clearly analysed and understood. This is similar in traditional historical fiction too: The historical characters are portrayed rationally, and there is not any inconsistency or uncertainty in the formation of the subject. By contrast, in historiographic metafiction, the subject seems dethroned from its old place. Hutcheon designates two ways of creating this problematization in novels: “multiple points of view” or “resolutely provisional and limited” point of view (1988, p. 11). In both approaches the subject is never sure about the past. The readers are left on a shaky ground where they are never certain about the truth of the past. In both of them, subjectivity is challenged against the totalizing approach of traditional historians/narrators. In

---

contrast to the traditional historian/narrator whose function is to represent historical account as the truth, most of the time the narrator is unreliable and fragmented in historiographic metafictional novels. For instance, in Salman Rushdie's *Midnight's Children* (1981), the protagonist, Saleem Sinai is so fragmented a character that his body, like the history of India of the time, falls apart towards the end of the novel (Hutcheon, 1988, p. 118). This fragmentation creates narrative holes that need clarification by the reader, and this leads in return to the comprehension of the narrator and narrative as a human construct. In addition to this, the illusion of reality created by the authority of the traditional historian and the novelist is broken through the problematization of subjectivity.

*The White Hotel*, too, problematizes the Cartesian understanding of the subject in historiography by employing a protagonist (Lisa) who is almost impossible to define because she lacks unity and a stable vision about herself.<sup>+++</sup> The protagonist's religious identity is complicated, and this functions as a means of preventing her from building a stable identity. Her mother is a Polish Catholic, while her father is a Russian Jew. Yet, she does not admit her Jewish identity until the very end when she realizes that there is no escaping the murder in Babi Yar (Thomas, 1981, p. 239). The name of the protagonist can be accepted as an indicator of her unstable identity, too. In traditional historical narrative, the identity of historical figures is introduced at the beginning, and it is never problematized. In *The White Hotel*, however, until Freud's case history, the reader does not know the real name of the protagonist. In Freud's case history the reader first comes across her name as Anna G. (Thomas, 1981, p. 90).<sup>§§§</sup> The real name, Frau Elizabeth (Lisa) Erdman, is introduced in "The Health Resort," in which Lisa's life after Freud's treatment is narrated (Thomas, 1981, p. 147). After she is married to Victor Berenstein, who is a Russian Jew, she gets his surname. When Lisa is asked her name at the beginning of the final chapter "The Camp," she hesitates in giving her name. Is it Berenstein (her husband's), Erdman (her German name), Morozova (her maiden name), or Kanopnicka (her mother's maiden name)? (Thomas, 1981, p. 258). Thus Lisa has so many names that she is not sure which one defines her. This is yet another indication of how Lisa does not have a stable identity. As Hutcheon states, "Surely *The White Hotel* is . . . about the impossibility of a 'fixed subject-vision,' about the 'uncertainty of vision'" (1986, p. 79).

"What 'engenders' Lisa is a series of discourses," says Hutcheon (1988, p. 171). In each chapter the protagonist's subjectivity is reformulated. Once the reader constructs a stable identity for Lisa, it is immediately deconstructed. Linda Hutcheon describes Lisa's subjectivity as follows:

The female protagonist is not fully or consistently a traditional Jamesian center of consciousness with whom the reader can identify as subject. Nor does she seem to be the reflection of any authorial subjectivity upon which she might be based. Instead, she is presented as the "read" subject of her own and of others' interpretations and inscriptions of her. She is literally the female product of reading. (Hutcheon, 1986, p. 80)

In "The Prologue," Lisa is constructed by the letters between psychoanalysts. Later, the details of her character are given through her pornographic poem and its extended prose version. In the following chapter, she is formulated through a psychoanalytic perspective by Freud. In the next chapter, "The Health Resort," the character is given other dimensions from an unknown third-person's perspective. Following this, in "The Sleeping Carriage," Lisa's life is narrated by a distant narrator. As it is explained by Hutcheon, "she [Lisa] is presented as the read subject

<sup>+++</sup> In this novel, history writing is treated in two distinct but related ways. The first is the construction of the individual history of Lisa Erdman through a variety of means, and the second is the representation of the Holocaust, which is also an event that terminates Lisa's personal history.

<sup>§§§</sup> This is the pseudonym given by Freud to "protect" the patient's identity.

of her own and of other's" (1988, p. 161). As Vieira emphasizes, the subject is never "composed":

But to say that the subject is "composed" through these discourses is not accurate. Better to say that the subject is decomposed or deconstructed because we never get at whatever it is that constitutes Lisa Erdman. Rather than adding to a coherent self, these chapters undermine previous compositions of the self; not only do we find that we have not known the whole truth, but we discover that we have been fooled by our preconceived judgments and have grossly misinterpreted the subject; I am thinking of Freud's, and I might add our, tendency to read Lisa's telepathy as revealing her past, rather than prophesying her future. (Vieira, 1993, p. 122-23)

Through Freud's reading of Lisa's past, the reader is allowed to formulate a fixed subjectivity, and s/he thinks that the patient definitely has a psychological disorder which has its roots in her childhood, but events suggesting close links with Lisa's symptoms occur in her future. Freud tries to fix her identity, but in the end of the novel, it is suggested that Freud may have been wrong in the first place because he related her situation to her past and to "severe sexual hysteria" (Thomas, 1981, p. 11). At the end of the novel, however, the reader has received the impression that Lisa's symptoms were primarily related not to her past but to her future, when she would suffer severe injuries in the Babi Yar massacre. In that sense, the second part of the novel falsifies, to a certain extent, the first part including Freud's reading of Lisa's past.

Lisa herself cannot construct a stable subject vision either. She is not able to form a fixed perspective about the events around herself, contrary to the traditional understanding of the subject who can observe the empirical world and produce consistent knowledge. In the chapter "The Sleeping Carriage," Lisa does not understand that she is going to die until the last minute. The narrator even portrays a German soldier and a Ukrainian policeman from Lisa's perspective as if she felt sympathy for the soldiers who would soon be responsible for her death: "It was hard not to admire his striking looks and air of authority; and equally hard not to feel, now, a grain of sympathy for the soldiers and police who were having to control the swearing, bad-tempered crowd" (Thomas, 1981, p. 237). Apart from that, Lisa has many forgotten memories which are thought to be crucial elements that form her. These forgotten memories are brought to the surface and a past is constructed for Lisa with the help of Freud. However, there are serious gaps here as well. Lisa sometimes deliberately subverts the events in her past for various reasons. After having read the case study and believed in the truth of the information provided there, the reader is surprised to read much later in "The Health Resort" chapter that much of the information provided in the case history was wrong simply because Lisa lied to Freud about certain of her experiences or had preferred not to refer to some of them. In a correction letter to Freud, for example, she confesses not having told him about a traumatic sexual event in her childhood, which might have been crucial in Freud's study of her:

[T]here are other deceptions which were, and I've decided I ought to tell you [Freud] about them, for you may feel that your case study needs changing – or even abandoning. I shan't blame you if you hate me for all the lies and half-truths I told. . . . On one occasion in my childhood I wandered onto Father's yacht when I wasn't supposed to, and I found my mother, and my aunt and uncle, there all together, naked. It was such a shock, I thought I was seeing my mother's (or perhaps my aunt's) face reflected in a mirror; but no, they were both there. (Thomas, 1981, p. 184)

This and similar revisions in the novel continually disorientate the reader, making her/him unable to put the parts together to form a meaningful whole. Since Lisa, as a character, is not a reliable personality or consistent subject, how can a traditional narrator/historian represent her as a stable subject? *The White Hotel*, therefore, "can be seen as a novel that overtly challenges both the realist novel's representation of the world of consistent subjects who can offer an origin of meaning and action and also its presentation of a reader position from which the text is easily understandable" (Hutcheon, 1988, p. 169). Thus, the novel questions the understanding of the traditional subject in historiography and historical fiction.



Another important characteristic of historiographic metafiction, which is closely related to the problematization of traditional notions of history writing such as objectivity or neutrality, is self-consciousness/self-reflexivity of the text, which means the “theoretical self-awareness of history and fiction as human constructs” (Hutcheon, 1988, p. 5). In traditional historical writings, the role of the historian is supposed to be one of the most important elements in the constitution of reality. S/he is assumed to be the sole authority over the account. The historian constructs the account in a way that one does not need to question the reality status of what is given. However, in historiographic metafiction, the implied author is fully aware that what s/he produces is a human construct, and deliberately emphasizes this feature which indirectly undermines the authority of the historian. The narrator in the historiographic metafictional novel is one of the elements that shows the self-consciousness of the text. The narrator systematically draws attention to the work’s status as a construct. As Kirca rightly puts it: “The presence of a self-conscious narrator who points to the rhetorical devices constructing the text is a means of breaking the illusion of reality” (Kirca, 2009, p. 14). In practice, the narrator in historiographic metafiction explicitly discloses the writing processes (e.g. by making comments on what s/he writes) to show that reality is a construct. The self-reflexivity of these novels allows the reader to gain critical insight or “incredulity” towards what is represented in the novel itself. To put this in Waugh’s terms, self-consciousness helps the reader to “explore the possible fictionality of the world outside the literary fictional text” (1984, p. 2). In this way, the critical insight leads the reader to revise her/his early readings about history in terms of the representation of reality and to question the legitimacy of what is given as *the truth*. Serpil Oppermann explains the function of self-conscious writing as follows:

In historiographic metafictional novels, the way history is presented draws attention to how historical facts are created. In this way, the basis of empirical epistemology is destroyed as a whole. Consequently, the plausibility of the truths that traditional realist theory uses as criteria becomes debatable as well. (Oppermann, 2006, p. 52; my translation)

The significance of this proposition is that the emphasis on the metafictional nature of postmodern historical fiction creates an opportunity for questioning or rethinking the claims of truth in traditional historical writing or all writing. The self-consciousness/self-reflexivity of historiographic metafictional novels may have its effect on many aspects of the narrative. The traditional employment of narrative structure, causal relationship, and linear time-sequence in both historical accounts and historical novels are vigorously contested in historiographic metafiction by referring to their construction process. For instance, one of the ways this is done is through narrative discontinuity. The author intrudes into the narrative and makes comments.\*\*\*\* Waugh contends that “through continuous narrative intrusion, the reader is reminded that not only do characters verbally construct their own realities; they are themselves verbal constructions, *words* not *beings*” (1984, p. 26). The centrality of language in the constitution of meaning and reality is therefore more specifically emphasized through self-reflexivity. Similarly, the nineteenth-century narrative continuity is threatened by problematizing the narrative closure (death, marriage; neat closure) to foreground how writers and readers construct endings as in Fowles’s *The French Lieutenant’s Woman* (1969), where multiple endings – three different ones – are employed (Hutcheon, 1988, p. 59). This openness and flexibility in narrative closure destroy causal relationships and linearity at the same time. The reader cannot steady her/himself for any fixed perspective to identify the causes of what

---

\*\*\*\* This convention was already present in the nineteenth-century realist novel, but it is not an example of metafiction. Instead, “it functions mainly,” as Waugh mentions, “to aid the readerly concretization of the world of the book by forming a bridge between the historical and the fictional worlds” (1984, p. 32). In other words, the fictional and the factual are complimentary in nineteenth-century realist novels. However, what metafictional novels do is to foreground the “ontological distinctness of the real and fictional world” (Waugh, 1984, p. 32).

comes later. Thus, the rational narrative structure of the traditional way of history writing is problematized by making the reader focus on the techniques employed.

The multiplicity of literary forms/styles is another characteristic of *The White Hotel* that makes it historiographic metafiction. D. M. Thomas constructs each chapter in a different literary form and style. Using, respectively, epistolary narrative, poem, prose, case history, traditional realism, documentary realism, and allegoric vision, the reader is left in a shaky ground in terms of making sense of the events narrated and their relation to historical reality. Each different form and style has a certain function through which the reader is directed to a certain interpretation of the events. "Genre," as Robert Eaglestone writes, "is not a just way of writing: it is simultaneously a way of reading, too" (2004, p. 6). Thus each chapter implies to the reader what s/he will read and how s/he will read it. What is more, in each subsequent chapter, there are some extensions, revisions, and modifications of earlier chapters. It would not be wrong to suggest that the whole novel is built on constructing a reality and deconstructing that reality.

The epistolary form in "The Prologue" creates the impression that the patient has definitely some problems with her past. The patient's poem, the product of her imagination, has many sexual, symbolic details and catastrophic details, and it encourages a reading of the patient's past from a psychoanalytic perspective.

I gave birth to a wooden embryo  
its gaping leaps were sucking at the snow  
as it was whirled away into the storm,  
now turning inside-out the blizzard tore  
my womb clean out, I saw it spin into  
the whiteness have you seen a flying womb. (Thomas, 1981, p. 21)

The persona gives birth to "a wooden embryo," her "womb" is cleaned, and the embryo flies. As it is previously evoked that the patient is ill (Thomas, 1981, p. 11), the reader thinks that her writings have "symbolic meaning" which has its ground in the protagonist's childhood. Once the reader is engaged with the poem, s/he immediately establishes the relationship with the patient's damaged psychology and the necessity of a Freudian approach, which has previously (via letters) been evoked in the reader's mind. Following this chapter, the reader is introduced with the prose version of the same poem. "The poem and the journal with its intense sexual imagery cry out for a Freudian interpretation" (Tanner, 1991, p. 139). The following chapter then gives the analysis of the patient in the form of Freud's case history. At the end of "Frau Anna G.," the reader has a firm belief that the illness of the patient stems from her childhood experiences and that the patient is almost cured. Thanks to Freud's help, the patient's repressed memory has come to the surface, and Freud has made her encounter with her past possible, and recovery is mostly achieved.

In "The Sleeping Carriage," however, the protagonist's life after Freud's treatment is introduced to the reader in the mode of realism. The reader is inclined to believe the events in this chapter are representing the truth about Lisa since the events are described in a realistic setting and mode. For instance, in Lisa's poem, there is a fire in the hotel (Thomas, 1981, p. 20), and the reader treats it as Lisa's imaginative product. Freud then relates this detail to an incident in Lisa's childhood: Lisa learns that her mother has died as a result of "a fire that destroyed the hotel in which she [Lisa's mother] was staying" (Thomas, 1981, p. 93). However, later in the novel, in "The Sleeping Carriage," another hotel fire incident appears again during Lisa's adult years. Occupied by the German troops, the luxurious flats of Kreshcatik in Kiev, which can be related to the "white hotel" in her poem, are exploded by the Russians (Thomas, 1981, p. 233). Although the events are referred back to the patient's past in Freud's case history, similar events are realistically portrayed in Lisa's future in "The Sleeping Carriage." As a result,

Freud's whole analysis and way of looking at the protagonist's life is demolished and replaced by other constructions. The reader is left in a difficult position, being unable to decide which version is correct. The novel never provides the reader with any firm belief about the actual past (if there is any). The novel plays with forms to leave the reader on a fluid floor. There are always questions on the reader's mind about the truth status of Lisa's past:

Its multiple and often contradictory forms and points of view (first-person poem, third-person expansion of it in prose, "Freudian" case history, third-person limited narration, first-person epistolary form used by many characters) call attention to the impossibility of a totalizing narrative structure. (Hutcheon, 1986, p. 83)

Although different chapters are written in different genres and literary forms, all of them share similar qualities in terms of reflecting the truth. In each different mode, the expectation of the reader is confounded as to who Lisa is and whether she really foresees the future or not. There is not any hierarchical order between these modes in terms of truth in the past since neither genre nor form leads the reader to a firm conclusion about Lisa's life. The novel does not provide a stable way of reading. As a result of an overt play with genres and forms, the reader cannot construct a stable interpretation about Lisa's past. So, if it is seen from the representation of the history of a person, the suggestion is that one can never have a fully reliable construct.

Multiple narrators and points of view are other aspects of *The White Hotel* that separate it from traditional historical fiction. The traditional historical fiction writer usually employs an omniscient third-person narrator to compound the reality effect. However, in *The White Hotel*, the multiplicity of narrators and perspectives is one of the reasons of not reaching a stable and monolithic conclusion about the novel, and this strengthens the novel's ambivalent atmosphere concerning the truth about the patient's past. "The narrative unity within each section of the novel is disrupted by the start of another section with a different point of view" (Hutcheon, 1986, p. 84). Freud's letters to Ferenczi and to Herr Kuhn in "The Prologue," although limited, give insights into Lisa Erdman's case. Lisa's poem in the first person and journal in the third-person are written by the patient herself. Then Freud's account of the protagonist life in the form of a case history is introduced, and the reader constructs the patient's past. The remaining three chapters – "The Health Resort," "The Sleeping Carriage," and "The Camp" – are third-person narratives. In these third-person narratives, however, the point of view does not always belong to Lisa. Although in "The Sleeping Carriage" Lisa is generally the focalizer, it starts with her stepson's perspective abruptly, and then the focalization passes to Lisa again. A similar construction is also present at the end of the chapter. After Lisa and Kolya are thrown into the pit, the events are interestingly narrated from another's perspective, which belongs to Dina Pronicheva, one of the few survivors of the massacre:

An SS man bent over an old woman on her side, having seen a glint of something bright. His [a soldier] hand brushed her breast when he reached for the crucifix to pull it free, and he must have sensed a flicker of life. Letting go the crucifix he stood up. He drew his leg back and sent his jackboot crashing her left breast. (Thomas, 1981, p. 248)

The "old woman" who is crushed by the soldier is Lisa, and "her" refers to Dina Pronicheva. Lisa has been the focalizer up to the point when she is murdered in Babi Yar. In this quotation, Dina is the focalizer. The multiplicity of narrators and perspectives puts the reader in a difficult position to build a coherent perspective about the historical event. This characteristic of the novel also undermines the role of the traditional historian which is to construct a clear, consistent, and meaningful account.

The unconventional chronology and plot structure of *The White Hotel* also contribute greatly to the novel's status as historiographic metafiction. In traditional narratives, time flows forward and is linear. The events follow such a pattern that an event leads to another event successively, and therefore the causal connections are easily established. Contrary to linear

succession of the events in forward elapsing time sequence in traditional history writing, in *The White Hotel*, the events do not follow a coherent structure. There are letters at the beginning of the novel, but it is not clear why they are there. The first letter is written in 1909, and the last is written in 1931. Although most of the events in the novel take place before 1931, the last letter appears first. There is a poem and a prose version of it, but no one knows when they are written, what purpose they serve, or why they are written. The questions are answered much later by Freud in the chapter “Frau Anna G..” The reader is informed that the psychoanalyst has asked his patient to write down her impressions of her holiday at Bad Gastein (Thomas, 1981, p. 113). Although Freud has asked this after he has started examining Lisa, the poem and the journal appear first. In conventional fiction, the narrative would instead start with Freud’s case history. Thus, the time sequence is so chaotic that there is not any coherence between the chapters.

The arbitrary narrative closure in *The White Hotel* is another component of historiographic metafiction that questions the neat narrative closure in traditional historical fiction. In traditional historical fiction, closure is neatly drawn because all the events that have been narrated before serve the closure. At the same time, the closure gives legitimacy to the previous events. If there is a proper closure in the narrative, then all the questions are answered and the order is established. It may be the order itself (or the illusion of the order) that makes people believe a historical construction. However, the closure – the final chapter titled “The Camp” – in *The White Hotel* does not fit this traditional understanding. In the previous chapter, it has been narrated that Lisa, as a Holocaust victim, was bestially murdered in the Babi Yar ravine in 1941. Although the portrayal of the massacre is quite realistic, in “The Camp,” Lisa, strangely, comes back to life in another realm. This kind of ending is, in its simplest meaning, a completely unsuitable ending for any conventional narrative and hence for traditional historical fiction since they are highly concerned with representing the truth about the past. Because no one can come back to life again in reality, this ending is traditionally not suitable. In that sense, this section is “the perfect anti-closure” as Hutcheon calls it (1988, p. 176).

Another reason that makes “The Camp” contradict traditional closure is its uncertainty. “The Camp” simultaneously consists of two distinct discourses: fantastic and historical. It is fantastical because it is a portrayal of an afterlife; it is historical because it looks like a depiction of Israel. The simultaneous presence of two different discourses can be seen in the opening of this final chapter. The first paragraph of the chapter is like a continuation of the previous chapter in which the Jews believed that they were sent to Palestine by train instead of being massacred in Babi Yar.<sup>††††</sup>

After the chaos and overcrowding of the nightmarish journey, they spilled out on to the small, dusty platform in the middle of nowhere. They struggled over a little bridge; then it was good to breathe the sweet air, and to be ushered through without bullying or formalities. Outside, there was a line of buses waiting. (Thomas, 1981, p. 257)

Just as the Nazis promised them in “The Sleeping Carriage,” they arrive at Palestine after “the chaos” of Babi Yar. The reader is provided with some places where Lisa and other characters stay, namely, Cana (Thomas, 1981, p. 266), Emmaus (p. 262-264), Dead Sea (p. 272), and the mountains of Bethel (p. 264). Although these actual places are allusions to the Bible, there are studies that associate these places with some locations in Israel and Lebanon.<sup>††††</sup>

However, that the characters come back to life adds a fantastic element to this realistic representation. Lisa reunites with all of her family members, Freud and his daughters, her friend Luiba Shchadenko and her children, Kolya’s mother Vera, Ludmila Kedrova, her friend in

---

<sup>††††</sup> Lisa and many others who were sent to death in Babi Yar thought that they were leaving for “Palestine” (Thomas, 1981, p. 232).

<sup>††††</sup> Additional information about these places can be obtained from *Catholic Encyclopedia* website.

Petersburg etc. In a sense, it is also close to the portrayal of afterlife where characters meet and problematic aspects in life are getting better. The two different discourses, reality and fantasy, come together in this chapter. Linda Hutcheon claims that this chapter foregrounds the arbitrariness of closure, which is also a characteristic of historiographic metafiction:

All the narrative ends are tied up: characters meet and sort out their difficulties (even the abandoned cat reappears). Yet it is fundamentally inexplicable by normal narrative logic, and its time (after Lisa's death?) and place (Israel?) cannot be fixed with any certainty. What this ending does is foreground the arbitrariness of traditional novelistic closure, while nevertheless allowing, even demanding, it. (Hutcheon, 1988, p. 176)

There is an ambiguity because realistic and fantastic elements are processed simultaneously. The characters still bear the traces of the wounds that they have in their previous life. Freud "attempt[s] to eat" food with his "heavily bandaged jaw" (Thomas, 1981, p. 260). Lisa's mother has "dead skin" on her left side from face to foot (Thomas, 1981, p. 266). Thus, it is neither a perfect portrayal of an afterlife nor a portrayal of real life; it is neither heaven nor Palestine but a mixture of them. Contrary to its practice in traditional history writing where closure reinforces moral values with its monolithic structure, it is quite possible to claim that the final chapter here provides the reader with multiple endings or uncertainty where the reader can adopt any approach. It could also be argued that this kind of ending disturbs the understanding of linearity and the assertion of moral values expected of a traditional historical narrative. It is hard to observe any emancipatory situation in this ending because it stands inconsistent with, and independent of, the previous sections. It does not offer any monolithic approach because it is ambivalent. Therefore, it is against a monolithic perspective in its celebration of multiplicity and ambiguity.

In the light of the above discussion about the employment of experimental techniques, it has been argued that *The White Hotel* is a powerful example of historiographic metafiction. In *The White Hotel*, the boundary between historical fact and fiction is so opaque that the reader has difficulty in making this distinction; also, the way of constructing factual and fictitious details foregrounds the parallelism of both. Freud's case history of Lisa enhances the metafictional effect because the case history can be read as a suitable example of how traditional historiography constructs past events. The intertextual aspect of the novel containing borrowings from Freud's works and Anatoli Kuznetsov's *Babi Yar* attracts the reader's attention to the novel's writing process, which shows that fictional and factual narratives undergo the same process of construction. The multiplicity of literary forms and genres enhances the ambivalence of the reality status of the events and makes the reader question their functions. The multiplicity of the narrators leaves the reader on a slippery ground so that s/he is not sure whether Freud's or Lisa's narration of past events is correct. The presence of Freud and his case history constantly lead the reader to think of the novel as an artefact. The novel employs an anti-linear plot structure since the events do not chronologically proceed successively. The proper beginning, middle, and end structure is disturbed by employing an arbitrary and unsuitable ending in *The White Hotel*. This way of constructing the novel, which makes use of many unconventional techniques to draw attention to the writing process, makes the novel highly self-reflexive. The narrative techniques employed foreground how the traditional novelist creates the illusion that what s/he represents corresponds to the truth. Furthermore, the novel uses historical figures and events and creates confusion as to the boundary between fact and fiction in order to undermine historical representation both in fictional and nonfictional historical writings. Thus, D. M. Thomas breaks the conventions of traditional historical fiction and undermines traditional methods of historiography in *The White Hotel*.

### References

- Amis, M., (2002). The D. M. Thomas Phenomenon. In Martin Amis, *The War against Cliché: Essays and Reviews 1971-2000* (pp. 141-145). London: Vintage, 2002.
- Brown, L. F. (1985). *The White Hotel: D. M. Thomas's Considerable Debt to Anatoli Kuznetsov and Babi Yar*. *South central review* 2(2), 60-79.
- Butler, C., (2002). *Postmodernism: A Very Short Introduction*. Oxford: Oxford UP.
- Butter, M., (2011). Historiographic metafiction. In Brian W. Shaffer (Ed.) *The Encyclopedia of Twentieth-century fiction* (pp. 626-630). Chichester: Wiley-Blackwell. *Catholic Encyclopedia* (2012). Retrieved 13 Aug 2016 from: <http://www.newadvent.org/cathen/>.
- Eaglestone, R., (2004). *The Holocaust and the postmodern*. New York: Oxford UP.
- Fowles, J., (1969). *The French Lieutenant's woman*. Boston: Little, Brown.
- Hutcheon, L., (1988). *A Poetics of postmodernism: History, Theory, Fiction*. London: Routledge.
- Hutcheon, L., (1986). Subject in/of/to History and His Story. *Diacritics* 16(1), 78-91.
- Kahn, S. K., (1996). *Ferenczi's Mutual Analysis: A Case Where the Messenger was Killed and his Treasure Buried*. Retrieved 02 Aug 2016 from: [http://pandc.ca/?cat=sigmund\\_freud&page=ferenczi\\_mutual\\_analysis](http://pandc.ca/?cat=sigmund_freud&page=ferenczi_mutual_analysis).
- Kırca, M., (2009). *Postmodern historical novels: jeanette winterson's and salman rushdie's novels as historiographic metafictions*. Retrieved 10 Jan 2016 from: <http://library.metu.edu.tr/search~S4?/Xmustafa+k{u0131}rca&SORT=D/Xmustafa+k{u0131}rca&SORT=D&SUBKEY=mustafa+k%C4%B1rca/1%2C8%2C8%2CB/frameset&FF=Xmustafa+k{u0131}rca&SORT=D&5%2C5%2C>.
- Kuznetsov, A. A., (1970). *Babi Yar*. Trans. David Floyd. New York: Washington square press.
- Lougy, R. E., (1991). The Wolf Man, Freud and D. M. Thomas: Intertextuality, Interpretation, and narration in *the white hotel*. *Modern language studies* 21(3), 91-106.
- Oppermann, S., (2006). *Postmodern tarih kurami: Tarih yazimi, yeni tarihselcilik ve roman*. Ankara: Phoenix.
- Quinn, E., (2004). *History in literature: A reader's guide to 20th-century history and the literature It inspired*. New York: Facts on file inc.
- Rushdie, S., (1981). *Midnight's children*. London: Picador.
- Swinden, P., (1982). D. M. Thomas and *the white hotel*. *Critical quarterly* 24(4), 74-80.
- Tanner, L. E., (1991). Sweet Pain and Charred Bodies: Figuring violence in *The white hotel*. *Boundary 2*. 18(2), 130-149.
- Thomas, D. M. (1983). Freud and *The White Hotel*. *British medical journal (Clinical research edition)* 287(6409), 1957-1960.
- Thomas, D. M. (1981). *The white hotel*. New York: Penguin.
- Vice, S., (2010). *Holocaust fiction*. London: Routledge.
- Vieira, G. C., (1993) No place for Utopia: Postmodern Theory and *The white hotel*. *Utopian Studies* 4(2), 117 – 127.
- Waugh, P., (1984). *Metafiction: The theory and practice of self-conscious fiction*. London: Methuen.
- White, H. V. (1978). *Tropics of discourse: Essays in cultural criticism*. Baltimore: Johns Hopkins UP.

## The Image of Ibrahim Pasha in Early Modern English Drama: Thomas Kyd's *The Tragedy of Soliman and Perseda*

### Erken Modern Dönem İngiliz Tiyatrosunda İbrahim Paşa İmgesi: Thomas Kyd'in *Suleyman ve Perseda'nın Trajedisi*

Işıl Şahin GÜLTER\*

#### Abstract

In *The Tragedy of Soliman and Perseda*, Thomas Kyd tends to portray Sultan Suleyman's reign in the context of sixteenth century Ottoman - European relations. In the aftermath of Sultan Suleyman's succession to the throne, Ottoman Empire expands its borders towards European territories conquering strategic holds such as Belgrade, Rhodes and Buda. Ottoman westward expansion increases cultural interaction between the Ottomans and the Europeans. More specifically, Ottoman presence in the Mediterranean stimulates Anglo-Ottoman relations. As a result of cultural interaction, the English playwrights frequently people their plays with Ottoman characters and historical episodes. Especially Sultan Suleyman, called 'Magnificent' in Europe, is widely depicted on the English stage. However, in this study, it is aimed to analyze Kyd's Erastus character constructed on the historical figure Ibrahim Pasha, since Ibrahim Pasha is regarded as one of the prominent figures of Sultan Suleyman's reign. Ibrahim, who is presented to the service of Suleyman in the years of his princely governorate in Manisa, becomes Suleyman's 'favorite' in a very short time. In the aftermath of Suleyman's succession to the throne in 1520, Ibrahim is conferred respectively honors of *hasodabaşı*, *içşahincilerağası*, *grand vizier* and *beylerbeyi*. Besides, Ibrahim is endowed with privileges that were never granted to the prior grand viziers. Nevertheless, at the peak of power and strength, he is summoned to the palace and executed. In Kyd's play, Erastus is also presented to the service of Suleyman as a war captive. They bound such an intimate relationship that Erastus is appointed to the highest ranks in the government and granted with many privileges. However, he is accused of treason and executed at the end of the play. Ultimately, this study aims to analyze the image of Ibrahim Pasha represented as Erastus character in Kyd's *The Tragedy of Soliman and Perseda*.

**Key Words:** Early modern English drama, Thomas Kyd, Grand vizier, Ibrahim Pasha, Sultan Suleyman.

#### Öz

*Suleyman ve Perseda'nın Trajedisi*'nde, Thomas Kyd on altıncı yüzyıl Osmanlı-Avrupa ilişkileri bağlamında Sultan Süleyman'ın saltanatını resmetmeyi amaçlar. Sultan Süleyman'ın tahta çıkmasının ardından, Osmanlı devleti Belgrad, Rodos ve Buda gibi önemli noktaları fethederek sınırlarını Avrupa'ya doğru genişletir. Osmanlı'nın Batıya doğru bu ilerleyişi Osmanlılar ve Avrupalılar arasındaki kültürel etkileşimi artırır. Daha spesifik olarak, Osmanlı'nın Akdeniz'deki varlığı Osmanlı-İngiliz ilişkilerini de harekete geçirir. Kültürlerarası etkileşimin bir sonucu olarak, İngiliz oyun yazarları sıklıkla Osmanlı şahsiyetlerini ve tarihi olaylarını oyunlarına konu eder. Özellikle, Avrupa'da "Muhteşem" olarak bilinen Sultan Süleyman'a İngiliz sahnesinde genişçe yer verilir. Fakat, bu çalışmada, Kyd'in tarihi karakter İbrahim Paşa olarak resmettiği Erastus karakterinin incelenmesi amaçlanmaktadır, çünkü İbrahim Paşa, Sultan Süleyman saltanatının en öne çıkan isimlerinden biri olarak kabul edilir. Sultan Süleyman'ın Manisa'daki şehzadelik yıllarında hizmetine sunulan İbrahim, kısa sürede Şehzade Süleyman'ın en sevdiği adamı olur. Sultan Süleyman'ın 1520 yılında tahta çıkmasının ardından, sırasıyla *hasodabaşı*, *içşahincilerağası*, *beylerbeyliği* ve *sadrızamlık* mertebelerine yükseltilir. Bununla birlikte, daha önce hiçbir sadrazama tanınmamış ayrıcalıklarıyla dikkat çeker. Lakin ikbal ve gücün doruk noktasında iken, bir gece saraya çağrılarak idam edilir. Kyd'in oyununda, İbrahim Paşa olduğu kabul edilen Erastus karakteri de bir savaş esiri olarak Sultan Süleyman'a takdim edilir. Aralarında öyle kuvvetli bir bağ kurulur ki; Erastus da devletin en önemli mertebelerine yükseltilerek birçok ayrıcalıklara sahip olur. Fakat oyunun sonunda hainlikle suçlanarak idam edilir. Bu bağlamda, bu çalışma Thomas Kyd'in *Suleyman ve Perseda'nın Trajedisi* adlı oyununda, Erastus karakteri olarak resmedilen İbrahim Paşa imgesini incelemeyi amaçlar.

**Anahtar Kelimeler:** Erken modern dönem İngiliz tiyatrosu, Thomas Kyd, Sadrazam, İbrahim Paşa, Sultan Süleyman

#### Introduction

The forty-six yearlong reign of Sultan Suleyman (r. 1520-1566) holds a very special place in Ottoman history. Sultan Suleyman's reign is regarded as a golden age of the Ottoman Empire with expansion of the boundaries through constant conquests and the formulation of a

\* Dr. Öğr. Gör. Fırat Üniversitesi, Yabancı Diller Yüksekokulu, [igulter@firat.edu.tr](mailto:igulter@firat.edu.tr).

distinct Ottoman imperial identity. The campaigns and conquests towards central Europe and Mediterranean occupied the Sultan's main target. The Sultan's imperial ambition intensified Ottoman expansion towards Europe through conquests of strategic holds such as Belgrade, Rhodes, and Buda. Christian European states including Spain, France, Italy, and Germany were forced to accept Ottoman Empire as a military, commercial and diplomatic force. Even though English interest of Ottoman Empire developed nearly a hundred years after the establishment of relations between the Turks and the rest of Europe (Burian, 1952, p. 209), the cultural interaction between the Ottomans and the English began to flourish in the sixteenth century. As a result of this cultural interaction, the early modern English playwrights frequently peopled their plays with Ottoman characters. According to Louis Wann, forty seven plays staged Islamic themes and characters in the period between 1579 and 1642 and thirty one of these plays especially dealt with the Ottoman Turks and Ottoman history (Wann, 1915, p.439). For instance, Christopher Marlowe's *Tamburlaine Part One* and *Part Two* (1587-88), George Peele's *Turkish Mahomet* and *Hiren the Fair Greek* (1588) and *The Battle of Alcazar* (1589), Fulke Greville's *Mustapha* (1594), Robert Greene's *Selimus* (1594), Thomas Heywood's *The Fair Maid of the West, or A Girl Worth Gold, Part I* (1602) and *Part II* (1630), William Shakespeare's *Othello* (1604), Robert Daborne's *A Christian Turned Turk* (1610), and Philip Massinger's *The Renegado* (1624) clearly reflected English interest in Ottoman episodes and characters. Most of these plays employed plots about the Ottoman sultans, namely Murad I, Murad III, Bayezid I, Bayezid II, Mehmed II, Selim I, and Suleyman the Magnificent (Şenlen, 2006, p. 399). Representation of Ottoman sultans on early modern stage established an "archetypal sultan" image whose power "is bent on possession and domination" as Vitkus (2003) remarks as follows:

A conventional set of characteristics for describing Islamic power had already been established: first, there is a sultan who exercises all the power, while all others merely obey. This sultan, in order to feed his passions, is bent on possession and domination. He desires to increase his physical boundaries of his realm and also to obtain women for his harem and capture souls for his religion...Because he has absolute power, he rules everyone but himself: his own passions are uncontrollable. This archetypal sultan is depicted as fickle and given to extreme, unstable desires, whims, and sudden fits of irrational anger. He perverts justice, enforcing Islamic law and all codes of honor to suit his whims and lusts (p. 115).

In dealing with Ottoman Sultans, the playwrights employed these conventional set of characteristics traditionally associated with the Turks. In the production of these dramatic representations, as Nabil Matar notes, "simplification and stereotyping were the rules by which [the English] represented Muslims" (1999, p. 14). Especially Daniel J. Vitkus's *Three Turk Plays from Early Modern England: Selimus, Emperor of the Turks; a Christian Turned Turk; and the Renegado* (2000) and Matthew Dimmock's *New Turkes, Dramatizing Islam and the Ottomans in Early Modern England* (2005) analyzed all the aspects of the dramatic representations of the Turks in early modern period. However, this study aims to analyze the reconstruction of an episode of Ottoman history in the early modern English context. Through evaluating representation of Suleyman-Ibrahim story in Thomas Kyd's *The Tragedy of Soliman and Perseda*, this study tries to reach a deeper reading of the play than the present literature offers by focusing on one of the prominent figures of Sultan Suleyman's reign, Ibrahim Pasha. That is, although Kyd's play was partially analyzed and commented on representation of the Turk, this study will uniquely elaborate on reconstruction of Suleyman-Ibrahim story on early modern stage in the light of historical accounts. In this sense, my analysis of *The Tragedy of Soliman and Perseda* will focus on Kyd's reconstruction of the intimate relationship between Sultan Suleyman and Ibrahim Pasha, Ibrahim's swift promotion to the grand vizierate and his tragedy at the court of Sultan Suleyman with specific attention to the historical accounts.



### Sultan Suleyman's Reign and Ibrahim Pasha's Career

Sultan Suleyman, born in 1494, ascended to the throne in 1520, following his father Sultan Selim's death in Çorlu. The death of Sultan Selim was kept secret by the *viziers* Piri Pasha, Mustapha Pasha and Ferhad Pasha until his successor would replace him in order to prevent any uprising or plunder attempts among the janissaries (İnalçık, 1973, p. 61). After Suleyman received the confirmation of his father's death, he rushed to Constantinople, and ascended to the throne in the imperial palace as the tenth sultan of the House of Osman (Yurdaydın, 1961, pp. 3-4). Sultan Suleyman ascended to the throne as a young ruler of a vast empire, in the age of the Habsburg Emperor Charles V, Martin Luther's Protestant movement, and the Safavi Shah Ismail in Iran (Kunt, Woodhead, 1995, p. 22). During Sultan Selim's reign, the main expansion in the empire occurred in the east and the south. In 1514, at Çaldıran near Lake Van, Sultan Selim eliminated the urgent danger of Safavis defeating Shah Ismail's army. Then he marched his armies against the Mamluk sultanate of Syria and Egypt which resulted in the complete conquest of the Mamluk lands in 1516-1517. With these conquests, Sultan Selim announced himself as the defender of holy cities, Mecca and Medina, and therefore as the most important Sunni ruler in the Islamic world. Furthermore, Ottoman Empire became the strongest and the most prestigious power in the East (Gibb, 1962, pp. 287-295). The glorious and ambitious Sultan Selim turned his face to the West; Rhodes, Hungary, Sicily and Italy seemed to be his primary objectives in order to establish universal domination by uniting the East and the West. Sultan Selim's aspiration of universal domination uniting the East and the West caused distress among the European Christians that led them to unite for a crusade (Setton, 1976, pp. 170-180). However, Sultan Selim's death in 1520 caused a relief for the European Christians.

Nevertheless, a more powerful and glorious version of his father, Sultan Suleyman's reign awaited Western Europe. Sultan Suleyman's succession to the Ottoman throne terrified the rulers of Western Europe. At the court of King Henry VIII, Cardinal Wolsey said to the Venetian ambassador: "This Sultan Suleiman is twenty-five years old and has good judgment; it is to be feared he will act like his father" (Kinross, 1977, p. 197). Also in a letter to his ambassador, the Doge of Venice wrote: "The Sultan is young, very powerful and extremely hostile to the Christian race" (Kinross, 1977, p. 197). The campaigns and conquests towards central Europe and Mediterranean occupied Sultan's main targets. Sultan Suleyman conquered Belgrade in 1521 that was one of the major strongholds of Eastern Europe that led Christian power to fill with fear and anxiety for the upcoming victories. In 1523, Sultan Suleiman captured the Island of Rhodes and then in 1526 he defeated King Louis of Hungary at the Battle of Mohacs. Ottoman advance into central Europe, with possession of half of Hungary including Buda brought Turkish domination over most of southeastern Europe and increased Ottoman threat in Western Mediterranean. Sultan Suleiman marched to Vienna on May 10, 1529; however, the first Ottoman attempt to capture Vienna failed (Kunt, Woodhead, 1995, p. 24). Obviously, Sultan Suleyman's reign witnessed Ottoman expansion into central Europe with possession of many European territories. Sultan Suleyman's victories in the East and the West increased his self-confidence and experience that led him to make some changes within the state. In 1523, Suleyman did not want to rule any longer under the tutorship of grand vizier Piri Pasha against whom he felt himself constrained and couldn't enjoy his own sultanate (Peçevi, 1980, p. 20). In other words, Suleyman aimed to curb the influence of his father's experienced but manipulative statesmen over his reign. In this regard, Suleyman's reign and his political maturity aligned with the rise of Ibrahim Pasha who guaranteed Suleyman's favor and affection through his intelligence and skills in the Empire.

Ibrahim Pasha, Sultan Suleyman's 'favorite' is regarded as the most magnificent and powerful of all Ottoman grand viziers; he is the Sultan's alter-ego (Necipoğlu, 1989, p. 405).

From his appointment to the grand vizierate in 1523 until his execution in 1536 on the order of Sultan, Ibrahim Pasha exerts a decisive influence and power equal to the Sultan's own in Ottoman Empire. Ibrahim Pasha's origin is investigated by historian Tayyib Gökbilgin as he details in his article "İbrahim Paşa" in *İslam Ansiklopedisi*. Gökbilgin cites important European accounts on Ibrahim Pasha including Venetian ambassador Pietro Zen's report, Thomas Artus's *L'Histoire de la decadence de l'empire grec et establissement de celuy des turcs*, French translation of Giovanni Sagredo's seventeenth century Italian history, and Austrian historian Joseph von Hammer's early nineteenth century history of Ottoman Empire. More importantly, the famous sixteenth-century Italian historian Paolo Giovio's *Histories* is regarded as the main source of reference for these later European accounts (Turan, 2007, p. 130). In his section allocated to the famous Ibrahim Pasha, Giovio remarks Ibrahim's origin as follows:

Born in a hamlet above Parga in the country of Butintro in Albania, he was taken away according to the custom of the Turkish rulers, who collect Christian boys. In his early youth he served Iskender Pasha... In this Iskender Pasha's place, Ibrahim, having accepted the Muhammadan religion, with marvelous skills, since he was quick witted, learned to read Arabic, write, and to play the lyre very well... Since he was pleasant in every action, a gentile speaker, and always courteous, he delighted this man of severe war and fighting. For that reason he was sent as a gift to Suleyman, the son of Sultan Selim, as a slave of great manners, while the grandfather Bayezid was still alive. Also he [Suleiman] cherished the most pleasant and gentile manners of this sharp boy to such an extent that he was raised with Suleyman at the same time and in all accounts of elegance he satisfied well the liking of the master (Turan, 2007, p. 131).

Similar to Giovio's account of Ibrahim Pasha, Gökbilgin cites that Ibrahim Pasha was born in Parga, recruited by Ottoman forces during a campaign, and presented to the service of Suleyman when he was in Manisa. Also known as "Pargalı," "Frenk," and "Maktul", Ibrahim was able to maintain his intimate relationship with Suleyman since the days of Suleyman's princely governorate (Gökbilgin, 1949, p. 908). In a short time, Ibrahim became Suleyman's 'favorite' and accompanied him from Manisa to Istanbul when he succeeded his father in 1520. Following Suleyman's succession to the throne, Ibrahim was appointed as *hasodabaşı* which means the head of the privy chamber or the royal bedroom who was in constant contact with the Sultan, guarded him even in his sleep and accompanied him everywhere (İnalçık, 1973, p. 80). In 1523, following Suleyman's return from Rhodes, Ibrahim was appointed as the *grand vizier* at the head of government, administration and army. Ibrahim's appointment to the grand vizierate was attributed not only to Suleyman's affection to him, but also to his skills and talents as well as Suleyman's discomfort with his grand viziers Piri Pasha and Ahmed Pasha as stated above. With Ibrahim's appointment to the grand vizierate, Suleyman granted him also the privilege to hold the *divan* (council) meetings in his own palace built for him at the Hippodrome of Istanbul; a novelty which became the norm for the later grand viziers (İnalçık, 1973, p. 95). Following his appointment, he was conferred another honor, *beylerbeyi* of Rumelia. The appointment of Ibrahim to the grand vizierate was regarded as a violation of the promotion of state officials. According to Koçi Bey, Sultan Suleyman violated the rules of state officials' promotion by appointing Ibrahim so quickly to the grand vizierate. Koçi Bey criticized Ibrahim's appointment on the grounds of his inexperience in the fields of military and administrative training and attributed his appointment to the beginning of the Ottoman decline (Turan, 2007, p. 182). It is obvious that Ibrahim's quick rise to power not because of his experience in state affairs but solely because of Sultan's favor was not just an unusual situation in Ottoman political life, but also a disregard for the elite's ideals and expectations. However, Ibrahim's rise to the grand vizierate was also narrated as source of celebration upon Piri Pasha's resignation from his office by his own will. Peçevi (1980) remarks this phenomenon as follows:

The sultan's affection for [İbrahim] had increased to the point that it was even rumored that he wanted to make him grand vezir. This rumor had reached the ear of [Piri] Mehmed Pasha. One day the sultan said to Mehmed Pasha, "I want to promote to the outer service a slave for whose service I am infinitely grateful, but I just don't know what office I should appoint him to." When [the sultan] asked this of

Mehmed Pasha, the latter answered, "It is my office that should be given to such a close and esteemed slave." And so the sultan made İbrahim, who was head [page] of the privy chamber, grand vezir, and promoted him to the outer service (p. 20).

According to Peçevi, Piri Pasha resigned from his office by his own will and İbrahim was appointed to the grand vizierate following his resignation. However, the second vizier Ahmed Pasha, who was sent away from the center to govern Egypt rebelled and proclaimed his independence in Egypt. Ahmed Pasha's rebellion was suppressed successfully by İbrahim Pasha who was conferred another honor *beylerbeyi* of Egypt. İbrahim's success in Egypt was followed by his military competence at the battle of Mohac and his administrative competence in suppressing the uprisings in Anatolia following Hungarian campaign that increased his fame and self-confidence (Emecen, 2000, p. 334). Especially the Hungarian campaign had far broader consequences for the rest of İbrahim's political career who began to have great power over the government. In this regard, his monopoly in the diplomatic negotiations proved his enormous power and influence equal to a sultanic power and authority beyond any other vizier had ever held over the Empire. During the Persian campaign against Safevis, İbrahim announced that he was taking the title of *serasker sultan* and marched to Baghdad. During this campaign, İbrahim fell into disagreement with *defterdar* Iskender Çelebi that resulted in Çelebi's execution in the marketplace in Baghdad. This total monopoly and imitative sultanic power caused Suleyman's dissatisfaction with İbrahim Pasha (Emecen, 2000, p. 334). In 1536, İbrahim was called to the palace for *iftar*, and he was strangled by the mutes. Andre Clot (2012) remarks on his death as follows:

What an extraordinary and romantic career! A son of a fisherman still under 30 years of age when he attained the highest positions in the most powerful empire of his time, husband of the sultan's sister and almost his equal – only to be cut down one night, at the height of his prestige, caught in the trap laid by the mute servants of the Seraglio! (part 1, para.77).

It can be inferred that İbrahim's swift promotion to the highest position in the Ottoman Empire resulted in his tragedy although history has preserved no record of the fact. Although there was much speculation about what could have led Suleyman to command his execution, everything indicated that his recent errors and attitudes exerted a decisive influence. It was alleged that his ambition for the sultanate, his disapproved behaviors following Iraq campaign, and the intrigues of Hurrem Sultan caused his downfall (Emecen, 2000, p. 334).

### **The Image of İbrahim Pasha in Thomas Kyd's *The Tragedy of Soliman and Perseda* (1588)**

The forty-six yearlong reign of Sultan Suleyman (1520-1566) holds a very special place in Ottoman history. Sultan Suleyman's age is regarded as a golden age since the Empire recorded numerous military and political victories during his reign. Sultan Suleyman's expansionist policy was compared to the imperial quest of Alexander the Great. Lord Kinross (1977) remarks this phenomenon as follows:

Immersing himself in the story of Alexander the Great, it became Suleiman's ambition to unite, as Iskander had sought to do, the lands and peoples of East and West. In pursuit of a comparable world empire, he would penetrate far beyond the present Ottoman fringe of Eastern Europe, right into the heart of central Europe itself (p. 175).

Suleyman's westward expansion was regarded as an imperial ambition to unite the lands and peoples of the East and the West. Especially during Sultan Suleyman's reign, the Ottoman presence in the Mediterranean brought about cultural interaction between the Ottomans and the English. As a result of this interaction, English playwrights produced a group of plays that deal with Sultan Suleyman's reign. Sultan Suleyman first appeared in an anonymous Cambridge play *Solymanneida Tragedia* (1581). Following this play, Sultan Suleyman appears in Thomas Kyd's *The Tragedy of Soliman and Perseda* (1588), Fulke Greville's *The Tragedy of Mustapha* (1594), Roger Boyle's *The Tragedy of Mustapha, the Son of Solyman the Magnificent* (1668),

and Elkanah Settle's *Ibrahim the Illustrious Bassa* (1676). The English audience was also familiar with Ibrahim Pasha and his intimate relationship with Sultan Suleyman through these plays.

In the *Tragedy of Soliman and Perseda*, Ibrahim as Erastus is referred as Suleyman's "other best beloved" as recorded in the historical accounts. The story of Ibrahim was told in a sixteenth century prose tale in Jacques Yver's *Le printemps d'Yever, contenant cinq histoires discourues par cinq journees, en une noble compagnie, au choteau du printemps* (1572). Kyd's tragedy is based on Henry Wotton's translation of *Le printemps* as *A Courtlie Controversie of Cupid's Tales* (1578) (Akalin, 2001, p. 151). Kyd follows Wotton's Erastus-Perseda-Suleyman plot constructing Erastus on the historical figure Ibrahim drawing upon Ibrahim's depiction in the historical accounts. In *The Tragedy of Soliman and Perseda*, Erastus, Perseda's lover, is a Rhodian knight who flees to Constantinople. He is captivated by the Turks and presented to the service of Sultan Suleyman. Meanwhile, Perseda decides to follow Erastus on his way to Constantinople; however she is also taken as prisoner and presented to Sultan Suleyman. Suleyman falls in love with Perseda, nevertheless he permits reunion of the lovers and allows them to leave for Rhodes. Suleyman, counseled by Brusor, is convinced to get rid of Erastus in order to retrieve Perseda. Erastus is called back by Suleyman and he is accused of treachery and beheaded. In order to avenge Erastus's death, Perseda disguises herself as a man and resists against Turks' advance into Rhodes. However, as the Turks advance to the walls of Europe, Perseda falls, but before dying, she kills Suleyman by kissing him with poisoned lips. Although this play departs markedly from historical line, there are strong references to the intimate relationship between Sultan Suleyman and Ibrahim Pasha. In the course of the play, Kyd emphasizes not only Ibrahim's special treatment by the Sultan but also his tragedy at the court of the Suleyman.

The curtain is raised and Ottoman siege of Rhodes is displayed. In the first act Sultan Suleyman enters and announces his ambition of Rhodes's conquest:

For by the holy Al-Koran I swear  
 I'll call my soldiers home from Persia,  
 And let the Sophie breath, and from the Russian broils  
 Call home my hardy, dauntless Janissaries, ...  
 And from the other skirts of Christendom  
 Call home my Bassows and my men of war,  
 And so beleaguer Rhodes by sea and land.  
 That key will serve to open all the gates  
 Through which our passage cannot find a stop  
 Till it have pricked the heart of Christendom,

Which now that paltry island keeps from scath (*The Tragedy of Soliman and Perseda*, I.v.7-17).

It can be inferred that as an early modern playwright Kyd draws the attention to the importance of Rhodes defined as a "key" to "the heart of Christendom" and rapid Ottoman expansion into Europe. In the play, during the siege of Rhodes many Christians are brought as captives to Constantinople including Erastus and Perseda. Erastus is presented to Sultan Suleyman by his counsel Brusor: "This is Erastus, the Rhodian worthy,/ The flower of chivalry and courtesy" (*TOSP* III.i.67-68). Evidently, this play departs markedly from historical line

since Ibrahim is presented to the service of Suleyman in the days of his princely governorate in Manisa. In other words, Kyd reproduces the Ottoman conquest of Rhodes and Ibrahim's presentation to the service of Sultan Suleyman on early modern stage departing from historical line. Upon presentation of captive Erastus, Sultan Suleyman assures him of Ottoman justice in contrast to preconceived Christian European notions of the Turks:

What misery? Speak; for, though you Christians  
 Account our Turkish race but barbarous,  
 Yet have we ears to hear a just complaint...  
 And justice to defend the innocent,  
 And pity to such as are in poverty,  
 And liberal hands to such as merit bounty (*TOSP* III.i.58-63).

It can be inferred that Kyd refers to Sultan Suleyman's justice for all his subjects disregarding their nation or religion. In this respect, Suleyman's reign is regarded as a golden age precisely because his reign provided prosperity through protection and justice with systematic regulation of criminal, administrative and constitutional laws that had been validated during the reigns of prior sultans. The Sultan's *kanun* assured justice for all his subjects that accorded him with the highest respect - *Kanuni*, the law-abiding, the law-giver (Kunt, Woodhead, 1996, p. 28). Within the domains of the House of Osman, imperial justice reigned over all the subjects. In the play, captive Erastus and Sultan Suleyman enjoy such an intimate relationship that he is granted with the liberty to live as a Christian and Suleyman's intimate friendship:

Aye, that, or anything thou shalt desire;  
 Thou shalt be Captain of our Janissaries,  
 And in our Council shalt thou sit with us,  
 And be great Soliman's adopted friend... (*TOSP* III.i.97-100).

Kyd's reference to Erastus's Christianity and his demand of religious liberty draws attention to the discussions about Ibrahim's religious origin. During his grand vizierate Ibrahim is known for his interest in statues. He is widely criticized because of the idols in his palace's garden, and he is accused of idolatry (Emecen, 2000, p. 334). In his travel accounts of Istanbul, Dernschwam (1987) states that Ibrahim never changed his religion and lived as a Christian disguising himself (pp. 139-140). In other words, Ibrahim's religious origin has been a point of discussion during his grand vizierate and Kyd refers to Ibrahim Pasha's religious origin on early modern stage.

Erastus, Suleyman's "adopted friend", is appointed to the head of government, administration and army. Kyd refers to the intimate friendship between Suleyman and Ibrahim and Ibrahim's appointment to the grand vizierate in 1523 following Suleyman's return from Rhodes. Although Kyd's sequence of events is anachronic, he draws attention to Ibrahim's appointment to the grand vizierate. As the head of government, administration and army, he is granted with the privilege to hold *divan* (council) in his own palace built at the Hippodrome of Istanbul. Kyd refers to Ibrahim's accompanying the Sultan everywhere even during his private leisure time. In the third act, Suleyman offers Erastus to accompany him as follows:

And now, Erastus, come and follow me,  
 Where thou shalt see what pleasures and what sports ...

My minions and my eunuchs can devise,

To drive away this melancholy mood. (*TOSP* III.i.149-152).

It is clear that Kyd refers to Ibrahim's appointment as the chief falconer, *içşahinciler ağası*. As Emecen (2000) argues in his article, Sultan Suleyman was so charmed by Ibrahim's performance and wit that he took him as his inseparable companion, and appointed him the chief falconer (p. 333). The title indicates that Ibrahim would accompany Suleyman while hunting, which was the principle activity Suleyman would enjoy during his private leisure activity. In the course of the play, Kyd refers to Suleyman's special treatment of Ibrahim, as Erastus specifies that he is constantly granted with "rich embroidery, or costly ornaments,/ honors titles, wealth or gain" (*TOSP* IV.i.15-16). Not only had Ibrahim been raised to the position of *hasodabaşı*, *içşahinciler ağası*, *grand vizier* and *beylerbeyi* as a capable person and a close companion to Suleyman, but he was also granted with privileges that prior viziers never experienced. Mansel (1995) draws attention to Suleyman's special treatment of Ibrahim as follows:

Costume was governed by dynastic priorities. Whereas his predecessors had worn camelot or mohair, Suleyman wore cloth of gold. Although in theory it was reserved for the sultan alone, as a special favour he permitted his beloved Grand Vizier, Ibrahim Pasha, to Wear 'gold brocade and on campaign a suit of cloth of gold' (p. 66).

It can be inferred that the Sultan wore cloth of gold that was specific to his magnificence; however Ibrahim was also allowed to wear gold costumes. In the Ottoman Empire, the ideal of magnificence as an indispensable attribute of sovereignty was closely related with display of gorgeous ornaments in gold, diamond, emeralds, rubies and pearls during Ibrahim's grand vizierate. According to Necipoğlu (1989), Ibrahim encouraged the sultan to indulge himself in jewels as an ideal of magnificence. Ibrahim, Sultan's 'favorite' and partner in government, was recorded as a skilled architect of the Sultan's universal image due to his interest in the history of ancient kings, including Hannibal and Alexander the Great as well as the circumstances of present monarchs of the world (p. 405). During his grand vizierate, Ibrahim designed display of the Ottoman wealth, power and legitimate sovereignty to the European audience. An enormous fortune was spent to exhibit the sultan's magnificence to the world "in the manner of ancient Roman triumphs" (Necipoğlu, 1989, p. 407). According to a Venetian report, the Sultan's various triumphal parades including spectacular entry into Belgrade stupefied the Habsburg ambassadors due to the abundance of jewels and gold, and turned into "speechless corpses" (Necipoğlu, 1989, p. 409). That is, through his interest in the history of ancient kings and the circumstances of present monarchs of the world, Ibrahim Pasha holds a special place in constructing Sultan Suleyman's image and displaying his magnificence to the world.

In the play, Suleyman and Erastus develop a special friendship as Suleyman announces that they "are friends but one mind in two bodies" and assures Ibrahim that his friendship's "constancy" would never end (*TOSP* IV.i.29-30). According to Baudier, a 17<sup>th</sup> century chronicler, Suleyman promised Ibrahim that as long as he reigned, whatever the circumstances, Ibrahim would never be put to death. Baudier adds that however "the condition of kings, like that of other people, is constantly changing; and favourites are often proud and ungrateful. This was what led Suleiman to forget his promise and Ibrahim to fail in loyalty and duty" (Clot, 2012, part 1, para. 81). In the course of the play, Perseda's presentation to the Sultan changes the dynamics between Suleyman and Ibrahim, since Suleyman falls in love with Perseda: "A sweeter creature nature never made;/ Love never tainted Soliman till now./ Now, fair virgin, let me hear thee speak" (*TOSP* IV.i.88-90). However, Perseda loves Erastus and rejects Suleyman's love. Upon this rejection, Suleyman allows them to reunite and leave for Rhodes:

Go, Janissaries, call in your Governor,

So shall I joy between two captive friends,  
 And yet myself be captive to them both  
 If friendship's yoke were not at liberty; --  
 See where he comes, my other best-beloved (*TOSP* IV.i.151-155).

Suleyman allows them to reunite; however devoured by passion and longing for Perseda, he regrets allowing them to leave for Rhodes. Upon Suleyman's regret, Brusor counsels that:

This shall be the means; I'll fetch him back again,  
 Under color of great consequence;  
 No sooner shall he land upon our shore,  
 But witness shall be ready to accuse him  
 Of treason done against your mightiness,  
 And then he shall be doomed by marshal law (*TOSP* IV.i.244-249).

Brusor counsels Erastus's death for Suleyman's reunion with Perseda. He decides to accuse him of treason against Suleyman. He is brought to Suleyman's court and strangled by the mutes. Although in Ottoman and European accounts there was no clear reason that led Suleyman to command his execution, Kyd refers to Ibrahim's tragedy at the court of Suleyman for the sake of a Christian virgin. In order to avenge Erastus's death, Perseda disguises herself as a man and fights against Suleyman whom she kills by kissing with poisoned lips.

### Conclusion

This study aims to show how an early modern playwright Thomas Kyd constructs his fictional character Erastus on the historical figure Ibrahim Pasha in his *The Tragedy of Soliman and Perseda*. Although there are some digressions from the historical context, Kyd's play is based on the intimate relationship between Sultan Suleyman and Ibrahim Pasha, whose tragedy at the court of Sultan Suleyman occurred following his rise to the grand vizierate. Apparently, Kyd's play draws upon historical accounts that deal with Sultan Suleyman's reign and Ibrahim Pasha's decisive influence over his reign. It is obvious that Ibrahim Pasha, Sultan Suleyman's 'favorite', experiences special treatment and many privileges in the empire. Irrespective of his national and religious difference, Ibrahim embodies the Sultan's justice over all of his subjects. Furthermore, Ibrahim Pasha, the Sultan's "alter ego," embodies his public image in the Empire that extends his sultanic power and control over his subjects asserting his public visibility. Meanwhile, Ibrahim Pasha exerts a decisive influence on the representation of the Sultan's magnificence to the European audience. In other words, Sultan's 'favorite' also constructs a magnificent world ruler image for the Sultan utilizing his interest in the history of ancient kings as well as the circumstances of present monarchs of the world. Drawing upon previous discourses about Ibrahim Pasha, Kyd constructs his character Erastus on Ibrahim Pasha and displays him on early modern stage. Kyd emphasizes Sultan Suleyman's special treatment of Ibrahim Pasha and the intimate relationship between the two. He displays Ibrahim's swift promotion in the Empire and his tragedy at the court of Sultan Suleyman. Although Kyd displays Ibrahim's tragedy as a result of Suleyman's love for Perseda, history has preserved no record of the fact for Ibrahim Pasha's tragedy at the court of Sultan Suleyman. To sum up, in Kyd's *The Tragedy of Soliman and Perseda*, Erastus character is constructed on the historical figure Ibrahim Pasha and depicted as Sultan Suleyman's 'favorite' drawing upon historical accounts that deal with Sultan Suleyman's reign and Ibrahim Pasha's influence over his reign.

## References

- Akalın, Esin. (2001). *Discovering self and other: representation of Ottoman Turks in English drama*. Unpublished Ph.D Thesis. University of Toronto, Toronto.
- Burian, Orhan. (1952). Interest of the English in Turkey as reflected in English literature of the Renaissance. *Oriens* Vol.5. No. 2 p. 209- 229.
- Clot, Andre. (2012). *Suleiman the Magnificent*. [Epub Version] London: Saqi books.
- Dernschwam, Hans. (1987). *İstanbul ve Anadolu'ya seyahat günlüğü*, Çev. Y. Önen. Ankara: Kültür bakanlığı yayınları.
- Emecen, Feridun. (2000). İbrahim Paşa, Makbul. *Türk Diyanet Vakfı İslam Ansiklopedisi*. Cilt: 21. İstanbul. p.333-335. <http://www.islamansiklopedisi.info/dia/pdf/c21/c210260.pdf>, A.D. 05.07.2018.
- Gibb, Hamilton AR. (1962). Luṭfī Paşa on the Ottoman Caliphate. *Oriens*. 15 p. 287-295.
- Gökbilgin, Tayyib. (1949). İbrâhîm Paşa, Pargalı, Frenk, Makbûl, Maktûl. *İslâm Ansiklopedisi*. p. 908-915.
- İnalçık, Halil. (1973). *The Ottoman Empire: the classical age 1300-1600*. Trans. C. Imber and N. Itzkowitz. New York: Praeger publishers.
- Kinross, Lord. (1977). *The Ottoman centuries: the rise and fall of the Turkish Empire*. New York: Morrow.
- Kunt, Metin,& Woodhead, Christine. (1995). *Suleyman the Magnificent and his age: the Ottoman Empire in the early modern world*. New York: Longman publishing.
- Kyd, Thomas. (2002). *The tragedy of Soliman and Perseda*. Transcribed by BF. <http://www.elizabethanauthors.org/soli102.htm>, A.D. 01.06.2018.
- Mansel, Philip. (1995). *Constantinople: city of the world's desire (1453-1924)*. London: Penguin books.
- Matar, Nabil. (1999). *Turks, Moors, and Englishmen in the age of discovery*. New York: Columbia University press.
- Necipoglu, Gülru. (1989). Suleyman the Magnificent and the representation of power in a context of Ottoman-Habsburg-Papal rivalry. *Art Bulletin* 71 p. 401-27.
- Peçevi, İbrahim. (1980). *Tarih-i Peçevi*. İstanbul: Enderun kitabevi.
- Setton, Kenneth Meyer. (1976). *The Papacy and the Levant, 1204-1571*. Vol. 4. Philadelphia: American philosophical society.
- Şenlen, Sıla. (2006). Ottoman sultans in English drama between 1580-1660. *AÜ Osmanlı Tarihi Araştırma ve Uygulama Merkezi Dergisi* 19 p. 399-405.
- Turan, Ebru. (2007). *The Sultan's favorite: Ibrahim Pasha and the making of the Ottoman universal sovereignty in the reign of Sultan Suleyman (1516-1526)*. Unpublished Ph.D Thesis. The University of Chicago, Chicago.
- Vitkus, Daniel J. (2003). *Turning Turk: English theater and the multicultural Mediterranean, 1570-1630*. New York: Palgrave Macmillan.
- Wann, Louis. (1915). The Orient in Elizabethan drama. *Modern Philology* 12, No. 7 p. 423-447.
- Yurdaydın, Hüseyin G. (1961). *Kanuni'nin cülusu ve ilk seferleri*. Ankara: Türk tarih kurumu basımevi.



# Transhumanism and Singularity: A Comparative Analysis of a Radical Perspective in Contemporary Works

## Transhümanizm ve Tekillik: Çağdaş Eserlerde Radikal Bir Perspektifin Karşılaştırmalı Analizi

Timuçin Buğra EDMAN\*

### Abstract

A new literary tendency of the 21<sup>st</sup> century has reached a certain level where it encapsulates both the past and future of humans. We call this tendency “transhumanism”, and it endeavors to combine science and technology through the filtration of fantastic elements of literature to amalgamate the entity of man and the ideas of singularity and immortality. The selected three contemporary novels, namely *Brave New World*, *Do Androids Dream of Electric Sheep?* and *The Transhumanist Wager* brought a consolidation towards the initiated movement of transhumanism in literature. Therefore, in principal, the first aim of this article is to present how the basic logic of transhumanism embodied in the selected contemporary works. For this reason, a transhumanist analysis of works will be applied on them after an explanation of the different perceptions of transhumanism, since it is a fresh approach. A secondary objective of this text is to explain the idea of singularity and immortality in the 21<sup>st</sup> century to demonstrate the journey of this ever-lasting desire. The continuation of this longing from ancient times to our own is not something astonishing, but the way this desire maintains and manifests itself through science and literature is worth mentioning.

**KeyWords:** Transhumanism, Singularity, Immortality, Virtual Reality

### Öz

21. yüzyılın yeni bir edebi eğilimi, insanların hem geçmişini hem de geleceğini içine alan belirli bir düzeye ulaştı. Biz buna “transhümanizm” eğilimi diyoruz ve transhümanizm, insanın varlığını, tekillik ve ölümsüzlük fikirlerini birleştirmek için bilim ve teknolojiyi edebiyatın fantastik unsurlarının filtrelenmesi yoluyla birleştirmeye gayret eder. Üç çağdaş romanın seçimi, yani *Cesur Yeni Dünya*, *Androidler Elektrikli Koyun Düşler Mi?* ve *Transhümanist Bahis*, transhümanizmin başlatılan hareketine literatürde bir bütünleştirme getiriyor. Bu nedenle, bu makalenin ilk amacı, seçilmiş çağdaş eserlerde, transhümanizmin temel mantığının nasıl oluştuğunu ortaya koymaktır. Bu yüzden, yeni bir yaklaşım olduğu için, transhümanizmin farklı algılarının açıklanmasından sonra, eserlere transhümanist bir analiz uygulanacaktır. Bu metnin ikincil bir amacı, 21. yüzyıldaki tekillik ve ölümsüzlük fikrini açıklayarak bu ebedi arzunun yolculuğunu sergilemektir. Bu özlemin eski çağlardan başlayarak kendi başına devam etmesi şaşırtıcı bir şey değildir, ancak bu arzunun kendini bilim ve edebiyat aracılığıyla sürdürdüğü ve tezahür ettiği şeylerden bahsetmek ise kayda değerdir.

**Anahtar Kelimeler:** Transhümanizm, Tekillik, Ölümsüzlük, Sanal Gerçeklik

### Introduction

It is true that since the creation of mankind, we have experienced the ups and downs of this world. To disengage from the disabilities and the limited capacity of our mortal bodies, we have created gods in our own form and we have practiced occult traditions and alchemy. In the world of myths and fantasies, humans created Talos, the half-humanoid and half-robotic creature of their dreams. The same humans fantasized about the hounds of Alcinous -ever mortal beings crafted by Hephaestus out of silver and gold. Dr. Frankenstein’s monster was the product of the same intelligence, as was as the vision of Nexus 6 replicants in the post-apocalyptic world of *Do Androids Dream of Electric Sheep?*. Throughout their radical and vertical evolution, most humans haven’t wanted to accept death as an end. For this reason, ancient Mayans, Egyptians, Greeks, the Nordic Tribes, Celts, and so on all believed in alternative life stories which continued after their worldly extermination. Such a life changing ideology altered the lives of humans drastically. The imaginations of humans are reflected in the maxims of their literary creations as well. While striving for the limits of relatively momentary lives, shared memories and involvements gave way to scientific improvements.

\* Dr. Öğr. Üyesi. İstanbul Aydın Üniversitesi, Fen-Edebiyat Fakültesi, İngiliz Dili ve Edebiyatı Bölümü, timucinedman@aydin.edu.tr

---

Slowly, occultism has been swept away by science. What was once impossible became not a matter of fact but a matter of time, like in *From The Earth To The Moon* by Jules Verne. What sounded crazy yesterday might be possible today, as revolutionary science makes the craziest things the most ordinary things tomorrow. As the problems of this world grow, the leniency towards an alternative reality will grow immensely as well. People experience disillusionments with their surrounding reality, so they seek for an augmented or artificial asylum. This is not escapism, though. It is not an escapist perception of the world in the way it works, but an intriguing layer where humans can encrypt their hidden dreams into ultimate reality. As literature has always been the anchorage of the dream world of humanity, transhumanism marches forward from the past to reach out for a new possibility that we have yet to meet. Men and women will not be the only genders, and humans will not be the only clever species any more in this dimension. As in the example of the humanoid robot Sophia, technology is one step closer to imitating human form to either distract from or encompass the future, depending on how one perceives such a future. We can trigger a secondary annihilation, as occurred in Hiroshima or Chernobyl. Handicaps, disabilities and genetic sicknesses won't be part of our fate so long as technology is capable of producing revolutionary solutions to fix these problems while "the living thing" is just an embryo in the mother's womb, or in a laboratory like in *Brave New World*. An ardent follower of immortality may find themselves in a confrontation with nearly the rest of society. It is most likely true that the idea of immortality will never find a compromise with modern religions, at least not in the very near future. Nevertheless, this doesn't stop people from having their bodies frozen at places such as the Alcor facility of the Cryonics Institute in Michigan. A contemporary novel, like *The Transhumanist Wager*, draws the worlds' state as a catastrophe. Stuck between modern religions and infantile dreams, a character like Jethro Knights might actualize an "experiential crossing."<sup>5</sup> Moreover, the nature of evolution requires humanity to move forward. However, not all segments of society benefit equally from this progress. As economic acceleration deepens the gap between rich and poor, alternative quests and extraordinary developments are found to ensure social order. The 21<sup>st</sup> century is full of hopelessness, just like the previous centuries. The wars, the endless struggle and the racial, religious and cultural partitions among societies have lasted since the first settled societies. This condition causes ill-fated and despondent people to search for alternative quests. As a solution, an anarchist viewpoint and revolutionary innovations that are created to stand against the current state of affairs will be a cause of a sub-creation, namely an alternative world. Undeniably, governments may also want to take advantage of this situation. It is much easier and safer to manage societies that are separated or categorized into classes and that do not go beyond the boundaries that the authorities draw. It may be possible to engage individuals with artificial and virtual realities to control them. Of course, this tendency will offer us the possibility of the existence of a new person who is thought to be a synthetic reality, supra-human. A path that leads from mortality to immortality and transhumanism. What distinguishes us from other animals is our capability of hierarchical thinking based on reason and judgement. As Kurzweil stated,

The mammalian brain has a distinct aptitude not found in any other class of animal. We are capable of hierarchical thinking, of understanding a structure composed of diverse elements arranged in a pattern, representing that arrangement with a symbol, and then using that symbol as an element in a yet more elaborate configuration. This capability takes place in a brain structure called the neocortex, which in humans has achieved a threshold of sophistication and capacity such that we are able to call these patterns ideas. Through an unending recursive process, we are capable of building ideas that are ever more complex. We call this vast array of recursively linked ideas knowledge. Only Homo sapiens have a

---

<sup>5</sup> For some people, the fictional characters from books can exist beyond the page. In a recent study, researchers discovered that readers not only hear the voices of characters while they read, but that some also hear those voices when the book is closed (Sloat, 2017).

---

---

knowledge base that itself evolves, grows exponentially, and is passed down from one generation to another. (Kurzweil, 2013, p. 3)

As each generation reaches a better level, humans start to seek a new shelter, a shelter that doesn't contain the problems of this world. Naturally, that calls for the aid of virtual reality as a substitute asylum. According to some, the alternative reality that creates something similar to the effect of LSD is post-anarchic rebellion. According to others, it is a new action developed by the governments and families that govern the world to provide control. Amid the possible conspiracy theories, this article aims to examine the theory of transhumanism through a comparison of three major contemporary works: *A Brave New World*, *Do Androids Dream of Electric Sheep?*, and *The Transhumanist Wager*. It should not be forgotten that the subject is a very up-to-date subject, and that the studies on it are both limited and involve different fields of science as well. Therefore, sometimes the boundaries between science and science fiction and dystopic or a utopic visions of the future are blurred.

The development of technology sky-rocketed after the 18<sup>th</sup> century as the Industrial Revolution made solid progress that became synonymous with science and technology. In literature, as mentioned before, authors such as Wells and Verne forged the beginnings of modern science fiction while getting people ready for the upcoming events (Sirius & Cornell, 2015, p. 7). As the 20<sup>th</sup> century opened, offering new dimensions for everyone, control of the state and the people became another question raised. Mass population movements and mass population destruction, as happened in two world wars and the protests and upheavals during the Vietnam War, made it necessary to rethink control and the leading mechanisms. Unlike the soft, milder and naturalist tendencies of the LSD-riddled youth, the rest of the century was a dilemma between war and peace through only technology. Therefore, technology, whether to protect a nation or to enable superiority of one over another, led to a tremendous consistency in the process of evolution. After the 1970's, the astonishing leap forward of home computers brought a new platform to everyone who sought an alternative explanation for the destruction going on around the world. With the introduction of computers to every home, computer coding opened a new era. It was later discovered that that the structure of human DNA can be well imitated through computer codes to create artificial life forms (Sirius & Cornell, 2015). An artificial life form may or may not be the same as the real-life version, but the definition of reality is now blurred thanks to advanced VR technologies.<sup>6</sup>

In any case, what Huxley presented to us in his *Brave New World* surely opened a new dimension in front of us. Transforming human DNA into something that is desirable by governments used to be a very fantastic element, but with the implementation of new technology, if not for the benefit of the governments yet, DNA can be described as a form of body sculpting, where

[t]ranshumanist dreams of body sculpting tend to involve genetic and cyborgian techniques that may, on the one hand, give the recipient a conventionally impressive body or, on the other hand, may involve something more imaginative, including being able to switch genders at will. Or it could describe completely imaginary bodies in virtual spaces that, in fact, may become the major locus for our lives. (Sirius & Cornell, 2015, p. 34)

When a human body loses its form as something solid that comes through creation, how can we define it as a human form anymore? With body sculpting, technology moves the boundaries beyond renovation. As in Huxley's *Brave New World*, the very next step could be a fastidious future where people will be labeled as Alphas, Gammas and Betas before they are

---

<sup>6</sup> "The definition of virtual reality comes, naturally, from the definitions for both 'virtual' and 'reality'. The definition of 'virtual' is near and reality is what we experience as human beings. So the term 'virtual reality' basically means 'near-reality'. This could, of course, mean anything, but it usually refers to a specific type of reality emulation" ("What is Virtual Reality?", 2018).

---

born. Or else, as we see in *Do Androids Dream of Electric Sheep?*, we might live in a world where we don't have real animals anymore, instead we have life-size realistic cybernetic animals. Besides, it might become very hard to distinguish humans from cyborgs in a very near future. Behind all this development lies humans' great desire for control and hegemony. As in the thousands of years slavery, utmost control over the machine, or human-like cyborgs, would give humans god-like superiority and a way to immortality at least through self-satisfaction. Having displayed the general characteristics of transhumanism, its relationship with history is another matter to be discussed. Consequently, both science and technology might bring singularity and immortality to humanity as an alternative reality, as the novels which will be analyzed in this paper suggest.

### **Transhumanism and Literature: An Introduction to a New Era**

Humanity's aim of achieving immortality is as old as the history of humanity, and the search for a longer and better life has stimulated us to go to the extremes of our capabilities as humans, as can be seen even in the oldest myths (Bostrom, 2016, p. 1). One of the oldest literary works, the Epic of Gilgamesh, is the story of a legendary Mesopotamian ruler, Gilgamesh, who searches for an everlasting life. From Beowulf to Achilles, Faust to Victor Frankenstein, we see many characters whose primary aim is to enter the void of eternity, thus becoming gods. As O'Connell stressed, "All utopian futures are, in one way or another, revisionist readings of a mythical past" (O'Connell, 2018, p. 51). Though these early works blend alchemy and magic, today technological and scientific developments in many disciplines have enabled humans to make their lives better and maintain their war against god or gods since the possibility of living forever remains the highest target of all the achievements (O'Connell, 2018, pp. 2-15).

According to David Livingstone, "Transhumanism is the quest to use all the advances of modern science to augment human potential, and ultimately, to achieve immortality" (Livingstone, 2015, p. 5). Livingstone argued that transhumanism has its roots in "occult" culture, which has "mysticism" at its core, that is, it asserts a person can become one with "God" through the use of "magic" (p.7). Mystics believe that the most essential source of "knowledge" is "magic", so it can be said that the practice of magic (or alchemy) brings forth "divine" knowledge to man, thusly "elevating man to the status of God" (pp.13-16). Kurzweil asserted that considering J. K. Rowling's Harry Potter stories from an imaginary perspective to reality is not inconceivable at all. Consistent with what Kurzweil said, "these tales may be imaginary, but they are not unreasonable visions of our world as it will exist only a few decades from now. Essentially all of the Potter 'magic' will be realized through the technologies" (Kurzweil, 2013, pp. 13-16).

One of the underlying principles of transhumanism is that man has the ability to be like God, to create and give life, as Zeus or Odin breathe life into non-living things to make them animated and thus transform them into human-beings. Therefore, from mythical times to now, humanity "is from the essence of God" or gods (Livingstone, 2015, pp. 5-8). Transhumanism is the ultimate combination of man and machine. It is the top layer of evolution, where the human body embraces immortality not simply as a maxim but as a solid fact. The quest for immortality results from the inadequacy and inequality of man. While weaker types become weak to the point of total annihilation, the strong reach a level where they must strive for more power and eventually vie for supremacy among themselves. To become better in every field, as Lewis Mumford proclaimed in his book *Technics and Civilization*, "Whatever limits the actions of human beings to their bare mechanical elements belongs to the physiology, if not the mechanics, of the machine age" (Mumford, 2010, p. 41), so a revolutionary leap forward becomes a fact of human life in order to keep pace with the ever-changing world and technology. Peter Kropotkin asserted that:

---

There are periods in the life of human society when revolution becomes an imperative necessity, when it proclaims itself as inevitable. New ideas germinate everywhere, seeking to force their way into the light, to find an application in life; everywhere they are opposed by the inertia of those whose interest it is to maintain the old order; they suffocate in the stifling atmosphere of prejudice and traditions. (Kropotkin, 2003, p. 7)

When the older order resists the new one, like the clash of the oppositions, a new beginning will come. Being an ardent English author, Aldous Huxley was heavily influenced by Kropotkin's philosophy. Huxley's 1932 dystopian novel *Brave New World* propounded that an incoming financial confusion and redundancy will trigger an extreme response in the form of a so-called global fixation on human transcendence. In this world, the "World State's motto, is COMMUNITY, IDENTITY, STABILITY." (Huxley, 1978, p. 1) Humans became "major instruments of social stability. Standard men and women; in uniform batches" (Huxley, p. 3). In establishing subservient human forms, governments put lots of effort into crafting "perfect" models through trial and error. In the human stock-raising labs, men "[would] grow up with what the psychologists used to call an 'instinctive' hatred of books and flowers. Reflexes unalterably conditioned. They'll be safe from books and botany all their lives" (p. 12). Flowers would be a loss of time and might distract people as they are evocative of nature. Books, of course, were considered the source of evil, and to potentially direct people to question many things. Thus, the government was fixated on making people hate books. Both a sense of ownership and feelings of belonging were the essences of rebellion and evil since "everyone belongs to everyone else" (p. 24). The elimination of the sense of belonging of individuals brought meaninglessness into Huxley's world. Hopes were disappearing at the point where the desire and will to live vanished. Lacking a sense of belongingness created a world which is totally alienated for anyone. Of course, the creation of such a discrete society was quite positive for the administration. Because the more disorganized the society would be, the more likely they would remain silent and obey the system. Still, a world where everyone is everyone else's property and labeled as alphas and betas should be controlled and cured somehow. Defeat, grief, and belonging were thought to have been made to display themselves as the manifestation of instable human actions, and consequently the individuals of Huxley's London sought the need to cure those flawlessly natural human feelings with soma to neutralize their rebellious forethoughts: "'You do look glum! What you need is a gramme of soma.' Diving into his righthand trouser-pocket, Benito produced a phial. 'One cubic centimetre cures ten gloomy. But, I say!'" (p. 41). Benito offered Bernard some soma because it was vital to be like an outsider or misfit through soma to demarcate the difference of society and the individual who takes the soma. This application was also a form of remedy, since even for a while the people were able to find another dimension psychologically, if not physically, to escape from the rest of the society. Apart from a partial acquaintance that Bernard had towards human experience, the environment he subsisted in had no difference:

Benito stared after him. 'What can be the matter with the fellow?' he wondered, and, shaking his head, decided that the story about the alcohol having been put into the poor chap's blood-surrogate must be true. 'Touched his brain, I suppose. (p. 41)

It can be presumed that Bernard and Lenina could not think clearly enough to comprehend themselves due to the hormonal transformations carried out on fetuses in London. Alcohol was fused into genes so that the public would not complain about the social class they were "designed" to be a part of. Nevertheless, since the government seeded false ideas and dreams into their brains under the inspiration of Henry Ford and his "T model," humans were incapable of acting normally. As it was stated in *Science Fiction And Philosophy From Time Travel To Superintelligence*, "unfortunately, despite Aristotle's claim that 'man is the rational animal,' human beings are prone to behaving in an irrational fashion when their interests are threatened, and they must deal with beings/entities they perceive as being different from

---

themselves” (Schneider, 2009, p. 261). In the dystopic “*Brave New World*”, humans have to deal with the government and its institutions that proclaim to be the god. “[O]ne believes things because one has been conditioned to believe them. Finding bad reasons for what one believes for other bad reasons—that’s philosophy. People believe in God because they’ve been conditioned to” (Huxley, 1978, p. 160). We see a dystopian future displayed by Huxley, where our lives are controlled by ultimate governments whose mission is to destabilize variety in human thinking and thus psychology as well. What the government in Huxley’s novel tried to achieve is a fundamental race of “transhumans” who are programmed to do certain things and follow the meticulously designed behaviors which have been integrated to their DNA codes in labs. Through genetic implementations, they have revolutionized people (if not in a positive way) by making and boosting their capabilities to benefit from their labour. In other words, by applying scientific nuances they classified the human body and turned it into an irrational machine or slave. This is an early transhumanist view that foresees the future of man in perfected physiologies or bodies thanks to technology, but totally enslaved by the same technology. Consequently, the people who were shaped by the system were actually singularized and became slaves of the system. In this way, it was possible for the sovereigns to make people more obedient rather than taking them into a further level of civilized humanity with technology.

Another transhumanist novel is *Do Androids Dream of Electric Sheep?*, by Philip Kindred Dick, whose fantasy world is still affecting today’s real world on technology, philosophy, literature and the film industry. In this novel, we have a dystopic onset by an android hunter Rick Deckard, who has been given a job to hunt down new Nexus 7 models alongside another replicant Nexus 7, Rachael. These androids were given some false dreams to create a kind of fake reality to make them believe that they do have a past life, since they have been filled with “memories.” For this reason, in some cases, even the androids were not aware of the fact that they are not humans. In fact, it is true that today scientists are trying to find ways to install the memory of humans into a cloud-like application so that their memories can be installed into a machine. There are many scientific developments which are leading the way to this technology.<sup>7</sup> Even TV series like *Black Mirror* put lots of emphasis on this technological possibility. Moreover, according to Kurzweil, “by 2045, technology will have surpassed human brainpower to create a kind of superintelligence — an event known as the singularity. Other scientists have said that robots will overtake humans by 2100.”<sup>8</sup> Like Kurzweil suggested for reality, in the fictional world of *Do Androids Dream of Electric Sheep?*, the only way to distinguish androids from humans is the Voigt-Kampf test, and new model androids are very difficult to detect:

“In a magazine you come across a full-page color picture of a nude girl.” He paused. ‘Is this testing whether I’m an android,’ Rachael asked tartly, ‘or whether I’m homosexual?’” The gauges did not register” (Dick, 2008, p. 49). In such a very indirect question, Rachael responds very quickly and directly to Deckard. It seems androids have come to an understanding of sexual reprimands as well. The difference between a human and an android can be so tiny that even it could be microcosmic. Throughout the novel, readers think Deckard may even be an android. The details that distinguish between Android and human beings have been minimized by the ultimate technology, so understanding these differences is only possible in a laboratory environment after hunting androids. These realistic androids even stunned Deckard, whose main job was to hunt down and destroy them. Deckard was no longer sure what was real and what was artificial. The things he felt for Rachel were the most solid indicators of his dilemma. Therefore, in the novel, Deckard couldn’t tell what was more attractive to him: on the one hand

<sup>7</sup> (“Mind Uploading”, 2018)

<sup>8</sup> (Lewis, “The Singularity Is Near: Mind Uploading by 2045?”, 2013)

there was Iran, his wife, with no enthusiasm but with a certain sexual digression, on the other hand there was Rachael, an android which or who was seductive and attractive:

He wondered, now, about her, too. Some female androids seemed to him pretty; he had found himself physically attracted by several, and it was an odd sensation, knowing intellectually that they were machines, but emotionally reacting anyhow. (Dick, 2008, p. 95)

Another question is to whether classify androids as humans or mere machines: *You're androids,' Isidore said. But he didn't care; it made no difference to him. 'I see why they want to kill you,' he said. 'Actually, you're not alive(p. 163).*

If someone kills an android, would it be a real homicide, or as Asimov once called it, would it be a “roboticide?”<sup>9</sup> Nonetheless, also Dick entered this dangerous area by asking questions to find what really differentiates humans from androids. Is it our souls -if we accept that we have souls- or is it our brains that differentiate us? Today as mentioned earlier, we know that neuroscientists are trying to upload human minds into machines, and for them, the soul is the mind and mind is the soul of humankind. In a way, the border between machines and humans seem to lessen through the use of highly developed artificial intelligence, which can even mimic human reason and reactions to a certain extent. After all, androids lack of emotional experience with only limited time to record their knowledge, which normally humans take for granted. Had the androids given an artificial past, this would construct an artificial and emotional “infrastructure” for them to mimic human emotions. In such a state, as in *Do Androids Dream of Electric Sheep?*, the border between humans and androids become more transparent, and it becomes barely visible at the end. Even such possibilities might trigger an option for the human mind to be uploaded to machines to store memories eternally. This is another stage of transhumanism when the quality of being humans are blended with technology to come up with androids disguised in human forms or humans that live in android subsistence. This can be seen as one of the ultimate goals of transhumanism, as also described in the novel: Androids with emotions and humans with unlimited possibilities where they exceed the limits of their bodies and minds. Indubitably, such a combination would be the dangerous path of the human beings towards a divine being. Therefore, this phenomenon, which can be a conflict with religious beliefs, will cause a completely different battle because of the human being's desire to play God. It is possible to say that a similar conclusion is envisaged by Dick in the novel. As in Huxley's *Brave New World*, Dick's world had no modern religion, instead what they had was Mercerism and an “empathy box” to replace their conscience and fix their feelings. The first uprooting of society starts due to the limitations of religions that tell people where to stop and cease playing gods. The self-demolishing of mankind appears once they play the role of God, as in the ancient stories of Noah's Flood, the myth of Atlantis or the curse of the pharaoh who fought against Moses.

The old man said, ‘You will be required to do wrong no matter where you go. It is the basic condition of life, to be required to violate your own identity. At some time, every creature which lives must do so. It is the ultimate shadow, the defeat of creation; this is the curse at work, the curse that feeds on all life. Everywhere in the universe.’ (p. 179)

Today, it is a well-known fact that the proximity between man and machines is getting closer. Many biological obstacles are being by-passed through new innovations. This merging will eventually bring the concept of singularity to the surface. In his groundbreaking *The Singularity Is Near: When Humans Transcend Biology*, Kurzweil put forward the hypothesis that

The Singularity will represent the culmination of the merger of our biological thinking and existence with our technology, resulting in a world that is still human but that transcends our biological roots. There will

<sup>9</sup> Having mentioned Asimov, actually, the ethics of androids and their rights can be traced through Isaac Asimov and his famous *Robot Series*, entangled with three famous laws, however that should be another discussion.

be no distinction, post-Singularity, between human and machine or between physical and virtual reality. If you wonder what will remain unequivocally human in such a world, it's simply this quality: ours is the species that inherently seeks to extend its physical and mental reach beyond current limitations. The Singularity will allow us to transcend these limitations of our biological bodies and brains. We will gain power over our fates. Our mortality will be in our own hands. We will be able to live as long as we want (a subtly different statement from saying we will live forever). We will fully understand human thinking and will vastly extend and expand its reach. By the end of this century, the nonbiological portion of our intelligence will be trillions of trillions of times more powerful than unaided human intelligence. (Kurzweil, 2005, p. 9)

People see themselves as intelligent beings because of the mental capabilities of human brain, and this fact is important in everyday life. Engendered artificial intelligence and human brains will somehow strive for a longer life when the human body transcends its boundaries. However, there are more and more works appearing that scrutinize the very limits of transhumanism. Another literary work on transhumanism is a recent one. *The Transhumanist Wager* by Zoltan Istvan. In this half-novel, half-theoretical book, Istvan introduces us to Jethro Knights, an adamant transhumanist who sees all religions and conventional thoughts as obstacles in front of human evolution. His chief enemy, reverend Belinas, and Knights himself drew an axis of symmetry to display two extreme lines of thoughts:

The conflict over transhumanism was straightforward. Futurists, technologists, and scientists touted transhuman fields like cryonics, cloning, artificial intelligence, bionics, stem cell therapy, robotics, and genetic engineering as their moral and evolutionary right—and as crucial future drivers of the new economy and an advancing cultural mindset. (Istvan, 2013, p. 7)

While the conventional thought is against this very dangerous idea, some scientists defended the unlimited possibilities through transhumanism and crossing the limits of human body. In the book, Istvan displayed a good example of how transhumanism will be seen by many today:

Opponents said transhumanism and its immortality mantra were anti-theistic, immoral, not humanitarian, and steeped in blasphemous egoism. They insisted that significantly altering the human condition and people's bodies via science and technology was the devil's work, regardless of how lucrative it might be for the economy. Many opponents said transhumanism was proof the end times was coming. (p. 7)

As stated before, transhumanism is also a way of playing the role of God. To do it, first the existing God should somehow vanish. The discussion between Cohen and Dr. Langmore was strange enough to show this cul-de-sac:

Thirty blocks away, Dr. Preston Langmore looked cautiously out his building's front door, on Canal Street in Manhattan's Lower East Side, before walking outside. He was one of the key 'immortality players,' as the media liked to call transhumanists, because their principal drive was to reach an unending sentience for themselves. Their route gave them ample distance between the thousands of expected protestors, many of whom were there on orders from Reverend Belinas, the rising religious star of the anti-transhumanist opposition. The preacher's advocacy of blatant aggression to anything transhuman was rumored to be triggering much of the recent terrorism in the country. Langmore was visibly paranoid, checking behind him every fifteen seconds to see if they were being followed. Cohen was unfazed. 'They want to burn us at the stake,' Langmore whispered, when he caught a glimpse of the rowdy masses near the rotunda's front entrance. Barricaded by dozens of nervous police, an ocean of screaming, faith-touting protestors thrust incendiary posters into the air. 'Well, we do want to kill their god.' 'I thought you just wanted to clone it. (p. 8)

Jethro Knights doubted whether the world was staggering towards the brink of a second Dark Ages. His took a journey back to "Galileo, Copernicus, and Giordano Bruno—scientists who were chastised or burned at the stake for their revolutionary ideas that later propelled civilization forward" (p. 30). Jethro thought life was passing through a statistically pertinent and significant universe. There was no place for blind optimism when death was certain for all species. "It was no place for allowing stupidity and irrationality when you had one shot to live forever. The battle was on for his existence" (p. 68). Since no one knows what really lies beyond



death, this inevitable fact should be challenged as the Wright brothers challenged gravity, or as Einstein changed the course of physics, and how we look at the rest of the universe. Jethro Knights is a fictional character who might inspire someone as scientists have been inspired by another fictional character, Michael Arden, who came up with brilliant ideas for the Moon trip in *From the Earth to the Moon*.

Through the rest of the book, Istvan blended a harsh criticism of American capitalism through transhumanism. It became apparent that through Knights, Istvan elaborated on the fact that Americans, or the system that they represent, is nothing but a mere illusion: “You people want to pretend that democracy, religious inspiration, and unbridled consumerism are going to last forever and carry us all to bliss; that the American Dream is right around the next corner for everyone” (p. 127). For Jethro, people who made us blind are the same as the people

...who made sugary colas more important than water; fast food more important than health; television sitcoms more important than reading literature. They made smoking a joint in your home a crime; going out in public without your hair tinted an embarrassment, and accidentally carrying a half-filled bottle of baby formula on an airplane a terrorist act. Their trio of holy catechisms is: faith is more important than reason; inputs are more important than outcomes; hope is more important than reality. Their greatest achievement was the creation of the two-party political system; it gave the illusion of choice, but never offered any change; it promised freedom, but only delivered more limits. In the end, you got stuck with two leading loser parties and not just one. Look anywhere you go. America is a nation of submissive, dumbed-down, codependent, faith-minded zombies obsessed with celebrity gossip, buying unnecessary goods, and socializing without purpose on their electronic gadgets. (p. 155)

At the end of the novel, Jethro Knights could raise a large enough amount of money to enable his dreams to come true. He hired scientists from different fields to work freely on his floating arc without being on any land of other countries. Governments use money to develop technologies in a way to create dominance over each other, but not to expand human lives:

Every time they accept anti-science laws instead of pro-science laws, every time they embrace restrictive religious attitudes instead of freethinking human enhancement attitudes, every time they pay for trillion-dollar wars abroad instead of funding trillion-dollar wars at home against cancer, heart disease, or old age, they are prematurely ending the lives of their fellow human beings. (p.245)

With the technology he had developed via his scientists, Jethro managed to overcome the armies of the world; he controlled his super lanes and robots remotely to devastate united armies of the world. It should be remembered that even the most powerful technologies are sometimes very weak, even if this kind of victory against all countries of the world in Istvan's novel is relatively fast and sudden. As in H.G. Wells' *The War of the Worlds*, sometimes even a small bacterium or virus can wipe out colossal civilizations or technologies, and an unknown technology can destroy all existing technologies as well. For example, a well-developed program that can cut the entire signal and communication network may be sufficient for this. Finally, Jethro's doctrine of transforming human knowledge to merge with machines created the proto beginnings of his transhumanist dreams. Expanding life became possible when even Jethro himself was infected with a deadly virus. Through cryonics, he got his body frozen so that he could be salvaged in the future when certain remedies would become available. These are all good examples to show that possibilities are numerous if science is used properly to extend human life and transform the physical body into a “superman” form. The point where transhumanism and science merged is actually a symbiosis. One cannot exist without the other, but the combination of the two phenomena will ultimately bring the chain of infinite possibilities. This creates the fundamental part of transhumanism: Exceeding the limits of earthly bodies.

## Conclusion

As it happened to John at the end of *Brave New World*, a self-imposed exile in a digital world could be the very end of humans. Or we could be stabbed in the back, like how Deckard fell into Rachael's hands in Philip K. Dick's world. Stephen Hawking warned us that "Artificial intelligence could wipe out humanity when it gets too clever, as humans will be like ants."<sup>10</sup> This is the expected end of one of the 21<sup>st</sup> century's last geniuses, who predicted it before his death. In this or that way, whatever Jethro achieved is an illusion to what transhumanists might achieve at the cost of total annihilation or a digital form of immortality. Modern religions and institutions might become more vulnerable against today's technology, which offers many solutions and vast ideas beyond yesterday's imagination. History might repeat itself, like when the Church accepted after the geographical explorations that actually there had been "no monsters" below the surface of the Atlantic Ocean.<sup>11</sup> Mankind might more like the idea of having an eternal life and servants like robots. As Steve Wozniak declared, robots would treat us with reverence and gentleness, with an aristocratic generosity, because we humans were the gods initially, and our ever-lasting desire to become like gods will seemingly never decline as our power rises gradually. As Huxley imagined, we already have proto transhumans in test-tube baby labs where doctors are able to make some minor changes to lower some health risks of the unborn infants. It is highly possible that empowering their intelligence level as well as implementing some skills will be real, too, as Huxley foresaw. Genetic intervention will allow future generations to be stronger and healthier to fit into tough working conditions, whether this would evoke a dystopia or a utopia, but such genetic interventions might cause new developments whereby the human body and consciousness merge with artificial android organisms, as Philip Dick suggested. And this can be only conceivable through funding technology to find new ways to make humans immortal, or at least to fix health problems to expand the life cycle on earth. Genetically and technologically modified bodies might reveal entities like Jethro Knights who adamantly dedicated himself to sustain a transhumanist world.

## References

- Arısoy, Sercan. (2018). *Analysis of linguistic knowledge and capability's effect on consciousness: linguistic approach to Aldous Huxley's brave new world*
- Bostrom, N. (2016). *Superintelligence: paths, dangers, strategies*. Oxford: Oxford University Press.
- Dick, P. K. (2008). *Do androids dream of electric sheep?: the inspiration for the films blade runner and blade runner 2049* (Kindle Edition ed.) [Kindle Version].
- Griffin, A. (2015, October 09). *Artificial intelligence is going to get so good that machines will kill us by accident, Stephen Hawking says*. 18/02/2018, retrieved from <https://www.independent.co.uk/life-style/gadgets-and-tech/news/stephen-hawking-artificial-intelligence-could-wipe-out-humanity-when-it-gets-too-clever-as-humans-a6686496.html>
- Huxley, A. (1978). *Brave new world*. New York: Harper & Row.
- Istvan, Z. (2013). *The transhumanist wager* (Kindle ed.) [Futurity Imagine Media LLC].
- Kurzweil, R. (2005). *The singularity is near: when humans transcend biology*. New York: Viking.
- Kurzweil, R. (2013). *How to create a mind the secret of human thought revealed*. New York: Penguin.
- Kropotkin, P. (2003). *Anarchism*. New York: Dover Publications.

<sup>10</sup> (Griffin, "Artificial intelligence is going to get so good that machines will kill us by accident, Stephen Hawking says", 2015)

<sup>11</sup> In the European Middle Ages, it was believed that monsters might exist in the ocean.

- 
- Lewis, T. (2013, June 17). *The singularity is near: mind uploading by 2045?* 09/03/2018, retrieved from <https://www.livescience.com/37499-immortality-by-2045-conference.html>
- Livingstone, D. (2015). *Transhumanism: the history of a dangerous idea*. S.L.: Sabilillah Publications.
- Mind Uploading*. (n.d.). 03/01/2018, retrieved from <http://www.minduploading.org/>
- Mumford, L. (2010). *Technics and civilization* (University of Chicago Edition ed.). USA: The University of Chicago Press.
- O'Connell, M. (2018). *To be a machine: adventures among cyborgs, utopians, hackers, and the futurists solving the modest problem of death*. New York: Anchor Books.
- Özenc, Ardeniz. (2018). *Transhumanism and gnosticism in christopher marlowe's doctor faustus*
- Schneider, S. (Ed.). (2009). *Science fiction and philosophy from time travel to superintelligence*. Malden (Mass.): Wiley-Blackwell.
- Sirius, R. U., & Cornell, J. (2015). *Transcendence: the disinformation encyclopedia of transhumanism and the singularity*. San Francisco (CA): Disinformation Books.
- Sloat, S. (2017, February 15). *One fifth of readers experience this auditory hallucination after reading harry potter*. 04/04/2018, retrieved from <https://www.inverse.com/article/27820-character-inner-voices-hermione-experiential-crossing>
- Wells, H. G. (2014). *The war of the worlds*. S.L.: Millennium Publications.
- What is Virtual Reality?* (n.d.). 04/04/2018, retrieved from <https://www.vrs.org.uk/virtual-reality/what-is-virtual-reality.html>.
-

# **TURKISH LITERATURE**

## “Mestûre-i Aşk” Piyesinde Madalyonun Öteki Yüzü Other Face Of Medallion In “Secret Love” Play

Özlem KALE\*

Öz

Ahmet Muhtar’ın, 1885 yılında eski harflerle yayımlanmış “Mestûre-i Aşk yahut Muhabbetin Neticesi Cinayet” başlıklı beş perdelik piyesi, Tanzimat döneminin “kadın-erkek ilişkisi” temalı piyeslerinin ilginç bir örneğidir. Kurbet ve Kasbâr Matbaası tarafından basılan ve eski harfli orijinal nüshası Atatürk Kitaplığı’nda bulunan eserde, hem “tek taraflı yahut birbirinden habersiz yaşanan aşklar” hem de “sevmedikleri kişilerle zorla evlendirilen gençler” konusu bir arada işlenir. Piyes, başkasını sevmesine karşın istemediği biriyle evlendirilen genç kızın, gerdek gecesinde, bu işte hiçbir suçu olmayan eşini öldürecek kadar uç noktada bir intikam planı yapması itibarıyla aynı kategorideki diğer eserlerden ayrılır. Eserin incelenmeye değer bulunmasındaki bir başka etken de eserde yer alan karakterlerin iç sesleriyle dışa yansıyan konuşmalarının taban tabana zıt olmasıdır. Bu çalışmada eserin, aynı temalı diğer piyeslerle farkı ortaya konularak eserdeki karakterlerin iç (kafa) seslerinin, dışa yansımaları hâlinde, hikâyenin kaderinin nasıl değişeceği ve yazarın neden böyle bir tekniğe başvurduğu araştırılacaktır. Bunun yanı sıra eski harflerle yayımlanmış piyesin transkripsiyonu yapılarak okuyucuyla buluşmasına katkı sağlanacaktır.

**Anahtar Kelimeler:** Tiyatro, piyes, iç ses, gizli sevda, çeviri yazı.

### Abstract

Published by Ahmet Muhtar in 1885 with the old alphabet “Secret Love” titled five stage play is an interesting example of “female-male relationship” themed plays of the Tanzimat period. In the work, printed by Kurbet and Kasbâr Printing House and the original copy in old alphabet is in the Atatürk Library, both “unilateral or unaware each other loves” and “teens forced to marry by people they don’t like” processed. At the play, although the young girl loves another, forced to married and she makes a revenge plan to kill her husband in the first night even though without any blame in this case. For this reason the game is separated from other works in the same category. Another factor in the fact that the work is worthy of examination is that inner voices of characters and outward reflection are in completely contrast. In the study, will be investigated that in case of the inner (head) voices of the characters reflect to outward how will change destiny of story. In addition to this, by transcribing the original published in the old letters will contribute to the meeting with the reader.

**Key words:** Theater, play, inner voice, secret love, translation.

### Giriş

Tanzimat döneminde yazılan piyeslerin toplumsal kaynaklı temaları evvelâ “aşk, evlilik, boşanma sürecinde kadın-erkek ilişkileri” bağlamında ortaya çıkar. Tanzimat öncesinde işlenen “muhayyel sevgili” anlayışı bu dönemde yerini gerçek aşklara bırakır. (Töre, 2010, s. 13)

Tanzimat yazarları çoğu zaman gençlere, yasak ve günah kavramlarıyla yetiştikleri; bu nedenle de kişiliklerinin tam manasıyla gelişemediği perspektifinden bakarlar. İdeallerini dile getiremeyen, eş ve meslek seçimlerini özgürce yapamayan gençler, mutsuz olmaya mahkûmlardır. Pasif karakterleri sebebiyle kendilerini ifade edemeyen ve savunamayan gençler, sevmedikleri kişilerle sırf ebeveynlerinin uygun görmeleri sebebiyle zorla evlendirilirler. Tanzimat dönemi yazarlarınca çokça işlenen bu temaya mensup eserlerde çoğunlukla trajik sonlar söz konusudur. Birbirini seven; ancak çeşitli nedenlerle bunu ifade edemeyen gençler, uğradıkları sukût-ı hayal neticesinde ya katil ya maktul olurlar veya üzüntüden verem olup ölürlər. Sevdiklerine kavuşamayan ve yanlış kişilerle evlenmek zorunda kalan gençlerin bir kısmı da kaderlerine boyun eğerek ebedî mutsuzluğa mahkûm olurlar.

Tanzimat döneminde kadın-erkek ilişkilerini anlatan piyeslerde, “tek taraflı yahut birbirinden habersiz yaşanan aşklar” sıkça işlenen bir konudur. Mehmet Sâdi’nin “İntibah” romanını andıran piyesi “Âfet-i Cehl yahut İnhimâk-ı Sefahât”ında, evin beyine olan aşkını itiraf edemeyen cariye Nigâr; Ali Haydar’ın “Sergüzeşt-i Perviz”inde cariyyeye âşık olan

\* Dr. Öğr. Üyesi. Nişantaşı Üniversitesi, Uygulamalı Bilimler Yüksek Okulu, Turizm Rehberliği Bölümü, ozlem.kale@nisantasi.edu.tr.

mirasyedi Perviz; Ekrem'in "Vuslat yahut Süreksiz Sevinç"inde Muhsin'e âşık olan cariyeye Servinaz; Nuri'nin "Şöhrete Muhabbet Ne Harabiyet yahut Tasvir-i İtaat"inde Mazlume'ye âşık olan Şöhret Bey ve ona âşık olan Melek Hanım'la cariyeye Dilşikâr'ın gizli aşkları işlenir. Dile getirilmeyen sevdalar, bu gençleri ebedi bir mutsuzluğa mahkûm eder. (Töre, 2016, s. 20-40.)

Kadın-erkek ilişkilerini anlatan piyeslerde, "gençlerin, sevdiklerine verilmeyip sevmedikleri kişilerle zorla evlendirilmeleri" konusu da sıkça işlenen konulardandır. Namık Kemal'in, "Zavallı Çocuk"; Rezaizâde Ekrem'in, "Vuslat yahut Süreksiz Sevinç"; Hasan Bedreddin'in, "İskat-ı Cenin"; Ahmet Muhtar'ın "Mihnet yahut iftirak-ı Aşk" ve Abdülhak Hâmid'in "Sabr-ü Sebat" ile "İçli Kız" adlı piyeslerinde bu tema işlenir.

Ahmet Muhtar'ın "Mestüre-i Aşk" adlı piyesinde ise yukarıda bahsi geçen her iki tema da işlenmiştir. (Muhtar, 1885.) Eserin konusu kısaca şöyledir: Hanedana mensup Rıfkı Bey'in kızı Refika, memleket tabibi Refik Bey'i sevmekte; ancak ailesine ve Refik Bey'e bunu söyleyememektedir. Refik Bey'in cariyesi Goncater de Refik Bey'i içten içe sevmektedir. Diğer taraftan Rıfkı Bey, kızı Refika'yı asilzade bir delikanlı olan Ferit Bey'le evlendirmek istemektedir. Rıfkı Bey'in cariyesi Hercai de Ferit Bey'i gizli bir şekilde sevmektedir. Refika, babasına karşı gelemez ve Ferit Bey'le evlenir. Ancak bu durumu kabullenemez ve gerdek gecesi eşine zehir içirir. Tabip olan Refik Bey'i çağırırlar; fakat tüm çabalara rağmen Ferit ölür. Ferit Bey'in ölümüyle derinden sarsılan Hercai, kendini hançerleyerek canına kıyar. Rıfkı Bey bu defa da kızını, damadını kurtarmak için gösterdiği gayrete bir teşekkür olarak Refik'e vermeye karar verir. Refika, sonunda âşık olduğu kişiyle evleneceği için çok mutludur; ancak Refik'i seven Goncater, bir büyücünün yardımıyla evlendiği gece Refika'yı delirtir. Aklını yitiren Refika, sanrılar içerisinde ve işlediği cinayeti itiraf eder. Rıfkı ve Refik, evden kaçıp mezarlığa giden Refika'nın peşinden giderler. Refika, Ferit'in hayaletini görmüştür ve onun mezarının başında can verir.

Gizli sevdalar ve zorla evlendirilen gençleri konu alan diğer piyeslerde; kavuşamayan gençlerin birlikte intihar etmeleri, verem olup ölmeleri ya da kendilerine engel olan kişileri öldürmeleri alışıldık olsa da hiç suçu olmayan bir adamın bu şekilde katledilmesi ayrıksı bir durumdur. Piyese, sevmediği bir adamla evlendirilen genç kızın, bu işte dahil olmayan masum bir zatı öldürecek kadar uç noktada bir intikam planı yapması bakımından aynı temayı taşıyan diğer eserlerden ayrılır.

### **Madalyonun öteki yüzü (İç sesler dile gelse ne olurdu?)**

Eserdeki karakterlerin birçoğunun düşündükleri, söyledikleri ve yaptıkları arasında büyük çelişkiler vardır. Bunlar, iki ana başlık altında toparlanabilir: Birbirleri hakkındaki düşüncelerini olduğundan farklı bir şekilde dile getiren karakterler; birbirlerine olan aşklarını itiraf edemeyen karakterler.

İlk kategorideki karakterler, birbirleri hakkındaki düşüncelerini dışa yansıtmaksızın iç sesleriyle ifade ederler. Düşündükleriyle söyledikleri arasında müthiş zıtlıklar vardır. Bu konuda verilebilecek örnekler şunlardır:

Rıfkı Beyin kızı Refika, babasına özel bir ihtimam gösteren annesiyle ilgili:

Kadının vazifesi erkeğin hizmetinde kusur etmemektir... Elbette bakılacak. Lâkin bunlar yekdiğerini görmekten usanmışlar; çünkü kırk beş senelik ehl u iyâl yeni gelin güvey gibi olmaz. (...) Bunlar birbirini sevdiler ise sevdiler yoksa bundan sonra sevmek yahut sevilme mümkün değil. (Muhtar, 1885, s. 2.)

diye düşünür. Bu düşüncesini dile getirmiş olsa annesinin, kendi mizacına dair daha fazla fikir sahibi olma ve gelecekte başına gelmesi muhtemel felaketi önleme şansı olacakken genç kız susmayı tercih eder.

Rıfkı Bey'in cariyesi Hercai, Refika'nın şımarık ve nankör olduğunu düşünmektedir. İçinden, "Bazısı bir hanenin içerisinde hanım olmaya kemâl derece arzu eder, kimi de bunun gibi mürüvvetinden nefret eder." diye geçirir; ancak bunu dışarı yansıtmaz. Hercai, bu düşüncesini ifade edebilse muhtemelen konu Ferit Bey'e gelecek ve kız, onu sevdiğini itiraf ederek sevdiğine kavuşma imkânı bulacaktır.

Refika, Ferit'le evlendiği gün, onunla ilgili korkunç bir plan yapar. Babasıyla konuşurken içinden, "Geline hazırlanmış görünen bir sandalye bugün ya bu gece... Bana zehir cinayet olacak... (...) Gözlerimin görmekte olduğu bir adam... Bana zevc olacak öyle mi yok yok asla belki bir kurban..." diye geçirirken babasına karşı her şeyin yolunda olduğuna dair bir tablo çizer. (Muhtar, 1885, s. 13-15.) Refika'nın, müstakbel eşi Ferit'le ilgili düşündüklerini babasına söylediği takdirde Ferit'in hayatta kalacağı sugötürmez bir gerçektir. Refika, Ferit'le yaptığı konuşmada da aynı minvalde davranır. Ferit, saf duygularla "Öleceğimi bilirdim de sizin gibi bir melek-simaya muvaffak olacağımı bilmezdim lâkin bu da Cenâb-ı Hakk'ın bir ihsanıdır." diyerek Refika'yla evlenmekten duyduğu mutluluğu dile getirir. (Muhtar, 1885, s. 14.) Refika'ysa içinden "Evet, bu gece bana muvaffak oldunsa yarın gece de kara toprağa muvaffak olacağını der-hatır etmiyorsun öyle mi..." diye geçirirken, "Hayır efendim düşünmüyorum, her emrinize hazırım..." demekle yetinir. Refika'nın, gerçek hissiyatını dile getirmesi halinde, Ferit'in, ondan uzaklaşarak hayatta kalmayı tercih edeceği aşikârdır. (Muhtar, 1885, s. 14.)

Refika, Ferit'le evlendiği gece, onun kendisinden şüphelenmemesi için normal davranmaya gayret eder. İçinden, "Şimdi icra edesiye kadar yüzüne gülmek lâzım..." diye geçirirken eşini öldürme planını gerçekleştirmek için fırsat kollar. (Muhtar, 1885, s. 15.) Ferit, ondan su ister. Refika, bu masum isteği bir fırsata çevirme düşüncesindedir. Kendi kendine, "Rengi suyu bozduğundan koymaya cesaret edemedim... Elbet içireceğim." diyerek aklına koyduğu şeyi yapmaya uğraşır. (Muhtar, 1885, s. 16.)

Ferit, zevcesi Refika tarafından zehirlendiği vakit, başına geleni anlamadığından zevcesini düşünmeye devam eder ve onun için endişelenir. Ferit, sancılar içinde kıvrılırken içinden, "Ah zevcem bendeki kara talih nihâyet bu gününe de yetişti senin ile izdivacım rüya gibi oldu..." diye geçirir. (Muhtar, 1885, s. 17.) Buna karşın Refika acımasızdır ve ona, "İnşallah kesb-i sıhhat edersiniz de cümlemiz mesrur oluruz." derken içinden, "Benim mesruretim senin vücudiyenin mahvıyla meydana gelir..." diyerek onun ölmesini diler. (Muhtar, 1885, s. 17-18.) Ferit, ruhunu teslim eder etmez Rıfkı Bey kızını, Refik'e vermeye karar verir:

Gözyaşlarına gark olmuş bir evladımı gözyaşını dindirmek ve hayatını kazanmak için sizin ile izdivacına vicdanım karar verdi. (...) Buna hükmü kader yetişti nasıl olacağı yok ve düşünmek de lâzım değil ben münasip gördüm onu... (...) Yanmış olan evladım ne çare kızım kader böyle imiş takdirde yazılan tedbirde bozulmaz... İşte o gittiye zînetin bozulmadan kendime bir damat sana bir zevc yarın da akdini icra ederim inşallah... Allah muvaffak bi'lhayr etsin. Haydi şimdi gidelim de meftanın teşhiz ve tekfiniyle uğraşalım... (Muhtar, 1885, s. 17-18.)

Rıfkı Bey'in, damadı yeni öldüğü halde bu kadar sert bir geçiş yaparak kızını Rıfkı'ya vermek istemesi anlaşılır gibi değildir. Babasının bu sözlerinden sonra Refika içinden, "Bu bana Cenâb-ı Hak tarafından bir ihsan." diyerek içinde Allah korkusu taşımadığını ortaya koymuş olur. (Muhtar, 1885, s. 19.) Günahsız bir adamın canına kıymasına karşın Allah'ın ona ihsan göstereceğini düşünecek kadar aklını yitirmiş bir durumdadır.

Refik'e gizli sevda besleyen cariyeye Goncater, sevdiği adamla evlenen Refika'dan intikam almaya karar verir. İkisinin evlendikleri gece içinden, "Eğer ben de o karıyı sana hayır ettirsem." diye geçirerek bu kötü niyetini belli eder. (Muhtar, 1885, s. 21.) Kezban adındaki büyücü kadına bir iksir hazırlatarak Refika'ya içirir. Refika, sanrılar içerisinde ve Ferit'in hayaletiyle karşılaşır. "Acaba hayalet mi? (Kapıya nazar ederek) Hayır, hayır. Evet Ferit. Elimle

zehirlemiş olduğum Ferit.” diyerek her şeyi itiraf etmiş olur. (Muhtar, 1885, s. 22.) Refika, geç de olsa yaptıklarından pişman olmuş ve ilâhi adalete sığınmıştır. Bunu şu çarpıcı sözlerle dile getirir:

Beni bırakın Ferit’i bekliyorum anlamıyor musunuz? (Hışım la elini çekip kurtulur) Ya Rabbi ben huzuruna gelmek için uğraşmaktayken... Nihayet hükmü gıyâbi ile mahkûmiyetim zâhir olup hayatımın aczi için bunları mı memur ettin güzel. Lâkin vermiş olduğun bir can ki onun da davacısı bulunan Ferit’i almadıkça bir yere gitmemek benim gibi bir biçarenin muamele-i gıyabiye ile ceza görmekliğimi senin şan ve adaletine lâıyk göremem şu sade canımın ihracına emrederek işte o zaman huzurunda aleni muhakememizin icrasının emrini bekliyorum. (Muhtar, 1885, s. 24.)

Taşıdığı yükün ağırlığını taşıyamayan Refika, Ferit’in mezarı başında can verir.

İkinci kategorideki karakterlerse birbirlerine olan aşklarını itiraf edemeyen gençlerden mütevellittir. Bu gruba verilebilecek örnekler şunlardır:

Refika, kendisini sevmediği bir adamla evlendirmek isteyen ebeveynlerine önce itiraz eder gibi olsa da gerçekte kimi sevdiğini söylemediğinden anne ve babası tarafından dikkate alınmaz. Refika’nın annesi Mecbure, “Kızım bu kadar muhalefet etmekten ne çıkar? Başka biriyle ihtilâtın varsa orasını söyle.” diyerek kızına başka bir sevdiği olup olmadığını sorar. (Muhtar, 1885, s. 6.) Refika ise aklından, “Dünyada sevmediğimin biri de odur.” (...) “Hiç de böyle cebren kocaya varmak görmedim.” gibi olumsuz fikirler geçtiği halde, “Estağfirullah benim kimsede gözüm olmadığı gibi Ferit Bey’i dahi gönlüm hoşlanmadı.” diyerek, annesine açılmamayı tercih eder. (Muhtar, 1885, s. 6-8.) Refika, annesine, başka birini sevdiğini itiraf edebilse muhtemelen konu babasına açılacak ve genç kız Ferit’le evlenmek zorunda kalmayacaktır. Babası, Refika’ya, kendisini Ferit Bey’le evlendireceğini söyleyip, ondan onay istediğinde de durum değişmez. Refika’nın aklında Ferit Bey’i öldürme düşüncesi belirse de babasına, “Madem siz münasip gördünüz emrinize hazırım...” diye cevap verir. (Muhtar, 1885, s. 8.) Refika, babasına, Ferit Bey’le değil Refik Bey’le evlenmek istediğini söylese büyük olasılıkla muradına erecektir; zira Rıfkı Bey’in aklındaki diğer damat adayı da Refik Bey’dir.

Rıfkı Bey’in cariyesi Hercai, Ferit Bey’e âşıktır. Ferit, Refika’yla evlendiği gece,

Rahat etmek ve hem zevk olmak üzere... İşte odalarına gitmişler ne güzel... Saadet... Ne bahtiyar gece... (Tefekkür eder) Ümit ile tedavi olmaktan olan sinemdeki yaralarım bu gece bu kadının zülfü celladı bir hançer oldu... Çünkü ben Ferit Beyi kemal derece severdim, zannederim ki o da beni sever... Lâkin vicdanında efkâr başka imiş. (Kupayı göstererek) İşte bu odada... Evet orada yatıyor. (Muhtar, 1885, s. 15.)

diye düşünerek üzüntüsünü dile getirir. Ferit Bey, eşi tarafından zehirlenerek öldürülünce Hercai bu acıya dayanamaz ve şu sözleri söyleyerek kendi canına kıyar:

Ne oldu ise bu biçareye oldu, gayrı bu evdeki icra olunan cemiyetleri görmektense... Şu zamana kadar teselli visaliyle Ferit’imin bu hâlini göreceğime ve ilelebet çiğergâhımı yakmadan ise bana böyle hayatın lüzumu yok...(Konsolu açarak içerisinden bir kama çıkarıp Ferit’e hitaben) İşte ben de mestur tutmuş olduğum muhabbetin netice-i zulmeti şimdi icra ediyorum. (Kamayı vurur Ferit’in mevti üzerine düşer.) Hayatsız vücudun âlemde gezmesi kabul olmadığını bilir misin işte benim hayatım burada mahvoldu. Gayrı bana vücudun lâzımı yok... (Muhtar, 1885, s. 18.)

Buna mukabil Hercai, Ferit’e olan aşkı itiraf etse, karşılık bulduğu taktirde hem onun canını hem de kendi canını kurtarabilecektir.

Gizli sevda çeken bir diğer biçare ise Refik’in cariyesi Goncater’dır. O da itiraf edemediği aşkı içinde yaşar. Refika ve Refik evlendikleri gece, “Ah ya Rabbi bana bu kara günü göstereceğine hayatımı alıp da beni kara toprakla üzerimi örtmüş olaydın. Daha saadet hal görürdüm.” diyerek kendi kendine ağlar ve kahrolur. (Muhtar, 1885, s. 20.)



Gerek birbirleri hakkındaki düşüncelerini olduğundan farklı bir şekilde dile getirenler gerekse birbirlerine olan aşklarını itiraf edemeyenler sebebiyle piyeste birçok kişi ya hayatını yitirmiş ya da sevdiğine kavuşamamıştır.

### Değerlendirme ve sonuç

İslâmiyet öncesinde kadın-erkek ilişkilerinde, kaç-göç yoktur. Oğuz-Kağan Destanı ve Dede Korkut Hikâyeleri'nde bu açıkça görülür. İslâmiyet'in kabulünden sonra kadın, dinsel koruma anlayışı içerisinde yabancı erkeklerden uzak tutulur. Bunun neticesinde Türk toplumunda "haremlik ve selâmlık" kavramları oluşur. Bu kapalı hayat tarzı, Tanzimat'la değişmeye başlar. Özellikle şehirlerde kadının sosyal hayata dâhil olması; kadını, erkek dünyasına yaklaştırır. Tanzimat dönemi yazarlarından Şinasi, görücü usulüyle evliliğin yanlışlığını "Şair Evlenmesi" piyesiyle ilk kez dile getiren kişidir. (Enginün, 1991, s. 11-18.)

Tanzimat dönemi tiyatrosunda, kadın-erkek ilişkilerini anlatan piyeslerde, "tek taraflı yahut birbirinden habersiz yaşanan aşklar" ile "gençlerin, sevdiklerine verilmeyip sevmedikleri kişilerle zorla evlendirilmeleri" konusu sıkça işlenen konulardandır. Recaizâde Mahmut Ekrem'in "Vuslat yahut Süreksiz Sevinç", Namık Kemal'in, "Zavallı Çocuk" ve Abdülhak Hâmid'in "Sabr-ü Sebat" ile "İçli Kız" piyeslerine dek uzanan birçok örnekte bu temalar işlenir.

"Mestûre-i Aşk" piyesinde, hem tek taraflı ve itiraf edilemeyen aşklar hem de sevmedikleri kişilerle evlendirilen gençler konu edilir. Aynı temaları işleyen diğer eserlerde kavuşamayan gençlerin birlikte intihar etmeleri, verem olup ölmeleri ya da kendilerine engel olan kişileri öldürmeleri alışıldık sonuçlardandır. Ancak Mestûre-i Aşk'ta, sevmediği bir adamla evlendirilen genç kızın, bu işte hiçbir suçu olmayan eşini öldürecek kadar uç noktada bir intikam planı yapması, piyesi diğerlerinden ayıran en önemli özelliktir. Piyeste, insanlar, birbirleri hakkındaki düşüncelerini dışa yansıtımsızın iç sesleriyle ifade ederler. Düşündükleriyle söyledikleri arasında uçurumlar vardır. Bu perspektiften bakıldığında ulaşılan neticeler şöyle özetlenebilir:

Refika, anne ve babasının evliliğiyle ilgili düşüncelerini ifşa edebilse; onların, kendi mizacı hakkında daha fazla fikir sahibi olmalarını sağlayacaktır. Bunun yanında Ferit'le evlenmesi hususunda kendisinden onay bekleyen babasına, olumsuz yanıt verebilse sevdiği adam olan Refik'le evlenme şansına sahip olacaktır. Rıfkı Bey'in, Ferit öldüğü vakit kızını Refik'e vermesine bakılacak olursa diğer damat adayının Refik olduğu açıktır. Diğer bir deyişle Refika, evlilik konusundaki hissiyatını açıkça dile getirebilmiş olsa Ferit, Hercai ve Refika hayatta kalacaklardır.

Cariye Hercai, hanımı Refika ile ilgili düşüncelerini onunla paylaşabilse, konunun gidişatı itibarıyla Ferit'e olan aşkını itiraf edecek ve Refika, istemediği bir evlilik yapmak zorunda kalmayacaktır. Aynı şekilde cariye Goncater, Refik'e olan aşkını itiraf edebilse Refik ya ona karşılık vermek ya da onu köşkten uzaklaştırmak suretiyle her halükârda Refika'nın hayatta kalmasını sağlayacaktır.

Refika, gerçekte ne hissettiğini müstakbel eşine ifade edebilse; Ferit, ondan uzaklaşarak hayatta kalmayı tercih edecek ve belki de kendisini çok seven cariyesi Hercai'yle evlenerek mutlu bir hayat sürecektir.

Sonuç itibarıyla piyesteki karakterlerin birbirleriyle ilgili düşüncelerini dile getiremeyişleri ve gizliden çektikleri sevdaları itiraf edemeyişleri yüzünden üç genç hayatını kaybeder (Ferit, Hercai ve Refika) ve üç olası kavuşma (Refika-Refik veya Goncater-Refik ile Hercai-Ferit) gerçekleşemez.

İslâmiyet'in kabulünden sonra Türk toplumunun benimsediği kapalı hayat tarzı, Tanzimat'la değişmeye başlasa da bu değişim, topluma tam manasıyla nüfuz etmemiştir.

(Tanpınar, 1996, s.36.) Kanaatimizce yazar, bu yüzeysel değişimi vurgulamak amacıyla böyle bir teknik kullanmıştır. Özellikle hanedana mensup bir ailenin kızı üzerinden böylesine uç bir örnek vermesi bunun göstergesidir. Üst tabakaya mensup bir ailede bile bireyler kendi hayatlarıyla ilgili fikirlerini özgürce dile getirememekte; bunun neticesinde de pasif-agresif bir direniş oluşmakta ve cinayete kadar varabilecek felaketler başgöstermektedir. (Ankay, 2012.) Toplumun ruh sağlığını derinden etkileyen bu durumun altında, kadınların eğitim alarak ekonomik bağımsızlığa kavuşmaksızın sosyal hayata katılmalarının payı olduğu gayet açıktır. Altyapı olmaksızın yapılan değişiklikler faydadan ziyade zarar getirir. Şekli manada yapılan düzeltmeler yüzeysel kalmaya mahkumdur; aslolan değişimin içselleştirilmesidir.

### Kaynakça

- And, M.; Taner, H.; Nutku, Ö. (1966). *Tiyatro terimleri sözlüğü*. Ankara: TDK Yayınları.
- Ankay, A. (2012). *Ruh sağlığı ve davranış bozuklukları*. İstanbul: Nobel Yayınları.
- Devellioğlu, F. (2014). *Osmanlıca-Türkçe ansiklopedik lügat*. İstanbul: Aydın Kitabevi.
- Duman, H. (2005). *Metin çözümleme yöntemleri Tanzimat dönemi*. İstanbul: Duyap Yayıncılık.
- Enginün, İ. (1991). *Yeni Türk Edebiyatı araştırmaları*. (İlâveli 2. baskı). İstanbul: Dergâh Yayınları, İstanbul.
- Enginün, İ. (2006). *Yeni Türk Edebiyatı – Tanzimat'tan Cumhuriyet'e (1839-1923)*. İstanbul: Dergâh Yayınları.
- Gündüz, O. (2002). Türkiye'nin Batılılaşma serüveninde özgün bir portre: Ahmet Hamdi Tanpınar. *U. Ü. Sosyal Bilimler Dergisi*, 3, 13-28.
- Muhtar, A. (1885). *Mestûre-i Aşk Yahut Muhabbetin Neticesi Cinayet*. İstanbul: Kurbet ve Kasbâr Matbaası, Bâb-ı Âli Caddesi, No: 35.
- Sâmi, Ş. (2016). *Kamus-ı Türki*. İstanbul: Nadir Eserler Kitaplığı.
- Tanpınar, A. H. (1996). Medeniyet değişmesi ve iç insan. *Yaşadığım gibi*. İstanbul: Dergâh Yayınları.
- Tiyatro metni çözümleme yöntemleri ve rol analizi*, 30.05.2018, mytkn.wordpress.com.
- Töre, E. (2016). *Modern Türk tiyatrosu*. İstanbul: Kesit Yayınları.
- Töre, E. (2010). *Tanzimat'tan günümüze Türk tiyatrosunda temalar*, İstanbul: Dijital Yayıncılık.

# Düzce İli Geleneksel Özel Gün Kadın Giysilerinin İncelenmesi

## Research of Traditional Special Day Clothes of Womens in Düzce

Filiz DURSUN\*

Çiğdem Dursun ÇALIŞAN\*\*

Güliden ABANOZ\*\*\*

### Öz

Maddi kültür ögesi olarak giyim, bir milletin kültürünü gelenek ve göreneklerini yansıtan en önemli unsurların başında gelmektedir. İlk çağlarda tabiat etkinliklerinden korunmak ve örtünmek amacıyla başlayan giyinme ihtiyacı, medeniyet düzeyi ve hayat koşullarının değişimi ile belirginleşmiştir. Ayrıca giyinme şekilleri buldukları toplumun kültürel değerleri ile şekillenerek, diğer toplumlardan ayırıcı özellikler barındırmaktadır. Buradan yola çıkarak yüzyıllarca birçok medeniyete ev sahipliği yapmış, değişik kültürlerin bir arada uyumlu şekilde yaşadığı Anadolu'da bölgelerin kendine özgü geleneksel kıyafetlerinin olması aynı ilde hatta merkez ve köy arasında bile giyim farklılıklarının oluşmasına sebep olmaktadır. Küreselleşen dünyada zaman içinde yok olma tehlikesi ile karşı karşıya kalan kültürel miraslarımızdan olan geleneksel giysiler, dönem ve yöresel özelliklere ışık tutması, ayrıca bilimsel anlamda araştırılarak belgelenmesi ve gelecek nesillere aktarılması, geçmişten günümüze bağ oluşturması açısından önem taşımaktadır. Araştırmanın amacı; özel koleksiyonlarda sandıklarda, bohçalardaki geleneksel (yöresel) özel gün kadın giysilerinin kumaş, renk, desen, süsleme, model özelliklerini inceleyerek, gün yüzüne çıkartmak, geleneksel giysi kültürünü tanımak ve tanıtmaktır. Aynı zamanda güncel giysi tasarımlarında geleneksel özelliklerin ve süslemelerin kullanılarak, özgün tasarımların ortaya çıkmasında moda tasarımcılara ilham vereceği düşünülmekte, bu sayede kültürel değerlerin yaşatılacağı umulmaktadır. Anadolu'nun batısında yer alan stratejik konumu ile sanayileşme yolundaki büyük adımlarının yanında doğal güzellikleriyle de ön plana çıkan Düzce ili aldığı göçler ve tarihi ile son derece renkli bir giyim kültürüne sahiptir. Düzce ilinde bulunan farklı milletlerin özel günlerde giydikleri giysilerden örneklem alınarak, geleneksel kadın kıyafetlerinden özel gün giysileri araştırılmıştır. Giysiler, oluşturulan gözlem fişleri doğrultusunda; kumaş, iplik, renk, model, kesim, dikim, astar ve süsleme özellikleri açısından incelenip, fotoğraflanarak görselleştirilmiştir.

**Anahtar Kelimeler:** Düzce, Geleneksel kıyafet, kadın, özel gün.

### Abstract

Clothing as a material cultural heritage is one of the most important elements reflecting the traditions and customs of a nation. In the early ages, the need for dressing to protect and cover up nature activities became evident by the change in civilization level and living conditions. In addition, the forms of dressing are shaped by the cultural values of the society they are in, and they have distinctive features from other societies. From here it has been hosted by many civilizations for hundreds of years and in Anatolia where different cultures coexist in harmony, the fact that the regions have their own traditional clothes cause the differences of clothing even on the same side, even between the center and the village. The traditional clothes of our cultural heritage, which are faced with extinction in the globalizing world over time, have a significance in shedding light on period and local characteristics, examining and documenting them with a scientific approach and transferring them to future generations, forming a daily bridge from the past. Purpose of the research; to examine and introduce traditional cloths, traditional dresses, dresses, colors, designs, ornaments and model features of traditional (regional) special day women's dresses in coffers in private collections. At the same time, it is thought that fashion designers will inspire the emergence of original designs by using traditional features and ornaments in contemporary clothing designs, and it is hoped that cultural values will be experienced on this occasion. In addition to its strategic location in the western part of Anatolia and the great steps on its way to industrialization, Düzce has a very colorful clothing culture with its migrations and history. Special day clothes were searched from traditional women's clothes by taking samples from different nationalities wearing special occasions in Düzce. The clothes are in the direction of

\* Öğr. Gör. Dr. Düzce Üniversitesi, Düzce Meslek Yüksekokulu, Moda Tasarım Programı, filizdursun@duzce.edu.tr.

\*\* Öğr. Gör. Düzce Üniversitesi, Düzce Meslek Yüksekokulu, Moda Tasarım Programı, cigdemdursun@duzce.edu.tr.

\*\*\* Öğr. Gör. Düzce Üniversitesi, Düzce Meslek Yüksekokulu, Moda Tasarım Programı, guldenabanoz@duzce.edu.tr.

the created observation sticks; the materials used are examined in terms of color, model, cutting, sewing, lining and decoration properties, and photographed and visualized.

**Keywords:** Düzce, Traditional clothes, Female, Special day.

## Giriş

Giyim, bedeni saran elbise, entari, kıyafet, ayağa giyilenlerden başa takılanlara, makyaj ve aksesuarların tamamı ve bunları kullanma biçimidir (Tezcan, 1983; Türkoğlu, 2002). Yapılan birçok araştırmada; farklı dilde ve şekillerde tanımlanan “giyim” bedene yapılan ilavelerdir. Bu ilaveler giysi ve vücutta yapılan değişiklikler olarak düşünülebilir (Eicher ve Roach-Higgins, 1993, 15). Aile kavramının ortaya çıkması ile vücudu sarma yani örtünme başlamış ve zamanla gelenek haline gelmiştir. İnsanların giyimi birçok faktöre bağlıdır (Tezcan, 1983). Giyim; cinsiyet, statü, etnik köken ve yaş gibi çeşitli kimlik özelliklerini; kullanılan model, malzeme, süsleme, dikiş uygulamaları ile belirten ve kimliksel iletişim kurmaya yarayan bir araçtır (Svensson, 1992, s. 62). Hem yaşam hem de kültürel kimliği yansıtan giyimin bu özellikleri, onu kültürel araştırmalar için önemli bir hedef haline getirmektedir (Sürür, 1983; Svensson, 1992). Buradan hareketle geleneksel giysiler, toplumların gelenek ve göreneklerinin yanında bölgesel özellikleri hakkında bilgi verebilen önemli kültür öğeleri arasında yer almaktadır. Bu giysiler incelendiğinde eşsiz sanatsal özellikler ve çeşitlilikler göze çarpmaktadır (Çivitçi, Harmankaya & Üstün 2012, s. 99). Geleneksel kıyafetler herhangi bir toplum için geleneksel yaşamı yansıtan gerçek bir kaynak olarak kabul edilebildiği gibi, belirli bir toplumun kültürel, sosyal ve ekonomik koşullarını yansıtan bir unsur olarak da kabul edilir. Bunun anlamı bir toplumun sanatının diğer toplumlardan ayırt edilmesidir (Al-ajaji, 2013).

Anadolu giyim tarihi incelendiğinde burada yaşamış olan pek çok topluluktan ve uygarlıktan izler görülmektedir. Her medeniyetin kendinden öncekinden etkilenerek kendi kültürlerini geliştirdikleri varsayılmaktadır. Bunun sonucunda medeniyetlerin ortak kültürel değerlere sahip oldukları düşünülmektedir (Sürür, 1983, s. 78). Her açıdan zengin bir altyapıya sahip olan Anadolu'nun; kadın giysileri açısından da estetik, emek, ustalık ve sabır gerektiren ürünleri bünyesinde barındırdığı görülmektedir. Bölgeden bölgeye değiştiği görülen bu giysilerin arasında ortak ürünler olarak entari, yelek, şalvar, işlik, kuşak vb. yer aldığı bilinmektedir. Ancak bu giysilerin kullanım biçimleri ve ayrıntılarında yine de bölgesel farklılıklar bulunmaktadır (Özus, Erden & Tufan, 2014, s. 652).

Anadolu'nun tüm bölgelerinde giyilen ortak giysilerden, şalvar: erkek ve kadınların giydiği bol ağılı, geniş bir üst giysisidir. Genellikle erkek şalvarları yünlü, kadın şalvarları da ipekli kumaştan yapılmaktadır (Koçu, 1969, s. 242). Özel (1992); geleneksel giyim eşyalarından biri olan şalvarı, üst kısmı bol ve büzgülü, paçaları ayrı ve genişçe dikilmiş dış don olarak, Koca (2000); ise bol kesimli, ayak bileğine kadar uzun, beli ve bilek kısmı büzülerek toplanan bir üst donu olarak tanımlamaktadır. Geniş ağılı, alt kısmı topuklara kadar uzun, bol kesimli, bel ve paçaları uçurla büzgülü olan giysidir (Yener, 2000). Türkiye'de doğudan batıya kuzeyden güneye kadar her yerde kadın-erkek alt giyimi olarak şalvarın kullanıldığı görülmektedir. Fakat bölgeden bölgeye giyilen şalvarlar iklim koşulları, gelenek görenekler, coğrafi yapı sebebiyle birtakım değişiklikler göstermektedir (Tokdemir, 1993, s. 228). Ayrıca Türk kadın giyiminde şalvar çok önemli bir yer teşkil etmektedir. Anadolu kadını tarafından hem gündelik kıyafet hemde özel gün giysisi olarak kullanıldığı bilinmektedir.

Yelek: kolsuz ve genellikle önü açık (yaka kesimi açık) boyu bele kadar kısa olup mintan üstüne ve ceket, salta, cepken altına giyilen bir giysi türüdür (Koçu, 1969, s. 215). Ayrıca, ceket altına giyilen kolsuz ve kısa giysi olarak tanımlanmaktadır (TDK, 2018a).

Bindallı: Üzerlerine altın veya gümüş yaldızlı sim ile iri yapraklar ve dallar işlenerek yoğun şekilde süslemeler uygulanan, boyu ayak bileklerine kadar elbise şeklinde giysi çeşididir (Koçu, 1969, s. 39- 137). Türk giyim kültüründe 19. yy. sonlarında, kadife üzerine dival işi altın

sim sırma işlemeli, halk arasında *bindallı* veya *kutu içi entari* olarak adlandırılan giysilerin yaygınlaştığı, gelin kıyafeti olarak satılan bu giysilerin İstanbul'da farklı bedenlerde hazırlanarak tüm yurda dağıtıldığı bilinmektedir (Koç ve Koca 2007, s. 73).

**Fes (Kep):** Fas şehrinde ortaya çıkmış kırmızı renkli bir baş kisvesidir. Osmanlı imparatorluğunun son yüz yılı içerisinde erkekler için kabul edilmiş ve resmiyete bürünmüş kırmızı renkli serpuş; kalıpsız hali ters kapanmış bir çanağa benzemektedir. Kadın başında fes 16. yy 'da yaygınlaşmıştır. Müslüman Türk kadını günlük ev hayatı giyimini tepelikler, inciler, elmaslarla bezenmiş, altın tellerle işlenmiş feslerle süslemiştir (Koçu, 1969, s. 113-116).

**Kuşak:** Beli sıkı tutmak için sarılan uzun ve dar kumaş, şal ve saire olarak tanımlanmaktadır. Eski Türk giyim kuşamında hem erkek hem kadın belinde çok önemli bir yeri olmuştur. Özellikle entariler üstüne sarılan dış kuşakları eski kadın giyim kuşamında önem arz etmektedir (Koçu, 1969, s. 160-161).

**Mendil:** El, yüz, burun mendilleri olarak üçe, kadın ve erkek mendili olarak ikiye ayrılmaktadır. Kadın mendilleri küçük olmakla birlikte, yüzü ve kenarları nakış, oya ve dantellerle süslü olagelmıştır. Eski kadın tuvaletinde ipek ve altın tel ile nakışlı, oyalı bir mendil, üstlüğün göğsüne veya bir omuz başına elmaslı bir iğne ile iliştilerle ayrıca süs olarak kullanılmıştır (Koçu, 1969, s. 172).

**Tülbent (Başörtü):** İnce ve seyrek dokunmuş, hafif ve yumuşak bez ile bu bezden yapılmış başörtüsüne verilen isimdir (TDK, 2018b). Anadolu'da kadınların, genç kızların; kenarlarını farklı özelliklerle bitkisel motifler ve pullar ile oyalayarak kullandıkları genellikle beyaz renk veya çeşitli desenlerde olan başörtülerine tülbent adı verilmektedir.

**Kemer:** Bir şerit şeklinde olan ve giyilen kıyafeti belden sıkıp tutmak için veya sadece süs olarak kullanılan ve bele tek bir defa dolanarak önden bir toka ile tutturulan aksesuar olarak tanımlanmaktadır. Deriden, giysilerin kumaşından yapılmış, kibar tokalarla süslenmiş veya tamamen metal kullanılarak yapılmış kemerler bulunmaktadır (Koçu, 1969, s. 152). Kemer günümüzde kadın ve erkekler tarafından çokça kullanılan bir aksesuardır. Bu çalışmada hem metal, hem de ürün kumaşından yapılmış iki adet kemer incelenmiştir.

Bu tanımlamalardan ve çeşitlilikten yola çıkılarak Anadolu'da son derece gösterişli bir giyim kuşam kültürü olduğu görülmektedir. İhtiyaçların ve sosyal alışkanlıkların renklendirip şekillendirdiği geleneksel giysiler kentleşmenin artması ve moda olgusunun hayatımıza girmesiyle büyük ölçüde terk edilmiş, pek çok yörede yalnızca Halk Oyunu (folklor) ekipleri ve halk kültürü araştırmacıları tarafından incelenir ve kullanılır hale gelmiştir. Bu durum geleneksel giyim kuşam kültürümüzün zaman, teknoloji ve moda baskısı altında kalan yaşam alanı bulamadığını ve gündün güne geleneksel özelliklerini kaybederek yok olmaya yüz tuttuğunu göstermektedir (Erden, 1986, s. 26).

İnsanın giyinme ihtiyacı ve arzusu zamanla değişiklikler göstermiş ve bunun sonucunda zamanla değişime uğramıştır. Bu değişim, toplumsal hayata paralel olarak gerçekleşmiştir. Düğüne, bayram yerine, devlet dairesine giden bir insanın giyimiyle günlük ve iş giyimi arasında farklılıklar vardır. Türk insanı özel günlerde giydiği giysinin adına "ellik", "yabanlık"; çalışırken, günlük giydikleri giyimlere de "günlük" demişlerdir (Artun, 2006). Bir kadının gündelik, misafirlik ve nihayet düğün ve düğünle ilgili önemli, merasimlere özgü elbiseleriyle, süs ve takılarının olması bir görgü ve geleneğin gereği sayılmaktadır (Yener, 1955, s. 26).

İlk insandan günümüze korunma, örtünme ve zamanla hoş görünme ve süslenme amaçlarına uygun olarak ortaya çıkan giyim; iç, dış, üst ve özel amaçlı giyim olarak gruplandırılmaktadır (Çağdaş, 2002, s. 2). Özel amaçlı giyim olarak özel gün giysilerinin kız isteme, nişan, düğün, bayram gibi törensel ortamlarda kullanılmakta, günlük giyimlerden daha pahalı ve itinalı olarak hazırlandığı görülmektedir (Tüz, 2009, s. 48).

İnsan hayatında doğum, düğün ve ölüm başlıca üç önemli geçiş dönemi bulunmaktadır (Örnek, 1995, s. 131). Evrensel bir olgu olarak, kadınla erkeğin aile kurmak için yasaca birleştiği evlilik törenleri ülkemizde düğün olarak isimlendirilmekte, düğünler bağlı bulunduğu kültür tipinin öngördüğü belirli kurallara ve kalıplara uygun şekilde yani gelenek ve göreneklere göre gerçekleştirilmektedir (Örnek, 1995, s. 185). Geçmişten bugüne önemli bir geçiş evresi olan düğünlerde özel, farklı ve süslü kıyafetler giyilmekte, bu giysi gelinlik olarak adlandırılmaktadır (Gümüş, 1996, s. 82). Gelin Entarisi olarak da isimlendirilen gelinlik toplumsal hayatta bir kadının hayatı boyunca giydiği en pahalı ve en süslü giysinin adıdır, düğünde giyildikten sonra güzel bir anı olarak saklanmaktadır (Koçu, 1969, s. 121).

İnsan yaşamında ayrı bir yeri olan evlenme-düğün törenlerinin gelin giysileri ile özdeşleştiği bilinmektedir. Toplumsal aidiyet açısından evlilik törenleri ait olunan toplumun kültürel unsurlarına uygun yapıldığı için, gelin giysilerinde kullanılan kumaş, renk, motif ve süslemelerin her birinin sembolik ve kültürel açıdan taşıdığı bir anlamı yani değeri bulunmaktadır. Bölgeden bölgeye çeşitlilik gösteren kültürel ve sembolik değerler, bölgelerin giyinme kültürünü oluşturmaktadır (Koca ve Kumaş, 2015).

Türk kültürünün çeşitliliğini ortaya koyan örneklerin bulunduğu Düzce ili; yüzölçümü ve nüfusu açısından incelendiğinde, küçük bir il olmasına karşın, değişik yaşam formlarını bir arada barındırmaktadır. Küçük bir il olarak Düzce'nin yedi ilçesi bulunmakta, ilçeler hatta köyler arasında büyük kültürel farklılıklar görülmektedir. Bunun sebepleri arasında 1839-1876 yılları arasında Kafkasya, Doğu Karadeniz, Doğu Anadolu ve Rumeli'den gelen göçmenler sayılabildiği gibi bu göçmenlerin Düzce nüfusunun artmasında ve şehrin büyümesinde de önemli rol oynadıkları da bilinmektedir. Düzce'ye göç eden Türkler; Çerkez, Abhaz, Laz, Gürcü, Ordulu, Hemşinli, Batum'lu, Hopalı, Tatar, Boşnak, Arnavut ve Bulgaristanlı geldikleri yerlerin isimleri ile anılmaktadır (Tuzcu, 1980). Farklı yerlerden alınan göçler sayesinde Düzce ilinde mahalleden mahalleye, köyden köye kıyafet farklılıkları görülmektedir. Bir köyde Karadeniz 'de olduğu gibi peştamal, yün kuşak, çorap ve kara lastiği; diğer bir köyde şalvarı, yeleği ve feracesiyle giysi yelpazesindeki yerini almaktadır. İşlemeli cepkenler, pembe şalvarlar, iğne oyalı yemeniler, tel kırmalı örtüler, dokuma önlükler, heybeler Düzce ili maddi kültür unsurlarından bazıları olarak sayılabilmektedir (DüzceTso, 2014).

Düzce ilinde geleneksel kıyafetler ile ilgili yapılan çalışmalar incelenmiş, özel gün giysileri ile ilgili olarak şu verilere ulaşılmıştır: Boşnak kıyafetlerinin incelendiği bir araştırmada; maddi durumları iyi ailelerde düğün ve kına gecesinde gelinin; 3-4 sıra altınlı fes, iğne oyalı şamiye(kulak arkasından arkaya bağlanmış eşarp), düz renkli, dantelli, beyaz işli, ipek oyalı yemeniler, dimye (dimiye, şalvar), cepken, iç gömlek, ipek gömlek, evde terlik, dışarıda ise ayakkabı kullandığı, doğumda; üçgen filtrelili dantelden, beyaz işten eşarplar ile filtre kol ve önde U şeklinde gecelik giyildiği, cenazede; kapalı ve temiz giysiler giyildiği, koyu renkli örtüler kullanıldığı tespit edilmiştir (Dursun, Dursun Çalışan & Abanoz, 2015). Karadenizlilerde ise; maddi durumu iyi olmayan ailelerin gelinlerinin düğünde günlük kıyafetleri giydikleri, maddi durumu iyi olanlarda ise fes ve fesin üzerine yazma bağlandığı saptanmıştır. Gelinlerin; üstlerine kırmızı örtme örtterek, diktirme olarak uzun robalı genellikle pembe, mavi, beyaz elbise ve üzerine yelek giydikleri ve bazı gelinliklerin ipek işli olduğu belirlenmiştir (Dursun, Abanoz & Dursun Çalışan, 2016).

Birçok altkültüre ev sahipliği yapan Düzce ilinde içinde bulunduğu Anadolu toprakları her açıdan olduğu gibi geleneksel giyim açısından da çok geniş bir araştırma sahasına sahiptir. Giyilen bir giysiden, takılan bir başlıktan, kullanılan bir oyadan kişinin evli ya da bekâr mı, kayınvalide, elti, görümce mi, hangi sosyal gruba ait olduğu anlaşılabilir (Erden, 1986, s. 26). Geçmişten günümüze toplumlara, ülkelere göre farklı nitelikler kazanan giyim kültürü günümüzde sosyal farklılıkları ortadan kaldıran birbirine benzer, tek tip giyime doğru gitmektedir (Artun, 2006). Yöresel giysiler özellikle 17. y.y.'dan sonra sosyal, ekonomik ve

toplumsal değişiklikler dolayısıyla kentlerden kırsal bölgelere doğru yavaş yavaş günlük kullanımlarını yitirmektedirler (Çulcuoğlu, 2007, s. 91).

Geçmişten günümüze gelebilen gelenek ve göreneklerimiz bazılarını günlük hayatımızda, bugünle birleşerek yeni bir boyut kazanmaya başlamış bazıları ise tamamen unutulmuştur. Bunlardan en çok göze çarpan geleneksel kıyafetlerdir. Bu kıyafetlerin bazıları hafızalardan silinmiş, bir kısmı yok olmuş, bir kısmı ise özel günlerde giyilmek üzere sandıklarda saklanmaktadır. Birebir eski özelliklerini taşımaları bile folklor kıyafeti olarak sadece folklor ekiplerince giyilenleri de bulunmaktadır. Gelenek, görenek, tarih, dil ve kültürlerini unutan toplumların varlıklarını sürdürmeyecekleri bilinen bir gerçektir. Maddi manevi tüm kültür unsurlarını kuşaktan kuşağa aktararak yaşatılmalı ve gelecek nesillere emanet edilmelidir.

Araştırmanın amacı; özel koleksiyonlarda sandıklarda, bohçalardaki geleneksel (yöresel) özel gün kadın giysilerinin kumaş, renk, desen, süsleme, model özelliklerini inceleyerek, gün yüzüne çıkartmak, geleneksel giysi kültürünü tanımak, tanıtmaktır. Aynı zamanda çalışmanın güncel giysi tasarımlarında geleneksel özellik ve süslemelerin kullanılması yoluyla özgün tasarımların ortaya çıkmasında moda tasarımcılarına ilham vereceği umulmakta, bu sayede kültürel öğelerin yeni nesillere ulaştırılacağı düşünülmektedir.

### Materyal ve Yöntem

Araştırmanın evrenini Düzce ilinde bulunan farklı kültürler tarafından kullanılmış olan geleneksel özel gün kadın giysileri oluşturmaktadır. Çalışmada; geleneksel ve özel gün kadın giysilerinin incelenmesinde ve yorumlanmasında betimsel yöntem kullanılmıştır. Araştırma kapsamında ele alınan giysiler, gözlem ve doküman incelemesi teknikleri ile incelenerek belgelenmiştir. Çalışma kapsamındaki geleneksel özel gün kadın giysi örnekleri, gözlem fişleri doğrultusunda incelenmiş, giyside kullanılan malzemeler ve renkleri, giysinin modeli, kesimi, dikimi, astarlanması ile ilgili bilgiler, süsleme ve kalıp özellikleri, boyutları belirlenmiştir. Araştırma kapsamında giysilerin resimleri çekilmiş, ölçüleri alınmış, kumaşları, dikişleri, süslemeleri analiz edilerek belgelenmiştir. Alınan ölçüler doğrultusunda kalıpları çizilmiştir.

### Araştırma Bulguları

#### Bindallı

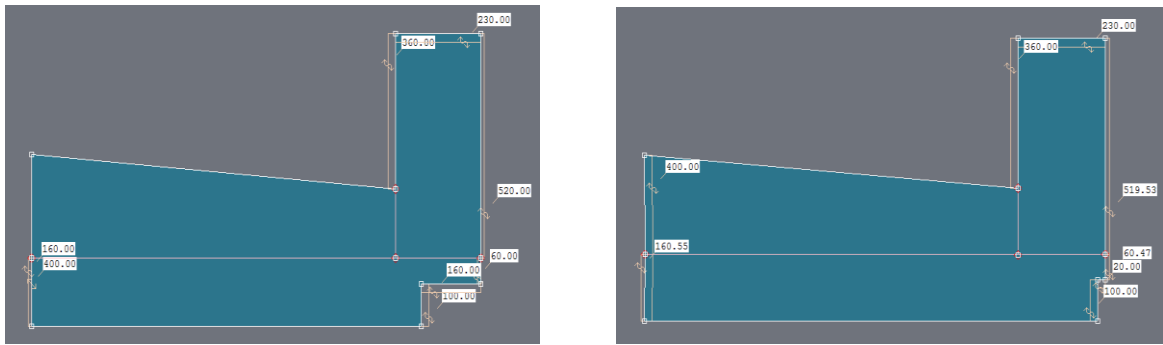
Bindallı: Gelin giysisi 120 yıllıktır (KK2).



**Resim 1:** Bindallı Ön Görünüm

**Resim 2:** Bindallı Arka Görünüm

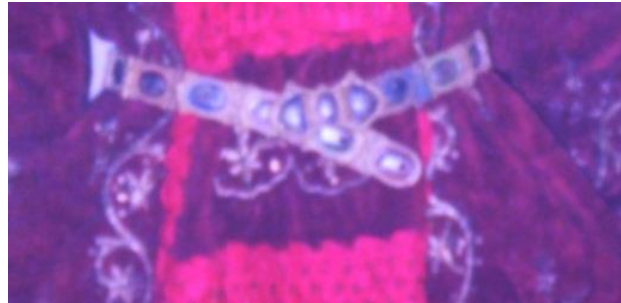
Bordo renkli kadife, kırmızı renkli pamuklu kumaş, kırmızı, bordo dikiş ipliği, krem renkli ince fisto, sarı renkli metal bükümlü iplik, sarı metal pullar ve sarı renkli pamuklu iplik kullanılmıştır. Kare yakalı, uzun kare takma kollu ve kol tek parçalı olup kol alt dikişi arkaya kaydırılmış, giysinin boyu bileğe kadar ve etek ucu geniş kesimli tasarlanmıştır. Ön ve arka beden kuplu, ön boyuna kuplar arasında enine kuplar çalışılmış, arka etek boyu ön etek boyundan uzun tasarlanmıştır. Makinede düz dikiş ve elde baskı tekniği kullanılmıştır. Giyside bitkisel bezeme olarak; çiçek, yaprak, kıvrımlı dallar kullanılmıştır. Bindallı üzerindeki işleme desenlerinden dal ve yaprakların köklenmek güçlenmek, çoğalmak, uzun ve bereketli bir yaşamı temsil ettiği düşünülmektedir. Sarı renkli metal bükümlü iplik kullanılarak dival işi tekniği ile desenler işlenmiştir. Dival işi: Giyim süslemede kullanılan nakış tekniklerindedir. Sarma ve atma iğnelerinin bileşimi olarak uygulanan bu teknikle biri kumaşın arka yüzünden yürütülen ve işlemenin yüzünden görünmeyen diğer iplik sim-sırma olan kumaşın yüzünden yürütülen iki tür iplik kullanılarak işlenir (Kılınç, 2008, s. 43). Kup, kol ve etek uçlarında su şeklinde, giysinin ön ve arka eteklerinde grup ve giysinin diğer yerlerinde serpm şeklinde desenler yerleştirilmiş ön bedende enine kuplarda bir kup parçasında dival işi diğer kup parçasında bal peteği kullanılmıştır. Balpeteği: Balpeteği şeklinde büzgü işidir. Balpeteği görünümünde olduğu için balgömeci veya bal peteği adını almıştır (Eronç, 1984, s. 242). Büzgü yapılan kumaş çeşitli şekillerde elde tutturularak çalışılır. Bal peteğinin üzerine sarı metal pullar tutturulmuştur. Giysinin yaka, kol ve etek uçlarında hazır malzeme olan fisto tutturularak süsleme zenginleştirilmiştir.



Şekil 1: Bindallı boyutları

## Kemer

Bindallı (Gelin giysisi) kemeri 120 yıllıktır (KK2).



Resim 3: Kemer Görünüm

Gümüş, bakır metaller kullanılmıştır. Kemer 82cm boyunda, 4cm enindedir. Kemer çeşitli nesnelerin resimleri ile süslenmiştir.

## Yelek (Cepken)



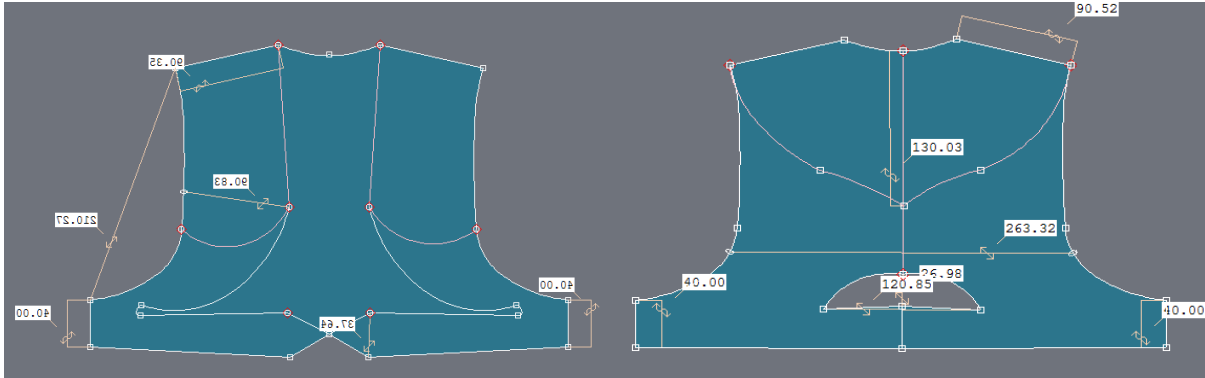
Gömleğin üzerine, şalvarın üstüne üst giysisi olarak kullanılmaktadır. Dimija' nın bir parçasıdır ve 120 yıllıktır. Dimija: Gelinin giydiği kıyafetin tamamına verilen isimdir (KK4).



**Resim 4:** Yelek ön görünüm

**Resim 5:** Yelek arka görünüm

Yelekte; bordo kadife kumaş, beyaz polyester astar, karton, ince sarı metal bükümlü ip ile hazırlanan kordon, beyaz, bordo, sarı dikiş ipliği, kırmızı kum boncuk, kopça kullanılmıştır. Yeleğin boyu göğüs altında, dar kesim, omuzları kumaş katı, ön ortası model uygulamalı, önde göğüs altından kemerli ve kopça ile kapama sağlanmış, ön ve arkası robalı, arka bedende roba altında, kemerin üzerinde, yarım daire şeklinde açıklık (pencere) bulunmaktadır. Yeleğin içinde karton kullanılarak yelek sertleştirilmiş, netlik sağlanmıştır. Önde altı adet süs düğmesi bulunmaktadır. Makinede düz dikiş ve elde çırpma dikişi ile dikilmiştir. Beyaz polyester astarlık kumaş, elde çırpma dikiş tekniği ile giysinin tümüne tutturularak astarlanmıştır. Yeleğin ön ve arkasında, bitkisel bezeme olarak çiçek, yaprak ve kıvrımlı dallar kullanılmış, kordon tutturma tekniği ve sarma tekniği kullanılarak desenler işlenmiş, yeleğin yaka, kol, ön ortası ve etek ucu, sim kordondan zincir çekilerek hazırlanan şeritler tutturularak süslenmiştir. Kordon tutturma: Blonya iğnesi olarak bilinen bu iğne-tutturma çeşidi bazı kaynaklarda “kordon tutturma iğnesi” adı ile geçmektedir. Eski Türk giyimlerinde en çok kullanılan süsleme iğnesidir (Eronç, 1984, s. 57). Sarma Tekniği: Çizilen desenin sınır çizgileri, üzerinde iğne ile ipliğin karşılıklı olarak bir noktadan batırılıp, bir noktadan çıkarılması işlemi ile uygulanan bir serbest stil iğnesidir (Barışta, 1999, s. 223). Süs düğmeleri elde kordonlar sarılarak, aralarına kırmızı boncuklar yerleştirilerek çalışılmıştır.



**Şekil 2:** Yeleğin boyutları

## Şalvar

Kına gecesi ve duvaklarda giyilen bir üst giysisidir, günümüzde hala giyilmektedir. Alt parça olarak göyneğin, cepkenin altına giyilmektedir. 120 yıllıktır ( KK4).

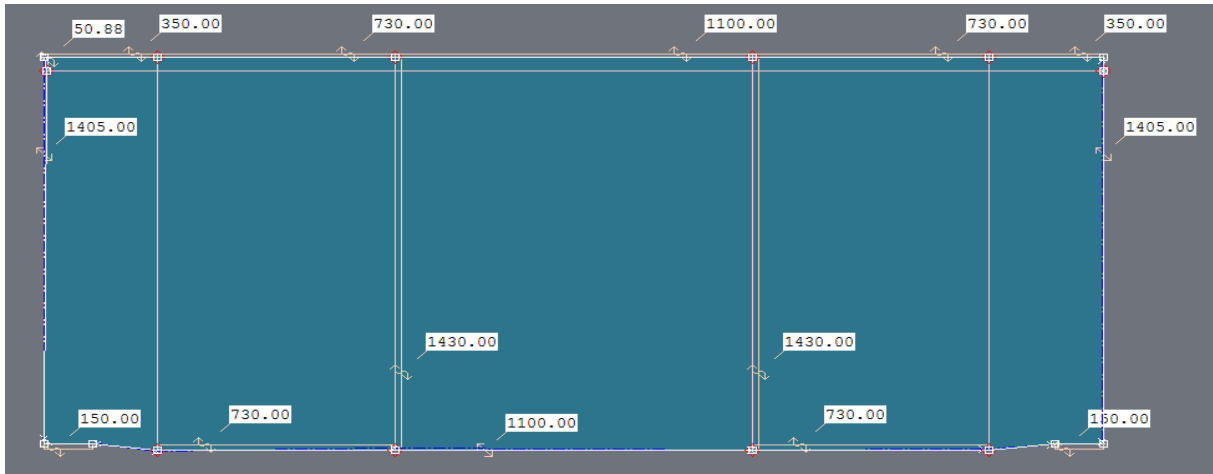


Resim 6: Şalvar Ön Görünüm



Resim 7: Şalvar Bel ve Uçkur Görünüm

Şalvarda beyaz ipekli kendinden desenli (jakarlı) kumaş, uçkurunda patiska kumaş, 1cm eninde lastik ve beyaz makara kullanılmıştır. Şalvarın boyu ayak bileğinde, beli ve paçası büzgülü, yanları ve ağ kısmı kumaş katı, bol-geniş kesim, sekiz parçadan oluşmuş 12 metre kumaş ile çalışılmıştır. Giysi makinede dikilmiştir. Uçkurluk ve paça kapalı baskı tekniği ile dikilmiş, dört metre boyunda iki santim eninde uçkur patiskadan hazırlanmıştır. Paçalar 1cm eninde lastik geçirilerek büzülmüştür.



Şekil 3: Şalvarın boyutları

### Bürümcük Göynek

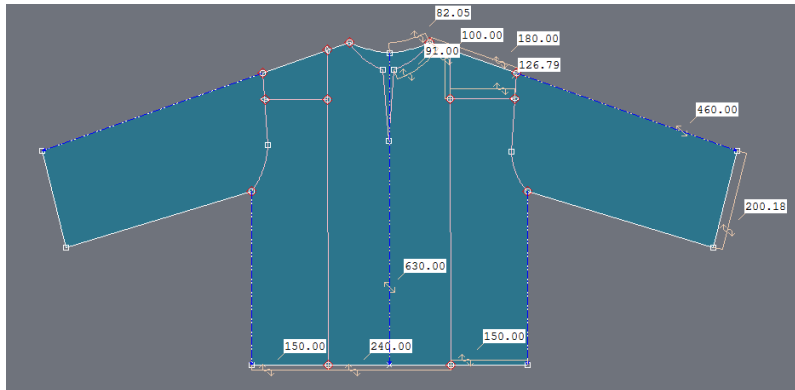
Cepkenin altına şalvarın üstüne giyilmektedir. 120 yıllıktır (KK4).



**Resim 8:** Bürümcük Göynek ön görünüm

El tezgâhlarında, ipek ve floş iplik ile dokunmuş; dar dokuma, beyaz renkli dikiş ipliği ile dikilmiş, süslemesinde; floş dantel ipliği ve boncuk kullanılmıştır. Göyneğin boyu kalça hattının altında, bedenden çıkan uzun kollu, yan, ön, arka ortası ve omuz kumaş katıdır. Dar dokuma kumaş olmasından dolayı beden 4, kol 2 parçadan oluşmaktadır. Sıfır yaka, ön ortasında yaka yırtmacı çalışılmıştır. Elde çarpma dikişi ve oyulgama tekniği ile dikilmiştir. Yaka kenarı, yaka yırtmacının bir kısmı ve kol uçları, enli tığ oyası ile süslenmiştir.

Şalvar ve bürümcük göynekte beyaz rengin kullanılmasının; saflık, temizlik ve aydınlık bir gelecek ümidini ortaya koyduğu düşünülmektedir.



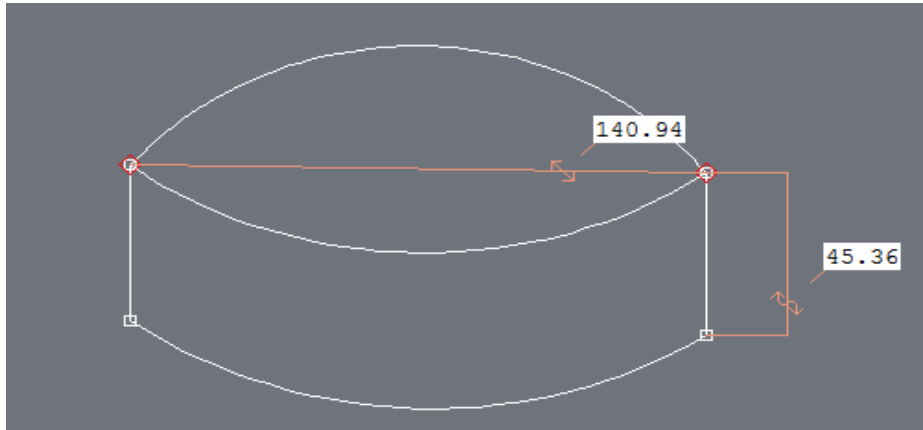
**Şekil 4:** Bürümcük Göynek boyutları

### **Kep (Fes)**

120 yıllıktır (KK4).

**Resim 9:** Kep Üst Görünüm**Resim 10:** Kep Yan Görünüm

Bordo renkli kadife, krem renginde mermerşahi kumaş, karton, beyaz, sarı dikiş ipliği, ince sarı metal bükümlü ip ile hazırlanan kordon kullanılmıştır. Kepin tepe kısmı daire şeklindedir. Etrafında 4,5 cm eninde başa yerleşecek kısmı (derinliği) bulunan ve kartonla sertlik verilerek tasarlanmıştır. Elde çırpma dikişi ve makine ile dikilmiştir. Kepin iç kısmı mermerşahi kumaş ile astarlanmıştır. Kepin tepe ve kenarları, çiçek, yaprak, daire ve kıvrımlı dallar kullanılarak, kordon tutturma ve sarma tekniği ile işlenmiştir. Sim kordondan zincir çekilerek hazırlanan şeritler kepin tepe ile kenarlığın birleştiği dikişin üzerine ve kepin ucuna tutturularak süslenmiştir.

**Şekil 5:** Kepin boyutları

## Kemer

Göynek, yelek ve şalvar üzerine bele bağlanırdı. 120 yıllıktır (KK4).

**Resim 11:** Kemer görünüm

Bordo renkli kadife, krem renginde kendinden desenli polyester astar kumaş, karton, beyaz, sarı dikiş ipliği, sarı simli sutaşı, ince sarı metal bükümlü ip ile hazırlanan kordon kullanılmıştır. Kemerin boyu 76cm, eni 3,5 cm ve iki ucu "V" şeklindedir. Kemerin uçlarında

bele bağlanmak üzere hazır sutaşı şerit bulunmaktadır. Makinede düz ve zig zak dikiş, elde çırpma, oyulgama dikişi kullanılarak dikilmiştir. Kemer karton ile sertleştirilmiş ve krem renkli kumaş ile astarlanmıştır. Kemerin orta kısmına, tığ ile örülerek hazırlanan sutaşı şerit elde oyulgama dikişi ile dikilmiş ve şeridin kenarları kordonlarla çevrelenmiştir. Kemerin kenarları sim kordondan zincir çekilerek hazırlanan şeritler tutturularak süslenmiştir.



Şekil 6: Kemerin boyutları

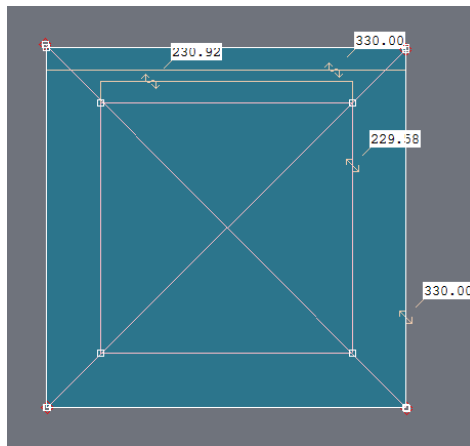
## Mendil

Dimija'nın bir parçasıdır. 120 yıllıktır (KK4).



Resim 12: Mendil görünüm

Naylon beyaz renkli iplik, beyaz renkli boncuk ve sarı renkli küçük pul kullanılmıştır. Mendil 33x33cm kare tasarlanmıştır. Mendilin orta noktasında parmağa takılabilecek şekilde birit bulunmaktadır. Mendil tığ işi ile örümcek modelinde örülmüş, örme esnasında boncuk ve pullar kullanılmış, mendilin tüm kenarları boncuklar dizilerek hazırlanan püsküllerle süslenmiştir.



Şekil 7: Mendilin boyutları

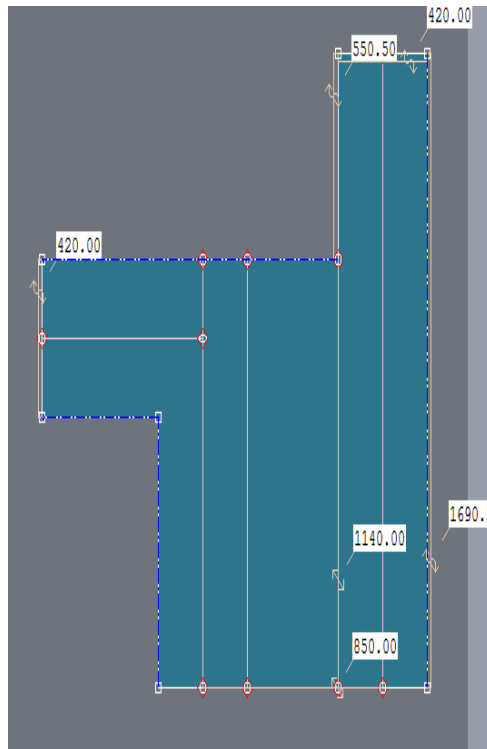
## Elbise

Muhacirlerde kız istemeye giderken kayınvalidenin giydiği elbise, 150 yıllıktır (KK3).



**Resim 13:** Elbise ön görünüm

Krem renginde ince keten ve pamuklu ip ile bezayağı dar dokuma ve krem renkli dikiş ipliği kullanılmıştır. Elbisenin boyu diz hattı altında, bedenden çıkan uzun kollu, yan, ön, arka ortası ve omuz kumaş katıdır. Dar dokuma kumaş olmasından dolayı beden 4, kol 2 parçadan oluşmaktadır. Parçalar elde çırpma dikiş tekniği ile birleştirilerek dikilmiştir.



**şekil 8:** Elbise boyutları

## İ donu/ şalvar

Elbisenin altına giyilirdi. 150 yıllıktır (KK3).



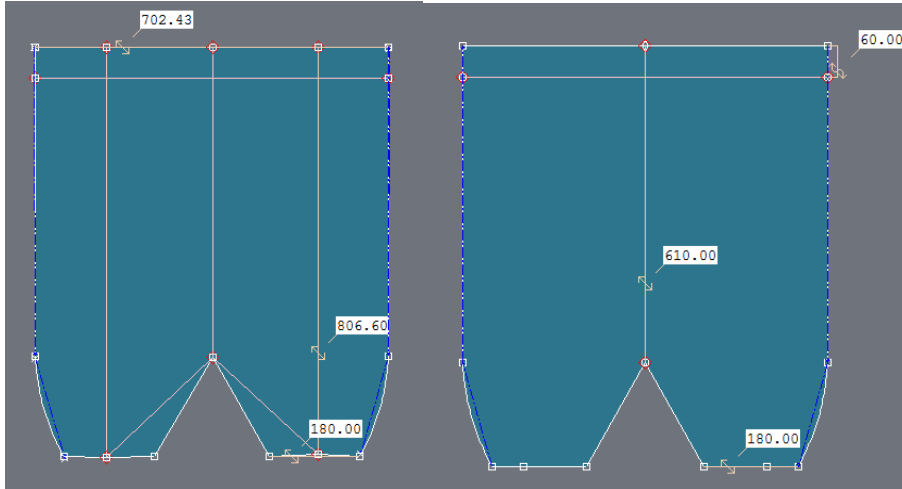
Resim 14:  
Resim 15:



İç donu  
İç donu  
görünüm

ön görünüm  
arka

Krem renginde ince keten ve pamuklu ip ile dokunmuş, bezayağı dar dokuma, krem renkli dikiş ipliği kullanılmıştır. Dar dokuma kumaş bir en bir paçada, bir en diğer paçada kullanılmış, arka şalvar arka ortası dikişli tüm, ön şalvarın bir bölümü mevcut değil, şalvarın boyu dizde, dizde paça kenarları tutturulmuş üst kısmı açık olacak şekilde tasarlanmıştır. Elde çırpma ve oyulgama dikiş tekniği ile çalışılmıştır.



Şekil 9: İç donun boyutları

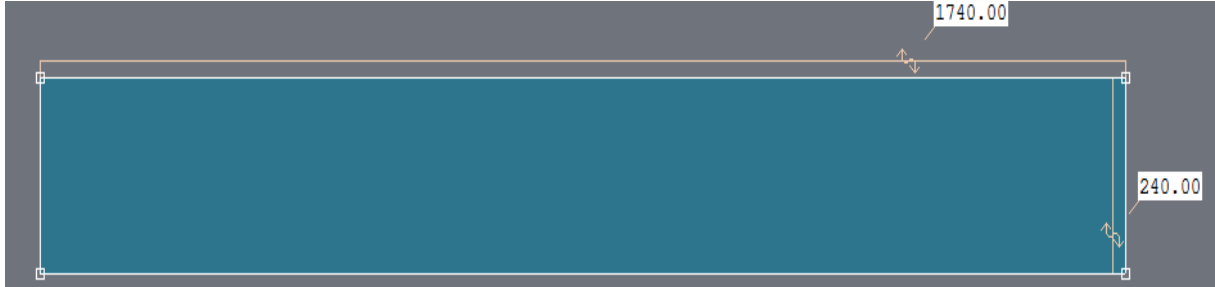
## Kuşak

Elbisenin beline bağlanarak kullanılırdı. 150 yıllıktır (KK3).



**Resim 16:** Kuşak görünüm

İnce krem renkli pamuklu kumaş, mor, pembe, yeşil, fuşya, lila renkli pamuklu nakış ipleri, krem renkli dikiş ipliği kullanılmıştır. Dikdörtgen çalışılmıştır. Kuşağın kenarları elde çırpma dikişi tekniği ile dikilmiştir. Kuşağın her iki ucundaki çiçek desenleri muşabak tekniği ile işlenerek süslenmiştir. Muşabak tekniği; bazı kaynaklarda “üçgen Türk iğnesi” adı ile geçen, sayılarak yapılan bir iğnedir, iki paralel çizgi arasında üçgenler oluşturulmaktadır (Barışta, 1999, s. 220 ).



**Şekil 10:** Kuşak boyutları

### Tülbent

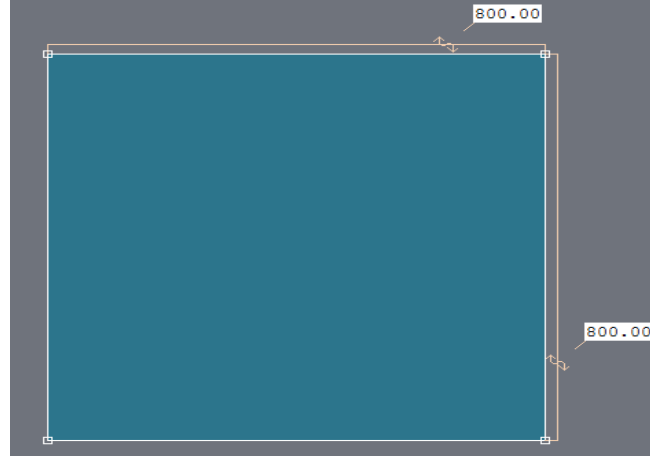
100-150 yıllıktır (KK3).





**Resim 17:** Tülbent 1 görünüm

İnce ve seyrek dokunmuş hafif ve yumuşak krem renkli pamuklu kumaş, sıklamen, açık yeşil, pudra, krem, açık kahve renklerinde çamaşır ipeği, sarı simli metal iplik kullanılmıştır. Kare (80x80) alışılmıştır. Renkli nakış iplikleri, sarı simli metal iplik kullanılarak, sarma tekniği ile dört köşesi süslenmiştir.

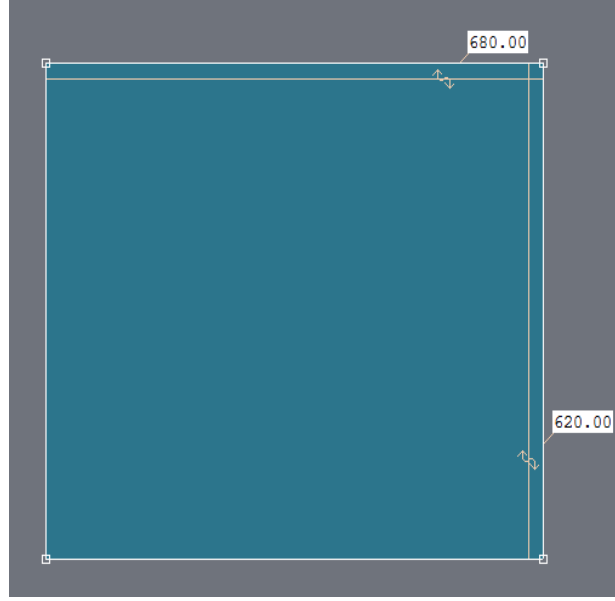
**şekil 11:** Tülbent boyutlar

### Tülbent

100-150 yıllıktır (KK3). Başörtüsü olarak kullanılmaktadır.

**Resim 18:** Tülbent 2 Görünüm

İnce ve seyrek dokunmuş hafif ve yumuşak krem renkli pamuklu kumaş, sarı simli metal iplik kullanılmıştır. Dikdörtgen (68x62) alışılmıştır. Tülbent kenarları makinede düz dikiş ile kapalı baskı tekniği kullanılarak temizlenmiştir. Sarı simli metal iplik kullanılarak sarma tekniği ile dört köşesi süslenmiştir.



Şekil 12: Tülbent boyutlar



Resim 19: Kız istemeye giderken kayınvalidenin giydiği kıyafet

Kayınvalidenin giydiği bu özel gün giysisinin iç donu (şalvarın) ön kısmının açık olması, karşı tarafa biz kızınızı ailemize kabul etmeye hazırız, çoğalıp sülalemizi devam ettireceğiz mesajı vermektedir. İç donun paçalarının üçgen şeklinde birleştirilmesi ise Tansuğ (2018) tarafından şöyle açıklanmaktadır; “Rumeli’de üçgen motif üreme sembolüdür. Üçgenin köşeleri anne, baba ve çocuğu temsil etmektedir.” İç donun (şalvar); boyunun dize kadar olması paçaları sıvadık, önemli bir işe giriştik ve kesin kararlıyız anlamını ifade etmektedir. Bu da geleneksel bir inancı simgelemektedir (KK1).

### Sonuç ve Öneriler

Yapılan araştırmalar sonucunda üç takım olarak on iki parça özel gün kıyafetine ulaşılmıştır. Bunlardan şalvarlı takım ve bindallı gelin kıyafeti, diğer takımın ise kayınvalidenin kız istemeye giderken, özel gün kıyafeti olarak kullanıldığı belirlenmiştir. Çalışmada ilk defa kayınvalidenin kız istemeye giderken giydiği özel bir gün giysisinin kullanıldığı tespit edilmiştir.

Maddi kültürün önemli bir ögesi olan geleneksel kıyafetler; teknolojiye yaşanan hızlı gelişim ile hazır giyim sektöründeki değişim, modanın hayatın her alanında yer almaya başlaması, batı dünyasının giyim-kuşam alışkanlıklarının yaygınlaşması ile neredeyse artık sandıklarda bile fazlalık olarak görülmekte ve gençler tarafından bilinmemektedir. Bir milletin kültürünü gelenek ve göreneklerini yaşam biçimini simgeleyen ve tanıtan en önemli unsurlardan biri olan geleneksel giyim geleceğe aktararak devamlılığının sağlanması açısından küreselleşen dünyada ulusal kimliğimizin özelliklerini koruyabilmek adına son derece önemlidir. Toplumların uygarlık düzeyi ve yaşam koşulları ile farklılaşması kaçınılmaz olan geleneksel kıyafetlerin, giyim kültürümüzü korumak, tamamen ortadan kalkmasını önlemek adına bu tarz çalışmalara ihtiyaç olduğu, belediye, il kültür müdürlükleri ile akademisyenlerin yer alacağı geniş çaplı proje ve araştırmalara destek verilmesi gerektiği düşünülmektedir. Ayrıca; bohçalarda ve sandıklarda saklanan bu geleneksel nadide giysilerin saklama koşulları ve korunmaları açısından halkın bilinçlendirilmesi bir gerekliliktir. Milli kültürümüzü yansıtan Geleneksel kıyafetlerin müzelerde sergilenmek üzere çeşitli projeler kapsamında toplanması sağlanabilir. Daha geniş platformlarda, ünlü moda tasarımcılarımız “geleneksel kıyafetler” temalı modern tasarımlar noktasında teşvik edilebilirler. Tüm bu önerilerin yanında mesleki eğitim veren okulların müfredatlarına geleneksel giysiler adında seçmeli dersler eklenebilir.

### Kaynakça

- Al-ajaji, T. N. (2013). The Fabrics which are used to made to traditional costumes in Saudi Arabia. *ISS & MLB / Saudi Arabia*. September 24-26, p. 1043-1053.
- Artun, E. (2006). Adana ve Osmaniye halk kültüründe giyim-kuşam geleneği. *Halk Kültüründe Giyim-Kuşam ve Süsleme Uluslararası Sempozyumu*, s.1-19
- Barışta, Ö. (1999). *Osmanlı İmparatorluğu Dönemi Türk İşlemeleri*, Kültür Bakanlığı Yayınları, Sanat Eserleri Dizisi/253, Ankara.
- Çağdaş, M. (2002), *Kadın Giyiminde Kapanma Payı ve Yaka Çizim Teknikleri*, Ankara.
- Çivitçi, Ş., Harmankaya, H., & Üstün, G. (2012). “Tekirdağ Etnografya Müzesi’ nde kayıtlı bindallıların özellikleri”, *Trakya Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi* 14 (1). 99-120.
- Çulcuoğlu, S. (2007). Divriği yöresinin kıyafetleri takı ve aksesuarları, *Sivas Valiliği Tarih ve Kültür Araştırmaları Merkezi*, Sivas.
- Dursun, F., Dursun Çalışan, Ç. & Abanoz, G. (2015). Düzce ili geleneksel Boşnak giysilerinin incelenmesi. *Karadeniz Araştırmaları Dergisi KARAM* (47), s. 163-180.
- Dursun F., Abanoz G. & Dursun Çalışan, Ç. (2016). *Düzce’de Tarih Kültür ve Sanat*, Bölüm

- adı: Düzce ili geleneksel Karadeniz kıyafetlerinin incelenmesi. Düzce Belediyesi Kültür Yayınları Düzce Araştırmaları: 4, Editör : Prof. Dr. Yusuf OĞUZOĞLU, Yrd. Doç. Dr. Fatih ÖZÇELİK, Basım sayısı:1, s. 192-199.
- Düzce TSO. (2014). Kültür- Turizm <http://www.duzcetso.org.tr/tr/genel/sayfalar/28-10-2014-kultur-turizm> 06.06.2018 tarihinde indirilmiştir.
- Eicher, J. B. & Roach-Higgins, M. E.(1993). “Definition and classification of dress implications for analysis of gender roles”, *Dress and Gender*, Ed. Ruth Barnes and Joanne B. Eicher, Lillington, p. 15.
- Erden, A, (1986), *Anadolu giysi kültürü*, Orta Doğu video işletmeleri A.Ş., s. 26, İstanbul.
- Eronç, P. (1984). *Giyim süsleme teknikleri*. Milli Eğitim Basımevi, s. 242, İstanbul.
- Gümüş, U. (1996). Gelinlik hakkında bilgi, *Konfeksiyon Teknik Dergisi*, (29), s. 82, İstanbul.
- Kılınc, N.(2008). *Geleneksel Konya giysileri*. Selçuklu Belediyesi Kültür Yayınları, Konya.
- Koca, E. (2000), *İçel İli Tarsus İlçesi Tahtacılar Geleneksel Kadın Giysileri ve Çağdaş Tasarımlar*, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Gazi Üniversitesi, Ankara
- Koca, E.ve Kumaş, N. (2015). Yitirilen Kültürel Değerler: Giresun İli Yöresel Gelin Giysileri. *Türk & İslam Dünyası Sosyal Araştırmalar Dergisi* 2 (2), s. 84-95
- Koç, F., Koca, E. (2007), “The westernization process in Ottoman women’s garments: 18th Century- 20th Century”, *Asian Journal of Women’s Studies (AJWS)*, 13 (4), s.57-84.
- Koçu, R.E. (1969). *Türk Giyim Kuşam ve Süsleme Sözlüğü*. Sümerbank Kültür Yayınları, Ankara.
- Örnek, S. V. (1995). *Türk Halk Bilimi*. Ankara.
- Özel, M. (1992). *Folklorik Türk Kıyafetleri*. Türkiye Güzel Sanatları Geliştirme Vakfı Yayınları, Ankara.
- Özus, E., Erden, F. & Tufan, M. (2014). “Malatya yöresi geleneksel kadın kıyafetlerden günümüze yansımalar” *International Journal of Science Culture and Sport* [http://www.iscsjournal.com/Makaleler/1839971555\\_si\\_1\\_37](http://www.iscsjournal.com/Makaleler/1839971555_si_1_37) Temmuz. s. 652
- TDK. (2018a). [http://tdk.gov.tr/index.php?option=com\\_gts&arama=gts&guid=TDK.GTS.5ba79adc407e24.18534737](http://tdk.gov.tr/index.php?option=com_gts&arama=gts&guid=TDK.GTS.5ba79adc407e24.18534737)
- TDK. (2018b) [http://tdk.gov.tr/index.php?option=com\\_gts&arama=gts&guid=TDK.GTS.5ba7c0bcd002a7.81618913](http://tdk.gov.tr/index.php?option=com_gts&arama=gts&guid=TDK.GTS.5ba7c0bcd002a7.81618913)
- Tezcan, M. (1983). Giyim olgusuna sosyo-kültürel bakış ve Türklerde giyim. Ankara Üniversitesi Eğitim Bilimleri Fakültesi *Ankara Üniversitesi Eğitim Bilimleri Fakültesi Dergisi*, 1(16), s. 255-276.
- Tizer, G. (1974). Giyim- Kuşam ve Türk kadın kıyafetleri. *Türk Folklor Araştırmaları Dergisi*, 1 (15), İstanbul s. 169.
- Tokdemir, H. (1993). *Artvin yöresi folkloru*. Ankara.
- Tuzcu, İ. (1980) *Lazmark’tan ayazlıya* <https://ibrahimtuzcu.tr.gg/D.ue.zce-Laz-G.oe.%E7leri.html>.
- Türkoğlu, S. (2002), *Tarih boyunca Anadolu’da giyim kuşam*, İstanbul.
- Tüz, A. (2011). *Sille kadın ve erkek kıyafetleri*, Silleyi Kalkındırma ve Tanıştırma Derneği Kültür Yayınları, Konya.
- Sürür, A.(1983). Ege kadın kıyafetleri. *Türk Süsleme Sanatları*, 7, Ak Yayınları, s.78.
- Svensson , G. T. (1992). Clothing in the arctic: a means of protection, *A Statement of Identity, Arctic*, 45 (1). (March 1992) p. 62 - 73.
- Yener, E. (1955). “Eski Ankara kadın kıyafetleri ve giyiniş tarzları”, *Ankara Üniversitesi Dil ve Tarih-Coğrafya Fakültesi Dergisi*, 13 (3). s. 26.
- KAYNAK KİŞİLER**
- KK1: Sabiha TANSUĞ, 1936 doğumlu, Gümölcine –Yunanistan, Halk Bilimci (Etnoloğ), Yazar, Özel Müze sahibi
- KK2: Huri KONUKÇU, 1942 doğumlu, Ev hanımı

KK3: Halide YILMAZ, 1969 doğumlu, Öğretmen  
KK4: Nuray MAKAK, 1970 doğumlu, Öğretmen

---

# Somut Olmayan Kültürel Miras Bağlamında Giresun Yöresi Geleneksel Bıçak Üretimi Üzerine Bir Değerlendirme

## An Evaluation On Traditional Production Of Knife In Giresun Region In Context Of Intangible Cultural Heritage

Abonoz KÜÇÜK\*

### Öz

Sanayileşmenin beraberinde getirdiği seri üretim, geleneksel yöntemlerle yapılan üretimin devamlılığı noktasında olumsuz bir etkiye sahiptir. Her ikisi de insanların ihtiyaçlarına cevap vermeye dönük bir işlevi yerine getiren bu üretim tarzları, insanların tercih etme durumlarına göre varlıklarını devam ettirmekte ya da sona erdirmeye durumu ile karşı karşıya kalmaktadırlar. Sanayi odaklı üretimin pazarlama tekniklerini etkili bir şekilde kullanması ve geleneksel yöntemlerle yapılan üretime göre daha ekonomik olması gibi nedenler, geleneksel üretimin zayıflamasını da beraberinde getirmiştir. Temelleri UNESCO tarafından atılan, Türkiye'nin de taraf olduğu Somut Olmayan Kültürel Miras Sözleşmesi, kültürün birçok şubesini olduğu gibi, geleneksel üretimi ve geleneksel üretim yapan son ustaları da inceleme alanına dahil etmiştir. Verileri alan araştırması yöntemiyle tespit edilen bu çalışmada, Giresun yöresi geleneksel bıçak üretimi ve geleneksel bıçak üreten son ustaların envanteri ortaya konulmuştur. Çalışma ile birlikte Doğu Karadeniz yöresi genelinde Sürmene merkezli bir şekilde ön plana çıkan geleneksel bıçak üretiminin Giresun merkezli bir diğer çeşidi, geleneksel üretim tarzları, üretilen ürün çeşitleri ve geleneksel üretim yapan ustalar açılarından bir değerlendirmeye tabi tutulmuştur. Yapılan değerlendirmelerde Giresun yöresi geleneksel bıçak üretiminin köklü bir geçmişe sahip olduğu, yaşayan son iki ustası kaldığı, kendine özgü üretimi ve ürün çeşitleri olduğu tespit edilmiş, geleneğin devamlılığını sürdürülebilmesi açısından alınması gereken önlemler noktasında önerilerde bulunulmuştur.

**Anahtar Kelimeler:** Giresun, Geleneksel Bıçak Üretimi, Somut Olmayan Kültürel Miras, Sanayileşme

### Abstract

The serial production brought by industrialization has a negative effect at the point of continuity of production with traditional methods. These modes of production, both of which fulfill a function of responding to the needs of the people, are in the process of maintaining or ending their assets according to the preferences of the people. The reasons like the use of industry oriented production techniques effectively, and the fact that traditional methods of production are more economical, have brought about the weakening of traditional production. Established by UNESCO, Turkey's as a signatory to the Intangible Cultural Heritage Convention has included the traditional production and the last masters who produce traditionally, like many branches of the culture. In this study, of which data is determined by field research, traditional production of knife in Giresun region and the inventory of the latest masters producing traditional knife, has been presented. With the study, another kind of knife production centered on Giresun, that foregrounding as centered on Sürmene, throughout the Eastern Black Sea region, has been evaluated in terms of traditional modes of production, the kinds of products, traditional craftsman. In the assessment made, it was determined that the traditional production of knife in Giresun region had a long history, that the last two masters were living, their own production and product varieties, and suggestions have been made at the point of measure to be taken in order to sustain the continuity of tradition.

**Keywords:** Giresun, Traditional Production of Knife, Intangible Cultural Heritage, Industrialization

### Giriş

Geleneksel üretimi merkeze alınan bilimsel çalışmalar Somut Olmayan Kültürel Miras ile ilgili girişimlerin ortaya çıkmasına kadarki süreçte etnografya perspektifiyle hazırlanmıştır. Somut olmayan kültürel miras ile ilgili girişimlerin yaygınlık kazanmasından sonraki süreçte ise geleneksel üretim ve geleneksel ustalar, Somut Olmayan Kültürel Miras Sözleşmesi kapsamında değerlendirilmeye başlanmıştır.

Sanayileşme ve beraberinde getirdiği seri üretim geleneksel üretimi ve geleneksel üretim yapan ustalarının mesleğe devam edebilirliğini olumsuz bir yönde etkilemektedir. Türk etnografyası bağlamında değerlendirilebilecek bir çok geleneksel üretim tarzı ve geleneksel üretim yapan ustalarla ilgili envanter çalışmaları yapılmıştır.<sup>1</sup> Somut Olmayan Kültürel Miras

\* Dr. Öğr. Üyesi. Giresun Üniversitesi, Eğitim Fakültesi, Türkçe ve Sosyal Bilimler Eğitimi Bölümü, abonoz\_kucuk@hotmail.com.

Sözleşmesinin ortaya çıkışından sonraki süreçte ise bu tarz bilimsel çalışmalar, sözleşmenin esas alındığı bir bakış açısıyla bir şekilde artarak devam etmektedir.

Yukarıda bahsi geçen Somut Olmayan Kültürel Miras Sözleşmesi 17 Ekim 2003 tarihinde UNESCO'nun 32. Genel Konferansı sırasında imzalanmıştır. Türkiye, bahsi geçen sözleşmeyi 19 Ocak 2006 tarihinde TBMM'de görüşerek kabul etmiş ve sözleşme 21 Ocak 2006 tarihinde Resmi Gazete'de yayımlanarak yürürlüğe girmiştir. Sözleşmenin korumayı amaçladığı alanlar; a) Somut olmayan kültürel mirasın aktarılmasında taşıyıcı işlevi gören dille birlikte sözlü gelenekler ve anlatımlar, b) Gösteri sanatları, c) Toplumsal uygulamalar, ritüeller ve şöenler, d) Doğa ve evrenle ilgili bilgi ve uygulamalar, e) El sanatları geleneği olarak belirlenmiştir (Oğuz, 2013, s. 61-64)

Yaşayan İnsan Hazineleeri, Somut Olmayan Kültürel Mirasın spesifik elemanlarını yeniden yaratmak ve yorumlamak açısından gerekli bilgi ve becerilere yüksek düzeyde sahip kişiler olarak tanımlanmaktadır. 1993/1994 yıllarında ortaya çıkan Yaşayan İnsan Hazineleeri Programı, 2003 yılında kabul edilen Somut Olmayan Kültürel Mirasın Korunması Sözleşmesinin 12. maddesinde yer alan "Ulusal Envanter/ler" programının yasal bir parçası olarak yürürlüğünü devam ettirmiştir (Oğuz, 2013, s. 41-46). Türkiye, Yaşayan İnsan Hazineleerinin seçim kriterlerini; a) *Ustalığını 10 yıldır icra ediyor olmak*, b) *Sanatını usta-çırak ilişkisiyle öğrenmiş olması*, c) *Bilgi ve becerisini uygulamada üstün niteliklere sahip olması*, d) *Konusunda ender bulunan bilgiye sahip olması*, e) *Kişi veya grubun yaptığı işe kendini adanmış olması*, f) *Kişi veya grubun bilgi ve becerilerini geliştirme yeteneğinin olması (sanatının toplumla buluşmasını sağlayacak yenilikler içermesi)* olarak belirlemiştir (Erkal, 2010, s. 84)

Çalışmamızda konu edinilen Giresun yöresi geleneksel bıçak üretimi ve bu bıçakları üreten ustalar, Somut Olmayan Kültürel Miras Sözleşmesinin Yaşayan İnsan Hazineleeri Programı kapsamında değere sahip kültürel birer öge olarak karşımızda durmaktadırlar.

Bıçakçılık geleneği, Türkiye Somut Olmayan Kültürel Miras Ulusal Envanterinde 01.0024 numarada kayıtlıdır. Bu envanterde bildirimde bulunan illere göre yapılan değerlendirmede, Anadolu sahası bıçakçılık geleneğinin, Adana, Bursa, Çanakkale, Erzincan, Kastomonu, Sinop, Sivas ve Trabzon yöreleri bağlamında değerlendirildiği görülmektedir (URL-1). Giresun yöresi geleneksel bıçak üretimi henüz bu envanter içerisinde kendisine yer edinebilmiş değildir.

Doğu Karadeniz yöresi genelinde geleneksel bıçak üretimi denildiğinde akla ilk olarak Sürmene bıçağı gelmektedir. Trabzon'a bağlı Sürmene İlçesi geleneksel bıçak üretiminde önemli bir alan olarak karşımıza çıkmaktadır. Yöredeki geleneksel üretim, son dönemde modern pazarlama tekniklerinin etkili kullanımının sayesinde yerelden ulusala yönelik bir çizgide tanıtılma imkanı bulmuştur. Bu sayede tanınırlık ve kullanılabilirliği arttırmıştır.

Doğu Karadeniz yöresinde Sürmene dışında geleneksel bıçak üretimi yapılan bir başka alan olarak Giresun ön plana çıkmaktadır. Sürmene gibi modern pazarlama tekniklerini kullanamayan bu yöredeki geleneksel bıçak üretimi, yerelden ulusala ulaşma noktasında problemler yaşamaktadır. Geleneğin sürdürülebilirliği noktasında da problemlere neden olan bu durum, geleneksel üretimin nihayete erişi gibi olumsuz bir durumu beraberinde getirecek gibi görünmektedir.

Verileri alan araştırması yöntemiyle tespit edilen bu çalışmada, Giresun yöresi geleneksel bıçak üretimi, geleneksel üretim tarzları ve ürün çeşitleri ile geleneksel üretim yapan ustaları noktasında değerlendirilecektir.

## Giresun Yöresi Geleneksel Bıçak Üretimi

### Geleneksel Üretim ve Ürün Çeşitleri

İnsanlığın uygarlaşma sürecine doğrudan katkı sağlayan madenlerin keşfi ve işlenmesi süreci, insan ihtiyaçlarına cevap vermeye dönük bir işlevi yerine getiren geleneksel üretim tarzlarının ortaya çıkışını da beraberinde getirmiştir. Çalışmamızda geleneksel bıçak üretimi bağlamında konu edinilen Giresun yöresi, maden kaynaklarının zengin olduğu bir alan olarak değerlendirilmektedir. Tarih merkezli çalışmalarda bu maden zenginliğinin işlenmesi süreci hakkında ayrıntılı bilgiye yer verilmektedir.<sup>ii</sup>

Yörede çıkarılan madenlerden bir tanesi de demirdir. Demir madeninin işlenmesine dayalı bir şekilde ortaya çıkan geleneksel bıçak üretimi yörede günümüzde de varlığını devam ettirmektedir.

Geleneksel bıçak üreten ustanın ürettiği bıçağın kalitesi, çeliği kaliteli bir şekilde işleyebilmesine bağlıdır diyen Haluk Kemal Yücesan, kullanmış oldukları çeliğin yıldırım çeliği olarak adlandırıldığını ve kendine özgü bir hikayesi olduğunu söylemektedir. Bahsi geçen yıldırım çeliğiyle ilgili anlatı şöyledir:

Bugün Osmaniye Mahallesi olarak bilinen yerleşim birimindeki tepenin üstündeki düzlük alana yağmur mevsiminde çelikler çıkartılmış. Belli ebatlarda kesilen çelikler, o düzlük alana dikilirmiş. Bu çelikler çakan şimşekten sıcaklığını alır, yağın yağmurdan da suyunu almış. Yani çakan şimşekle kıpkırmızı olur, yağın yağmurla da suyunu alarak sertleşirmiş. Yukarıda bahsi geçen geleneksel yöntem tabi tutulan çeliğe, görmüş olduğu işlemde ötürü yıldırım çeliği denir. Çelik, bahsi geçen işlemde geçirildikten sonra dükkana getirilirmiş. Belli başlı ebatlarda kesilen çelik işlenir, sapı takılır ve satışa hazır hale getirilirmiş (KK-1).

Haluk Kemal Yücesan'ın beyanlarına göre yörede bıçak, normal demir, araba makasları ve döküm çeliklerden de yapılabilir. Normal demir, boraks katarak sertleştirilirmiş. Zamanla araba makası, tren rayları gibi malzeme de kullanılmaya başlanılmış. Bu malzemeler ocakta ısıtılarak dövülüyor ve suyu verilerek sertleştirilirmiş. Ocağın yakılmasında eskiden kömür kullanılmırmış. Kestane veya meşe ağaçlarından yapılan kömürler o dönem ustalarının ocakları yakmakta kullandığı ana malzemedir. Bu yöntemle yapılan dövme işleminde ocağın ısısını ayarlamak ayrı bir ustalık gerektirmekteymiş. Çeliğin her tarafının aynı ısıda dövülebilmesi için ocağın ateşinin iyi ayarlanması gerekmış. Günümüzde dereceli ocaklar kullandığından, ısıyı ayarlamaya dönük bu beceriye gerek kalmamış (KK-1; KK-3).

Geleneksel bıçak üretiminde demiri ısıtarak dövmek kadar suyunu vererek sertleştirmekte önemlidir. Suyu düzgün verilerek sertleştirilen demirden yapılan bıçak oldukça sağlam olur. Günümüzde çoklukla döküm çelik kullanılmaktadır. Geleneksel bıçak üretiminde önem arz eden bir diğer husus çeliğin silinmesi işlemidir. Düzgün bir şekilde silinir, üzerinde gözenek bırakılmazsa o çelik pas tutmaz. Düzgün silinmediği takdirde zaman geçtikçe pas tutmaya başlar. Yöredeki ustaların ürettiği bıçaklar, pas tutmayan bıçaklardır. Kullanmış oldukları çelikte krom alaşımı olmamasına rağmen, çeliği ustaca silme kabiliyetlerinden ötürü yapmış oldukları bıçaklar pas tutmamaktadır. Bıçak ustaları geçmişte büyük armut ağaçlarından tekerlek yapıyorlarmış. Bu tekerleğin üstüne zımpara çakıyorlarmış. İki kişi bu tekerleği çevirir, usta da silme işlemini gerçekleştirirmiş (KK-1).

Giresun'da geleneksel yöntemlerle pancar bıçağı, çubuk (sepet) bıçağı, kanun bıçağı, ayı bıçağı, avcı bıçağı, tavşan yüzme bıçağı, Giresun saldırması, kesim bıçağı ve çakı üretilmektedir.

*Pancar bıçağı*, pancarın doğranmasında kullanılmaktadır. Küçük, orta ve büyük olmak üzere üç çeşit üretilmektedir. Bu bıçak son dönemde şef aşçılar tarafından kullanılmakta ve



yoğun bir rağbet görmektedir. Bu bıçağın özelliği ağzının boydan boya bir kerede kesme işlemini gerçekleştirmesidir. Bu bıçağın 15-20 yıl ağzı körelmez (KK-1).

*Çubuk (sepet) bıçağı*, fındık çubuklarının soyulup sepet yapılması sürecinde kullanılan bir bıçak çeşididir (KK-1; KK-3).

*Kanun bıçağı*, çubuk (sepet) bıçağının ucu yuvarlak olan çeşididir. Sivri uçlu bıçaklar kanunen yasaklandıktan sonra, bıçakların ucu yuvarlaklaştırılmış. Kanuna uygun şekilde üretilmesinden ötürü bu bıçak çeşidine yörede kanun bıçağı adı verilmiş (KK-1; KK-3).

*Ayı bıçağı*, Haluk Kemal Yücesan'ın özel tasarımı olan bir bıçak çeşididir. Avcı bıçağına benzer ebatlarda, isteğe bağlı olarak gövde ve sapında özel işlemlerle süslenebilen bir bıçak türüdür. Tavşan yüzme bıçağı da Haluk Kemal Yücesan'ın özel tasarımı olan bir bıçak çeşididir. Sanatını sürekli geliştirme ve yeni tasarımlar ortaya çıkarma gayesinin bir ürünü olarak ortaya çıkan bu bıçak çeşitleri, bıçaklara özel ilgisi olan insanlar tarafından tercih edilmektedir (KK-1).

*Avcı bıçağı*, özel tasarımları da yapılan bir bıçaktır. Ebat olarak orta ve büyük boyları yapılabilmektedir. Geleneğin her iki ustası da bu bıçağı üretebilmektedir (KK-1; KK-3).

*Tavşan yüzme bıçağı*, Haluk Kemal Yücesan'ın özel tasarımı olan bir bıçaktır. Genellikle avcılar tarafından kullanılmaktadır (KK-1).

*Giresun saldırmacı*, yöreye özgü bir bıçak çeşididir ve halen üretilmektedir. Bu bıçak bir nevi suikast bıçağıdır. Cephe gerisindeki rütbeli düşman askerlerine düzenlenen saldırılarda bu bıçak kullanılmış. Bu bıçak insanın sol omzunda köprücük kemiği ile omuzun birleştiği yerdeki boşluğa saplanmış, bıçağın uzunluğu sayesinde kalbe kadar inermiş. Bıçağın bu özelliğinden ötürü, tek hamlede düşman bertaraf edilirmiş. Bu bıçak suikastlarda kullanılır başka bir işe yaramaz. Sadece yakın muharebede mecbur kalırsa kullanılır. Bu bıçak çeşidi geçmişte çok yaygın kullanılıyordu. İnsanlar bunu kının içerisinde koltuk altında taşıyorlardı (KK-1).

*Kesim bıçağı*, ekmek, et gibi ürünlerin kesiminde kullanılan, insanların yoğun bir şekilde ihtiyaç duymasından ötürü geçmişten günümüze en fazla üretilen bıçak tipidir. Bu bıçak en az on yıl körelmez. Yörede Ülper Köyü merkezli üretim yapan Hakkı Şahin en yoğun şekilde bu tarz bıçakları üretmektedir. Son dönemde üretmiş olduğu bu tip bıçaklara yoğun talep olduğunu dile getirmektedir. Bir diğer ustamız Haluk Kemal Yücesan da bu tarz bıçakları üretebilmektedir. Ancak kendisinin ürettiği özel tasarım bıçaklara olan yoğun ilgiden ötürü kesim bıçağı üretimini ikinci planda tutmuştur (KK-1; KK-3).

*Çakı*, küçük cep bıçağı özelliğine sahip bir bıçak çeşididir. Giresun yöresinde geleneksel bıçak üretimi yapan her iki usta da çakı üretebilmektedir. Çakının sapının yapımında genellikle manda boynuzu kullanılmaktadır (KK-1; KK-3).

Yukarıda bahsi geçen bıçakların sap kısmının yapımında da çeşitli hammadde kaynaklarına başvurulmaktadır. Bıçak sapı yapımında ahşap, hayvan boynuzu ve son dönemde plastik ya da polyester alaşımlı malzeme tercih edilmektedir. Piyasada yoğun bir şekilde rağbet gören ve gündelik kullanımda tercih edilen bıçakların sapının yapımında ahşap ve plastik ya da polyester alaşımlı malzemeye başvurulmaktadır. Özel üretim bıçakların sap kısmında ise ahşap işleme ya da hayvan boynuzu tercih edilmektedir (KK-1; KK-3).

### **Geleneksel Üretim Yapan Ustalar**

Giresun yöresi geleneksel bıçak üretimi alanında günümüzde yaşayan son iki usta kalmıştır. Bunlar Haluk Kemal Yücesan ve Hakkı Şahin'dir. Çalışmamızın bu kısmında geleneksel üretim yapan ustalarla ilgili değerlendirmelerde bulunulacaktır.

Mesleği usta-çırak ilişkisiyle öğrenen ve geçmişinin 120 yıl önceye kadar götürülebileceğini söyleyen Haluk Kemal Yücesan'ın ustası Çavuş Ömer diye bilinen Ömer Saraçoğlu'dur. Haluk Kemal Yücesan, Ömer Saraçoğlu'nun ustasının aynı zamanda babası olan Temel Saraçoğlu, Temel Saraçoğlu'nun ustasının ise Rum asıllı Andon Usta olduğunu dile getirmektedir. Eskiden Giresun'da Rumlarla Türkler iç içe yaşarlarmış. Kazancılar yokuşu denen muhitte yaklaşık 40'a yakın zanaat erbabı mesleğini icra etmekteydi. Temel Saraçoğlu bu dönemde Rum asıllı Andon Usta'nın yanında çırak olarak işe başlamış ve mesleği ondan öğrenmiştir. Geçmişte Giresun el sanatlarının merkezi konumunda olan Kazancılar Sokağı'nda günümüzde bir bakırcı ile kalaycı yer almaktadır. Kazancılar Sokağı'nın geçmişteki durumunu anlatan Haluk Kemal Yücesan, geçmişte bu sokağın maden işleyen el sanatları ustalarının merkezi olduğunu söylemektedir (KK-1).

Haluk Kemal Yücesan 40 yaşına kadar gurbette işçi olarak çalışmıştır. 1999 depreminden sonra İstanbul'dan memleketine geri dönmüştür. Memlekete döndükten sonra, geleneksel bıçak ustası Ömer Saraçoğlu'nun yaşlanması ve çırak bulamamasından ötürü mesleğin yok olacağını fark eden Haluk Kemal Yücesan, Ömer Saraçoğlu'ndan mesleği kendisine öğretmesini istemiş, çırak olarak yanında çalışmaya başlamıştır. Üç yıl ustasının yanında çırak olarak çalışmış, bütün bildiklerini Ömer Saraçoğlu'ndan öğrenmiştir. Yaklaşık 18 yıldır bu mesleği sürdürmektedir. Haluk Kemal Yücesan'ın ustası Ömer Saraçoğlu'nun babası Temel Saraçoğlu, Topal Osman Ağa'nın bıçakçısıdır. Temel Saraçoğlu'nun Anıtkabir Müzesi'nde bıçağı yer almaktadır. Altın kabzalı bu bıçak Giresun uşakları adına bahsi geçen müzede yer almaktadır. Etnografya Müzesi'nde ise Haluk Kemal Yücesan'a ait dokuz bıçak yer almaktadır. TRT'de yayınlanan Yaşayan İnsan Hazine programının 18. Bölümünde Haluk Kemal Yücesan ve onun sanatı konu edilmiştir (KK-1).

Hakkı Şahin, Giresun yöresinde Ülper Köyü merkezli bir şekilde geleneksel bıçak üretimine devam eden bir diğer ustadır. Ülper Köyü geçmişte geleneksel bıçak üretiminin çok yoğun olduğu bir yerleşim alanıdır. Ülper bıçakları adıyla bilinen meşhur bıçaklar bu köyde üretilmektedir. Ustası Bilal Vatanperver olan Hakkı Şahin, 10 yaşında çırak olarak bu işe başlamıştır. 10 yıla yakın bir süre ustasıyla birlikte çalışmıştır. Askerden döndüğü 1992 yılından sonra geleneksel bıçak üretimine kendi başına devam etmiştir. Mesleğin geçmişinin 100 yıl öncesine kadar götürülebildiğini söyleyen ve 1980 yılından beri geleneksel bıçak üretimi yapan Hakkı Şahin, geçmişte Ülper Köyü'nde birçok ustası olan bu zanaatın artık tek temsilcisi olarak kendisinin kaldığını, çırak bulmakta yaşadığı problemden ötürü kendisinden sonra yok olacağını dile getirmektedir (KK-3).

Özel tasarım bıçaklar da yapabilen Hakkı Şahin, son dönemde piyasanın talepleri doğrultusunda kesim bıçağı üretimine ağırlık vermiştir. Özellikle kurban kesimi için hazırlanmış olduğu set halindeki ürünü yoğun talep görmektedir. Üretmiş olduğu ürünlere olan talebin nedenini, Haluk Kemal Yücesan gibi o da fabrikasyon üretim yerine geleneksel yöntemi kullanmalarına bağlamaktadır. Dövülmesi, suyunun verilmesi ve silinme işleminin nitelikli yapılmasından ötürü, üretmiş oldukları bıçaklar, kesme işlemini daha iyi yapabilmekte ve dayanıklı bir mahiyete sahip olmaktadır. Bu nedenle üretmiş oldukları bıçaklar son dönemde yoğun bir ilgi görmektedir. Tek başına çalıştığı için artan talepleri karşılamakta zorluk çekmektedir (KK-3).

Yaşayan son iki temsilcisi kaldığı görülen Giresun yöresi geleneksel bıçak üretimi, çırak bulmada yaşanan sıkıntı, seri üretim bıçakların daha ekonomik olmasından ötürü geleneksel üretim bıçaklara tercih edilmesi, geleneksel bıçak üretiminin yeteri kadar tanıtılmaması ve modern pazarlama tekniklerinin kullanılmamasından ötürü, yakın bir tarihte yok olmaya yüz tutacak gibi görünmektedir.

Çin malı bıçakların geleneksel bıçak üretimine büyük darbe vurduğunu söyleyen Haluk Kemal Yücesan, ekonomik sıkıntıların tesiriyle çırak bulmakta zorluk çektiğini dile getirmektedir. Oğlu Ulaş Yücesan'a bu mesleği öğretmeye çalıştığını, istediği takdirde oğlunun bu mesleği devam ettireceğini söylemektedir (KK-1, KK-2). Tüm ekonomik sıkıntılara rağmen geleneksel üretimden vazgeçmeyen Haluk Kemal Yücesan, modern pazarlama tekniklerini de kullanmaya çalışmaktadır. İnternetteki sosyal ağlar üzerinden kendisini ve sanatını tanıtmaya çalıştığını ve bu sayede özellikle il dışından birçok sipariş aldığını dile getirmektedir. Bahsi geçen sosyal ağlar üzerinden ilerleyen süreçte fazlaca sipariş alabileceğini düşünen Haluk Kemal Yücesan, bu talepleri karşılamakta fiziki şartlarının yetersizliği ve eleman eksikliği nedenleriyle zorluk yaşayacağını ifade etmektedir (KK-1). Hakkı Şahin de çırak bulamamaktan, bıçağın tanıtımının yeteri kadar yapılamamasından yakınmaktadır (KK-3).

Seri üretim bıçakların daha ekonomik olmasının geleneksel üretim bıçaklara olan talebi eskiye oranla azalttığı bilinen bir gerçektir. Bu durumun geleneksel bıçak üretimini olumsuz etkilediğini ve bu nedenle geleneksel bıçak üreten ustaların çırak bulmakta sorun yaşadıklarını söyleyebiliriz. Ancak Doğu Karadeniz yöresinde geleneksel bıçak üretimi noktasında ön plana çıkan bir diğer alan olan Sürmene, bahsi geçen olumsuzlukları bertaraf etme ve ürününü tanıtarak hem devamlılığını sağlama, hem de yöredeki istihdama katkı sağlama noktasında oldukça önemli bir örnek olarak karşımızda durmaktadır. Sürmene yöresi geleneksel bıçak üretimi, modern pazarlama tekniklerini etkin bir şekilde kullanmaya başladıktan sonra yok olmaya yüz tutan bu geleneksel mesleği yerelden ulusa ulaştırmayı başarmıştır. Bu sayede yöredeki geleneksel bıçak üretimi yeniden yaygınlık kazanarak, yöre istihdamına da önemli katkılar sağlamıştır. Önünde Sürmene gibi bir örnek bulunan Giresun yöresi geleneksel bıçak üretimi de tanıtıma ağırlık vermeli ve modern pazarlama tekniklerini kullanmaya en kısa zamanda başlamalıdır. Bu noktada yerel idarecileri de büyük görevler düşmektedir. Yukarıda bahsi geçen girişimler yapıldığı takdirde yok olmaya yüz tutan Giresun yöresi geleneksel bıçak üretimi varlığını sürdürerek, yöre istihdamına da önemli katkılar sağlayacaktır.

### **Sonuç ve Öneriler**

Sonuç olarak Giresun yöresi geleneksel bıçak üretiminin köklü bir geçmişe sahip olduğunu söyleyebiliriz. Günümüzde son iki temsilcisi kalan bu üretim tarzı, diğer birçok geleneksel üretim tarzı gibi yok olmaya yüz tutmuş durumdadır. Çalışmamızda geleneğin geleneksel üretim tarzları, ürün çeşitleri ve geleneksel ustaları hakkında ayrıntılı bilgi verilerek, geleneksel üretim yapan ustaların beklentileri noktasında da aktarımda bulunulmuştur.

Çalışmamızdaki verilerden hareketle Giresun yöresi geleneksel bıçak üretimi hakkında şu tespit, değerlendirme ve önerilerde bulunabiliriz:

1. Oldukça köklü bir geçmişe sahip Giresun yöresi geleneksel bıçak üretiminin yaşayan son iki geleneksel ustası, Yaşayan İnsan Hazineleri Ulusal Envanterine kültürel miras taşıyıcıları olarak dahil edilmelidir.
2. Geleneğin ustaları ekonomik açıdan desteklenmelidirler. Hibe kredi veya AB fonlarından desteklerle ekonomik açıdan yaşadıkları sorunlar giderilmeye çalışılmalıdır.
3. Giresun yöresinde geleneksel yöntemlerle üretilen bıçak çeşitlerinin teknik çizimleri hazırlanmalı, bıçak örnekleri çizimleriyle birlikte arşivlenmelidir.
4. Giresun yöresinde yaşayan diğer geleneksel üretim tarzları gibi geleneksel bıçak üretiminin tanıtımında da eksiklikler göze çarpmaktadır. Bu noktada yerel yönetimin konuya ağırlık vermesi gerekmektedir. Tanıtıcı faaliyetler düzenlenmeli, toplumsal algıda farkındalık oluşturulmalıdır.

5. Sürmene bıçağı örneğinde olduğu gibi, modern pazarlama teknikleri kullanılmalı ve bu sayede Giresun bıçağına olan ilgi artırılmalıdır. İlginin artmasına dayalı olarak arz-talep dengesinde de bir artışın yaşanacağı muhakkaktır. Bu sağlandığı takdirde mesleğe olan ilginin artacağını, geleneksel ustaların sıkça şikâyet ettiği çırak bulma sıkıntısının ortadan kalkacağını ve bahsi geçen geleneksel bıçak üretiminin istihdama önemli katkıda bulunacağını varsayabiliriz.

6. Giresun yöresinde geleneksel bıçak üretimi yapan ustaların imalathane ve aynı zamanda satış merkezi olan dükkanları, ana yol güzergahları üzerinde yer almamaktadır. Yerel idarecilerin sahil yolu üzerinde uygun alanlarda geleneksel üretim yapan ustalara satış yapabilecekleri dükkanlar tahsis etmeleri, ürünlerin tanıtım ve pazarlanmasına önemli katkılar sağlayacaktır.

7. Seri üretimin etkisiyle yok olma tehlikesiyle karşı karşıya kalan bu geleneğin, geleneksel yöntemi terk etmeden yeni pazar şartlarına uyum sağlayarak üretim tarzını güncellenmesi gerekmektedir. Giresun yöresi geleneksel bıçak üretiminin, yukarıda bahsi geçen güncellemeyi başarabildiği, tanıtıma ağırlık verdiği ve modern pazarlama tekniklerini kullanabilme yetisi kazandığı takdirde devamlılığını sürdürebileceğini söyleyebiliriz.

### Kaynakça

- Arslan, F. ve diğerleri (2017). Kültürel miras kapsamında kaybolmaya yüz tutmuş geleneksel meslekler: Turgutlu örneği, *Studies Of The Ottoman Domain*, 7(13), 211-247.
- Birinci, S. ve Camcı, A. (2016). Korunması gereken el sanatlarına bir örnek: Sivas bıçağı üretimi, *Marmara Coğrafya Dergisi*, (33), 493-509.
- Davulcu, M. (2015). Antalya'da demircilik ve bıçakçılık mesleklerine dair tespit ve değerlendirmeler, *Kalemişi Türk Sanatları Dergisi*, 3(6), 17-57.
- Doğanay, H. ve Çavuş, A. (2013). Geleneksel el sanatlarına bir örnek: Sürmene bıçağı üretimi, *Doğu Coğrafya Dergisi*, 18(29), 51-64.
- Erkal, H. (2010). *UNESCO Yaşayan İnsan Hazinesi Ulusal Sistemleri'nin somut olmayan kültürel mirasın yaşatılmasına ve gelecek kuşaklara aktarılmasına etkisi üzerine bir inceleme*. (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Türk Halk Bilimi Ana Bilim Dalı, Ankara.
- İltar, G. ve Eren, S. (2012). Giresun'da bakırcılık, *Karadeniz Sosyal Bilimler Dergisi*, 4(14), 157-171.
- Karaman, O. (2003). XIX. ve XX. Yüzyılda Giresun ili ve çevresindeki madenler ve maden işletmeciliği, *Afyon Kocatepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 5(1), 63-74.
- Kaya, D. ve Mesci, U. (2002). *Sivas'ta bıçakçılık*. Sivas: Sivas İli Sanat Kültür ve Araştırma Vakfı Yayınları.
- Koyuncu Okca, A. (2016). Denizli'de kaybolmaya yüz tutmuş kimi meslekler, *Akademik Bakış Dergisi*, (58), 201-223.
- Oğuz, M. Ö. (2013). *Somut olmayan kültürel miras nedir?* Ankara: Geleneksel Yayıncılık
- Saylan, K. (2009). Ordu ve Giresun yöresinde madenler ve maden işletmeciliği, *Ankara Üniversitesi Osmanlı Tarihi Araştırma ve Uygulama Merkezi Dergisi*, (25), 167-182.
- URL-1: Bıçakçılık geleneği, <http://aregem.kulturturizm.gov.tr/TR,51110/bicakcilik-gelenegi.html>, Görüntüleme Tarihi: 08.02.2018.

### Sözlü Kaynaklar

- KK-1: Haluk Kemal Yücesan, 1960/Giresun Doğumlu, Ortaokul Mezunu, Geleneksel Bıçak Ustası (Görüşme Tarihi: 09.02.2018)
- KK-2: Ulaş Yücesan, 1995/Giresun Doğumlu, Üniversite Mezunu, Geleneksel Bıçak Ustası (Görüşme Tarihi: 09.02.2018)
- KK-3: Hakkı Şahin, 1969/Giresun Doğumlu, İlkokul Mezunu, Geleneksel Bıçak Ustası (Görüşme Tarihi: 11.02.2018)

## Notlar

<sup>i</sup> Anadolu sahası geleneksel bıçak üretimini konu edinen çalışma örnekleri için bk. (Kaya ve Mesci, 2002), (Doğanay ve Çavuş, 2013), (Birinci ve Camcı, 2016), (Davulcu, 2016), (Koyuncu Okca, 2016), (Aslan ve diğerleri, 2017)

<sup>ii</sup> Giresun madenlerinin keşfi ve işlenmesiyle ilgili bilgi veren tarih merkezli çalışmalardan bazıları için bk. (Karaman, 2003), (Saylan, 2009), (İltar ve Eren, 2012)

## Ekler



Pancar bıçağı



Giresun saldırması



Ayı bıçağı



Çakı



Avcı bıçağı



Kesim bıçağı



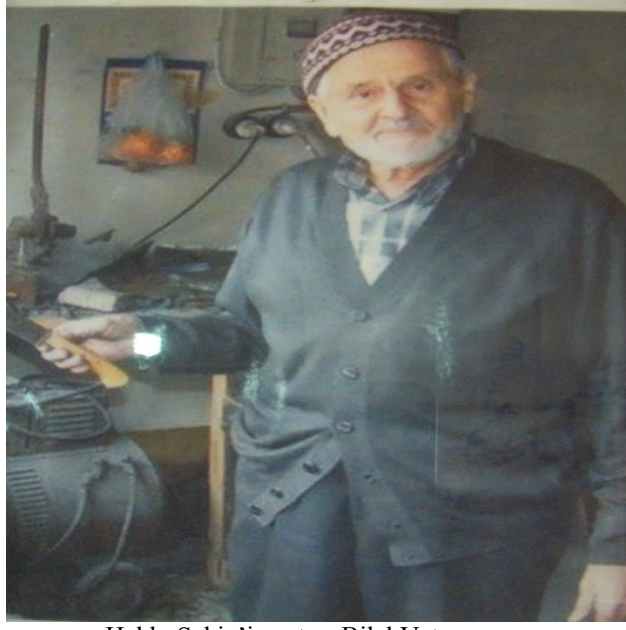
Çubuk (Sepet) bıçağı



Haluk Kemal Yücesan ile birlikte



Hakkı Şahin



Hakkı Şahin'in ustası Bilal Vatanperver

---

# LINGUISTICS



# On the Use and Familiarity of Copular Clauses in English and Turkish

## İngilizce ve Türkçedeki Bağlayıcı Cümleciklerin Kullanım ve Bilinirlikleri Üzerine

Mehmet ALTAY\*

### Abstract

A striking feature in human languages that is commonly investigated in contrastive analyses is the use of copular elements. They are used as linking verbs in certain languages while inflectional morphemes can function in the same vein in others such as the enclitic languages. Based upon their syntactic order, the clauses in which the main verb is a copula refer to a variety of meanings and are categorized in four distinct types in English as: (1) predicational, (2) specificational, (3) equative, and (4) identificational. Contrary to English, Turkish is an enclitic language, and thus it is not only the order of words in clauses that determines the type of copular clauses, but also the order of modification in post-copular elements. The initial concern of this current study is to review the use of copular clauses existing in English and their availability in Turkish. A secondary aim is to see how familiar the native speakers of Turkish are towards copular clauses both in their mother tongue and in English as a foreign language. The results indicated that the four types of copular clauses in English are true in Turkish as well. It is also observed that certain morphosyntactic structures in Turkish are subject to cause semantic ambiguity.

**Keywords:** Copula, copular clauses, Contrastive Analysis, Turkish, EFL learning

### Öz

İnsan dillerinin, karşılaştırmalı analizlere yaygın olarak konu olmuş özelliklerinden birisi de birleştirici unsurlardır. Bu unsurlar kimi dillerde bağlayıcı eylem olarak kullanılırken, enklitik diller gibi diğer bazı dillerde ise çekim ekleri aynı işlevdedir. İngilizce’de temel eylemi olarak bağlayıcı eylem kullanılan tümceler, sözdizimsel sıralarına bağlı olarak farklı anlamlara karşılık gelmektedirler ve dört türe ayrılırlar: (1) yüklemel, (2) belirtme, (3) eşleyici, (4) tanıtsal. İngilizcenin aksine, Türkçe enklitik bir dil olup bağlayıcı eylem tümcelerinin türlerini belirleyen yalnızca bu tümcelerdeki kelimelerin sıraları değildir, aynı zamanda eylemden sonra gelen unsurların çekim eklerinin sıralanmasıdır. Bu çalışmanın öncelikli amacı İngilizcedeki bağlayıcı eylem tümce türlerinin kullanımlarını ve Türkçede de aynı türlerin bulunup bulunmadıklarını incelemektir. İkincil bir amaç ise anadili Türkçe olanların, hem kendi dillerinde hem de yabancı dil olarak öğrendikleri İngilizcede bağlayıcı eylem tümcelerine ne derece aşina olduklarını görmektir. Bulgulara göre, İngilizcede varolan her dört bağlayıcı eylem tümcesi de Türkçede mevcuttur. Türkçedeki belli biçim-sözdizimsel yapıların anlamsal karmaşasına sebep olabildiği de ayrıca gözlemlenmiştir.

**Anahtar Kelimeler:** Bağlayıcı eylem, bağlayıcı eylem tümceleri, Karşılaştırmalı Analiz, Türkçe, Yabancı dil olarak İngilizce öğrenimi

### Introduction

Regardless of the positions that they occupy both in the S-structures and D-structures, grammatical units in the meaning of *be* is a core element in the syntax of all natural languages, and play a key role in cross-linguistic studies. It can appear in the form of a reduced auxiliary and thus is enclitic, or as a separate morpholexical unit -but is still clitic-(Anderson, 2008) as in most Indo-European Languages. There can be variations in the position of copular *be* even amongst the languages of the same language family. For instance, it can precede its complements as in English and French, or follow them in certain syntactic patterns as in Persian (Persian Online, 2018), resulting from its relatively being more of a Head-final language (Rahmani, Alizadeh, & Hamidi, 2014; Ghorbanpour, 2016).

The position of copula corresponds not only to the head parameter, it also addresses the Pro-drop parameter. It functions as a transition unit between subject and its predicate when in lexical form on the one hand, and works as an inflectional morpheme to fix a subject marker to the predicate of the sentence without any further need to a subject at lexical level on the other. Therefore, there remains no need for copula as an auxiliary verb except from a purposeful use like in stress for the agent of the action in clause. Most Ural-Altai languages such as Turkish

\* Dr. Öğr. Üyesi, Kocaeli Üniversitesi, Eğitim Fakültesi, Yabancı Diller Eğitimi Bölümü, mehmet.altay@kocaeli.edu.tr

and Mongolian can count as examples for the latter since it is common to see the predicative personal inflection of nouns by enclitic personal markers of prominal origins (Janhunen, 2010, p. 168).

When the issue is Turkish language, the etymological roots of its contemporary use of copula *be* is twofold: its *personal inflection* and *the enclitic* that attribute its lexical meaning. To illustrate the former, the infinitive verb *ermek* is seen in the early manuscripts such as *Divanü Lûgat-it Türk*, which is the earliest known dictionary and grammar reference written in the 11<sup>th</sup> century A.D., to refer to the meanings of *reach, develop, grow, access, touch, exist* and the like. It would be used as a clitic auxiliary verb and so was never stated autonomously (Ediskun, 2003, p. 187). It has never been atrophied in Turkish, but has first been reduced into its vestigial form by dropping its *r*, and then been derived into *-imek* by transforming the initial *e* sound to *i*. Today, *-mek / -mak* inflectional suffixes with verbs are used as infinitive with *to*. But the remaining *i* is used in personal inflection with the interaction of some additional sounds or morphemes.

Personal endings, at this point, either precede or follow a second type of inflectional morpheme, which contributes to the head of the phrase in terms of meaning. It is another enclitic which used to exist as a verbal predicate *tur-ur/dur-ur* with a verbal stem of *-tur* (Karakoç, 2014, p. 224), and stands for copula *be* in meaning. This enclitic appears in modern Turkish as *-dir/-dir*. It is often assumed to be as an infinitive marker just like *to* in English, but it is defined in *Divanü Lûgat-it-Türk*, the first grammar reference and dictionary of Turkish ever, as a bare infinitive verb itself without a specific infinitive marker (Atalay, 1986, p. 658). Although the latter enclitic is often assumed to be only a variation of the former, they are neither etymologically nor semantically of the parts of a hyperonymy-troponymy relation, but can only be considered as highly interactive companies. Considering their etymological irrelevancy, Ediskun (2003, p. 188) outlines that the two should not be used together as inflectional morphemes. If done so, it refers to some other special use within copular clauses.

### A Comparison of Copular Clauses in English and Turkish

As Mikkelsen defines (2011, p.1805), a copular clause is a minor sentence type in which the contentful predicate is not a verb, but some other category like an adjective phrase (AP), noun phrase (NP), or a prepositional phrase (PP). While there needs to be a verbal copula joining the subject and the non-verbal element in some languages, there are also some others in which there is no verbal element at all in these clauses. In either case, copula is just like a link between the subject and the rest of the clause.

In English, Quirk, Greenbaum, Leech, & Svartvik (1987, p. 54) highlights that the term *copula* primarily refers to the verb *be*, and *copular* verbs are those verbs (including *be* and *become*) which are functionally equivalent to the copula. They are variously called *copulative, equative, intensive, or linking verbs*. Copular clauses are used for a variety of semantic purposes in most languages, and their syntactic formations may differ from one language to another in accordance with these purposes. Generally speaking, they are often clustered into four main groups as *predicational, specificational, equative, and identificational* (Higgins, 1979).

Predicational clauses typically have a referential NP in subject position, though quantificational expressions are also allowed (Mikkelsen, 2011, p. 1808). The subject is ascribed by a property and in this respect they are similar to non-copular sentences. However, this property in predicational copular sentences such as an AP, NP, or a PP is expressed by a post-copular element only in contradistinction to non-copular clauses (Bondaruk, 2012, p. 8). The following are three examples in English with an AP, NP, and a PP as predicates.

- (1) Mr Johnson is a teacher.  
*Subject copula predicate (NP)*
- (2) Mr Johnson is clever.  
*Subject copula predicate (AP)*
- (3) Mr Johnson is at school.  
*Subject copula predicate (PP)*

The position of copula is fixed in English predicational copular clauses; they precede the predicate. They are also modified depending on the tense and singularity/plurality of subject. The very same type of clause also exists in Turkish, whereas the inflectional morpheme that stands for copula *be* should drop away in most cases as in the examples below:

- (4) Johnson bir öğretmen+**dir** /  $\emptyset$ .  
*Subject predicate (NP)+copula*
- (5) Johnson zeki+**dir** /  $\emptyset$ .  
*Subject predicate (AP)+copula*
- (6) Johnson okulda+ $\emptyset$ .  
*Subject predicate (PP)+copula*

The inflectional morphemes that are used to complement the predicate of clauses can appear to be unpronounced as given in the use with third person singular above. This omission does not refer to missing surface inflection, which is often observed in L2 or L1 child use of Turkish (see Haznedar, 2003; Kornflit, 1990; Sundquist, 2005). Rather, there exists a copula but is silent in surface structure. When the predicate is inflected by either a personal ending or tense, it is clear that this kind of inflection is predicational as in the following examples:

- (7) Ben (bir) öğretmen+**im**.  
*1<sup>st</sup> Person Singular predicate (NP)+copula*
- (8) Sen zeki+**sin(+dir)**.  
*2<sup>nd</sup> Person Singular predicate (NP)+copula*
- (9) Biz(ler) okulda+**yız**.  
*1<sup>st</sup> Person Plural predicate (NP)+copula*
- (10) Siz(ler) yorgun+**sunuz**.  
*2<sup>nd</sup> Person Plural predicate (NP)+copula*
- (11) Onlar okulda+( **dir** /  $\emptyset$  )+**lar**.  
*3<sup>rd</sup> Person Plural predicate (NP)+copula*

The personal endings of the sentences above are all the derivations of *i*, which is the remaining part from the former copula *ermek*. As seen, it is not observed in the predicates of the sentences (4), (5), and (6), in which the subject is third person singular. Furthermore, *-dir/-dir* can be used as an inflection with a copular function when the subject is third person singular

as in (4) and (5); there usually exists no other inflectional morphemes such as a preposition to the predicate in this case as in (6).

The use of *dir/-dir* is relatively less common in predicational clause type since it usually functions as an inflectional suffix that indicates a possibility or probability. For example, it can well indicate either as a possibility or a predicational judgement if used in examples (4), (5), (8), and (11) (see Ediskun, 2003, p. 189), often leading into an ambiguity even in L1 setting. Another issue which may result in ambiguity is the types and semantic features of adjectives used as predicates in different sentences. In such circumstances, further semiotic means may have an indication as in the following:

- (12) Öğrencim, bilgisayar kullanımında tecrübelidir.  
*Ali is experienced in using computer.*
- (13) Öğrencim, bilgisayar kullanımında **herhalde** tecrübelidir.  
*Ali is **possibly** experienced in using computer.*

It is even more complicated when the subject of a predicational clause is third person plural and its predicate is inflected by *-dir/-dir* as the order of inflections is not easy to determine not only by L2 users or young native speakers, but also by most L1 users. That is to say, the referential meaning of a sentence with this respect is mostly determined by the order of inflections. When a predicate is inflected initially by *-dir/-dir* followed by *-ler /-lar* (the personal ending for third person plural) as in (14), the subject of the sentence bears the quality stated in the predicate of it and implies a judgement. On the other hand, it has a speculative or hypothetical meaning when the order of the inflections is vice versa as in (15).

- (14) Öğrencilerim, bilgisayar kullanımında tecrübelidirler.  
*My students are experienced in using computer.*
- (15) Öğrencilerim, bilgisayar kullanımında **herhalde** tecrübelilerdir.  
*My students are **possibly** experienced in using computer.*

It is not only in predicational clauses where inflectional morphemes cause ambiguity in terms of their order of fixation. Specificational clauses are also subject to it and this is not coincidental, though they are relatively less problematic since they specify a subject and can scarcely mean to indicate a possibility. This second clause type is basically the reversed version of a predicational clause in which a certain predicate can fill the subject slot in the syntax of a specificational clause as long as it is a noun or noun phrase, including the *wh-* and *how* structures in pseudo-cleft sentences. By doing so, the aim is to “specify, say, who (or what) someone (or something) is, rather than to say anything about that person (or entity)” (Mikkelsen, 2011, p.1809). To illustrate:

- (16) Rıfat Ilgaz en sevdiğim yazardır.  
*Rıfat Ilgaz is my favourite writer.*
- (17) En sevdiğim yazar Rıfat Ilgaz’dır.  
*My favourite writer is Rıfat Ilgaz.*

There is given a specific person in the subject position of (16) and a property is ascribed to it. On the contrary, sentence (17) specifies who my favourite writer is. Higgins (1979, p. 203) formulates a predicational clause as having a subject which is *referential* subject while a

specificational clause having a *superscriptional* one. A further elicitation of the variation in meaning of these two clause types is their interrogative forms: the former is an answer for “*Who is Rıfat Ilgaz?*” while the latter is for “*Who is your favourite writer?*”

A third set of copular clauses is equatives. The expressions flanking the copula of an equative clause neither predicates a property to the subject of the sentence, nor specifies it. Rather, the expressions on both wings of copula refer to the same concept, usually a person, and these NPs are mostly proper nouns. Such clauses are known as *true equatives* (Heycock & Kroch, 1999). Still, a more common use of equatives are when either the subject or the post-copular element is a pronoun while the other element is again a proper name. Concisely, the logic behind this structure is to reveal “*Who is who?*” and to identify the referent by name or sight (Bondaruk, 2012, p. 10; Mikkelsen, 2011, p. 1808).

- (18) Stepne, Rıfat Ilgaz’dır.  
*Stepne is Rıfat Ilgaz.*

The word *stepne* in the example above literally means *spare tyre* in Turkish, but was used as pseudonym by Rıfat Ilgaz, one of the most influential writers of Turkish literature. In the example sentence above, therefore, the NP following the copula equates the NP in the subject position. Beside equative copular clauses, a fourth and final category of copular clauses, namely the *identificational*, is used “for teaching the names of people or of things” (Higgins, 1979, p. 237). There usually is a demonstrative subject to be identified by an NP following the copula. One can occasionally see a demonstrative phrase as a predicate, yet not every use of demonstratives necessarily mean to be for identification as in (Bondaruk, 2012, p. 15). That is to say, whether a demonstrative structure is used to name a referential concept or not determines the type of the clause in such cases. To illustrate, the following sentences (19) and (20) cannot be regarded as identificational when used to identify, for instance, a man in a blurred photo:

- (19) Bu adam Rıfat Ilgaz.  
*This man is Rıfat Ilgaz.*

- (20) Rıfat Ilgaz bu adam.  
*Rıfat Ilgaz is this man.*

Unlike the previous order, say, the writer was introduced beforehand as, “*One of his novels called Hababam Sinifi, which was later adapted into cinema as well, is a compilation of many short stories he indited in a periodical literary magazine with this pen name*”. Supposing (21) follows it, now this statement can well count as an identificational copular clause.

- (21) Bu yazar Rıfat Ilgaz’dır.  
*This writer is Rıfat Ilgaz.*

As seen so far, all four types of copular clause in English has a corresponding or adjacent form in Turkish. Nevertheless, Turkish is an enclitic language and thus the inflections, which are mostly suffixes, and their order of modification has a significant role in determining the meaning of clauses, which often results in either a semantic ambiguity, or ill-formed morpholexical and morphosyntactic patterns. It is also evident that these concerns do not cover a certain group of language users of Turkish, but is quite common a complication. Therefore, this study mainly aims to conduct a crosslinguistic review towards the availability and use of copular clauses in both English and Turkish. A second aim is to analyze how familiar the native users of Turkish language are with these uses in both languages.

## Methodology

### Participants

The data of this current study comes from 38 EFL teacher candidates due to their competency both in English, which is supposed to be their future profession, and Turkish as their mother tongue. They were assumed to be a relevant population to analyze the familiarity of Turkish native speakers towards the use and order of enclitic copula with other inflections and suffixes, and their awareness to different types of copular clauses in both languages. The participants were required to take a two-way translation survey and were split into two groups; one to translate survey items from Turkish to English only, while the other vice versa.

### Data collection tools and procedure

The surveys were supplied to the participants through Google Forms for the practicality of time and availability of the participants. There were nine survey items in total for each group and every question was based upon a unique sentence. The sentences were obtained through the literature review as given in the previous section of this paper, and was subject to a validity analysis through three experts in both languages. The items provided to the other group were probable translations of them as well. In a nutshell, the groups were given semantically parallel sentences in two languages and both groups were expected to translate these sentences as accurately as possible so that the use of copula and the copular clauses would semantically remain to be the same. The following are the survey items that cover all four copular clauses common in both languages as well as some stand for having a potential to end up with a morphosyntactic ambiguity in Turkish. Their layout in the survey was randomly distributed in order not to interfere to participants' interpretations, and the each translation is but a suggestion.

### Predicational Clauses

The participants were directed two items to be translated in terms of predicational clauses. These items were as given in Table 1.

**Table 1:** Predicational clauses for translation

| English → Turkish                            | Turkish → English             |
|--|-------------------------------|
| (22) Mark is my best friend.                 | Mark, benim en iyi arkadaşım. |
| (23) London is this city.                    | Londra, bu şehir.             |
| (24) The wind is light, the weather is cold. | Rüzgâr hafif, hava soğuk.     |

It is common to see an indefinite predicate in predicational clauses. Nevertheless, items (22) and (23) both have a definite predicate as “predicational sentences in English can contain not only an indefinite, but also a definite post-copular DP” (Bondaruk, 2012, p. 9). The latter may sound somewhat more challenging since it has a demonstrative adjective before the noun, which may be confused with an identificational clause. However, DPs in identificational clauses almost always appear in subject position. Therefore, *my best friend* in (22) and *this city* in (23) do nothing but basically ascribe a property to their subjects. As for their Turkish translations, all three can possibly adopt *-dir / -dır*, but sound unnatural and ambiguous. Their being so is due to the interference of a meaning of possibility as it was addressed earlier in the previous section.

### Specificational Clauses

Another couple of items were to represent the specificational clauses. Table 2 includes these clauses.

**Table 2:** Specificational clauses for translation

| English → Turkish                                       | Turkish → English                            |
|---|--|
| (25) My best friend is Mark.                            | Benim en iyi arkadaşım Mark'tır.             |
| (26) They are probably the thieves who stole the money. | Onlar, muhtemelen parayı çalan hırsızlardır. |

Item (25) is relatively simpler than (26) as the post-copular element to specify the subject is solely a proper noun. *The thieves* in following statement, on the other hand, does not only specifies the subject but also is identified with a relative clause, though it does not obstruct its role. As it specifies the subject, the inflectional morpheme *-dır* in its Turkish translation precedes the third person plural ending *-lar*. The very same order is also true in predicational clauses as in (13).

### Equative Clauses

Amongst the other three types of copular clauses, equatives may seem to be a clear-cut category, but even so, it embodies some peculiar traits. The following two items are two diverging examples for these clauses:

**Table 3:** Equative clauses for translation

| English → Turkish                  | Turkish → English              |
|------------------------------------|--------------------------------|
| (27) Samuel Clemens is Mark Twain. | Samuel Clemens Mark Twain'dir. |
| (28) A thief is a thief.           | Hırsız hırsızdır.              |

The subject and the post-copular element in (27) are both proper nouns and refer to the same person, and thus it is quite an evident statement for being an equative. Concerning (28), the post-copular element is the exact repetition of the subject. Hence, it is an example for tautology, which Heycock and Kroch (1999: p. 375) consider as a form of equatives.

### Identificational Clauses

It was previously highlighted that the subject of an identificational clause is naturally a demonstrative subject, and the purpose of such a clause is to teach the name of a person or a thing. Table 4 includes the statements with this respect.

**Table 4:** Identificational clauses for translation

| English → Turkish                       | Turkish → English              |
|---|--------------------------------|
| (29) That is Ayşe.                      | O, Ayşe.                       |
| (30) Those who steal money are thieves. | Parayı çalanlar, hırsızdırlar. |

The subject position of an identificational clause can well be any sort of demonstrative phrase, “but it is also possible for a sole demonstrative pronoun” (Bondaruk, 2012, p. 11) as seen in (29). The subject of (30) is also a demonstrative pronoun that was followed by a CP. It may sound like an equative or an identificational too, whereas it is more of an identificational in that the subject is a DP identified as *thieves*.

### Findings

The translations given in the previous section were said to be only advisory. With this in mind, a variety of responses was obtained in each item. Since the scope of this survey covers mainly the use of copula and the familiarity of language users in regard, further lexical or syntactic alterations which has nothing serious to do with the clause types or the morphosyntactic nature of the language are either excluded at all, or stated in parentheses.

#### Translations of English Copular Clauses to Turkish

The first set of findings analyzed below is the ones from English into Turkish. Table 5 below is on the analysis towards the use of predicational clauses in English to Turkish translation.

**Table 5:** Alterations of copula in predicational clauses

|                      | English → Turkish                            | Turkish → English                     | %    |
|----------------------|--|---------------------------------------|------|
| <b>Predicational</b> | (22) Mark is my best friend.                 | a. Mark, (benim) en iyi arkadaşımdır. | 29.2 |
|                      |  | b. (Benim) en iyi arkadaşım Mark.     | 70.8 |
|                      | (23) London is this city.                    | a. Londra bu şehirdir.                | 11.8 |
|                      |  | b. Londra (işte) bu şehir.            | 29.2 |
|                      |  | c. Bu şehir Londra'dır.               | 35.4 |
|                      |  | d. Bu şehir Londra.                   | 23.6 |
|                      | (24) The wind is light, the weather is cold. | a. Rüzgar hafif, hava soğuk.          | 70.8 |
|                      |  | b. Rüzgar hafif(tir), hava soğuktur.  | 29.2 |

It is seen that despite its predicational nature, (22) was translated significantly as a specificational clause in Turkish. Moreover, its accurate translation includes Turkish inflectional morpheme *-dir*, whereas no specificational translation includes this inflectional suffix. Specificational translations are overwhelming also in the next predicational clause (23). Contrary to the previous item, the predicates in the predicational translations of this item are mostly without the inflectional morpheme *-dir* while the specificational translations are relatively inflected with it. There were numerous different translations for the final item, yet



they are categorized in accordance with their relevancy as in the table. The ones without the inflectional morpheme outnumber the others. In sum, it is clear that the use of *-dir / -dır* as an inflectional morpheme is quite uncommon in predicational clauses of Turkish.

**Table 6:** Alterations of copula in specificational clauses

|                 | English → Turkish                                       | Turkish → English                               | %    |
|-----------------|---|---|------|
| Specificational | (25) My best friend is Mark.                            | a. Mark, (benim) en iyi arkadaşımıdır.          | 18   |
|                 |   | b. (Benim) en iyi arkadaşım Mark.               | 29.2 |
|                 |   | c. (Benim) en iyi arkadaşım Mark'tır.           | 53.8 |
|                 | (26) They are probably the thieves who stole the money. | a. Onlar, muhtemelen parayı çalan hırsızlar.    | 23.6 |
|                 |   | b. Onlar, muhtemelen parayı çalan hırsızdır.    | 11.8 |
|                 |   | c. Onlar, muhtemelen parayı çalan hırsızdırlar. | 11.8 |
|                 |   | d. Onlar, muhtemelen parayı çalan hırsızlardır. | 47.2 |
|                 |   | e. Onlar, muhtemelen parayı çalan hırsız.       | 5.6  |

It is evident in Table 6 that the use of *-dir / -dır* is more popular in specificational clauses when compared to predicational clauses. Since Turkish is mostly a pro-drop language, there are minor differences in (25). The confusion between predicational and specificational clauses appears here as well, though not as alarming in predicational clauses. The translations over item (26) are distributed into five main morphosyntactic order, but only (26a) and (26d) are authentic usages. To be more specific, (26b) misses pluralisation, (26c) is anomalous, and finally (26e) is missing both the compulsory plural *-lar*, and optional but still functional *-dir*.

**Table 7:** Alterations of copula in equative clauses

|          | English → Turkish                  | Turkish → English                     | %    |
|----------|------------------------------------|---------------------------------------|------|
| Equative | (27) Samuel Clemens is Mark Twain. | a. Samuel Clemens, Mark Twain'dir.    | 76.4 |
|          |                                    | b. Samuel Clemens aslında Mark Twain. | 5.9  |
|          |                                    | c. Mark Twain aslında Samuel Clemens. | 11.8 |
|          |                                    | d. Mark Twain, Samuel Clemens'tir.    | 5.9  |
|          | (28) A thief is a thief.           | a. Hırsız hırsızdır.                  | 100  |

It can be observed in item (27) that the NPs flanking the copula in English are more or less subject to exchange their positions in Turkish. Another point worth mentioning is the high frequency of the copular morpheme use as an inflectional suffix, most probably the highest in

all three types of copular clauses. Item (28), which is a tautology as indicated beforehand, justifies this commonality too.

**Table 8:** Alterations of copula in identificational clauses

|                         | English → Turkish                       | Turkish → English                | %    |
|-------------------------|---|----------------------------------|------|
| <b>Identificational</b> | (29) That is Ayşe.                      | a. O, Ayşe'dir.                  | 38.2 |
|                         |   | b. O, Ayşe.                      | 38.2 |
|                         |   | c. Şu kız Ayşe.                  | 5.9  |
|                         |   | d. İşte Ayşe bu.                 | 11.8 |
|                         |   | e. İşte o Ayşe.                  | 5.9  |
|                         | (30) Those who steal money are thieves. | a. Parayı çalanlar hırsızdır.    | 11.8 |
|                         |   | b. Parayı çalanlar hırsızdırlar. | 11.8 |
|                         |   | c. Parayı çalanlar hırsızlar.    | 32.8 |
|                         |   | d. Parayı çalanlar hırsızlardır. | 37.7 |
|                         |   | e. Parayı çalanlar hırsız.       | 5.9  |

The last type is the identificational and item (29) is well distributed into several different translations. (29a) and (29b) are literal translations, whereas the participants incorporated further means of interpretation in the other three statements. Due to the deictic structure of the sentence, the participant(s) seem to have uttered (29c) with an inclusion of *kız* referring to *girl*. Furthermore, (29d) is more like *That's what Ayşe is* instead, and (29e) sounds in the meaning of *There Ayşe is*. The variation is true for the other identificational item (30). In fact, it is often regarded to be acceptable when the plural inflection to the post-copular element drops in such identificational clauses in Turkish. Therefore, (30a) is not uncommon. (30b) stands for the ultimate accuracy in the morphological order in this case. On the contrary, (30c) misses identification, rather is pointing at *who stole the money*. (30d) is parallel to (30c) with additional stress over possibility. Finally, (30e) is missing plurality, though it is also weakly possible to see such a structure as a specificational clause.

### Translations of Turkish Copular Clauses to English

The analyses of the items in Turkish henceforth are from the suggested semantic equivalents of the statements given in the previous part. Table 8 depicts variations in predicational clauses.

**Table 9:** Alterations of copular inflectional morphemes in predicational clauses

|                      | Turkish → English                  | English → Turkish                    | %    |
|----------------------|------------------------------------|--------------------------------------|------|
| <b>Predicational</b> | (22) Mark, benim en iyi arkadaşım. | a. Mark is my best friend.           | 4.76 |
|                      |                                    | b. My best friend is Mark.           | 90.4 |
|                      |                                    | c. It is Mark who is my best friend. |      |

|                                |   |  |       |
|--------------------------------|---|--|-------|
|                                |   |  | 4.76  |
| (23) Londra, bu şehir.         | a. This city is London.                   |  | 14.3  |
|                                | b. London is this city.                   |  | 85.68 |
| (24) Rüzgâr hafif, hava soğuk. | a. The wind is weak, the weather is cold. |  | 80.96 |
|                                | b. Wind is weak, weather is cold.         |  | 14.2  |
|                                | c. Weak is the wind, cold is the weather. |  | 4.76  |

The first item in Table 8 has surprising results in that almost all of the participants replaced the subject with its predicate. This can most probably be due to the commonality and earlier exposure to the specificational pattern using the same lexical units. That is to say, *My best friend is Mark* may have sounded more natural and familiar to the participants as learners often see this use at the very early pedagogical stages of their learning. The case is also true in item (23) but not as striking as in the previous item. The last item in the table includes two clauses with two separate subjects, and both have an adjective as predicate. There is no extraordinary use of copula for this one, yet the omission of the determiners (24b) and the inverted structure as in (24c) are the alterations observed at this level.

**Table 10:** Alterations of copular inflectional morphemes in specificational clauses

|                        | Turkish → English                                 | English → Turkish   | %     |
|------------------------|---|---|-------|
| <b>Specificational</b> | (25) Benim en iyi arkadaşım Mark'tır.             | a. Mark is my best friend.                                  | 4.76  |
|                        |   | b. My best friend is Mark.                                  | 90.44 |
|                        |   | c. It is Mark who is my best friend.                        | 4.76  |
|                        | (26) Onlar, muhtemelen parayı çalan hırsızlardır. | a. It were probably thieves who stole the money.            | 4.76  |
|                        |   | b. The ones who have stolen the money are probably thieves. | 14.28 |
|                        |   | c. Who has stolen money are probably thieves.               | 4.76  |
|                        |   | d. Thieves are the ones who probably stole the money.       | 9.52  |
|                        |   | e. Those who have stolen the money are probably thieves.    | 19.04 |
|                        |   | f. They are probably the thieves who stole the money        | 47.60 |

As clear in Item (25) of Table 9, the participant language users regard the specificational structure in the same way as they do in predicational. In other words, there seems to be a very weak population who notice the variation between these two types of copular clauses as in examples (22) and (25). The confusion appears even worse in longer clauses such as (26). Because there is a number of a possibility to translate certain forms like pronominal structures, there are several preferences in this case. (26f) includes the most accurate syntactic pattern that indicates a possibility in meaning. Almost a half of the whole population could infer this meaning.

**Table 11:** Alterations of copular inflectional morphemes in equative clauses

|   | Turkish → English                    | English → Turkish                    | %     |
|---|--------------------------------------|--------------------------------------|-------|
| <b>Equative</b>                                     | (27) Samuel Clemens, Mark Twain'dir. | a. Samuel Clemens is Mark Twain.     | 90.44 |
|   |                                      | b. Samuel Clemens, he is Mark Twain. | 4.76  |
| c. The one we know as Mark Twain is Samuel Clemens. |                                      | 4.76                                 |       |
|   | (28) Hırsız hırsızdır.               | a. A thief is a thief.               | 100   |

The participants mostly compromise on equative copular clauses here again. Only (27c) underlies a point towards the malfunction. To be more specific, the former proper name and the latter in this use would replace even if the rest of the sentence were reasonable. As a result, it indicates confusion in the use of copula. As for Item (28), the tautology leads into a definite syntactic agreement here as well.

**Table 12:** Alterations of copular inflectional morphemes in identificational clauses

|                         | Turkish → English                   | English → Turkish                                  | %     |
|-------------------------|-------------------------------------|--|-------|
| <b>Identificational</b> | (29) O, Ayşe.                       | a. She is Ayşe.                                    | 66.68 |
|                         |                                     | b. That is Ayşe.                                   | 28.56 |
| c. Ayşe is that girl.   |                                     | 4.76   |       |
|                         | (30) Parayı çalanlar, hırsızdırlar. | a. The ones who have stolen the money are thieves. | 68.75 |
|                         |                                     | b. The thieves are the ones who steal the money.   | 26.49 |
|                         |                                     | c. Whoever steal money are the thieves.            | 4.76  |

The identificational clause in (26) varied when translated from English to Turkish in Table 7. Conversely, there seems to be an agreement on its translation from Turkish to English. (26a) and (27b) are semantically parallel, but varies lexically as the former has a personal

subject pronoun while the latter has a demonstrative pronoun instead. (29c), on the other hand, is more of an example of a predicational. In (30), there is identification over the ones who have stolen the money, and thus (30a) sounds authentic. (30c) also resembles identification, but *whoever* as a relative pronoun does not address specific persons. Nevertheless, the inflectional suffix  $(y)\iota$  that marks *para* (money) functions both as a preposition and a determiner, and thus it is not *any money* that has been stolen. In comparison with (30a), (30b) identifies not those who have stolen the money but the thieves, which is owing to the replacement of the subject and the post-copular element in an erroneous way.

### Conclusion

This paper has initially investigated copular clauses in English and Turkish as a contrastive analysis. While doing so, the historical evolution of copular elements in language use has been addressed, four basic copular clauses in English are compared with those in Turkish to see if they exist also there. Further copular clauses that have the potential to cause ambiguity in Turkish are given account as well. With this respect, the review part of this research highlighted the importance of the order of word endings that are added as inflectional suffix from a semantic perspective.

More precisely, the markedness and unmarkedness of post-copular elements determine the variation in meaning of copular clauses. Furthermore, the order of the markers also alters the types of clauses as well as the meaning. To illustrate, not only *-dir/-dir* and their alternative forms, but also  $-i(m)/-(s)i(n)$  and the like can be added to a post-copular element such as an NP, AP, or PP. Whereas, the clause has a meaning of possibility if  $-i(m)/-(s)i(n)$  precedes *-dir/-dir*. When predicating or specifying a subject, on the other hand, it is common to see only  $-i(m)/-(s)i(n)$  especially if the agent of the clause is first or second person singular. It is also not very often to see *-dir/-dir* marking with the other subject forms, as it is mostly preferred in other copular clause types, or to stress a possibility.

A second concern of this study was to investigate how familiar the native speakers of Turkish are with the copular clauses in both Turkish and English. The purpose of having both languages to be tested was to see how the situation was in mother tongue, and whether this is true in or might have interference to their competence in a foreign language. The participants were prospective teachers of EFL, and thus are expected to be competent in both languages. The evidence from a survey based on translation from one language to another intimates that the participants are precise with certain clause types as the equatives and relatively simpler examples of other types. However, more complex morphosyntactic structures such as pseudo-cleft sentences or the ones with a relative clause apparently throw them into confusion. The findings also indicate that there is occasionally inconsistency between the use of predicational and specificational clauses in that the subject and the post-copular element are replaced erroneously. A further inconsistency is towards the use and position of *-dir/-dir* in translations. It is often omitted when authentic flow of language requires it, and sometimes used when it disturbs the meaning by causing ambiguity in meaning. The order of the copular inflectional morphemes appeared to be challenging for the participants too, which often results in errors in translations.

### Implication and Recommendations

Copular clauses constitute the backbone of most syntactic frameworks, and they have the potential to lead into ambiguities in language use (Higgins 1979, p. 189). As in the nature of contrastive analysis, the present findings in this study might have important implications for considering the various uses of copular clauses, and thus the familiarization of language users.

Further contrastive research can be conducted over the analysis of copular clauses through using eye-tracking to pinpoint which specific elements, if any, has the potential to cause ambiguity in between these languages.

### References

- Agnieszka, L.-S. (2008). Non-native or non-expert? The use of connectors in native and foreign language learners' texts. *Acquisition et interaction en langue étrangère*, pp. 91-108.
- Anderson, S. R. (2008). English reduced auxiliaries really are simple clitics. In S. Scalise, & G. Graffi, *Le lingue e il linguaggio. Introduzione alla linguistica* (pp. 169-186). Italy: Il Mulino.
- Atalay, B. (1986). *DİVANÜ LUGAT-İT-TÜRK DİZİNİ*. Ankara: Türk Tarih Kurumu Basımevi.
- Ediskun, H. (2003). *Türk Dilbilgisi*. İstanbul: Remzi Kitabevi.
- Ellis, R. (2003). *Task-based Language Learning and Teaching*. Oxford: Oxford University Press.
- Ghorbanpour, A. (2016). Head Position Parameter in Persian: An Optimality-Theoretic Approach. *Elm-e Zaban*, 2 (3), pp. 129-144.
- Haznedar, B. (2003). Missing Surface Inflection in Adult and Child L2 Acquisition. *Proceedings of the 6th Generative Approaches to Second Language Acquisition Conference* (pp. 140-149). Somerville: Cascadilla Proceedings Project.
- Heycock, C., & Kroch, A. (1999). Pseudocleft Connectedness: Implications for the LF Interface Level. *Linguistic Inquiry*, 30 (3), pp.365-397.
- Higgins, R. F. (1979). *The Pseudo-cleft Construction in English*. New York: Garland.
- Janhunen, J. (2010). Enclitic zero verbs in some Euroasian languages. In L. Johanson, & M. Robbeets, *Transeuroasian verbal morphology in a comparative perspective: genealogy, contact, chance* (pp. 165-183). Wiesbaden: Harrassowitz Verlag.
- Karakoç, B. (2014). Non-past copular markers in Turkish. In S. Pirkko, & W. Lindsay J., *On Diversity and Complexity of Languages Spoken in Europe and North and Central Asia* (pp. 221-250). Stockholm: John Benjamins Publishing Company.
- Kornflit, J. (1990). Turkish and the Turkic languages. In B. Comrie, *The world's major languages*. Oxford: OUP.
- Mikkelsen, L. (2011). Copular clauses. In C. Maienborn, K. von Heusinger, & P. Portner, *Semantics* (pp. 1805-1829). Berkeley: de Gruyter.
- Persian Online. (n.d.). Retrieved October 2018, from The University of Texas at Austin: [https://sites.la.utexas.edu/persian\\_online\\_resources/verbs/long-copulas-1/](https://sites.la.utexas.edu/persian_online_resources/verbs/long-copulas-1/)
- Quirk, R., Greenbaum, S., Leech, G., & Svartvik, J. (1987). *A Comprehensive Grammar of the English Language*. London and New York: Longman.
- Rahmani, Z., Alizadeh, A., & Hamidi, H. (2014). Match or Mismatch of the Head Parameters and Comprehension of EFL Learners. *Journal of Language Teaching & Research*, 127-137.
- Richards, J. C., & Schmidt, R. (2002). *Longman Dictionary of Language Teaching & Applied Linguistics*. Malaysia: Pearson.
- Sundquist, J. D. (2005). The Mapping Problem and Missing Surface Inflection in Turkish-German Interlanguage. *Proceedings of the 7th Generative Approaches to Second*

---

*Language Acquisition Conference* (s. 238-250). Somerville: Cascadilla Proceedings Project.

---

# **GEOGRAPHY**



## Deneyim Yaratmada Mekânın Rolü: Starbucks ve Kahve Dünyası'nın Deneyim Ekonomisi ve Üçüncü Yer Bakımından Analizi

### The Role of Space in Creating an Experience Economy: Examining Starbucks and Kahve Dünyası in the Context of Experience Economy and Third Place

Ceyda KURTAR ANLI \*  
Nuri YAVAN \*\*

#### Öz

Deneyim ekonomisi 2000'li yılların başında küresel ekonomideki dönüşümün ve hizmet sektöründe değişen tüketici taleplerinin bir parçası olarak ortaya çıkmıştır. Deneyim ekonomisi konsepti literatürde her zaman tüketici/talep perspektifinden analiz edilmiş, üreticinin/arz edenin deneyim yaratma ve mekânı kurmadaki rolü göz ardı edilmiştir. Ayrıca deneyimi oluşturan ana etmenin tüketici ve ürün olduğu vurgulanmış, mekânın rolü sanki yokmuş ya da bir sahneden ibaretmiş gibi görülmüştür. Bu çalışma “Deneyim Ekonomisi” ve “Üçüncü Yer” kavramsal çerçevesini kullanarak deneyim ekonomisi yaratma sürecinde “mekânın” rolünü ortaya koymayı, yani mekânın deneyim oluşturma sürecinde nasıl bir işlev gördüğünü, hangi konumda yer aldığını irdelemeyi amaçlamaktadır. Deneyim ekonomileri bugün birçok mekânı (alışveriş merkezleri, markalaşmış kafeler, oyuncak dükkânları vb.) ve ürünü (kahve, telefon vb.) kapsamaktadır. Bu nedenle bu çalışmada ileri sürülen araştırma soruları yöntemsel olarak tek bir ürün –kahve- ve tek bir mekân -kahve mekânları- üzerinden gidilerek analiz edilmektedir. Bu bağlamda ilk olarak üretici perspektifinden deneyim ekonomisi yaratan Starbucks ile deneyim ekonomisi yaratmaya çalışan Kahve Dünyası'nın deneyim yaratmayı nasıl sağladıkları, üçüncü yer özelliklerine sahip olup olmadıkları, tüketici algısını oluşturmada kullandıkları sosyal medya iletileri, reklamlar, haberler ve mekânın iç tasarımına ait gözlemlerin çözümlenmesi yapılarak mekânın nasıl deneyimlendiği analiz edilmektedir. Sonuç olarak, deneyim ekonomisini yaratmada tüketiciden ziyade üretici daha temel bir aktördür, çünkü üreticinin tasarladığı deneyim tüketici tarafından yaşanmaktadır ve deneyim ekonomisine göre tüketici, artık salt rasyonel davranmamakta, duygularını ve bütünsel olarak yaşadığı deneyimi de ön plana almaktadır. Ayrıca deneyimi yaratan üründen ziyade mekândır, çünkü deneyim mekânla birlikte yaşanan bir edinin olup tüketilen ürünün duyguyla ya da deneyimle ilişkisini kuran temel nokta mekândır. Dolayısıyla mekân ve onun üretici tarafından bir deneyim alanı olarak tasarlanması meselenin temelini oluşturmaktadır. Çalışma tartışmayı Oldenburg'un sunduğu sınırlı perspektifin ötesine taşıyarak üçüncü yer yerine “üçüncü mekân” kavramının kullanılmasını önermektedir.

**Anahtar Kelimeler:** Deneyim ekonomisi, mekân, üçüncü yer, Starbucks, Kahve Dünyası, tüketim coğrafyası, ekonomik coğrafya

#### Abstract

The experience economy emerged in the early 2000s as part of the transformation of the global economy and the changing consumer demands in the service sector. The concept of experience economy has always been analyzed from consumer/demand perspective, but the role of the producer/supplier has been ignored in creating experience and space. Using the concepts of “experience economy” and “third place”, this paper is aiming to examine how space operates and functions in the process of creating an experience and space. Today, experience economies involve many spaces (shopping mall, branded coffees, toys shop, etc.) and products (coffee, mobile phone, etc.). For this reason, the research questions put forward in this paper has analyzed methodologically by means of a single product - coffee - and a single place - coffee places. In this context, Starbucks and Kahve Dünyası, which exemplifies the notions of experience economy and third place, have been analyzed from the perspective of the producer using social media messages, advertisements, news and field observations. As a result, producer is a more fundamental actor than consumer in creating the experience economy. In addition, space creates the experience rather than product. Therefore, the role of “space” in the process of creating an experience economy is critical. Finally, the study proposes to move the discussion beyond the limited perspective presented by Oldenburg and to use the third space concept instead of the third place.

**Keywords:** Experience economy, space, third place, Starbucks, Kahve Dünyası, geography of consumption, economic geography

\* Arş. Gör., Ankara Üniversitesi Dil ve Tarih-Coğrafya Fakültesi Coğrafya Bölümü, ckurtar@ankara.edu.tr.

\*\* Doç. Dr., Ankara Üniversitesi Dil ve Tarih-Coğrafya Fakültesi Coğrafya Bölümü, nuri.yavan@ankara.edu.tr.

## Giriş

Deneyim ekonomisi, bugünkü dünya sisteminin hâkim söylemlerinden birisi olan tüketim toplumu ve tüketim ilişkileriyle güçlü bir bağlantıya sahiptir. Tüketim toplumu söyleminin açıklayıcı gücünü yaratan, bizzat gerçeklikte, yani küresel ekonomide meydana gelen değişim ve bu değişimin birey üzerindeki etkisidir. Bireyin değişen dünya ile birlikte tüketim algısı değişmiştir. Diğer bir deyişle, bireyin tüketim pratiği değişirken, bu pratiği kavrayışı ve anlamlandırması da değişmiştir. Birey, bu değişimle birlikte tüketim eyleminin büyük bir kısmını deneyim yaşama üzerine kurmaktadır. Deneyim olgusu bireyin/tüketicinin yaşamındaki her eylemi kapsamaktadır. Bireyler, sadece somut metaları değil, bu metaların anlam kazandıkları ilişkisel bir ağı tüketmektedirler. Meta, artık tasarlanmış ürün, diğer bir deyişle bir tasarımdır. Bununla birlikte metanın mecrası olarak mekân da bir tasarım haline dönüşmektedir. Tüketiciler, tasarlanmış ürün ya da mekânı farklı şekillerde deneyimleyerek tüketim eylemini gerçekleştirmektedirler. Buna karşın, tüketimi açıklamaya yönelik girişimler sadece 'tasarım', 'mekân' ve 'deneyim' üçlüsünü içermemektedir. O halde, gerçeklikte meydana gelen değişim tüketimi açıklama girişiminin revize edilmesini ve yeniden bağlam kazanmasını gerektirmektedir. Bu yeni bağlamda tüketim için geçerli temel argümanlar olan rasyonel düşünme, kâr maksimizasyonunu hesaba katma gibi faktörler etkisini korumakla birlikte geriye çekilmektedir. Diğer bir deyişle, rasyonalizasyon ve kâr maksimizasyonu gibi konvansiyonel açıklayıcılar, mevcut durum karşısında, bütünüyle işlevsiz değil, fakat yetersiz kalmaktadırlar. Çünkü tüketim bireyin yaşamının her anında bulunan ve ona göre biçimlenen bir sürece dönüşmüştür. Birey tüketilen ürün ya da mekân ile bir ilişki kurmak, deneyim yaşamak istemektedir. Böylece birey, ait olmak istediği yaşamda ya da yaşadığı toplumda kendini konumlandırabilecektir. Çünkü tüketimin mantığı bir mutluluk ideolojisine dayanmaktadır. Tüketim nesnelere, göndergesi mutluluk (sahip olmaya dayalı kimliklenmeye bağlı olan tatmin) olan gösterenlere, diğer bir deyişle de toplumsal göstergelere dönüşmektedirler. Keza imajlar, görünüşlerin ötesinde birer gösterge olarak tüketim metalarının kendileri haline dönüşmüştür. İşte bu dönüşümün ürettiği yeni toplum biçimi "tüketim toplumu"dur (Baudillard, 2008; Lefebvre, 2013). Böylece tüketim toplumunun iki temel aktörü olan arz ve talep tarafının temsiliyeti değişmektedir. Bu temsiliyette, bireyle ya da toplumla ilgili olan talep süreci duygular üzerinden kurulurken, bu yapının ikinci kolu olan arz (mal ve hizmetleri sağlayan, yani pazarlayan kurum, kuruluş, birey) ise bu deneyimi tasarlamaya eğilimli hale gelmektedir. Yani, talep kendisini tatmin etmeye yönelik tasarlanmış nesnelere yönelik olduğunda, arz da tasarlayan taraf haline gelmektedir. Aslında tüketim toplumunu bütünsel olarak kabul ettiğimizde, bu bütünlük içerisinde birbiriyle ilişki kuran ve birbirini tamamlayan iki yapının (arz ve talebin), duygu ve deneyim yaratma ve alma sürecinde birbirini sürekli desteklediğini görmekteyiz. Burada tüketen birey tükettiği şey ile bir ilişki kurmak isterken, tüketimi tasarlayan ise yüzergezer olmaktan çıkarak, akılda ve duygularda kalmak ve böylece kendi varlığını uzun süre korumak istemektedir. Bu ikili ilişki yeni bir ekonomi tanımı ve karakteristiği de yaratmaktadır. Her zaman olduğu gibi, teori daima gerçekliğin arkasından gelmiş ve tüketimle ve tüketim üzerinden kurulan deneyimsel ilişki 2000'li yılların başında ortaya çıkan "deneyim ekonomisi" (experience economy) kavramıyla tartışmaya açılmıştır.

‘Deneyim ekonomisi’ kavramını ilk ortaya koyan çalışma Pine ve Gilmore tarafından 1999 yılında yazılan ve büyük ilgi uyandıran “*Deneyim Ekonomisi*” kitabıdır (Pine ve Gilmore, 2011). Bu kitabın temel tezi, günümüzde ekonomik büyümeyi sağlamak, istihdamı artırmak ve refah yaratmak için mevcut ekonomik düzendeki mal ve hizmetlerin artık yeterli olmadığını vurgulamakta, büyümenin ve istihdamın sürdürülebilirliğini sağlamak için ekonominin değişen zaman koşullarına ve insan ihtiyaçlarına göre yeniden düzenlenmesine ve farklı bir ekonomik çıktı/değer yaratma biçimi olan “deneyimin sahnelenmesine”, dolayısıyla deneyim ekonomisine geçilmesine veya geçildiğine işaret etmektedir (Pine ve Gilmore, 2011). Aslında arz ve talepteki bu değişim ve getireceği köklü ekonomik ve toplumsal dönüşüm sürecine dair ilk tespitler 1970’lerde Alvin Toffler (1970) ve Daniel Bell (1973) tarafından dile getirilmiştir. Gerek Bell, gerekse Toffler, kapitalist ekonominin tarım ve sanayi toplumu aşamalarını geçerek üçüncü (hizmet) sektördeki muazzam büyümeye bağlı olarak artık “bilgi toplumu” haline gelmeye başladığını ve bu yeni toplum ve ekonomi aşamasında en önemli girdinin emek ve sermayeden ziyade “bilgi” ve ona bağlı iletişim teknolojileri olduğunu ileri sürmüşlerdir. Nitekim Bell (1973) bu köklü dönüşüm sürecini “post-endüstriyel toplum”un ortaya çıkışı olarak kavramsallaştırırken, Toffler (1970) sözkonusu dönüşümü “super endüstriyel toplum” olarak tanımlayarak bu (bilgi) çağda “ekonomi maddi bir memnuniyeti sağlamaya tasarlanmış bir sistemden, psikolojik hazzın sağlanmasına yönelik bir sistemin yaratılmasına doğru dönüşmüştür” (Toffler, 1970:117) şeklinde ifade etmiştir. 1980’li yıllardan sonra tüketime ilişkin algının değişmesi ve ilginin artmasının temelinde toplumun sanayi odaklı olmaktan çıkarak, büyümenin motorunun perakende, boş zaman ve turizme doğru kayması bulunmaktadır. Toplumsal yapıdaki değişimle birlikte tüketim pasif alımlayıcı bir durum olmaktan çıkarak, bireylerin kimliğini kuran bir yapıya dönüşmektedir. Bir ürünü satın alma, ihtiyacın ötesine geçerek kimliği oluşturma, kendini o ürünle ifade etme biçimiyle tanımlanmaktadır (Hubard, 2009). Böylece tüketici olarak birey ile ekonominin birleşme noktası *deneyim* olurken, toplum ile ekonominin birleşme mecrası bir sistem olarak *deneyim ekonomisi* olmuştur. Dolayısıyla 1970’lerde ilk uç vermeye başlayan bu ekonomik ve toplumsal değişim, 1980’lerde devam etmiş, 1990’lı yılların ikinci yarısında daha da hız kazanarak ekonominin bir deneyim yaratma ve yaşatma süreci olduğu ve artık ekonomik faaliyetlerin temelinde deneyimlerin, yaratıcılığın ve kültürün yattığı kabul edilmiştir.

Toplumsal yapıdaki bu değişim gündelik yaşamı iş, ev ve boş zaman olarak dilimlere ayırmıştır. Özellikle boş zamanın etkili bir biçimde kullanılmak istenmesi deneyim ekonomisini ortaya çıkaran temel faktörlerden birisidir. İş ve ev dışında farklı bir mekânda boş zamanını geçirmek isteyen birey farklı deneyimler arayışı içerisine girmiştir. İş, ev ve boş zamanı deneyim temelinde birbirinden ayıran unsur ise mekân, daha doğru bir söyleyişle mekânsal farklılaşmadır. Böylece deneyim arayışında ürün ve mekân kategorileri ön plana çıkmaktadır. Günümüzde deneyim ekonomisinin kaçış boyutu olarak tanımladığı “üçüncü yer”ler (Oldenburg, 1989) mekân olarak karşımıza çıkmaktadır. Makalenin konusu olan Starbucks, Kahve Dünyası gibi mekanlar, ev ve iş yeri dışında bireyin vakit geçirebildiği ve her birinin deneyiminin farklılaştığı mekanlardır. Tüketim coğrafyası alanında önemli bir

tartışmanın odağında olan, deneyim ve kimliğin ürün üzerinden mi yoksa mekân üzerinden mi kurulduğu sorusu (Mansvelt, 2005), bu çalışmada mekân üzerinden yanıtlanmaktadır. Çünkü üretici, tasarladığı mekân üzerinden bir deneyim sunmaktadır. Bu arka plan ışığında, talep tarafını temsil eden birey (tüketici) artık sadece rasyonel olarak davranmamakta, duygularını ve bütünsel olarak yaşadığı deneyimi de ön plana almaktadır; hatta duygular tüketim ilişkilerinde daha baskın bir konuma yükselmektedir. Ekonominin diğer tarafını oluşturan arz tarafının ise, kârını arttırabilmek ve tüketicinin zihninde kalabilmek için deneyim tasarlaması ve bu deneyimi tüketiciye sunması gerekmektedir. Üretici ancak bu yolla varlığını sürdürebilmektedir. Dolayısıyla artık üreticinin kaygısı (arz tarafı) ve tüketicinin isteği (talep tarafı) meta, mal ya da hizmetin üretilip tüketilmesinin ötesine geçerek “deneyim oluşturma”ya yöneliktir. Bu nedenle “deneyim” kavramı ekonominin her iki tarafını da eşit oranda ilgilendirmekte ve deneyim mekânda, mekân dolayımında tasarlanmakta ve üretilmektedir.

Akademik literatürde deneyim ekonomisine yönelik yapılan çalışmalar genel olarak değerlendirildiğinde, deneyim ekonomisi kavram setinin işletme, pazarlama, kalkınma ve planlama, turizm, iletişim, eğitim ve mimarlık alanlarında kullanıldığı görülmektedir. Türkiye’de deneyim ekonomisine yönelik yapılan literatür kısaca değerlendirildiğinde; turizm-seyahat ve deneyim ilişkisi (ör. Oral ve Yetim Çelik, 2014; Kara ve Çiçek, 2015), deneyim ekonomisine yönelik markaların oluşturulması (ör. Uygun ve Akın, 2012; Küçüksaraç ve Sayimer, 2016), kültür-sanat faaliyetlerinin deneyim ekonomisi açısından değerlendirilmesi (ör. Başar ve Hassan, 2015; Kırcova ve Erdoğan, 2017), restoran ve kafelerin deneyim ekonomisi yaratmadaki rolü (ör. Güney ve Karakadılar, 2015; Deligöz ve Ünal, 2017) ve duygusal/deneyimsel pazarlamanın özel eğitim alanları ve reklam mesajları bağlamında incelenmesini (ör. Alemdar Yeniçeri, 2012; Önen, 2016) konularına odaklandığı görülmektedir.

Batı literatüründe deneyim ekonomisi çalışmaları, esas olarak pazarlama araştırmaları ve/veya tüketici davranışları (Schmitt, 1999) ya da stratejik yönetim (Pine ve Gilmore, 1998) çalışmalarından kaynaklanmış olmakla birlikte, deneyim ekonomisi kavramını kullanan çalışmaların aynı zamanda yerel ve bölgesel rekabet gücünün etkilerini araştırmak için ekonomik coğrafyada da kullanılmış olduğu görülmektedir. Hatta Lorentzen ve Jeannerat (2013) biraz da dikkat çekmek amacıyla “deneyim ekonomisi” kavramının ekonomik coğrafyada ve kentsel ve bölgesel çalışmalarda “yeni bir dönüş” olarak adlandırılabilir kadar tartışılmaya değer olduğunu ileri sürerek ekonomik coğrafyada “deneyim dönüşü” (s. 364) terimini bile kullanmışlardır. Bu bağlamda deneyim ekonomisi üzerine ekonomik coğrafya alanında yapılan çalışmaların<sup>1</sup> temelde kentsel yönetim ve kent planlaması ile

<sup>1</sup> Ekonomik coğrafyada deneyim ekonomisi kavramıyla çok yakından ilişkili olan hatta onu da kapsayan “kültürel ekonomi” nosyonu 2000’li yılların başında geliştirilmiş (Scott, 2000) ve sözkonusu nosyonu ele alan çok sayıda ampirik çalışma yapılmıştır. Ancak her ne kadar ekonomik coğrafyada geliştirilen “kültürel ekonomi” kavramı deneyim ekonomisini de içerse de, temelde kültürel ekonomi yüksek kültürel ve yaratıcı içeriğe sahip mal ve hizmet üreten belirli sektörlerin ve endüstrilerin (kültürel endüstriler -Scott, 2000- ve/veya yaratıcı endüstriler -Florida, 2002-) incelenmesine odaklanmış, dolayısıyla arz-üretim perspektifli bir gelişme göstermiştir (Gibson, 2012). Oysa deneyim ekonomisi tüketici deneyimlerinin bu tür mal ve hizmetlerin değerinin yaratılmasındaki rolüne odaklanmış ve dolayısıyla ekonomik faaliyetlere bakış açısını tüketim ve tüketiciyi merkeze alarak talep perspektifli yapmıştır (Lorentzen ve Jeannerat, 2013; Cook ve Crang, 2016). Böylece ekonomik coğrafya içinde sözkonusu iki literatür birbiriyle konusal açıdan çok ilişkili ancak farklı kulvarlarda gelişme göstermiştir.

deneyim ekonomisi ilişkisi üzerine yapıldığı (Lorentzen, 2009; Lorentzen ve Hansen, 2009; Sorensen, Fuglsang ve Sundbo, 2010) veya deneyim ekonomisi temelinde yerel, bölgesel ve kırsal kalkınma stratejilerine odaklandığı (Hayes ve Mcleod, 2007; Smidt-Jensen, Skytt ve Winther, 2009; Therkildsen, Hansen ve Lorentzen, 2009; Lorentzen ve Jeannerat, 2013; Guex ve Crevoisier, 2015; Gibbs ve Holloway, 2018) ya da daha genel çerçeveden deneyime dayalı bir ekonominin mekansal dinamiklerinin (Lorentzen, Larsen ve Schröder, 2015) yer, lokasyon ve teritory perspektifinden araştırıldığı görülmektedir. Özel olarak Türkiye’de coğrafya çalışmaları içerisindeki deneyim ekonomisi çalışmalarına bakıldığında ise bu konuya yönelik herhangi bir araştırmanın olmadığı görülmektedir.

Literatür genel olarak değerlendirildiğinde, deneyim ekonomisi üzerine yapılan çalışmalarda “deneyim” kavramı tüketici üzerinden düşünüldüğü için deneyime ilişkin açıklama da talep üzerinden yapılmaktadır. Oysa bu çalışmada deneyimi yaratan, tasarlayan ve sunan asıl aktör “üretici” yani arz tarafı olarak düşünülmektedir. Çünkü bahsedilen ekonomik yapıda üretici, yarattığı tasarım ve yaşatmak istediği deneyim biçimini tüketiciye<sup>2</sup> sunarak üretim sürecini tamamlamaktadır. Bu bağlamda çalışmanın ilk amacı, deneyim ekonomisini arz (üretici) tarafından da okumanın olanaklı olduğunu, üreticinin deneyimi nasıl tasarlandığını ortaya koymaktır. Çalışma bu haliyle ilk olarak deneyim ekonomisi alanında ana akım olan tüketici temelli (talep yanlı) analiz çerçevesinin ötesine geçmeyi, deneyimi yaratan ve tüketicinin bu deneyimi yaşamasını sağlayan üreticinin perspektifinden deneyim ekonomisini analiz etmenin daha anlamlı olduğunu ortaya koymayı amaçlamaktadır. Çalışmanın ikinci amacı, görece oldukça yeni ve tartışmalı bir yaklaşım olan deneyim ekonomisi kavramını sorgulamak ve söz konusu kavramın hizmet sektöründen ayrılan yönlerini ortaya koymaktır. Çalışmanın son ve en önemli amacı ise, deneyim ekonomisi yaratmada “mekân”ın rolünü sorgulamak yani mekânın deneyim ekonomisi oluşturma sürecinde nasıl bir işlev gördüğünü, hangi konumda yer aldığını irdelemek ve bunu yaparken de deneyimi yaratanın ürün mü, tüketici mi yoksa mekân mı olduğunu kritik etmektir. Bu bağlamda çalışma esasında üç temel argüman/hipotez ileri sürmektedir: (1) Deneyimi yaratan “üretici”dir. (2) Deneyimi yaratan “ürün”den ziyade “mekan”dır. (3) Deneyim ekonomisinin “kaçış alanı” olarak tanımladığı deneyim mekânlarını Oldenburg’un “üçüncü yer” kriterleri çerçevesinde anlamak mümkündür.

Bu bağlamda çalışmanın temel *motivasyonunu* Türkiye’de deneyim ekonomisi alanında yapılan çalışmalara coğrafya alanından bir katkı sunmak oluşturmaktadır. Türkiye’de coğrafyacılar tarafından yapılan ekonomik coğrafya çalışmalarının çok büyük ölçüde geleneksel bir yapı arz etmesi, bu alanda çağdaş bakış açısıyla yapılan çok az sayıda modern çalışmanın bulunması ve bunların da ekonomik coğrafyanın klasik konuları olan sanayi yer seçimi (ör. Yavan, 2006, 2010), kümelenme (ör. Kaygalak, 2011, 2013), yerel ve bölgesel kalkınma (ör. Yavan, 2011, 2012, 2013), girişimcilik ve inovasyon (ör. Kaygalak, 2017; Cansız, Kurnaz ve Yavan, 2018) gibi *arz yanlı-üretim perspektifinden* konulara odaklanması, buna karşın ekonomik süreçleri *talep yanlı-tüketim perspektifinden* ele alan perakende ve tüketim coğrafyası gibi kültürel içeriği yüksek ekonomik coğrafya konularında –batı coğrafya

<sup>2</sup> Deneyim ekonomisi literatüründe tüketici teriminin yerine “müşteri, konuk” ifadeleri kullanılmaktadır. Ancak bu çalışma bir tüketim coğrafyası çalışması olduğundan dolayı biz “tüketici” kavramını kullanmayı yeğledik.

literatürünün aksine (ör. Mansvelt, 2005; Miles, 2010)- henüz çalışmaların bulunmamasıdır. Bu bağlamda bu çalışmada konu ekonomik coğrafya ile kültürel coğrafyayı birleştiren “tüketim coğrafyası” perspektifinden ele alınmaktadır. Çalışmanın literatüre katkısı ise teoriyi uyguladığı ölçektir. Ekonomik coğrafya çalışmalarında deneyim ekonomisine ilişkin tüm çalışmaların mekânsal ölçeği kentler veya lokaliteler (yerellikler) gibi mezo düzey iken (Lorentzen, 2009; Therkildsen vd., 2009; Smidt-Jensen vd., 2009) ve bu çalışmalar kentlerin deneyim ekonomilerini nasıl yarattığı üzerine odaklanırken, bu çalışmada ilk kez mekânsal ölçek firma/işyeri ölçeğine yani mikro düzeye indirilmekte ve mikro mekanların deneyimi nasıl yarattığı ortaya konulmaktadır.

Çalışma yöntem olarak bir yandan deneyim ekonomisi ve üçüncü yer kavramına ilişkin literatürün analizi ve değerlendirilmesini içerirken, diğer yandan deneyim ekonomisi yaratan Starbucks ile yaratmaya çalışan Kahve Dünyası adlı iki kahve firmasının nasıl bir deneyim mekânı ürettiklerini “deneyim ekonomisi” ve “üçüncü yer” kavramlarına ait kriterlerin her bir kahve mekânı için değerlendirmesi suretiyle analiz edilmiştir. Bu doğrultuda çalışma iki farklı kahve firmasının internet sayfası, sosyal medya iletileri, dergi ve gazete haberleri ile mekânlarının yerinde ziyaret edilmesi suretiyle değerlendirilmiştir. Araştırma kapsamında Starbucks’ın ve Kahve Dünyası’nın mekân tasarımlarını ve mekânsal düzenini daha iyi anlamak ve ayrıntılı şekilde incelemek için Ankara’daki Starbucks ve Kahve Dünyası’na ait mekanlara 2017 Aralık-2018 Şubat ayları arasında gidilerek gözlem yapılmış ve bu gözlemlerden tutulan notlar yorumlanmıştır.

Makale beş bölümden oluşmaktadır. İlk olarak araştırmanın amacı, kapsamı, gerekçesi, önemi ve yöntemini ortaya koyan giriş bölümünden sonra ikinci bölümde, deneyim ekonomisi kavramı ve özellikleri üzerinde durulmuştur. Üçüncü bölümde; deneyim ekonomisi içerisinde kaçış alanı ya da üçüncü yer olarak tanımlanan deneyim mekânlarının özellikleri üzerinde durulmuştur. Dördüncü bölüm; üretici perspektifinden deneyim ekonomisi yaratan Starbucks ile deneyim ekonomisi yaratmaya çalışan Kahve Dünyasının nasıl bir deneyim mekânı ürettiği, üçüncü yer temelinde mekânın nasıl bir işlev üstlendiği tartışılmıştır. Son bölümde, mekânın deneyim yaratmadaki önemi tartışılarak, geleceğe ilişkin yapılması gereken araştırma problemlerine değinilmiştir.

### **Deneyim Ekonomisi: Ekonomik Hazdan Duygusal Hazza Doğru**

Amerika’nın en önemli bilim ve devlet adamlarından biri olan Benjamin Franklin’in yaklaşık 200 yıl önce söylediği “Anlatırsan, unuturum. Gösterirsen, anımsayabilirim. Beni de katarsan, o zaman anlarım!” (Batı, 2017:3) şeklindeki sözlerine günümüzde tüketim ve deneyim açısından baktığımızda, söz konusu sözlerin pazarlamayı kökten değiştirecek bir yaklaşım sunduğu ve tam olarak bireyin tüketim süreçlerine deneyimsel yollarla katılımını anlatmakta olduğu görülmektedir. Bu bağlamda tüketim bir sürece dönüştüğünden, tüketim mekânlarının ya da tüketimin kendisinin bir ihtiyacın ötesinde deneyimlenen, hatırlanan ve bireyin yaşamında anımsanabilecek ya da sürekliliğini koruyabilecek bir durum yaratması gerekmektedir. Küreselleşme ve değişen tüketim kültürü ile birlikte üretici ya da birey sürdürülebilir deneyimsel bir süreç yaşamak ve yaşatmak istemektedir. Çünkü değişen tüketim kültürünün hızı aynı zamanda hem bireyin yaşamında hem de üreticinin bağlamında kalıcı, vazgeçilmez olmayı zorlaştırmaktadır. Yaşadığımız dünya bugün “katı olan her şeyi

buharlaştırmakta” ve “yüzer-gezer mekânlar” yaratmaktadır (Berman, 2014). İnsan akli ve duyguları da tıpkı bu yüzergezer mekânlar gibi kalıcılığını koruyamamaktadır. Bu nedenle imaj, deneyim ve bu ikisini kapsayacak biçimde gösterge boyutunda bir tür sürekli yeniden-üretim gerekmektedir. Bu, bir anlamda tasarımlar üzerinden tüketimin devamlılığının üretilmesidir. Bu nedenle herhangi bir mekân, ürün, yaşam ilişkisiz biçimde tek başına devamlılığını sürdürememekte ve sürekli birinden diğerine olan bir akış kendini göstermektedir. Aslında bu tüketim toplumunun (Baudillard, 2008; Lefebvre, 2013) bir karakteridir. Çünkü tüketim artık tek başına bir alım-satım ilişkisinden çok bu alım-satım ilişkisinin toplumsal yapıyla birlikte yorumlandığı bir evreye doğru geçiş yapmıştır. Bu geçiş, Pine ve Gilmore (1998, 2011) tarafından yayınlanan *Deneyim Ekonomisi* (Experience Economy) kitabında ekonominin yeni boyutu olarak ortaya koyulmuştur. Bu yeni ekonomik boyutun adı Deneyim Ekonomisi’dir.

Ekonomik ilişkilere dair ‘Deneyim Ekonomisi’ kavramsallaştırması görece olarak yeni olmasına rağmen, bu kavrayışın izlerine literatürde yer alan bazı düşünürlerin yazılarında rastlamaktayız. Bu düşünürlerin en önemlilerinden biri olan Thorsten Veblen’in 1899 yılında yazmış olduğu “*Aylak Sınıfın Teorisi (Theory of the Leisure Class)*” adlı kitabında anlattığı “Flaneur”, bugün deneyim ekonomisi içerisinde farklı bir versiyonu ile karşımıza çıkmaktadır (Veblen, 2015). Çünkü *flaneur* belli zevkleri olan, gittiği her yerde belli bir deneyim arayan üst sınıfın karakteri ya da tipolojisidir. Günümüzde bu karakterin üst sınıf ile sınırlı kalmayarak orta ve alt sınıfa doğru yayıldığını ve toplumun her kesimindeki insanın deneyim yaşama isteğinin belirleyici hale geldiği görülmektedir. Bunun yanında Alvin Toffler (1970:117)’in *Future Shock* adlı kitabında ekonomiyi şöyle tanımladığını görmekteyiz: “Ekonomi maddi bir memnuniyeti sağlamaya tasarlanmış sistemden, psikolojik hazzın sağlanmasına yönelik bir ekonomi yaratılmasına doğru dönüşmüştür”. Bu nedenle yeni kavramsal biçim ve içeriğiyle ‘deneyim ekonomisi’, aslında bu görece eski düşüncelerin günümüz dünyasıyla yorumlama (yeniden bağlamlama) ve sistematik bir biçimde tanımlama sürecidir. Böylece deneyim ekonomisi kavramı esas olarak küresel ekonomideki dönüşümün ve hizmet sektöründe değişen tüketici taleplerinin bir parçası olarak ortaya çıkmıştır. Değişim, tüketimin sadece bir mal ve hizmet satın alma pratiğinden öteye geçerek bir şekilde deneyim yaratma ve deneyim yaşama isteğinin aracı olarak realize olmaktadır (Pine ve Gilmore, 2011). Böylece, “insan ihtiyaçlarının yeni düzey ve olanaklara kavuşmasıyla birlikte ekonominin yeniden düzenlenmesini beraberinde getirmesi” sonucu ortaya çıkmıştır (Toffler, 1970:117).

Mevcut dünya sisteminin ekonomik yapısının ve ilişkiselliğinin boyutlarını tespit edebilmek ve deneyimin ekonomik yapı içerisindeki yerini belirleyebilmek için Pine ve Gilmore (1998; 2011) öncelikle ekonomiyi yeniden tanımlayarak işe başlamışlardır. Buna göre ekonomi dört boyuttan oluşmakta ve her boyutun/ayrımın işlevi, niteliği, vasfı, alıcısı ve satıcısı farklılaşmaktadır (Tablo 1). Ekonomi esas olarak kendini metalar, mallar ve hizmetler olarak sunmaktadır. Bu üç öge birbirlerinden nitelik olarak ayrılmasına rağmen işaret ettikleri ekonomi bir somutluk arz etmektedir. Ekonominin dördüncü boyutu ise yeni olan ve önceki ayımlardan farklılaşan bir yapıya sahip olan “deneyim” boyutudur. Farklı olmasının nedeni hem kavramsal hem de işleyiş olarak görece biçimde somut olmayan, toplumsal göstergelerle örülü bir duruma işaret etmesidir. Bu ayımları daha net görebilmek için Tablo 1’de gösterilen

ekonomik yapıları birbirinden ayıran temel özellikler aşağıda tanımlanmıştır (Pine ve Gilmore, 2011:37-49).

Ekonomik ayrımın ilk basamağı olan *metalar* tarım ekonomisinin temel ögesidir ve doğadan elde edilen tarımsal hammaddeleri/ürünü temsil eder. Metalar belirli işlemlerden geçirilerek depolanır ve pazara gönderilir. Talep faktörü metanın niteliğine göre değişir. İkinci basamağı *mallar* oluşturur ve sanayi ekonomisinin temel ögesidir. Mallar metaların işlenmesiyle elde edilen, standart olarak üretilen, tüketicilerin satın alabileceği maddi, somut sanayi ürünlerini işaret etmektedir. Ekonomik yapının üçüncü boyutu olan *hizmetler* daha soyut olması nedeniyle somut özellikler taşıyan meta ve mallara göre farklı özelliktedir. Mal ya da meta gibi elle tutulup, gözle görülen bir durumu olmasa da memnuniyet, haz alma gibi soyut alana işaret etmektedir. Bu nedenle ekonomik işlevi doğadan elde etme ya da imal etmenin yerine hizmetin sağlanmasıdır. Talep üzerine ortaya çıkan hizmetin talep faktörü tüketiciye sağladığı yarara göre belirlenmektedir. Dolayısıyla hizmetin içerdiği yarara göre çıktısı tüketicinin memnuniyetidir. Ekonomik ayrımların dördüncüsü ve en yeni olan basamağı ise *deneyimler*dir. Deneyimler diğer ekonomik sektörlerden oldukça farklıdır. Herhangi bir üretimi yoktur. Deneyim ekonomisinin hedefi mal ya da meta değildir. Asıl hedefi “*tüketicilerin ilgisini çekmektir*”. Deneyim ekonomisinde akılda kalma sununun niteliğini, ürünün sahnelenmesi ise ekonomik işlevini oluşturmaktadır. Sahnelenen ürünün talep tarafını konuklar oluşturur ve bu ürüne olan talep faktörü yapılan duyumlara, hitaba göre belirlenir. Burada arz tarafını ürünü sahneleyen yani pazarlayan kişi oluşturur. Dolayısıyla deneyim ekonomisi, “şirketlerin, bireylerin ilgisini çekmek amacıyla hizmetlerini sahne, mallarını ise dekor ve aksesuar olarak kullanmasıyla ortaya çıkar” (Pine ve Gilmore, 2011:45).<sup>3</sup>

**Tablo 1:** Pine ve Gilmore’a Göre Ekonomik Ayrımlar ve Bu Ayrım İçinde “Deneyim Ekonomisi”nin Yeri

| Ekonomik Sunu    | Metalar                   | Mallar                          | Hizmetler             | Deneyimler                |
|------------------|---------------------------|---------------------------------|-----------------------|---------------------------|
| Ekonomi          | Tarım                     | Sanayi                          | Hizmet                | Deneyim                   |
| Ekonomik İşlev   | Doğadan elde etme         | İmal etme                       | Sağlama               | Sahneleme                 |
| Sununun niteliği | Misliyle ölçülebilir      | Maddi                           | Gayri maddi           | Akılda kalıcı             |
| Ana vasıf        | Doğal                     | Standart                        | Siparişe uygun        | Kişisel                   |
| Arz yönetimi     | Partiler halinde depolama | Üretim sonrası envanter çıkarma | Talep üzerine sağlama | Belli bir sürede gösterme |
| Satıcı           | Tüccar                    | Üretici                         | Sağlayıcı             | Sahneleyici               |
| Alıcı            | Pazar                     | Kullanıcı                       | Tüketici              | Konuk                     |
| Talep faktörleri | Nitelikler                | Özellikler                      | Yararlar              | Duyurular                 |

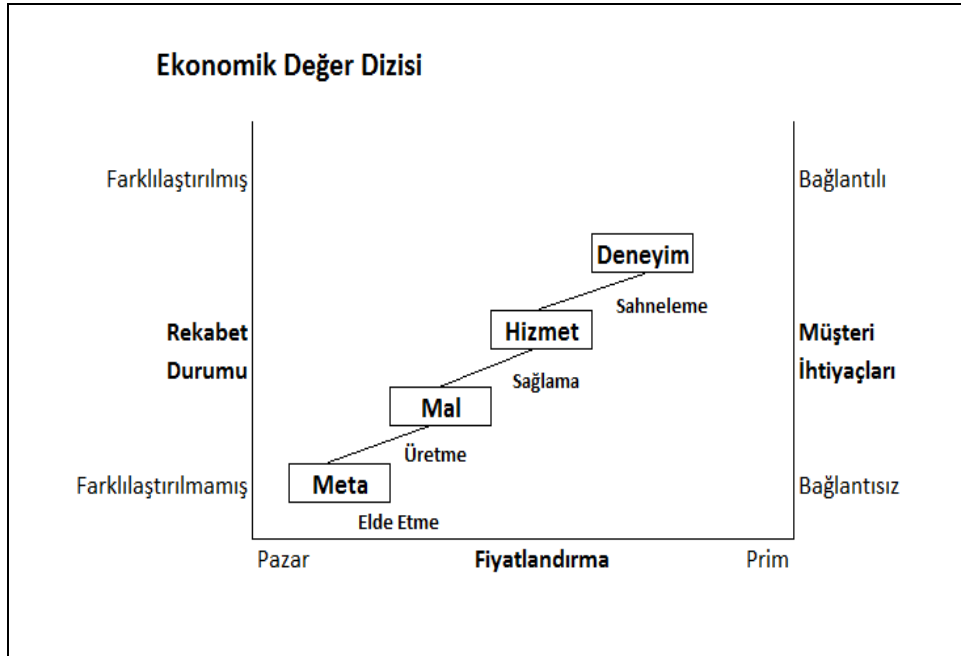
Kaynak: Pine ve Gilmore, 2011:37

Hizmet ile deneyim arasındaki ayrım bulanık olduğu için, deneyim bir hizmet olarak görülmekte ve deneyim ile hizmet aynı şey olarak düşünülebilmektedir. Ancak Pine ve Gilmore (2011:62)’un yapmış olduğu ekonomik ayrımda deneyim hizmet ekonomisinden sonra ortaya çıkan ve işlev açısından hizmetten daha somut bir olguya işaret etmektedir (Şekil

<sup>3</sup> Pine ve Gilmore’un ayırt edici kategorisi 4. boyut yani deneyim ekonomisi kısmıdır. Çünkü literatürdeki standart ekonomik ayrımlar tarım, sanayi ve hizmet sektörlerinden oluşur. Ekonomik coğrafyada bunlara bazen hizmet sektörünün alt dalı şeklinde bazen de ondan ayrı bir sektör olarak dördüncü (kuaterner: bilgi ekonomisi/üretici hizmetler) ve beşinci (kuiner: en üst düzey karar verme faaliyetleri) boyut da eklenmektedir, ancak bu boyutlar ekonomik coğrafyada ‘deneyim’ veya ‘tüketim’le ilişkili değil, ‘bilgiye dayalı yeni ekonomi’nin hizmet faaliyetlerini tanımlamak için kullanılmaktadır. Bu bağlamda Pine ve Gilmore’un ortaya koyduğu yeni ekonomik boyutun farklı ve yeni bir kavramsallaştırma olduğu çok açıktır. Nitekim deneyim ekonomisi kavramsallaştırması tam da bu nedenle literatürde özellikle de tüketim çalışmaları ve pazarlama alanında çok ilgi görmüş ve tartışılmıştır.



1). Bununla birlikte deneyim ekonomisinin odağında ürünün sunulmasından daha fazla bireye yaşatılacak deneyimle birlikte akılda kalıcılığı sağlamak vardır. Bu nedenle deneyimin ekonomik işlevi ve niteliğinde yer alan hedeflerle diğer ekonomik unsurlar arasındaki ayrımlar değişmektedir. Satıcı, üretici, tüccar ya da sağlayıcı olmaktan çıkıp sahneyeleyici/tasarlayıcı haline dönüşmektedir (Şekil 1). Aynı şekilde tüketici boyutu da değişerek, alım-satım ilişkisi konumundaki tüketiciden konuk/misafir vasfına sahip tüketiciye geçmektedir. Üretici ve tüketici arasında kurulan ilişkinin maddi temeli değişmese bile (çünkü her iki tarafın somut göstergesi paradır) yaşamsal temelinde değişiklik görülmektedir. Tüketici ve üretici kurduğu ilişkinin somut göstergesinin farkındadır ve salt bu ilişkinin farkındalığını hissetmek günümüz dünyasında vasıfsız kalmaktadır. Artık bu somut ilişkinin karşılığında mutluluk, hikâye satın almak ya da satmak temel bir hedef haline gelmiştir. Ürün ise bir dekor haline dönüşmüştür. Ürün de artık bir göndergedir ve ürün deneyimin gölgesinde kalmaktadır.



Şekil 1: Ekonomik Değer Dizisi  
Kaynak: Pine ve Gilmore, 2011:62

Ürünün deneyimin arkasında kalmasının en çarpıcı örneğini Pine ve Gilmore (2011:29) “fiyat” üzerinden verdiği örnekle net bir şekilde ortaya koymaktadır:

Gerçek bir metaya kahve çekirdeğine bakalım. Kahve üreten ya da vadeli piyasalarda kahve çekirdeği satan şirketler (bu kitabın yazıldığı sırada geçerli tarifeye göre) kilo başına 1,5 dolar, yani fincan başına 1-2 sent alır. Kahve çekirdeklerinin bir üretici tarafından çekilip paketlenerek marketlerde satılması, yani bir mala dönüşmesi durumunda aynı kahvenin müşterilere maliyeti fincan başına (marka ve ambalaja göre) 5-25 sente kadar çıkar. Kahveyi herhangi bir lokantada ya da kafede içerseniz, bu hizmetin bedeli fincan başına 50 sent-1 dolar arasında değişen bir düzeye fırlar. Demek ki kahve, bir şirketin ona ne kattığına bağlı olarak, müşterilerin attığı üç farklı değeri içeren üç farklı ekonomik sunu (meta, mal ve hizmet) haline gelebiliyor. Durun bir dakika: Aynı kahvenin bu kez sipariş, yaratım ve tüketim süreçlerinin değişik bir ambiyans veya bir tür tiyatro havası taşıdığı beş yıldızlı restoranlarda ya da espresso barlarında sunulduğunu düşünün. Müşteriler memnuniyetle fincan başına 2-5 dolar arası bir fiyat ödeyeceklerdir. Değerin bu dördüncü düzeyine ulaşmış şirketler, kahvenin satın alınışını sarmalayan özgün bir deneyim ortaya koyarlar. Böylece kahvenin değeri başlangıçtaki metaya göre yüz mislini bulan bir artış gösterir.

Bu örnekte ürünün çeşitli ekonomik boyutları (meta, mal, hizmet ve deneyim boyutu) içerisindeki fiyat değişimine odaklanılmıştır. Ancak bu örnekte ürünün fiyat değişimine neden olan en önemli boyut aslında “mekân” ya da “mekânda yaşanan deneyim” olarak karşımıza çıkmaktadır. Ürünün bir restoran ya da kafe ortamı içerisinde tüketilmesi, diğer bir ifadeyle ürüne mekânın eşlik etmesi bu değişimi sağlayan en önemli faktördür. Bu durumu daha somut bir örnek ile açıklamak gerekirse Japonya’da açılan Starbucks tasarladığı mekân ile bir deneyim yaratmaktadır. Japonya’nın tarihi şehirlerden biri olan Kyoto’da yüz yıllık eski bir Japon evinde Starbucks’ın kurulması ve kahvenin sunumunun ve mekânın eski Japon geleneklerine göre tasarlanması deneyimsel bir mekânın yaratılmasına örnek teşkil etmektedir (Young, 2017). Çünkü burada Starbucks deneyimi ‘ürün’ ile değil, ‘mekânın farklılaşması’ ile ortaya çıkarmaktadır (Foto 1). Bu örnekten yola çıkarak “deneyimin yaratılması” ve buna bağlı olarak gerçekleşen “tasarımsal mekânın” tanımlanmasının büyük önem taşımakta olduğu görülmektedir. Çünkü deneyim ekonomisi temelde mekansal bir tasarım sürecine sahiptir.



**Foto 1:** Starbucks’ın Farklı Mekân Tasarımı  
Kaynak: Young, 2017

Deneyimin gerçekleşmesi temelde beş farklı boyuttan oluşmaktadır (Schmitt, 1999). Bunlar; duysal, duygusal, düşünsel, davranışsal ve ilişkisel boyuttur (Tablo 2). *Duyusal deneyim* beş duyu organına (koklama, dokunma, duyma, görme, tatma) hitap ederek deneyimin yaratılmasıdır. Böylece mekânlar tüketicinin algısına hitap eden ve farklılık yaratan bir tasarım ortaya koymaktadır. Tüketicinin yaşayacağı ilk deneyimdir. O nedenle tüketicinin deneyimle ilk karşılaşma anını yaşayacağı boyuttur ve önemlidir. Çünkü “duyular arasında ne kadar anlamlı ve güçlü bir sinerji yaratılabilirse, markanın yaşatacağı deneyim de o denli karşı koyulamaz olacaktır” (Ekici, 2012: 20). Duygusal deneyim, tüketicilerin satın alma kararlarında rasyonel davranışlarından daha çok duygusal olarak davranışları için deneyimin yaratılmasıdır. Duygusal deneyimin temeli pozitif duygular yaratılmasına yöneliktir. Böylece “gurur, sevinç gibi güçlü duygular yaratmak ve duygusal deneyimi oluşturmak için stratejilerin uygulanması deneyimin duygusal boyutunu oluşturur” (Ekici, 2012:22). *Düşünsel Deneyim*, yaratıcılık ve bilişsel fonksiyonlara hitap eder. Bilişsel deneyimde tüketiciler ürünü nasıl kullanacakları üzerine düşünerek ve uygulayarak bilişsel fonksiyonlarını kullanarak deneyimlemesine işaret eder. “Bu tür uygulamaları özellikle akıllı telefonlara yüklenen uygulamalarda ya da hafta sonları gibi boş vakitlerini insanların keyifli bir şekilde geçirmek amacıyla aldıkları modüler mobilyaları birleştirmelerinde veya benzer

şekilde kitap, puzzle, oyun-konsolu gibi hobi ürünler satın almalarında görmekteyiz” (Güney ve Karakadılar, 2015: 137). Deneyimin *davranışsal boyutu*, “tüketicilere fiziksel deneyimler yaşatmak, uzun süreli davranış değişikliği yaratmak ve diğer insanlarla etkileşim sonucunda oluşan deneyimler yaratmak amaçlanmaktadır” (Ekici, 2012: 25). Bu deneyim boyutunda tüketicilerin yaşam tarzları, davranışları, hayal ettikleri ya da hedefledikleri davranış ve yaşam tarzı dikkate alınarak deneyim oluşturulmaktadır (Karadayı Tümer ve Alan Koçak, 2014). *İlişkisel deneyim* ise, tüm deneyim boyutları ile iç içe geçmiştir. Bu deneyim boyutu duygusal, duygusal, davranışsal, düşünsel deneyimlerin hepsi ile birlikte yeni bir sosyal gruba katılma ve aidiyetlik hissetme bağlamını yaratır. Aslında Maslow’un ihtiyaçlar hiyerarşisindeki kendini gerçekleştirme basamağı ile eş konumdadır. Çünkü burada da “*insanların bir sosyal statüye ulaşabilmesi, kişisel hikâye oluşturması söz konusudur*” (Ekici, 2012:26; Güney ve Karakadılar, 2015:137). Örneğin, Starbucks’ı tercih eden tüketicilerin Starbucks logolu bardakları kullanmaları ve bunu sosyal medya üzerinden paylaşımları ilişkisel deneyimin iyi bir örneğidir. Buradan yola çıkarak ilişkisel deneyimi örneklendirmek gerekirse,

Macintosh kullanıcılarının Apple logolu tişörtler giyip, arabalarına Apple logoları yapıştırmaları, Harley Davidson sahiplerinin HOG’u (Harley Owners Group) kurlmaları, Saab marka araba kullanıcılarının birbirlerini gördüklerinde selektör yapmaları paylaşılan ortak değerler, yaşam tarzı, müşterilerin markayı kişiliklerinin bir parçası gibi görmeleri yaşadıkları sosyal deneyimin boyutunu ortaya koymaktadır (Ekici, 2012:26).

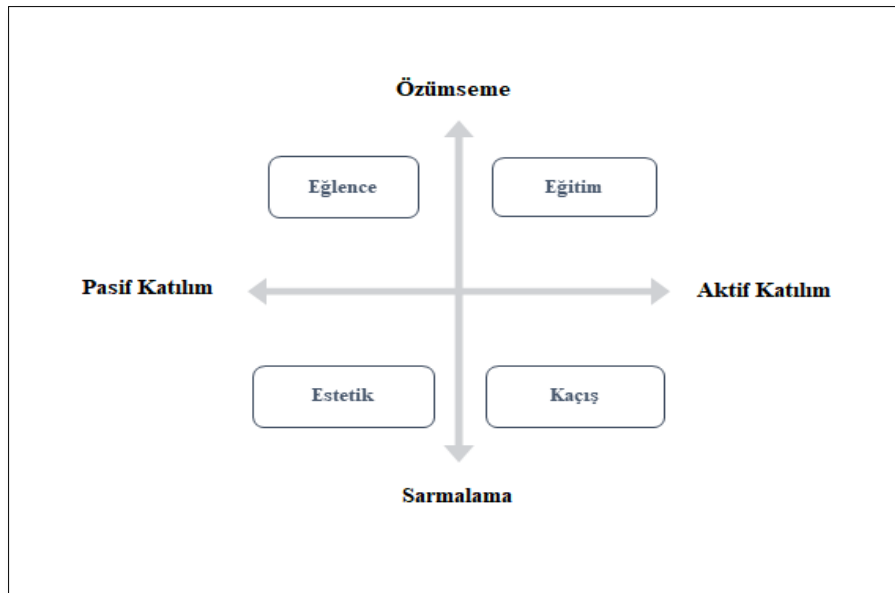
**Tablo 2:** Deneyimsel Ekonominin Boyutları

| Deneyim Boyutu | Deneyim Eylemi      | Tüketici Deneyimi                                |
|----------------|---------------------|--|
| Duyusal        | Algılamak           | Beş duyuya hitap eder                            |
| Duygusal       | Hissetmek           | Hislere ve ruh haline hitap eder                 |
| Düşünsel       | Düşünmek            | Yaratıcılık ve bilişsel fonksiyonlara hitap eder |
| Davranışsal    | Faaliyette bulunmak | Davranışlara ve yaşam tarzına hitap eder         |
| İlişkisel      | İlişkilendirmek     | Kültürel ve sosyal gruplara hitap eder           |

Kaynak: Schmitt, 1999:60-62 ve Deligöz ve Ünal, 2017: 138

Öte yandan tüketicinin oluşturulan deneyime katılma ve ilişkisel boyutu ise Şekil 2’de verilmektedir. Yatay ekseninde yer alan ilk boyut tüketicinin *katılım düzeyini* vermektedir. Yatay eksenin bir ucunda eyleme katılan konunun pasif katılımı yer alırken diğer ucunda ise aktif katılımı bulunmaktadır. *Pasif katılım* gösteren kişiler deneyime sadece dinleyici ya da gözlemsel olarak katılır. *Aktif katılım*da ise kişi deneyime doğrudan katılır ve kendi deneyimini yaratır (Pine ve Gilmore, 2011:71). Örneğin bir kahve dükkânında kahvenin yapılış sürecini izleme pasif katılım iken, kahvenin tüketici tarafından doğrudan yapılması aktif katılımı ve süreci birebir deneyimlenmesini gerektirmektedir. Deneyimin ikinci boyutu çevresel ilişki ya da bağlantı (*ilişkisel boyut*) olarak tanımlanır. Dikey eksenin bir ucunda yer alan *özümseme* (absorb) kişinin gerçekleşen eyleme ilgisinin çekilmesini tanımlarken, diğer ucunda yer alan *sarmalama* (immerse) ise kişinin deneyimin içine çekilmesini tanımlamaktadır. Diğer bir deyişle eğer deneyim kişiye giderse (örneğin, televizyonun izlenmesi) deneyim tarafından kişinin ilgisi çekilir. Ancak bunun tersi gerçekleşirse, yani kişi deneyime giderse (sanal bir oyun oynama) o zaman kişi deneyimin içine çekilmiş olacaktır. Şekil 2’de yer alan bu iki boyutun kesişmesinden *deneyimin alanları* ortaya çıkar: Bunlar; *eğlence, eğitim, estetik ve kaçış* olmak üzere dört alandır (Pine ve Gilmore, 2011:72; Deligöz ve Ünal, 2017:138).

Deneyimin söz konusu dört alanını tanımlayacak olursak; ilk boyut olan *eğlence alanı*, özümseme ve pasif katılım arasında yer almaktadır. “İnsanların eğlence olarak gördükleri deneyimler, genellikle bir gösteriyi seyredirken, müzik dinlerken veya kitap okurken olduğu gibi, duyularıyla pasif olarak özümstedikleri deneyimlerdir” (Deligöz ve Ünal, 2017:140). *Eğitim alanı* özümseme ve aktif katılım arasında bulunur. Tüketicinin aktif katılımı gerekmektedir. Bu alanda hem öğrenme hem de eylemde bulunma yer almaktadır. İnsanlar bilgilenmek, bilgi ve becerilerini arttırmak için eğitimle bedensel ya da akılsal olarak meşgul olmaları gerekir (Pine ve Gilmore, 2011:73-74). *Estetik alanı*, pasif katılım ve sarmalama arasında kalan bir boyut olup, beş duyuya hitap eden ürünlerin oluşturduğu alandır. Bazı deneyimlerde kişiler içinde buldukları ortam ya da çevre tarafından sarmalanır, ancak kişilerin ya hiç etkisi yoktur ya da çok az bir etkiye sahiptirler. Örneğin müze ya da galerilerdeki sanat çalışmalarını seyretmek, Grand Kanyon’un kenarında durarak anı yaşamak estetik alanı tanımlamaktadır (Pine ve Gilmore, 2011:78-79). *Kaçış alanı* boyutunda insanlar aktif katılımcılardır ve bu boyut birçok deneyimi kapsayabilmektedir. Bu, teknolojiye artışı, modernitenin insanlar arasında yarattığı endişe, yalnızlık duygusu, depresyon ve stres gibi istenmeyen etkilerden kurtulmak istenmesi doğrultusunda oluşan deneyim alanıdır (Deligöz ve Ünal, 2017). Tema parklarda dağ yürüyüşü yapmak, kumar oynamak, spor araba yarışlarına katılmak gibi birçok aktiviteyi kapsamaktadır. Bunun haricinde bazı insanlar iş ve evlerinden ayrı olarak fiziksel bir mekâna sahip olmak isterler. Bu mekânlar insanların başkalarıyla etkileşime girebildiği, sosyalleştiği yerlerdir. Barlar, tavernalar, kafeler, kahve evleri, internet, sohbet odaları vb. kaçış mekânlarına örnek verilebilir (Pine and Gilmore, 2011:75-78). Kaçış mekanları çok geniş bir yelpazeye sahiptir.



**Şekil 2:** Deneyimin Katılım ve İlişki Boyutları ile Alanları  
Kaynak: Pine ve Gilmore, 2011:72

Deneyime katılım ve deneyim alanları aslında gündelik yaşamdaki mekânları ve olguları anlatmaktadır. Görüldüğü gibi bu alanlar deneyim ekonomisi ile ortaya çıkan yeni mekân ya da olgular değildir. Ancak sanayi ve hizmet sektöründe yaşanan gelişmelerle birlikte gündelik yaşamın ve bu yaşam içinde yer alan birçok mekân (eğlence mekânları;

doğal peyzaj, kamusal alanlar, kafeler) ve olgu (estetik değer, eğitim; kültürel aktiviteler vb.) yeniden bir yorum kazanmıştır. Bu yeni yorum gündelik yaşam içinde aşinalık kazanılan mekân ve olguları görünür hale getirmiştir. Bu çalışmanın konusu olan kahve mekânları sundukları deneyimlerle birlikte bir “*kaçış alanı*” yaratmaktadır. Yukarıda bahsedilen dört deneyim alanından biri olan ve bu çalışmanın odaklandığı *kaçış alanı*, özellikle ev ve iş yeri dışında insanların sosyalleşebileceği, deneyim yaşayabileceği “mekânlar” açığa çıkarmaktadır. Pine ve Gilmore (2011:78)’un deneyim ekonomisi kitabında işaret ettiği R. Oldenburg’un (1989) “*Üçüncü yer*” olarak da tanımladığı bu kaçış mekânları (bar, taverna, kafe, kahvehane vb.) çalışmanın mekân vurgusunu öne çıkarması ve mekansal olarak çözümlenmesi açısından önem taşımaktadır.

### **Deneyim Mekânları: Bir Kaçış Alanı Olarak “Üçüncü Yer”**

Deneyim alanlarının belki de en kapsamlısı olan *kaçış deneyimi*, eğitim ve eğlence deneyiminden çok daha fazlasını barındırmaktadır. Bu nedenle saf bir eğlence anlayışının tam karşı kutbunda yer almaktadır. Kaçış deneyimi tamamıyla kişinin katılımını içerir, bu kişinin kendi deneyimidir. Kaçış ortamları genellikle yapay aktiviteleri içermektedir. Tema parkta doğa yürüyüşü yapmak, kumarhanelerde (casino) kumar oynamak, bilgisayar temelli oyunlar oynamak, çevrimiçi sohbet etmek (chat), büyük sinema salonlarında film izlemek gibi birçok alanı kapsamaktadır. Bununla birlikte sosyal medya içine giren twitter, facebook, instagram da kaçış alanını oluşturmaktadır. Bu kaçış deneyim alanlarının bir kısmını oluştururken diğer kısmını insanların kaçış alanı olarak kullandıkları fiziksel mekânlar oluşturmaktadır. Bu fiziksel mekânlar ev mekânı (*birinci yer*) ve iş mekânı (*ikinci yer*) dışında bulunan mekânları oluşturmaktadır.

Ray Oldenburg (1989) iş ile ev arasında kalan mekânları “*üçüncü yer*” (third place)<sup>4</sup> olarak tanımlamaktadır. “Üçüncü yer”ler insanların birbirleriyle etkileşimde olduğu ve aynı topluluğun üyesi olduğunu bildiği ya da hissettiği alanlardır. Bu yerler barlar, tavernalar, kafeler, kahve evleri gibi her şehirde görülebilen mekânlardır (Pine ve Gilmore, 2011:72). Kafe ve kahve evleri ilk ortaya çıktıkları Fransa ve İngiltere’de 17. yy’ın ortalarından

---

Oldenburg’un ‘*üçüncü yer (thirdplace)*’ kavramı ile Soja’nın ‘*üçüncü mekân (thirdspace)*’ kavramını akla getirmektedir. Ancak Oldenburg’un ‘*üçüncü yer*’ kavramı ile Soja’nın ‘*üçüncü mekân*’ kavramı birbirinden çok farklı bir anlam taşımaktadır. “Üçüncü yer” kavramı, iş ve ev dışında insanların sürekli gittiği yerler olarak tanımlanmaktadır. “Üçüncü mekân” kavramı ise, Lefebvre’nin (2014) mekân kavramsallaştırmasının Soja (1996) tarafından yeniden yorumlanmasıdır. Soja’nın tanımında ilk ya da birinci mekânın perspektifi ve epistemolojisi mekânsal formların önemine ve ampirik olarak haritalanabilecek şeyler üzerine odaklanmıştır. İkinci mekân, zihinsel olarak tasarlanmış mekândır ve tamamıyla bilişsel ve zihinsel biçimdeki insan mekânsallığının temsilidir. Üçüncü mekân, maddi ve zihinsel mekânın geleneksel ayrımı üzerinden tanımlanan mekân hakkında farklı bir düşünme şekli yaratmıştır (Soja, 1996:10,11). Bu temelde üçüncü mekân gerçek (real) ve tasarlanan (imagined) mekânla eş zamanlı olmakla birlikte onlardan ‘*daha*’ fazlasıdır. Buradaki “daha” kavramı, her iki boyutu birden düşünen fakat aynı zamanda özgürleştirici pratiklere izin veren, yorumlayıcı çerçevelere karşı yaşayabilen bir anlaşmazlık anlamına gelmektedir (Routledge, 2009:754). Sonuç olarak Oldenburg’un üçüncü yer kavramsallaştırması bireyin bireyin duygularının baskın olduğu bir bakış açısından hareket etmektedir. Ancak Soja’nın üçüncü mekân kavramsal düzeyde yeni bir düşünüş biçimi yaratmakta ve diğer mekânların birbiriyle etkileşimde oldukları mekânı tanımlamaktadır. Oldenburg’da özne birey iken, Lefebvre ve Soja’da bu özne mekânın kendisidir. Bu nedenle gerek Lefebvre gerekse Soja’nın mekân tanımlamasında ‘yer’e ilişkin bir tanımlama yoktur. Çünkü Lefebvre kent ve kent gibi işleyen yapıların toplumsal düzenden bağımsız olamayacağını savunur ve bu nedenle mekân’ın toplumsal olarak üretildiğini vurgular. O nedenle kent işleyişinde ‘yer’de dahil olmak üzere her şey yeniden düzenlenmiştir. Bu nedenle Lefebvre artık yer-mekân ayrımı üzerinden giden bir yapıdan bahsetmez. Çünkü kent hibrid (melez) bir alan yaratacaktır ve bu alanın içerisindeki tüm mekânsal boyutlar birbirleri ile etkileşim içinde olacaktır. Yani yer, Lefebvre’nin kavramsallaştırmasına göre kendinden menkul ayrı bir şey değil, mekânın içinde mekânla kaynaşmış bir şeydir. Dolayısıyla mekân varken ayrıca ‘yer’i tanımlamak bu bağlamda anlamsız ve gereksizdir.

günümüze kadar insanların etkileşimde buldukları, günlük meseleleri ve siyasi olayları konuştukları aynı zamanda boş zamanlarını geçirdikleri mekânlar olarak ortaya çıkmıştır. Ancak kahve evleri temel tarihsel işlevini korumakla birlikte toplumsal ihtiyaçlara göre zaman içinde farklılaşmış ve büyük ölçüde politik fonksiyonunu yitirerek Amerikan tarzı modern sanayi toplumundaki Oldenburg'un tanımladığı "üçüncü yerlere" dönüşmüştür. Nitekim Oldenburg, kahve evlerini "ev ve iş arasında samimi, canlı, keyifli bir atmosferin olduğu yer" olan tipik bir "üçüncü yer" olarak tanımlamış ve bu yerlerin temel işlevinin mekân aracılığıyla insanların etkileşimini sağlayan, birbiriyle bağlantı kurmasını ve arkadaşlığını destekleyen ortamlar olduğunu belirtmiştir (Broadway, Legg ve Broadway, 2018:433). Bu bağlamda üçüncü yer'in ilki ev, ikincisi ise çalışma yeridir. Üçüncü yerler ev ve iş yeri dışında kalan ancak ev ve işyeri gibi yaşamın bir parçası olan alanlardır. Çünkü üçüncü yerlere yapılan düzenli ziyaretler stresten kaçmak ve rahatlamaktan çok daha fazlasını kapsamaktadır. Bu nedenle üçüncü yerleri sadece ev ve iş yerinden kaçışın alanları olarak görmek yanlış olur. Oldenburg'un (1989) belirttiği gibi, üçüncü yerler düşük profilli, tarafsız, kapsayıcı, erişilebilir, vakit geçirilebilen, düzenli, konuşma ve eğlence dolu yerlerdir. Bu bağlamda; "üçüncü yer" in sahip olduğu sekiz temel özellik Tablo 3'te verilmekte ve aşağıda özetlenmektedir.

**Tablo 3:** Oldenburg'un "Üçüncü Yer" Kavramının Özellikleri

| Özellikler                           | Açıklama   |
|--------------------------------------|--|
| <b>Tarafsız zemin</b>                | Her sınıftan insanların sosyalleşmesi için tarafsız bir zemin sağlar.    |
| <b>Eşitleyici</b>                    | Sosyal ayrımlar önemsizdir.  |
| <b>Konuşma</b>                       | İnsanların birbiriyle konuşması ve iletişimde bulunması temel önemdedir. |
| <b>Erişilebilirlik-vakit geçirme</b> | Hem coğrafi hem de toplumsal olarak kolay erişilebilir olmalıdır.        |
| <b>Düzenleyici</b>                   | Düzenli ve her şeyin yerli yerinde olduğu bir akışa sahiptir.            |
| <b>Standart profil</b>               | İddialı ve gösterişli olmayan yerlerdir.                                 |
| <b>Neşeli ruh hali</b>               | Konuşmanın, neşeli bir ruh halinin olduğu yerlerdir.                     |
| <b>Evden uzakta evde hissetmek</b>   | Ev ile aynı duygu ve hissi taşımaktadır.                                 |

Kaynak: Oldenburg, 1989; Steinkuehler ve Williams, 2006; Memarovic vd., 2014

Üçüncü yerin ilk özelliği insanlar için *tarafsız bir zemin (on neutral ground)* yaratmasıdır. İnsanlar bu tarafsız zeminlerde gayri resmi, samimi ilişkiler kurarlar. Buralar bireylerin diğer kişilere karşı sorumluluklarının olmadığı ve ne zaman gelip gideceğine karar vermede özgür olacağı bir zemin yaratır (Oldenburg, 1989; Steinkuehler ve Williams, 2006). İkincisi; üçüncü yerlerin insanlar arasında *eşitleyici (leveler)* bir yöne sahip olmasıdır. Bu mekânlar doğası gereği kapsayıcıdır. Bu kapsayıcılık çalışma ortamında ya da toplumda bireylerin yüklendiği rütbe ya da statünün kullanılmadığı mekânlardır. Herkes bu mekânlarda eşittir. Bu nedenle bu mekânlara kabul edilme ya da katılım gösterme herhangi bir ön koşul, statü, görev ya da üyeliğin ispatına bağlı değildir (Steinkuehler ve Williams, 2006). Üçüncü temel özelliği *iletişim kurma/konuşmadır (conversation)*. Bu alanlar ince esprilerin yapıldığı, iletişimin rahat kurulduğu alanlardır. Konuşma üçüncü yerlerin sadece temel özelliği değil, olmazsa olmazıdır (Oldenburg, 1989). Üçüncü yerler hem coğrafi yakınlığa hem de toplumsal yakınlığa sahip olmalıdırlar. Bu, üçüncü yerlerin *erişilebilirlik (accessibility)* ve *uzun vakit geçirmeye (accommodation)* uygun olma özellikleridir. Ulaşılabilirliğin burada iki boyutu bulunmaktadır. İlk boyutu zaman (time) ile ilgilidir. Geleneksel olarak üçüncü yerler uzun saatler açık olma özelliğine sahiptirler. Örneğin İngiltere'nin ilk kahve evleri günde on altı saat açıktır. Bu durum insanların istedikleri zaman

bu yerlere ulaşabilmesini olanaklı kılmıştır. İkinci boyut ise zaman kadar önemli olan üçüncü yerlerin lokasyonudur. Üçüncü yerlerin lokasyonu insanların toplanma yerlerinden ya da ikamet ettikleri yerlerden uzak olmamalıdır. Bu merkezi yakınlığın yanı sıra üçüncü yerlerin buldukları lokasyonun bireylerin rahatsız olacağı, endişe duyabileceği konumlarda bulunmaması gerekmektedir (Oldenburg, 1989). Üçüncü yerlerin temel özelliklerinden birisi de *düzenleyici (the regulars)* olmalarıdır. Üçüncü yerlerin yeni gelenleri cezbetmesi için mekânın karakteristiğini yansıtan belirli düzenli bir kadroyu kapsamaması gerekmektedir. Bu sadece oturma yeri kapasitesi ve çeşitliliğine bağlı değildir. Düzenleyicilik, aynı zamanda sunulan hizmetlere (içecek, otopark, internet, fiyat vb.) bağlı olarak genel bir düzene sahip mekânları oluşturmaktadır (Oldenburg, 1989). Üçüncü yerlerin fiziksel yapısı genellikle *sade, yalın ve süssüz bir yapıya (a low profile)* sahiptir. Birkaç istisna dışında reklamı yoktur. Kitlesel reklamın hüküm sürdüğü, mekânın görünüşe göre değerlendirildiği bir yer olmanın dışında kalmaktadır. Basitlik ve sadelik, birçok üçüncü mekânın koruyucu rengidir. Bu sadelik üçüncü yerlerin tipik görsel profilidir, yani düşük bir profile paraleldir. Üçüncü yerlerin *neşeli, eğlenceli bir ruh halini (the mood is playful)* yansıması diğer temel özelliğidir. Üçüncü yerler ciddi konuşmaların olduğu yerlerin tersine eğlenceli bir oyun havası taşımaktadır. Her konu ve konuşmacı zekâ ve egzersiz için potansiyel bir başlatıcıdır. Bazen kişiler neşeli bir ruh haline açıkken bazen de ince espirilerin yapıldığı bir ruh haline açıktır. Son olarak *Ev dışında ev gibi olmak (a home away from home)* üçüncü yerin özelliklerinden sonuncusu ancak en esasıdır. Evin tanımlanmasında kullanılan üç farklı tanım bulunmaktadır. Ancak ilk iki tanım üçüncü yerin atfettiği ev tanımlamasını nitelemez. Bunlardan birincisi bir ailenin ikamet ettiği yerdir; ikincisi ise, aile ile birlikte yaşanan sosyal birim olarak tanımlanmaktadır. Ev ile ilgili bu tanımlar üçüncü yerlerin kastettiği evi tanımlamaz. Ancak evin üçüncü tanımı olan içten bir ortam nitelemesi üçüncü yerin tanımlamasına uymaktadır. Çünkü üçüncü yer tam anlamıyla bir ev değildir ve ev ile farklılaşan özellikleri bulunmaktadır. Ev özel bir ikamet yeri iken, üçüncü yer kamusaldır. Ev karışık ve kendiliğinden oluşan sosyal ilişkiler tarafından karakterize edilirken, üçüncü yer aynı düzey sosyal ilişkiler kuran insanları kapsamaktadır. Evler çeşitli aktiviteler sağlar, üçüncü yerlerde bunun çok daha azı bulunur. Büyük oranda üçüncü yer, ev olmayan bir evdir, fakat yine de ev ile karşılaştırılabilir yeterli benzerlikleri bulunmaktadır (Oldenburg, 1989).

Oldenburg'un üçüncü yer kavramından esinlenen araştırmacılar, bu kavramı kafelere (Broadway vd., 2018; Bookman, 2014; Memarovic vd., 2014; Kaptan, 2013; Çakı ve Kızıltepe, 2017; Kurtuldu, 2016), kitabevlerine (Laing ve Royle, 2013; Demir, 2017), çevrimiçi oyunlara (Steinkuehler ve Williams, 2006), tüketici yaşamına (Rosenbaum, 2006), restoranlara (Cheang, 2002), AVM'lere (Uygun, 2016), barlara, bahçelere, fotoğraf dükkanlarına ve hatta hapishanelere uygulayarak "üçüncü yerleri" ve bu yerlerin özelliklerini ortaya çıkarmaya çalışmışlardır. Bu çalışmada ise zincir kahve mağazaları bağlamında üçüncü yerin özellikleri incelenmekte ve bu mağazaların deneyim ekonomisi yaratma sürecinde üçüncü yere ait özelliklere uyumu ve katkısı ortaya konmaktadır.

Oldenburg'un üçüncü yer kavramını ortaya koyduğu 1980'lerden bu yana üçüncü yer olarak görülen bu mekanlar ya değişen teknoloji ve yaşam koşullarıyla birlikte ya da bulunulan yerel bağlama göre değişiklik göstermiştir. Bilgi ve iletişim teknolojilerinin

(internet, akıllı cep telefonları, facebook ve twitter gibi sosyal ağlar ile diğer çağdaş bilgi hizmet ve teknolojileri vb.) son yıllarda yaygınlaşması, çeşitlenmesi ve gündelik yaşamın ayrılmaz bir parçası haline gelmesi Oldenburg'un kavramının özellikle çağdaş/sanal veya iletişim teknolojisi destekli üçüncü yerleri tanımlarken sıklıkla yetersiz kalmasına yol açmıştır (Memarovic vd., 2014). Bu bağlamda Oldenburg'un üçüncü yer kavramının özellikleri olarak tanımladığı nitelikler geçerli olmakla birlikte bazı açılardan dönüşüme uğradığı açık bir şekilde görülmektedir. Bu değişen özelliklerden bazılarını sıralayacak olursak, üçüncü yerler konuşmanın yanında diğerlerini izleme, gözleme ve çevrimiçi iletişim kurmanın; neşeli bir ruh haline sahip olmanın tersine farklı ruh hallerine sahip olmanın; evde gibi hissetmenin yanında yargılayıcı ve yer yer de düşmanca bir ortam yaratmanın (insanların birbirini gözlemlemesi temelinde), çeşitli aktivite ve etkinliklerin kendiliğinden reklamlarının olması gibi özelliklerin de görüldüğü mekanlar haline gelmiştir (Memarovic vd., 2014).

Günümüzde üçüncü yerleri tanımlayan özelliklerde değişiklikler olmasına rağmen, deneyim ekonomisinin kaçış alanı olarak tanımladığı üçüncü yerleri Oldenburg'un (1989) tanımladığı şekilde *"kahve evleri, kafeler, barlar, kitabeveleri, kuaförler ve diğer sık gidilen yerler"* olarak tanımlamak mümkündür. Oldenburg üçüncü yerleri tanımlarken bir deneyim mekânını da tanımlamaktadır. Üçüncü yerler insanları modern toplumun ağırlığından, ciddiyetinden, statülerinden kurtaran (ve statüden farklı olarak kimlik göstergelerine dönüşebilen) neşenin, samimiyetin olduğu, insanları atomik bireysellikten kurtaran bir mekân olma özelliğine sahiptir. Üçüncü yerler insanların anlam ithaf ettiği, deneyim yaşadığı yaşamsal bir boyuta sahiptir.

### **Deneyim Ekonomisinin Mekânları<sup>5</sup> Olarak Kahve Mağazaları**

Bu bölümde deneyim ekonomisinin kaçış alanını oluşturan kahve mağazaları (coffee houses/coffee store) deneyim ekonomisinin boyutları ve alanları ile üçüncü yer kavramsallaştırması kullanılarak mekânsal perspektiften analiz edilmektedir. Bu analizde küresel (Starbucks) ve yerel kahve mağazaları (Kahve Dünyası) temele alınmıştır. Çünkü kahve evleri günümüzde insanların en fazla kullandığı mekânlardan biri olmuştur. Kahve, dünyanın ve Türkiye'nin gündelik yaşamının önemli bir ögesi konumunda yer almaktadır. Günümüzde kahvenin önemi mekân ile de özdeşleşmiştir. İnsanlar hem yerel hem de küresel kahve zincirleri/evlerine giderek vakit geçirmekte ve sosyalleşme imkânı bulmaktadırlar. Bugün hem küresel kahve zincirlerinin hem de yerel kahve evlerinin yarattıkları deneyimler farklılaşmaktadır. Küreselin yerel olanı etkilemesiyle birlikte kahveye ilişkin kurulan mekânlar çeşitlenmekte ve mekân temel bir aktör olarak karşımıza çıkmaktadır. Kahvede ve mekânlarda yapılan inovasyonlara bağlı olarak gelişen bu çeşitlenme, kahvenin kendisinde bir etki yaratmakla birlikte mekânlarda da farklılığa neden olmaktadır. Çünkü mekân ürünle

<sup>5</sup> Çalışmanın bundan sonraki bölümlerinde 'üçüncü yer' kavramsallaştırmasının yerini 'üçüncü mekân' kavramı alacaktır. Oldenburg (1989), kahve evleri ve kafeleri üçüncü yer örneği olarak görmektedir. Ancak günümüzde kahve mağazaları Oldenburg'un üçüncü yer özelliklerinden bazılarını taşımakla birlikte daha farklı boyutları da içermektedirler. Kahve mağazaları hem zihinsel, hem tasarımsal hem de deneyimlerle örülü birer mekân haline gelmiştir. Soja (1996)'nın üçüncü mekân kavramsallaştırmasında bahsettiği üzere bu mekânlarda bütün süreçlerin iç içe geçtiğini görmekteyiz. Bununla birlikte Oldenburg'un üçüncü yer kavramsallaştırmasının birey odaklı olması, mekânı önemsizleştirmektedir. Bu nedenle hem deneyimin yaşanması hem de mekân vurgusunun öne çıkması nedeniyle "üçüncü mekân" kavramının kullanılması daha uygun olacaktır.



birlikte bir göstergeye dönüşmektedir. Ürün üretilen ya da tasarlanan bir mekân içinde kaybolmakta ve mekân ön plana çıkmaktadır. Bu bağlamda araştırmanın örneklemini olan Starbucks ve Kahve Dünyası örnekleri incelenmiş olup, üçüncü mekân bağlamında nasıl bir deneyim mekânı yarattığı ortaya konulmaktadır.

### Starbucks Kahve Mağazası Örneği

Starbucks, Amerika'nın Seattle şehrinde 1971 yılında küçük bir mağaza olarak Jerry Baldwin, Gordon Bowker ve Zev Siegel tarafından kurulmuştur (Foto 2). 1981 yılında Howard Schultz tarafından satın alınan Starbucks bugünkü anlamda ilk mağazasını açmıştır (Schultz ve Gordon, 2011). Starbucks ilk mağazasını açmasından bugüne kadar tüketicilerine farklı bir deneyim sunma temelinde gelişme göstermiştir. Starbucks kendini oluşturan bütün parçalarını (kahve, logo, mekân tasarımı, barista eğitimi vb.) günümüze kadar olan süreçte değiştirmiş ve bu değişiklik bir deneyim sunma üzerine kurulmuştur. Starbucks'ın başarısının altında yatan faktör, yarattığı mağaza dizaynı, kullanılan dil kadar 'sıradan bir şekilde üretilen ürüne' yeni ve yüksek bir statü anlamı kazandırarak tüketimde kültürel bir boyut da yaratmasıdır (Broadway vd., 2018: 434). Starbucks'ın bugün 65 ülkede 21 bin mağazası bulunmaktadır (Starbucks, 2018). Her bir mağazasında deneyim mekânını iki şekilde yaratmaya çalışmaktadır. Birincisi, en iyi şekilde kahve (yani ürün) deneyimini sunmaktır. İkincisi ise, ev ve işyeri dışında insanların sosyalleşebileceği "üçüncü mekân" (yani mekân deneyimi) yaratmasıdır. Böylece Starbucks, sunduğu deneyimi, "(...) bölgesel tatlarla kafe deneyimi yaratmaya devam ederken aynı zamanda sürdürülebilirliği konfor ve "üçüncü mekân" esasıyla dengeliyoruz" şeklinde ifade etmektedir (Schultz ve Gordon, 2011:192). Bu deneyimi sunmanın temeli beş kritere dayanmaktadır. Bunlar; "(i) benimseyin, (ii) her şeye önem verin, (iii) sürpriz yapın, (iv) dirence kucak açın, (v) hatıralarda zihinlerde iz bırakın" (Güney ve Karakadılar, 2015:144) olarak sıralanmaktadır. Bu nedenle Starbucks'ta her şey bu deneyime göre tasarlanmıştır. Bu tasarım şu şekilde ifade edilmektedir (Kurtuldu, 2016: 37):

Starbucks'ta hiçbir şey tesadüfi değildir. Starbucks mağazaları hesaplanmış birer tasarımdır. Herkesin aynı yöntemlerle reklam yaptığı bir dönemde Starbucks farklı ve yeni bir pazarlama yöntemi izleyerek, Starbucks'ın kendisi aynı zamanda reklamı olmuştur. Mağazalar, Starbucks'ın ilan tahtaları olurken ve mağaza içerisindeki her şey birer marka temsilcisi olmuştur. Artık tüketiciler Starbucks'a sadece kahve için değil, Starbucks deneyimi yaşayabilmek için geleceklerdir.

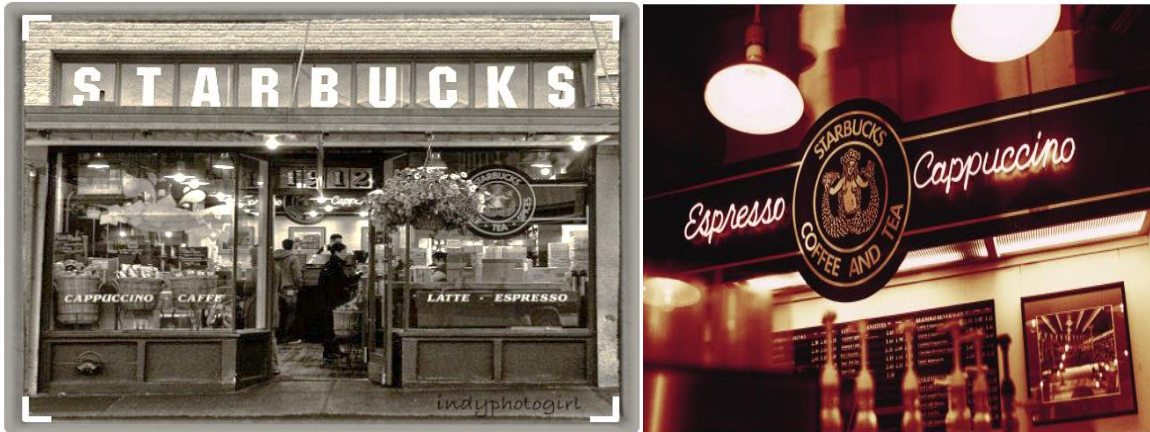


Foto 2: İlk Starbucks Mağazası

Kaynak: Ritchey, 2018; Starbucks, 2018

**Starbucks'ın deneyim ekonomisi bakımından analizi:** Bu bölümde çalışmanın kuramsal çerçevesinden yola çıkarak Pine ve Gilmore'un (2011) ortaya koyduğu deneyim ekonomisi kavramının boyutları Starbucks'ın deneyim yaratma süreci analiz edilerek üretici/firma perspektifinden yorumlanmaktadır. Bu bağlamda Starbucks'ın deneyim yaratma sürecinde kullandığı özellikler analiz edilerek Tablo 4'de sunulmaktadır.

**Tablo 4:** Starbucks ve Kahve Dünyası'nın Deneyim Ekonomisinin Bileşenleri Bakımından Değerlendirilmesi

| Deneyimin Boyutları     | Starbucks | Kahve Dünyası |
|-------------------------|-----------|---------------|
| Duyusal                 | ✓         | ✓             |
| Duygusal                | ✓         | ✓             |
| Düşünsel                |           |               |
| Davranışsal             | ✓         |               |
| İlişkisel               | ✓         | ✓             |
| <b>Deneyime Katılım</b> |           |               |
| Aktif Katılım           | ✓         | ✓             |
| Pasif Katılım           |           |               |
| <b>İlişkisel Boyut</b>  |           |               |
| Özümseme                |           |               |
| Sarmalama               | ✓         | ✓             |
| <b>Deneyim Alanları</b> |           |               |
| Eğlence                 |           |               |
| Estetik                 |           |               |
| Eğitim                  | ✓         |               |
| Kaçış                   | ✓         | ✓             |

Kaynak: Yazarlar

Buna göre ilk olarak *deneyimin boyutları* açısından Starbucks'ı düşündüğümüzde, firmanın duyusal, duygusal, davranışsal ve ilişkisel deneyim boyutlarını tasarladığı, ancak düşünsel boyuta ilişkin bir tasarımı içermediği düşünülmektedir (Tablo 4). Çünkü düşünsel boyut bilişsel fonksiyonlara yönelik bir katılım içermesinden dolayı Starbucks'ta bu boyutta bir tasarım bulunmamaktadır. Starbucks mekanını beş duyu organına hitap edecek şekilde tasarlamaktadır. Mağaza içerisinde çalınan müzikler, kahve kokusu, iç tasarımın görsel bir bütünlük sağlaması ve ürettiği kahve çeşitleri hepsi birlikte *duyusal bir boyut* yaratmaktadır. Starbucks tüketicilere ürünlerini sunarken rasyonel bir boyuttan daha fazla duygusal bir boyut ile yaklaşmaktadır. Kahve deneyimi yaşayan insanların kahve bardaklarının üzerinde kendi isimlerinin yazması ve tüketiciye isimle hitap edilmesi, kahveyi tüketicinin isteğine göre hazırlaması ve standart kahvenin yanında baristaların (espresso ve kahve hazırlamada uzman kişi) ürettiği özel kahve karışımlarının sunulması, mekânın uzun süre vakit geçirmeye uygun bir şekilde tasarlanması (burada bir parantez açmak gerekirse, Starbucks'ın vakit geçirmeye uygun mekân tasarımlarının sadece bazı mağazalarında geçerli olduğu düşünülmektedir) gibi sunduğu birçok özellikle birlikte Starbucks kişisel boyut da bir deneyim mekânı yaratmıştır. Starbucks sadece kahveyi bir ürün olarak sunmanın aksine, ürünü kişiselleştirmesi ve tüketicinin sunulan ürünü fiyatının ötesinde deneyimle değerlendirmesi Starbucks'ın *duygusal boyutta* davrandığını örneklemektedir. Starbucks için tüketici deneyiminin yaratılmasının yanında önemli olan diğer deneyim çalışanlar ile ilgilidir. Starbucks'ta çalışanların da bu deneyimin içine katılması ve kendini bu ailenin üyesi hissetmesi gerekmektedir (Schultz ve Gordon, 2011). Bu bağlamda Starbucks hem çalışanların hem de tüketicinin deneyimi

hissetmesini önemsemektir. Öte yanda Starbucks kahveyi ve kahve satılan mekânı farklı bir şekilde tasarlayarak tüketicinin *davranışsal boyutunu* da tasarlamıştır. Nitekim Türkiye bağlamında düşündüğümüzde Starbucks Türk kahve kültürüne tezat bir yapı ve mekân ortaya çıkarmıştır. Hem ürün hem de mekân açısından farklı bir yapı tasarlanması ve deneyim mekânı oluşturmaları tüketicinin algısı ve yaşam biçiminde davranış değişikliği yaratmıştır. Son olarak *ilişkisel boyutta* Starbucks bir yaşam tarzı ve deneyim sunmaktadır. Tüketiciler kahvelerini içerken aynı zamanda mekânda zaman geçirme, çalışma, sosyalleşme, yalnız kalabilme vakitlerini yaşayabilmektedirler. Aynı zamanda Starbucks tüketicilerin ‘aidiyet’ duygusu oluşturma sürecinde önemli bir faktör olarak ortaya çıkmaktadır. Bu nedenle Starbucks aidiyet hissedilen bir mekân haline gelmiştir. Öyle ki, tüketicilerin Starbucks’ta bulunduğunu ya da orada kahve içtiğini sosyal medya üzerinden duyurma ihtiyacı ve Starbucks’ta zaman geçirmenin aynı tüketici sınıfına dahil olmak şeklinde yarattığı duygu yoğunluğu bunun açık belirtisidir. Çünkü tüketiciler Starbucks ile kendilerini ifade etmekten ve bir göstergeler ağına dâhil olmaktan mutluluk ve memnuniyet duymaktadırlar. Bu özelliği ile buradaki mekân tüketicilerin yaşamına ait bir parçadır.

Starbucks’ın hem ürün hem de mekân üzerinden sunduğu deneyimi yaşamak isteyen tüketiciler, duyuşsal, duygusal, davranışsal ve ilişkisel olarak mekânsal deneyimi yaşamaya *aktif bir katılım* gösterirler (Tablo 4). Çünkü hem üreticinin yarattığı atmosfer hem de tüketicinin bu atmosfer içinde yarattığı bireysel deneyim her iki tarafın aktif bir ilişki içerisinde olmasını gerektirmektedir. Aktif katılımın yarattığı süreç ile birlikte tüketici bu deneyimin içerisinde konumlanır ve deneyimi yaratan bütün öğeler ile birlikte (koku, ses, görüntü, tat, aidiyet, eğitim vb.) *kuşatılır/sarmalanır*. Böylece Starbucks’ın üreticileri tüketicinin deneyimi izleyerek değil, bizzat içinde yer almasını ve deneyimin içinde bir yer edinmesi temelinde mekânı ve ürünü tasarlamaktadırlar. Dört temel deneyim alanı içerisinde Starbucks, *eğitim ve kaçış alanına* ait tasarımlara sahiptir (Tablo 4). Starbucks tüketicilerine kahve deneyimini sadece kahveyi tasarlayıp sunması ile değil aynı zamanda bu deneyimin nasıl tasarlandığını ve üretildiğini tüketicilerle yaptığı eğitimlerle birlikte göstererek tüketicinin bu sürece aktif katılımını hedeflemektedir. Bununla birlikte işaret dili eğitimi, barista eğitimi gibi eğitimsel aktivitelerle birlikte bu boyutu gerçekleştirmektedir. Diğer taraftan, Starbucks ürün, tüketici ve mekân üçlüsü ile birlikte bir *kaçış mekânı* da yaratmaktadır. Bu mekân Oldenburg’un (1989) üçüncü yer tanımlamasıyla bağlantılıdır. Çünkü Starbucks tüketiciler için bir ev ve işyeri dışında bir alan yaratmaktadır. Bu bağlamda Starbucks’ın üçüncü mekân olmadaki özelliklerini analiz etmek önem taşımaktadır.

**Tablo 5:** Starbucks ve Kahve Dünyası’nın Üçüncü Yer’in Özellikleri Bakımından Değerlendirilmesi

| Üçüncü Yer’in Özellikleri        | Starbucks  | Kahve Dünyası  |
|----------------------------------|--|--|
| Tarafsız zemin                   | ✓  | ✓  |
| Eşitleyici                       | ✓  | ✓  |
| Konuşma                          | Farklı yorumlanabilir<br>(Bireysellik yaratması)     | ✓  |
| Erişilebilirlik ve vakit geçirme | ✓  | ✓  |
| Düzenleyici                      | ✓  | Uyumsuz  |
| Standart Profil                  | Uyumsuz<br>(Mekân ve ürün tasarımsal olarak sunulur) | Uyumsuz<br>(Mekân ve ürün tasarımsal olarak sunulur) |
| Neşeli bir ruh hali              | Uyumsuz  | Uyumsuz  |
| Evden uzakta evde hissetmek      | ✓  | ✓  |

Kaynak: Yazarlar

**Starbucks'ın üçüncü yer bakımından analizi:** Bu bölümde, deneyim ekonomisinin mekânsal temelini oluşturan “kaçış” alanı, çalışmanın diğer kuramsal çerçevesi olan Oldenburg'un “üçüncü yer” kavramsallaştırması kullanılarak analiz edilmektedir. Bu bağlamda üçüncü yere ait sekiz özellik Starbucks çerçevesinde analiz edilerek Tablo 5'te sunulmaktadır. Buna göre, Starbucks genel anlamda üçüncü yerin özelliklerini karşılayan bir deneyim mekânı oluşturma üzerinden bir tasarım gerçekleştirmektedir. Özellikle insanların sosyalleşmesi için *tarafsız bir zemin* sunmaya ve sosyal ayrımların önemsiz olduğu mekânlar yaratmaya önem vermektedir (Tablo 5). Starbucks, sosyal ayrımlara önem vermeyen bir vizyona sahip olduğunu firmaya ait sorunların çözümünde özellikle vurgulamaktadır. Öyle ki, Starbucks mağazasında gerçekleşen “ırkçılık” ile ilgili bir olaydan sonra “8 bin mağazasını bir süreliğine kapatarak, 175 bin personeline ayrımcılığı önlemek için nefret söylemi, ırkçılık ve etik değerler konusunda eğitim vereceğini açıklaması” (NTV, 2018) sosyal ayrımların önemsiz olduğu hususunda önemli bir örnektir. Starbucks *iletişim/konuşmanın* mekânları olduğu kadar bireyselliğin de yaşanabileceği bir mekân konumundadır. İnsanlar için sohbet mekânı kurmasının yansira onların yalnız kalabileceği, interneti kullanarak sosyal medya üzerinden iletişim kurabileceği, çalışabileceği konforlu mekânlar da yaratmaktadır (Tablo 5). Bununla beraber sosyalleşme ortamı bulamayan (evde çalışan ya da yalnız yaşayan kişiler) insanlara da sosyal bir yaşam alanı oluşturmaktadır. Böylece insanların başkalarıyla iletişim kurmadan bir topluluk içinde bulunmasını ya da kendini baskı altında hissetmeyerek (istediğin zaman ayrılabilirdiğin ya da kurallara uymak zorunda olmadığın) başka insanlarla iletişim kurulabilirdiği nötr bir mekân yaratmaktadır (Bookman, 2014:93). Bu temelde Starbucks'ın üçüncü mekân bağlamı Oldenburg'un ifade ettiği üçüncü yer tanımından bazı yönleri ile farklılaşmaktadır. Nitekim iletişimin/konuşmanın günümüz dünyasındaki anlamı farklılaşmıştır. İnsanlar Starbucks gibi mekânlarda karşılıklı iletişim kurmanın yanında sosyal medyada çevrimiçi bireysel iletişim de kurabilmektedirler. Bu nedenle üçüncü yerlerin vazgeçilmez özelliği olan iletişim/konuşma günümüzde çevrimiçi olarak da kurulabilmektedir (Memarovic vd., 2014). Buna istinaden, Starbucks'ın insanların birbiriyle iletişim kuracağı bir mekân yaratması halen oldukça önemlidir. Firmanın böyle bir mekâna olanak sağlıyor oluşu Starbucks'ın müdavimi olan bir tüketici tarafından (Alaz, 2013) şu şekilde ifade etmektedir:

*Starbucks Kanyon şubesi benim için çok özel. Düşünsenize biz her ay bir cuma sabahı internet dünyasından 200 kişi geliyor birbirini tanımıyor bu insanlar kimisi girişimci kimisi başka bir şey. Birbirini tanımayan bu 200 kişi gelip buraya oturuyor, birbiriyle tanışıyor, birbirine nasıl yardım edeceğini soruyor ve Starbucks burada bize ev sahipliği yaptı. Bu toplantıları biz yaklaşık 2 sene devam ettirdik. İnanılmaz şeyler çıktı. İş bulanlar oldu, ortaklık yapanlar oldu, evlenenler oldu, her şey oldu ve biz bu sayede inanılmaz şeylerde yaptık. Mesela biz 2 tane okulu baştan sona donattık bu etkinlikler sayesinde Starbucks bize destek oldu, bize her zaman çok güzel ev sahipliği yaptı ve tohum otizm derneğine bir oyuncak atölyesi bağışladık. Çok duygusal bir anı da oldu. Tohum otizm derneği bize bir poster hediye etti ve biz onu katılımcı olarak imzaladık çünkü aslında bu bağışı yapanlar katılımcılardı ve katılımcıların imzaladıkları o poster Starbucks kanyonun girişinde yer aldı. Kanyonun girişinde bizlerin imzası ve tohum otizm derneğine yaptığımız oyuncak bağışı vardı. Hepimiz her geldiğimizde çok duygusal bir anıydı ve her zaman anlattığım bir şeydi.*

Starbucks'ın *erişilebilir* lokasyonlarda kurulması deneyimin sürdürülebilirliği açısından önem taşımaktadır. Özellikle lokasyon seçiminde insanların ulaşabilecekleri ya da zaman geçirebilecekleri alanları (AVM, havaalanları, şehir merkezleri, ana cadde ve köşe lokasyonlar gibi) tercih ettiği görülmektedir. Starbucks'ın lokasyon seçimindeki kararı üçüncü

yerlere uygun bir tercihi yansıtmaktadır. Starbucks sunduğu kahve çeşitleri; mekân tasarımı, sunduğu hizmetlerle birlikte *düzenleyici* yapıya sahiptir. Tüketiciler Starbucks'a geldiklerinde hangi özellik ve hizmetlerin olduğunu bilmektedirler. Bu düzenli kadroya sahip olma çabası, Starbucks'ın dünyanın her yerinde aynı deneyimi sunmak istemesiyle ilgilidir (Roll, 2017). Bu temelde Starbucks hem ürün hem de mekânını tasarlayarak tüketicisine bir deneyim yaşatmak istemektedir. Kahvenin sunulduğu bardaklardan, mekândaki koltuklara kadar her şey bütünlüklü bir tasarıma sahiptir. Bu nedenle basit ve sade bir yapı, yani *standart bir profile* sahip değildir (Tablo 5). Çünkü Starbucks'ta mekân tasarımsaldır ve mekân tasarımında kullandıkları her öğenin bir karşılığının (çevre dostu, otantik, modern vb.) bulunduğu görülmektedir (Foto 3).



**Foto 3:** Starbucks Mağaza ve Perakende Ürün Tasarımı  
Kaynak: Starbucks, 2018; Gökdağ, 2018

Starbucks'daki mekân tasarımının amaçlarından birincisi, bütünlüklü bir atmosfer yaratarak tüketicilerin uzun süre o atmosfer içerisinde edinmek istedikleri ruh hali ile vakit geçirebilmelerinin sağlanmak istenmesidir. Böylece, “insanlar kahve içmeye geldiklerinde kahvelerini uzun süre oturarak rahat bir şekilde keyifli vakit geçirebilecekleri bir ortamda içme olanağına sahiptirler. Bu nedenle Starbucks müşterileri mağaza içinde daha çok zaman harcama eğiliminde” olacaktır (Güney ve Karakadılar, 2015:145). O nedenle Starbucks *neşeli bir ruh haline* sahip olabileceği gibi farklı ruh hallerini içeren (yalnız kalma, çalışma vb.) bir atmosfere de sahip bulunmaktadır. Tasarımın ikinci amacı ise Starbucks'ın bir deneyim mekânı yaratmak istemesidir ve bu durum şu şekilde ifade edilmektedir: “Mağazalarımızın, ev ve iş yerlerinizden sonra en rahat hissedebileceğiniz 3. adres olması için çalışıyoruz. Bunun yanı sıra gerek bizimle gerekse dünyanın herhangi bir yerindeki arkadaşınızla iletişim kurabilmenize ve eğlenmenize yardımcı olmak istiyoruz” (Starbucks, 2018). Bununla birlikte insan yaşamının bir parçası olması kısmında yani “*evden uzakta evde olma duygusu*” verebilmesi açısından da başarılı olduğu görülmektedir. Starbucks sosyal medya üzerinden oluşturduğu; “Burası benim Starbucksım dediğiniz, kendinizi evinizde gibi rahat hissettiğiniz Starbucks hangisi? Bazen bir yolculukta ya da başucumuzda. Bazen sakinlikte veya en yoğun dakikalarda. Kimi zaman harika bir manzarayla, bazense sadece keyifli bir anda. Starbucks'ın herkesin hayatında bambaşka bir yeri var” (Starbucks Facebook, 2017) gibi söylemlerle kendini evde olmanın yarattığı rahatlıkla, samimi bir ortamla tanımlamaktadır.

Genel olarak değerlendirildiğinde, Oldenburg'un sekiz kriteri bağlamında Starbucks'ın "üçüncü yer" özelliklerini taşıdığı rahatlıkla söylenebilir. Ancak Starbucks "*çağdaş bir üçüncü mekân*" özelliği taşımaktadır. Çünkü üçüncü yerlerin geçerli özelliklerini korumakla birlikte artan ve farklılaşan iletişim teknolojileri ile üçüncü yerin yeniden yorumlanması gerekmektedir. Özetlemek gerekirse Starbucks deneyim mekânını ya da üçüncü yeri yaratmada üç temel bileşen kullanmaktadır. Bunlardan ilki, her yerde aynı kahve tadını ve deneyimini yaratmasıdır. İkincisi, çalışanların kendini Starbucks ailesinin içinde görmesi ve buna bağlı olarak yaratılan samimi ortamdır. Üçüncüsü ise, mekân tasarımı ile birlikte insanların rahat bir atmosfer içerisinde vakit geçirmesini sağlamasıdır. Bu üç özellikte birlikte Starbucks bir deneyim mekânı üretmektedir. Bu genel çerçevede bir Starbucks deneyimi ortaya koyulmasına rağmen, Starbucks'ın tasarladığı mekân ile deneyimi farklılaştırabilmektedir. Tasarladığı mekân bazı zaman ve mekânlarda sadece insanların zaman geçirmesi amacını aşmaktadır. Burada Starbucks kendi varlığını mekân ile kabul ettirmeye çalışmaktadır. Diğer bir ifadeyle Starbucks belirli mekânlarda gömülü birer deneyim ve mekân yaratmaktadır. Starbucks'ın kuruluşuna ilham veren İtalya'ya şubelerini 2018 yılında açmasını kahve ile değil tasarladığı mekân ile olmuştur. Nitekim firmanın İtalya Milano'daki şubesinin mekân tasarımları diğer şubelerinden oldukça farklı işlemektedir (Foto 4). Starbucks kahve kültürünün ya da yerel kültürün güçlü olduğu İtalya gibi ülkelerdeki mekân seçimini özellikle bir kültürel hafızaya ya da mirasa sahip mimari yapılarda kurmaktadır. İtalya örneğinde seçilen mekân Milano Piazza Cordusio'daki tarihi Poste binasıdır. Bu mekânın seçilmesi ve tasarımı tesadüfi değildir. Starbucks 47 yıldır giremediği İtalya pazarına kimlikli bir mekânı tasarlayarak ve üzerine Starbucks markasını koyarak girmeyi başarmıştır. Burada mekân deneyimi kahve deneyiminin önüne geçmektedir.



**Foto 4:** Starbucks'ın İtalya (Milano)'daki Mağazası  
Kaynak: Şuekinci, 2018

### **Kahve Dünyası Mağazası Örneği**

Türkiye'de Türk kahvesi kökleri Osmanlı'ya dayanan çok uzun bir geçmişe sahip olmasına rağmen, yerel bir zincir olarak kahve mağazasının kurulması 2000'li yıllardan sonra olmuştur. Kahve Dünyası ilk mağazasını 2004 yılında 3 ortaklı olarak açmıştır (Kurtuldu, 2016). Kahve Dünyası bugün 32 şehirde 173 şubeye sahipken, yurtdışında ise 4 ülkede 13 şubeye sahip bulunmaktadır (Kahve Dünyası, 2018). Kahve Dünyası hem yurtiçinde hem de yurtdışındaki gelişimini kahve ve çikolata üretimi üzerine odaklamıştır. Kahve ismiyle kurulan birçok mekândan (Kocatepe Kahve Evi gibi) bu özelliği ile ayrılmaktadır. Kahve Dünyası, Türk kahvesinin dışında filtre kahve, yöresel kahve ve espresso temelli kahvelere menüsünde yer vermektedir. Kahve ve çikolata üzerine odaklanılmış olması, ürün üzerinden

Starbucks ile aynı amacın güdüldüğünü göstermektedir. Bu bağlamda Kahve Dünyası da Starbucks gibi ürün ve mekân üzerinden bir deneyim oluşturmaktadır. Bu nedenle bu bölümde ilk olarak Kahve Dünyası'nın "deneyim ekonomisi" yaratma sürecine ilişkin boyutları analiz edilmekte, daha sonra da firmanın "üçüncü yer" in özelliklerine sahip olup olmadığı tartışılmaktadır.

***Kahve Dünyası'nın deneyim ekonomisi bakımından analizi:*** Kahve Dünyası temelde kahve üzerine kurulu olmasının yanında çikolata ürünleri ile de ön plana çıkmaktadır. Bu nedenle firma kahvelerini kendi ürettiği ve tasarladığı çikolata ürünleri ile sunmaktadır. *Deneyimin boyutları* açısından ise firmanın hem duyuşsal ve duygusal boyutta hem de ilişkisel boyutta bir deneyim yarattığı gözlemlenmektedir (Tablo 4). Kahve Dünyası'nın *duyuşsal boyutu* kahve ve çikolata üzerine kuruludur. Firma, çikolata ve kahve ürünlerinin kokusu ile tasarladığı mağaza dekorasyonu ile tüketiciyi mutlu eden iki ürünü birleştirmiştir. Mekân tüketiciyi ilk olarak çikolata ile karşılamakta ve firmanın adından da anlaşılacağı gibi çikolata ve kahve ile oluşturulmuş bir dünyanın içine girme görüntüsü yaratmaktadır (Foto 5). Firmanın adındaki kahve ve çikolata görüntüsü, kokusu, tadı ile birlikte ikili bir deneyim yaşama mekânı sunmaktadır. Kahve Dünyası yerele özgü olan Türk kahvesini temele alan bir mekân tasarımıyla birlikte tüketicilere yeni bir deneyim alanı sunmaktadır. Çünkü 2000'li yılların başına kadar Türk kahvesine yönelik bir mekânın olmaması ve bununla birlikte küresel kahve mekânlarının açılması ile birlikte yerelin görünürlüğünün artırılmak istenmesi deneyimin *duygusal boyutta* oluşturulduğunun göstergesidir (Tablo 4). Küresel kahve mekanlarına karşı Türk kahvesinin yapıldığı bir mekân açılması yerelin kendi ürününü öne çıkarması ve değerini ortaya koyması ile ilgilidir. Bu nedenle kahve dünyasının tasarlanmasının temelinde duygusal bir boyut bulunmaktadır. Bu temelde kahve dünyası misyonunu çikolata üzerinden değil, kahve üzerinden tanımlayarak şu şekilde ifade edilmektedir: "Misafirlerinin kendilerini evlerinde hissedebilecek kadar sıcak ve keyifli bir yer olmak amacıyla yola çıkan ve bunu gerçekleştiren Kahve Dünyası, Türk kahve kültürünü ülkemizde ve dünyada hak ettiği yere taşımaktır" (Kahve Dünyası, 2018). Bu temelde mekân ve hizmet tasarımını da Türk kültürüne uygun tasarlamaktadır. Böylece Kahve Dünyası deneyim mekânını (i) Türk kahve ve ikram kültürünü tanıtmak, yaşatmak, (ii) Türkiye'ye özgü Türkleştirilmiş bir deneyim sunmak, (iii) tüketicisini evinde hissettirmek, (iv) mekân tasarımı parametreleriyle ortaya koymaktadır. Kahve dünyasının hem duygusal hem de *ilişkisel boyutu* arasında kalan diğer bir özelliği, ikram kültürüdür. Mağaza içerisinde ürünlerin tadımlıklarının olması, bazı zamanlarda servis elemanının ürünlerin tadımlıklarla tanıtımını yapması ayrı bir deneyim alanı sunmakta ve tüketici ile doğrudan ilişki içerisine girmektedir. Bununla birlikte maddi karşılığı olan ürünlerin ücretsiz sunulması tüketicilerin çok nadir karşılaştığı bir deneyim yaratmaktadır. Bu durumu bir tüketici şöyle ifade etmektedir: "(...) geçen çubuk çikolatalarımdan bir tane alacaktım (parasıyla), adamlar ikram ettiler. İyi dedim tam çıkıyordum mekânın sahibi arkadan bir saniye dedi. Şimdi para isteyecek kalabalığa rezil olacağız dedim. Adam iyi yıllar dedi elime bir kutu çikolata verdi" (Ekşi sözlük, 2006). Bu örnekten yola çıkarak Tablo 4'te görüldüğü gibi tüketici deneyimin içine çekilmekte (*sarmalama*) ve aktif bir katılım sağlanmaktadır. Kahve Dünyası tüketiciyi içine alan onunla ilişki kuran ve tüketicinin aktif katılımına olanak veren bir yapı sergilemektedir. Böylece tüketici hizmet, mekân, ürün ile birlikte kuşatılmakta ve çikolata-

kahve ikilisine yönelik tasarlanan mekânda farklı bir deneyimle sarmalanmaktadır (Tablo 4). Kahve dünyası deneyimini yarattığı hem duyuşsal, duygusal ve ilişkişel boyut ile hem de sarmalama boyutu ile bir kaçış mekânı yaratmaktadır. Bu kaçış mekânı hem ürün hem de mekân ile yaratılmaktadır. Bu kaçış mekânına insanlar hem ürün hem de mekânın sunduğu deneyimi yaşamak için gelmektedirler. Ancak bu kaçış mekânının nasıl bir özelliğe ve tasarıma sahip olduğu aşağıda üçüncü yer'e göre analiz edilmektedir.



**Foto 5:** Kahve Dünyası Mağaza Girişİ  
Kaynak: İyaşpark AVM, 2018

**Kahve Dünyası'nın üçüncü yer bakımından analizi:** Bu bölümünde Kahve Dünyası'nın "üçüncü yer" olma özelliği ve yarattığı deneyim mekânı analiz edilmektedir. Bu bağlamda Oldenburg'un üçüncü yer kavramını oluşturan sekiz kriter Kahve Dünyası çerçevesinde analiz edilmiş ve Starbucks'la karşılaştırmalı olarak Tablo 5'te sunulmuştur. Buna göre Kahve Dünyası insanların özgürce gelip gidebilecekleri, ev ve işin dışında arkadaşlarıyla sosyalleşebilecekleri *tarafsız bir zemin* sunmaktadır. Bununla beraber Kahve Dünyası'nın gelen herkesi "*misafir*" olarak kabul etmesi *eşitleyici* bir yapı sergilediği şekilde yorumlanabilir. Çünkü burada Starbucks'ın toplumsal ayrımcılığa karşı duran eylemleri (personeline bu konuda eğitim vermesi vb.) ya da herkese aynı deneyimin sunulması gibi temel söylemlerine benzer bir ifade 'herkesin misafir olarak görülmesi' söylemidir. Bu söylemde, misafir olarak görülen biri her kim olursa olsun en iyi şekilde ağırlanacaktır. Ancak Starbucks'ın sunduğu deneyim küresel bir ağa ait olmak üzerinden aidiyet mekânını açığa çıkarırken, Kahve Dünyası'nın yerel kültürel deneyime gönderme yaparak 'misafir' kimliğini öne çıkarması aralarındaki farkı oluşturmaktadır. İnsanların birbiriyle ve çalışanlarla kurduğu ilişki temelinde düşünüldüğünde Kahve Dünyası şubeleri *konuşmanın* ve iletişimin kurulduğu mekânlar olarak tanımlanabilirler. Ayrıca Kahve Dünyası insanların *vakit geçirebilmesine* uygun mekânlar yaratmaktadır. "Mağazalardaki ortam, bir ev ortamına misafirlığe gidilmiş ve orada ağırlanıyormuşçasına bir hava yaratmaktadır" (Kurtuldu, 2016: 47). Bu temelde Kahve Dünyası'nın insanları mekân ve ürün ile buluşturmasında tasarladığı deneyim Starbucks'a göre farklılaşmaktadır. Çünkü Kahve Dünyası'nın deneyim vurgusu daha yereldir ve "*Türkiye'ye has Türkleştirilmiş bir deneyim sunar*" (Kurtuldu, 2016: 47). Kahve Dünyası'nın düzenli bir deneyim bağlamı oluşturmada Starbucks'a göre farklı ve parçalı kaldığı söylenebilir. Çünkü *düzenleyici* olma sadece oturma kapasitesine ve/veya masa düzenine bağlı



bir tanım değildir; aynı zamanda mekânın bütünselliği içerisinde sunulan hizmetleri de tanımlamaktadır. Bu bağlamda Kahve Dünyası'nın sunduğu hizmetlerin bütün şubelerinde eş derecede olmadığı görülmektedir. Kahve Dünyası'nın kapsadığı hizmetleri internet sayfasında sunduğu “otopark, wi-fi ve sigara içme alanı” olarak değerlendirdiğimizde şubelerin ya da mekânların birbirinden farklı oldukları görülmektedir (Kahve Dünyası, 2018). Örneğin, Türkiye'nin büyükşehirlerinde yer alan Kahve Dünyası sunduğu hizmetler açısından değerlendirildiğinde, standart bir mekâna sahip olmadığı görülmektedir (Tablo 6).

**Tablo 6:** Türkiye'deki Büyükşehirlerde Yer Alan Kahve Dünyası Şubelerinin Sundukları Hizmetler

| İller    | Otopark | Wi-fi | Sigara içme alanı | Mağaza Toplamı |
|----------|---------|-------|-------------------|----------------|
| İstanbul | 53      | 64    | 79                | 104            |
| Ankara   | 6       | 6     | 10                | 10             |
| İzmir    | 4       | 6     | 7                 | 7              |

Kaynak: Kahve Dünyası, 2018

Kahve Dünyası'nda mekân *sade ve basit bir yapıya* sahip değildir. Kahve Dünyası'nın yaratmak istediği deneyime göre tasarlanmıştır. Oturma düzeni, servis, iç mekânda kullanılacak olan renkler, ışık vb. özelliklerin tasarımı belli bir amaca göre oluşturulmuştur. Örneğin, self-servisin olmadığı mekânlardaki oturma ve servis düzeni bu yapıya göre tasarlanmıştır. Bu temelde Kahve Dünyası üç mekân konsepti tasarlamıştır: Klasik mağaza, corner ve metro kiosk'dur (Foto 4). “Üç farklı mağaza türü bulunmasındaki amaç, mağazaya ulaşamayan daha fazla tüketiciye ulaşabilmektir” (Kurtuldu, 2016: 48). Kahve Dünyası bu üç mekân tasarımı ile birlikte lokasyon seçimi yapmakta ve *erişilebilirliği* kolaylaştırmaya çalışmaktadır. Kahve Dünyası'nın bu üç mekân tasarımının yanında yeni tasarlanan diğer mekân konsepti fabrika konseptli mağazadır (Foto 5). Fabrika konseptli mekân tasarımının amacı “müşterilerin kahve içerken aynı zamanda üretimi de izleyebilmeleridir.” (Yıldız, 2017). Diğer bir ifadeyle, Kahve Dünyası yeni mekânda yeni deneyimler sunmayı hedeflemektedir. Böylece Kahve Dünyası deneyimi sadece ürün ile değil aynı zamanda mekân ile sağlamaktadır. Hatta burada mekân çok daha ön planda yer almaktadır.



**Foto 4:** Kahve Dünyası mağaza konseptleri

Kaynak: Yeni İş Fikirleri, 2018; Damak Tadı, 2018

Üçüncü yerlerin diğer bir özelliği olan *neşeli bir ruh haline sahip olma* niteliği, Kahve Dünyası'nda farklı yorumlanabilir. Çünkü üçüncü yerler ciddi konuların konuşulmadığı daha eğlenceli bir ruh haline sahip alanlar olarak tanımlanmaktadır. Ancak günümüzde iş görüşmelerinin, çalışma raporlarının hazırlandığı alanlar olarak da kahve evleri tercih edilmektedir. Bu açıdan bakıldığında hem Kahve Dünyası hem de Starbucks neşeli bir ruh

haline sahip alanlar olmalarının yanında çalışma hayatının da paylaşıldığı ve hatta yürütüldüğü mekânlardır. Bu bağlamda düşünüldüğünde Kahve Dünyası ve Starbucks gibi alanlarda yaşamın bütününe kapsaması açısından üçüncü yer olma özelliğinin vurgulandığı söylenebilir. Bu nedenle çalışma ve sosyalleşme zamanları ve mekânları arasındaki ayrımında günümüzün üçüncü yerlerinde belirsizleştiği ifade edilebilir.



**Foto 5:** Kahve Dünyası Veli Efendi Fabrika Konsepti  
Kaynak: Planlux, 2018

Özetlemek gerekirse, Kahve Dünyası Türk kahvesi ve ikram kültürüne yönelik bir deneyim sunması, mekân tasarımı, hizmet özelliklerinin farklılaşması (masaya servis, ürün yanında ikramlar vb.) gibi özelliklerle birlikte Starbucks'ın yaratmış/tasarlamış olduğu deneyimden farklı bir deneyim ve üçüncü yer yaratmaktadır. Bu nedenle yerel bir ürünün yarattığı deneyim kendi bağlamı içerisinde farklı bir önem taşımaktadır. İnsanların bir misafir anlayışıyla ağırlandık istenmesi, masaya servis ve ikram kültürünün yarattığı atmosfer yani *evden uzakta evde olma duygusu* verebilmesi ancak yerel bağlamda yaratılan mekânın üçüncü yer olma özelliğini ortaya çıkarmaktadır. O halde, ilk inceleme göstermektedir ki, mekansallaşma – mekân tasarımı – deneyim üçlüsünün ilişkiselleşmesinde ürünün de belirleyici bir rolü vardır. Türk kahvesi gibi yerel bir ürün, Türk kültürü (misafir olarak ağırlamak vb.) üzerine bir deneyimle ilişkilendirirken, mekansallaşmasını da buna göre belirleyebilmektedir. Bunun açık göstergesi, Starbucks bir çalışma alanı olarak da kullanılabilir ve beyaz yakalılarla doğrudan göstergesel bir bağ kurmuş bir mekân tasarlayabilirken, Kahve Dünyası'nın mekansallaşmasının farklılaşmış olmasıdır. Bu temelde yerel olana gömülü olan üçüncü yerlerin nasıl bir atmosfer yarattığı başka bir çalışmanın araştırma problemini oluşturmaktadır.

## Sonuç

Deneyim mekânlarının yaratılması ve üçüncü yer kavramsallaştırmasını Starbucks ve Kahve Dünyası üzerinden inceleyen bu çalışmadan elde edilen bulgular araştırmanın giriş bölümünde ortaya konulan üç temel argümana dair önemli sonuçlar içermektedir. Bu sonuçlara göre, ilk argüman olarak ortaya konulan deneyim sürecinin yaratılmasının temelde üretici/arz tarafından olduğu tezi iki kahve mağazası örneğinde de doğrulanmaktadır. Buna göre, deneyim ekonomisini yaratmada tüketiciden ziyade üretici daha temel bir aktördür, çünkü üreticinin tasarladığı deneyim tüketici tarafından yaşanmaktadır. İkinci olarak, deneyim ekonomisinin yaratılmasında üründen ziyade mekânın esas olduğu argümanını her iki örnek

de farklı ölçeklerde ortaya koymaktadır. Buna göre deneyimi yaratan ürün değil mekândır, çünkü deneyim mekânla birlikte yaşanan bir edimdir. Son olarak, deneyim ekonomisinin “kaçış alanı” olarak tanımladığı deneyim mekânlarını Oldenburg’un “üçüncü yer” kavramıyla açıklamanın mümkün olduğu tezi, belli ölçüde çalışmakla birlikte ciddi revizyona ihtiyacı vardır. Gerçekten de günümüzde “üçüncü yer”leri oluşturan özelliklerin bazıları değişen toplumsal koşullar ve teknolojik gelişmeler (özellikle internet, akıllı cep telefonları ve sosyal ağlar) nedeniyle bazı açılardan dönüşüme uğramış ve bu bağlamda Oldenburg’un üçüncü yer kavramı özellikle çağdaş mekânların veya bilgi-iletişim teknolojilerinin yaygın kullanıldığı yerlerin tanımlanmasında yetersiz kalmaktadır. Bu doğrultuda bu çalışmanın bulguları Oldenburg’un üçüncü yer kavramının yeni nesillerin ihtiyaçlarına göre revize edilmesi gerektiğini ileri süren Crick (2011) ve Memarovic vd. (2014)’in bulguları ile uyumluluk göstermekte ve onları desteklemektedir.

Üçüncü yer kavramına ilişkin diğer bir açılım ise coğrafyanın temel konusu olan “yer” kavramıyla ilişki kurulmasıdır. Çünkü üçüncü yer kavramının teorik temellerini Tuan (1974, 1977), Relph (1976) ve Seamon (1979) gibi “yer” kavramı üzerine düşünen ve “yer”in insan yaşamındaki rolü ve anlamı üzerine çalışan hümanist coğrafyacılar atmış olmakla birlikte, kavramın kendisi sosyolog olan Oldenburg (1989) tarafından ortaya atılmıştır. Üçüncü yer kavramını inceleyen araştırmalar hümanist coğrafyacıların attığı bu temelleri ve üçüncü yerin coğrafyacıların yer kavramıyla olan yakın ilgisini kabul etmekte birlikte (Laing ve Royle, 2013) Oldenburg yer kavramına farklı açılardan özellikle de daha fonksiyonalist ve pragmatik bakımdan yaklaşmıştır. Ancak Oldenburg’un yer kavramı birçok bakımdan Tuan, Relph ve Seamon’ın yer kavramıyla bağlantılıdır, temelde fenomenolojik bir yaklaşıma sahiptir ve bir “mekân”ın (space) “yer”e (place) dönüşme sürecinde sahip olduğu, olması gereken nitelikleri içerir. Örneğin bir yerde etkileşimin/konuşmanın olması, insanların düzenli olarak orada bir araya gelmesi, onu bilmesi/tanımaması, ona değer vermesi/katması, birliktelik duygusunun olması, o yerin döngüsel alışkanlıklarla ve rutinlerle deneyimlenmesi, sosyal bir sermayenin oluşması, destekleyici bir fiziksel ortama sahip olması gibi niteliklerdir. Ancak buradaki yer kavramının gerek hümanist coğrafyacılar Tuan, Relph ve Seamon’ın tanımladığı anlamda gerekse Creswell (2004) ve Massey (1997) gibi politik ekonomi geleneğinden gelen coğrafyacıların tanımladığı anlamda ne denli “yer” olduğu meselesi oldukça tartışmalıdır. Zira “mekan”ın “yer”e dönüşmesinde “deneyim” (kullanılma ve yaşanılma yoluyla) merkezi öneme sahip olmakla birlikte sözkonusu kahve mekanlarındaki deneyim, somut, hissedilen, düşünsellik ve yaşantısallık içeren bir “yer” gibi değil, daha çok iç mekanın ticari reklam ve tasarım araçlarıyla bezeli soyut bir “mekan” tasarımının deneyimlemesinden oluşmaktadır. Bu bağlamda üçüncü yerlerin coğrafi anlamda yer mi olduğu yoksa esasında mekân mı olduğu konusu çok önemli bir husus olmakla birlikte, bu çalışmanın kapsamının ötesinde yeni bir araştırmanın konusu olmayı hak eden bir meseledir.

Makalenin konusu olan deneyim ekonomisi ve üçüncü yer kavramı bağlamında tüketim olgusunu değerlendirdiğimizde, tüketimin deneyimsel hale gelmesi kaçınılmaz bir süreç olarak karşımızda durmaktadır. Tüketimin gerçek anlamından uzaklaşarak daha soyut, duygusal ve deneyimsel bir hal almasıyla birlikte tüketilen ürünün önemi git gide ikinci planda kalmaktadır. Artık deneyimin kendisi ürün haline gelmektedir. Bugün birçok farklı

mecraya baktığımızda (reklamlar, ürünler, alışveriş merkezleri, kafeler, oyun parkları vb.) esas vurgunun deneysel ve göstergesel olana doğru olduğu görülmektedir. Burada deneysel yönün üretici tarafından mı yoksa tüketicinin isteği tarafından mı ortaya çıkartıldığı önemlidir. Bugün birçok deneyim alanı üretici (yönetici, kurucu) tarafından tasarlanmakta ve tasarlanan bu mekânı tüketici deneyimlemektedir. Bu ilişkiden ortaya çıkan deneyim tüketicinin isteğine ve davranışına göre yeniden şekillenmektedir. Bu şekillenme ve yeniden-şekillenme sürecinde 'katı olan her şeyin buharlaşması'na benzer biçimde 'ürün buharlaşmakta' ve deneyimle iç içe geçmiş mekânsallaşma tek somut gösterge olarak geriye kalmaktadır. Diğer bir deyişle, yüzer-gezer göstergelerin tek somut zemini mekânın kendisidir. Starbucks ve Kahve Dünyası örneklerinde mekânın tasarımı oldukça baskın ve temel bir faktör olarak karşımıza çıkmaktadır. O nedenle günümüzde üçüncü yer olarak adlandırabileceğimiz kahve mağazalarının temel özelliği "yer" olmalarından daha ziyade "mekân" olarak karşımıza çıkmaktadır. Ancak bu mekân Oldenburg'un tanımladığı gibi "yer" ya da "yaşantısal mekân" olmanın aksine "tasarlanan" bir mekândır. Gerek Starbucks'ın gerekse Kahve Dünyası'nın taşıdığı özellikler üçüncü yerin özellikleriyle benzerlikler taşımakla birlikte, karşılaştırıldığında birebir karşılık bulması giderek zorlaşmaktadır. Bu nedenle yer yerine mekân buradaki olguyu daha iyi şekilde tanımlamaktadır.

Starbucks'ın deneyim yaratmadaki tarihselliğine baktığımızda temel aktörün Starbucks'ın kurucusu olduğunu görmekteyiz. Bir ürün olarak kahve söz konusu olduğunda, Starbucks'ın insanların tasavvur etmediği, daha önce deneyimlemediği, bazı yerlerde alışkanlığına sahip olunmayan bir deneyim mekânı yarattığı görülmektedir. İnsanların Starbucks'ı deneyimlemesi, sevmesi, kendini ait ya da farklı hissetmesi temelinde bir 'Starbucks deneyimi' ortaya çıkmaktadır. Böylece deneyim tasarlanmış, zamanla şekillendirilmiş ve sonunda her bir tüketicinin bireysel deneyimi haline gelmiştir. Starbucks deneyimi, ürünle iç içe geçmiş bütünsel bir mekân deneyimidir.

Kahve Dünyası ise 'kahve deneyimi'ni kendi yerelliğine uygun olarak dönüştürerek farklı bir deneyim ortaya koymaktadır. Bu deneyim daha yerel ve kendi özellikleri çerçevesi (hizmet anlayışı, mekân tasarımı ve yerel kahve) içinde kalmasına rağmen, yaratmak istediği Starbucks ile benzer bir deneyimdir. Ancak ürünün yerelliği, bu yerelliğin kültürel göstergeler ile kendiliğinden bağlantı kurmasına ve nihayetinde de bir farklılaşmaya neden olmaktadır. Deneyim, üretici-tüketici, üretici-üretici ilişkisi içerisinde gerçekleşirken, özellikle üretici-tüketici bağlamı yerel kültürel göstergeler ile dolaylanmaktadır. Bu da deneyim ekonomisinde halen bağlamsal olarak ürünün kendi başına oluşturduğu göstergeler ağıının da dikkate alınması gerektiğine işaret etmektedir.

Son olarak, Starbucks gibi deneyim yaratan kahve mekânları özelde farklılaşsa bile genel olarak aynı deneyimi oluşturmaya çabalamaktadırlar. Oysa bugün başka kafe örneklerinde olduğu gibi daha farklı deneyimlere sahip tasarlanmış mekânlar da (hapishane konseptli kafeler, ölüm kafe vb.) görmekteyiz. Buradaki sorun ya da temel ayrım Oldenburg'un tanımlaması olan üçüncü yer kavramıyla mekânların ne kadar ilişki kurduğu ile ilgilidir. Oldenburg'un kavramsallaştırmasındaki üçüncü yerin özelliklerini düşündüğümüzde mekân özellikleriyle birlikte yaşantısal bir mekânı öne çıkarmaktadır. Bu yaşantısal mekân sade, gösterişsiz bir yapıyla birlikte coğrafi ve toplumsal mesafenin olmadığı bir mekân olma

özelliğine vurgu yapmaktadır. Oldenburg'un üçüncü yer tanımlamasındaki "yaşamsal" olma vurgusu bugün birçok mekânda kullanılmasına rağmen, yaşamsallık bulunulan kültüre, bağlama gömülü olduğu için bahsedilen mekanlar değişiklik göstermektedir. Starbucks gibi küresel ve standart deneyim sunmaya odaklı bir mekânda bile yaşamsal olan bireye ve tasarlanan mekâna göre değişmektedir. Dolayısıyla bu alanlara "yer" değil, "mekân", "tasarlanan mekan" ya da "üçüncü mekan" denilmesinin daha doğru ve uygun olacağı düşünülmektedir. Bu bağlamda bir sonraki araştırmanın konusu özellikle Türkiye örneğinde "üçüncü mekân"ların hangi özellikler taşıdığına ve bu özelliklerin bağlamsal açıdan gömülü olup olmadığına odaklanmak olmalıdır.

### Kaynakça

- Alaz, Ö. (2013, 9 Nisan). *Senin Starbucks hikayen nedir?* Erişim: 7 Mayıs 2017, <https://www.facebook.com/StarbucksTurkiye>
- Alemdar Yeniçeri, M. (2012). Duygusal pazarlamada değer yıldızı modeli beyaz eşya tv reklam mesajları üzerine bir inceleme. *Ege Üniversitesi İletişim Fakültesi*, 208-245
- Başar, B. ve Hassan, A. T. (2015). Kültür ve sanat faaliyetlerinde deneyimsel pazarlamanın müşteri sadakatine etkisinin incelenmesi. *Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 2 (4),77-98
- Batı, U. (2017). *Markethink ya da farkethink*. İstanbul: Kitap Kulübü.
- Baudillard, J. (2008). *Tüketim toplumu*. (3. Baskı). İstanbul: Ayrıntı.
- Bell, D. (1973). *The coming of post-industrial society*. New York: Basic Books.
- Berman, M. (2014). *Katı olan her şey buharlaşıyor*. (U. Altuğ ve B. Peker, çev.). İstanbul: İletişim
- Bookman, S. (2014). Brands and urban life: Specialty coffee, consumers, and the cocreation of urban café sociality. *Space and Culture*, 17 (1), 85-99.
- Broadway, M., Legg, R. Ve Broadway, J. (2018). Coffehouses and the art of social engagement:An analysis of Portland coffehouses. *Geographical Review*, 108 (3), 433-456.
- Cansız, M., Kurnaz, Z. ve Yavan, N. (2018). Girişimcilik ekosisteminde Türkiye için yeni bir araç: Bölgesel yenilik merkezleri/ağları, *Verimlilik Dergisi*, 2018/4, 7-69.
- Cook, I. ve Crang, P. (2016). Consumption and its geographies. P. Daniels, M. Bradshaw, D. Shaw, J. Sidaway ve T. Hall (Eds), *An Introduction to human geography* içinde (s. 379-396). (5. Baskı). New York: Pearson.
- Cheang, M. (2002). Older adults' frequent visits to a fast-food restaurant: Nonobligatory social interaction and the significance of play in a "third place". *Journal of Aging Studies*, 16(3), 303-321.
- Cresswell, T. (2004). *Place: A short introduction*. Oxford: Blackwell
- Crick, Anne P. (2011). Rethinking Oldenburg: Third places and generation y in a developing country context, *International CHRIE Conference-Refereed Track*. 7. Erişim: 2 Aralık 2018, [http://scholarworks.umass.edu/refereed/ICHRIE\\_2011/Friday/7](http://scholarworks.umass.edu/refereed/ICHRIE_2011/Friday/7)
- Çakı, F. ve Kızıltepe, B. (2017) Üçüncü yerler olarak kafeler ve gençlik: Balıkesir örnek olay incelemesi. *Akademik İncelemeler Dergisi*, 12(1), 173-202.
- Damak Tadı (2018). Kahve Dünyası metroda. Erişim: 26 Ağustos 2018, <http://damak-tad.blogspot.com/2011/03/kahve-dunyas-metroda.html>.
- Deligöz, K. ve Ünal, S. (2017). Deneyimsel pazarlama uygulamalarının marka tercihi üzerindeki etkisini belirlemeye yönelik bir araştırma (Kahve Dünyası ve Starbucks örneği). *Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 31 (1), 135-156.

- Demir, G. (2017). Oldenburg'un üçüncü mekân paradigması bağlamında kütüphane mekânının sorgulanması. *Bilgi Dünyası*, 18(2), 195-223.
- Ekici, N. (2012). *Deneyimsel pazarlama ve seyahat deneyimi: Türk Hava Yolları örneği* (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Karamanoğlu Mehmet Bey Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Karaman.
- Ekşi Sözlük (2006). *Kahve Dünyası*. Erişim: 30.11.2018, <https://eksisozluk.com/kahve-dunyasi--1065514?p=1>
- Florida, R. (2002). *The rise of the creative class*. New York: Basic Books.
- Gibbs, D. ve Holloway, L. (2018). From experience economy to experience landscape: The example of UK trail centres. *Area*, 50, 248–255.
- Gibson, C. (2012). Cultural economy: Achievements, divergences, future prospects. *Geographical Research*, 50(3), 282-290.
- Gökdağ, R. (2018). *Starbucks bardakları noel savaşı başlattı*. Erişim: 21 Ağustos 2018, <http://www.kahvve.com/starbucks-bardaklari-abdde-olay-oldu-23651/>
- Guex, D. ve Crevoisier, O. (2015). A comprehensive socio-economic model of the experience economy. A. Lorentzen, K. T. Larsen ve L. Schröder (Eds) *Spatial Dynamics in the Experience Economy* içinde, (s.119-138). Oxford: Routledge.
- Güney, H. ve Karakadılar, İ.S. (2015). Starbucks firmasının deneyimsel pazarlama uygulamalarının incelenmesi. *İşletme İktisadi Enstitüsü Yönetim Dergisi*, 26 (79), 131-155
- Hayes, D. ve Mcleod, N. (2007). Packaging places: Designing heritage trails using an experience economy perspective to maximize visitor engagement. *Journal of Vacation Marketing*, 13 (1), 45–58.
- Hubard, P. (2009). Consumption. D. Gregory, R. Johnston, G. Pratt, M. Watts ve S. Whatmore (Eds.). *The Dictionary of Human Geography* içinde (s. 108-110) (5. Baskı). Oxford: Wiley-Blackwell.
- Iyaşpark AVM (2018). *Kahve Dünyası*. Erişim: 6 Kasım 2018, [https://www.iyasparkavm.com/kahve-dunyasi-iyaspark-avmde/dsc\\_4780/](https://www.iyasparkavm.com/kahve-dunyasi-iyaspark-avmde/dsc_4780/)
- Kahve Dünyası (2018). *Hakkımızda*. Erişim: 21 Ağustos 2018, <https://www.kahvedunyasi.com/kesfet/>
- Kaptan, Y. (2013). Üçü bir arada: Melez bir mekânın kuruluşu ve Starbucks üzerine gözlemler. *Kültür ve İletişim*, 16 (2), 73-96.
- Kara, M. ve Çiçek, B. (2015). Deneyimsel pazarlama ve satın alma karar sürecine etkisi: termal turizm sektöründe bir uygulama. *Gümüşhane Üniversitesi Sosyal Bilimler Elektronik Dergisi*, (13), 177-200.
- Karadayı Tümer, E. ve Koçak Alan, A. (2014). Deneyimsel pazarlama: Pazarlamadaki artan önemi. *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 6 (1), 203-2017.
- Kaygalak, İ. (2011). *Türkiye'de sanayi kümelenmesi: Uşak örneği* (Yayımlanmamış Doktora Tezi). Ege Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İzmir.
- Kaygalak, İ. (2013). Türkiye sanayi coğrafyasında endüstriyel kümelenme ve bölgesel yoğunlaşma eğilimi. *Beşeri Coğrafya Dergisi*, 1(1), 67-81.
- Kaygalak, İ. (2017). İnovasyon coğrafyasında üniversitelerin rolünü analiz etmeye dönük bir yöntem önerisi. *Türk Coğrafya Dergisi*, (69), 19-25.
- Kırcova, İ. ve Erdoğan, H.H. (2017). Müze deneyimi boyutları: İstanbul oyuncak müzesi örneği. *Uluslararası İktisadi ve İdari İncelemeler Dergisi*, 16.UİK Özel Sayısı, 649-664
- Kurtuldu, G. (2016). "Starbucks" iş modeli ve globalleşme sürecine kıyasla bir iş modeli olarak "Kahve Dünyası"nın gelişimi ve globalleşmesi. *Kırklareli Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 5 (2), 33-55.

- Küçükşarap, B. ve Sayimer, İ. (2016). Deneyimsel pazarlama aracı olarak artırılmış gerçeklik: Türkiye'deki marka deneyimlerinin etkileri üzerine bir araştırma. *İstanbul Üniversitesi İşletme Fakültesi Dergisi*, (50), 73-95.
- Laing, A. ve Royle, J. (2013). Examining chain bookshops in the context of "third place". *International Journal of Retail & Distribution Management*, 41(1), 27-44.
- Lefebvre, H. (2013). *Modern dünyada gündelik hayat*. (I. Gürbüz, çev.). İstanbul: Metis
- Lefebvre, H. (2014). *Mekânın üretimi*. (I. Ergüden, çev.). İstanbul: Sel
- Lorentzen, A. ve Hansen, C. J. (2009). The role and transformation of the city in the experience economy: Identifying and exploring research challenges. *European Planning Studies*, 17 (6), 817-827
- Lorentzen, A. ve Jeannerat, H. (2013). Urban and regional studies in the experience economy: What kind of turn?. *European urban and regional studies*, 20(4), 363-369.
- Lorentzen, A. (2009). Cities in the experience economy. *European Planning Studies*, 17 (6), 829-845.
- Lorentzen, A. Larsen, K. T. ve Schröder, L. (Eds) (2015) *Spatial Dynamics in the Experience Economy*. Oxford: Routledge.
- Mansvelt, J. (2005). *Geographies of consumption*. London: Sage.
- Massey, D. (1997) A global sense of place. T. Barnes ve D. Gregory (Eds.), *Reading Human Geography* içinde (s.315-323). London: Arnold.
- Memarovic, N., Fels, S., Anacleto, J., Calderon, R., Gobbo, F. ve Carroll, J. M. (2014). Rethinking third places: Contemporary design with technology. *The Journal of Community Informatics*, 10(3), 1-16.
- Miles, S. (2010). *Spaces for consumption*. London: Sage.
- NTV (2018, 17 Nisan). *Starbucks 8 bin mağazasını personeline ayırmacılık eğitimi vermek için kapatacak*. Erişim: 18 Ağustos 2018, [https://www.ntv.com.tr/galeri/dunya/starbucks-8-bin-magazasini-personeline-ayirmacilik-egitimi-vermek-icin-kapatacak,hzL4bxxCG0qbhauz5C8C-Q?\\_ref=infinite](https://www.ntv.com.tr/galeri/dunya/starbucks-8-bin-magazasini-personeline-ayirmacilik-egitimi-vermek-icin-kapatacak,hzL4bxxCG0qbhauz5C8C-Q?_ref=infinite)
- Oldenburg, R. (1989). *The great good place*. Cambridge: De Capo Press.
- Oral, S ve Yetim Çelik, A. (2014). Deneyimsel değer, tüketici tatmini ve tüketici sadakati arasındaki ilişkinin belirlenmesine yönelik bir araştırma. *Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 16 (3), 469-497.
- Önen, V. (2016). Deneyimsel pazarlama ve özel okul hizmetlerinde bir uygulaması. *International Journal of Academic Value Studies*, 2 (5), 1-10.
- Pine, B.J. ve Gillmore, J.H. (1998). Welcome to the experience economy. *Harvard Business Review*, July-August, 97-10.
- Pine, B.J. ve Gillmore, J.H. (2011). *Deneyim ekonomisi*. (L. Cinemre, çev.). İstanbul: Optimist.
- Planlux (2018). *Kahve Dünyası veli efendi fabrika*. Erişim: 26 Ağustos 2018, <http://www.planlux.net/portfolios/kahve-dunyasi-veliefendi-fabrika/>
- Relph, E.C. (1976). *Place and placelessness*. London: Pion.
- Ritchey, D. (2018). *The first Starbucks in Seattle*. Erişim: 18 Ağustos 2018, <https://pl.pinterest.com/pin/68891069274280708/visual-search/?x=16&y=13&w=530&h=412>
- Roll, M. (2017). *Starbucks'in başarı sırrı*. Erişim: 20 Ağustos 2018, <http://www.thebrandage.com/starbucksin-basari-sirri-693>.
- Rosenbaum, M. (2006). Exploring the social supportive role of third places in consumers' lives. *Journal of Service Research*, 9(1), 59-72.

- Routledge, P. (2009). Third space. D. Gregory, R. Johnston, G. Pratt, M. J. Watts ve S. Whatmore (Eds), *The Dictionary of Human Geography* içinde (s. 753-754). (5. Baskı). Oxford: Blackwell.
- Schmitt, B. (1999). Experiential marketing. *Journal of Marketing Management*, 15(1-3), 53-67.
- Schultz, H. ve Gordon, J.( 2011). *Onward (İleri)*. (P. Şengözer, çev.). İstanbul:Optimist.
- Scott, A.J. (2000). *The cultural economy of cities*. London:Sage
- Seamon, D. (1979). *A geography of the lifeworld*. New York: St. Martin's.
- Smidt-Jensen, S., Skytt, C.B. ve Winther, L. (2009). The geography of the experience economy in denmark: employment change and location dynamics in attendance-based experience industries. *European Planning Studies*,17 (6), 847-862.
- Soja, E. W. (1996). *Thirdspace 'journeys to Los Angeles and other realand imagined places*. Cambridge:Blackwell.
- Sorensen, F., Fuglsang, L.ve Sundbo, J. (2010). Experience economy, creative class and business development in small Danish towns. *Urban Research &Practice*, 3(2), 177-202
- Starbucks (2018). *Mağaza tasarımı*. Erişim: 21 Ağustos 2018, <http://www.starbucks.com.tr/coffeehouse/store-design/>
- Starbucks Facebook (2017). *Burası benim Starbucksım dediğiniz, kendinizi evinizde gibi rahat hissettiğiniz Starbucks hangisi?* Erişim: 7 Ağustos 2017, <https://www.facebook.com/StarbucksTurkiye>.
- Steinkuehler, C. A. ve Williams, D. (2006). Where everybody knows your (screen) name: Online games as "third places". *Journal of Computer-Mediated Communication*, 11(4), 885-909.
- Şuekinçi, E. (2018). *İtalya'daki ilk Starbucks mağazası açıldı*. Erişim: 5 Eylül 2018, <http://www.all.com.tr/italyadaki-ilk-starbucks-magazasi-acildi-40175#popup>
- Therkildsen, H. P., Hansen, C.J. ve Lorentzen, A. (2009). The experience economy and the transformation of urban governance and planning. *European Planning Studies*, 17 (6), 925-941
- Toffler, A. (1970). *Future shock*. New York: Bantam.
- Tuan, Y. F. (1974). Space and place: Humanistic perspective. *Progress in Geography*, 6, 211-252.
- Tuan, Y. F. (1977). *Space and place: The perspective of experience*. London: Edward Arnold.
- Uygun, M. (2016). Tüketicilerin Alışveriş Merkezi Deneyimlerinin Üçüncü Mekân Kuramı Çerçevesinde İncelenmesi. *Aksaray Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 8(2), 122-143.
- Uygun, M. ve Akın, E. (2012). Markaların "işlevsel, sembolik ve deneyimsel" yararlarına ilişkin tüketici değerlendirmelerinin incelenmesi. *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 12 (2), 107-122
- Veblen, T. (2015). *Aylak sınıfın teorisi 'kurumların iktisadi incelemesi'*. (E. Kırmızıaltın ve H. Bilir, çev.). İstanbul: Heretik
- Yavan, N. (2006). *Türkiye'de doğrudan yabancı yatırımların lokasyon seçimi*. İstanbul: İktisadi Araştırmalar Vakfı Yayınları.
- Yavan, N. (2010). The location choice of foreign direct investment within Turkey: An empirical analysis. *European Planning Studies*, 18, (10), 1675-1705.
- Yavan, N. (2011). *Teşviklerin sektörel ve bölgesel analizi: Türkiye örneği*. Ankara: Maliye Hesap Uzmanları Vakfı Yayınları.
- Yavan, N. (2012). Türkiye'de yatırım teşviklerinin bölgesel belirleyicileri: Mekânsal ve istatistiksel bir analiz. *Coğrafi Bilimler Dergisi*, 10 (1), 9-37.



- 
- Yavan, N. (2013). Küresel kriz sonrası bölgesel kalkınma politikalarında yeni yaklaşımlar: Dünya Bankası, Avrupa Birliği ve OECD'nin yaklaşımları. A. Demirci ve Yılmaz, A. (Eds) *Coğrafyacılar Derneği Yıllık Kongresi Bildiriler Kitabı* içinde (s.520-534). Balıkesir: Coğrafyacılar Derneği Yayınları.
- Yeni İş Fikirleri (2018). *Kahve Dünyası bayilik şartları*. Erişim: 26 Ağustos 2018, <http://www.yeniisfikirleri.net/kahve-dunyasi-bayilik-sartlari/>
- Yıldız, A. (2017). Yeni nesil Kahve Dünyası. *Fortune*. Erişim: 26 Ağustos 2018, <http://www.fortuneturkey.com/yeni-nesil-kahve-dunyasi-49703>
- Young, S. (2017, 3 Temmuz). Is this their most beautiful store yet? *Independent Newspaper*. Erişim: 13 Ağustos 2018, <https://www.independent.co.uk/life-style/starbuck-kyoto-coffee-cafe-kyoto-teahouse-japan-machiya-garden-tatami-100-years-old-a7820476.html>
-

# PHILOSOPHY

# Bir İdeal Olarak Don Juan Baştan Çıkarıcının Duyumsal-Müzikali

## Don Juan as an Ideal Senseous-Musical of the Seducer

Senem KURTAR\*

Öz

Don Juan pek çoğumuzun oldukça iyi bildiği bir efsanedir. Bu efsanenin herkesçe bilinen sıradan yorumu Don Juan'ın genç kızları evlenme vaadiyle kandıran bir şehvet düşkünü ya da ahlaksız biri olduğudur. Bu efsaneleşmiş yaklaşımın yalan yanlış tüm tarihsel içeriğini bir kenara bırakarak onun tinsel özüne odaklanan modern düşünür Kierkegaard olur. Kierkegaard'a göre Don Juan, iki temel sunumu arasındaki fark bağlamında düşünülmelidir. Bunlar: Moliere'in komedi tarzındaki Don Juan'ı ve Mozart'ın ünlü Don Giovanni operasıdır. Bunlardan ilkinde Don Juan klasik mitte olduğu gibi bir şehvet düşkünü olarak anlatılır ve alaya alınır. İkincisinde ise müziğin arı ve doğrudan tininde Don Juan asıl mizacına ulaşır. Kierkegaard için bu mizaç, duyumsallığın en aşkın biçimi ya da idealidir. Dahası, bu ideal, yaşamın estetik idealidir.

**Anahtar Kelimeler:** Don Juan, Duyumsal-Müzikal, Reflektif Baştan Çıkarıcı, Doğrudan/Duyusal Baştan Çıkarıcı, Estetik İdeal.

Abstract

Don Juan is a myth that many of us know very well. The common interpretation of this myth is that Don Juan is a lecherous or indecent man who deceived young girls with the promise of marriage. Kierkegaard is the modern thinker who focuses on its spiritual essence, leaving aside the entire false historical content of this mythical approach. According to Kierkegaard, Don Juan should be considered in the context of the difference between his two main presentations. These are the comedy Don Juan and Mozart's famous opera Don Giovanni. In the first of these, Don Juan is described as a lecherous like in the classical myth and is ridiculed. In the second, Don Juan reaches his original character in the pure and direct spirit of music. For Kierkegaard, this character is the most transcendent form or ideal of sensuality. Moreover, this ideal is the aesthetic ideal of life.

**Key Words:** Don Juan, Sensuous-Musical, Reflective Seducer, Immediate/Sensual Seducer, Aesthetic Ideal.

Giriş

Don Juan, geleneksel ve ahlaki normlara, muhafazakârlığa meydan okuyan bir kahraman mı, şeytani kurnazlıklarla bencilce kendi zevkleri için başkalarını aldatan ve onlara yalan vaatlerde bulunarak acı çektiren bir sadist mi? Tarihsel bir şahsiyet mi yoksa efsaneleşmiş bir karakter mi? Baştan çıkarıcı olarak Don Juan, tüm bu klasik ikiliklerden çok daha radikal anlamda sorarsak yalan yanlış yorumlanan bir mit değil de erotik olana özgü estetik bir ideal olarak Don Juan, nasıl anlaşılabilir? Yani onu baştan çıkarmanın ideal temsili olarak nasıl karakterize etmeliyiz? Danimarkalı filozof, Kopenhaglı Sokrates olarak da bilinen Soren Kierkegaard, Don Juan mitini bir düşünme biçimi ve yaşama idealine dönüştürürken tüm bu soruları göz önünde bulundurduğu radikal bir yerden başlar. Bu radikal dönüm noktası Kierkegaard'ın çağının felsefe yapma geleneğine meydan okuyarak felsefi düşünüş için öncelikle duyusallığın en arı, en yoğun biçiminin ve ardından imanın toprağında yer açma çabasıdır. Kierkegaard'ın rasyonel ve bilimsel felsefe geleneği olarak adlandırdığı klasik düşünme biçimine karşı çıkışında Don Juan'a yönelik eleştirel ve yaratıcı çözümlenmesinin rolü büyüktür. Don Juan onun için tüm şeytani ya da en sonunda arınmayı, inzivaya çekilmeyi hak eden birinin ahlaki ya da dinsel olarak şekillenen mitik gerçekliği değil; düşünmenin duyusal olanın *patetik* yani tutkulu aşırılığında aklın sınırlarını parçalayarak asıl yeri yurdu olan derinliklere doğru yol almasının ideal karakteridir. Burada, Kierkegaard'ın Moliere'in komik tarzda sunulan Don Juan'ı ile Mozart'ın operası Don Giovanni arasında gördüğü tezatlıktan ya da kökensel ayırmadan hareketle klasik, geleneksel Don Juan mitine karşı ortaya koyduğu düşüncelerini özellikle *baştan çıkarıcı olma* biçimlerinin farklılığında irdeleyerek tartışacağım. Tartışmanın asıl odağı,

\* Doç. Dr. Ankara Üniversitesi Dil ve Tarih-Coğrafya Fakültesi Felsefe Bölümü, skurtar@ankara.edu.tr.

Kierkegaard'da baştan çıkarıcının estetikliğinde insan varoluşunun yaşama idealinin Don Juan olarak karakterize edildiğidir.

Rivayete göre, Don Juan mitinin ilk yazarı "Tirso de Molina olarak anılan ancak asıl kimliğinin İspanyol rahip Gabriel de Tellez olduğu iddia edilen şahsiyettir. On yedinci yüzyılın başlarında *El Burlador de Sevilla y convidado de piedra* adıyla kaleme alınan bu ilk metin Kierkegaard'ın esas aldığı Moliere'in Don Juan'ı ya da Mozart'ın Don Giovanni'siyle kıyaslandığında son derece ciddi ve dramatik" bir üslup ve içeriğe sahip olmakla birlikte evrensel bir ruha da sahiptir (Grimsley, 1954, s.317). Kierkegaard neden bu ilk metni esas almadığına dair herhangi bir gerekçe sunmadığı gibi bu metinden haberdar olduğunu belirtmek maksadıyla yalnızca kısa tarihsel bir bilgilendirme yapar ve meseleyi bu şekilde bertaraf eder. Ancak o asıl sorununun ne olduğunu da açıkça belirterek, tatmin edici olsun ya da olmasın bu tarihsel sunumları neden dikkate almadığını da bir anlamda gerekçelendirir:

Don Juan fikrinin ne zaman ortaya çıktığı bilinmiyor. Bildiğimiz tek şey Don Juan fikrinin Hıristiyanlığa, dolayısıyla da Ortaçağa ait olduğu. Eğer bu fikrin izi insan bilincinde tarihin bu dönemine doğru bir kesinlik içinde sürüleliyorsa, o halde bu fikrin manevi doğasının göz önünde bulundurulması konuyla ilgili tüm şüpheleri giderecektir (Kierkegaard, 2015, s.60).

Bu açıklamadan da anlaşıldığı üzere filozofumuzun amacı tarihsel olguların kesinliğini analiz etmek değil, meselenin manevi ya da tinsel özüne ulaşmaktır. Bu amaçla, pek çok metninde olduğu gibi *Baştan Çıkarıcının Günlüğü*'nde de bulunan *pseudo* yazar ya da anlatıcı karakteri, buradaki adıyla Johannes'ı (aslında Johannes, Juan ya da Giovanni'dir) yaratırken Goethe'nin Faust karakterini de göz önünde bulundurarak Don Juan'ın mitsel anlatılarını bir kenara iter ve onu gerçek mizacıyla buluşturacak bir idealle birleştirir. Bu açıdan yaklaşıldığında Don Juan'ın Kierkegaard için *ironik* bir ideal olduğu açıktır. İroni, aşırı, yüce, sonsuz olanla sınırlı, sonlu olanın yani erotizmin birlikteliğidir. Yani Don Juan idealize edilebilir ancak evrenselleştirilemez. Bunun en belirgin nedeni insan varoluşunun Kierkegaard tarafından sınıflandırılan üçlü helezonik/sarmal boyutlarından yalnızca birini temsil ediyor olmasıdır. Kierkegaard'ın Don Juan'ı ne dinsel ne de ahlaksal bir şey söyleyemez. O, insan olmanın estetize edilmiş en ideal halidir.

Don Juan'ın estetik ve insani bir tavır olarak düşünülerek varoluşun helezonik açılımını ortaya koymak adına idealleştirilmesi mitin evrensel seslenişini kesintiye uğratmak ve böylelikle onu biricik ya da eşsiz varoluşun estetik formuna dönüştürmek için yapılmış bir hamledir. Ancak bu hamle tek adımda ve bir solukta yapılmaz. Kierkegaard'ın düşüncelerinin gelişimine ilk olarak, *Korku ve Titreme* açısından yaklaşıldığında Don Juan'ın henüz tümüyle duyumsallık olarak betimlenen ve varoluş alanlarının ilkinde denk düşen estetik varoluşa karşılık geldiği görülür (Kierkegaard, 1983, s.51-52). Yine bu erken dönemde Kierkegaard'ın Don Juan'ı din dışı yaşamı karakterize etmek adına kullandığı da gözden kaçmaz. Burada, din dışı yaşamın üç temel formu olarak betimlenen *şüphe*, *duyumsallık* ve *umutsuzluktan* ilki Faust, üçüncüsü gezgin Yahudi ve ikincisi ise en yetkin temsili olarak gösterilen Don Juan ile özdeşleştirilir (Kierkegaard, 1996, s.39). Ardından, çok daha içerikli, kapsamlı ve yetkin bir Don Juan anlatısına, Kierkegaard'ın efsanevi çalışmalarından biri olan *Ya/Ya Da*'nın ilk bölümünde, *Baştan Çıkarıcının Günlüğü* kısmında yer verildiği görülür. Burada, Moliere tarafından 1665'te kaleme alınmış olan Don Juan ve Mozart'ın Don Giovanni'si temelinde ilkinden çok daha ayrıntılı ve de farklı bir felsefi çözümlemeyle karşılaşırız. İki temel bölümden

oluşan metnin ilk bölümünde insan varoluşunun helezonik açılımının ilk ve en temel alanı olan estetik varoluşun idealleştirilmesi yer almaktayken, ikinci bölümde son derece farklı bir atılım yapılarak ahlaki varoluşa yönelinir. Düşünürün bu iki alanı birlikte sunmuş olması ve birinden diğerine ani geçişi boşuna yapılmış bir hamle değildir. Tartışma götürmez bir biçimde varoluş felsefesinin babası, başlangıcı olarak kabul edilen Kierkegaard tüm felsefi serüveninde tek bir hedefe odaklanmıştır. Bu hedef, insan varoluşunun bir bütün olduğu ve dolayısıyla onun Hegel Felsefesi ile çatışmasının temel nedeni olan tikel ve tümelin bireydeki birliğinin ateşli savunusudur. Bu anlamda Kierkegaard, rasyonalize edilmiş bir yaşam yerine her şeyden önce estetize olan bir yaşamı koyar. "Don Juan, hedonistik arzuların ve duyulur deneyimin alanı olan bu estetik yaşamın hem somut figürü hem de soyut idealidir. Bireyin ben odaklı ya da ben-cil varoluşunun formudur" (Grimsley, 1954, s.317). Bu nedendir ki Kierkegaard için Don Juan belirli biri değildir; o, genel olarak insan varoluşunun temel figürüdür. Böylelikle ona bir kişileştirme kisvesi altında yaklaşılmaktadır. Diğer yandan, insan varoluşu estetik belirlenimde bırakılmaz ve kitabın ikinci yarısında görüldüğü üzere Judge William'ın evli ve mutlu, sorumluluk sahibi yaşamına doğru genişletilerek ahlaki olanla birleştirilir. Ancak her ne olursa olsun Don Juan insani tavrın estetik idealidir ve bu ideal ahlak ya da din adına bertaraf edilecek ya da ortadan kaldırılacak değildir. Kierkegaard'ın *Baştan Çıkarıcının Günlüğü*'nde odağa çektiği estetik varoluş ideali sanılanın aksine etik ve dinsel varoluş adına aşılacak, geride bırakılmak için konumlandırılmış geçici bir aşama olamaz. Buradaki temel iddiam, iki temel yaklaşım tarafından biçimlendirilmektedir: Bunlardan ilki Don Juan'ın bir mit olmaktan çıkarılıp, bir ideal olarak yorumlanmasına özgü yeniliktir. İkincisi ise Kierkegaard'ın estetik varoluş aşamalarının helezonik olduğunu iddia ederek estetik varoluşun bu geç dönem metninde idealize edilmesinin söz konusu iddiayı desteklediğini ortaya koymaktır. Böylelikle Kierkegaard'da estetik varoluşun yaşanılabilir en ideal varoluş olduğu Don Juan'ın baştan çıkarıcılığıyla en yetkin formunda açıklanacaktır.

### Baştan çıkarıcının müzikal-duyumsallığı

İlk olarak, Don Juan'ı karakterize eden estetik idealin ne olabileceği üzerine düşünen Kierkegaard'ın Mozart'ın Don Giovanni'sine başvurması da rastgele ya da tesadüfen yapılmış bir tercih değildir. O, Don Juan'ın bu opera tarzındaki sunumuna, Unamuno gibi bazı İspanyol düşünür ya da deneme yazarlarının edebi olanı ya da retorik ikna gücünü kutsamak adına dile öncelik vermesine karşı duruşunu temellendirmek adına başvurur. Ahlaki ya da dinsel temaların veyahut da dilin ikna gücünün geriye çekildiği bu dönüşümde Don Juan olmanın tek bir karakteristiği vardır ve bu karakteristik yalnızca müziğin olağanüstü varlığında kendini gösterebilir (Kierkegaard, 1987, s.47). Kierkegaard, pek çok romantik sanatçı ya da düşünür ya da Schopenhauer ve Nietzsche gibi müziğin tüm diğer sanatlar içerisindeki dehasına inanır ve onu duyguların en doğrudan, en etkili ifade biçimi olarak yüceltir. Don Juan'ın aşırılığının kaynağı olan duygusal yoğunluğun şiddeti ve bolluğu yalnızca müziğin bu esrarengiz *Tin*'inde varoluşun derinliklerine sirayet eden bir *ruh* bulur.<sup>1</sup> Bu nedenle, Don Juan'ın müzikal temsili olan Mozart'ın Don Giovanni'si aşılamaz ve eşsiz bir şaheserdir.

<sup>1</sup> Burada *Tin* ve *ruh* sözcüklerini özellikle işaretliyorum. Bu işaretlemeyi, Kierkegaard'ın *Korku ve Titreme* başta olmak üzere pek çok metninde açıkça ortaya koyduğu tinin sonsuzluğu ve tanrısalılığıyla, ruhun sonlu ve yitilmiş oluşunun ayırtımı verebilmek adına yapmaktayım.

Kierkegaard'ın Don Juan'ı, Mozart'ın Don Giovanni'si göz önüne alındığında, baştan çıkarmak için konuşmaya, uygun sözcükleri kullanmaya, kurnazca dil oyunları yapmaya ihtiyaç duymaz. O, karşısında hiçbir şeyin duramayacağı yoğun ve aşkın duygunun ya da erotizmin gücüdür. Bu yüzden, bu artistik temsilde bir baştan çıkarıcılıktan söz edilemeyecektir. Kierkegaard baştan çıkarıcıya kendine özgü yeni bir tanım getirmek ya da bu terimi aslına en uygun biçimde konumlandırmak niyetindedir. Baştan çıkarıcı, enine boyuna, derinlemesine düşünen ve kurnazlık ya da şeytanlıkta usta olandır. Kierkegaard'ın Moliere ve Mozart'ın Don Juan ya da Don Giovanni'sini düşünürken Goethe'nin Faust'unu hep yanı başında tutması bu yüzdendir. Ona göre, Don Juan baştan çıkaramaz. O, arzular. Arzusu o kadar yoğun ve aşırıdır ki ayartır.

Aslında baştan çıkartmaya ilişkin bu ayrım, Kierkegaard'ın insan varoluşunu ele aldığı ya da dayandırdığı temel ikilikten kaynaklanır. Ona göre, baştan çıkarma edimi iki biçimde gerçekleşebilir: Doğrudan ve dolayısıyla duyusal olarak ve reflektif yani seçici ve bilinçli olarak. Bunlardan duyusal olanı Kierkegaard ne pagan kültürün ya da Antikitenin anladığı gibi ne tümüyle fiziksel olan bir şey olarak anlar ne de Hıristiyanlığın kalıtsal günah öğretisi temelinde şeytani bir şey olarak. Duyusallık psişik olanla da sınırlanamaz ama onu da içerecek bir biçimde genişleyen, açılan tinsel bir şey olarak anlaşılır. Ancak asla tinle özdeşleşemez. Don Juan bunlardan ilkiyle ilişkilidir. Doğrudan ya da duyusal baştan çıkarıcı olarak Don Juan erotik tutkunun en ilkel haline özgü alt edici bir güce sahiptir. Bu nedenledir ki Don Juan herhangi biri ya da tekil bireysel bir varoluş değildir. O, sonsuz gücün ta kendisidir. Yukarıda da belirtildiği gibi, arzusundaki ya da erotik tutkusundaki yoğunluk o denli fazla ve aşırıdır ki ister istemez verili tekillikleri, sınırlı durumsallıkları aşar; aşkındır. Erotizmin aşkınlığı, Don Juan'da duyusal olanın doğrudan sirayet edişinde vücut bulan, gerçekleşen bir dehadır. Kierkegaard bu dehanın tüm estetik deneyimin temel niteliği olduğu kanaatinde. Estetik deneyimi kişinin mizacının en ideal forma ulaşmasının nihai anı olarak gören Kierkegaard, bunu şöyle açıklar:

Kişi kendini estetik olarak değerlendirdiğinde, kendi benliğinin birçok yönden içe doğru belirlenmiş çoklu yoğunluk olarak bilincine varır; ancak bütün içsel çeşitliliğine rağmen kişi hala kendi mizacına sahiptir. Her şeyin doğru bir şekilde aydınlığa çıktığı kadar tatmin isteme hakkına sahiptir. Bu kişinin ruhu tıpkı ilkbaharda her türlü bitkinin fişkırdığı, hepsinin de eşit ölçüde gelişme ve yayılma hakkına sahip olduğu toprak gibidir. Kişinin benliği işte bu çeşitlilik içinde gizlidir ve bundan daha yüksek bir benliğe sahip değildir (Kierkegaard, 2013, s.68).

### **Duyumsal/doğrudan ve reflektif baştan çıkarıcı**

Don Juan'ın bir bütün olarak temsil ettiği varoluş durumu gerek coşkunun bir canlılık gerekse erotizmin tutkusu olarak idealdir. Onda ve o olarak tezahür eden baştan çıkarmanın dille değil de duyusalla ilintili olması bu idealin ahlaki olmadığı en açık belirlenimidir. Mozart'ın Don Giovanni'si tam da böyle bir baştan çıkarmanın müziğin arı ritmindeki anlatımıdır. Bu tür baştan çıkarmanın tam karşısına koyduğu reflektif, seçici baştan çıkarıcılığa gelince burada belli bir bireysel varoluş söz konusudur. Onun duyusallığı ilk örnekte olduğu gibi saf ve aşırı değil, amaç, plan, hedeflerle yönlendirilmiş bir duyusallıktır. O, arzusunu arzuladığı şeyi elde etme garantisizlikle koşullandırır. İşte, Kierkegaard Don Juan'ın geleneksel yorumlarında bu türden bir baştan çıkarıcılığın ilkeselleştirildiğini iddia eder. Ayrıca o, Don Juan'ın baştan çıkardıklarıyla ya da onların bu baştan çıkarıcılığa direnişiyle de öncelikli olarak

ilgilenmediğini açıkça bildirir. Doğrudanlığın yittiği bu ikincil ilişkilene halinde, baştan çıkarıcının kendi dışıyla ilişkisi bir dolayımı gerektirmektedir. Kierkegaard bu dolayımın ideal biçimi olarak bu defa da komediyi çıkarır karşımıza (ilk durumda müzik esastı). Sonsuz arzu karşısındaki direnişler, geri çevrilmenin hayal kırıklıkları son derece küçük ve önemsiz kalır. Komediyi dramatize eden bu orantısızlıktır. Reflektif baştan çıkarıcılıkta ise bu durumun aksine psişik bir hal vardır. Bu nedenle, o en fazla ilgi çekici olabilir ancak komik ya da gülünç olamaz (Kierkegaard, 1987, s.9).

Komik olarak ifade bulan Don Juan'ın doğrudan/duyusal baştan çıkarıcılığı böylece eylem halinde gösterilebilir. Erotizmin aşırılığı, gündelikliğin sıradan ve sınırlı kuşatımlarınca elbette ironik olarak resmedilir. Böylelikle Moliere'in baştan çıkarıcısı, reflektif baştan çıkarmanın ideali olur. Don Juan'ın kıskançlıkla baştan çıktığı sahne buna güzel bir örnektir. Buradaki temel sorun, geleneksel yaklaşımların komik ve psişik olanı birbirine karıştırarak melez bir durum ortaya koymaları ve dolayısıyla da duyusal ya da reflektif baştan çıkarıcılığı doğru bir biçimde anlamlandıramamasıdır. Komik ya da gülünç olanın ideal alınışında arzunun en şiddetli, aşırı, sonsuz oluşunun psişik durumlarla, sıradan olaylarla karşılaşmasındaki absurd durum öne çıkmaktayken, geleneksel anlayışlar burada yalnızca psikolojik anlamda ilginç olan etkilere odaklanmaktadır.

Don Juan'ın geleneksel tanımı, ahlak kurallarını arzuları için ihlal eden ve güzele âşık, onun için her şeyini verebilecek, kendinden vazgeçebilecek olandır. Moliere'in oyununda Don Juan'ın bu tanımı kabullenilmiş görünmekle birlikte sadece bir ideal olarak kalmakta oyunun çeşitli sahnelerinde tanımlanan ideale uygun bir Don Juan görülmemektedir. Kierkegaard, bu komik sunumda, tarihsel baştan çıkarıcının varlığına karşın dramatik baştan çıkarıcılığın yokluğu ikiliğini bulur. İdeal olanın kavranışıyla, dramatik gerçeklik ikiliği de diyebileceğimiz bu yarık oyunun yıkıcı sonunu hazırlar. Don Juan'ın şeytani tavrını vurgulayan tanrısal güç ya da iktidar kendini taştan misafirin belirliğiyle gösterir. Bu geleneksel sunumlarda Don Juan bireyselle, bedenle karakterize olduğundan yıkıma gidış, bedbaht son, şeytani imgeyle özdeşleşme de kaçınılmaz olur. Böylelikle geleneksel kavrayışında Don Juan erotik ideali karakterize edemez. Kierkegaard bu ideali ısrarla opera sunumuna yakıştırır. Opera sunumunda ya da yorumunda Don Juan, erotizmin sembolü olduğu gibi bedenin değil tinin, tinselliğın gerçekleşmesidir de.

Geleneksel anlayışın efsaneleştirdiği Don Juan anlatısının fazlasıyla etkisinde olduğunu düşündüğü için Kierkegaard, Moliere'in komiğın dramatize edilmesinde sunduğu şahsiyeti son derece uyumsuz ve çelişkili bulur. Don Juan bir ideal, estetik bir ideal olarak müzikal ve duyusal bir kişiliktir. Bu nedenle, Kierkegaard'ın Don Juan'ı tıpkı Mozart'ın Don Giovanni'si gibi asil olmak zorundadır. Moliere onu asaletine tümüyle karşıt durumlar içinde sunmakta ve bu yolla komik olanın etkililiğini dramatize etmektedir. Böylelikle Moliere'in oyununda Don Juan'ın asıl ideali olan baştan çıkarıcılık karmaşık, çelişik bir forma sokularak çarpıtılmaktadır. Geleneksel ahlak faktörü iş başındadır. Bu da Don Juan'ın estetik bir ideal olmasını tam olarak verememektedir. Mozart ise baştan çıkarıcılığı müzikal olarak göstermekle nihai anlamda çok daha ahlaki ancak sıradan ahlaksal norm ya da kurallara benzemeyen onlardan çok daha üstün bir ahlaki etkiyi başarabilmektedir.

### Estetik yaşamın ideali olarak Don Juan

“Sen, mutluluğumun katilisin.” Kierkegaard’ı Don Juan’da baştan çıkaran şeytani ilkedir; bu. Teslim oluşun sessiz gecesinden ziyade bu söz diyor Kierkegaard, beni yerle bir etti ve ona kayıtsız kalamadım (Kierkegaard, 1996, s.104). Kierkegaard’ı yerle bir eden ve baştan çıkarıcının aşkın gücünü derinlemesine hissettiren bu sözdeki dinsel ya da ahlaksal herhangi bir içerim değildir. O, tüm Alman İdealizmi’ne karşı uyandırılmıştır. Mutluluk katili olan ussal ve mantıksal anlaşılabilirliğe dayalı bu çağdaş felsefe geleneğidir. Kierkegaard, Mozart’ın müziğini duyduğunda "kulaklarının adeta duymaz/sağır olduğunu" söyleyerek bu müzikle karşılaşmanın dehşetengiz deneyimini yüceltir (Kierkegaard, 1987, s.30). Mozart’ın operası ve dolayısıyla da müziğin daha doğrusu müzikal erotiğin arı, doğrudan tınıları bıçak gibi bedenine girer, her yanına bir anda, keskince işler, ruhunu çalar ve dudaklarından tüm bu olup bitenin ihtişamında oldukça yoksul kalacak şu sözler dökülür : “Müzik, baştan çıkarıcıdır” (Kierkegaard, 1987, s.67). Burada *demonic* için, özellikle şeytani ya da kurnaz sözcüklerini değil baştan çıkarıcılığı kullanmak gerekir. Daha önce de belirtildiği gibi duyusal olanın estetik ideali fiziksel ya da psişik olana değil de tinin aşkınlığına ait olduğundan Kierkegaard baştan çıkarıcılığı, "İbrahim'in Moriah dağına doğru tüm mevcut ahlaksal, dinsel, kültürel değerleri aşmasında temsil edilen tinin hiç sönmeyen yakan ve küle çeviren ateşi"ne teslim edilir (Kierkegaard, 1983, s.27). Tinin ruhta yaktığı ateş de diyebiliriz *demonic* olanın yerle bir eden tarifsiz gücüne. Tabii hemen şunu da eklemek yerinde olur: Buradaki anlamıyla "tinsellik, farklı bir mantığa, bireysel varoluşun yaşamının nihai noktasına farklı biçimlerde ulaşabilmesine ya da tümüyle bambaşka bir Tanrı'ya yanıtıdır" (Barbara-Kay, 2016, s.586-587). Yani tinsellik mevcut olanın dışında ya da içinde açılması mümkün tüm farklılıklara yanıt verebilmenin en kökensel olanağıdır.

Duyusal olanın (örneğin Hegel felsefesinde olduğu gibi) bir araç ya da dolayım değil de tinselliğin kanlı canlı, yaşayan bedensel varoluşta belirmesinin ya da deneyimlenmesinin doğrudan sirayeti yalnızca müziğin dili kesintiye uğrattığı anda gerçekleşebilir. "Müzik, dilin terk edildiği/geride bırakıldığı yerde başlar" (Kierkegaard, 1987, s.69). Ancak bu müziğin dilden tümüyle bağımsız olduğu anlamına gelmez. Müzik dili yetkinleştirerek onu aşar. Bu aşma anı ya da noktası müziğin dille kurduğu ilişkinin duyusalıdır. Böylelikle müziğin ritim, melodi ve tınlarında duyusal ve tinsel doğrudan bir biçimde birleşir; etkinleşirler. Kierkegaard bunu, erotik olanın aşkınlığı olarak da yorumlar. Müziğe atfettiği bu aşkın duyusalılık, erotizme doğrudan ve arı bir dil olabilme, onu her şeyden önce dinleme olarak sunma gücü nedeniyle Kierkegaard, Moliere'in Don Juan'ı ile Mozart'ın Don Giovanni'sini mukayese etmenin son derece yakışsız olduğunu düşünmektedir. Bunlardan ilkinde genç kızları evlenme vaadiyle kandıran romantik bir çıkarıcıyla karşılaşmaktayızdır. Kierkegaard onu şu sözlerle betimler: "Genç bir kıyı evlenme vaadiyle kandırmak son derece bayağı bir marifettir. Eğer herhangi biri bunu yapacak denli küçülmüşse, şu açıkça ortadadır ki o, Don Juan olarak adlandırılmayı hiç hak etmemektedir" (Kierkegaard, 1987, s.114).

Mozart'ta ise, Don Giovanni'nin karakterini akli soru ya da gerekçelendirmelere gereksinim duymaksızın içselleştirebiliriz. Bunu sağlayan müziğin, Mozart müziğinin esrarengiz dokusu, tinidir. Bu müziği bu denli büyük, bu denli ihtişamlı kılan en arı ve doğrudan haliyle ruhlarımıza sirayet edebilmesi ve ruhları sınırlarından soyup tinsel aşkınlığın sonsuzluğuyla buluşturabilmesidir. Elbette, Mozart müziği özellikle romantik ve idealist



düşünce ve sanat için ayrıcalıklı bir yer, eşsiz bir dehaya sahiptir ve pek çok düşünür felsefelerinde sanatın en aşkın, en yüce biçimini müzik olarak ilan ederken bize verdikleri en bariz ve tartışmasız isim Mozart olmuştur. Kierkegaard da bu salgın gibi yayılan ve tüm büyük ruhları etkileyen müziğe ve sanatsal dehaya kayıtsız kalamamıştır: Don Juan, en arı duyusal-erotik baştan çıkarıcılığında kendini Mozart müziğinde bulmuştur. Bu, baştan çıkarmanın özünü oluşturan en asli niteliğin karşı konulamaz olanın doğrudan deneyimi olarak belirmesidir ve müzik, o en derindeki kulaklarımıza seslenerek kendini bize en arı halinde dinletir: "Duyusal, mutlak olarak müzikseldir" (Kierkegaard, 1987, s.97). Don Juan arzusunda duyusallığın tümüyle arzulanmasıdır. Don Juan arzusunun duyusallığıyla tek bir beden olmak ve böylelikle de hiç bitmeyen sonsuz bir arzu olmanın arzulanmasıdır. Kierkegaard'ın, Moliere'in Don Juan'ını aşağı dereceden, düşkün bir sanat olarak eleştirmesi, bu komedyada duyusal olanın arı halinde görülmeyip genç kızları aldatarak baştan çıkarma ve böylelikle nihai hedefinin elde etme duygusu ve edimi olması nedeniyledir. Oysaki baştan çıkarmanın bir mantığı, hesabı, somut bir hedefi olamaz. Baştan çıkarıcı bu şekilde ancak bir şehvet düşkünü olabilir. Mozart, müziğin tanrısal diliyle bize Don Juan'ın en gerçek sesini ve karakterini duyurmakla kalmayıp bizi de baştan çıkarır. Duyusal olanın sonsuzluğuyla buluşan ruhlarımızın tinin sönmeyen ateşiyle kavrulur.

Sonuç olarak, her ne kadar Kierkegaard'ın Don Juan miti ve bir ideal olarak Don Juan arasında öngördüğü ve hatta öngörmekle de kalmayıp tüm felsefi tavrını çağının felsefe geleneğine karşı konumlandırmak adına adeta temel bir çatı gibi kurmak maksadıyla kullandığı bu ayrım, bazı çağdaş düşünürler tarafından ironik görülmeyip kısır bir döngü olarak eleştirilse de Kierkegaard'ın Don Juan'ın müziğin arı tininde bulunduğu aşkın duyusallık insan varoluşunun yaşama/duyma estetiği için tam anlamıyla bir idealdir.<sup>2</sup> Bu ideal, kategorik bir kısır döngüden ziyade insan varoluşunun duyumsal sonsuzluğunun en temel biçimi, Don Juan suretinde varlığa gelen gerçekliğidir. Duyumsal olanın sonsuz, bitimsiz genişlemesinde mitik olanın sınırlarının ideal tarafından aşılması ise yalnızca müziğin saf tinselliğinde mümkündür.

### Kaynakça

- Adorno, T.W. (1989). *Kierkegaard: Construction of the aesthetic*. Minneapolis: University of Minnesota Press.
- Barbara-Kay, A. (2016). Don Giovanni and the seductions of the inner ear. *The Review of Metaphysics*, 69, 583-612.
- Grimsley, R. (1954). The Don Juan theme in Moliere and Kierkegaard", *Comparative Literature*, vol.6, no.4, 316-334.
- Kierkegaard, S. (1983). *Fear and trembling/repetition*. New Jersey: Princeton University Press.
- Kierkegaard, S. (1987). *Either/or I*. New Jersey: Princeton University Press.
- Kierkegaard, S. (1996). *Papers and journals: A selection*. London: Penguin Books.
- Kierkegaard, S. (2013). *Etik-estetik dengesi kişiliğin gelişiminde*. İstanbul: Araf Yayınları.
- Kierkegaard, S. (2015). *Müzikal erotik ya da dolayumsuz erotik evreler*. İstanbul: Pinhan Yayıncılık.

<sup>2</sup> Theodor W. Adorno, *Kierkegaard: Construction of the Aesthetic*'te Kierkegaard'ın Moliere'in Don Juan'ı ile Mozart'ın Don Giovanni'si arasında açtığı ironiyi gerçek bir ironi olarak görmez ve bu ikisi arasında filozofun savunduğu gibi bir ayrım olduğuna inanmaz. Ona göre, Kierkegaard 'ın tartışması idealist kategorilerin bitimsiz olduğu gibi verimsiz de olan yani adeta bir kısır döngü gibi kendi kuyruğunu yakalayan dansı gibidir. Adorno en keskin eleştirisini Kierkegaard'ın hem Hegelci evrenselleri kabul etmeyip hem nasıl ideal kategorilerden bahsedebildiğine yöneliktir. (Adorno, 1989, s.21-22).

# **SOCIOLOGY**

# Reich, Deleuze & Guattari ve Lyotard'ın Arzu Anlayışlarından Hareketle Kapitalizm ve Arzu İlişkisi

## The Relationship of Capitalism and Desire with Reference to Desire Understandings of Reich, Deleuze & Guattari and Lyotard

Mustafa SOLMAZ\*

### Öz

Bu çalışmada kapitalizm ile arzu arasındaki ilişki Wilhelm Reich, Gilles Deleuze, Félix Guattari ve J. François Lyotard'ın görüşlerine müracaat edilerek izah edilmiştir. Reich'in teorisinde üretim sürecinde gerekli olan emekçi ve yedek-emekçi kitlesini garanti altına almak, üretilen malların satılacağı yeni pazarlar açmak için girişilecek savaşlarda silah altına alınacak kitlenin devamını sağlamak v.b. şeyler için kapitalizmin arzuları bastırıldığını iddia ettiği anlaşılmıştır. Deleuze ve Guattari'nin teorisinde yeniden üretimin yapıldığı yer olan aile içerisinde kapitalizmin arzuları hapsediği ve onu da Oidipus kompleksi vasıtasıyla aşağı ve olumsuz bir şey haline getirdiği tespit edilmiştir. Bunun için de onların arzunun işleyişini ailevi alanın dışına çıkarmaya ve sahip olduğu hareketi sonsuz hale getirmeye çalıştıkları öğrenilmiştir. Son olarak Lyotard'ın ekonomi ile insan vücudunun yoğunlukları arasında libidinal bir ekonomi geliştirmeye çalıştığı bundan önce de arzu ile fanteziyi ilişkilendirdiği ve bunun için de figürel kavramından bahsettiği anlaşılmıştır.

**Anahtar Kelimeler:** Kapitalizm, arzu, psikanaliz, şizoanaliz, figür.

### Abstract

In this study, the relationship between capitalism and desire has been explained with reference to the views of Wilhelm Reich, Gilles Deleuze, Félix Guattari and J. François Lyotard. In Reich's theory, it is understood that he claims that in order to ensure the mass of laborers and reserve labourers who are necessary in the production process and to provide the continuation of the masses to be called to arms in the battles to open new markets where the goods which will be produced will be sold etc., capitalism suppresses desires. In the theory of Deleuze and Guattari, it is determined that capitalism territorialise desires into the family where reproduction is made and makes it down and negative through the Oedipus complex. For this, it is learned that they are trying to move working of desire out of the familial space and to make its movement infinite. Lastly, it is understood that Lyotard associates desire with fantasy before he tried to develop a libidinal economy between the economy and the densities of the human body.

**Key Words:** Capitalism, desire, psychoanalysis, schizoanalysis, figure.

### Giriş

Her geçen gün daha fazla tüketmeye başladığımız, tüketici bir toplum haline geldiğimize ve bu durumun da bizleri iyi bir yerlere götürmediğine değinen söylemlerin artan bolluğuna rastlarız. Çevremizdeki arkadaşlarımız, dostlarımız, büyüklerimiz, yalnızca din adamlarımız değil bilim adamlarımız, uzmanlarımız da sürekli olarak bu durumdan dert yanmaktadırlar. Fakat bir türlü nereden işe koyulacağımız noktasında somut programlar sunamamaktadırlar. Sunmaları durumunda ise ne yazık ki bunlar uygulanabilir olamamaktadır. Biz bu araştırma ile onların yapamadıkları şeyi gerçekleştireceğimizi iddia etmiyoruz. Yalnızca bu işin doğasını anlamak için kapitalizm ve arzu arasındaki ilişkiyi inceleyen önde gelen teorisyenlerin görüşlerini anlamaya çalışacağız.

Kapitalist sistemle yakından ilişkili olan Hitlerci yönetimin<sup>1</sup> Alman toplumunda başa geçmesinin nedeninin bir kimsenin çılğınca planlarının gerçekleşmesi değil de bütün bir

\* Dr. Öğr. Üyesi, İnönü Üniversitesi, Fen-Edebiyat Fakültesi, Sosyoloji Bölümü, mustafa.solmaz@inonu.edu.tr.

<sup>1</sup>1932-1939 yılları arasında (Weimar Cumhuriyeti'nde olduğu gibi) ekonomik açıdan merkezleşmenin sağlanması için büyük sanayicilerin desteklenmesi; onlarla yarışamayan üreticilerin ise iş dünyasından silinmeleri, tasfiye edilmeleri önemlidir. İhmal edilmemesi gereken bir şey daha vardır, o da mali zorluklardan oldukça bunalmış olan Hitler'in partisi, biraz bu sıkıntıları atlatmak biraz da parti programını izah etmek üzere 27 Ocak 1933'de Düsseldorf'a çağırılmıştır. Bu toplantının sonucunda sözde anti-kapitalist eğilimlerine rağmen

toplumun onu arzulamasının sonucu olduğunu belirten Reich, böylesi bir şeye yol açan sebebin de o toplumu oluşturan bireylerin zorba kişilik yapıları olduğunu söyler. Cinsel arzuların özgürce bir şekilde gerçekleştirilmesinin engellenmesi yoluyla bireylerin zorba kişilik yapıları edineceğini ifade eden Reich, buna yol açan şeyin ise kapitalist düzenin işleyişine uygun bir forma bürünen tekeşli aile yapısı olduğunu iddia eder. Ölüm içgüdüsünü ve onun bu dünyadaki yansımaları olan mazoşizm ile sadizmi, eros gibi birincil bir güdü olarak görmenin kendi dönemindeki olumsuzlukları açıklayamayacağını farkına varan Reich, bunları birincil güdülerin engellenmesinin, sapmasının sonucunda ortaya çıkan ikincil güdüler olarak kabul eder. Eros gibi birincil güdülerin engellendiği yer olan tekeşli aile yapısının asıl olarak yapmaya çalıştığı şey bireylerin sahip oldukları libidinal enerjilerin düzensiz bir şekilde harcanmasını engellemek, onların toplum için faydalı hale gelmesini sağlamak, cinsel arzular ile nüfus üretimini ilişkilendirmektir. Cinsel arzuların meşruiyet kaynağına nüfusun üretilmesi sorununu yerleştirmektedir.

Nüfusun yeniden üretim merkezinin aile olduğunun farkında olan Deleuze ve Guattari ise kapitalist toplumda arzunun ailevi alan içerisinde yerliyurtlulandırılıp Oidipus karmaşasıyla aşağılandığını düşünürler. Arzunun yatırım yaptığı alanın kesinlikle aile ile sınırlı olmadığını, onun dışına taşıp halklara, toplumlara yayıldığını temellendirebilmek için de arzuyu yersizyurtsuzlaştırmaya çalışırlar. Arzunun sınırlandırıldığı mekânın dışına çıkarılması, onun hareketini engelleyecek unsurların elemine edilmesiyle mümkün olabilir. Bu unsurlar cinsellik, eksiklik, bireysellik, fantezi ve haz'dır. Onların arzu ile bir tutulmasına daha doğrusu arzunun bahsedilen kavramlarla izah edilmesine karşı çıkılmalıdır. Çünkü bunlar arzunun sonsuz çevrimini sınırlandırmakla kalmayan, onu sonlandıran şeylerdir. Arzu temelde negatif ve eksikliğe dayanan bir şey olarak değil, hiçbir eksikliği olmayan pozitif bir güç olarak görülmelidir.

Deleuze ve Guattari'nin özenle kaçındıkları fantezi kavramıyla arzuyu ilişkilendiren Lyotard'ın perde arkasındaki mücadele ettiği isim yapısalcı psikanalizin önde gelen teorisyeni Lacan'dır. Düşlerin işleyişinin Lacan'ın belirttiği gibi dilsel olmadığını aksine resimsel olduğunu belirten ve bundan dolayı da figürel kavramını önplana alan Lyotard'ın vardığı nokta bilinçdışı figürel olanla birleştirebilecek olan fanteziden hareketle arzunun tanımlanmasıdır.

### **Kasılıp Genleşme ve Kapitalizm**

Reich'in teorisinde bastırılanın ne olduğunu anlamak açısından öncelikli olarak genel anlamıyla onun teorisinin temel izleklerine yer vermekte yarar var. Reich belli bir dönem psikanaliziyle oldukça yakın bir şekilde çalışmış ancak daha sonradan onun sembollerin yorumlanmasının ve serbest çağrışıma dayalı ilkesinin açıklayamadığı durumları tespit etmiştir. Bunlardan ilki, psikanalitik yöntemin her şeyden önce hastanın konuşması ve psikanalistin sorularına yanıt vermesiyle ilişkilidir. Bundan dolayı konuşamayan ya da oldukça uzunca bir süre tedavi görmesi sebebiyle bu yöntemlerin farkına varan ve psikanalisti kandırmaya çalışan bir hasta için bahsedilen psikanalitik yöntemler etkili değildir. Hastanın hayatını etkileyen olaylar, dil öncesi dönemden kaynaklanmışsa o zaman bu tedavi yine çaresiz kalmaktadır (Reich, 1994, s. 38, 278). Sorunlar daha da uzatılabilir ancak tüm bunların anlatmak istediği bir şey var o da, psikanalitik tedavinin belirli bir oranda dilsel gelişime bağlı kalması ve bu bundan dolayı çeşitli sorunları çözmede yetersiz kalmasıdır.

---

partinin programının büyük sanayicilerin menfaatine uygun olduğu anlaşılmış, ona bir milyon marklık yardım yapılmıştır. Bu yardımı alan Hitler parti içerisindeki muhalifleri, özellikle de sol eğilimli olanları etkisiz hale getirmeyi başarmış ve 30 Ocak günü muhafazakâr partiye istediği garantileri veren Hitler, Reich'ın (Alman İmparatorunun) şansölyesi olmak üzere çağırılmıştır (Pirenne, trhszb, s. 1713; Pirenne, trhszc, s. 1727).

---

Uygulayacağımız yöntem dile bağlı olmayan, bundan dolayı hastanın konuşmak zorunda olmadığı ve konuşmasa bile bedensel görünümüne, kaslarına bakarak onun sorunlarını tespit etmekle kalmayacak, tedavi edecek bir şey olmalıdır (Reich, 1994, s. 268-269; Reich, 1991a, s. 337-338, 401). Aradığımız yöntem bitkisel terapidir ve onun amacı insan kaslarında birikmiş olan enerjileri serbest bırakmaktır. İnsanın sahip olduğu enerjinin harcanmamasından dolayı kaslar kaskatı kesilir ve zırhlı hale gelirler. Zırhsız insan yoktur fakat kimi insanların zırhlarının katılığı diğerlerine göre daha fazladır. Reich, kaskatı kesilmiş zırhlı yapıya ilkin boyun bölgesinden ağrı çeken hastalarda rastlamıştır. Onların temel özelliği, konuşma güçlüğü çekmeleri, konuşamamalarıdır. O bölgeye bitkisel terapiyi, kasların gevşetilmesini amaçlayan yöntemi uygulayan Reich, hastada kimi değişikliklere rastlar. Araştırmalarını sürdürdükçe sadece boyun bölgelerinde değil, vücudun başka bölgelerinde, göğüs, bel kısmında vb. yerlerde de zırhlı yapılara rastlar. Başlangıçta vücudun alt kısmından zırhları kırmaya çalışmış ancak daha sonradan her kırılan zırhtan doğan enerjinin bir başka halkaya takılı kaldığını anlamış ve tam aksi yönden, vücudun üst kesiminden yani boyundan alta doğru zırhları kırmayı amaçlamıştır (Reich, 1995, s. 190). Böylece daha çok başarı elde edilmiştir. Ancak vücudun alt kısmından değil de üst bölgesinden başlanan zırh kırma işleminin diğerine göre daha üretken bir sonuç elde etmesinin sebebi bizce tartışılır. Çünkü vücudun enerji bölgesi, karın bölecidir (Reich, 1991a, s. 14; Reich, 1983, s. 207) ve aşağıdan da yukarıdan da başlansa gelip varılan yer burasıdır ve oranın ötesindeki zırhların kırılmama riski vardır. Vücudun üst kısmından zırhları kırmaya başladığımızda göğüs bölgesine, oradan da belin kimi kısımlarına kadar geldiğini varsaydığımızda, varacağımız yer karın bölecidir. Reich'in teorisinden hareketle şu soruları soralım: Karın bölecenin ötesine geçmemiz durumunda aşağıdaki kırılan zırhlardan açığa çıkan enerji nereye gidecek, tekrar karın bölecine mi gelecektir? Ya da vücudun alt bölgelerinden zırhları kırmaya başladık diyelim, böyle yapmamız durumunda varacağımız yer yine karın bölecidir. Oraya varmamız durumunda, üstte kalan zırhların kırılmaması durumu ortaya çıkar, onlar için karın bölecini aşmış diyelim, göğüs, boyun, çene vb. kısımlarındaki serbest kalan enerjiyi ne yapacağız, onların da tekrar karın bölecine döndüğünü mü kabul edeceğiz? Ya da kırılan her zırhtaki enerjinin başka bir yere hareket etmeden orada harcandığını mı söylemeliyiz? Cevapları zor olan bu soruları bir kenara bıraktığımızda bitkisel terapinin önemli bir sonuca yol açtığını görürüz. O da sorunların kaynağını enerji birikiminden ve onun harcanmamasından hareketle açıklamasıdır. Psikolojik problemlerinin kaynağını bilinçdışı değil, somut anlamdaki enerji ve onun harcanmamasında görmesidir. Bu bağlamda Reich, Freud'un ruhsal nevroz analizlerinden uzaklaşmış ve onun güncel nevroz yaklaşımını benimsemiştir. Soyut nevrozla kastedilen şey, sorunların kaynağının bilinçdışı yer aldığı, Oidipus karmaşasıdır; güncel nevrozlarla anlatılmak istenen şey ise insanın sahip olduğu cinsel enerjinin ya aceleyle tam olarak harcanmaması ya da hiç harcanmaması veya aşırı derecede harcanmasından doğan tatminsizliktir (Reich, 1981, s. 34-35, 263-265; Reich, 1982, s. 25; Reich, 1994, s. 83-84-85; Laska, 1984, s. 26, 37-38). Dönüşümceli (isteri) ve saplantılı nevrozlardan oluşan ruhsal nevrozlara karşılık, kaygılı nevrozlar ve sinir argınlığı olmak üzere güncel nevrozların iki türü vardır. Yarıda kalan sevişme ya da cinsel perhiz kaygılı nevrozun sebebi iken; aşırı derecede kendini doyurma ise sinir argınlığının nedenidir. Yapılan şey de birincilerin tam anlamıyla cinsel enerjilerinin harcanmasını sağlamak, ikincilerin ise aşırılıklarını engellemek olmuştur. Bunlardan özellikle ilki, Reich'in kuramında önemli değişikliklere yol açmıştır ve bedensel boşalma kuramını bulmasına yol açmıştır. Bedensel boşalma kuramı, bitkisel terapi yöntemi ile cinsel ekonomi arasında yer alır ve Reich 1922'de bedensel boşalma gücünü, 1935'te ise bedensel boşalma tepkisini bulmuştur. İnsanın sahip olduğu cinsel enerjinin istemsiz kas hareketleriyle boşaltılması anlamına gelen bedensel boşalmanın bedensel gerilim, dirimsel

elektrikle<sup>2</sup> yüklenme, dirimsel elektrik yükünün boşalması ve bedensel gevşeme şeklinde dört temel süreci vardır (Reich, 1994, s. 16, 245). İlk cinsel gerilim bütün vücutta özellikle de yürek ve karın bölgesinde hissedilir. Uyarılma yavaş yavaş üreme organlarında duyulmaya başlanır. Üreme organlarına kan akışı hızlanır. Kan akışının artması sonucunda üreme organları şişer, şişmenin verdiği gerilmeyle dirimsel enerji yükü belli bir düzeye eriştikten sonra çırpınma, biyolojik sistemin bütünüyle kasılması başlar. Böylece dirimsel enerji yükü boşaltılmış olur (Reich, 1983, s. 22). Enerjinin yayılımının iki doğrultusu vardır, bunlardan ilki vücudun merkezinden dışarıya, ikincisi ise vücudun dış kısmından içeriye doğrudur. Vücudun merkezinden dışarıya doğru yayılan enerji, cinsel açıdan uyarılmayla, vücudun dışarisından içeriye doğru olan enerji yayılımı ise yürek daralmasıyla, kaygıyla ilişkilidir. Bunlardan birincisi genişlemeyi, ikincisi ise daralmayı, kasılmayı ifade eder.

Enerjinin bu iki doğrultuda yayılımı ile tek hücreli canlıların aldıkları besini yakıp yıkmaları ve onu enerjiye dönüştürmeleri arasında büyük benzerlikler keşfeden Reich, genişip-kasılmanın aslında bütün canlılarda ortak olan bir enerji hareketi olduğunu fark eder. Onun canlı olanlarla canlı olmayanlar arasındaki sınır noktasını oluşturduğunu anlar. Bundan dolayı kendi dönemindeki varlıkların nasıl meydana geldiğini açıklayan kuramlara karşı çıkar, onların yerine kendi kuramını geliştirir. Varlıkların nasıl meydana geldiğini açıklayan kuramlardan ilki gizemci yaklaşımdır ve o, organik duyumların bize ait olduğunu anlamamış, onu başka bir şeye Tanrı'ya ya da şeytana yormuştur. İkincisi ise makineci/devinimci yaklaşımdır, o da canlıların hücrelerden, hücrelerin başka hücrelerden, o hücrelerin yumurtalardan, yumurtaların da havadaki uçan tohumlardan meydana geldiğini iddia etmiştir (Reich, 1983, s. 252-253; Reich, 2006, s. 14; Reich, 1995, s. 49). 1936 yılında Oslo Üniversitesi, Bitkibilim Kürsüsüne tek hücreli amipler için giden Reich, oradaki araştırmacıya bunların nasıl meydana geldiklerini sormuştur. Araştırmacı da içinde su yosunu bulunan deney tüpünü karıştırarak onları göstermiştir. Tek hücreli amiplerin nasıl oluştuğu sorusuna oradaki araştırmacı, havadaki uçan tohumların gelip su yosununa yapıştıklarını söyleyerek yanıt vermiştir (Reich, 1983, s. 255). Aynı şeyi kendisi de denemeyi isteyen Reich, birçok deney yapmış fakat daha başka sonuçlara ulaşmıştır. Bunlardan ilki, mikroptan arıtılmamış bir suya biraz saman parçasının daldırılıp çekilmesidir ki tek hücreli amiplerin varlığına rastlanmamıştır. Fakat saman parçasının suda bekletilmesi sonucunda liflere ayrıldığı, ilksel canlıların oluşmaya başladığı gözlemlenmiştir. Aynı şeye mikroptan arıtılmış suda ve çeşitli dışsal şeylerden temizlenmiş, arıtılmış olan saman parçasının suda bekletilmesi sonucunda da ulaşılmıştır. O zaman liflere ayrılmanın, kesecikleri bölünmenin saman parçasının suda bekletilmesi sonucu olduğu anlaşılmıştır fakat Reich'in yaptığı araştırmalar bu bölünmeye sadece suda rastlanılmadığını; onun yumurtada, kömürde ve deniz kumunda da geçerli olduğunu göstermiştir. Tüm bu saydıklarımızda keseciklere ayrılma ve bu keseciklerin içinde de mavi renkli ışımaya görülmüştür ki Reich, buna orgon kabarcıkları demiştir. Orgon kabarcıkları, mavi renkli ışık saçan kesecikler anlamına gelir ve ona PA denir. Daha güçlü ışık saçan kabarcıklara ise deniz kumunda rastlanılmıştır ve Reich ona SAPA demiştir. Bir de tersi yönde keseciklere bölünme vardır, buna da T basili denir. Her türlü hastalığın ya da ölümün kökeninde yer alan T basilleri, enerjisini yitirmiş keseciklerdir. Başlangıçta bunların kökenlerinin dışarıda olduğu düşünülmüş ancak araştırmalar yapıldıkça (özellikle kanserle ilgili Reich'in yaptığı çalışmalar) aslında bunların sebebinin de insanın vücudunun içerisinde olduğu anlaşılmıştır (Reich, 1983, s. 38, 104, 234). Bir çarpma ya da darbe sonucunda

<sup>2</sup> "Dirimsel" kavramı canlıya ait, canlıya özgü anlamlarına gelir ve bundan dolayı da yabancı kökenli "bio-" kelimesiyle karşılaşılır. İleriki bölümlerde Reich, iki tür dirimsel enerjinin varlığından bahsedecektir. Bunlardan birincisi insanda bulunan orgon enerjisidir, onun için "bio-" bileşenli bir kavranmak mümkündür. İkincisi evrendeki kozmik enerjidir, o da dirimsel enerjisinin diğer bir türüdür, insandaki enerjinin kaynağıdır. Dirimsel enerji kavramının sadece "bio-" bileşenli bir kelime olarak kullanılmasının kozmik enerjii izah edemeyeceği düşünülmüştür. Bundan dolayı dirimsel kavramı olduğu gibi bırakılmıştır.

hücrelerin ya da dokuların bazılarının hareketlerinin kesildiği, kaskatı kesildikleri bundan dolayı da genişip-kasılmalarının engellendiği, bu engelleme sonucunda da hücrelerin oksijen alamadıkları anlaşılmıştır.

Orgon enerjisinin bulunmasını sağlayan deney tüplerinin temizlenip havalandırılmasından sonra da mavi ışık saçmaya devam ettikleri görülmüştür. Deney anında tüplerin ışık saçmalarından daha doğal bir şey olamaz fakat deney tamamlandıktan ve tüpler yıkanıp havalandırıldıktan sonra onlar hala ışık saçıyorsa, bunun nedeni başka bir şey olmalıdır. Yine benzeri bir ışımaya karanlık bir odada rastlanmıştır. Yanan ışık söndürüldükten sonra zifiri karanlık bir odanın renginin zamanla açıldığı, külrengi-mavi renkte, sise benzer ışık izlerinin hareket ettiği bulgulanmıştır. Yine güneşe bakıldıktan sonra kapatılan gözde ışık yayılımlarının olduğu anlaşılmıştır. Son olarak geceleyin göğün en karanlık noktalarında da benzeri ışımalara rast gelinmiş, Ay'a doğru dönüldüğünde ise bu ışık yayılımlarının ortadan kalktığı fark edilmiştir. Mavi ışık salınımlarının ne deney tüpleriyle ne araştırma laboratuvarıyla ilgisinin olmadığı, onun kaynağının başka bir şey, hava olduğu anlaşılmış ve buna da acunsal yani kozmik enerji denilmiştir. Orgon, kozmik enerjinin insandaki, en temelde de bütün canlılardaki karşılığıdır ve onun kaynağı yine bu kozmik enerjidir(Reich, 1983, s. 111-112, 123; Reich, 1995, s. 219; Reich, 1981, s. 142).

İnsanın doğayla, bütün canlı varlıklarla ortak noktada buluşmasını sağlayan şey orgon enerjisidir ve onun anlamı da etrafı zarla çevrilmiş, mavi ışık saçan enerjidir. Orgon enerjisinin içinde bulunduğu bion kabarcıklarının ortaya çıkışı, keseciklere bölünme yoluyla olur, keseciklere bölünme ise ilk canlı varlıkların, tek hücreli amiplerin ortaya çıkmasını sağlar. Tek hücreli varlıkların en temel hareketi aldıkları besini enerjiye çevirmek için genişip-kasılmadır, bu hareket tarzı ise insanın sahip olduğu enerjiyi boşaltmasının en temel yoludur.

Reich'in arzudan anladığı şey cinsel enerjidir ve onun harcanmasının en tabii yolu istemsiz genişip-kasılmadır ve ona ket vurulmasının birçok sebebi vardır. Anaerik ilkel topluluklarda Malinowski'nin çalışmalarından yararlanan Reich'a göre hiçbir bedensel boşalma güclüğü çeken insana rastlanmaz. Bunun sebebi anaerik ilkel topluluklarda cinsel ilişkilerin daha özgürce gerçekleştirilmesidir. İlkel topluluklarda birbirlerine biraz Hindistan cevizi, inci ya da meyve veren çocuklar, sonradan gidip çalılar arasına saklanırlar ve sevişme oyunu anlamına gelen "kayta" başlar (Malinowski, 1992, s. 61; Reich, 1987, s. 37-38). Anne-babaların çocuklarının oynadığı bu oyuna yönelik herhangi bir olumsuz tavırları yoktur sadece evin içerisinde oynanmasına karşı çıkarlar. Genç kızların şenliklerinden birisi olan "katuyasi"lerde ise tören sırasında kızlar etrafındaki erkeklerle ilgilenmiyor gibi davranırlar. Bunu gören erkekler onların yanına gelir ve karşılıklarına dikilirler, onlara kayıtsız bir şekilde kendi aralarında konuşmaya başlarlar. Zamanla onlarla kızlar arasında laf atışmaları başlar ve böylece birbirlerine yaklaşırlar. Erkekler beğendikleri kızlara aynı kayta'da olduğu gibi çeşitli hediyeler verirler ve onların sundukları şeyin kabul edilmesini, yaptıkları teklifin onaylanması olarak anlarlar ve ormanlık ya da çalılık alana giderler. Orada çeşitli şeyler yerler, içerler, şarkı söylerler ve belli bir zaman sonra onlardan bazıları sevgililerini alıp çalılıkların arkasına giderler, kimse de bu duruma aldırılmaz. Ayrıca köy meydanında herkesin gözü önünde sevişilen "kayasa"lar da vardır. Kayasa'larda öyle ileriye gidilir ki sevişenlerin üç ya da dört adım ötesinde bu etkinliklere katılanların yalnızca karıları ya da kocaları değil, onların erkek ya da kız kardeşleri bile vardır ve bu hiçbir şekilde olumsuzluk olarak görülmez. Diğer bir şey olan ve gençlerin sevgilileri ile bir araya gelip buluştukları "bukumatula" ise "bekârlar evi" anlamına gelir ve burada birden fazla çift vardır. Orada bulunan çiftlerin birbirlerini rahatsız etmeden sevişebilmeleri için ya birbirlerinin yatmalarını beklemeleri ya da hepsinin aynı şeyi yapıp birbirlerine aldırılmaları gereklidir. Gençler arasında birbirlerini gözetme ya da gösteriş yapma diye bir şey yoktur, olamaz çünkü çiftlerden birine sarkıntılık

yapma ya da ayartma, suç sayılır ve ona “kaylası” denir (Malinowski, 1989, s. 18; Malinowski, 1992, s. 69-73; Reich, 1987, s. 48).

Daha birçoğu sıralanabilecek oyunlar ya da törenlerin gösterdiği şey, ilkel anaerik topluluklarda cinsel ilişkilerin kötülenmediği, özgürce gerçekleştirildiğidir. Fakat bu durum devam etmez, ne zaman ki ilkel topluluğa çıkar ve mülkiyet ilişkileri girmeye başlar, o zaman bu cinsel etkinliklere de ket vurulmaya başlanır. İlkel topluluklarda mülkiyet ve sınıf ilişkilerinin belirmeye başlaması, birden fazla kadınla evlenme hakkına sahip olan ve bundan dolayı büyük gelir elde eden şefin, anaerik topluluğun miras ilkelerine aykırı olarak bu birikimini kendi oğluna bırakma çabalarının sonucunda doğmuştur. Anaerik topluluklardan ataerik topluluklara geçişin bir diğer sebebi, toplulukların daha çok zora ve güce dayalı işbölümünü gerektiren tarıma dayalı üretime geçmeleridir. Fiziksel açıdan daha fazla gayreti gösterebilecek olan erkektir ve bu güce sahip olduğundan dolayı da o egemen hale gelir. Anaerik topluluklardan ataerik topluluklara geçişin bir başka sebebi ise büyük hayvan sürülerinin yetiştirilmeye başlanmasıdır. Hayvan sürülerinin büyük miktarda yetiştirilmeye başlanmasının ataerik toplulukların başlangıcının temeli olarak görülmesinin sebebi, önemli oranda mülkiyet birikimine yol açmasıdır. Bu gelir kaynağı, tarla tarımcılığının yayılmasıyla birlikte üzerinde ekim yapılan toprakların, o topraklar üzerindeki evlerin ve son olarak onlarda çalışan kölelerin mülkiyet konusu haline gelmesiyle birlikte daha da artmıştır (Morgan, 1986, s. 106-107). Son açıkladığımız Morgan'ın bakış açısına benzer şekilde birikimin artışıyla ataerik topluluklara geçiş arasında bağlantı kuran bir diğer isim de Malinowski'dir ve o, bunu “evlenme yardımı” uygulamasıyla açıklar (Malinowski, 1992, s. 84-87). İlkel topluluklarda her evlenen çifte, kızın ailesi ya da kardeşleri tarafından geçim yardımı yapılır ve şef, birden fazla kadınla evlenme hakkına sahip olduğundan her evlendiği kadın için geçim yardımı alır. Bunun sonucunda topluluk içerisinde eşitsizlik oluşur ve sınıf ilişkileri belirmeye başlar (De Marchi, 1994, s. 191). Sınıf ilişkilerinin ortaya çıkışı, birinci olarak daha fazla gelir elde etmeye başlayan erkeklerle kendilerinden dolayı geçim yardımı yapılan kadınlar arasında görülür. İkinci olarak şefin ailesiyle diğerleri arasındaki eşitsizlik belirir. Birikimini kendi çocuğuna bırakmak, elinde bulundurduğu büyük miktardaki mülkiyet konusu şeylerin başkalarına geçmesine engel olmak için şef, çocuğunu iyi bir evlilik yapmaya zorlar. İyi bir evlilikten kasıt, daha önceki yapılan geçim yardımının geri dönmesidir. Çünkü önceden şef, evlenmesi sebebiyle kendi kız kardeşinin ailesine geçim yardımı yapmıştır ve eğer kendi çocuğunu kız kardeşininkiyle evlendirirse, erkek çocuğunun kız kardeşinin kızıyla bir aile kurmasını sağlarsa daha önceden yapmış olduğu geçim yardımı tekrar döner. Şefin çocuğunun kız olması durumunda ise yapılacak bir şey yoktur, mecburen o da geçim yardımı yapacaktır. Fakat ilk durumda şefin dikkatli olması lazımdır ve önceki geçim yardımının geri dönebilmesi için çocuğunun rastgele cinsel ilişkilerine engel olmalıdır. Çünkü bu ilişkilerin düzenli hale gelmesi evliliğe yol açar ve şef de amacına ulaşamaz. O zaman çocuğunun başkasıyla değil de kendi kız kardeşinin kızıyla düzenli ilişkiler geliştirmesi için uğraşmalıdır.

Malinowski'nin Trobriand adalarından edinmiş olduğu bilgiler bu yönde iken Amphlett adalarından elde ettiği veriler aksi yöndedir. Amphlett adalarında da hakim olan şey anaerik örgütlenmedir ancak Trobriand adalarına göre bu topluluklarda baba imgesi daha belirgin bir konuma sahiptir ve evlilik öncesi ilişkilere karşı çıkılır. Diğer bir örnek ise hem güçlü bir baba imgesine hem de ataerik bir örgütlenmeye sahip olan Yeni Gine'nin güney kıyısında oturan Mailular'dır ve onlar, cinsel ahlak açısından baskıcıdır (Malinowski, 1989, s. 69-70) Tüm bu örneklerin göstermeyi amaçladığı şey artan mülkiyetle birlikte hem cinselliği kısıtlayan kuralların egemen hale gelmesi hem de ataerik toplulukların belirmeye başlamasıdır. Toplulukların anaerikden ataerik örgütlenmeye geçmesi ve cinsel etkinliği sınırlandırmasıdır. Kapitalizmi de bu anlamda son üç dört yüzyıldan hareketle değil de bir mülkiyet, birikim rejimi olarak gören Reich, onun kökenlerini ataerik topluluklara kadar arar.



Kapitalizmi bu uzak geçmişe götürmek ve orada köklerini aramak önemli olmakla birlikte kurulması gereken somut ilişki, onun (kapitalizmin) çıkarlarıyla bütünleşmiş Hitlerci yönetimin başa geçmesinin bir insanın çılgınlığıyla açıklanamayacağı, açıklanmaması gerçeğidir. Aksine kitleler onun yönetimini arzulamışlardır ve onu başa geçirmişlerdir. Geniş halk kesimlerinin böylesi bir baskı yönetimini arzulamalarının ve başa geçirmelerinin nedeni, onların kendisinin (halkın) zorba bir kişilik yapısına sahip olmalarından kaynaklanır. Cinsel arzuların bastırılmasının yol açtığı şey, bedensel boşalmanın engellenmesidir ve istemsiz kas gerilimlerinin engellenmesi de bütün şiddetin, saldırganlığın sebebidir. Trobriand adalarında herhangi bir adam öldürme ya da suçla karşılaşmayan ya da oldukça düşük bir seviyede karşılaşan Malinowski, Amphlett adalarında ve ataerki topluluklarda ise her türden cinayete, suça rastlamıştır. Babanın egemen olduğu topluluklarda cinsel ilişkilere ket vurulması, bedensel boşalmayı zorlaştırdığından zorba kişilik yapısının oluşmasına yol açar. Zorba kişilik yapısının en temel özelliği, bedensel boşalma gücünü çekmesidir. Bedensel boşalma gücünün temelinde yer alan bedensel boşalmanın engellenmesi yatar ve o, her türlü saldırganlığın kökeninde yer alır. Bu durum Reich'in Ölüm içgüdü ve onun dışsal dünyadaki yansımaları olan mazoşizm ile sadizmi birincil güdüler olarak görmediğini, onları ikincil güdüler konumuna yerleştirdiğini gösterir. Başka deyişle kendine ya da bir başkasına acı çektirmenin nedeni, birincil güdü olan Eros'un bastırılmasından doğar. Reich'in ortaya attığı kuram Freud'unkinden önemli oranda farklıdır ve Hitlerci acımasız yöntemleri açıklayıcıdır. Şayet mazoşizm ile sadizmi birincil güdü olarak görseydik, hiç kuşkusuz ortadaki terör ve baskı rejimlerinin varlığını Ölüm içgüdüne bağlı olarak tanımlardık ancak herhangi bir çözüm sunma imkânımız olmazdı (De Marchi, 1994, s. 44-45). Onları birincil güdülerin engellenmesi üzerinden açıklarsak bu durumda birincil olanların işlevlerini yerine getirmeleri durumunda böylesi acımasızlıkların ve saldırganlıkların ortaya çıkmayacağını söyleme imkânına erişmiş olurduk.

Reich tam da bahsettiğimiz şekilde Hitlerce yönetimin başa geçmesini, birincil güdülerin bastırılması sebebiyle ortaya çıkan zorba ve saldırgan kişiliklere sahip halkın böyle bir sistemi kendi köleliklerine, kullaştırılmalarına rağmen arzulamaları üzerinden açıklamaya çalışır. Geniş halk kesimlerinin zorba bir kişilik yapısına sahip olmaları nasıl açıklanabilir? Hiç kuşkusuz, onların cinselliklerine ket vurulmasından hareketle izah edilebilir. Bireylerin cinselliklerine ket vurulması, bedensel boşalmalarının engellenmesi, onların üretimini sağlayan aile vasıtasıyla olur. Buradaki aile ataerki ailenin devamı ve en son şekli olan, anne-baba ile çocuklardan oluşan tekeşli ailedir. Ailenin cinsel arzulara ket vurmasının, onları engellemesinin birinci sebebi bireylerin sahip oldukları cinsel enerjinin boşa harcanmasına engel olmaktır. Bireylerin cinsel enerjilerinin gereksiz şekilde harcanmaması gereklidir çünkü üretim sistemi için etkin bir şekilde çalışacak emekçi kitesine ihtiyaç vardır bundan dolayı nüfusun üretimi güvence altına alınmalıdır. Cinselliğin sınırlandırılmasının ikinci sebebi, yedek-işgücünün devamını sağlamaktır. Hem halihazırdaki emekçi kitesinin olası risk ve belirsizliklerine karşı önlem almak hem de onlar arasında rekabet oluşturabilmek için yedek işgücünün tesis edilmesi gereklidir. Cinsel arzulara ket vurulmasının üçüncü sebebi, emperyalist kapitalizmin başka pazarlara ve ülkelere girmesi ve savaşması durumunda lazım olan silah altına alınabilecek nüfus kitesidir (Reich, 1982, s. 19; Reich, 1977, s. 259). Cinsel arzulara ket vurulmasının dördüncü sebebi ise halihazırdaki kurulu sistemi kabul ettirmektir. Mevcut düzenin kabul edilebilmesi için itaatkâr bireyler gereklidir, itaatin ilk öğrenildiği yer ise ailedir (Reich, 2002, s. 62-63). Bireylere itaatin öğretilmesi ise onların cinsel arzularına karşı durulmasından, engellenmesinden ve çocuğun da bunu kabullenmesinden geçer.

### **Arzu ve Sonsuz Hareketi**

Arzu çoğunlukla kendisine yakın çeşitli kavramlarla karıştırılmakta, birbirlerinin yerine kullanılmaktadır. Oysa ki arzu, onlardan bambaşka bir özelliğe sahiptir. Bunu

göstermek için de öncelikle Reich'in cinsel eksenli arzu kavramına karşı Deleuze ve Guattari'nin karşı çıkışlarına yer vereceğiz. Sonra da diğer kavramlarla arzunun ilişkisini Deleuze ve Guattari'nin görüşlerinden hareketle izahlar getirmeye çalışacağız.

Gerek Reich gerekse de Deleuze ve Guattari'nin arzuya dair paylaştıkları ortak nokta, arzu sorununun üstyapı<sup>3</sup> içerisinde yer almadığıdır. Reich sürekli olarak Marxist teoriyi ve onu savunanları ellerinde cinselliğe dair bir teori olmamakla, böyle bir şeyi inşa etmeyi gerekli bulmamakla suçlar (Reich, 1977, s. 234). Çünkü onlara göre ilk önce devrim olacak sonra da diğer sorunlar çözülecektir. Oysa Reich'a göre böylesi bir tutum hiçbir şekilde doğru değildir. Cinsel arzuların geri plana atılması, kendilerini Marxizmin devamı sayan kişilerin ya da partilerin tutumlarında da zorba bir karakterin oluşmasına yol açar. Sadece faşizm değil, Marxizm de zorba bir karaktere sahiptir ve ona Sovyetler üzerinden kızıl buyurganlık adını verir (Reich, 1990, s. 236). Deleuze ve Guattari cinsel arzu değil de genel anlamıyla arzunun (neden cinsel olmadığına birazdan değinilecektir) bir üstyapı sorunu sorunu olmadığını belirtmekle kalmazlar aynı zamanda onu altyapının içine, üretim tarzına dahil ederler ve arzunun üretiminin gerçek olduğunu belirtirler. Bununla da kalmazlar, arzuyu temele alarak bir tarih okuması yaparlar ve “ilkel yerliyurtlu topluluk”, “despotik toplum” ve “kapitalist toplum” uğraklarından bahsederler.

Deleuze ve Guattari'nin Reich'la ayrışmalarının birinci sebebi (arzulamamın karıştırılmaması gereken ilk şey), onun arzuyu cinsellikle sınırlandırmasından kaynaklanır. Psikanaliz arzulamayı genellikle cinsellikle ilişkilendirmiş, cinselliği de cinsiyet ilişkileri açısından analiz etmiştir. Buna göre bir erkek bir de kadın cinsiyeti vardır fakat kadın cinsiyeti namevcuttur. Yani kendi başına özerk bir varlığı yoktur, erkek cinsiyetine bağlıdır, onun değilmesi olarak vardır. Temel cinsiyet erkektir ve kadın onun üzerinden tanımlanır (Deleuze-Guattari, 2014, s. 423-424). Erkek bir penise sahip olandır, kadın ise onun yokluğu üzerinden tanımlanır ve onun kimliği bu eksiklik tarafından konumlandırılır. Kadın, eksik bir cinsiyettir ve bu anlamda da herhangi bir noksanlığı bulunmayan erkek cinsiyetine bağlıdır. Cinsiyete dayalı bir cinsel arzu tanımlaması, erkek ve kadın kimlikleri üzerinden arzuyu analiz eder ki böylesi bir yaklaşım molar bir tutumun ürünüdür. Feminist kuramlara da benzeri açıdan karşı çıkan Deleuze ve Guattari ikilisinin merkeze aldığı şey, Nietzsche'den devrıldıkları yoğunluklar kavramıdır. Kadın ve erkek cinsiyetleri ise yoğunlukları sınırlandırıcı bir etkiye sahiptir.

Deleuze ve Guattari'nin arzu ile cinsellik arasındaki kurdukları diğer bir ilişki, tam tersi bir niteliğe sahiptir ve cinselliği her yöne yaymayı amaçlar. “Gerçek şu ki, cinsellik her yerdedir: bir bürokratin evraklarını okşama, bir yargıcın adaleti sağlama, bir işadammının parayı dolaşıma sokma, burjuvazinin proleteriyayı düzme tarzında vb. Ve libidonun bir yere geçmek için ne eğreltilmelere ne de başkalaşımlara ihtiyacı vardır. Hitler faşistleri tahrik etmiştir. Bayraklar, milletler, ordular ve bankalar birçok insanı tahrik eder.” (Deleuze-Guattari, 2014, s. 421) Cinselliğin her yöne yayılması, cinsiyetsiz bir cinsellikle gerçekleşebilir ve bunu da oldukça genelleştirilmiş bir tabir ile Marx, daha öncesinden insani cinsellik şeklinde belirtmiştir (Deleuze, 2009a, s. 377-378).

Arzulamanın ikinci olarak karıştırılmaması gereken şey eksikliklerdir. Psikanalizin arzunun bir eksiklik olduğunu düşünmesinin kökleri, Platon'un *Şölen* diyaloguna dayanır. İnsanların ataları olan ve iki beden bütünü olarak yaşayan ve bundan dolayı da yuvarlanarak hareket eden Androgynos'lar Zeus'a kafa tutarlar. Zeus bu durumla karşılaştıktan sonra onları Titanlara yaptığı gibi yıldırımlarıyla yok etmeye karar verir. Ancak sonradan insanın atası olan bu türden önceden büyük bir saygı gördüğü için onları ikiye ayırır. Böylece bölünen bedenlerin bir kısmı diğerini arzular (Eflatun, 1958, s. 191a-b; Çalıcı, 2012, s. 8). Bu öykü,

<sup>3</sup> Üstyapı ile kastedilen şey, klasik Marxist anlamdaki din, ahlak, sanat vb.'dir.

Oidipus'un kökeninde yatar ve erkeğin kadını, kadının da erkeği arzulamasını açıklar. Bir penisi olan erkek çocuğun bunu tamamlayacak şey annesinde vardır ve bundan dolayı o annesine, penisi olmayan kız çocuğu ise bu eksikliğini ona sahip olan babasına yönelmekle tamamlamaya çalışır ve bu da Oidipus karmaşasını doğurur (Freud, 2011, s. 280-281; Freud, 2012, s. 155-158). Lacan da arzuyu eksiklik üzerinden tanımlar. Ancak burada artık fallus sadece bir penis değildir, dilsel bir şey, sembolik bir değerdir. Penis erkeğin sahip olduğu, kadının sahip olmadığı bir şey iken; fallus bir iktidar simgesidir ve ne erkek ne de kadın ona sahiptir. Başkası ile eksiksiz birleşmeye duyduğumuz arzunun bir gösterenidir (Lacan, 1994, s. 51; Sarup, 2004, s. 31). Deleuze ve Guattari, arzunun eksiklik olarak düşünülmesine karşı çıkarlar çünkü böyle bir anlayış, onun olumlu bir şekilde görülmesine engeldir. Oysa yapılması gereken olumlu bir arzu teorisi ortaya koymaktır, bunun yolu da eksikliğe değil üretime dayalı bir arzu yaklaşımını benimsemekten geçer.

Arzunun üçüncü olarak karıştırılmaması gereken şey, bireyselliktir (Deleuze, 2009a, s. 413). Arzu bireysel değildir aksine o bir araya getirmeye, toplamaya aittir. Arzunun makinik bir şey olarak görülmesi de bununla ilişkilidir. Deleuze ve Guattari, arzunun mekanik değil, makinik olduğunu belirtirler (Deleuze-Parnet, 1990, s. 142). Onların mekanikle ilişkili olarak tavırları, birinci olarak böylesi bir yapının sabit bir niteliğe sahip olduğunu düşünmeleri, ikincisi olarak ise onu ebedi tekrar teorisinde kullanmalarıyla ilişkilidir. Buna göre mekanik tekrar, hiçbir değişikliğe uğramadan aynı olanın tekrarıdır. Oysa yapılması gereken şey, farklı olanın tekrarıdır ve sabit bir niteliğe sahip olmayan aksine üretken bir karakteri olan makinik düşünceyi benimsemektir. Arzunun makinik oluşu üretimi amaçlayan bir makinenin parçalarının birbirlerine bağlanmasını, her bağlanmanın bir öncekinden kesilmesini ve yenisine eklenmesini belirtir. Bunu ifade etmek için meme ve ağız makinelerinden bahseden ikili, başka bir makineye bağlı olan meme makinesine, ağız makinesinin; ona da bir başkasının bağlandığını ve bu durumun sürekli olarak devam ettiğini belirtirler ki buna bağlayıcı ya da üretici sentez denir ("ve... ve sonra"). Bağlayıcı ya da üretici sentez yoluyla üretilmiş olan akışın belli bir kısmına toplum tarafından el konulur ve buna da ayırıcı sentez denir ("ya...ya da") (Deleuze-Guattari, 2014, s. 181). Ayırıcı sentezde söz konusu olan akışları sınırlandırmak, onları kayıt altına almaktır. Kaydetme işleminin ayırt edici sentez yoluyla işleminin sebebi farksızlığın, ayrımsızlığın önüne geçmektir. "Ya herkes bunu yapsaydı, ya herkes annesiyle evlenseydi veya kız kardeşini kendisine saklasaydı? O zaman hiçbir farklılaşma, hiçbir mübadele mümkün olmayacaktı." (Deleuze-Guattari, 2014, s. 180). Üretici ya da bağlayıcı sentez yoluyla üretilmiş olan akışlardan, ayırıcı sentez vasıtasıyla toplum tarafından el konulan enerjinin çıkarılmasıyla karşımıza birleştirici sentez ("öyleyse bu...nun") çıkar. İşte arzulama makinelerinin çalışan parçaları, sabit motoru ve bitişen parçaları Libido, Numen ve Voluptas'tır (Deleuze-Guattari, 2014, s. 180). Libido, bağlayıcı ve üretici sentezin ürünüdür ve bilinçdışının her alana yatırım yapabileceğini ifade eder. Numen, aile tarafından kaydetme amaçlı olarak toplum için el konulan akışları ya da enerjileri belirtir. Voluptas ise geriye kalan akışları ya da enerjileri niteler.

Arzunun sonsuz bağlantısı ve hareketiyle karıştırılmaması gereken diğer bir şey, fantezidir. Arzulamanın üretimi her yönüyle gerçektir ve bu anlamda da Deleuze ve Guattari hiçbir eğreltileme yapmadıklarını belirtirler (Deleuze-Guattari, 2014, s. 547-548). Onların fantezi analizleri temelde iki düşünürün, Hume ile Epiküros'un söylemlerinin analizine dayanır. Hume'a göre anlama yetisinin kurucu ögesi olan çağrışım ilkeleri bitişiklik, benzerlik ve nedensellik olmak üzere üç tanedir ve onların hangisinin ya da hangilerinin egemen olacağını belirleyen şey ise bencillik değil, kısımlıktır. Asıl önemli olan ise nedensellik kısmında fantezinin dahil olması ve kurgusal nedensellik zincirleri üretmesidir (Deleuze, 2009a, s. 259-260). Epiküros'a göre ise teolojik, düşsel ve erotik fanteziler vardır (Deleuze, 2015, s. 301-304). Tüm bunlarda geçerli olan şey imgeleme yetisi ile arzulama yetisi

arasındaki ilişkidir ve bu durum fantezinin gerçekle değil, hayalle, kurguyla ilişkili olduğunu belirtir.<sup>4</sup> Deleuze ve Guattari'nin düşüncelerinin Lyotard'la uzlaşmama noktası da tam burada olacaktır. Lyotard, arzuda kökensel fantezinin olduğunu ve bu anlamda da bir yoksunluk, sonsuz bir yoksunluk ilişkisi içerisine yerleştiğini belirtecektir.

Son olarak arzu ile haz da birbirleriyle karıştırılmamalıdır. Nerede bir çileci görülse, orada arzunun söz konusu olduğunu belirten Deleuze ve Guattari ikilisi arzulamada sonsuz bir hareketin olduğunu belirtirler ve onun hareketinin kesintiye uğratıldığı ya da sonlandırıldığı yerde ise neşe, sevinç anlamına gelen hazzın doğduğunu ifade ederler. Haz, arzunun hareketinin kesintiye uğratılması ya da sonlandırılmasıdır ve bundan dolayı arzunun sonsuz hareketinin karşısında yeğlenemez (Deleuze, 2009b, s. 137-138). 1972 yılında yayımlanan *Anti-Ödipus*'tan yaklaşık dört yıl sonra (1976'da) ilk cildi yayımlanan *Cinselliğin Tarihi*'nde ısrarla vurgulanan şey, son üç dört yüzyıldır Batı'da hazların bastırılmadığı aksine kısıktırıldığı ve ona dair söylemlerin artmasıdır (Foucault, 2003, s. 45). Sessizce bir karşı hareketi yürüteceğini düşünmenin pekala mümkün olduğu Foucault'nun haz konusundaki ileri sürdükleri oldukça önemlidir ancak belirttiğimiz gibi o (haz) nihayetinde arzunun kesintiye uğratılması ya da sonlandırılması olduğu için yine elverişli bir kavram değildir.

Arzunun çileci olduğunu söylemek önemli riskler taşır. Bauman, bugünün tüketicilerinin ataları olan üreticilerin ömürlerini, üretim bandının birbirinin tıpkısı olan devirleri arasında geçirdiklerini; onların (tüketici olan torunların) ise macera ve değişiklik peşinde giderek çekici bir şeyden ötekine, bir ayartmadan diğerine, küçük bir yiyecek kırıntısından bir başkasına, bir yemden diğerine koşturup durduklarını belirtir. Her bir ayartma, çekicilik, kısıntı ve yem, bir öncekinden daha yeni, farklı ve daha dikkat çekicidir (Bauman, 2012, s. 87-88). Satın alma hevesinin sönmesine izin verilmemesinin nedeni, üretim ve tüketim çarkını işler halde tutmak içindir (Bauman, 2004, s. 228; Yanıklar, 2010, s. 28). Sürekli arzulama ile kapitalizm arasındaki yakın ilişkiyi açıklayanlardan birisi Campbell'dir. Ona göre "modern tüketicilerin davranışlarını açıklayan isteklerin tüketilemezliği, bireylerin sürekli olarak arzulamalarından doğar" (Campbell, 2005, s. 90-91). Yine Tibetliler üzerine araştırma yapan Gold'un, onların hayat döngüsü miti ile tüketim güdülerini ve durumları arasındaki ilişki kurmaya yönelik çalışması (Gold, 1991, s. 46) da bu anlamda önemlidir.

Hareketini sonsuz bir şekilde düşünmenin böylesi risklerini görmüş olduğumuz arzu kavramının cinsellikten, eksiklikten, bireysellikten, fanteziden ve hazdan ayıran Deleuze ve Guattari'ye göre arzunun kendisi nedir? Arzu, bütün hayat enerjileridir ve bu enerjilerin düzenlenme biçimleri çeşitli toplum türlerini oluşturur. Elimizde yalnızca hayat enerjileri ve toplumsal biçimler vardır. Toplumsal biçimler bu enerjilerin ve akışların şu ya da bu tarzda düzenlenmesinin sonucunda oluşan yapılarıdır (Deleuze-Guattari, 2014, s. 50).

### **İlkel yerli yurtlu topluluk**

İlkel yerli yurtlu toplulukta insanların bir araya gelmelerinin dikey ve yatay olmak üzere iki biçimi vardır. Dikey ile kastedilen geriye ya da ileriye doğru uzanan soy ilişkileridir, yatay ise kastedilen ise bir topluluğun kendi içerisindeki geriye ya da ileriye doğru soy ilişkileri değil, başka bir toplulukla girilen ekonomik ve politik ilişkilerdir (Kılıç, 2013, s.

<sup>4</sup> Arzunun, arzulamanın üretiminin özellikle kurgusal olmadığını ifade etmeleri açısından Deleuze'ün ve Guattari'nin Kant ile anlaşmazlıklarını ortaya koydukları şu cümleler de önemlidir: "Ancak Kant'ın bu tarife örnek olarak batıl inançlara, halüsinasyonlara ve fantezilere başvurması şans eseri değildir: biz gerçek nesnenin ancak dışsal nedensellik ve dışsal mekanizmalarla üretilebileceğinin fazlasıyla farkındayız; yine bu bilgi, arzunun kendi gerçek dışı nesnesini, halüsinasyon ya da hezeyan biçimli nesnesini ortaya çıkarmasını sağlayan onun içsel gücüne bizi inandırmaktan veya bu nedenselliği arzunun bünyesindeymiş gibi temsil etmekten alıkoyamaz." (Deleuze-Guattari, 2014: 45)

123). Bir ilkel topluluğun diğeriyle etkileşime geçmesi, Strauss'ta mübadele, değış-tokuş vasıtasıyla olur. Mübadele ise yalnızca tüketim nesnelere vb.lerinin değil, kadınların da değış-tokuş edilmesini içerir. Kadınların değış-tokuş edilmesi, gerçek anlamıyla onların mübadelesinden ziyade simgesel olarak bunun gerçekleştirilmesidir, böylesi bir şeyin temelinde de ensest yasağı vardır. Doğal düzende aynı soydan iki insanın birbiriyle evlenmesine yönelik herhangi bir kısıtlama yokken; toplumsal düzende buna engel olunur. Ensest yasağı bir erkeğin annesiyle, kız kardeşiyle ya da kendi kızıyla evlenmesini engelleyen bir kural olmaktan ziyade anneyi, kız kardeşi ya da kendi kızını başkalarına vermek zorunda olmanın bir yoludur. Burada işleyen, potlacın üstün yasasıdır (Lévi-Strauss, 1969, s. 481) Mübadele ilişkileri, barışçıl olarak çözülmüş potansiyel savaşları niteler. Savaşlar ise talihsiz mübadele ilişkilerinden doğarlar. Clastres savaşların, ilkel topluluklar arasındaki ittifak ilişkilerinin kurucu unsuru olduğunu düşünür. Ona göre ilkel toplulukların iki temel özelliğı vardır ve bunlardan ilki onların içsel olarak bölünmemiş olmaları, ikincisi ise dışsal olarak diğer topluluklara karşı bütünsel ve özerk olmalarıdır. Onlar özgürlüklerine son derece düşkündürler ve başka topluluklarla ilişkilerinde özerkliğe oldukça özen gösterirler. Bundan dolayı her türlü mübadele ilişkisinden kaçınırlar çünkü herkesin herkesle değış-tokuş ilişkilerine girmesi, onların arasındaki farklılıkların ortadan kalkmasına ve birbirleriyle yakınlaşmalarına neden olur. Özerkliğın korunması için onların birbirlerine yakınlaşmaları değil, uzaklaşmaları gerekir ve bunun yolu da savaştır. Diğer topluluklar yapılan savaşlar sayesinde bu topluluklar, özerk ve bütünsel yapılarını koruyabilirler fakat rakibin güçlü olması durumunda işler değışir. O zaman da kendilerinin yanında olacak, onlara yardım edecek soylara ihtiyaç duyarlar bunun için de çeşitli ittifak ilişkileri kurarlar. Clastres'te olan şey Strauss'un ifade ettiklerinin aksi yönündedir: önce savaş vardır, mübadele ilişkileri sonra kurulur. Strauss'ta ise önce mübadele vardır, istenmeyen mübadelelerin sonucunda savaş çıkar (Clastres, 1992, s. 195). Mübadelelerin barışçıl olarak çözülmüş potansiyel savaşlar olduğunu düşünürsek bu durumda Clastres'in ona yaklaştığını anlarız, tabii sınırlı anlamda. Çünkü Clastres'te ittifakla, mübadeleyle savaş çözülmez aksine bir savaşta güçlü rakiple karşılaşıldığında ve onun yenilmesi yani savaşın zaferle sonuçlanması istenildiğinde ilkel halklar mübadele ilişkisine girerler. Deleuze ve Guattari ise ilkel topluluklardaki ittifak ilişkilerinin sebebini ne mübadelede ne de savaşta görürler, onlar Nietzsche'ye ve onun "borç" ilişkilerine müracaat ederler. İttifak ilişkileri hısımlıktan doğmaz, borçtan kaynaklanırlar. Borcun korkunç eşitliği ise verilen zarar = çekilen acı şeklindedir. Buradan bir zulüm sistemi doğar ve bunun üç temel bileşeni vardır, bunlardan ilki şakıyan bir ses, ikincisi ete damgalanan bir gösterge ve üçüncüsü tüm bunlardan zevk alan bir göz'dür (Deleuze-Guattari, 2014, s. 275-277). Zulüm ritüellerinin bu üç bileşeni oldukça önemlidir, onlardan özellikle damgalama hısımlık ilişkilerindeki biyo-hısımsal hafızanın yerine ittifak ilişkilerinin hafızasını, söz hafızasını inşa eder. "...bir bellek yaratma gereksinimi duyunca, kansız, işkencesiz, kurbansız yapamaz; en korkunç kurbanlar ve rehineler (ilk çocuklar da buraya aittir), en itici sakatlamalar (örneğin iğdiş etmeler), bütün dinsel inançların en acımasız törenleri (ve bütün dinler, en derin temellerin de, en acımasız sistemleridir) – bütün bunların kökenleri, mnemonik'in (hatırlama, anımsama tekniğı-ç.n.) en güçlü yardımcısının acı olduğunu anlamış, şu içgüdüdedir." (Nietzsche, 2011a, s. 77)

İlkel yerli yurtlu topluluklar söze dayalı gruplardır ve onların sestem bağımsız, onun üzerine dizilmeyen bir grafik sistemleri vardır. Bu grafik sistemlerinin sesle birleşmesi, ona itaat etmesiyle de yazı sistemi ortaya çıkar. Söz konusu olan şey, grafik sisteminin ortadan kalkması değil, onun sese bağımlı hale gelmesidir (Deleuze-Guattari, 2014, s. 295). Grafik sisteminin ne olduğunu sorguladığımızda ise elimizde zulüm ritüellerindeki ete damgalanan göstergeden başka bir şey bulunmamaktadır. Bunların ikisi aynı anlama mı gelmektedir, doğrusunu söylemek gerekirse bilmiyoruz. Fakat göstergenin yazı, sembol, şekil olabileceğini düşünersek ve bunlardan özellikle ikincisi ve üçüncüsü ile sesi bir araya getirirsek yazı

sisteminin doğacağını düşünebiliriz. Yazı sisteminin ortaya çıkışı despotik toplumu hazırlar ve yazı ile artık despotik yöneticinin kuralları beyan edilebilir.

### **Despotik toplum**

Despotik toplumla anlatılmak istenen, devlet olgusunun ve onun mekanizmalarının geliştiği evredir. Bu safhada aşkın bir gösteren olan despot bütün akışları üstkodlamaya çalışır, hiçbir kaçışa müsaade etmez. Bütün akışların üstkodlaması, ilkel yerli yurtlu topluluktaki yasaklanmış olan iki ensest yasağının delinmesi ile gerçekleşir ki, bunlardan ilki kız kardeş ile diğeri ise anne ile gerçekleştirilendir. Kız kardeş ile ensestin engellenmesi, ittifak ilişkilerinin hısımlık ilişkilerine dahil edilmesini amaçlar. Anne ile ensestin kabul edilmemesi hısımlıktaki kuşakların önkelerine doğru yön değiştirmemesi yani uzanımın ileriye doğru sorunsuzca devam etmesi içindir. İki ensesti de gerçekleştiren kimdir? “Despotik bir gösteren olarak Caesar’ı (Sezar’ı) ve iki gösterilenini, kız kardeşini ve annesini sürükleyen, deliliğe yaklaştıkça onların gitgide ağırlaştığını hisseden Nietzsche’nin kastettiği nedir? Oidipus’un yumurtadaki hücresel göçe emperyal temsilde başladığı doğrudur: arzusunun yerinden-edilmiş temsil edileniyken, bastıran temsilin kendisi haline gelir. İmkânsız olan mümkün hale gelmiştir; işgal edilmemiş olan sınır, şimdi kendisini despot tarafından işgal edilmiş olarak bulur. Oidipus ismini almıştır, şiş ayaklı despot, sözel temsillere tabi kılınan bedensel temsiller olarak kız kardeşi ve annesiyle birlikte, üst-kodlama sayesinde ensesti icra etmektedir.” (Deleuze-Guattari, 2014, s. 313) İki ensestle ilişkili olarak başlangıçta söz konusu olan Sezar olsa da dikkat edilirse o da genel bir çerçeveye, Oidipus söylenene bağlanır. Karşımızda despotik gösteren olarak Oidipus belirir.

İki ensestin çiğnenmesiyle hem ittifak ilişkilerindeki hem de hısımlıktaki bütün akışlar denetim altına alır ve bu anlamda daha totaliter bir deneyim sistemi oluşur. Bütün akışları denetim altına alan ise daha önceki sistemde acıdan zevk alan göz’dür. Göz zevk alan bir şey değil, gözeten ve denetim işlevlerinde bulunan bir organ haline dönüşmüştür. Despotik toplumda sesin konumu da değişmiştir, acı’dan dolayı çıkan bir şey değildir artık. Yasanın söylediklerini emreden, onları buyuran sesler bütünüdür. Yasalar, despotik yönetimin kuralları ise artık bedenlere işlenmez, parşömenlere ya da taşlara yazılır. “... ses artık şakımaz ama dikte eder, emreder; grafik artık dans etmez, bedenleri canlandırmaya son verir, ama tabletler, taşlar ve kitaplar üzerindeki yazı olarak katılır; göz ise okumaya koyulur.” (Deleuze-Guattari, 2014, s. 299) Bu alıntıdan bir şey daha öğreniyoruz ki o da grafiğin bedenle ilişkili olduğu, onun ilkel toplulukta bedenlere işlendiği ve onları canlandırdığı; despotik toplumda ise tabletlere, taşlara, kitaplara yazıldığıdır. Yani grafiğin ilkel topluluklarda borcun anısına bedenlere işlenen göstergelerden oluştuğu, bu göstergelerin ise despotik toplumda başka şeylere yazılan kurallar olduğudur.

İlkel yerli yurtlu topluluktaki zulüm sisteminin temelinde yer alan borç, despotik toplumda sınırsız bir borca, bir varlık borcuna dönüşmüştür. Borcu veren de değişmiş ve sınırlı bir alacaklıdan sınırsız bir alacaklı konumuna erişmiştir. Değişmeyen borcu ödeyen olmuştur ancak o da sınırsız bir borçlu konumuna gerilemiştir. Borcun sınırsız hale, varlık bedeline dönüşmesine yol açan despotik iktidarın dolaylımsızlık hısımlık ilişkileri vasıtasıyla Tanrı’ya bağlanmasıdır, bunu yapan da İbrahim’dür. “Yahya, Yahudiliğin merkezi öğretisinin temelini, İbrahim’e kadar giden bir hısımlık yoluyla Tanrı’yla kurulu ittifaka dair öğretiyeye saldırır.” (Deleuze-Guattari, 2014, s. 282-283)

Despotik iktidarın belirmesiyle tek tanrıcılığın ortaya çıkışı arasında bir ilişki vardır ve bu durum onun, aşkınlaşmasına yol açmıştır. Aşkın gösterenin yapmaya çalıştığı şey ise her zaman akışları üstkodlamaktır. Despotik iktidar bunu gerçekleştirmek için savaş makinesini kullanmıştır. Savaş makinesini kendi iktidarını kurmak için örgütlemiştir. Fakat savaş makinesinin kökeni göçebelere aittir ve onlar da yer değiştirmek zorunda olanlar değildir.

Yerinde dursa bile hareket eden göçebeler bizleri yoğunluk dizilerine, yoğunluk akışlarına yönlendirir. Onların dizilerinden geçmek ise oluşun ontolojisine, kadın-oluşa, erkek-oluşa, böcek-oluşa götürür (Akay, 2005, s. 22). Tüm bu diziler içerisinde ilerlemek, sabit ve katı yapıların egemenliğinden kurtulmayı, onlara karşı bir direniş etiği geliştirmeyi mümkün kılar. Despotik iktidarla göçebeler arasındaki ilişkide savaş makinesini devlet, kendi düzenli ordularını kurmak için kullanırken ve bunu da göçebelere karşı yaparken; bu makineyi göçebeler devlete ve onun egemenlik aygıtlarına yöneltir. Amaç, onun denetimi altına girmemektir. Devletin mekânı denetim altına alması onu pürütüleştirmek yoluyla olur, oysa ona karşı direnen göçebelerin uzamı pürüzsüz ve kaygandır.

### **Kapitalist Toplum**

Aşkın gösteren olarak despotik iktidar her ne kadar bütün akışları kontrol altına almaya, onları denetlemeye çalışsa da bunda tam olarak başarılı olamaz ve çeşitli kaçış çizgileri gerçekleşir. Bu kaçış çizgilerinden özellikle para ve emek akımları, onların özgürce gelişimi, kapitalist üretim sisteminin doğmasına yol açar. Kapitalizmin ortaya çıkışında geleneğin ve daha başka pek çok şeyin ağır havası ortadan kalkar, bu anlamda onun özgürleştirici yanı vardır. Ancak gerçekte bu kavrayış hiçbir şekilde doğru değildir, kapitalist toplum bir yanda özgürleştirdiğini diğer yanda yeniden yerliyurtlulaştırır. Kapitalizmin salınımı önceki düzenin kod çözümü, aksiyomatik ve yeniden yerliyurtlulaştırma şeklinde gerçekleşir. Aksiyomatiğin birçok anlamı vardır ancak burada söz konusu olan şey, soyut niceliklere ve istatistiksel verilere dayalı olmasıdır. Soyut niceliklerin ve istatistiklerin kapitalizmde önemli olmasının sebebi onların en temelde sayısal şeylerle yani parayla ilişkili olmalarıdır. Yeniden yerliyurtlulaştırma yapılırken kendisinden hareket edilecek ilke de aksiyomatik eksendir, para ve onun kâr olanaklarının artırılmasıdır (Deleuze-Guattari, 2014, s. 356-357). Bunu güven altına alacak mekanizmalar ise organsız beden olan paranın hareketinden elde edilen artı-değerin belli kısmını somuran devlet ve bürokrasi aygıtlarıdır. Onlar varlıklarını ve gelişimlerini paranın hareketine borçlu olduklarından, onun en uygun kâr ve birikme koşullarını da hukuksal vb. açıdan tesis ederler.

Kapitalist toplumda devletin ve bürokrasilerin yanında yerliyurtlulaştırıcı bir mekanizma daha vardır ve bu da ailedir. Aile, arzunun belli bir yer içerisine hapsedilmesine, onun aşağılanmasına ve kötülenmesine sebep olur, bunu da Oidipus karmaşası yoluyla yapar. Luther'in Hıristiyanlığın özünü içsel dindarlıkta bulması gibi, Adam Smith'in ve Ricardo'nun kapitalizmin kökeninde soyut emeği görmeleri gibi Freud da arzunun soyut özünü keşfetmiştir (Deleuze-Guattari, 2014, s. 391-392; 430-431) ve onu anne-baba-çocuk üçgenine hapsetmiştir. Ailevi arzu, diğer arzuları temsil eder hale gelmiş ve onların yerine geçmiştir ancak ne var ki çocuk ve ebeveyn ilişkileri içerisinde engellenmiştir.

Psikiyatri özel kapatma mekânları inşa etmiştir, psikanaliz için böyle bir şey söylenemez, o toplumsalın bütününe yayılmıştır (Deleuze, 2009a, s. 343). Psikanaliz, toplumun özgür gözeneklerinde yalnızca özel muayene düzeyinde değil, okullar, kurumlar, sektörleşme düzeyinde de işler. İkinci olarak psikanaliz her defasında bilinç dışından bahseder ancak bunu onu indirgemek, yok etmek için kullanır. Üçüncü olarak analiz sırasında hasta ne kadar konuşursa konuşsun, onun hakkında söylenecek şey aynıdır, söylenen her şey bir tür turnike, yorumlayıcı makine içerisinde alıkonur ve asla gerçekten söylenmek istenilen şeye ulaşamaz. Bunun sebebi psikanalizin otomatik bir yorumlama makinesini kullanmasıdır. Yorumlama makinesi şu şekilde özetlenebilir: ne söylenirse söylensin, söylenen şey başka bir anlama geliyor (ama her defasında aynı şeye). Dördüncüsü psikanalizin çok özel bir güç ilişkisi içermesi ve bu ilişkinin sözleşmeden, liberal öğelerden geçmesidir (Deleuze, 2009a, s. 423-426).

Psikanaliz hakkında söylenenlerden özellikle ikincisi ve üçüncüsü oldukça önemlidir. Çünkü bizde sözcükler üreten, kelimeler oluşturan çokluklar, kitleler, sürüler, halklar ve kabiledir yani bizi kat eden, bize içsel olan ve bilinçdışımızın parçası oldukları için tanımamız gereken kolektif düzenlemelerdir (Deleuze, 2009a, s. 426). Psikanaliz bilinçdışı yatırımlarını bu tür halklara, kabilelere, topluluklara genişletmez; ailevi alan içerisine hapseder ve bunu çeşitli söylenceler, trajediler vasıtasıyla yapar. Oysa ki bilinçdışı yatırımlar ailevi alanın dışına taşar ve bilinçdışı bir tiyatro makinesi değildir, üretici bir mekanizmadır.

Tiyatro ile kastedilen bilinçdışının temsili olarak işlemedir. Temsilin ise iki boyutu vardır, bunlardan ilki daha önceden yaşanılmış şeylerin analiz sırasında tekrarlanması ve bilince çıkarılmasıdır. İkincisi ise ailevi sınırlar içerisine, Oidipus karmaşasına ait kılınmış arzunun bütün arzuların yerine geçmesi, onları temsil etmesidir. Psikanalizin bunu gerçekleştirebilmesinin yolu ayırt edici sentezdir: “Ya herkes bunu yapsaydı, ya herkes annesiyle evlenseydi veya kız kardeşini kendisine saklasaydı? O zaman hiçbir farklılaşma, hiçbir mübadele mümkün olmayacaktı.” (Deleuze-Guattari, 2014, s. 180) Bilinçdışının üretici olarak görülmesi ise onun yatırımlarının sadece ailevi alana yönelik olmadığını, onun dışına taşıp halklara, milletlere, uluslara yönelik olduğunu belirtir. Bunu en iyi şekilde ortaya koyan şizofreninin bilinçdışısıdır. Üretici sentez yoluyla üretilmiş olan enerjiden ayırt edici sentezin kayıt için kullandığı enerjiyi çıkarırsak geriye birleştirici sentez kalır ki, o da bütün yoğunluklardan geçilmesini ve sonunda öznenin ortaya çıkışını ifade eder. Bütün yoğunluklardan geçen ise şizofrenidir ve o da bilinçdışının bütün alanlara yatırım yapabileceğini gösterir.

Arzu ilkel yerliyurtlu toplulukta yeryüzünün bedenini ifade ederken, despotik toplumda aşkın gösteren olan despotun arzusunu, kapitalist toplumda ise ailevi sınırlar içerisine kapatılmış soyut bir arzuyu ifade eder. Yapılması gereken şey de ayırt edici sentez yoluyla aile içerisinde yerli yurtlu hale getirilmiş olan arzuyu özgürleştirmek, onun üretici sentezini kesintiye uğratmamak, onun hareketini sonsuz hale getirmektir.

### **Figürel Olan ve Arzu İlişkisi**

Deleuze ve Guattari, gösterenin dominant olduğu Lacancı bir gösteren-gösterilen ilişkisine bağlı arzu tanımlamasına karşı çıkarlar ve bunun için de Hjelmslev'in ifade-içerik ikiliğinden yararlanırlar. Hjelmslev'in bahsettiği ikiliğin, gösteren-gösterilen ikiliğine göre avantajı ise aşkınlıktan ziyade, içkinliğe dayanmasından kaynaklanır (Guattari-Ronik, 2007, s. 397-398). “Çünkü (bu dilbilim), biçim ve töz, içerik ve ifade akımlarının sözkonusu alanda akışını sağlamakta ve hiyerarşik imleyen-implenen ilişkisi yerine, ifade-içerik'in karşılıklı önvarsayım ilişkisini geçirmektedir” (Guattari-Ronik, 2007, s. 288). İfade ve içerik'in özgür akımı, arzu akımlarının yolunu izler ve onları güçlendirir (Guattari, 1990, s. 99). Lyotard ise sadece aşkın bir gösterene değil ama aynı zamanda onunla birlikte var olan gösterilenin varlığına dolayısıyla gösteren ve gösterilenden oluşan göstergenin kendisine de karşı çıkar. Onun yerine tensör kavramını koyar. Tensör kavramı ise Deleuze ve Guattari'deki şizofreninin bedenini geçtiği yoğunluklara benzer. “Eğer Roberte bir tensörse, bu onun hem fahişe hem de düşünür olmasından değildir, onun bir yoğunluğun baş dönmesinde tüm bu atıfları aşması, onların ötesine geçmesindedir.” (Lyotard, 2011a, s. 80).

Gösterge kavramına karşı çıkılmasının nedeni sözcükle, kavramla şey arasındaki oluşan yarığı, boşluğu, dile gelmemeyi ya da getirilmemeyi ifşa etmektir. Saussure'ci dilbilimde gösterge, gösteren olan ses ile gösterilen olan kavramın birliğine dayanır. Lyotard'ın karşı çıktığı şey de tam olarak bu kavram ile gerçeklik arasındaki uçurumdur. “Masa” kavramı ile dışsal dünyadaki gerçek masa arasındaki farktır. Çünkü şu ya da bu masa şeklinde işaret ettiğimiz gerçek masanın dil içerisine alınması, kavram haline dönüştürülmesi



onun manipüle edilebilir ve denetlenebilir hale gelmesine yol açar. Kendisine dayanacağımız şey hiçbir şekilde sözcük ya da metin değildir (Sellars, 2011, s. 78). Onların temelinde olan ve olmaması durumunda ne sözcüğün ne de metnin kalacağı gerçekliğin kendisidir. Bu anlamda Lyotard'da söz konusu olan şey yapısalcı ve yapı-bozumcu anlayışlardan uzaklaşıp bir görme ve algı fenomenolojisine, Merleau-Ponty'e, onun son dönem savunduğu görüşlere yaklaşmaktır. Son dönem yazılarında ise o, dünyanın sahip olduğu anlam ne olursa olsun onun dil tarafından verildiği anlayışına karşı çıkar ve dünya ile dil arasındaki kapatılamaz boşluğa dikkat çeker (Dews, 1984, s. 43).

Lyotard'ın Saussure'de karşı çıktığı bir diğer şey ise dilin ayrımsal işleyişidir ve onu saf zıtlık olumsuzlaması olarak konumlandırır. "Balık" kelimesinin fonemlerinin (ses birimlerinin) birlikteliği balık kavramının kendisine gönderimde bulunmaz, bütün başka göstergelerin yokluğunu belirtir. "Balık" doğrudan balık kavramının kendisini değil, dilin sahip olduğu başka imkânların yokluğunu ve onlardan yalnızca birisinin mümkün olduğunu, onun da balık olduğunu ifade eder. Bu anlamda Saussure için dildeki tek fark, bir gösterenin ya da kavramın dildeki bütün diğerlerine (başka gösterenlere, başka kavramlara) olan zıtlığıdır (Readings, 1991, s. 12). Eleştirdiği bu saf zıtlık olumsuzlamasına karşı Lyotard, radikal bir fark olumsuzlamasından bahseder ve o da dilin referanssal, işaretel işlevine denk gelir. Referansta bulunma, işaret etme anlama indirgenemezlerdir ve onlar zıtlığa indirgenemeyen bir farkı, dışsallığı dile dahil ederler (Readings, 1991, s. 12). Göstermenin, belirtmenin referansta bulunma ve dışyapısal gösterim olmak üzere iki türü vardır. Referansta bulunmada dile bir dışsallık katılır, şeylerin dünyası dil içerisine çağrılır. Dışyapısal gösterimde ise işaret etme, yer gösterme vardır. "Gösterilmiş olan yer, *burası*, duysal bir alanda anlaşılır...Hegel'in anladığı gibi onun doğası, lingüistik bir şeyden bütünüyle farklıdır." (Lyotard, 2011b, s. 36; Readings, 1991, s. 12). *Bura*'nın özelleştirilmesi *ön*'le, *arka*'yla, *sağ* ve *sol*'la, *yukarı* ve *aşağı*'yla ilişkilidir. Fakat buradaki terimler hiçbir şekilde aynı dilin kelimelerinin ya da ses birimlerinin birbirleriyle girmiş oldukları ilişkilere benzer olarak bura ile ilişkiye geçmezler. *Bura*, dilsel deneyimde eşiti bulunmayan bir birlikteliğe, beden ve uzamın bir aradalığına gönderimde bulunur (Lyotard, 2011b, s. 37).

Farkla ilişkili olarak Deleuze ve Guattari, Nietzsche'nin ebedi dönüş öğretisinden yararlanarak tekrar edenin aynı değil, fark olduğunu belirtirler. Ebedi dönüş, Nietzsche'nin *Böyle Söyledi Zerdüşt*'ün (Nietzsche, 2011b) "Tahayyül ve Bilmece" ile "Nekahat" metinlerinde örtük olarak vardır. Bunların birinde ebedi dönüşten bahseden Zerdüşt'tür ve her söyleyişinde ebedi dönüş yok oluyor izlenimi verir. İkincisinde ise ebedi dönüş kartal ve yılan tarafından dillendirilir ve bu, nekahat halindeki Zerdüşt'ü uyutmaya yeter. Ama yine de o, ebedi dönüşü tekerlemeye dönüştürdüklerinden bahseder. Ebedi dönüş bir tekerlemeye yani mekanik ya da doğal bir tekrara dönüştürülmüştür oysa ki o başka bir şeydir (Deleuze, 2009a, s. 195). Nedir o zaman ebedi dönüş? Bu sürece katılanların hepsinin daha sonra yeniden dönmemesidir. Güçsüz ve zayıf olanların elenmesi, güçlü olanların ise ebedi dönüş sonucunda yeniden dönmesidir. Tekrarın değil de farkın egemenliği işte bu döngüye girenlerin hepsinin olduğu gibi gelmesini değil, onların bazılarının elenmesini ve bazılarının, güçlü olanlarının geri dönmesini ifade eder. Lyotard ise farkın bir zıtlık değilse onun, bahsedilen terimlerin aynı varlığa ya da aynı düzene ait olmamalarından kaynaklandığını belirtir (Lyotard, 2011b, s. 132). Olumsuzluğu dile ait bir şey (Saussure'nin dilin ayrımsal işleyişi düşüncesini saf zıtlık olumsuzlaması olarak görmesi bununla ilişkilidir) olarak görmeliyiz; farkın ise dil ile gerçeklik arasındaki uçuruma, kapatılamaz boşluğa yönelik olduğunu anlamalıyız.

Lyotard'ın fark görüşünün temelinde yer alan gösterenin referanssal işlevi'nin bize ifade etmek istediği gerçeklik ise katı değildir aksine son derece titreşimli, yoğunluklu bir niteliğe sahiptir. Aynı tutuma Deleuze ve Guattari'de de rastlanır, bunun sebebi ise Klossowskici Nietzsche okumasıdır (Deleuze, 2009a, s. 202). Epiküros'un fikirlerinden

(Nietzsche, 2003a, s. 71) ve Spinoza'dan (Nietzsche, 2003b, s. 314-315) etkilenmiş olan Nietzsche'de ise böyle bir fikrin bulunmasından daha doğal bir şey yoktur. Sevinç ve hüznün durumlarının eylemlerimizi belirlediğini düşünen Spinoza; sevinç durumlarının bizlerin eyleme kudretini artırırken; hüznün durumlarının ise azalttığını düşünür (Deleuze-Parnet, 1990, s. 88; Deleuze, 2011, s. 32-33). Nietzsche ise insanın eylemden kesilmesi, eyleme kudretinin azalması anlamına gelen dekadans'ın (Nietzsche, 2006, s. 38, 101; Nietzsche, 2002, s. 105) sebebi olarak dini, ahlakı, metafiziği görür ve onların yerine sanatı, dionysosçu sanatı geçirmeye çalışır (Nietzsche, 2004, s. 12, 26, 124, 127, 129; Nietzsche, 2002, s. 210). Onun amacı tinsel değil, fizyolojik bir varlık olan insanın sahip olduğu içgüdülerin açığa çıkartılması ve onların engellenmesine karşı çıkmaktır. İçgüdülerin önem arzetmesi ise insanın canlı bir varlık olmasıyla ilişkilidir, canlı varlığın en temel belirtisi ise eylemektir. O zaman insanın eylemden kesilmesine sebep olan ne varsa, onun ortadan kaldırılması lazımdır.

Hem Deleuze ve Guattari hem de Lyotard, yoğunlukların en iyi örneği olarak möbiüs şeridini gösterirler. Möbiüs şeridi olarak nitelenen para kesesi, dış yüzeyi iç yüzeyiyle devamlı olacak şekilde doğru olmayan bir biçimde dikilmiş mendillerden yapılmıştır. O içeride olanın dışarıda olmasını, dışarıda olanın da içeride olmasını belirtir (Deleuze, 2015, s. 27). İçeride olanın libidinal yoğunluklar, dışarıda olanın da bu yoğunlukları kısıtlayan yapılar ya da kurumlar olduğunu düşündüğümüzde möbiüs şeridi, tam da içeri ile dışarı arasındaki ayrımın yokluğuna, libidinal yoğunlukların hem içeride hem de dışarıda işlediğine gönderimde bulunur. Dışarıda olanın yalnızca kenarda değil aynı zamanda içeride işlediğini kabul edemez miyiz? Böyle bir anlayışı kabul etmek bütünüyle libidinal yoğunlukları inkâr etmek anlamına gelir, bundan dolayı doğru değildir. Lyotard yoğunsuzlaşmanın operatörünün dışlama olduğunu ve “ya bu'dur” ya da “bu olmayan'dır” şeklinde ifade edileceğini (Lyotard, 2011a, s. 28) belirtir, bu ifade tarzı ise Deleuze ve Guattari'nin toplumsalın işleyiş tarzı olan “ya...ya da” şeklindeki ayırıcı sentezine tekabül eder. Yoğunsuzlaşmanın işleme tarzı, dışlamaya ve ayırma; yoğunluğunki ise evetlemeye ve onaylamaya dayanır.

Son olarak Lyotard, göçebelik-büyük Sıfır ikiliğine değinir (Sim, 2011a, s. 55-56; Sim, 2011b, s. 91; Williams, 2000, s. 81-82), o da Deleuze ve Guattari'nin göçebelik-yerliyurtluluk çiftine oldukça benzer (Lyotard, 2011a, s. 26; Deleuze-Guattari, 2000, s. 38-39). Büyük Sıfır'da da söz konusu olan tıpkı yerliyurtluluktaki gibi bir sabitleme, hareketsizleştirmedir. Büyük Sıfır'ın bir başka özelliği ise kapitalist ekonomi içerisindeki her şeyin değişilebilirliğini sağlayan para olmasıdır (Lyotard, 2011a, s. 106) ancak bu durum şimdilik önemli değildir.

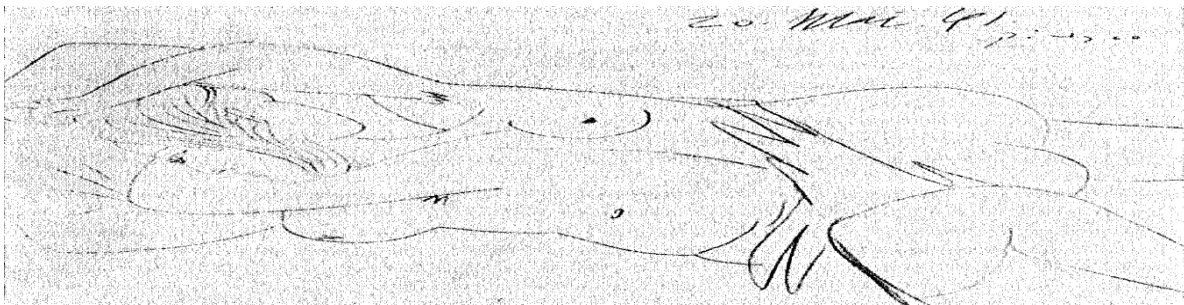
Deleuze ve Guattari ile Lyotard'ı birbirlerinden uzaklaştıran en önemli şey ise arzu konusundaki görüşleridir. Deleuze ve Guattari, arzunun hiçbir şekilde fantezi ile bir düşünülmemesi gerektiğini, arzunun ve üretiminin gerçek olduğunu, bundan dolayı onun herhangi bir eksiklik ilişkisi içerine yerleştirilemeyeceğini savunurlar. Lyotard ise tam da arzuyu fantezi ile ilişkilendirecek ve onu nihayetsiz bir yoksunluğun içerisine hapsedecektir. Bunu yaparken de Freud'un düşlerin işleyişi kuramından yararlanacaktır.

Düşlerde engellenmiş, bastırılmış içgüdülerin kendilerini açığa çıkarması ve tatmin imkânı araması yoğunlaştırma, yer-değiştirme, görsellik ve ikincil düzeltim yolları vasıtasıyla gerçekleşir. Eziyet verici rüyalarda, rüyayı gören kişi kendisinin, tanımadığı bir otorite tarafından cezalandırıldığını görür ve o figürü, kendi hayatındaki bir figürle tanımlamaya çalışır. Fakat bu figür bir kişi değil de birden fazla kişinin -anne, baba, işveren ya da ortak-birleşimi ya da yoğunlaşması da olabilir. Rüyayı görenin bu figürlerle ilgili belirsiz duyguları, rüyadaki eziyet eden tek bir kişide birleşebilir (Aydın, 2014, s. 4-5). Yoğunlaştırma bu düştteki iki ya da daha fazla göstergenin veya imgenin birleşik bir imge oluşturmak üzere bir araya gelmesidir. Göstergelerin bir araya gelmesi, birbirleri üzerine binmesi söz konusudur ki bu durum bir kelimenin yerine bir başkasının geçmesi anlamına gelen metaforun içinde

gösterenlerin üst üste gelmesiyle oluşan yoğunlaşmadır. Yer değiştirme, düşün içeriğinin artık düş düşüncelerinin çekirdeğine benzememesidir ve bu anlamda çarpıtılma söz konusudur, bunun sebebi ise sansürdür (Freud, 1996a, s. 192; Freud, 1996b, s. 42). Yer değiştirmede bir kelimenin bir başkasına bağlanmasını ve anlam transferini mümkün kılan ise bitişiklik anlamına gelen metonimi'dir (Lacan, 2006, s. 425). Düşlerin işleyişinin üçüncü özelliği, onların görsel imgeler vasıtasıyla temsil ediliyor olmalarıdır. Bir düş düşüncesi soyut olarak ifade edildiğinde kullanışsızdır fakat bir kez resim diline çevrilinde, yeni anlatım biçimiyle düşün altta yatan malzemesinin geri kalanı arasında, düşlerin işleyişinin gerek duyduğu ve eğer önce yoksa oluşturduğu zıtlıklar ve özdeşlikler daha kolay kurulabilir (Freud, 1996b, s. 71). Lacan, üçüncü görünümün her ne kadar bizleri resimsel olanla ilişkilendirse de ilerleyen aşamalarda bu durumun değiştiğini, metinsel olanla ilişkili hale geldiğini, yapılması gerekenin de gösterenin altında gösterilenin kaymasını takip etmek olduğunu belirtir. İkincil düzeltim ise gündüz düşleri ya da fantezileridir, Freud'un onları adlandırmak için kullandığı terimle belirtmek gerekirse isteği-doyurma düşleridir. Bu fantezilerin düşlerdeki rolü ya bilinçdışı düşüncenin durumuna yönelik unsurları göstermek ya da uyanık düşünceden ayrılamayan bir işlevle, ikinci düzeltim olarak kullanılmalarıdır (Lacan, 2006, s. 426).

Lacan ile Lyotard arasındaki esas sorun düşlerin işleyişinin üçüncü özelliğiyle ilişkilidir. Lacan düşleri metinsel olanla, göstergelerle analiz etmeye çalışırken ve özellikle de konuşmayla ya da konuşmadaki beklemeyle ifade ederken; Lyotard arzunun temel işlevinin konuşmak değil, işlemek olduğunu belirtir. Arzu konuşmaz, söylemin düzenine şiddet uygular. Bu şiddet ilkseldir, imgesel tatmini bu çiğnemede oluşur (Lyotard, 2011b, s. 233). Düşün yerine getirdiği işlev olan arzunun doyurulması, bir tatmin etmenin temsilinde değil, bütünüyle imgesel hareketin kendisinde gerçekleşir. Arzuyu doyuran şey düşün içeriği değil; düşlemenin, fantezi kurmanın hareketidir çünkü fantezi bir çiğnemedir, verili olanı ihlal etmedir (Lyotard, 2011b, s. 241). Fantezinin önem arzeden noktası, bilinçdışı ile figürel olan arasındaki ilişkiyi sağlamasıdır. Figürel işleyişe sahip olan düşler, gösteren ve gösterilen ilişkisinin zıtlık sistemini bozar, mesajı gizler, iletişimi bloke eder, fonemleri harfler ve kelimeleri şeyler gibi deneyimler, gözün yazılı olan metni fark etmesini ve kulağın da konuşmayı dinlemesini imkânsız kılar (Lyotard, 2011b, s. 282). Figür, "ehilleştirilmemiş bir fantezi ve arzuya ilişkili olan rahatsız edici ve yaratıcı bir süreçtir." (Flenady, 2016, s. 416; Callan-Williams, 2011, s. 46).

Figür-imege, figür-form ve figür matrix olmak üzere üç tür figür vardır. Figür-imege, halüsinasyon durumlarında, düşlerde, resmin ya da filmin sunduğu görüntülerde karşımıza çıkar. Beliren şey, olağan algılama biçimimizi bozar, buna sebep olan şey ise nesnenin sahip olduğu siluetin görünüşünün, dış hatlarınının figür-imege tarafından yapı-bozuma uğratılmasıdır. Örnek olarak da Lyotard (2011b, s. 274), Picasso'nun uyuyan kadın çizimini gösterir:



**Resim 1:** Picasso'nun uyuyan kadın çizimi

İçinde kadının uyuduğu bu sahne “gerçek” uzama ait değildir, o tekil bir beden tekil bir yer ve zamanda kimi pozisyonları göstermesine, sergilemesine izin verir. Bu bağlamda zamana ve realiteye karşı erotik ilgisizliği gösterir (Lyotard, 2011b, s. 274).

Figür-form ise geleneksel estetik anlayışını yapıbozuma uğratar. Pythagorasçı, Sokratesçi, Platoncu, Plotinosçu ve daha birçok ismin geleneksel estetik anlayışı, güzel olan ile ahlaki olan arasındaki yakın ilişki kurar. Bu isimler uyumun, ahengin sanatsal olanın özü olduğunu ortaya savunurlar. Figür-form tam da bu görüşe karşı gelir ve estetik olanın ritimsizlikte, düzensizlikte, kaosta da olabileceğini belirtir. Figür-forma örnek olarak Lyotard, Jackson Pollock’un eylemi resmetme tarzını gösterir. Pollock, yere serili olan tuval üzerine boyaları dökerek ya da fırlatarak alışılmadık bir resmetme tarzı ortaya koymuştur, bu durum Lyotard’a göre resmin yüzeyinde formların, değerlerin ve renklerin tekrarlanmasıyla üretilen ritmik etkilerin ve yansımaların yok oluşunu gösterir (Lyotard, 2011b, s. 275).

Tüm bu yapı-bozumların altından geçen ya da onların gelip üzerine yerleştiği konum, figür-matrix’tir. Figür-matrix, en derinde olan ve algılanamayan temel fanteziyi dile getirir. Fantezi ise köken yokluğunu belirtir, bu anlamda onun ontolojik bir gerçekliği yoktur fakat hayali bir tarafı vardır. Arzunun fanteziyle işbirliği ise onun yoksunluk ilişkisi içerisine girmesine sebep olur. Bu yoksunluk arzu açısından ve onun nesnelere ilişkisi açısından ise özeldir (Lyotard, 2011b, s. 270).

Lyotard’la birlikte bilinçdışının boğucu olmayan işleyişine kavuşmamızla birlikte bu durum bizleri kitle iletişim araçlarının bombardımanı karşısında zayıf bırakmaktadır. Özellikle ayartıcı sesler (Acet, 2013, s. 95-96) ve çifte anlama gelebilecek imalı yazılar (Yolcu, 2005, s. 207) vasıtasıyla kitlelere ulaşmaya çalışan reklamların bir diğer özelliği de etkileyici cinsel görüntüler (Bati, 2010, s. 125; Dal-Şener, 2006, s. 17) aracılığıyla bireylerin bilinçdışına nüfuz etmeye çalışmaktır.

Reklamlarda yer alan bireylerin anlamlı ve bir şeyleri ima eden kaş-göz hareketleri, çıplak ya da yarı-çıplak kusursuz güzelliklerinin sergilenişi, erotikleştirilen bedensel temasları, aktif bir cinsel ilişkiymiş izlenimi veren vücut pozisyonları vb. tüm bunlar etkileyici bir görünüm sunarlar ve bireylerin bilinçdışının resimsel olarak işlemesine yol açarlar.

## Sonuç

Kapitalizmin hem üretici kitlenin hem de dünyanın diğer yerlerindeki pazarları ele geçirme sürecinde silah altına alınacak kimselerin varlığı konusuyla yani nüfus sorunuyla arzuyu ilişkilendirdiğini ve sınırlandırdığını düşünen Reich, çözümü bu cinsel arzuların sınırsızca gerçekleştirilmesinde bulur. Çünkü ona göre cinsel arzuların herhangi bir sınırlandırma olmadan karşılanması toplumu tehdit edici olmamakla birlikte bugünkü birçok sorunun çözümü de olacaktır. İlkel toplulukların herhangi bir bastırma ile karşılaşmadan yaşamlarını nasıl devam ettirdiklerini ve bu noktada bir parçalanma riskiyle karşı kalmadıklarını çeşitli örneklerden hareketle göstermeyi amaçlayan Reich, sorunu tam da cinsel arzuların bastırılmasında görür.

Cinsel arzuların bastırılmasıyla birlikte saldırganca tutumlar ortaya çıkar. Cinsel arzuların bastırılmasının nedeni ise birikim elde etme ve bunu bir başkasıyla paylaşmama isteğidir. O zaman birikim isteği dolayısıyla cinsel arzular bastırılmazsa bu durumda onların gerçekleştirilmemesinden ya da sapmasından doğabilecek muhtemel saldırgan tutumlar da olmaz. Fakat ilerleme ve uygarlık nasıl gelişecektir? Çünkü bu kavramların her biri insanlığın daha gelişkin bir konuma erişebilmesi için çalışma ve gayreti gerektirecektir. Çalışma ve gayretin sergilenebilmesi ise birikimi, mülkiyeti ve onun arttırılmasını şart koşacaktır.

Çalışma, gayret; ilerleme, uygarlık da cinsel arzuların belirli bir ölçüde bastırılmasını gerektirecektir.

Arzunun cinsellikle ilişkilendirilmesinin sınırlandırıcı olduğunun farkında olan Deleuze ve Guattari, onun kapitalist toplum koşullarında ailevi alan içerisine hapsedilmesine ve Oidipus kompleksi vasıtasıyla da aşağılanmasına karşı çıkarlar. Arzunun eksiklik ve bu anlamda negatif olarak tanımlanmasına katılmazlar, onun pozitif ve üretken bir şey olduğunu düşünürler. Dahası arzunun işleyişinin aile ile sınırlı olmadığını, onun dışına taşıp halklara, uluslara yatırım yaptığını öne sürerler. Bunu yapan şey, sürekli olarak ilişki üreten arzunun sonsuz hareketidir.

Arzunun sonsuz hareketini, sonsuz bir şekilde arzulamayı Masoch, Nietzsche ve Kafka'nın eserlerinden hareketle temellendirmeye çalışan Deleuze ve Guattari ikilisinin bir yandan devrimci bir arzu teorisi sunduklarını diğer yandan ise kapitalizme karşı etkili bir çözüm önerisi ileri süremediklerini söylemekte yarar var. Etkili bir çözüm önerisidir çünkü arzunun ailevi alanın dışına taşıp halklara, uluslara yatırım yaptığını; şizofreninin, delinin, meczubun (kapitalizmin sınırındaki gezinenlerin, onu tehdit edenlerin) sayıklamalarında görürüz. Etkili bir çözüm önerisi değildir çünkü sonsuz bir şekilde arzulamamızı isteyen de yine kapitalizmin kendisidir. Sürekli olarak ürettiği ürünleri satmak zorunda olan kapitalizmin özellikle reklamlar vasıtasıyla kitleleri ayartmaya çalışması, onları bir üründen diğerine yöneltmesi, daha yeni olanları arzulatması önemlidir.

Bilinçdışının resimsel olarak işlediğini figür kavramından hareketle ortaya koymaya çalışan ve bundan dolayı arzuyu fantezi ile ilişkilendiren Lyotard'ın kuramında figür-matrix, figür-imej ve figür-form'un kökeninde yer alan ve onların ikisiyle de kesişen bir kavramdır. Figür-matrix kökensel yokluğu yani fanteziyi ifade eder. Kökensel yokluk ise bir türlü doyurulamayan eksiklik nedeniyle sürekli arzulamayı belirtir. Deleuze ve Guattari'nin fantezi kavramından kaçınmalarına rağmen içine çekildikleri girdaba, Lyotard tam da bu kavramı kullanarak düşer.

Dahası kapitalizmin reklamlarda etkileyici cinsel görüntüler vasıtasıyla bilinçdışına seslenmeye çalışması tam da Lyotard'ın bir resmin ya da filmin sunduğunu iddia ettiği figür-imej'lerin işlemesine yol açmakta ve onlar da en temelde bulunan figür-matrix'in yani fantezinin uyandırılmasına neden olmaktadır.

Deleuze ve Guattari ile Lyotard'ın kuramlarının kitleleri kapitalizmin ayartıcılıklarına esir ettiğini hiçbir şekilde iddia etmiyoruz (buna başta onlar karşı çıkarlardı). Böylesi bir iddiayı destekleyebilecek elimizde herhangi bir istatistiksel veri de bulunmamaktadır. Bizim önemle belirtmek istediğimiz şey, onların teorilerinin bahsedilen türden açık kapılarının olması ve bunların da önemli riskler taşımasıdır.

### Kaynakça

- Acet, D. (2013). *Bilinçaltı reklamlar ve bilinçaltı reklamlarda cinsellik öğesinin kullanılması*. Afyon Kocatepe Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, (Basılmamış Yüksek Lisans Tezi), Afyonkarahisar.
- Akay, A. (2005). Önsöz. Gilles Deleuze, *Perikles ve Verdi: François Châtelet'in felsefesi*. (A. Akay, Çev.) 7-50: İstanbul: Bağlam Yayıncılık.
- Aydın, A. (2014). *Dilbilimden Psikanalize Dil ve Arzunun Eklemlenişi*. Ege Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, (Basılmamış Doktora Tezi), İzmir.
- Batı, U. (2010). Reklamcılıkta retorik bir unsur olarak kadın bedeni temsilleri. *Kültür ve İletişim*, 13(1), 103-133.
- Bauman, Z. (2004). *Sosyolojik düşünmek*. (A. Yılmaz, Çev.) İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Bauman, Z. (2012). *Küreselleşme: Toplumsal sonuçları* (IV. Baskı). (A. Yılmaz, Çev.) İstanbul: Ayrıntı Yayınları.

- Belk, R. W., Ger G., Askegaard S. (2003). The fire of desire: A multisited inquiry into consumer passion. *Journal of Consumer Research*, 30(3), 326-351.
- Callan, Guy ve Williams J. (2011). A return to Jean-François Lyotard's discourse, figure. *Parrhesia, Volume was not Undetermined(12)*, 41-51.
- Campbell, C. (2005). *The romantic ethic and the spirit of modern consumerism* (Third Edition). Great Britain: Alcuin Academics.
- Clastres, P. (1992). *Vahşi savaştının mutsuzluğu*. (A. Türker-M. Sert, Çev.) İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Çalıcı, S. (2012). *Gilles Deleuze ve Felix Guattari'de arzu ontolojisi ve politika*. Akdeniz Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, (Basılmamış Yüksek Lisans Tezi), Antalya.
- Dal, A. ve Şener G. (2006). Cinsel öğelerin reklamda kullanımı. *Küresel İletişim Dergisi, Cilt Belirtilmemiş (1)*, 1-18.
- De Marchi, L. (1994). *Reich'in düşünsel yaşamı*. (B. Onaran, Çev.) İstanbul: Payel Yayınevi.
- Deleuze, G. (2009a). *İssız ada ve diğer metinler: Metinler ve söyleşiler 1953-1974*. (F. Taylan-H. Yücefer, Çev.) İstanbul: Bağlam Yayıncılık.
- Deleuze, G. (2009b). *İki delilik rejimi*. (M. E. Keskin, Çev.) İstanbul: Bağlam Yayıncılık.
- Deleuze, G. (2011). *Spinoza: Pratik felsefe* (II. Baskı). (A. Nahum-U. Baker, Çev.) İstanbul: Norgunk Yayıncılık.
- Deleuze, G. (2015). *Anlamın mantığı*. (Hakan Yücefer, Çev.) İstanbul: Norgunk Yayıncılık.
- Deleuze, G. ve Parnet C. (1990). *Diyaloglar*. (Ali Akay, Çev.) İstanbul: Bağlam Yayıncılık.
- Deleuze, G. ve Guattari F. (2000). *Kafka minör bir edebiyat için*. (Ö. Uçkan-I. Ergüden, Çev.) İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.
- Deleuze, G. ve Guattari F. (2014). *Anti-ödipus: Kapitalizm ve şizofreni I* (II. Baskı). (F. Ege-H. Erdoğan-M. Yiğitalp, Çev.) Ankara: Bilim ve Sosyalizm Yayınları.
- Dews, P. (1984). The letter and the line: Discourse and its other in Lyotard. *Diacritics*, 14(3), 39-49.
- Eflatun (1958). *Şölen*. (A. Erhat-S. Eyuboğlu, Çev.) İstanbul: Yükselen Matbaası.
- Flenady, G. E. (2016). Transformations in discourse, figure. *Critical Horizons*, 14(3-4), 405-418.
- Foucault, M. (2003). *Cinselliğin tarihi*. (H. U. Tanrıöver, Çev.) İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Freud, S. (1996a). *Düşlerin yorumu I* (II. Baskı). (E. Kapkın, Çev.) İstanbul: Payel Yayınevi.
- Freud, S. (1996b). *Düşlerin yorumu II* (II. Baskı). (E. Kapkın, Çev.) İstanbul: Payel Yayınevi.
- Freud, S. (2011). *Yanılığlar ve düşler üzerine*. (K. Şipal, Çev.) İstanbul: Say Yayınları.
- Freud, S. (2012). *Totem ve tabu*. (H. İlhan, Çev.) Ankara: Alter Yayıncılık.
- Gold, S. J. (1991). An Asian approach to the understanding of consumer energy, drives and states. *Research in Consumer Behaviour*, 5(Number was not Undetermined) 33-59.
- Guattari, F. (1990). *Üç ekoloji*. (Ali Akay, Çev.) İstanbul: Hil Yayınları.
- Guattari, F. and Ronik S. (2007). *Molecular revolution in Brazil* (7th Edition). (K. Clapshow-B. Holmes, Trans.) Los Angeles: Semiotext(e).
- Kılıç, S. (2013). *Deleuze - Guattari şizoanaliz: Yaratıcı bir fark ve arzu ontolojisi*. Bursa: Sentez Yayıncılık.
- Lacan, J. (1994). *Fallus'un anlamı*. (S. M. Tura, Çev.) İstanbul: Afa Yayınları.
- Lacan, J. (2006). *Écrits*. (B. Fink in collaboration with H. Fink and R. Grigg, Trans.) Newyork-London: W. W. Norton & Company.
- Laska, B. A. (1984). *Reich*. (N. Zekâ, Çev.) İstanbul: Alan Yayıncılık.
- Lévi-Strauss, C. (1969). *The elementary structures of kinship*. (J. H. Bell-J.Richard von Sturmer-R. Needham, Trans.) Boston: Beacon Press.
- Lyotard, J.-F. (2011a). *Libidinal ekonomi*. (E. Sünter, Çev.) İstanbul: Hil Yayınları.
- Lyotard, J.-F.(2011b). *Discourse, figure*. (A. Hudek-M. Lydon, Trans. with introduction by J. Mowitt) Minneapolis, London: University of Minnesota Press.

- Malinowski, B. (1989). *İlkel toplumlarda cinsellik ve baskı*. (H. Portakal, Çev.) İstanbul: Kabalcı Yayınevi.
- Malinowski, B. (1992). *Vahşilerin cinsel yaşamı*. (S. Özkal, Çev.) İstanbul: Kabalcı Yayınevi.
- Morgan, L. H. (1986). *Eski toplum I*. (Ü. Oskay, Çev.) İstanbul: Payel Yayınevi.
- Nietzsche, F. (2002). *Güç istenci*. (S. Umran, Çev.) İstanbul: Birey Yayıncılık.
- Nietzsche, F. (2003a). *Şen bilim*. (L. Özşar, Çev.) Bursa: Asa Kitabevi.
- Nietzsche, F. (2003b). *İnsanca pek insanca I*. (M. Tüzel, Çev.) İstanbul: İthaki Yayınları.
- Nietzsche, F. (2004). *Ecce homo*. (E. Yıldız, Çev.) İzmir: İlya Yayınevi.
- Nietzsche, F. (2006). *Putların alacakaranlığı*. (S. Erfindik, Çev.) İzmir: İlya Yayınevi.
- Nietzsche, F. (2011a). *Ahlakın soykütüğü üstüne* (V. Basım). (Ahmet İnam, Çev.) İstanbul: Say Yayınları.
- Nietzsche, F. (2011b). *Böyle söyledi zerdüşt*. (M. Tüzel, Çev.) İstanbul: Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları.
- Övür, A. (2017). Bilinçaltı etkileme yöntemleri ve kitle iletişim araçlarındaki uygulamaları. *The Turkish Online Journal of Design, Art and Communication – TOJDAC*, 7(1), 25-35.
- Pirenne, J. (trhszb). *Büyük Dünya Tarihi III*. (Nihal Önal, Çev.), Basım Yeri Belirtilmemiş: Yeni Gazetecilik Limited Şirketi.
- Pirenne, J. (trhszc). *Büyük Dünya Tarihi IV*. (Nihal Önal, Çev.), Basım Yeri Belirtilmemiş: Yeni Gazetecilik Limited Şirketi.
- Readings, B. (1991). *Introducing Lyotard: Art and politics*. London and New York: Routledge.
- Reich, W. (1977). *Cinsel devrim* (II. Baskı). (B. Onaran, Çev.) İstanbul: Payel Yayınevi.
- Reich, W. (1981). *Reich Freud'u anlatıyor*. (B. Onaran, Çev.) İstanbul: Payel Yayınevi.
- Reich, W. (1982). *Cinsel olgunlaşma*, (H. Portakal, Çev.) İstanbul: Deniz Kitaplar.
- Reich, W. (1983). *Kanser*. (B. Onaran, Çev.) İstanbul: Payel Yayınevi.
- Reich, W. (1987). *Cinsel ahlakın boy göstermesi* (II. Baskı). (B. Onaran, Çev.) İstanbul: Payel Yayınevi.
- Reich, W. (1990). *Başı deritte insanlar*. (B. Onaran, Çev.) İstanbul: Payel Yayınevi.
- Reich, W. (1991a). *Kişilik çözümlemesi* (II. Baskı). (B. Onaran, Çev.) İstanbul: Payel Yayınevi.
- Reich, W. (1994). *Bedensel boşalmanın işlevi* (III. Baskı). (B. Onaran, Çev.) İstanbul: Payel Yayınevi.
- Reich, W. (1995). *İnsanın doğadaki yeri* (II. Baskı). (B. Onaran, Çev.) İstanbul: Payel Yayınevi.
- Reich, W. (2002). *Faşizmin kitle ruhu anlayışı* (III. Baskı). (B. Onaran, Çev.) İstanbul: Payel Yayınevi.
- Reich, W. (2006). *Dirimin öldürülüşü* (III. Baskı). (B. Onaran, Çev.) İstanbul: Payel Yayınevi.
- Sarup, M. (2004). *Post-yapısalcılık ve postmodernizm* (II. Baskı). (A. Güçlü, Çev.) Ankara: Bilim ve Sanat Yayınları.
- Sellars, R. (2011). Figure. *Lyotard-dictionary*, Edit: Stuart Sim, Edinburgh University Press, Edinburgh, 77-79.
- Sim, S. (2011a). Dispositif. *Lyotard-dictionary*. (S. Sim, Edit.) Edinburgh: Edinburgh University Press. 55-57.
- Sim, S. (2011b). Great zero. *Lyotard-dictionary*. (S. Sim, Edit.) Edinburgh: Edinburgh University Press. 91-92.
- Williams, J. (2000). *Lyotard and the political*. London and New York: Routledge.
- Yanıklar, C. (2010). *Tüketim kültürü, kapitalizm ve insan ihtiyaçları arasındaki ilişki üzerine bir tartışma*. *C.Ü. Sosyal Bilimler Dergisi*, 34(1), 25-32.

---

Yolcu, E. (2005). Bilinçdışı (bilinçaltı) reklam tartışmaları ve çalışmaları. *İletişim Fakültesi Dergisi, Cilt Belirtilmemiş(22)*, 203-210.

---



## Kent ve Yeni Sosyal Etkileşimler: Gaziantep'teki Suriyelilerin Genel Örüntüsü, Mevcut Durumu ve Muhtemel Geleceği

### The City and New Social Interactions: General Patterns of The Syrians in Gaziantep, The Current Situation and Prospective Future

Mehmet Nuri GÜLTEKİN\*

#### Öz

Kentler tarih boyunca yeni toplumsal karşılaşmaların ve etkileşimlerin merkezi olmuşlardır. Farklı toplumsal sınıf, kültür ve katmanlardan gelen insanların kentten etkilenmeleri ve kenti etkilemeleri, yeniliğin, yaratıcılığın ve her şeye rağmen özgürlük arayışının temelini oluşturmuştur. Fakat kentlere, değişik yerlerden her zaman planlı ve öngörülebilir göçler gerçekleşmiyor. Hatta kentleri büyüten ve geliştiren ani ve beklenmedik, nüfus hareketleridir. Antik çağları bir yana bırakırsak, modern zamanlarda Batı Avrupa'da, sonrasında kolonyal dönem Amerika'sında ve diğer kıtalarda hızlı kentsel büyümeler görülmüştür. Sanayi Devrimi'nin sonrasında Batı Avrupa şehirlerinde yaşanan göçler ve bu olguların insanlık tarihindeki yansımaları herkes tarafından bilinmektedir. Son iki yüzyıldır, kentleri büyüten ve yeni durumlarla karşı karşıya bırakan en önem olgulardan biri, hiç kuşkusuz, savaş, şiddet, doğal afetler ya da daha farklı nedenlerden kaynaklanan sığınmacılık ve mülteci dalgalarıdır. Göç tarihi son derece hareketli olan Türkiye ve Gaziantep, son yedi yıllık süreçte Suriye'deki şiddet ve savaştan kaçan mülteci dalgalarıyla baş etmeye çalışıyor. Geçen yedi yıllık süreçte pek çok politika ve çözümler arandı, uygulandı. Fakat Türkiye'deki genel resimden ayrı olarak Gaziantep farklı ve daha dikkatli bir okumayı hak ediyor görünmektedir. Bu çalışma, 2017 yılında Gaziantep'te gerçekleştirilen geniş çaplı bir saha araştırmasının sonuçlarından yola çıkarak, kentteki mültecilerin genel bir örüntüsünü vermeye çalışacaktır. Sonrasında, eğitim, iş, çalışma, kentsel mekânların deneyimlenmesi, sağlık, haklar ve uyum ve birlikte yaşamayı kolaylaştıran birkaç başlık üzerinden Suriyelilerin Gaziantep'teki etkileşimleri ele alınacaktır.

**Anahtar Kelimeler:** Mülteciler, Uyum, Etkileşim, Gaziantep, Suriyeliler.

#### Abstract

Cities always have been the points of new interactions and experiences throughout history. The affection and influences of citizen people who have a different class, culture, and strata background have consisted of the base of the invention, creativity, and the demanding of freedom, against all odds. But cities and urban places always have no regular, predictable and planned migrations, too. Insomuch as it can be argued that the rapid and unexpected demographic movements are the main sources of development of cities as well. Even if we do not focus on pre-modern times, we can usually find out the rapid urban developments in Europe's modern period, colonial America and other parts of the world. Each of scientists knows very well the results and reflections of the industrial revolution in cities are mass migrations from rural to urban places after the industrial revolution. Without a doubt, for the last two-century, one of the most important facts is seeking refugee or being refugee due to war, violence, natural disasters or different reasons that have made cities greater and encounter with many difficulties. Turkey and the city of Gaziantep where had so dynamic migration history, have been trying to deal with refugee waves that brought about the war and violence period for the last seven years. So many different policies and solutions have been sought and applied in past seven years. But the situation in Gaziantep deserves more careful reading and understanding as an exemption of the general view in Turkey. This study will try to depict the general pattern of refugees who live in the downtown with the results of field research that has been conducted in Gaziantep. Thereafter the paper will discuss interactions of the Syrians in Gaziantep through a few titles which facilitate integration and living together such as participation to the city's educational system, work, job, experiencing urban spaces, health, and rights.

**Keywords:** Refugees, Integration, Interaction, Gaziantep, The Syrians.

#### Giriş

Ortadoğu, pek çok açıdan insanlık tarihine damga vuran beşeri, kültürel, coğrafi ve politik bir realite olarak dünyadaki önem ve konumunu hep koruya gelmiştir. Yerleşik hayata geçmeden tarıma, oradan kentlerin kurulmasından yazının icadına dair sayısız tarihi ve belirleyici olgunun aynı yerde ortaya çıkmasının tesadüf olmadığı aşikârdır. Bunda, hiç kuşku yok ki, söz konusu bölgede din, kentleşme, tarım, nüfus, politika, enerji kaynakları, ticaret yolları ve kültür gibi pek çok neden olgunun karşılıklı olarak birbirini beslemesinin etkisi inkâr

\* Doç.Dr. Gaziantep Üniversitesi, Fen Edebiyat Fakültesi, Sosyoloji Bölümü. mngultekin@yahoo.com.

edilemez. Bütün veriler, güncel ya da tarihsel kayıtların en net ifade ettiği husus, Ortadoğu'nun dünyanın genelindeki toplumsal süreçler ve değişme üzerindeki etkisinin gücü ve konumunu göstermektedir (Dabaşı, 2015; Danahar, 2015; Dawisha, 2013). Bundan dolayıdır ki, en çok da Ortadoğu'daki savaşlar, barışlar, karşılaşmalar, etkileşimler veya yeni toplumsal ilişkiler, aynı zamanda bütün dünyayı ilgilendiren merkezi gelişmelere ve durumlara dönüşür. Bu olgu, bilinen tarihsel kayıtlarda mevcut olduğu gibi, içinde yaşadığımız aktüel dünyanın sıcak ve yakıcı bir gerçekliği olarak da karşımızda durmaktadır. Dolayısıyla, hâlihazırda devam eden, henüz tamamlanmamış yahut eklemleme sürecinin devam ettiği Ortadoğu'daki aktüel, savaşlar, göçler, mülteci dalgaları, zorla yerinden ettirmeler ve yerleştirmeler diğer bir deyişle bütün demografik, politik, toplumsal ve kültürel 'mühendisliklerin' faal olduğu bir zamanın ortasından yazmak, olguyu değerlendirmek yahut birtakım öngörülerde bulunmak, aslında, sosyolojinin imkânları dâhilinde, peşinen kendi kusurlarıyla malul olması da demektir. Bu hususları ve maluliyetleri akılda tutarak, bu makale, Türkiye'nin ve Gaziantep başta olmak üzere, hemen hemen bütün kentlerin son yedi-sekiz yıldır dozu ve şiddeti şehirlerin bölgesine, konumuna ve özelliklerine değişkenlikler arz eden, göç ve mülteci olgusunun kısa geçmişine, mevcut durum tasvirine ve muhtemel gelecek öngörülerine odaklanacaktır. Sözü edilen bu hususlar, daha çok Gaziantep kent özelindeki bir saha araştırmasının<sup>1</sup> sonuçları ve verileri temel alınarak tartışılacak ve bir değerlendirme yapılmaya çalışılacaktır. Dolayısıyla bu çalışma, yaşanan güncel olayları anlamak ve anlamlandırmaya gayret etmek kadar, genelde Türkiye'nin, daha özel ve dar ölçekte Gaziantep'in yaklaşık sekiz yılına damgasını vuran mültecilik ve göç olgusuna, bir kaç hayati noktadan yaklaşmayı ve bu hususlar üzerinden tartışmayı hedeflemekte ve uyum, birlikte yaşama ve karşılıklı değişme gibi geleceğe dair muhtemel birkaç başlığın üzerinde durmaya çalışacaktır.

### **Ortadoğu'da 'sıradan' bir dönem: 2011 ve sonrası**

Ortadoğu'nun modern tarihi, en az *pre-modern* dönemleri ve çağları kadar hareketli, ilginç ve bütün dünyayı sarsıcı karaktere haiz olguların da yaşandığı bir yüzyılı ifade ediyor. Doğu'dan yükselen Müslüman imparatorluk çağlarının sona ermesi ve Batı dünyasının yükselişe geçmesiyle, önce Endülüs'ten sonra da Osmanlı vasıtasıyla ele geçirilen çoğunluğu Doğu ve Orta Avrupa topraklarından geri çekilmelerin eşlik ettiği gerilemenin pek çok sebepleri var. Fakat Batı dünyasının Rönesans, Reform ve coğrafi keşifleri temele alan, Modernleşme, Aydınlanma ve Sanayi Devrimi'nin sürüklediği son derece karmaşık ve güçlü olguların şekillendirdiği bir ilerleme ve yayılmasının olduğu üzerinde uzlaşmış olgulardır. Modern sanayisi, bilim ve tekniğin karşılıklı gelişmesiyle, ordusu ve iktisadi argümanlarıyla güçlenmiş olan İngiltere ve Fransa'nın kendi kapitalist piyasalarına alan açma ve bunun sürekliliğini sağlamaya odaklı Ortadoğu (ve dünya) üzerindeki egemenlik mücadelesinin bütün etkilerinin şekillendirdiği bir süreçten söz etmek mümkün (Wallerstein, 2004, 2005). Dolayısıyla, çok fazla gerilere gitmeden, Fransa ve İngiltere'nin (daha sonra Osmanlı'daki nüfuzundan dolayı Almanya'nın, hatta Afrika'ya ilgisinden dolayı İtalya'nın) bırakalım deniz aşırı kıtalardaki etkilerini, Mısır, Hindistan, Asya, Afrika ve Ortadoğu üzerindeki şekillendirici güçlerinin sonuçlarını hâlâ takip etmek mümkün. Bu takip sadece, tarihsel kayıtlardan değil, aktüel sosyal ve politik mevcut bütün süreçler üzerinden okunabilecek kadar canlıdır; zira Osmanlı'dan sonra modern Ortadoğu'da İngiltere ve Fransa'nın çizdiği siyasi haritalara sıkışmış toplumsal, etnik, dini, ekonomik ve kültürel dinamiklerin yerel etkenlerle birleşerek dünyayı etkilemeye devam

<sup>1</sup> Bu yazı, büyük çoğunluğu Gaziantep Üniversitesi Sosyoloji Bölümü'nde çalışan akademisyenlerin desteği ve katılımıyla, Aralık 2017'de Mehmet Nuri Gültekin, İbrahim Giritlioğlu, Yücel Karadaş, Muhsin Soyudoğan, Şenay Leyla Kuzu, Sinan Tankut Gülhan, Mustafa Doğanoglu, Ayşen Utanır, Çağrı Aslan ve Nur İncetahtacı tarafından gerçekleştirilen ve Eylül 2018'de Gaziantep Üniversitesi Yayınları tarafından basılan "*Gaziantep'teki Suriyeliler: Uyum, Beklentiler ve Zorluklar*" başlıklı araştırmaya ve kitaba dayanmaktadır. Bu makalenin yazarı, yukarıda isimleri anılan tüm araştırmacılara, kitabın ortaya koyduğu verilerden bu çalışmada yararlanmaya izin verdikleri için teşekkür eder.

ettiğini ileri sürmek mümkündür (Bozarslan, 2010, 2012). Mesela, 2011 sonrasında Libya’da ortaya çıkan karmaşaya İtalya’nın verdiği diplomatik ya da politik tepkilerin Avrupa Birliği şemsiyesi altında nasıl yeniden aktive edildiğini görmek bu açıdan ilginç bir detay oluşturuyor (Prashad, 2012). Oryantalist (ya da self-Oryantalist) bakış açılarına rağmen, bölge ve coğrafyaya dair bu ‘dış ilgi’ bile, Ortadoğu’nun edilgen, hareketsiz, gündelik hayattaki politiklardan ve dünyadan izole olduğu tezinin tartışmalı konumunu göstermesi için yeterlidir. Üstelik, biraz sonra ele alınacak örnekte de olduğu gibi, çok değişken, hareketli, sosyal sınıflar ve kültürel etkileşim bakımından dünyanın geri kalanıyla en sıkı ağları ve ilişkileri olan bir siyasi, coğrafi, kültürel ve beşeri bir gerçeklik olarak Ortadoğu’nun (Dahi & Munif, 2012; Stacher, 2012) ele alınması, özcü yaklaşımlardan uzak durmayı sağlayacaktır. Çünkü Ortadoğu’daki her toplumsal ve siyasi olayın dünyadaki yankısı, en az merkez gelişmiş ülkelerdeki toplumsal olaylar kadar etki yarattığını, yaratabildiğini buradan okumak mümkün gibi durmaktadır (Dabaşı, 2015; Danahar, 2015; İskender, 2016; Roy, 2015). Bunun için egemen Oryantalist perspektifin çizdiği “Ortadoğu” tipolojilerinin bir karşılığının olmadığını, 2011 sonrasında gelişen toplumsal hareketlerin seyri ve etkisi dikkate alındığında daha iyi anlaşılacaktır.

Çok kısa değinmek gerekirse, Tunus ve Mısır’la başlayıp neredeyse bütün Ortadoğu ve Kuzey Afrika toplumlarında karşılık bulan ve özgürlüğüne göre sebepleri olan halk hareketlerinin başlangıcında, daha fazla demokrasi ve özgürlük, daha adaletli bir toplumsal tahayyül talebinin olduğu lâkin süreç içinde, bölge, ülke ve toplumun konumuna göre aktörel katılım, dış müdahaleler ve imkânlarla boyut değiştirip amaçlananlardan çok farklı ve uzak yerlere sürüklendiğini söylemek mümkündür. Bunda kuşkusuz, *Ortadoğu* olarak addedilen bölgenin belirsiz ve amorf yapısı kadar, karmaşık ve geniş alanlara yayılmış bütün beşeri coğrafyanın farklı değişkenleri ve dinamiklerinin sayısız ittifak ve kombinasyonlarının da olduğu muhakkaktır. Öyle ki, Tunus’ta toplumu sokaklara döken sebeplerle, Mısır’da Mübarek’i iktidardan uzaklaştıran dinamikler çok genel bir çerçeveden bakıldığında aynıymış gibi gelebilir fakat bu genelleyci tutum, Mısır’da özellikle kadın tekstil işçilerinin de aktif dahil olduğu ve şekillendirdiği bir toplumsal hareketin önemini perdeleyebilir. Bir başka şekilde, Yemen ve Bahreyn’de varılan sonuçlarla Suriye’de ortaya çıkan dehşet tablosunun aynı saiklerle oluştuğunu ileri sürmek bizi yanlış değerlendirmelere götürebilir (Anderson, 2014; Chalcraft, 2014; Cole, 2014; Owen, 2014; Tripp, 2014; Ulrichsen, 2014). Bunun için Ortadoğu’nun, en az dünyanın diğer yerleri kadar farklı dinamiklere açık, çeşitli ve çoklu değişkenlerle var olduğunu akılda tutmak gerekiyor. Zira Suriye’de 2011 yılı baharında başlayan protesto hareketlerinin kat ettiği mesafe ve ortaya çıkan ilişkiler ağı bile başlı başına bölge ve ülkeye göre dinamiklerin nasıl karmaşık bir ağ oluşturduğunu anlatmaya yeterlidir.

‘Arap Baharı’ olarak ilk başlarda lanse edilmeye çalışılan ayaklanmaların zaman içinde evrildiği yer, ortaya çıktığı her ülkedeki yansımaları da beklenildiği gibi farklı oldu. Tunus ve Mısır’da, Suriye ve Yemen’le mukayese edildiğinde, otoriter liderler yerine, iç ve dış etkenlerle yenilerinin gelmesi gecikmedi. Her iki ülke için yapılan bütün değerlendirmelerle, kısa süre sonra devrilen veya değiştirilen siyasi figürler yerine gelenlerin, eskilerine benzemelerinde, benzer siyasi süreçleri üreten kurumsal yapıların ve mekanizmaların belirgin olabileceğini de ortaya koydu. Öyle ki, Mısır ve Tunus’ta her türden toplumsal muhalefeti görmezden gelen baskıcı ve tekelci siyasi yapıların yerine geçenlerin, en kısa süre içinde, devirdikleri yapılara benzemelerini başka türlü izah etmek mümkün değil.

### **Suriye’de savaş ve mülteciler**

Suriye, sözü edilen bütün bu süreçler içinde hep ayrı değerlendirme başlığı altında ele alınan bir ülke oldu. Tarihsel ve kültürel arka plan, stratejik konumu, politik yapısı ve uluslararası ilişkiler bağlamındaki ittifaklarından dolayı, 2011 sonrası Suriye savaşı, dünya savaşlarını, bir tarafa bırakırsak, şimdiye kadar tarihte en fazla aktörün dahil olduğu savaş

olarak tanımlanabilir. Bu çoklu değişkenin müdahil olduğu kanlı savaş, başlangıçta veya devamında, sayısız ittifak ve kombinasyonun yaşanmasına, açık veya gizli vekâlet savaşlarına, etnik temizlik hareketlerine ve her türden şiddet eyleminin ya da küresel güçlerin yeni silahlarını test ettikleri bir sanayi/teknoloji fuarına ve meydanına döndü. Ama Suriye'yi çevreleyen (Akdeniz dahil) bütün sınırlardaki pek çok tartışmalı ittifakın ve karanlık ilişkilerin zahiri, net veya somut sonucu ortaya çıkan büyük insani trajedi ve yıkımdır. Hangi küresel veya yerel gücün kiminle ne kadar ve ne süreyle ittifak yaptığı, kime karşı savaştığı gibi birçok kifayetsiz sorunun inkâr edemeyeceği tek somut olgu ortaya çıkan milyonlarca insanın ülke içinde ve bütün dünyada sığınmacı konumuna düşmesidir. Buna sayısı tam bilinmeyen ama beş yüz binle bir milyon arasında telaffuz edilen hayatını kaybetmiş çocuk, kadın, yaşlı, genç insan eklendiğinde manzaranın trajik ve dramatik boyutları daha net anlaşılacaktır. Suriye'nin tamamıyla tahrip edilen alt yapısı, kentleri, tarihi dokusu, çözülmüş toplumsal yapısı, sekiz yılda milyonları bulan diasporasının yanında, çok az değinilen savaşta kullanılan silahların taşıdığı kimyasallarla kirlenmiş topraklarını ve sularını da eklediğimizde, yirmi birinci yüzyılda ete kemiğe bürünmüş bir kara ütopya sahnesi çıkmaktadır. Birazdan ele alınacak olan Türkiye ve Gaziantep'teki Suriyeli mülteci olgusunun böyle bir tablonun eseri olduğunu her daim akılda tutmak gerekiyor.

Birleşmiş Milletler (BM) Mülteciler Yüksek Komiserliği'ne (UNHCR), hâlihazırda Suriye'deki 6,6 Milyon insan ülke içinde yer değiştirmiş, 5,6 Milyon başka ülkelerde değişik koşullarda mülteci durumuna düşmüştür. Suriye içindeki yer değiştirmeleri bir tarafa bıraktığımızda, BM kayıtlarına göre 2011'den beri en az 5,6 Milyon Suriyeli mülteci ya da sığınmacı durumuna düşmüştür.<sup>2</sup> Bu insan sayısından toplamda ne kadarının Türkiye'yi kullanarak Avrupa ve dünyanın diğer yerlerine dağıldığını bilmek pek çok sebepten ötürü zor. Fakat resmi kayıtlarda ve mültecilere dair kayıt tutan sivil toplum kuruluşlarının verilerine göre, Türkiye'de toplamda 3 Milyon 611 bin 834 Suriyeli mülteci geçici koruma kapsamında ikamet etmektedir.<sup>3</sup> Suriyeli sığınmacıların, en başta coğrafi yakınlık nedeniyle Kahramanmaraş, Malatya ve Adıyaman gibi sınıra yakın illerde ikamet ettikleri, sonrasında Adana, Mersin, İzmir, Bursa, İstanbul ve Konya gibi büyük kentler başta olmak üzere, neredeyse Türkiye'nin en küçük ilçelerine kadar dağıldıklarını görüyoruz. İl bazında genel nüfusu dikkate alındığında, Kilis gibi hemen hemen kendi nüfusu kadar Suriyeli sığınmacının yaşadığı iller dışında Gaziantep, Hatay ve Urfa'nın mevcut nüfuslarının % 20'den fazlası Suriyelilerden oluşmaktadır. Bu oranlar ve demografik dağılım dikkate alındığında Türkiye'de bundan sonraki süreçte, göç, uyum, karşılıklı değişme ve hak tartışmalarının olacağını belirtmek gerekiyor.

Gaziantep il genelinde Aralık 2018 itibariyle, 408 Bin 802 kayıtlı, geçici koruma statüsünde Suriyeli bulunmaktadır. Bu rakamlara, pek tabii, Türkiye Cumhuriyeti vatandaşlığı alanlar ve belli bir süre kentte kalıp başka yerlere dağılanlar dâhil değildir. Dolayısıyla, kalanıyla, kaydedileniyle, gideniyle, 2011'den beri Gaziantep'in dünyada ve Türkiye'de (Hatay, Kilis ve Şanlıurfa'yla beraber) en çok sığınmacı nüfusun bir şekilde bulunduğu bir kent olduğunu belirtmek gerekiyor. Yine nüfusunun yaklaşık % 21'i Suriyelilerden oluşan bir kentteki karşılaşma ve etkileşimlerin anlaşılması hayatiyet arz etmektedir. Bunun için bazı başlıklarda yaşanan süreci ele alıp irdelemek anlamlı olacaktır.

### **Türkiye ve Gaziantep'teki Suriyeliler**

Türkiye'de göçmen veya mültecilere yönelik çalışmalarda en çok göze çarpan özelliklerden birisi, ele alınan nüfusun yekpare bir blok şeklinde değerlendirilmesinden kaynaklanan yanıltır. Sadece Gaziantep'te bile, 400 Binden fazla insandan söz edildiğinde, bu

<sup>2</sup> <https://www.unhcr.org/syria-emergency.html> Erişim: 05.12.2018

<sup>3</sup> [http://www.goc.gov.tr/icerik6/gecici-korumamiz-altindaki-suriyeliler\\_409\\_558\\_560\\_icerik](http://www.goc.gov.tr/icerik6/gecici-korumamiz-altindaki-suriyeliler_409_558_560_icerik). Erişim: 15.12.2018 & <https://muhkemiler.org.tr/turkiyedeki-suriyeli-sayisi/> Erişim: 15.12.2018.

nüfusun sınıfsal, kültürel, ekonomik, toplumsal cinsiyet, dünya görüşü ve gelecek perspektiflerinin hepsi aynı düzeydeymiş gibi ele alınması çok ciddi anlam hatalarına yol açacağı aşikârdır. Dolayısıyla Gaziantep veya Türkiye'nin diğer kentlerindeki Suriyeliler (de) ele alınırken, bireysel veya toplumsal farkları yaratan koşulları ve durumları gözetmek elzem olmaktadır.

Çok genel hatlarıyla Türkiye veya Gaziantep'teki Suriyelilerin oluşturduğu profil üç alt kategoride ele alınabilir: Birincisi, alt, yoksul, ücretli sınıflardan oluşan bir kategori söz konusu. Bu gruba girenler, genellikle kırsal Suriye'den gelmek zorunda kalan sığınmacılardır. Aynı zamanda Halep gibi büyük kentlerin çeperlerinde yaşayan, ücretli işçiler, küçük zanaatkârlar da bu gruba dâhildir. İnşaat ve tekstil gibi Halep'in de ileri olduğu sektörlerde çalışan ücretli kesimlerle birlikte kırsal bölgelerdeki tarım işçileri ve küçük toprak sahipleri (küçük meta üreticileri) bu kategoriye dâhil edilebilir. Bu kesimlere ait her yaştan ve cinsiyetten sığınmacıların Türkiye'ye ve Gaziantep'e geldiğini öngörmek zor değil. Suriyelilere yönelik araştırmalarda, Türkiye'de ve Gaziantep'te kalanların eğitim seviyesindeki örüntü bunu doğrular niteliktedir. Gaziantep Üniversitesi Sosyoloji Bölümü'nün kent genelinde Aralık 2018 tarihinde yaptığı araştırma sonuçları, haneyi temsil eden 1824 kişinin okuma yazma bilmeme oranı % 26 dolayında olduğuna gösteriyor ki, bu sonuçlar benzer araştırmalardakilerle paralellik arz etmektedir (AFAD, 2014, 2017). Bu kategorideki Suriyeliler için kentte mülteci olmak, yeni ve farklı bir toplumsal ortamda hayatta kalmak, elbette çok önemlidir fakat çalışma koşulları ve ücretler konusunda, bütün emek sömürüsü içeren süreçler ve uygulamalara rağmen, Gaziantep gibi sanayi iş kollarında ve tarımsal faaliyetlerde iş bulmak ve çalışmanın fazla bir statü kaybı anlamına gelmediği iddia edilebilir. Suriyeli, mülteci ya da sığınmacı olmanın kendisinden kaynaklı ve bütün sınıfları içeren bir özellikten dolayı alt sınıfların fazla bir statü kayıpları söz konusu değildir. Mekânsal değişme ve farklılaşmanın sınıfsal ilişkiler üzerindeki etkisi muhakkaktır ama çok genelleyici bir ifadeyle, Suriye'deyken sahip olunan sınıfsal kompozisyonun görünümüleri, bütün zor çalışma ve hayat koşullarına rağmen, Türkiye ve Gaziantep'te de korunmaktadır. Üstelik, Suriye ve Türkiye ekonomileri arasındaki farktan dolayı, Suriye'den gelinen bölgeyle mukayese edildiğinde, nominal bir ücret artışının olması dahi imkan dahilindedir.

İkinci grup, üst sınıfları kapsayan bir kategoride ele alınabilir. Savaş öncesi Suriye'nin ticaret ve sanayi sektöründe işyeri sahibi olan ve toplumun sosyo-ekonomik olarak en üst tabakasını temsil edenlerden oluşan bu gruptaki aile ve bireyler, daha çok ülkenin ticaret kentleri olan Halep, Hama, Humus ve Şam'dan Gaziantep'e veya Türkiye'ye geldiler. Farklı büyüklükte sermayeleri ve işyerleri olan bu grubun savaş öncesinde de Türkiye başta olmak üzere, komşu ve diğer ülkelerle olan ticari iş bağlantıları, sığınmacılık zamanlarındaki kısa sendelemeden sonra, Gaziantep gibi yeni geldikleri yerlerde de sermayeleriyle yeni girişimlerde buldukları anlaşılıyor. Sınıfsal konum gereği, bu grubun ülkedeki yönetimle politik bir ihtilafının olmadığı pek çok araştırmacının dikkat çektiği husustur (Bozarlan, 2012). Dolayısıyla mültecilik ve yerinden olma, bu sınıflar için de zor hayat koşulları ve iktisadi zarar anlamına gelmesine rağmen, diğer Suriyeli kesimlerle kıyaslandığında, yaşam koşulları en iyi durumda olanların bu grup içinde yer aldığını söylemek mümkündür.

Fakat özellikle Suriyeli mülteciler üzerine çalışırken ve yazarken, dikkat edilmesi gereken üçüncü grup olan orta sınıflardır. Burada orta sınıf kavramıyla ilgili tartışmalara girmeden, çoğunlukla iyi eğitilmiş, devlet bürokrasisinde ya da özel sektörde iş yapan ücretli profesyonelleri kast ettiğimizi belirtmeliyiz ve sınıfsal çöküşün, Suriyeliler arasında en çok bu kesimi vurduğunu belirtmek gerekiyor. Çünkü Suriye'deki toplumsal ve kültürel koşullara göre eğitim almış ve oradaki kültürel, ekonomik veya toplumsal yapının işleyişine göre konum elde etmiş, çoğunlukla en az bir yabancı dili akıcı bir şekilde konuşan bu kesim bireyleri, ani bir süre zarfında kendilerini, sahip oldukları bütün konum ve bağlantılardan kopmuş halde

buldular. Dolayısıyla, Suriye'deki savaşın insani pek çok trajedisinin yanında, aynı zamanda *orta sınıfların düşüşü* şeklinde de okumak mümkün görünmektedir. Üstelik bu sınıfsal düşüş, Türkiye veya dünyanın değişik yerlerine dağıldıktan sonra, çok az ve şanslı sayılabilecek kesim dışında, giderek kötüleşmiştir. Suriyeli, bir avukatın, bir doktorun, akademisyenin, öğretmenin ve hatta sanatçısının, toplumsal ilişki bağlamından hızlı ve ani kopması, bu kesimleri, ucuz işgücü ordusunun neferleri haline getirdi. Zira Suriyeli orta sınıf bireylerin büyük bir çoğunluğu, az önce birinci grupta saydığımız alt gelir grubuna mensup insanlarla (eğer iş bulabilmişlerse) beraber çalışmaktadır. Bunun için, aynı iş ve gelirin, çalışan ve hayatını sürdürmeye gayret eden her mülteci için aynı anlama geldiğini söylemek mümkün değildir; bu sınıfsal ve kültürel arka planın akılda tutulmasında yarar vardır.

### **Genel özellikler**

İçişleri Bakanlığı Göç İdaresi Genel Müdürlüğü'nün Aralık 2018 verilerine göre, tüm ülkeye değişik oranlarda dağılmış olan 3 Milyon 600 Binden fazla Suriyelinin sınır illerindeki yoğunluğu herkesin malumu. Kilis, Hatay, Şanlıurfa, Gaziantep, Adana, Konya, Bursa, Mersin, İstanbul gibi mülteci akının şekillendirdiği kentler, Türkiye'deki Suriyeli nüfusun % 80'ine yakınına barındırıyor. Artvin gibi sadece 40 kayıtlı Suriyelinin bulunduğu istisnai illeri sapsak bile, İçişleri Bakanlığı raporunda, Türkiye'de Suriyelilerin olmadığı hiç bir il olmadığı belirtiliyor. Yine aynı raporda toplamda 59 Bin Suriyeliye 'istisnai vatandaşlık' verildiği, 278 Bininin ülkelerine geri döndüğü ifade edilmektedir. Suriyeli sığınmacılar için çok hayati önemde olan çalışma izni hususunda da İçişleri Bakanlığı 32 Bin 199 kişiye çalışma izni verildiği açıklanmıştır.<sup>4</sup> Genel demografik özellikler bakımından en dikkat çekici husus, Suriyeli nüfusun her yaş grubunda erkeklerin oranının kadınlardan fazla olmasıdır. Türkiye genelindeki Suriyelilerin % 47,5'inin 0-18 yaş aralığında olduğu görülüyor ki, bu oran eğitim, iş imkânları, sağlık hizmetleri, etkileşim, uyum ve gelecekte birlikte yaşama koşulları gibi hususların ne kadar hayatiyet arz ettiğini ve gelecekte daha çok bu konular üzerinde yoğunlaşmak gerekeceğini anlatmaktadır.

Yukarıda da ifade edildiği üzere, Aralık 2017 tarihinde Gaziantep Üniversitesi Sosyoloji Bölümü'nün kent merkezindeki iki ilçenin 129 değişik mahallesinde yaşayan ve haneleri temsil eden 1824 kişiyle görüşülüp 79 sorudan oluşan Türkçe ve Arapça formatları da olan anket formlarının uygulanmasıyla, şehirde yaşayan ve artık il nüfusunun % 20'den fazlasını oluşturan Suriyeli hane yapıları hakkında çok önemli veriler toplanmıştır.

Araştırma verilerine göre, Gaziantep kent merkezinde yaşayan hanelerin yaş ve cinsiyet dağılımlarına bakıldığında; haneleri temsil edenlerin yaş ortalaması 36,4'tür. Görüşülen kişilerin yarısından fazlası kadındır. Gündüz vakti, iş ve çalışma saatlerinde evde daha fazla oranda bulunan kadınlarla görüşülmesi sosyo-kültürel bir göstergeye de dönüşmektedir. Halep vilayeti kent merkezi ama özellikle de kırsal bölgelerden nüfusun Gaziantep kent merkezinde bir yoğunluk oluşturduğunu söylemek mümkündür. Savaşın bu bölgelerde şiddetini arttırdığı 2011'den 2016 yılları arası, Gaziantep'e gelişlerin en yoğun olduğu dönemler olarak araştırmada bulunmuştur. Yine haneyi temsil konumunda olanların % 85'i evli, % 10'u bekâr, % 3,5'i de boşanmış olarak beyanda bulunmuşlardır.

Türkiye'deki mültecilik ve göç tartışmalarında en spekülâtif ve en uç noktalarda tartışılanı, hiç kuşkusuz ki, doğurganlık veya sahip olunan çocuk sayısıdır. Gaziantep araştırması, Suriyeli hanelerin ortalama 4,2 çocuğa sahip olduklarını gösteriyor. Aynı şekilde, hanelerin % 47'sinde, en az bir çocuğun Türkiye'de doğduğu anlaşılıyor. Çocuk sayısı ile çok yakından ilgili hane büyüklüğünde de, beklenildiği gibi, kalabalık bir sonuç çıkıyor. TÜİK araştırmalarında 3,4 gibi çıkan Türkiye ortalaması, Gaziantep'te yaşayan Suriyeli ailelerde 6,6

<sup>4</sup> [http://www.goc.gov.tr/icerik6/gecici-korumamiz-altindaki-suriyeliler\\_409\\_558\\_560\\_icerik](http://www.goc.gov.tr/icerik6/gecici-korumamiz-altindaki-suriyeliler_409_558_560_icerik) Erişim: 15.12.2011

olarak çıkıyor. Fakat burada dikkat edilmesi gereken en önemli husus, hanelerin % 72'ye yakınında sadece bir tek ailenin yaşadığı. Diğer bir deyişle, Suriyelilerin yaklaşık % 28'i birden fazla ailenin bir arada olduğu hanelerde yaşamaktadır. Dolayısıyla hane başına düşen birey sayısının Türkiye ortalamasından yüksek, Suriye'yle sınır bölgeleri ve kentleriyle yakın olması bu şekilde de açıklanabilir.

Göç ve mülteciliğin yeniden şekillendirdiği kurumlardan birisi aileyse, diğeri akrabalıktır. Akrabalık ve ailenin sağladığı dayanışma örüntüleri ve hayatta kalma imkanları, çok zor şartlarda yaşan Suriyelilerin de sahip olduğu güçlü ilişki ağlarından bazılarını üretmektedir. Örneğin, Suriyeli hanelerin % 79'u Gaziantep'te akrabası olduğunu ifade ediyor. Suriyelilerin Türkiye ve dünyanın her köşesine dağılımının göstergesi olarak da, hanelerin % 69'u Gaziantep dışında, Türkiye'nin değişik yerlerinde yaşayan en az bir akrabasının olduğunu belirtmiştir. Savaş, zor koşullar ve yoksullukla mücadele eden Suriyeli hanelerin % 23'ünde, değişik kategorilerde engelli bireyler bulunuyor. Hanelerin % 49'u müstakil ev olarak cevaplandırılan gecekondularda yaşarken, % 44'ü apartman dairesinde oturmaktadır ve yaklaşık % 98'i kiralık evlerde yaşamaktadır. Bu yüksek oranlar, hane giderlerinin en çok harcandığı kalemin kira, elektrik ve diğer fatura bedelleri olduğunu gösteriyor. Hanelerin % 99'u aylık ortalama asgari ücret düzeyinde bir gelire yaşamaya çalışmaktadır. Bu sonuçlar, Gaziantep dışındaki Suriyelilerle yapılan araştırmalarda da pek fazla değişmemektedir (Adar, 2018; Akdeniz, 2014; Çetin, 2016; İNGEV, 2017).

Hanelere aynı minvalde sorulan sorular, Gaziantep'te yaşayan Suriyelilerin içinde buldukları durumu gözler önüne sermektedir. Beraber, Suriye'den ayrılırken getirebildikleri özel araçları dâhil, motorlu araca sahip olanların oranı % 10 civarında. Hanelerin % 89'unun hiç bir aracı yok. Gaziantep'te 2011'den beri bulunan Suriyelilerin araç sahipliği oranının bu düşüklüğü bize iki olgunun ne kadar muhtemel olduğunu da ifade etmektedir: Birincisi, hanelerden, iş bulup çalışanlar bile, düşük ücretler ve aile giderlerinin yüksekliğinden dolayı, motorlu araç için yeterli parayı (beraber Suriye'den ayrılırken getirebildikleri de dâhil) toplayamamaktadırlar; İkincisi, Suriyelilerin henüz tam anlamıyla Gaziantep veya Türkiye'de yerleşmeye dair net planlarının olmadığına delalet eder ki, bundan sonraki süreçte, göç ve uyum meseleleri üzerinde çalışacakların, özellikle dikkat etmeleri gereken hususun bu olduğunu düşünüyoruz. % 87'sinin herhangi bir işe dair uzmanlığının ya da diplomasının olmadığını beyan etmesi, Gaziantep'teki Suriyelilerin genelde kırsal ya da tarımsal bölgelerden geldiğinin veya kentin kalifiye nitelikleri ön planda olan mültecileri Gaziantep'te kalıp çalışmaya ikna edecek enstrüman ve argümanlarının az olduğunun, geride kalan nüfusun büyük oranda Türkiye'nin daha nitelikli işgücü talebinde bulunan illerine (İstanbul, Kocaeli, Bursa gibi) ya da Batı ülkelerine kaptırıldığı şeklinde okunması da mümkündür. Zira iş bulup çalışanların % 88'den fazlası sigortasız (bu da resmi asgari ücretin de altında bir ücretle) çalıştığını gösteriyor. Bu güvencesizlik kadar, işgücünün emek arzının niteliğini ve emek piyasasında talep edilen emeğin niteliğinin de göstergesi olarak pekâlâ okunabilir. Niteliksiz ve güvencesiz çalışma, iş istikrarsızlığının kurumsallaşmasını ve bunun da birey ya da hane gelirini negatif manada etkilediği muhakkaktır. Yaklaşık % 78'lik bir kesimin özel sektörde çalışması ve bunların % 82'nin tam zamanlı işlerde varlık göstermesi yaşanan ağır koşullar hakkında fikir vermektedir.

Yukarıda, aile ve akrabalık ilişkilerinin mültecilik gibi ağır koşullarda yeniden şekillendiğinden söz etmiştik. Benzer şekilde, saha araştırmasında, iş bulan, arayan ya da çalışan Suriyelilerin yaklaşık % 48'i Suriyeli hemşerileri ya da tanıdıkları aracılığıyla iş bulduklarını belirtmişlerdir. İş ve çalışma alanı Suriyelilerin Gaziantep'te etkileşim ve toplumsal hayata dâhil olma kanallarının (bütün ağır koşullara rağmen) başında geldiğini gösteriyor ki, % 31,5 gibi bir oran kendi başına iş bulduğunu, % 15'inin Gaziantep'te tanıdıkları vasıtasıyla iş bulduğunu belirtmiştir. Bu oranların, hane ya da birey çok zor durumda kaldığında kimlerden borç bulabildiği sorusuna verilen cevaplarla da örtüştüğünü söylemek gerekiyor.

Çünkü görüşülen hanelerin yarısından fazlası borçlu olduklarını ve yaşamlarını devam ettirebilmek için değişik kaynaklardan (Suriyeli ve Gaziantep'li tanıdıklar dâhil, arkadaşlar, akrabalar, işveren vs.) borç bulmak zorunda olduklarını dile getirmiştir. Fakat iş ve çalışma hayatına dâhil olma kanallarının açılmış olması ve bu alanlarda işleyen bir ağın gelişmeye başlamasına rağmen, Suriyelilerin, eğitim ve cinsiyet gibi farklarına bakılmaksızın, ücret ve çalışma koşullarına dair işverenle pazarlık yapma ya da herhangi bir talepte bulunmalarının çok minimum düzeylerde olduğunu gösteriyor. Ücret dâhil, çalışma koşullarına dair taleplerde bulunabilenler, tahmin edileceği üzere, kadınlar daha az (% 11) ve erkekler daha yüksek (% 89) orandadır. Ortalama olarak ele alındığındaysa, Suriyelilerin % 67 gibi oldukça yüksek bir oranı, işverenle ya da işyeriyle hiç bir konuda pazarlık yapmadığını, talepte bulunmadığını belirtiyor. Bu, iş ve çalışma hayatında (sadece Suriyeliler için değil) güvencesizliğin sonuçlarından birisi olmakla beraber, Suriyeli işgücünün mecburiyeti ve yaşadıkları ağır hayat koşullarında her şeye rağmen işini kaybetmeme isteğiyle de ilgilidir. Kuşkusuz ki, bu güvencesizlik ve mecburiyetin, niteliksiz emek yoğun üretimde, emek ücretleri üzerinden sağlanan ilkel kapitalist birikimin en sağlam ayağını oluşturduğunu da unutmamak gerekiyor. Zaten Gaziantep'te iş bulmayı zorlaştıran faktörler sorulduğunda verilen cevaplarda dil bilmemenin en çok işaretlenen seçenek olması da, iş bulan Suriyelilerin de fazla dil becerisi istemeyen daha çok emek yoğun işlere (inşaat gibi) yöneldiğini gösteriyor. Tecrübe istemeyen işlerin özellikle emek yoğun iş kollarında geçerli olduğunu ve bunun da güvencesiz çalışma koşullarıyla birleştiğinde ortaya çıkan sömürü imkânlarının ilk önce Suriyeliler gibi kırılgan nüfus içinde daha *verimli* işlediğini belirtmek gerekiyor. Ve bütün bu olumsuz koşullar birleştiğinde yani güvencesizlik, emek yoğun üretim ve işverene karşı sınırsız itaat koşulları olduğunda, iş bulmak ve çalışmak, özellikle de mülteciler ve göçmenler adına kendileri ve ailelerin geçimi için yeterli olmamakta ve haneden her daim birden fazla bireyin iş ve çalışma talebinde olmasını gerekli kılmaktadır. Nitekim Gaziantep saha araştırmasında da, iş bulup çalışabilen Suriyelilerin 3'te birinden fazla (yaklaşık % 38'i), hanede birden fazla kişinin çalıştığını dile getirmiştir. Daha da ilginç olan, hanedeki iş gücünün kompozisyonudur. Zira iş bulup çalışabilen hanelerde, anneler veya kadınlar % 3 oranındayken, babaların oranı % 48, diğer akraba ya da haneden birlikte yaşayan erkek aile fertlerinin oranı % 20 civarındadır. Fakat en ilginç oran hanelerin işgücünün % 29'unun çocuk işgücünden sağlanıyor olmasıdır. Bu sonuç üzerinde uzun uzadıya tartışılabilir, sebepleri ve muhtemel sonuçları üzerinde konuşulabilecek bir husustur. Çünkü çocuk emeği arzının pek çok nedeni bulunmaktadır. İlki, hiç kuşkusuz, buna izin veren yasal boşluk ya da denetimsizliktir ki, Türkiye çocuk işçiliğini çıkardığı kanunlara yasaklamış olmasına rağmen, bu olgu, tarım başta olmak üzere pek çok alanda varlığını kayıt dışı bir şekilde sürdürmektedir. İkincisi, çocuk emeğini talep eden iş kollarının varlığı ki, az önce yukarıda değinilen emek yoğun üretimin nitelik gerektirmeyen yapısı, her daim, daha itaatkâr, daha savunmasız ve emek istismarının kültürel kodlarla da desteklendiği (çıraklık, meslek-zanaat öğrenme) bir yapı ortaya çıkarmakta ve bu da kadın ve çocuk emeğinin sınırsız sömürsünün önünü açmaktadır. Üçüncüsü, ilkel kapitalist birikim sürecinin kadın ve en çok da çocuk emeğinin istismarı üzerinden yürümeye meyilli olması ve bunun da daha ez eğitilmiş, nitelikli, kalifiye ve tecrübe gerektiren sektörlerin ve işlerin yokluğu ya da azlığıdır. Dördüncüsü, daha somut ve yakın gelişme olarak, Türkiye'ye gelen Suriyeli çocukların, türlü nedenlerle örgün eğitimin dışında kalması ve tabir yerindeyse, o kayıp kuşağın şimdiki Suriyeli çocuk işçi olgusunun neferlerinden olmasıdır (Adar, 2018; Akdeniz, 2014; Çetin, 2016). Öyle ki, Suriye savaşının hemen başında yani 2011'den itibaren, Türkiye'ye sığınan okul çağındaki çocukların eğitimine, ciddi bir kafa karışıklığıyla, oldukça zor çözüm yolları getirilmeye çalışıldı. Gaziantep'te Geçici Eğitim Merkezleri (GEM) öncülüğünde Arapça eğitim yapan ama mevcut Suriye'deki müfredatın dışında bir yol arandı fakat hayatın gerçekliğiyle örtüşmediğinde çok sınırlı kaldı. Ayrı binalarda, ayrı ve yeni bir müfredatla, fiziki imkanlar kadar eğitici sorunları ve yasal boşluklarla uğraşıldıktan sonra o yöntemin iyi bir



çözüm yolu olmadığı anlaşıldı ve terk edildi. İlk başlarda olması gereken, Suriyeli çocukların Türkiye'deki eğitim sistemine, önce dil öğrenme ve daha sonra müfredat üzerinden içerilmesi süreci 2017'de hayata geçirilmeye başlandı. Bütün zorluklara rağmen önemli ilerlemeler kaydedilse de hâlâ 400 Bin Suriyeli çocuğun okul dışında olduğu hesaplanıyor.<sup>5</sup> Dolayısıyla, Gaziantep özelindeki çocuk işçi olgusunda da bütün bu değişkenlerin aynı anda işlediğini söylemek mümkün görünmektedir.

Burada, okullaşmaya dair sorunlara değinirken, Gaziantep'teki Suriyelilerin genel eğitim düzeyi örüntüsünün son derece ilginç veriler içerdiğini belirtmekte yarar vardır. Zira görüşülen ve haneleri temsil eden erkeklerin % 16,8'inin, kadınların % 33,7'sinin okuma yazması yok. Herhangi bir okula gitmeden okur yazar durumunda olan erkeğin ve kadın oranları görece birbirine yakın (erkeklerde % 6,5 ve kadınlarda % 7,9) durmaktadır. Bu çok yüksek oranların nedenlerini az önce yukarıda tartışmıştık. Bu eşitsiz tablo, ilköğretimde dengeleniyor ve kadınların oranı % 29,4 iken, erkeklerin oranı % 28,3 olarak çıkmaktadır. Fakat sonrasında tekrar kadınlar aleyhine bir tablo çıkıyor ortaya. İlkokuldan sonra kadınların eğitim hayatından erkeklere nazaran daha çok koparıldığının somut sonucu, erkeklerde % 31 olan ortaöğretim derecesi, kadınlarda % 21,6'ya düşüyor. Devamında, üniversite mezunu oranlarındaki tablonun vahameti netleşiyor: Kadınların % 6,9'u üniversite mezunuyken, bu oran erkeklerde iki katından fazla yani % 15,7'dir. Bu oranlar, Gaziantep'te kalan ve bundan sonra da büyük bir çoğunluğunun kentte yaşamaya devam edeceğini varsaydığımız Suriyelilerin eğitim kompozisyonunu göstermektedir. Fakat eğitim konusunda genç kuşakların daha şanslı olduklarını söylemek mümkündür. Araştırma sonuçlarına göre, Gaziantep kent merkezinde yaşayan hanelerin % 58'inde okula devam eden en az bir öğrenci olduğu anlaşılıyor. Ve devlet okullarının (% 97,7) ağırlığı göze çarpmaktadır. Kuşkusuz, devlet okullarına yönelik bu oranın yüksekliğinin ilk nedeni, az önce ele aldığımız yoksulluk ve gelir düzeyidir.

### ***Suriyelilerle birlikte yaşamının imkânları ve alanı üzerine***

Kentlerin tarih boyunca sahip olduğu anlam, insan uygarlığının ortaya çıkmasındaki rolü üzerine sayısız çalışma ve vurgu mevcuttur (Lefebvre, 1998); burada tekrara düşmemek adına, kentlerin tarih içindeki gelişmelerine değinmek yerine, doğrudan Gaziantep kent merkezindeki Suriyelilere indirgeyerek karşılıklı değişim, uyum, birlikte yaşama gibi, yine kentlerle birlikte uygarlık sahnesine çıkan olguların yerel dinamiklerini değerlendirmek istiyoruz.

Malum olduğu üzere, dünyanın her tarafındaki kentler, farklılıklar barındırma, özgürlük beklentileri, umut ve pazarın etkileri üzerine yükselir (Lefebvre, 1998; Weber, 2000). Kentlerin ortaya çıkışından gelişimine ve günümüzdeki küresel kentler çağına varana dek, bu özelliklere yenilerini ekleyen kentlerin büyüdüğünü, geliştiğini ve dünyayı etkilediğini görüyoruz. Bu büyüme ve gelişmenin en önemli olgularından biri de, kuşkusuz, kentlerin sürekli göç veya insan akınlarına maruz kalmasıdır (Davis, 2007; Harvey, 2006). Kentlerdeki gündelik hayatın boyutları, işleyişi, karmaşası, zenginliği ve çeşitliliği gündelik hayatın bizi kendisi olarak var olur. Dolayısıyla kent, bütün sınıfsal, etnik, kültürel ve mekânsal karşılaşmaların hem oluşturucusu hem sürdürücüsü ve yeniden üreticisi hem de karşılaştırmacıdır. Kent bir zorunluluk olduğu kadar bir imkândır da ama somut sınıfsal ve kültürel koşullarla belirlenen ve şekillenen imkân. Bunu akılda tutarak, Gaziantep'te yaşayan Suriyelilerin kentsel zeminde karşılaştıkları ya da sahip olabildikleri imkânlar üzerinden değerlendirilmesi bize mevcut durum ve geleceğe dair bir perspektif sunacaktır.

Az önce kentin bir karşılaşma mekânı ve zemini olduğundan söz ettik. Bu karşılaşmaların bir kısmı, öngörülebilir karakterdeyken, bir bölümü de belirsizlikle şekillenir.

<sup>5</sup> <https://www.unicefturk.org/yazi/acil-durum-turkiyedeki-suriyeli-cocuklar> Erişim: 15.12.2018

Her gün aynı kentsel mekânlardan bulunmak, aynı kişiler veya ilişkilerle karşılaşmanın garantisi olmamasından dolayı, kenti var eden ve güçlendiren bu sürpriz aktörel ve olgusal karşılaşmalardır. Kent hem gelen hem giden hem de yaşayanlarıyla bütünüyle öngörülemez bir sürpriz karşılaşmaların mekânıdır. Kentteki bu kurumsal kesinlik ve aktörel belirsizlik, onu insan hayatında ayrıcalıklı bir konuma yerleştirir. Sınıf ve kültür farklarının yarattığı zamana ait mekânların kimler tarafından nasıl deneyimleneceği, kentte yaşayan bireylerin de öngöremeyeceği karakterde olduğundan kentler varoluşları gereği bu tür bilinemez, öngörülemez sürprizleri zorunlu kılmaktadır. Fakat bu, kentin hiç çatışma ve gerilim barındırmadığı anlamına gelmemeli ki, her türden potansiyel çatışma barındıran kentsel karşılaşmalar olmadan değişimi anlamak da zorlaşacaktır.

Bu durum ve koşullar mülteciler, göçmenler ve bütün yeni gelenler için de geçerlidir. Çünkü göçmen ve mülteciler kentlerin, çok daha genel bir ifadeyle toplumun, çok boyutlu çelişkilerini aynı anda hem görünür kılar hem gizler. Kentler, özgürlük ve açıklığın mekânıyken, düzeyi ve coğrafyasına bakılmaksızın, içinde taşıdığı sınıfsal, mekânsal, kültürel veya sosyal adalet çelişkilerini, göçmen ve mülteciler üzerinden görünür kılabilir. Örnek vermek gerekirse, Gaziantep'in ya da Türkiye'deki diğer gecekondu mahallelerinde yaşayan, alt gelir grubuna sahip bireyler, o güne kadar karşı çıktıkları iş ve çalışma düzeninin safında, kente, mahallesine yeni gelen ve düşük ücretine talip olan göçmen ve mültecilerin karşı kampına geçebiliyorlar. Bu noktada, kentlerin ve toplumların önünde (sözünü ettiğimiz Gaziantep araştırmasının verilerinden de yararlanarak) bazı yol ayırımlarının olduğunu ifade etmek gerekiyor.

### ***Yoksulların karşılaşması***

Az önce sözü edilen kentsel mekânlarda göçmen ve mültecilerin karşılaşması, daha çok alt gelir grubuna mensup kesimlerin yaşadığı gecekondu mahallerinde gerçekleşmektedir. Gecekondu mahallelerinin göçmen ve mülteciler açısından daha cazip olmasının nedeni, tahmin edileceği üzere, konut kira fiyatlarının, diğer mahallelere kıyasla düşüklüğüdür. Diğer temas ve karşılaşma mekanları, düşük ücretli, emek yoğun çalışma alanlarıdır. Gaziantep gibi yerlerde, asgari ücretli kitlelerin aktığı sanayi bölgeleri ve kent merkezlerindeki marjinal sektör alanlarında alt gelir grubundaki insanlarla göçmen ve mültecilerin karşılaşması, gerilimli süreçler ve potansiyelleri doğurabiliyor. Wacquant (2011, 281-300), "aşağıdan kutuplaşma" dediği marjinalleşmenin belirtileri arasında, makro toplumsal süreçlerle bağlantılı 'mesleki ikileşmenin' neden olduğu eşitsizliğin yeniden ve daha belirgin biçimde ortaya çıkmasını, ekonomik faaliyet alanında ücretli emeğin daha önceden sahip olduğu toplumsallığı (o ücretin sağladığı hayat koşullarını) kaybetmesini, çeşitli Neoliberal politikalar çerçevesinde devletin bu alanları ve yoksulları kendi kaderine bırakmasını ve yaşanan, deneyimlenen mekândaki (burada yoksulların karşılaştıkları alanları sayabiliriz) yoğunlaşmayı gösteriyor. Dolayısıyla, Gaziantep özelinde yoksulların marjinalleşme ihtimalleri, bütün kentler gibi mevcuttur. 'Aşağıdan kutuplaşma' kriz anlarında da normal akıp gündelik hayat pratiklerinde de, en yakınındaki, kendine benzeyene yönelme ihtimallerini barındırır. Bu tür gerilimli temasların önüne geçebilmek için temelde dikkat edilmesi gereken bazı hususları hatırlamakta yarar olacaktır.

İlk husus, kuşkusuz, deneyimlenen kentsel toplumsal hayat mekanlarındaki gündelik temas ve iletişimin ya hiç olmaması ya da çok minimum düzeyde kalmasıdır. Kentsel veya toplumsal hayatın piramide benzeyen tabakasında düşük sosyo-ekonomik düzeydeki kesimlerin nüfusa oranının yüksekliği, bu tür temasların ne kadar hayatiyet arz ettiğini anlamak için yeterlidir.<sup>6</sup> Göç ve mültecilik süreçlerinde de temas, kentsel mekanlardaki karşılaşmalarda,

<sup>6</sup> Tam da burada, yeri gelmişken bir hususun altını çizmek gerekiyor: Mültecilik ve göç olgusunun, devlet ve daha varlıklı sınıflar ya da sermayedarları anmadan anlatılmayacağına fakında olduğumuzu belirtmek gerekiyor.

potansiyel önyargıları ortadan kaldıracığı gibi, gerilim yaratmayacak karşılıklı değişme ve anlamının merkezinde olduğu bir toplumsal ilişkiler örüntüsü kurabilir. Dolayısıyla, Gaziantep de dahil, diğer bütün kentlerde, Suriyeliler özelinde, göçmen ve mültecilerle temas ve iletişim mekanları kadar imkanlar da önem arz ediyor. Oysa, Gaziantep için bu etkileşim ve temasın, henüz, sadece belirli alanlarla sınırlı kaldığını belirtmek gerekiyor. Sözü ettiğimiz saha araştırması verileri kent merkezinde farklı sürelerde yaşayan Suriyelilerin, kentin en çok hangi alanlarını kullandıklarına dair sorunun cevapları ilginç noktalar barındırıyor. Gaziantep'teki Suriyeli haneleri temsil eden kişilerin % 73'ü hiçbir AVM'ye gitmiyor. Gaziantep gibi bir sanayi kentinde hızla gelişen alışveriş merkezlerinin günlü on binlerce ziyaretçiyi çektiği düşünüldüğünde, bu tür mekanlar üzerinden etkileşimin minimum düzeyde kaldığı görülüyor. Yine % 85'lik kesim kentteki kahvelere ya cafelere hiç gitmediğini belirtmiş. Buradan şunu çıkarmak mümkün gibi: Boş zamanlardaki karşılaşmalar üzerinden kentte bir temas ve etkileşim söz konusu değildir. Temas daha çok iş, çalışma ve okul ortamlarıyla gerçekleşmektedir. Bu temas ve iletişim eksikliğinin en büyük sebeplerinden birisi olarak dil bariyeri gösterilebilir. Çünkü emek yoğun iş kollarında Türkçe dil becerisinin çok da gerekli olmaması sürdürülebilir bir durumken, insanlar arası iletişimin en temel aracına dönüşmektedir. Araştırmada ortaya çıkan sonuçlara göre, Suriyeli genç kuşakların Türkçe dil becerisi yaşlı kuşaklara, erkeklerin kadınlara göre daha ileri düzeydedir. Fakat aradan geçen yedi yıla rağmen, okullaşma süreçlerindeki aksaklık ve yanlış uygulamaların, özellikle genç Suriyeli kuşakların dil becerilerini olumsuz etkilediğini görmek mümkündür. Dil becerisinin, özellikle iş ve çalışma dışındaki toplumsal etkileşim süreçlerindeki önemi dikkate alındığında, karşılıklı iletişim ve değişimin en önemli dayanaklarından birisi eksik kalmış olmaktadır.

Burada diğer bir husus, özellikle düşük ve orta gelirli kesimlerin, Gaziantep'teki Suriyelilere yönelik tutumlarında iş, çalışma ve sağlık hizmetlerine erişimdeki süreçlerin son derece önemli yer tuttuğunu dile getirmektir. Bunun ilk koşulu, sermayedarların, diğer bir ifadeyle Gaziantep'teki sanayi veya diğer iş arzında bulunan sektörlerin, ucuz ve güvencesiz emekten elde ettiği ilkel kapitalist birikim mantığının değişmesidir. Kısa sürede, kârın maksimizasyonu için her türlü sömürü ve istismarın mülteci emeği üzerinden sağlanmasına müsaade etmemek ilk adımdır. Bunun başlaması kolay görünse de burada iki temel dinamiğin işleyişi belirlediğini ve yeniden ürettiğini söylemek mümkündür: 1) İşverenin kendi kısa vadeli çıkarları için ucuz iş gücü talebi 2) Mültecilerin, dil problemi, eğitim ve yabancı olmaktan kaynaklanan, her türlü fırsatı değerlendirme mecburiyeti ve bunun akabinde gelen düşük ücrete hayatın idamesi için rıza göstermesi. Buradan şu paradoks çıkmaktadır: Her çalışanın sosyal güvenlik sistemine kaydolması, sömürü, istismar ve haksız rekabeti önleyebilecek mekanizmaları güçlendirirken, göçmen ve mültecilerin iş bulma yarışına, çeşitli nedenlerle, geriden başladığı bir ortamda onlar adına dezavantajlı bir duruma sebebiyet verebilmektedir. Düşük nitelik ve emek yoğun çalışma gerektiren çoğunlukla enformel sektörlere dayalı bir iş ve çalışma dünyasında kayıt altına almayı sağlamak oldukça zor olmaktadır.

Öyle ki, somut politika ve baskı oluşturucusu bu kesimlerin, mülteci ve göç süreçlerinin asıl boyutlarında görünür olmamaları, bunların etkilerini görmezden geldiğimiz anlamına gelmemelidir; zira asıl vurgulamak istediğimiz, yoksulların (eski vatandaş yahut göçmen ve mülteci olarak yeni gelenlerin) potansiyel ve aktüel bütün gerilim kaynaklarının bu kesimler tarafından dengeleyici ve kârın maksimizasyonu için birer araca dönüştürüldüğüdür. Düşük ücretli, güvencesiz iş ve çalışmanın sağladığı sınırsız kâr etme güdüsü, kısa vadeli planlamalarda işe yarar gibi durmaktadır. Fakat uzun vadeli istikrarlı iktisadi bir işleyiş, adil bölüşüm, toplumsal fay hatlarının açılmasına müsaade etmemek, toplumsal marjinalliğin beslediği şiddet süreçlerinin yaşanmaması ve yoksulların karşılaşmasının önüne geçmek gibi hedeflerin kısa vadeli ve ani kazançlardan daha olumlu sonuçlar doğuracağına olan inancın yerleşmesi gerekir. Ancak bu süreçler, göçmen ve mültecilerin resmi olarak tanınmasıyla, hakları olduğu gerçeğinin kabulüyle, kısacası, kentteki ya da ülkedeki göçmen ve sığınmacıların insan olduklarını kabule bağlı gibi durmaktadır. Bu da sadece söylemsel (*discursive*) değil, somut politik hukuki özneler olarak insanları tanımayla ilgili bir durumdur.

İkinci nokta, sosyal güvenlik sistemine kayıt, göçmen ve mültecilerin, bu mecburiyet ortamından kaynaklanabilen istismar ve sömürsünün önüne geçebilme imkânı sağladığı kadar, kentteki alt sosyo ekonomik kesimlerin sağlık hizmetine erişim noktalarındaki gerilimli karşılaşma ihtimallerini de minimuma indirir. Özel sağlık hizmetlerinin, toplumun belirli bir gelir düzeyine hitap ettiği ve o kesimlere yönelik hizmet arzı gerçekleştirdiği düşünülürse, geriye kalan kamu sağlık hizmet kurumlarındaki göçmen ve mültecilerle aynı hizmet talebinde bulunurken alt gelir gruplarının karşılaştıklarında ortaya çıkabilecek muhtemel gerilimlerin seviyesini minimuma indirebilir. Üstelik, ilk başlardaki zorluklara, göçmen veya mültecilere sağladığı düşünülen dezavantaja rağmen, sosyal güvenlik sistemine kayıt, uzun erimli bir süreçte onların sömürü ve istismarını engellediği, onlara sosyal güvenlik sistemi içinde bir yer ayırdığı, onları sisteme dahil edebildiği ve gelecek hayat planlarına katabildiği için eşitleyici ve olumluyucu özelliklere sahiptir.

Üçüncü husus, haklar bağlamında, ebedi mültecilik ve göçmenliğin önüne geçecek politikalar üretmek ve demokratik tartışmalar açıp, Suriyeli mültecileri ve diğer göçmenleri bu tartışmalara, birey ve özne olarak ya da bir politik *entite* olarak, katıp kendilerini ifade edebilmelerinin önünü açmaktır. Gaziantep'te son dönemlere kadar, her zaman birilerinin Suriyeli sığınmacılar veya göçmenler adına konuştuklarına tanık oluyoruz. Buna tam olarak gizil ve *iyi niyetli* egemenlik ilişkisinin yeniden ve farklı bir bağlamda kurulması diyebiliriz. Bunun bir nebze kırılması ve mültecilerin, hakları ve talepleri olan politik öznelere konuşmaya ve tartışmaya dahil edilmesi hayati derecede elzemdir. Bu tartışma ve haklar platformunun en önemli ayağı, onları kayıt dışılıktan kurtarmanın yollarını sunmak kadar, bu süreçlerin şeffaf, net ve öngörülebilir koşullara ve işleyişlere sahip olmasını sağlamak olmaktadır. Örneğin, oturum almanın, vatandaşlık hakkı kazanmanın halihazırda var olmayan ya da işletilmeyen kurallarının yeniden açık ve demokratik bir zeminde ele alınması gerekiyor. Bu durum, mültecilerin Gaziantep'teki toplumsal hayata dahil ve geleceği şekillendirmelerinde son derece gereklidir. Diğer şekilde yani bunların olmadığı ortamda, belirsizlik, spekülasyon ve kirlenmiş işleyişlerin eşlik ettiği süreçler ortaya çıkmakta ve Suriyeli sığınmacıların ya da diğer göçmenlerin mevcut sosyal yaşamları olumsuz etkilenmektedir. Dolayısıyla, hakkaniyetli, şeffaf ve herkes için aynı şekilde işleyen net süreçlerin birlikte yaşamaya olumlu katkı yapacağı ve potansiyel toplumsal gerilimleri düşüreceği muhakkaktır.

Bu başlıktaki üçüncü nokta, toplumsal etkileşim noktalarını geliştirmek olduğu kadar, değişimi ve uyum sağlamayı sadece göçmen veya Suriyeli sığınmacılardan beklemek yerine, karşılıklı değişmeyi sağlayacak mekanizma ve ilişkileri ön plana çıkaracak politikaların hayata geçirilmesi ve imkanların sunulmasıdır. Her yaş, cinsiyet ve kuşak için içerme ve etkileşim noktaları ya da imkanları farklı olsa da, okul ve eğitim sistemine, göçmen ve mültecilerin dahil edilmesi, hem dil öğrenme sürecini ve uyum sağlamayı kolaylaştıracak hem de olumlu etkileşimlerin kapısını aralayacaktır. Türkiye'de ve Gaziantep'te, geçmişi uzun yıllara ve politikalar dayanan algının neticesi olarak, değişme ve uyum tek taraflı özelliklerin, mesela dil ve kültürün, terk edilmesine ve içine girilmek istenen yapının bütün değerlerini içselleştirip kendisinin önceden sahip olduğu bütün kültürel kodları ve değerleri reddetme üzerine yükselen asimilasyon anlaşılmaktadır. Burada kast edilen, asimilasyon yerine, hiyerarşik olmayan yatay, demokratik ve daha insani bir ilişki kurmanın önünü açmaktır. Dolayısıyla tek taraflı bir değişim yerine karşılıklı değişme daha demokratik ve daha eşit ilişkilerin kapısını aralayıp Gaziantep gibi kalabalık mülteci nüfusu barındıran bir kentin toplumsal uyumunu sadece iş, çalışma ve ekonomiye terk edilmemesini sağlayacak, daha farklı imkân ve perspektifler sunacaktır.

Dördüncü husus, güncel ve bir o kadar da belirleyici olan politik söylemin gözden geçirilmesi ve daha ilkesel, göçmen ve mülteci karşıtı olmayan, insani bir siyasetin hedef olarak konması ve bunun kitlelere anlatılmasıdır. Bütün geçmiş olumlu politikalara rağmen,

Türkiye'deki siyasetin net ve öngörülebilir bir göçmen ve mülteci politikası da söylemi de bulunmuyor. Gündelik siyasetin dile getirdiği ama özellikle de Ortadoğu'daki politik manevralar ve çıkarlar çerçevesinde şekillenen bir konjonktürel mülteci ve göçmen söylemi ön plana çıkmaktadır ki, bunun yerine daha ilkesel ve demokratik bir siyaset ve söylem, uzun vadeli bu olguyla yaşamaya alışması gereken bir toplumun ihtiyaç duyacağı bir durumdur. Egemen söylemin konjonktürel mülteci perspektifiyle, muhalefet adına siyaset yapanların göçmen veya Suriyeli karşıtlığına dayalı açık ve net diskurları, az önce sözünü ettiğimiz kesimlerin her toplumsal hayat alanındaki karşılaşmalarına da yansdığından, gelecekteki muhtemel gerilimleri azaltıp karşılıklı değişmeyi kolaylaştıracak ilke ve politikaların geliştirilmesi elzemdir. Bir defa akıldan çıkarılmaması gereken husus, Türkiye'nin ve Gaziantep'in karşılaştığı son mülteci akınının bu olmayacağıdır; zira dünyadaki göç ve mülteciliği tetikleyen onca mevcut ve potansiyel sebep göz önünde bulundurulduğunda, son yedi sekiz yıllık Suriyeli sığınmacıların akını gibi pek çok akının Türkiye'ye doğru olacağını öngörmek zor değil. Bunun için politik söylemin doğrudan belirlediği, medyanın dili ve imgeleri de göçmen ve mültecilerin toplumsal içermelerinde önemli yer tutmaktadır. Gündelik siyaset dilinin popülist, hatta çoğunlukla açık ya da latent ırkçılık içerebilecek ifadelerinin, en çok da alt sosyo ekonomik kesimler tarafından dikkate alındığı veya alınacağı, yararının başka sınıfların hesabına yazılacağı akılda tutulmalı ve ona göre siyaset oluşturulmalıdır.

Bütün bunlar, Gaziantep özelinde, göçmen ve mültecilerle kurulacak hayati kırılan temas ve ittifakları şekillendirecek ve belirleyecektir. Bundan dolayı, gerilim yerine iletişim ve etkileşim yollarının açık tutulması, karşılıklı empati ve anlayış kadar siyaset üretenlerin uyum ve karşılıklı değişmeyi sağlayacak hedeflerinin olması daha insani ve gerçekçi görünmektedir.

Son olarak, toparlayıcı mahiyetteki şu ifadeyi eklemekte yarar vardır: Gaziantep'teki göçmen ve mülteci olgusuyla yaşamının önünde iki yol görünmektedir. Birincisi, sorunları, karşılıklı değişimi, etkileşimi, insani ve eşit ilişkileri reddederek mültecileri ve göçmenleri sürekli bir sorun olarak gören ve buna yönelik olumlu politikalar geliştirmeyerek meselenin kuşaklara aktarılan bir problem olmasını sağlayacak yol. Diğeri, ilkinin tersi olarak, daha insani, demokratik, şeffaf, ilkesel ve göçmen ve mültecileri her türden içermeyi bir zenginlik, karşılıklı değişimi sosyal hayatın bir zorunluluğu olarak görüp bu süreçleri kolaylaştıracak yol. Bunlardan hangisinin seçildiği ya da uygulandığı, Gaziantep'in de Türkiye'nin de içinde yaşadığı bu olguya dair yönünü tayin edeceği muhakkaktır.

### Sonuç

Ortadoğu'daki son derece karmaşık ve çok yönlü toplumsal değişme ve şiddet sarmalının neden olduğu yerinden edilmişlik ve mültecilik, bölgedeki bütün kentler ve toplumlar için içinden çıkılması zor sorunlar ve süreçler yaratmaktadır. Türkiye ve Gaziantep, 2011 sonrasındaki Suriyeli mülteci krizinin odağında yer alarak, burada üretilecek muhtemel sorun ve çözümlerin de önemli merkezine dönüşmektedir. Türkiye'deki 3 Milyon 600 Binden fazla kayıtlı Suriyeli nüfusun, sadece neden oldukları sorunlar nedeniyle değil, sahip oldukları potansiyel ve imkanlarla da ele alınması hayatiyet teşkil etmektedir. Bu perspektif ve yaklaşımın, milyonlarca insanın yaşadığı yerleri terk ederek mülteci konumunda çok zor ve ağır koşullarda yaşamasının beraber getirdiği ve getireceği sorunların çözümüne katkı yapacağı aşikardır. Gaziantep kent ve il özelinde, 400 Binden fazla Suriyeli sığınmacının yaşadığı bir yer olarak, karşılıklı değişme, toplumsal etkileşim kanallarının yeniden inşası, uyum, çalışma, eğitim, kültürel alışveriş ve iş konularında büyük potansiyellere sahip bir şehir. Suriyelileri içerecek mekanizmaların hayata geçirilmesi, kente yeni alanlar ve zenginlik imkanları sunacağı gibi, karşılıklı değişme ve toplumsallaşma süreçlerinin de daha az sorunlu geçmesini sağlayacaktır. İş ve çalışma koşullarının yanında, özellikle kentin alt sosyo ekonomik bölgelerindeki etkileşimlerinin daha sorunsuz ve genel toplumsal faydayı içerecek şekilde devam edebilmesi için, kentin yoksul kesimleriyle Suriyeli mülteciler arasında daha çok temas kanallarının

açılması, mülteci ve göçmenlerin hakkı olması gereken sosyal güvenlik sistemine kaydedilmesi, sözü edilen bu etkileşim ve temasın daha eşitlikçi ve öngörülebilir bir zeminde ilerlemesini sağlayacağı muhakkaktır. Yine bu süreçte, genç kuşakların eğitim sistemine dahil edilmesi, kadınların toplumsal hayata katılımını arttıracak ve bütün kentsel mekanlarda insanların özgür ve bireysel etkileşiminin imkanlarını sağlayacak bir ortamın mümkün kılınması, zor, sancılı ve sorun üreten bir yol yerine, çözüme ve uyuma odaklı daha insani ve demokratik bir zeminin oluşturulmasının gerekliliği olarak ortaya çıkmaktadır.

### Kaynaklar

- Adar, A. Ş. (2018). Türkiye’de yeni prekarya Suriyeli işgücü mü? *Çalışma ve toplum*, 1, 13-36.
- AFAD. (2014). *Türkiye’deki Suriyeli kadınlar*. Ankara: AFAD
- AFAD. (2017). *Türkiye’deki Suriyelilerin demografik görünümü, yaşam koşulları ve gelecek beklentilerine yönelik saha araştırması*. Ankara: AFAD
- Akdeniz, E. (2014). *Suriye Savaşının gölgesinde mülteci işçiler*. İstanbul: Evrensel basım yayın.
- Anderson, L. (2014). Otoriter miraslar ve rejim değişikliği Arap dünyasında siyasi geçişi anlamaya doğru (M. İ. Saylık & T. Demirtaş, Çev.). İçinde F. A. Gerges (Ed.), *Yeni Ortadoğu - Arap dünyasında protesto ve devrim* (ss. 61-80). İstanbul: İyidüşün yayınları.
- Bozarslan, H. (2010). *Ortadoğu: Bir şiddet tarihi - Osmanlı İmparatorluğu'nun sonundan El-Kaide'ye* (A. Berktay, Çev.). İstanbul: İletişim yayınları.
- Bozarslan, H. (2012). *Ortadoğu'nun siyasal sosyolojisi - Arap isyanlarından önce ve sonra* (M. I. Durmaz, Çev.). İstanbul: İletişim yayınları.
- Çetin, İ. (2016). Suriyeli mültecilerin işgücüne katılımları ve entegrasyon: Adana-Mersin örneği. *Gaziantep university journal of social sciences*, 15(4), 1000-1106.
- Chalcraft, J. (2014). Mısır'da 25 Ocak ayaklanması, hegemonya yarışı ve yoksulların patlaması. İçinde F. A. Gerges (Ed.), *Yeni Ortadoğu - Arap dünyasında protesto ve devrim* (ss. 183-210). İstanbul: İyidüşün yayınları.
- Cole, J. (2014). Mısır'ın modern devrimleri ve Mübarek'in düşüşü. İçinde f. a. gerges (ed.), *Yeni Ortadoğu - arap dünyasında protesto ve devrim* (ss. 81-102). İstanbul: İyidüşün yayınları.
- Dabaşı, H. (2015). *Arap baharı - Post kolonyalizmin sonu* (A. T. Esen, Çev.). İstanbul: Sümer yayıncılık.
- Dahi, O. S., & Munif, Y. (2012). Revolts in Syria: Tracking the convergence between Authoritarianism and Neoliberalism. *Journal of Asian and African studies*, 47(4), 323-332. doi:10.1177/0021909611431682
- Danahar, P. (2015). *The new middle east*. Edinburg: Bloomsbury.
- Davis, M. (2007). *Gecekondu gezegeni* (G. Koca, Çev.). İstanbul: Metis yayınları.
- Dawisha, A. (2013). *The second Arab awakening - Revolution, democracy, and the Islamist challenge from Tunis to Damascus*. New york & London: W.W. Norton & Company, Inc.
- Harvey, D. (2006). *Sosyal adalet ve şehir* (M. Morali, Çev. 2. Baskı). İstanbul: Metis yayınları.
- İNGEV. (2017). *Suriyeli mülteci hayatlar monitörü (İnsani gelişim vakfı)*. İstanbul: İNGEV
- İskender, A. (2016). *Değişim halindeki Mısır - Bitmiş bir devrime dair denemeler* (O. Etiman, Çev.). İstanbul: İntifada yayınları.
- Lefebvre, H. (1998). *Modern dünyada gündelik hayat* (I. Gürbüz, Çev.). İstanbul: Metis yayınları.
- Owen, R. (2014). Mısır ve Tunus diktatörlerin devrim yoluyla düşürülmesinden yeni bir anayasal düzen kurma mücadelesine. İçinde F. A. Gerges (Ed.), *Yeni Ortadoğu - Arap dünyasında protesto ve devrim* (ss. 295-312). İstanbul: İyidüşün yayınları.

- 
- Prashad, V. (2012). *Arab spring, Libyan winter*. Oakland Baltimore Edinburg: AK Press publishing.
- Roy, O. (2015). *Siyasal İslamın iflasi* (C. Akalın, Trans. 5th ed.). İstanbul: Metis yayınları.
- Stacher, J. (2012). *Adaptable autocrats, Regime power in Egypt and Syria*. Stanford: Stanford university press.
- Tripp, C. (2014). Direniş siyaseti ve Arap isyanları. İçinde F. A. Gerges (Ed.), *Yeni Ortadoğu - Arap dünyasında protesto ve devrim* (pp. 161-182). İstanbul: İyidüşün yayınları.
- Ulrichsen, K. C. (2014). Bahreyn'deki ayaklanma yurtiçinde taşıdığı anlam ile bölgesel ve uluslararası perspektifler. İçinde F. A. Gerges (Ed.), *Yeni Ortadoğu - Arap dünyasında protesto ve devrim* (pp. 377-397s). İstanbul: İyidüşün yayınları.
- Wacquant, L. (2011). *Kent paryaları - İleri marjinalliğin karşılaştırmalı sosyoloji* (M. Doğan, Çev.). İstanbul: Boğaziçi üniversitesi yayınları.
- Wallerstein, I. (2004). *Modern Dünya sistemi - Kapitalist tarım ve 16.yüzyıl'da Avrupa Dünya ekonomisinin temelleri* (L. Boyacı, Çev. Cilt 1). İstanbul: Bakış yayınları.
- Wallerstein, I. (2005). *Modern Dünya sistemi - Avrupa Dünya ekonomisinin pekiştirilmesi ve Merkantilizm 1600-1750* (L. Boyacı, Çev. Cilt 2). İstanbul: Bakış yayınevi.
- Weber, M. (2000). *Şehir modern kentin oluşumu* (M. Ceylan, Çev.). İstanbul: Bakış yayınları.

#### **İnternet Kaynakları**

<https://www.unhcr.org/syria-emergency.html>

[http://www.goc.gov.tr/icerik6/gecici-korumamiz-altindaki-suriyeliler\\_409\\_558\\_560\\_icerik](http://www.goc.gov.tr/icerik6/gecici-korumamiz-altindaki-suriyeliler_409_558_560_icerik)

<https://multeciler.org.tr/turkiyedeki-suriyeli-sayisi/>

[http://www.goc.gov.tr/icerik6/gecici-korumamiz-altindaki-suriyeliler\\_409\\_558\\_560\\_icerik](http://www.goc.gov.tr/icerik6/gecici-korumamiz-altindaki-suriyeliler_409_558_560_icerik)

<https://www.unicefturk.org/yazi/acil-durum-turkiyedeki-suriyeli-cocuklar>

---

# COMMUNICATIONS



# eWOM Arama Motivasyonları ile Online Kurumsal İtibar Algısı Arasındaki İlişkiyi Tespit Etmeye Yönelik Bir Araştırma<sup>1</sup>

## A Research on Determine Relation Between eWOM Search Motivations and Online Corporate Reputation Perception

Murat KOÇYİĞİT\*  
Murat ÇAKIRKAYA\*

Öz

Küreselleşen dünyada internet kullanımının her geçen gün artması, bilgi arama motivasyonlarını farklılaştırmıştır. İnternet tabanlı iletişim sayesinde müşteriler, markalarla ilgili izlenimlerini ve alışveriş tecrübelerini üçüncü şahıslarla paylaşmaktadırlar. Müşterilerin internet temelli bilgi arama motivasyonları, elektronik ağızdan ağıza iletişimin (eWOM) önemini artırmıştır. Bununla birlikte, eWOM, online kullanıcıların tüketim davranışlarının belirlenmesinde önemli bir bilgi kaynağı olmanın yanında, online kurumsal itibarın şekillenmesinde de etkili olmaktadır. Bu doğrultuda araştırmanın amacı, müşterilerin eWOM arama motivasyonları ile online kurumsal itibar algısı arasındaki ilişkiyi tespit etmektir. Bununla birlikte çalışmanın bir diğer amacı ise eWOM arama motivasyonlarının, online kurumsal itibar algısı üzerinde, doğrudan ve anlamlı bir etkisinin olup olmadığını analiz etmektir. Bu bağlamda, Konya'daki internet kullanıcısı ve eWOM arama motivasyonuna sahip müşteriler (n=407) üzerinde amaçlı örnekleme yöntemi ile uygulanan anketin verileri kullanılarak değişkenler arasındaki ilişkiler test edilmiş ve kuramsal olarak ortaya konan hipotezler sınanmıştır. Ayrıca araştırmanın analizinde, tanımlayıcı istatistikler, eWOM arama motivasyonları ile online kurumsal itibar algısı arasındaki ilişkiyi ve etki düzeyini ölçmek amacıyla sırasıyla korelasyon analizi ve çoklu doğrusal regresyon analizi gerçekleştirilmiştir. Araştırma neticesinde eWOM arama motivasyonu faktörü alt boyutları ile online kurumsal itibar algısı faktörü arasında pozitif ve orta kuvvette, anlamlı (p= ,000) bir ilişkinin olduğu tespit edilmiştir. Ayrıca yapılan çoklu doğrusal regresyon analizi sonucunda, eWOM arama motivasyonu faktörü alt boyutlarının, online kurumsal itibar algısı değişkeni üzerinde doğrudan ve anlamlı fakat zayıf kuvvette bir etkisinin olduğu sonucuna da ulaşılmıştır.

**Anahtar Kelimeler:** Elektronik ağızdan ağıza iletişim, eWOM Arama Motivasyonları, Online Kurumsal İtibar Algısı, İnternet

### Abstract

The increasing use of the internet in the globalizing world has differentiated the information search motivations. Thanks to the internet-based communication, consumers share their impressions of branding and shopping experiences with third parties. Consumers' motivation to search for information based on the internet has increased the importance of electronic word-of-mouth communication (eWOM). However, eWOM is not only an important source of information in determining consumption behavior of online users, but also in shaping online corporate reputation. The aim of this research is to determine the relationship between consumers' eWOM search motivations and online corporate reputation perceptions. Another aim of this study is to analyze whether eWOM search motivations have a direct and meaningful effect on online corporate reputation perception. In this context, a survey was conducted on consumers who have eWOM search motivation in Konya. The questionnaire was carried out purposive sampling method. Relations between the variables and the hypotheses revealed have been tested. In addition, descriptive statistics were used in the analysis of the research. Correlation analysis and multiple linear regression analysis were performed to measure the relationship between eWOM search motivations and online corporate reputation perception. As a result of the research, it was determined that there is a positive and meaningful relationship between eWOM search motivation and online corporate reputation perception. Moreover, as a result of the multiple linear regression analysis performed, it is concluded that the eWOM search motivation factor has a meaningful and weak effect on the online corporate reputation perception.

**Keywords:** Electronic Word of Mouth, eWOM Search Motivations, Online Corporate Reputation Perception, Internet

<sup>1</sup> Bu çalışma, 12–13 Mayıs 2018 tarihleri arasında gerçekleştirilen 'I. Uluslararası Halkla İlişkiler ve Reklamcılık Kongresinde' sözel bildiri olarak sunulmuştur.

\* Doç. Dr. Necmettin Erbakan Üniversitesi, Turizm Fakültesi, mkocyigit@erbakan.edu.tr.

\* Dr. Öğr. Üyesi. Necmettin Erbakan Üniversitesi, Uygulamalı Bilimler Fakültesi, murat.cakirkaya39@gmail.com.

## Giriş

Word of Mouth (WOM) dijital iletişim öncesi, sözlü ve yüz yüze bir iletişim biçimiyken, internetin ortaya çıkmasıyla yeni bir iletişim biçimine, elektronik ağızdan ağıza iletişime (eWOM) dönüşmüştür (Hennig-Thurau vd., 2004, s. 39). İnternetin gelişimi, elektronik ağızdan ağıza iletişim (eWOM) için etkili bir platform sunmuştur. Web teknolojilerinin gelişmesiyle birlikte müşteriler, ürün, hizmet ya da marka ile ilgili düşüncelerini paylaşmak için internet tabanlı oku-yaz teknolojisine sahip olan Web 2.0 araçlarını kullanmaktadır (Cheung ve Thadani, 2010, s. 329). Bu bağlamda, Hennig-Thurau vd., (2004), eWOM'u, mevcut müşterilerin bir ürün veya marka hakkında internet aracılığıyla yaptıkları olumlu veya olumsuz yorumlar olarak ifade etmişlerdir.

Sarıışık ve Özbay (2012)'in, elektronik ağızdan ağıza iletişimin pazarlama açısından etkinliği ve bu konuda özellikle turizm endüstrisinde yapılan araştırma sonuçlarının değerlendirdiği çalışmada elektronik ağızdan ağıza iletişim (eWOM), dijital ortamda birbirlerini tanımayan kullanıcılar arasında, birçok konunun ve yorumun farklı kanal ve yöntem aracılığı ile paylaşılabilirdiği bir iletişim uygulaması olarak tanımlanmaktadır. Bu paylaşım, internet kullanımının ve yorum sitelerinin de yaygınlaşmasıyla daha geniş kitleleri içine almayı başarmıştır.

Akar (2009) tarafından, geleneksel ve internette ağızdan ağıza iletişim kavramlarının açıklanması ve özellikle pazarlama bağlamında ağızdan ağıza iletişimin hem geleneksel olarak hem de internet boyutuyla ortaya konduğu çalışmada eWOM, çok sayıda kurum ve kullanıcıya internet yoluyla sağlanabilir hale getirilen, bir ürün ya da marka hakkında potansiyel ya da mevcut müşteriler tarafından yapılan pozitif ya da negatif açıklama olarak tanımlanmaktadır.

Bahar (2015)'in, elektronik ağızdan ağıza iletişimin öneminin daha iyi anlaşılmasını sağlamak ve tüketicilerin sanal topluluklarda markalara yönelik davranışlarının analiz edildiği araştırmada, internette yazılan yorumların ve eWOM içeriklerinin markaların geleneksel pazarlama faaliyetlerine göre tüketicileri daha çok etkilediği ve daha güvenilir bulunduğu ifade edilmiştir.

Kalpaklıoğlu (2015)'na göre ise dijital medyada yaşanan gelişmeler, bu platformların bir pazarlama mecrası olarak görülmesine olanak sağlamıştır. Tüketicilerin gücünün farkına varmış; yenilikçi, yaratıcı ve çağdaş işletmeler, özellikle yeni medyada ağızdan ağıza iletişim/pazarlama (eWOM) uygulamalarıyla birlikte, oluşturdukları pazarlama mesajlarının yayılmasında müşterilerin de desteğini alarak bu sürece dâhil olmalarına imkan vermişlerdir. Böylelikle müşteriler kendilerini işletmenin bir parçası olarak hissetmeye başlamışlardır.

Bu doğrultuda online platformlarda paylaşılan içerikler, markaların ve kurumların itibarlarını önemli düzeyde etkileyebilmektedir. Nitekim kurumların, olumsuz yorumlar ve sosyal medyada gündeme gelen negatif haberler nedeniyle gün geçtikçe daha fazla sayıda müşteri kaybetmeleri, itibar yönetiminin online ortamlarda da gerekliliğini ortaya koyan önemli gelişmelerdir. Online itibar, hem bireyler hem markalar ve hem de kurumlar için çok önemlidir. Online itibar yönetimi sayesinde negatif yorumlar ortadan kaldırılabilir, bu doğrultuda online platformlarda markanın itibarı ve kurumun inanılabilirliğini artırılabilir ve müşteriler üzerinde güven tesis edilebilir. Kurumların artan itibarları, müşterilerin satın alma kararları üzerinde pozitif bir etkiye sahiptir. Bununla birlikte negatif yorumlar markayı ve kurumu olumsuz yönde etkilemektedir. Online kullanıcı sayısının her geçen gün arttığı düşünülecek olursa bu etkilerin önümüzdeki dönemde çok daha belirgin olarak kurumu etkileyeceği ortadadır. Dolayısıyla, hedef kitle algısını önemli ölçüde etkilediği için online kurumsal itibar yönetiminin önemi her geçen gün artmaktadır.

Kurumlar, online ortamda itibarlarını koruyabilmek ve yönetebilmek için dijital ortamda aktif olarak yer almalıdırlar. Çünkü kurumlar, itibarını etkileyen faktörleri online

ortama taşıyarak, bu ortamlardaki gelişmelerden haberdar olabilirler ve itibarlarını zedeleyecek bu faktörlerin ortaya çıkmaması için etkin bir yönetim sergileyebilirler. Bir olumsuzluğun yaşanması durumunda ise kısa sürede kontrol sağlayabilirler ya da paydaşlarına doğru bilgi aktarımı sağlayarak bu olumsuzluğun en azından büyümesinin önüne geçebilirler. Ayrıca kurumlar sosyal medyada yer alarak, paydaşlarıyla etkili bir iletişim sağlayabilir ve interaktif müşteri ilişkileri yönetimiyle müşterilerin ihtiyaçlarına yanıt verebilirler.

Online ortamda ortaya çıkabilecek krizler etkin şekilde yönetilerek, bu krizlerin bertaraf edilmesi ya da en az zararla atlatılabilmesi söz konusu olabilir (Bilbil ve Güler, 2017, s. 383).

Müşteriler, eWOM'u olumsuz deneyimlerini ortaya koymak için, markalar ise müşteri görüş platformlarında yer alan hoşnutsuzlukları ortadan kaldırmak için kullanabilmektedirler (Sundaram vd., 1998, s. 527).

2010 yılında, BP (British Petroleum)'nin açık deniz petrol kulesi patlaması, son derece başarılı bir petrol markasının itibarını zedelemiştir. Bu olay aynı zamanda çarpıcı bir negatif online iletişimin de fitilini ateşlemiştir. Birkaç gün içerisinde markanın kurumsal imajı tüm zamanların en düşük seviyesine gerilemiş ve marka "felaket" ve "utanç" ile eş anlamlı olarak anılmaya başlanmıştır. BP'nin sosyal medya aracılığıyla paydaşlarından özür dilemesi ve olumsuz etkiyi azaltma çabaları başarısız olmuştur. Çünkü marka, dijital kanalları ve özellikle sosyal medyayı kullanarak itibarını yönetmekte oldukça geç kalmıştır. Ayrıca, BP'nin paydaşların marka ile ilgili kurumsal itibar algısını yönetmeye gerekli özeni göstermemesi markaya pahalıya mal olmuştur (Lindenblatt, 2014, s. 2).

Bu doğrultuda, online kurumsal iletişimin en etkili platformu olan sosyal medya, halkla ilişkiler profesyonelleri için paydaşların algısını yönetmede aracılık edebilen önemli bir fırsat olarak da görülmelidir. Nitekim bu platformlar, müşterilerin her türlü şikayet ve hoşnutsuzluklarını dile getirebildikleri ve yaşadıkları olumsuzlukları paylaşarak bir kartopu gibi büyüyen bir etki oluşturabildikleri riskli bir alan da olabilmektedirler. Bu riskli alanın en iyi şekilde yönetilebilmesi ve bu söylemlerin kurumun itibarına zarar vermemesi için online itibarı korumaya yönelik bir strateji geliştirilmelidir. Bu kapsamda, etkili bir sosyal medya kullanımı ve yönetimi ile arama motoru optimizasyonunu sağlamak için gerekli girişimlerde bulunmak ve online medya araçlarını belirli stratejiler çerçevesinde takip etmek gerekmektedir.

Bu doğrultuda çalışmanın amacı, eWOM arama motivasyonları ile online kurumsal itibar algısı arasında bir ilişki bulunup bulunmadığını ortaya koymaktır. Çalışmada ilk olarak, eWOM kavramı üzerinde durulmuş ve bu kapsamda eWOM arama motivasyonları detaylandırılmıştır. Daha sonra online kurumsal itibar kavramı ve online kurumsal itibar algısının oluşumuna etki eden araçlar açıklanmıştır. Araştırma kısmında ise online kurumsal itibar algısı ile eWOM arama motivasyonları ilişkisini ortaya koymaya yönelik yapılan araştırmanın sonuçlarına yer verilmiştir.

### **Pazarlama İletişimi**

Marka tarafından gönderilen mesajın tutarlı olması, pazarlama iletişimde kullanılan araçların ve iletişim kanallarının koordine edilmesine bağlıdır. Günümüzde pazarlama iletişiminin bütünsel bir özelliğe sahip olması gerekmektedir. Reklam, doğrudan satış, satış promosyonu ve halkla ilişkiler gibi tüm unsurları kapsayan bir pazarlama iletişiminin tasarlanması durumunda, tüm alıcı gruplara tutarlı bir mesaj göndermek mümkün olacaktır (Pluta-Olearnik, 2018, s. 126).

Pazarlama iletişimi yaklaşımında, marka tarafından seçilen iletişim biçimi ne olursa olsun hedef, iyi tanımlanmış bir kitleye yönelik açık ve bütünleştirici bir mesajı en verimli şekilde iletmek olmalıdır (Duralia, 2018, s. 92). Bu doğrultuda pazarlama iletişiminin başarıya ulaşmasında beş temel prensip yer almaktadır. Bunlar; (1) Müşterinin ihtiyaçlarının belirlenmesi, (2) hedeflenen müşterilere ulaşmak için temas noktalarının etkili ve verimli bir şekilde kullanılması, (3) iletişim kanalları ve temas noktalarındaki tüm mesajların hedeflere

aktarılması noktasında tek bir ağızdan konuşulması, (4) müşterilerle olan ilişkilerin birleştirilmesi ve son olarak, (5) uygun davranışsal tepki üretmelidir (Oluwafemi ve Adebisi, 2018, 105). Pazarlama iletişimi programlarını tasarlayan pazarlamacılar, müşterilerin, markaların ve medyanın köklü biçimde değişmesi nedeniyle birçok zorlukla karşı karşıyadır. Yeni medya kanallarının ortaya çıkmasıyla birlikte, müşteriler hem medya kullanım kalıplarını değiştirmişler hem de farklı medya kanallarını kullanmaya başlamışlardır (Batra ve Keller, 2016, s. 122).

Court vd. (2009), müşteriler açısından satın almaya giden yolun geçmişe göre büyük değişiklikler gösterdiğini, yeni yolun genellikle daha kısa, daha az hiyerarşik ve daha az karmaşık olduğunu belirtmişlerdir. Günümüzde müşteriler marka bilgilerini basılı medya araçları veya TV gibi geleneksel kitle iletişim araçlarından pasif olarak almak zorunda değildirler. Bunun yerine arama motorları, mobil tarayıcılar, bloglar, sosyal imleme siteleri, sosyal ağ siteleri ve marka web siteleri aracılığıyla, gerektiğinde aktif olarak arama gerçekleştirmektedirler. Müşteriler arasındaki çok kanallı iletişim, satın alma niyetinin oluşması aşamasında ağızdan ağıza iletişimi (WOM) çok daha önemli hale getirmiştir. Bu durum marka iletişiminde pazarlamacıların kontrolünü önemli oranda azaltmıştır.

Yeni iletişim kanalları, mesaj içeriğinin kişiselleştirilmesini kolaylaştırmakta ve pazarlamacıların belirli iletişim hedeflerini gerçekleştirmek için daha fazla medya türünü kullanabilmelerini sağlamaktadır. Geleneksel pazarlamacılar, çoklu marka iletişim hedeflerini gerçekleştirmek için küçük iletişim usullerine sahiptiler. Bugün ise pazarlamacılar çok daha zengin iletişim olanaklarına sahiptirler. Kurumlar, marka tercihi oluşturmak ve ikna edici içerik sağlamak amacıyla kendi web sitesini, üçüncü taraf web sitelerini ve blog yazarlarını kullanabilirler ve sosyal medya üzerinden online marka toplulukları oluşturabilirler (Batra ve Keller, 2016, s. 122). Dijital iletişim araçlarının daha fazla kullanılmasıyla birlikte, içerik pazarlaması, dijital pazarlama, sosyal medya pazarlaması, fısıltı pazarlaması ve eWOM gibi yeni pazarlama iletişim stratejilerinin ön plana çıktığı görülmektedir. Yeni teknolojilerin ve internet pazarlama araçlarının gelişimi, çağdaş pazarlama akımlarının ortaya çıkmasında etkili olmuştur (Pluta-Olearnik, 2018, s. 124).

### **Elektronik Ağızdan Ağıza İletişim (eWOM)**

Yeni dönemde ortaya çıkan elektronik ağlarda, eskiden olduğu gibi yüz yüze iletişim söz konusu değildir. Bunu telafi etmek amacıyla şirketler, kendi web sitelerinde satışa sundukları ürünlerle ilgili bakış açıları hakkında müşteri yorumlarını web sayfalarında yayınlamaktadırlar (Jalilvand, 2010, s. 45). Müşteriler de satın aldıkları ürün ya da hizmet hakkında paylaşımda bulunma eğilimindedirler. Bu konuda yapılmış çok sayıda çalışmaya rastlamak mümkündür. Örneğin, Jeong ve Jang (2011) tarafından yapılan çalışma sonucunda, bir restoranda yiyecekten, servisten, atmosferden ve fiyattan memnun olan müşterilerin, pozitif yorumlarda buldukları görülmüştür.

Bu tür paylaşımların sıklıkla yapılıyor olması ve diğer müşteriler açısından güvenilir bir kaynak olarak değerlendirilmesi, eWOM pazarlama faaliyetlerinde gerekli hassasiyetin gösterilmesini ve güven sarsıcı uygulamalardan kaçınılmasını zorunlu kılmaktadır.

Müşteriler girdikleri web sitelerdeki ürün ve marka yorumlarından etkilenmektedir. Bu etkileşim halkla ilişkiler profesyonelleri ve pazarlamacılar tarafından iyi tahlil edilmelidir (Jalilvand, 2010, s. 45). Çünkü eWOM mesajıyla elde edilen bilgiler, müşterilerde olumlu bir tavır geliştirmekte, eWOM mesajındaki eğlence içeriği müşterilerin tavrını olumlu yönde etkilemektedir (Zernigah ve Sohail, 2012, s. 645).

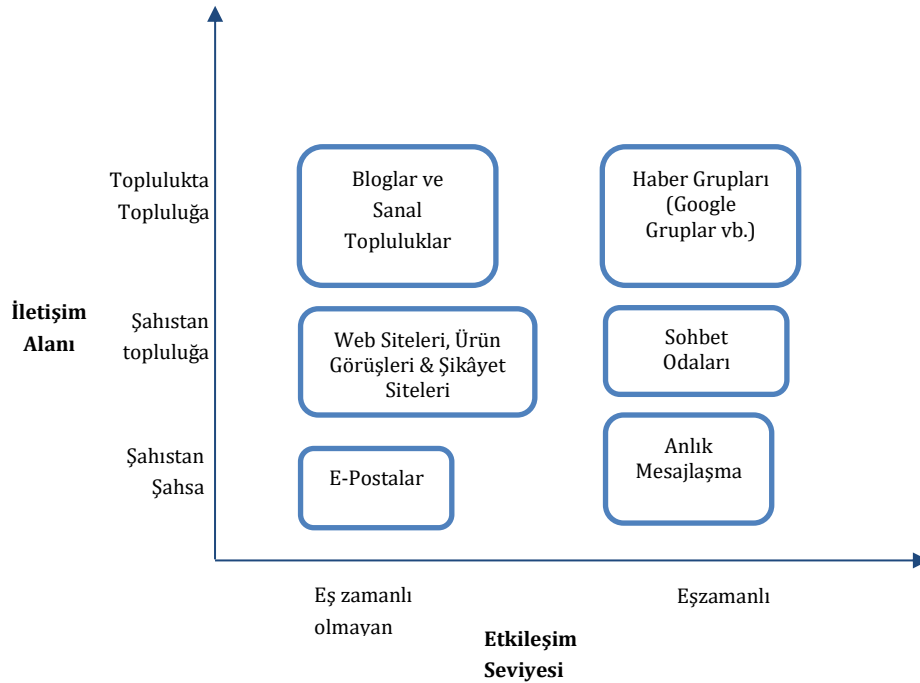
Kim vd. (2009) tarafından yapılan çalışmada güven unsurunun yanısıra; kullanışlı olma, topluluk ruhu, benzer tutumlar, sadakat ve topluluğun mantığını kavrama gibi faktörlere de

vurgu yapılmıştır. Unutulmaması gereken kritik nokta, sosyal grubun temel özelliklerinin bireysel özelliklerden çok daha önemli olduğu gerçeğidir.

Bergh ve Behrer (2013), markaların sosyal medya hesabı oluşturmalarının yanı sıra bir müşteri topluluğu kurmalarını ve bununla ilgili güvenilir bir sosyal medya yönetimi sergilemeleri gerektiğini söylemişlerdir. Nitekim genç müşteriler markalardan, yorumlarına cevap vermelerini ve diyaloga davet etmelerini beklemektedirler. Diğer yandan insanları bir marka ya da hizmet hakkında konuşurmak, ciddi bir bağlılık ve yükümlülük gerektirmektedir.

Müşterileri eWOM'a yönlendiren en önemli unsurlar arasında; benzer ilgi alanları, güvenilir mesaj içerikleri, aidiyet hissi, online topluluk ruhu ve ortak paydada buluşabilme gücü yer almaktadır. eWOM içeriklerine yönelik algıda seçiciliği olan müşteriler, diğer kullanıcıların içeriklerine inanmakta, önem vermekte ve onlarla doğrudan iletişime geçmektedir.

Müşterileri eWOM'a yönlendiren unsurların yanında, eWOM mesajlarının paylaşılacağı iletişim kanalları da önemlidir. Aşağıda elektronik ağızdan ağıza iletişim (eWOM) kanallarının genel bir tipolojisi sunulmuştur.



Şekil 1: İnternette Ağızdan Ağıza İletişim Kanalları

**Kaynak:** Jalilvand vd., 2010, 45.

Ağızdan ağıza iletişim kanallarının tipolojisine göre kullanılan kanallar ve temel özellikler şunlardır:

- Şekli oluşturan iki ana unsur “iletişim alanı” ve “etkileşim seviyesi” dir.
- İletişim alanının en geniş olduğu “topluluktan topluluğa” ve “eş zamanlı” etkileşim, Google Grup vb. yeni gruplarda kendini gösterirken; “eş zamanlı olmayan” etkileşim ise “bloglar ve sanal topluluklar” da görülmektedir.
- Aynı şekilde “şahıstan topluluğa” ve “eş zamanlı” etkileşimde “Sohbet odaları“, “eş zamanlı olmayan” etkileşimde ise “Web siteleri, ürün görüşleri ve şikayet siteleri” kullanılmaktadır.
- Son olarak “şahıstan şahsa” ve “eş zamanlı” etkileşimde “anlık mesajlaşma”, “eş zamanlı olmayan” etkileşimde ise “e-mail” kullanılmaktadır.

eWOM arama ve eWOM sağlama motivasyonları noktasında farklı görüşler bulunmaktadır. Çalışmanın içeriği itibarıyla sadece eWOM arama motivasyonları üzerinde durulmuştur. Sınıflandırma için ise Hennig-Thurau ve Walsh (2003) tarafından geliştirilen sınıflandırma referans alınmıştır.

### **eWOM Arama Motivasyonları**

Hennig-Thurau ve Walsh (2003) eWOM arama motivasyonunu; potansiyel ve mevcut müşterilerin bir ürün veya marka ile ilgili, internet üzerindeki topluluklarda, sosyal medya platformlarında ve online gruplarda yapılmış olan bütün olumlu ve olumsuz yorumlara ulaşma çabası olarak tanımlamaktadır.

Bu doğrultuda başlıca eWOM arama motivasyonları şunlardır:

**Satın almayla ilgili bilgi elde etme:** Müşterinin, satın alma öncesi riski azaltmaya yönelik çabası ve doğru satın alma kararını verme noktasında ürün ve marka hakkında gerekli bilgiyi toplama gayreti ile satın alma anındaki zaman maliyetini en aza indirme düşüncesi, müşterileri motive etmektedir.

eWOM katılımcısı “satın almayla ilgili bilgi elde etme” başlığında çok çeşitli arama motivasyonları ile eWOM iletişimine dâhil olabilmektedir. Örneğin, katılımcının, diğer müşterilerin katkılarının doğru satın alma kararları vermesine yardımcı olacağını düşünmesi büyük bir motivasyon unsurudur. Ayrıca, bir ürün ya da hizmet satın almadan önce başkalarının deneyimlerinden yararlanma, ürünlerin kalitesine yönelik olarak başka yerlerden daha hızlı bilgi alabilme ve alışveriş sırasında çok fazla zaman tasarrufu sağlama önemli motivasyon unsurlarından bazılarıdır.

**Bilgi yoluyla sosyal oryantasyon:** Müşteriler, belirli bir ürünü alternatifler arasından seçerken ve bu ürünle ilgili bilgiyi elde ederken bazı sorunlar yaşamaktadır. Bu sorunlara ayrıca diğer kaynaklardan gelen bilgilerin çelişkili olması da etki etmektedir. Sorunlar, ancak müşteri değerlendirmelerinde kabul edilen tarafsız ve önyargısız bilgi olduğunda azaltılabilir. Hennig-Thurau vd. (2004), online topluluklarda yayımlanan eWOM yorumlarının sorunları azaltabileceğini çünkü diğer müşteriler tarafından sağlanan bilginin şirketlerden veya pazarlamacılardan alınan bilgiye nazaran daha güvenilir olduğunu belirtmişlerdir.

eWOM katılımcısının, “bilgi yoluyla sosyal oryantasyon” bağlamında arama gerçekleştirilmesinin sebebi, kendi değerlendirmesi ile diğer katılımcıların değerlendirmelerinin kıyaslanmasından hoşlanmasıdır. Ayrıca, kullanıcıların eWOM platformundaki içerikleri okuyarak satın alma noktasında doğru kararlar vereceğine inanması da önemli bir motivasyon unsurudur.

**Ürünle ilgili bilgi edinme:** eWOM sayesinde müşteriler, satın almayı planlandığı bir ürünle ilgili bilgiye hızla bir şekilde ulaşabilir, ürünün özellikleri ve nasıl tüketilmesi gerektiği

ile ilgili bilgileri edinebilir. Dahası, müşteriler ürünü satın aldıktan sonra karşılaştıkları sorunları internet aracılığıyla diğer müşterilere aktarabilir ya da ürünle ilgili yorumlar sayesinde karşılaştığı problemi çözebilir.

eWOM katılımcısının “ürünün nasıl tüketileceği bilgisi” bağlamında arama gerçekleştirilmesinin temel sebebi, bir ürünle ilgili problem yaşadığında doğru cevapları bulduğuna inanması ve sorunları için tavsiye veya çözümler bulabilmesidir.

**Topluluk üyeliği:** Topluluk üyeliği, bir topluluğa aidiyet hissetme, pazara yeni giren ürünlerden haberdar olma motivasyonları ile yakından ilgilidir. Ayrıca, müşterileri eWOM'a katılmaları için de tetikleemektedir. Müşteriler interneti genellikle diğer bireyler ile etkileşime geçmek ve kendi tüketim tecrübelerini paylaşmak amacıyla kullanırlar (Granitz ve Ward, 1996, s. 161). Sanal bir topluluğa üye olmak, aidiyet ve sosyal bütünleşme unsurlarıyla birlikte bir müşteriye başka toplumsal faydalar da sağlayabilir. Bu nedenle, müşterilerin online topluluklara katılmaları ve aidiyet hissetmeleri, eWOM iletişimi içerisinde olduklarını göstermektedir (McWilliam, 2000, s. 43).

eWOM katılımcısının “topluluk üyeliği” bağlamında arama gerçekleştirilmesinin ardında yatan önemli motivasyon unsurları ise diğer topluluk üyelerinin deneyimlerine katılmayı istemesi, böyle bir topluluğun parçası olmaktan hoşlanması, yeni olanla ilgilenmesi ve son olarak hangi konuların “moda” olduğunu öğrenmesidir.

**Ekonomik teşvik:** Ekonomik ödüllerin insan davranışlarında önemli bir güdüleyici olarak etki sağladığı bilinmektedir (Lawler, 1984, s. 2). Bu nedenle, platformu kullananlarca eWOM için ekonomik ödüllerin alınması, eWOM'u güçlendirmenin bir başka yolu olarak kabul edilebilir. Nitekim, Hintli müşteriler arasında yapılan bir çalışmada; eWOM'un başarısının, büyük ölçüde hedef kullanıcılara verilen promosyonlara dayandığı sonucuna ulaşılmıştır (Dasari ve Anandkrishnan, 2010, s. 99). Yapılan başka bir çalışmada da, eWOM iletişim literatürü incelenmiş ve sonuçta kişileri motive eden iki tane elle tutulur sebebin ön plana çıktığı gözlemlenmiştir. Bunlar; kendi kendini geliştirme ve ekonomik ödüllerdir (Sundaram vd., 1998, s. 527).

eWOM katılımcısının “ekonomik teşvik, mükafat, ödül” bağlamında arama gerçekleştirilmesinin ardında yatan önemli motivasyon unsurları ise yazılanları okuması ve değerlendirmelerde bulunması için ödül alması ve biraz da para kazanmayı amaçlamasıdır.

### **Online Kurumsal İtibar Algısının Oluşumuna Etki Eden Araçlar**

**Netiket:** Kullanıcıların bulunduğu ortamda yazılı olan ve belli anlaşmalara dayanan ahlaki kurallar bulunmaktadır. Bu kurallar oldukça riskli olan dijital platformlarda doğru şekilde yer almaya olanak sağlar. Bu kuralların bütününe “netiket” adı verilmektedir (Er, 2008, s. 81). E-postanın “konu” kısmının boş bırakılması, metnin tümüyle büyük harflerle yazılması ve kurum tarafından yapılan yazışmalarda kısaltmaların kullanılması yaygın olarak yapılan netiket kural ihlalleri arasındadır. Bunlara ilaveten mesajlarda gereksiz büyük eklentilerin gönderimi, birinden gelen bir e-postanın bir başka müşteriye gönderilmesi durumunda mesajın alındığı kişiye ait özel iletişim bilgilerinin silinmemesi ve son olarak gelen e-postalara kısa zamanında dönüş yapılmaması da önemli netiket kural ihlallerindedir.

**Arama motoru optimizasyonu:** Arama motoru sonuçlarında üst sıralara çıkabilmek için web site içi ve web site dışı optimizasyon çalışmalarına verilen genel isimdir. Tokatlı vd. (2017) bu dijital araçlar sayesinde kurum paydaşlarının kurumdan daha hızlı bir şekilde haberdar olabileceklerini, diğer yandan arama motoru optimizasyonunun kuruma bir tür erken uyarı sistemi hizmeti de sunacağını ifade etmişlerdir. Gerçekten de kurum hakkında sosyal medya ortamı başta olmak üzere internet üzerinde üretilen olumsuz bir içerik kolaylıkla arama motorlarında üst sayfa sonuçlarına tırmanabilecek ve ilk sayfa sonuçlarında görünür hale

gelebilecektir. Hedef kitle olarak belirlenen grup içerisinde bir kişi, arama motoruna kurum adını, markasını ya da sunduğu ürünün ismini yazdığı anda olumsuz içerikle yüz yüze kalacak ve hedef kitlenin gözünde kurum itibarı zedeleneyecektir. Bu da online kurumsal itibarın korunması noktasında arama motoru optimizasyonu kullanımını zorunlu kılmaktadır.

### Dijital Medya Araçları

**Kurumun web sitesi:** eWOM'un kaynağı olan site içi yorumlar, kurumların web siteleri üzerinden gerçekleştirilebilmekte ve online alışveriş kararlarında çok önemli bir rol oynayabilmektedir (Park vd., 2011, s. 74).

eWOM'un yayılımını ve dolayısıyla etkinliğini artırma adına kurumun web sitesi üzerinde farklı uygulamalar gerçekleştirilebilir. Bajpai ve Pandey (2012), ortak programlar sayesinde web siteleri üzerine grafik linkleri veya metinlerin yerleştirilebileceğini, web sitesini ziyaret eden hedef kitlenin bu web site üzerinden diğer kaynaklara da rahat bir şekilde ulaşmalarının sağlanabileceğini, bunun da ürünün yayılımını hızlandırabileceğini belirtmiştir.

Ziyaretçisi sayısı fazla ve potansiyel bir döngüye sahip olan web sitelerinde, eWOM'u tetikleyecek bir enstrümanın kullanılması durumunda verilmek istenen mesajın yayılımı hızlanacak ve başarı yakalanabilecektir (Stanton, 2015, s. 61–62).

Yapılan tüm bu aksiyonlar müşterilerin kurum ile pozitif bir bağ kurmasına imkân sağlayacak bu da müşteriler üzerindeki online kurumsal itibar algısını güçlendirecektir. Doğru yönetilen kurumsal bir web sitesinin kurumsal itibara olumlu yönde etki edeceği muhakkaktır. Bununla birlikte web sitesini oluştururken dikkat edilmesi gereken başlıca hususlar; iyi bir web site isminin bulunması, kurulacak web sitesinin her türlü tehlikeye karşı güvenliğinin sağlanması ve doğru bir tasarım ve içeriğin oluşturulmasıdır. Doğru içerikten kasıt web sitesinde; vizyon – misyon bildirelerinin, kurumun kuruluş ve yaşadığı sürece ilişkin hikayesinin, işteğal ettiği alanlara ait istatistikî bilgilerin, etik kurumsal vatandaşlık ve sosyal sorumluluk ile ilgili konular ile kalite belgeleri ve alınan ödüllerin sunulmasıdır. Ayrıca içerikte; yatırımcı ilişkileri ve raporlar, webcasting uygulamaları, e-kitap, white paper ve webinar gibi bilgilendirici materyaller de müşterilerin ilgisini çekecektir. Diğer yandan müşterilerle daha yakın bir iletişim sağlanmasına imkân sağlayacak olan medya odası, müşterilerden gelen içeriklere web sitede yer verilmesi, diğer itibarlı kurumlarla bağlantıların sunulması, interaktif platformların oluşturulması, mekân bilgisinin ve tanıtımının sunulması, farklı ülkelere göre uyarlamalar yapılması (dil vb.) da katkı sağlayıcı uygulamalar olacaktır. Son olarak web sitesinin format zenginliği ile herkese hitap edebilme yetisi dikkatle değerlendirilmeli, özellikle online itibarın sağlanmasında kritik bir öneme sahip olan “kriz durumunda kullanılabilecek sayfalar” oluşturulmalıdır.

**Diğer kurumların web siteleri:** Dijital ortamda markanın ve ürünlerinin reklamlarının hangi ortamlarda yer aldığı dikkatle takip edilmelidir.

Marka ile birlikte iş yapan ve markanın adını kullanan web siteleri de takip edilmelidir. Kurumun çalıştığı bayiler, toptancılar, perakendeciler, ajanslar, franchise'ler ve bireyler kendi web sitelerinde kurumun logosunu, ürünlerini ve markalarını kullanırlar. Bu nedenle ilgili web sitelerde kurumun ürün içerikleri, ürün fiyatları, hizmet ve stil gibi çeşitli verilerin doğruluğu teyit edilmelidir. Son olarak kurumun üye olduğu dernek, birlik veya odanın web sitesi ortaklaşa proje gerçekleştiren kurumlar ve kurumu referans olarak gösteren şirketlerin web sitelerinde kurumun doğru bir şekilde temsil edilip edilmediğine yönelik periyodik kontroller yapılmalıdır (Er, 2008, s. 101–102).

**E-Posta ve dijital basın bültenleri:** E-posta, ilk eWOM pazarlama stratejilerinden biridir ve hâlâ etkili, maliyeti düşük bir araçtır.

Bununla birlikte kamu otoritesince gündeme getirilen bazı sınırlamalar ve cezai yaptırımlar nedeniyle bu sistem gittikçe karmaşık bir hal almıştır. E-mailing içerisinde önemli bir yer tutan “bültenler” de eWOM pazarlamasında etkin olarak kullanılmaktadır. Sunulan ürün ya da hizmete ilişkin ilginç bir haber



yayımlanması, web site trafiğini artıracaktır. Dijital basın bültenlerinin amacı, bilgilendirici yazılarla ürün ya da hizmet hakkına ipucu vermek ve gerekli bilgileri yayımlamak olmalıdır. Bülten haberi, yayımlayan kişi tarafından tavsiye edilen ürün ya da hizmet de olabilir (Stanton, 2015, s. 35–36).

**İntranet ve ekstranet:** Kurumlar internet ortamında kullandıkları iç ve dış kanalları sürekli izlemeli ve itibarlarına zarar verecek olumsuz paylaşımların ortadan kaldırılması için gerekli tedbirleri almalıdırlar (Bilbil ve Güler, 2017, s. 383). İntranet kurum içi kullanım için şifreyle korunan bir web sitesidir. Ekstranet ise kurum dışındakilerin kullanımı için şifreyle korunan ve kurumun tüm paydaşları ile iletişim kurabilmelerine imkan sunan bir web sitesidir (Er, 2008, 104). Paydaşlarla sağlıklı bir iletişim kurabilmek ve kanalları takip eden kişilerle ilgili bilgi sahibi olmak önem arz etmektedir. Çünkü kurum bu bilgilere göre strateji geliştirmelidir (Bilbil ve Güler, 2017, s. 383).

**Sosyal medya araçları:** Sosyal medya, internet kullanıcılarının birbirleriyle online iletişim kurmalarına olanak veren, içerik paylaşımı ve kişisel yorumlar gibi aktivitelere dayalı sosyal ağ siteleridir (Kırtış ve Karahan, 2011, s. 262). Sosyal medya, zaman ve mekân bakımından özgür bir ortam sunar ve dileyen herkes istediği konu hakkında içerik üretebilir. Bu durum katılımcılara büyük bir özgürlük sunarken kurumlar açısından birçok dezavantajı da beraberinde getirir (Tokatlı vd., 2017, s. 44).

Online topluluklara, forumlara ve sohbet odalarına dahil olma, paydaşlarla online mesajlaşma, bloglar ve mikrobloklara aktif katılım, sosyal ağ sitelerinde yer alma, wikilere ve katılımlı sözlüklere dahil olma, şikayet / müşteri sitelerini düzenli olarak kontrol etme, dijital dünyaları takip etme, podcasting ve podcasting uygulamalarından faydalanma, bookmarking (yer imleme) sitelerini kullanma, fotoğraf ve video paylaşımlarında bulunma vb. gibi eylemler, online kurumsal itibar algısının şekillenmesinde önemli bir yere sahiptir.

Kurumların uzun yıllar sonunda ve büyük uğraşlarla elde ettikleri itibarlarının sosyal medya üzerinde izlenmesi ve korunması, kurumlar açısından son derece önemlidir. Bu konuda Tokatlı vd. (2017), markaların sosyal medyanın kullanım dinamiklerini bilmesi gerektiğini ifade etmişlerdir. Ayrıca, bu platformlarda müşterilerin izlenmesi, dinlenmesi, gerektiği takdirde 7/24 kurumsal kanalın takip edilmesi ve kurumun itibarının tüm paydaşlar nezdinde korunması gerekliliğini belirtmişlerdir.

## **Araştırmanın Yöntemi**

Araştırmanın amacı; eWOM arama motivasyonları ile online kurumsal itibar algısı arasındaki ilişkiyi ve bu ilişkinin etki düzeyini tespit etmektedir. Bu doğrultuda araştırmanın evrenini, internet kullanıcı müşteriler oluşturmaktadır. Ancak, araştırma kapsamında internet kullanıcısı müşterilerin tamamına ulaşmak mümkün olmadığından dolayı, araştırma olasılıksız (ihtimali olmayan) örnekleme türlerinden amaçlı örnekleme yöntemi kullanılarak gerçekleştirilmiştir. Verilere ulaşma aşamasında, toplam 420 katılımcıya anket uygulanmıştır ancak 13 katılımcının anket formu hatalı, eksik ve çözümlenemeyen veriler içermesi sebebiyle analiz dışı bırakılmıştır. Bu doğrultuda, 407 geçerli anket formundan elde edilen veriler üzerinden analizler gerçekleştirilmiştir.

## **Veri Toplama Metodu**

Araştırmada birincil verilere ulaşmak amacıyla anket tekniği kullanılmıştır. Araştırma için tasarlanan anket formu 2 bölümden oluşmaktadır. İlk bölümde; Hennig-Thurau ve Walsh (2003)'ün çalışmasından derlenerek kurgulanmış olan "eWOM arama motivasyonu" ölçeği ile Beal ve Strauss (2008); Jones, Temperley ve Lima (2009) ve Meier ve Portmann (2013)'ün çalışmalarından derlenerek uyarlanmış olan "online kurumsal itibar algısı" ölçeği kullanılmıştır. Anketin son bölümü olan ikinci bölümde ise sosyo-demografik sorular yer almaktadır.

Türkçe olarak hazırlanan anket formu, 2 bölümden oluşmakta ve formda toplam 32 gözlenen değişken yer almaktadır. İlk gruptaki 26 değişken kavramsal model çerçevesinde oluşturulan Likert ölçeğine göre kurgulanmış sorulardan oluşmaktadır. Detaylı literatür çalışması doğrultusunda gözlenen değişkenler oluşturulmuştur ve benzer çalışmaların ölçeklerinden faydalanılmıştır. Bununla birlikte, gözlenen değişkenler eWOM kavramı üzerinden kurgulanmıştır.

İnternet kullanıcıları müşterilerin, eWOM arama motivasyonu ile ilgili algı ve düşüncelerinin, online kurumsal itibar algısı üzerindeki etkilerini tespit etmek amacıyla oluşturulan ölçeklerde yer alan ifadeler beşli likert ölçeği doğrultusunda sınıflandırılmıştır. Araştırmada ulaşılan veriler istatistik programı yardımı ile analiz edilmiştir ve ampirik sonuçlar yorumlanmıştır.

### **Araştırmanın Sınırlılıkları**

Araştırma verileri, çeşitli sınırlılıklar (örnekleme erişim zorluğu; zaman ve maddi maliyet) nedeniyle Konya’da ikamet eden internet kullanıcıları ve eWOM arama motivasyonuna sahip müşterilerden elde edilmiştir. Bu kapsamda araştırma sonuçlarının dışsal geçerliliği ve genellenebilirliği sınırlıdır. Araştırmanın bir diğer sınırlılığı ise, araştırmada sadece eWOM arama motivasyonları ve online kurumsal itibar algısı bileşenlerinin alt boyutlarının korelasyonunun ele alınması ve diğer eWOM motivasyonlarının (örneğin; sağlama motivasyonu) araştırmaya dâhil edilmemesidir. Araştırma eWOM arama motivasyonu üzerinden yürütüldüğü için gözlenen değişkenlerin eWOM arama motivasyonu için dizayn edilmiş (kurgulanmış) olması da, bu araştırma için başka bir sınırlılıktır. Dahası araştırma Şubat 2018-Nisan 2018 tarihleri arasında gerçekleştirildiği için araştırma sonuçları, bu tarih aralığı ile sınırlıdır.

## **Bulgular ve Yorumlar**

### **Test İstatistiklerinin Belirlenmesi ve Verilerin Düzenlenmesi**

Araştırma kapsamı sonucunda toplanan veriler istatistik paket programı kullanılarak analiz edilmiştir. Veri girişinin tamamlanmasından sonra veri analizinde kullanılacak istatistiksel testler belirlenmiştir. Bir veri grubuna yapılacak istatistiksel testler belirlenirken öncelikli olarak verilerin normal dağılıp dağılmadığı analiz edilmelidir. Eğer veriler normal dağılıyorsa parametrik testler, normal dağılmıyorsa parametrik olmayan testler kullanılarak analiz yapılmalıdır. Araştırma verilerine yapılan normallik testi sonucunda verilerin normal dağılım gösterdiği tespit edilmiştir.

Bu bağlamda araştırma sonucunda elde edilen verileri değerlendirmek için kullanılacak testler şunlardır: Tanımlayıcı istatistikler (frekans analizi), faktör analizi, korelasyon analizi, çoklu doğrusal regresyon analizidir.

### **Araştırma Verilerinin Analiz ve Bulguları**

Araştırma verileri belirlenen sistematik çerçevesinde analiz edilerek elde edilen sonuçlar aşağıda verilmiştir.

### **Katılımcıların Sosyo-Demografik Özellikleri**

Bu bölümde anketin son kısmında yer alan katılımcı profilini belirleyen cinsiyet, yaş, meslek, medeni durum, eğitim durumu ve aylık gelir durumu gibi sosyo-demografik değişkenlere ilişkin frekans analizi sonuçları verilmiştir.

**Tablo 1:** Katılımcıların Sosyo-Demografik Özellikleri

| Demografik Değişkenler | Değer                | Frekans    | Yüzde      | Demografik Değişkenler | Değer              | Frekans    | Yüzde      |
|------------------------|----------------------|------------|------------|------------------------|--------------------|------------|------------|
| Cinsiyet               | Erkek                | 208        | 51,1       | Medeni Durum           | Bekâr              | 212        | 52,1       |
|                        | Kadın                | 199        | 48,9       |                        | Evli               | 195        | 47,9       |
|                        | <b>Toplam</b>        | <b>407</b> | <b>100</b> |                        | <b>Toplam</b>      | <b>407</b> | <b>100</b> |
| Yaş                    | 18-24                | 49         | 12,0       | Eğitim Durumu          | İlköğretim         | 36         | 8,8        |
|                        | 25-31                | 99         | 24,3       |                        | Lise               | 95         | 23,3       |
|                        | 32-38                | 103        | 25,3       |                        | Önlisans           | 76         | 18,7       |
|                        | 39-45                | 94         | 23,1       |                        | Lisans             | 152        | 37,3       |
|                        | 46+                  | 62         | 15,2       |                        | Lisansüstü         | 48         | 11,8       |
|                        | <b>Toplam</b>        | <b>407</b> | <b>100</b> |                        | <b>Toplam</b>      | <b>407</b> | <b>100</b> |
| Meslek                 | Memur                | 87         | 21,4       | Aylık Gelir Durumu     | 1500 TL ve Daha Az | 35         | 8,6        |
|                        | Serbest Meslek       | 95         | 23,3       |                        | 1501-2500 TL       | 78         | 19,2       |
|                        | İşçi                 | 93         | 22,9       |                        | 2501-3500 TL       | 127        | 31,2       |
|                        | Özel Sektör Çalışanı | 64         | 15,7       |                        | 3501-4500 TL       | 114        | 28,0       |
|                        | Öğrenci              | 35         | 8,6        |                        | 4501 TL +          | 53         | 13,0       |
|                        | Diğer                | 33         | 8,1        |                        | <b>Toplam</b>      | <b>407</b> | <b>100</b> |
|                        | <b>Toplam</b>        | <b>407</b> | <b>100</b> |                        |                    |            |            |

Tablo 1'e bakıldığında, ankete katılan bireylerin %51,1'inin erkek, %48,9'unun ise kadın olduğu ve %52,1'inin bekâr, %47,9'unun ise evli olduğu görülmektedir. Katılımcıların yaş aralıklarına baktığımız zaman, katılımcıların %12'sinin 18-24 yaş aralığında, %24,3'ünün 25-31 yaş aralığında, %25,3'ünün 32-38 yaş aralığında, %23,1'inin 39-45 yaş aralığında ve %15,2'sinin 46 yaş ve üzerinde yer aldığı görülmektedir. Öte yandan katılımcıların eğitim durumları incelendiğinde, katılımcıların %8,8'inin ilköğretim, %23,3'ünün lise, %18,7'sinin önlisans, %37,3'ünün lisans ve %11,8'inin lisansüstü mezunu olduğu görülmektedir. Ayrıca ankete katılan bireylerin mesleklerine baktığımız zaman, katılımcıların %21,4'ünün memur, %23,3'ünün serbest meslek, %22,9'unun işçi, %15,7'sinin özel sektör çalışanı, %8,6'sının öğrenci ve %8,1'inin ise diğer meslek gruplarında yer aldığı görülmektedir. Son olarak katılımcıların aylık gelir durumları incelendiğinde, katılımcıların %8,6'sının 1500 TL ve daha az, %19,2'sinin 1501-2500 TL arası, %31,2'sinin 2501-3500 TL arası, %28'inin 3501-4500 TL arası ve %13'ünün ise 4501 TL ve üzeri gelir seviyesine sahip olduğu görülmektedir.

### eWOM Arama Motivasyonları Ölçeği Faktör Analizi

eWOM Arama Motivasyonları ölçeğinin kaç alt boyutta algılandığını bulabilmek için faktör analizi yapılmıştır. Verilerin faktör analizine uygun olup olmadığı KMO ve Barlett testleri ile test edilmiştir.

**Tablo 2:** eWOM Arama Motivasyonları Faktör Yapısı

| Faktör                             | Değişkenler  | Faktör Yükleri |                            |        |        |        | Cronbach Alpha |
|------------------------------------|--|----------------|----------------------------|--------|--------|--------|----------------|
|                                    |  | 1              | 2                          | 3      | 4      | 5      |                |
| Topluluk Üyeliği                   | 10_eWOM paylaşımlarına katılma   | ,807           |                            |        |        |        | ,835           |
|                                    | 11_eWOM içerikleri topluluğunun parçası olma                             | ,731           |                            |        |        |        |                |
|                                    | 12_eWOM içerikleri modayı takip etmeyi sağlar                            | ,697           |                            |        |        |        |                |
|                                    | 9_Yeni eWOM içerikleri ilgi çekici                                       | ,687           |                            |        |        |        |                |
| Satın Alma İle İlgili Bilgi Edinme | 1_eWOM içerikleri doğru satın alma kararı vermeyi sağlar                 |                | ,854                       |        |        |        | ,848           |
|                                    | 3_eWOM içerikleri, ürünlerin kalitesi hakkında hızlı bilgi almayı sağlar |                | ,806                       |        |        |        |                |
|                                    | 2_eWOM içerikleri ile paylaştığı deneyimlerinden yararlanma              |                | ,705                       |        |        |        |                |
|                                    | 4_eWOM içerikleri, alışveriş sırasında zaman tasarrufu sağlar            |                | ,544                       |        |        |        |                |
| Ürünle İle İlgili Bilgi Edinme     | 17_eWOM içerikleri sorunlar için tavsiyeler sunar                        |                |                            | ,851   |        |        | ,884           |
|                                    | 16_eWOM içerikleri, ürünle ilgili kullanım kolaylığı sağlar              |                |                            | ,802   |        |        |                |
|                                    | 18_eWOM içerikleri sorunlara çözümler sunar                              |                |                            | ,770   |        |        |                |
| Bilgi Yoluyla Sosyal Oryantasyon   | 7_eWOM içerikleri doğru satın alma kararına yardımcı olur                |                |                            |        | ,756   |        | ,815           |
|                                    | 8_eWOM içerikleri benzer problemleri fark etmeyi sağlar                  |                |                            |        | ,744   |        |                |
|                                    | 6_eWOM içerikleri görüşleri karşılaştırmayı sağlar                       |                |                            |        | ,739   |        |                |
|                                    | 5_eWOM içerikleri ürünle ilgili görüşleri öğrenebilmeyi sağlar           |                |                            |        | ,563   |        |                |
| Ekonomik Teşvik                    | 14_eWOM içerikleri ödül olarak geri döner                                |                |                            |        |        | ,813   | ,861           |
|                                    | 13_eWOM içerikleri kazanç sağlar   |                |                            |        |        | ,786   |                |
|                                    | 15_eWOM içerikleri uygun fiyatlı ürünlerden haberdar olmayı sağlar       |                |                            |        |        | ,727   |                |
|                                    | Özdeğer  | 8,229          | 1,427                      | 1,206  | 1,164  | 1,014  |                |
|                                    | Açıklanan Varyans  | 15,735         | 14,933                     | 14,168 | 14,111 | 13,497 |                |
|                                    | Toplam Açıklanan Varyans   |                |                            | 72,444 |        |        |                |
|                                    | KMO  |                |                            | ,921   |        |        |                |
|                                    | Barlett  |                | 4176,697 (sd.153; p=0,000) |        |        |        |                |

Cronbach Alpha

,929

Araştırma kapsamında gerçekleştirilen eWOM arama motivasyonu ölçeği faktör analizi sonucunda, ölçeğin faktör analizine uygunluğu test edilmiştir. Her bir değişkenin faktör analizine uygunluğu Örneklem Yeterliliğinin Ölçümü (MSA) yöntemi kullanılarak değişkenlerin anti-image korelasyon matrisi ile gözden geçirilmiştir. Anti-image korelasyon matrisindeki MSA değerleri incelendiğinde tüm değişkenlerin 0,50 değerinin üzerinde olduğu tespit edilmiştir. Bununla birlikte yapılan faktör analizi sonucunda elde edilen beş faktör, toplam varyansın %72,444'ünü açıklamaktadır. eWOM arama motivasyonu ölçeği için gerçekleştirilmiş olan Cronbach's Alpha analizi sonuçları yukarıdaki tabloda yer almaktadır. Tablo 1'de görüldüğü gibi tüm ölçeklerin içsel tutarlılık düzeylerinin, 0,60 kritik sınırının üzerinde olduğu tespit edilmiştir. Bununla birlikte eWOM arama motivasyonu ölçeği ifadeleri faktör analizine tabi tutulmuştur (KMO=0,921;  $p < 0,001$ ) ve ölçek ifadelerinin tutarlı bir birliktelik sergilediği beş alt faktör elde edilmiştir.

### Online Kurumsal İtibar Algısı Ölçeği Faktör Analizi

Online kurumsal itibar algısı ölçeğinin kaç alt boyutta algılandığını bulabilmek için faktör analizi yapılmıştır. Verilerin faktör analizine uygun olup olmadığı KMO ve Bartlett testleri ile test edilmiştir. Online kurumsal itibar algısı ölçeğinin gözlenen değişkenleri, güçlü faktör yükleri ile tek boyut altında toplanmıştır.

**Tablo 3:** Online Kurumsal İtibar Algısı Faktör Yapısı

| Faktör                        | Değişkenler  | Faktör   |
|-------------------------------|--|----------|
|                               |  | Yükleri  |
|                               |  | <b>1</b> |
|                               | 8_Sosyal medya platformlarında beğendiğim markanın üretmiş olduğu sosyal mesajları paylaşırım                              | ,871     |
|                               | 7_Bedendiğim marka ile ilgili kurumsal bloglarda olumlu paylaşımlarda bulunurum  | ,865     |
| Online Kurumsal İtibar Algısı | 3_Beğendiğim markanın arama motorlarında (Google, Yahoo, Yandex vb.) üst sıralarda yer alması benim için önemlidir         | ,861     |
|                               | 2_Beğendiğim markayla ilgili sosyal medya platformlarında olumlu yorumlar yaparım  | ,847     |
|                               | 4_Beğendiğim marka hakkındaki olumsuz paylaşımlara karşı olumlu yorumlarda bulunurum                                       | ,830     |
|                               | 6_Sosyal medya platformlarında müşterisi olduğum marka ile ilgili olumlu içerik üretirim                                   | ,827     |
|                               | 5_Sosyal medya platformlarında, beğendiğim markanın hazırlamış olduğu yaratıcı soru içeriklerine geri bildirimde bulunurum | ,826     |
|                               | 1_Beğendiğim markalarla ilgili sosyal medya platformlarında içerik (metin, fotoğraf, video vb.) paylaşımında bulunurum     | ,799     |
|                               | Özdeğer  | 5,657    |
|                               | Açıklanan Varyans  | 70,716   |

|                          |                              |
|--------------------------|------------------------------|
| Toplam Açıklanan Varyans | 70,716                       |
| KMO                      | ,924                         |
| Barlett                  | 2638,381<br>(sd.28; p=0,000) |
| Cronbach Alpha           | ,941                         |

Online kurumsal itibar algısı ölçeğine uygulanan faktör analizi sonucunda Kaiser-Meyer-Olkin (KMO=0,924) ile bütün soru grubunun genel olarak faktör analizine uygunluğu ölçülmüştür. Ayrıca tek tek her bir sorunun faktör analizine uygunluğu da ölçülmüştür. Bu ölçüm esnasında Measures of Sampling Adequacy-Örnekleme Yeterliliğinin Ölçümü (MSA) yöntemi kullanılarak değişkenlerin anti-image korelasyon matrisi gözden geçirilmiştir. Anti-image korelasyon matrisindeki MSA değerleri incelendiğinde tüm değişkenlerin 0,50 değerinin üzerinde olduğu tespit edilmiştir. Faktör analizine göre online kurumsal itibar algısı ölçeği katılımcılarca tek boyutta algılanmıştır. Bu boyut ölçeğin toplam varyansının %70,716'sını açıklamıştır. Online kurumsal itibar algısı faktörünün kendi içerisindeki uyumu Cronbach Alpha katsayısı ile ölçülmüştür. Bu katsayı sorular arası korelasyona bağlı uyum değeridir. Online kurumsal itibar algısı ölçeğinin Cronbach Alpha değeri %60'ın üzerinde olduğu için faktörün istatistiksel olarak güvenilir olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

### Korelasyon ve Çoklu Doğrusal Regresyon Analizleri

Bu bölümde araştırma kapsamında eWOM arama motivasyonları alt boyutları ile online kurumsal itibar algısı değişkenleri arasındaki ilişkiler incelenmiştir. Araştırma modeli doğrultusunda kurulan hipotezleri test etmek için korelasyon analizi ve çoklu doğrusal regresyon analizi gerçekleştirilmiştir.

#### eWOM Arama Motivasyonları ile Online Kurumsal İtibar Algısı İlişkisi

Bu bölümde yapılacak analizler ile aşağıdaki hipotezler test edilmeye çalışılmıştır:

**H<sub>0</sub>** eWOM Arama Motivasyonu boyutları Online Kurumsal İtibar Algısı değişkenini açıklamada istatistiksel olarak anlamsızdır.

**H<sub>1</sub>** eWOM Arama Motivasyonu boyutları Online Kurumsal İtibar Algısı değişkenini açıklamada istatistiksel olarak anlamlıdır.

H<sub>1a</sub> (eWOM) Satın Alma İle İlgili Bilgi Edinme, Online Kurumsal İtibar Algısını doğrudan ve anlamlı bir şekilde etkilemektedir.

H<sub>1b</sub> (eWOM) Bilgi Yoluyla Sosyal Oryantasyon, Online Kurumsal İtibar Algısını doğrudan ve anlamlı bir şekilde etkilemektedir.

H<sub>1c</sub> (eWOM) Topluluk Üyeliği, Online Kurumsal İtibar Algısını doğrudan ve anlamlı bir şekilde etkilemektedir.

H<sub>1d</sub> (eWOM) Ekonomik Teşvik, Online Kurumsal İtibar Algısını doğrudan ve anlamlı bir şekilde etkilemektedir.

H<sub>1e</sub> (eWOM) Ürünle İlgili Bilgi Edinme, Online Kurumsal İtibar Algısını doğrudan ve anlamlı bir şekilde etkilemektedir.

**Tablo 4:** eWOM Arama Motivasyonları Alt Boyutları ile Online Kurumsal İtibar Algısı İlişkisi Korelasyon Analizi

|                               |       | eWOM Arama Motivasyonları |        |        |        |        | Online Kurumsal İtibar Algısı |
|-------------------------------|-------|---------------------------|--------|--------|--------|--------|-------------------------------|
|                               |       | SAİBE                     | BYSO   | TÜ     | ET     | ÜİBE   |                               |
| eWOM Arama Motivasyonları     | r     | 1                         |        |        |        |        |                               |
|                               | SAİBE | p                         |        |        |        |        |                               |
|                               | N     | 407                       |        |        |        |        |                               |
|                               | r     | ,590**                    | 1      |        |        |        |                               |
|                               | BYSO  | p                         | ,000   |        |        |        |                               |
|                               | N     | 407                       | 407    |        |        |        |                               |
|                               | r     | ,529**                    | ,535** | 1      |        |        |                               |
|                               | TÜ    | p                         | ,000   | ,000   |        |        |                               |
|                               | N     | 407                       | 407    | 407    |        |        |                               |
|                               | r     | ,559**                    | ,600** | ,553** | 1      |        |                               |
|                               | ET    | p                         | ,000   | ,000   | ,000   |        |                               |
|                               | N     | 407                       | 407    | 407    | 407    |        |                               |
|                               | r     | ,538**                    | ,518** | ,567** | ,529** | 1      |                               |
|                               | ÜİBE  | p                         | ,000   | ,000   | ,000   | ,000   |                               |
|                               | N     | 407                       | 407    | 407    | 407    | 407    |                               |
| Online Kurumsal İtibar Algısı | r     | ,548**                    | ,524** | ,555** | ,538** | ,898** | 1                             |
| p                             | ,000  | ,000                      | ,000   | ,000   | ,000   | ,000   |                               |
| N                             | 407   | 407                       | 407    | 407    | 407    | 407    |                               |

\*\* Korelasyon 0.01 düzeyinde anlamlıdır.

(SAİBE) Satın Alma İle İlgili Bilgi Edinme, (BYSO) Bilgi Yoluyla Sosyal Oryantasyon, (TÜ) Topluluk Üyeliği, (ET) Ekonomik Teşvik, (ÜİBE) Ürünle İlgili Bilgi Edinme

Tablo 4. incelendiğinde online kurumsal itibar ölçeği bağımlı değişkeni ile eWOM arama motivasyonları alt boyutları bağımsız değişkenleri arasında anlamlı ilişkiler tespit edilmiştir. Bu bağlamda, eWOM arama motivasyonları alt boyutlarından; “satın alma ile ilgili bilgi edinme ( $r=,548$ ), bilgi yoluyla sosyal oryantasyon ( $r=,524$ ), topluluk üyeliği ( $r=,555$ ), ekonomik teşvik ( $r=,538$ )” değişkenleri ile online kurumsal itibar yönetimi arasında orta kuvvette, ürünle ilgili bilgi edinme ( $r=,898$ ) değişkeni ile de yüksek kuvvette ve anlamlı ( $p<0,001$ ) bir ilişki olduğu belirlenmiştir.

**Tablo 5:** eWOM Arama Motivasyonları Alt Boyutları ile Online Kurumsal İtibar Algısına İlişkisi Regresyon Katsayıları

| Bağımlı Değişken | Bağımsız Değişkenler               | Standardize        | t-istatistiği    | p değeri | Standart Hata |
|------------------|------------------------------------|--------------------|------------------|----------|---------------|
|                  |                                    | Katsayılar<br>Beta |                  |          |               |
|                  | Satın Alma İle İlgili Bilgi Edinme | ,224               | 4,481            | ,000     | ,061          |
| Online           | Bilgi Yoluyla Sosyal Oryantasyon   | ,143               | 2,767            | ,006     | ,065          |
| Kurumsal İtibar  | Topluluk Üyeliği                   | ,258               | 5,341            | ,000     | ,057          |
| Algısı           | Ekonomik Teşvik                    | ,184               | 3,603            | ,000     | ,052          |
|                  | Ürünle İlgili Bilgi Edinme         | ,286               | 4,479            | ,000     | ,027          |
|                  | R <sup>2</sup>                     |                    | ,440             |          |               |
|                  | Düzeltilmiş R <sup>2</sup>         |                    | ,435             |          |               |
|                  | F istatistiği                      |                    | 79,012 (p= ,000) |          |               |

Tablo 5. incelendiğinde eWOM arama motivasyonları alt boyutlarından, satın alma ile ilgili bilgi edinme, bilgi yoluyla sosyal oryantasyon, topluluk üyeliği, ekonomik teşvik ve ürünle ilgili bilgi edinme değişkenlerinin, online kurumsal itibar algısı değişkenini istatistiksel olarak anlamlı düzeyde ( $p < 0,05$ ) ve zayıf kuvvette etkilediği tespit edilmiştir.

Bu doğrultuda Tablo 5.'de görüldüğü gibi F istatistiği 79,012 ve p değeri ,000 olduğundan oluşturulan regresyon modelinin genel olarak anlamlı olduğu tespit edilmiştir. Diğer bir ifade ile “online kurumsal itibar algısı” değişkenini “eWOM arama motivasyonu” ölçeğinin 5 alt boyutundan en az biri ile tahmin etmek istatistiksel olarak mümkündür. Tabloya göre “satın alma ile ilgili bilgi edinme, bilgi yoluyla sosyal oryantasyon, topluluk üyeliği, ekonomik teşvik, ürünle ilgili bilgi edinme” değişkenleri için p değerleri 0,05’den küçük olduğundan eWOM arama motivasyonu alt değişkenleri, online kurumsal itibar algısı değişkenini açıklamakta istatistiksel olarak anlamlıdır. Tablodaki R<sup>2</sup> değeri, modelin açıklayıcılık gücünü göstermektedir. Gerçekleştirilen regresyon analizi sonucunda bağımsız değişkenlerin online kurumsal itibar algısı değişkenini açıklama oranı %44,0 olarak bulunmuştur. Dahası, regresyon tablosu incelendiğinde “ürünle ilgili bilgi edinme” değişkeninin bu açıklayıcılığa en büyük katkısı/etkiyi sağladığı görülmektedir.

### Tartışma ve Sonuç

Çalışmanın geneli incelendiğinde; online platformlarda itibar yönetimi ile oluşturulan algının ve eWOM arama motivasyonunun, birbiriyle etkileşim içinde olduğu ve bu iki kavramın, hem kurumlar hem de pazarlama iletişimi ve halkla ilişkiler profesyonelleri tarafından dikkate alınması gerektiği sonucuna ulaşılmıştır. Bu doğrultuda, eWOM arama motivasyonu sayesinde markaların hazırladığı merak uyandırıcı, ilgi çekici, cezbedici ve yaratıcı içerikler çok daha hızlı ve düşük maliyetlerle yayılabilmektedir. Böylelikle yeni müşteriler, markaların online ortamdaki hesaplarına yönelebilmektedir. Yapılan araştırma, online kurumsal itibar yönetimi aracılığıyla oluşturulan algı ile eWOM arama motivasyonu arasındaki ilişkiyi ortaya koymak amacıyla gerçekleştirilmiştir. Bu doğrultuda, eWOM arama motivasyonu alt boyutları ile online kurumsal itibar algısına ait tüm boyutlarda anlamlı ilişkilerin söz konusu olduğu görülmüştür. Ampirik sonuçlar doğrultusunda, online kurumsal itibar algısı ölçeği bağımlı değişkeni ile eWOM arama motivasyonları alt boyutları bağımsız



değişkenleri arasında, anlamlı ilişkiler tespit edilmiştir. eWOM arama motivasyonları alt boyutlarından; “satın alma ile ilgili bilgi edinme, bilgi yoluyla sosyal oryantasyon, topluluk üyeliği, ekonomik teşvik” değişkenleri ile online kurumsal itibar algısı arasında orta kuvvette, ürünle ilgili bilgi edinme değişkeni ile de yüksek kuvvette ve anlamlı bir ilişki olduğu tespit edilmiştir. Bu doğrultuda eWOM arama motivasyonlarının, kurumların online kurumsal itibar algısının şekillenmesinde önemli bir değişken olduğu ve müşterilerin, dijital ortamda kurumlarla ilgili ulaştıkları bilgilerin, kurumların online kurumsal itibar algıları ile doğrudan ve anlamlı bir etkileşim içerisinde olduğu ifade edilebilir.

Konya’daki internet kullanıcısı ve eWOM arama motivasyonuna sahip müşteriler üzerinde gerçekleştirilen bu araştırmanın ampirik sonuçları değerlendirildiğinde, eWOM arama motivasyonu alt boyutlarının (*satın alma ile ilgili bilgi edinme, bilgi yoluyla sosyal oryantasyon, topluluk üyeliği, ekonomik teşvik, ürünle ilgili bilgi edinme*) tamamının, online kurumsal itibar algısı üzerinde doğrudan ve anlamlı bir etkisinin olduğu tespit edilmiştir. Bununla birlikte, eWOM arama motivasyonları alt boyutlarından “ürünle ilgili bilgi edinme” motivasyonu, online kurumsal itibar algısı üzerinde en yüksek etkiye sahip boyut olmuştur. Dolayısıyla, Konya’da ikamet eden ve araştırmaya katılan internet kullanıcılarının, ürünle ilgili bilgi edinme motivasyonlarının, markaların online kurumsal itibar algısının geliştirilmesinde daha yüksek oranda bir rol oynadığı tespit edilmiştir. Bu doğrultuda, müşteriler herhangi bir ürünü satın almadan önce internet üzerinde detaylı bir araştırma yapmakta ve satın alacağı ürünle ilgili bütün bilgilere ulaşmaya çalışmaktadır. İnternet ve eWOM arama motivasyonu aracılığıyla müşteriler, satın almayı planladıkları bir ürünle ilgili bilgiye hızlı bir şekilde ulaşarak, ürünün temel özelliklerinin ne olduğuyula ve nasıl kullanacağıyla ilgili bilgileri edinmektedirler. Konya’daki müşteriler üzerinde gerçekleştirilen bu araştırmada, müşterilerin eWOM arama motivasyonlarının ürünle ilgili bilgi edinme, ürünün nasıl tüketileceği bilgisi, öncelikli eWOM arama motivasyonu olarak ön plana çıkmaktadır.

Araştırmanın ampirik sonuçları ile de bağlantılı olarak dijital ortamda bir ürün, bir marka veya bir kurum hakkında oluşan her paylaşım veya eWOM içeriği, marka itibarına olumlu ya da olumsuz etki edebilmektedir. Bu gerçeği fark edemeyen kurumlar bunun bedelini çok ağır faturalarla ödeyebilmektedir. Nitekim kendileri hakkındaki yanlış haberlerden, olumsuz eWOM içeriklerinden ve dijital mecralardaki yorumlardan haberdar olmayan kurumlar, çoğunlukla sayıları her geçen gün artan müşteri kayıpları ile yüz yüze kalabilmektedirler. Bu bağlamda benzer araştırma sonuçları değerlendirilince, Dijkmans vd. (2015), yaptıkları çalışmanın sonucunda sosyal medya faaliyetlerine maruz kalma düzeylerinin kurumsal itibar algılarından önce geldiği sonucuna ulaşmışlardır. Ayrıca, paylaşımda bulunan katılımcıların söylemlerinin, müşterilerin, şirketin sosyal medya faaliyetleri ile kurumsal itibarını algılaması arasındaki ilişkiye aracılık ettiği ulaşılan sonuçlar arasındadır. Online kurumsal itibar, kurumların tüm paydaşları nezdinde takip edilebildiğinden ve online platformların her geçen gün daha da önem kazandığından kurumlar için büyük önem taşıyan bir başlık olarak değerlendirilmeli ve yönetilmelidir. Online kurumsal itibar yönetimi, olumsuz yorumları ortadan kaldırarak markanın itibarını dijital medyada geliştirir.

Lindenblatt (2014) tarafından gerçekleştirilen bir başka çalışmada ise, Alman şirketlerinin sosyal medyada yer alıp almadığı ve marka itibarını online ortamda korumak için hangi uygulamaları kullandıkları sorgulanmış ve sonuçta; Alman firmalarının, turizm sektörünün lideri olan çeşitli sosyal medya platformlarında kayıtlı oldukları, bununla birlikte, bazı şirketlerin sosyal medyanın önemini gözden kaçırdığı ve özellikle de kriz dönemlerinde sosyal medyayı hafife aldıkları görülmüştür. Değerlendirmeye alınan tüm şirketlerin 2/3’si en az bir kez müşterileri ile online bir olumsuz deneyim yaşamışlar, açık ve doğrudan iletişim yardımı ile bu sorunu çözmüşlerdir. Bu doğrultuda eWOM, marka imajı oluşturmak ve müşteri sadakatini artırmak için de çok etkili bir platformdur. Ayrıca eWOM markaların itibarı üzerinde

etkilidir ve müşterilerin satın alma kararını değiştirebilir. Farklı kanallardaki olumsuz yorumlar veya blog gönderileri markayı ve işletmeyi etkiler, bu nedenle itibarın olumsuz etkilerini azaltmak için izlenmesi önemlidir.

Bilbil ve Güler (2017) tarafından online ortamda kurumsal itibar yönetimi ve viral uygulamaların ilişkisinin araştırıldığı çalışmanın sonucunda; viral pazarlama tekniklerini kullanan kurumların daha çok kişiye ulaştığı, bu kişilerin zihninde kurumla ilgili olumlu algıların oluştuğu, bu teknikleri kullanmanın takipçi sayısını artırdığı sonuçlarına ulaşılmış olup, konunun dijital ortamlarda profesyonelce yönetilerek geliştirilmesi noktasında tavsiyelerde bulunulmuştur. Dolayısıyla online kullanıcıların sayısındaki artışla birlikte, itibar yönetimi daha fazla önem kazanmıştır. Online itibar yönetimi, bir markanın varlığını online analiz etmeyi ve korumayı amaçladığı için dijital platformların ve eWOM'un etkin gücünden istifade etmek gerekmektedir.

Bu çalışmanın ampirik sonuçları ile daha önce gerçekleştirilmiş olan benzer araştırmaların (Bilbil ve Güler, 2017; Lindenblatt, 2014; Dijkmans vd. 2015) sonuçları birlikte değerlendirildiğinde internetin, dijital platformların, eWOM arama motivasyonlarının, online kurumsal itibar algısını şekillendiren önemli bir kanal haline geldiği görülmektedir. Müşterilerin, internet aracılığıyla bilgiye son derece hızlı bir şekilde ulaşabiliyor olması ve şeffaflığın artması, eWOM'un ve dijital platformlardaki bilinçli ve stratejik yönetimin önemini artırmaktadır. Bu doğrultuda, internet ve dijital platformlar sayesinde müşterilerin, markalarla ve diğer müşterilerle etkileşiminin artması, eWOM'u daha da etkili ve önemli bir hale getirmiştir.

Yukarıda da örneklendirildiği üzere benzer çalışmalarda; sosyal medya, viral uygulamalar ve dijital pazarlama uygulamalarının, kurumsal itibar üzerindeki etkisi araştırılmıştır. Ancak literatürde daha önce eWOM arama motivasyonlarının online kurumsal itibar algısı üzerindeki etkilerini tespit etmeye yönelik herhangi bir çalışmanın olmaması, çalışmayı literatüre sağlayacağı katkılar nedeniyle önemli kılmaktadır. Bu araştırmanın diğer çalışmalardan farklılaşan en önemli yönü, eWOM boyutları ile online kurumsal itibar algısı arasındaki ilişkiyi inceleyen öncü bir çalışma olmasıdır. Dijital çağın en etkili iletişim kanallarından biri olan eWOM'un, satın alma ile ilgili bilgi edinme, bilgi yoluyla sosyal oryantasyon, topluluk üyeliği, ekonomik teşvik ve ürünle ilgili bilgi edinme gibi boyutlarıyla online kurumsal itibar algısını etkilediği sonucuna ulaşılmış olmasının, hem halkla ilişkiler ve pazarlama profesyonellerine hem de halkla ilişkiler ve pazarlama iletişimi literatürüne önemli katkılar sağlayacağı ifade edilebilir. Ayrıca, eWOM arama motivasyonunun yanında eWOM sağlama motivasyonunun da online kurumsal itibar algısı üzerinde herhangi bir etkisinin olup olmadığını tespit etmeye yönelik çalışmaların yapılmasının da halkla ilişkiler ve pazarlama iletişimi literatürüne ve marka profesyonellerine önemli kazanımlar sağlayacağı düşünülmektedir.

Konya'da ikamet eden internet kullanıcısı ve eWOM arama motivasyonuna sahip müşteriler üzerinde yapılan bu araştırmaya benzer olarak, bir başka örneklem grubu üzerinde gerçekleştirilecek olan çalışmalarda farklı sonuçlara ulaşmanın mümkün olabileceğini de ifade etmek gerekmektedir. Bu doğrultuda araştırmanın genellenebilirliği ve dışsal geçerliliğinin sınırlı olduğunu söylemek araştırmanın literatüre sağlayacağı faydalar açısından önem arz etmektedir. Bununla birlikte, yapılacak benzer araştırmalarda evrenin ve örneklemin kapsamının genişletilmesi suretiyle ampirik sonuçların genellenebilirliği ve dışsal geçerliliği artırılabilir.

### Kaynakça

- Akar, E. (2009). Pazarlama bağlamında geleneksel ve internette ağızdan ağıza iletişim: kuramsal bir çerçeve. *Erciyes Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, (32), 113-134.
- Bahar, B. (2015). Elektronik ağızdan ağıza iletişimin tüketici satın alma kararlarına etkisi. *Finans Politik & Ekonomik Yorumlar*, 52(609), 63-72.
- Bajpai, V. & Pandey, S. (2012). Viral marketing through social networking sites with special reference of facebook, *International Journal of Marketing, Financial Services & Management Research*, 1 (7), 194-207.
- Batra, R., & Keller, K. L. (2016). Integrating marketing communications: New findings, new lessons, and new ideas. *Journal of Marketing*, 80(6), 122-145.
- Beal, A & Strauss, J. (2008). *Radically transparent: monitoring and managing reputations online*. Indianapolis: Wiley Publishing, Inc.
- Bergh, J.V. & Behrer, M. (2013). *How cool brands stay hot. branding to generation Y*. (2.Baskı) United Kingdom, USA, India, Kogan Page Limited.
- Bilbil, E.K. & Güler, Ş. (2017). Dijital ortamda kurumsal itibar yönetimi ve viral uygulamalar ilişkisi. *Global Media Journal TR Edition*, 7 (14), 379-402.
- Cheung, C.M.K. & Thadani, D.R. (2010). The effectiveness of electronic word-of-mouth communication: A literature analysis. *23rd Bled eConference eTrust: Implications for the Individual, Enterprises and Society*. June 20 - 23, Bled, Slovenia
- Court, D., Elzinga, D., Mulder, S. & Vetvik, O. J. (2009). *The Consumer Decision Journey*, Erişim Adresi: <http://www.mckinsey.com/businessfunctions/marketing-and-sales/our-insights/the-consumer-decisionjourney>. Erişim tarihi: 01.11.2018.
- Dasari, S. & Anandakrishnan, B. (2010). Viral marketing of retail products: A study on the influence of attributes of web portals and incentives offered on user registrations. *IUP Journal of Marketing Management*, 9 (1), 99-111.
- Dijkmans, C., Kerkhof, P. Tetik, A.B. & Beukeboom, C.J. (2015). Online conversation and corporate reputation: a two-wave longitudinal study on the effects of exposure to the social media activities of a highly interactive company. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 20, 632-648.
- Duralia, O. (2018). Integrated marketing communication and its impact on consumer behavior. *Studies in Business and Economics*, 13(2), 92-102.
- Er, G. (2008). *Sanal Ortamda İtibar Yönetimi*. Cinius Yayınları, İstanbul.
- Granitz, N.A. & Ward, J.C. (1996), Virtual community: a sociocognitive analysis. *Advances in Consumer Research*, 23, (2), 161-166.
- Hennig-Thurau, T. & Walsh, G. (2003). Electronic word-of-mouth: motives for and consequences of reading customer articulations on the internet?. *International Journal of Electronic Commerce*, 8 (2), 51-74.
- Hennig-Thurau, T., Gwinner, K.P., Walsh, G. & Gremler, D.D. (2004), Electronic word-of-mouth via consumer-opinion platforms: what motivates consumers to articulate themselves on the internet? *Journal of Interactive Marketing*, 18, (1), 38-52.
- Jalilvand, M.R., Esfahani, S.S. & Samiei, N. (2010). Electronic word-of-mouth: challenges and opportunities. *Procedia Computer Science*, 3, 42-46.
- Jeong, E. & Jang, S. (2011). Restaurant experiences triggering positive electronic word-of-mouth (ewom) motivations. *International Journal of Hospitality Management*, 30, 356-366.
- Jones B., Temperley J. & Lima A. (2009). Corporate reputation in the era of web 2.0: the case of primark, *Journal of Marketing Management*, 25 (9-10), 927-939.
- Kalpaklıoğlu, N. Ü. (2015). Bir pazarlama iletişimi unsuru olarak eWOM'un turizm ürünleri tercihine etkisi. *Maltepe Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, 2(1), 66-90.

- Kim, S.H., Yang, K.H. & Kim, J.K. (2009). Finding critical success factors for virtual community marketing. *Service Business*, 3 (2), 149-171.
- Kirtiş, K.A. & Karahan, F. (2011). To be or not to be in social media arena as the most cost-efficient marketing strategy after the global recession. *Procedia Social and Behavioral Sciences*, 24, 260-268.
- Lawler, E.E., III. (1984). The strategic design of reward systems. In C. Fombrun, N. Tichy, & M. Devanna (Ed.), *Strategic Human Resource Management*, 127–147. New York: Wiley.
- Lindenblatt, A. (2014). *How do companies protect their brand reputation online in response to negative electronic word-of-mouth? a study of german companies*. (Erişim Tarihi:26.04.2018) [http://essay.utwente.nl/65255/1/Lindenblatt\\_BA\\_faculty.pdf](http://essay.utwente.nl/65255/1/Lindenblatt_BA_faculty.pdf)
- McWilliam, G. (2000). Building stronger brands through online communities. *Sloan Management Review*, 41, 43–54.
- Meier, A. & Portmann, E. (2013). *Fuzzy management methods: the fora framework a fuzzy grassroots ontology for online reputation management*, Springer-Verlag Berlin Heidelberg.
- Oluwafemi, O. J., & Adebisi, S. O. (2018). Customer loyalty and integrated marketing communications among subscribers of telecommunication firms in lagos metropolis, nigeria. *Journal of Competitiveness*, 10(3), 101-118.
- Park, C. Wang, Y. Yao, Y. & Kang, R.Y. (2011), Factors influencing eWOM effects: using experience, credibility, and susceptibility. *International Journal of Social Science and Humanity*, 1, 72-76.
- Pluta-Olearnik, M. (2018). Integrated marketing communication concepts, practice, new challenges. *Marketing of Scientific and Research Organizations*, 28(2), 121-138.
- Sarışık, M., & Özbay, G. (2012). Elektronik ağızdan ağıza iletişim ve turizm endüstrisindeki uygulamalara ilişkin bir yazın incelemesi. *Uluslararası Yönetim İktisat ve İşletme Dergisi*, 8(16), 1-22.
- Schultz, D. E. (1993). Four basic rules lay groundwork for integration. *Marketing News*, 27(1), 7–25.
- Stanton, N. (2015). *Viral marketing professor. The Best Marketing Is Education*. First Printing, Stanton E Commerce Co. 16W500 Honeysuckle Rose Ln. Willowbrook, IL. 60527.
- Sundaram, D.S., Mitra, K. & Webster, C. (1998). Word-of-mouth communications: A motivational analysis. *Advances in Consumer Research*, 25, 527–531.
- Tokatlı, M., Özbükerci, İ. Günay, N. & Vural, B.A. (2017). Kurumsal itibarın sosyal medya üzerinden aktarımı: sektör liderlerinin twitter yönetimi üzerine bir araştırma. *Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi*, 5 (1), 34-57.
- Zernigah, K.I. & Sohail, K. (2012). Consumers' attitude towards viral marketing in Pakistan, *Management & Marketing Challenges for the Knowledge Society*, 7, (4), 645-662.

# Mahremiyetin Dönüşümü: Ünlülerin Instagram Paylaşımları Üzerine Bir Araştırma

## Transformation of Privacy: A Study on The Instagram Shares of Celebrities

Ayşenur AKYAZI\*

### Öz

Sosyal medya gizli olan şekilde tanımlanan mahremiyet kavramı üzerinde yeniden düşünmeye sevk etmektedir. Bu sanal mecrada bireylerin yaptıkları paylaşımlar mahremiyetin sınırlarını zorlamaktadır. Bireyler bu yeni mecrada kendilerini daha özgür hissetmekte ve daha cesur paylaşımlarda bulunmaktadır. Bu durumun etkisiyle bireyin mahremiyetine ilişkin olanlar bir kamusal alan olan sosyal medyada da sergilenmektedir. Bireyler günlük hayatlarında çoğu kişiyle paylaşmaktan çekindikleri mahrem alanlarına ilişkin özel alanlarında çekilen fotoğraf ve videoları sosyal ağlarda takipçileriyle paylaşmaktan kaçınmamaktadırlar.

Mahremiyet algısının McLuhan'ın teknolojik belirleyicilik yaklaşımı bağlamında ele alındığı bu çalışmanın amacı sosyal ağlarda yapılan paylaşımlar sonucu mahrem alanın sınırının belirsizleşmesini ve mahremiyet anlayışının aşınmasını ortaya koymaktır. Bu amaçla ünlü olarak nitelendirilen toplumda ön plana çıkan bireylerin popüler sosyal medya araçlarından Instagram'daki kişisel paylaşımları incelenmiştir.

Araştırma kapsamında bir sosyal medya sistemi olan ve sosyal medya hesaplarının ölçümlerini yayınlayan "boomscial.com" adlı siteden Instagram Türkiye raporlarına ulaşılmıştır. Araştırmada betimleme yöntemi kullanılmıştır. Medyatik anlamda ünlü kişilerin isimlerine ulaşılacak sektörlerden takipçi sayısı en fazla olan 10 ünlü seçilmiştir. Araştırmanın örneklemini toplamda 4 farklı sektörden 40 ünlü oluşturmaktadır. Bu 40 ünlünün Instagram hesaplarından mahrem alanlarının ifşasına yönelik olan paylaşımlar seçilmiştir.

İnceleme sonucunda ünlülerin %22'sinin özel alanlarında çekilen fotoğrafları paylaştıkları görülmektedir. Yapılan fotoğraf paylaşımlarına alınan en fazla beğenin takipçi sayısına oranı % 8,2 olurken, en az oranı ise % 0,2 olmuştur. Bu ünlülerin paylaştıkları diğer içerikler incelendiğinde, takipçilerinin ünlülerin milliyetçilik gibi duygularına hitap eden, meslekleriyle ilgili olan ve kamusal alanlarda bulduklarını gösteren içerikleri daha fazla beğendikleri görülmektedir. Bu noktadan hareketle ünlülerin mahremlerini paylaşma eğiliminin başlamasına karşılık, takipçilerde mahremi takip etme eğiliminin olmadığı anlaşılmaktadır. Bu çalışma toplumumuzda bilişim teknolojileri ile günden güne değişen mahremiyet algısının boyutlarını ortaya koymasından önem taşımaktadır.

**Anahtar Kelimeler:** Mahremiyet, Özel Alan, Sosyal Medya.

### Abstract

Social media leads people to rethink the concept of privacy, which is defined as what is secret. Shares of individuals on this virtual medium push the boundaries of privacy. Individuals feel more free in this new medium and are sharing more bravely. Under the influence of this situation, content related to the privacy of the individual is also exhibited in social media, a public space. Individuals do not refrain from sharing their photos and videos, taken in their private space, with their followers on social networks, whereas they often hesitate sharing them with others in their daily lives.

The aim of this study, in which the perception of privacy is addressed in the context of McLuhan's technological determinism approach, is to put forth the corrosion of the concept of privacy and the boundaries of private life as a result of shares on social platforms. For this purpose, the personal shares of individuals in the forefront of society, defined as celebrities, on the popular social media tool Instagram have been examined.

In the scope of this research, Instagram Turkey reports from the website "boomscial.com", which publishes the measurements of social media accounts, have been accessed. The description method is used in the study. 10 famous people with the greatest number of followers were selected from the sectors where the names of famous people can be reached. The sample of the research consists of 40 celebrities from 4 different sectors in total. In the Instagram accounts of the selected 40 people, the shares towards disclosure of private space were selected.

As a result of the study, it is seen that 22% of famous people share photographs taken in private areas. The highest ratio of the number of likes received to number of followers for the shared photos is 8.2% while the minimum ratio is 0,2%. When the other content shared by these celebrities is examined, it is seen that followers are more likely

\* Dr.Öğr.Üyesi. İstanbul Aydın Üniversitesi, İletişim Fakültesi, Gazetecilik Bölümü, ayşenurakyazi@aydin.edu.tr

to appreciate a content, which evokes feelings of nationalism, is related to their profession, or shows that they are in public spaces. It is understood that there is no tendency of followers to follow the private life, although there is a new tendency of famous people to share their private life. This study is important, as it puts forth the perception of privacy in our society

**Keywords:** Privacy, Private Sphere, Social Media.

## Giriş

Kapsamı kültürden kültüre değişiklik gösteren mahremiyet, içini bireylerin doldurduğu, sınırları tam olarak belirlenemeyen muğlak bir kavramdır. Bireyin mahremiyeti kendisine ait olan ve isterse sadece çok yakınlarıyla paylaşmayı isteme hakkına sahip olduğu kendisine özel olan alandır. Geleneksel toplumlarda mahrem olanlar günümüz modern toplumlarında olağan olarak görülebilmektedir. Mahremiyetin dönüşüme uğramasında hemen her içeriğiyle toplumlara etkileme ve yönlendirme gücüne sahip olan kitle iletişim araçlarının önemi yadsınmaz.

Bir işi yapabilme becerisini tanımlayan tekniğin bilim ile birleşmesi sonucu geniş insan yığınları ile buluşması, yani bir anlamda toplumsallaşmasını tanımlayan teknoloji özellikle 20. yy'ın ortalarından itibaren büyük hızla ilerlemekte ve hayatımızın her alanına nüfuz etmektedir. Teknolojinin bu yayılımı insanları kendine bağımlı edecek noktaya kadar ulaşmıştır ve bu durum teknolojinin belirleyiciliği, bir başka ifade ile teknolojik determinizm olarak adlandırılmaktadır. Teknolojiye olan bağımlılık beraberinde insanlara onun istediği davranışları yerine getirmeyi de dayatmaktadır. Günümüzde bu davranışlardan ön plan çıkan ise şüphesiz sosyal medyada paylaşımda bulunmadır. Çoğunlukla insana özgü beğenilme duygusunun tatmini adına yapılan bu paylaşımlar, zaman zaman özel hayatın sınırlarını zorlamaktadır. Böylece teknolojik determinizm ile mahremiyetin sınırları yeniden biçimlenmekte ve buna bağlı olarak mahremiyete dair kamusal alan-mahrem alan sınırları belirsizleşmektedir.

20. yüzyılın sonlarında internet teknolojisi ve ardından sosyal medyanın bireyin yaşamının vazgeçilmezleri arasına girmesi, daha önce hiçbir kitle iletişim aracının başaramadığı kadar kısa bir sürede gerçekleşmiştir. Hız, etkileşim, anonimlik gibi özellikler ile ön plana çıkan sosyal medya çok kısa zamanda insanların ilgisini çekmeyi başarmıştır. Mobil iletişim teknolojileri ile her zaman ve her yerde erişimde olan bu platformlarda günlük geçirilen zaman dilimleri saatler ile ifade edilir hale gelmiştir. Sadece takip etmek amacıyla sosyal medyada bulunan kişilerin sayısı az olmamakla birlikte, kullanıcılar genellikle sosyal medyayı paylaşımda bulunmak amacıyla tercih etmektedirler. Tıpkı topluluk içerisinde konuştuğunda söylemiş olduğu sözlerin takdir edilmesini beklediği gibi, kullanıcılar bu ortamda paylaştıklarının da beğenilmesini arzu etmektedirler. Beğenilmek çabası ile paylaşılan içerikler giderek daha ilginç olmakta, özel hayata ilişkin paylaşımlar daha fazla yapılmaktadır. Geleneksel toplumlarda mahrem olarak nitelendirilen anların beğenilme arzusu ile kamuya açık hale getirilmesi, mahremiyet olgusunun sınırlarının yeniden düşünülmesi gerekliliğini ortaya çıkarmaktadır.

## Mahremiyet Olgusu ve Değişen Mahremiyet Algısı

Arapça “haram” sözcüğünden türeyen “mahrem”, “yakın akrabadan olduğu için nikâh düşmeyen kimse, başkalarına söylenmeyen, gizli olan” anlamlarını taşımaktadır. Günlük kullanımda ise gizliliğe, aile hayatına, kadının sahasına, yabancıların bakışlarına yasaklanan şeyler anlamlarına gelmektedir (Öztekin vd., 2010, s. 529). Mahrem alan, kişinin sadece kendisine ait olan ya da sadece çok yakınlarıyla, en güvendiği kişilerle paylaştığı bir alandır. Mahremiyet ise Türk Dil Kurumu (TDK) Sözlüğü’nde gizlilik olarak tanımlanmaktadır (Türk Dil Kurumu, 2018). Bir başka tanımda ise mahremiyet “*bireylerin, devletin ve diğer kişilerin müdahalesinden muaf olarak hareket edebileceği, yaşamsal faaliyetlerini sürdürebileceği bir alanın ve kişilik haklarına bağlı olan tüm unsurların bütününe verilen ad*” (İzgi, 2009, s. 69)

olarak ifade edilmektedir. Sözlüklerde, iki noktanın ardından gizli olma durumu yazıyor olsa da, bu gizlilik durumunun her durumda ve herkese göre aynı biçimde şekillendiğini, sınırlarının belli olduğunu söylemek mümkün değildir (Binark, 2005, s. 138). Mahremiyet kimilerine göre aile yaşantısı iken, kimilerine göre ise sadece bireyin kendisiyle baş başa kaldığı anlardır. İnzivaya çekilme, kendi başına kalma, yalnızlık, diğer insanlarla ilişki istememe, özel alanı paylaşmama da mahremiyetin kapsamına girmektedir (Göregenli, 2010, s. 61).

Mahremiyet kültürden kültüre çağdan çağa farklılık göstermektedir. Doğu kültüründe kişinin mahrem olanı diğerlerinden gizlenmesi, batı kültüründe ise kişisel alanın dokunulmazlığı-korunması olarak algılanmaktadır. Mahremiyetin sınırlarında da kültür ve zaman etkili olmaktadır. Aynı zamanda önceki dönemlerde açığa çıkması ayıp olarak nitelendirilenler, daha sonraki bir zaman diliminde olağan hale gelebilmektedir. Kişinin mahremiyet algısı davranışlarının şekillenmesinde önemli bir yere sahiptir. Mahremiyeti düzenleyen mekanizmalar geliştiren kültür, aynı zamanda mahremiyetin korunması için yöntemler de geliştirmektedir. Panjurları indirme, kapıyı kilitleme, konuşulan konuya göre ses düzeyini ayarlama, vb. mahremiyetin korunması için geliştirilen basit kültürel yöntemler olarak bilinmektedir (Sezen & Erden, 2018, s.85). Tüm bunların yanında içinde bulunan toplumun ekonomik, sosyal ve teknolojik dinamikleri de mahremiyet algısını etkileyen faktörlerdendir.

Bu çalışmada mahremiyet kavramının karşılığı gizlilik olarak alınmıştır. Mahremiyet kavramı üç farklı kısımda incelenebilir. Bunlardan birincisi; kişinin yakın fiziksel alanını korumayı içeren mekansal mahremiyet; ikincisi, kişiyi haksızlıklara karşı korumayı içeren bireysel mahremiyet ve üçüncüsü de kişisel verilerin toplanma, saklanma, işlenme ve dağıtımını içeren bilgi mahremiyetidir (Çetin,2015, s. 781). Bu bağlamda mahremiyet hakkı kişinin rızasız izni olmadan fotoğraflarının çekilmemesi, video çekimlerinin yapılmaması, ses kaydının alınmaması, telefonlarının dinlenmemesi, kişisel verilerinin ele geçirilerek ifşa edilmemesi gibi hakları kapsamaktadır.

Bireyin bilinmesini istemediği ve korunmasını istediği hayata, özel hayat denilmektedir. *“Kişilerin hukuken korunan, herkesle paylaşmadığı ve güvendiği kişiler dışında herkesten gizli tuttuğu yaşam alanıdır”* (Kılıçoğlu, 2008, s. 112). Her insan, özel ve mahrem hayatına saygı gösterilmesini isteme hakkına sahiptir. Medya etik ilkelerinde, çeşitli uluslararası sözleşmelerin yanında, T.C. Anayasası’nda da temel insan haklarından biri olan mahremiyet hakkı koruma altına alınmıştır. Basın Konseyi Meslek ilkeleri 5. maddesinde *“Kişilerin özel yaşamı, kamu çıkarlarının gerektirdiği durumlar dışında, yayın konusu olamaz.”* ibaresi yer alırken, T.C. Anayasası 20. maddesinde de *“Herkes, özel hayatına ve aile hayatına saygı gösterilmesini isteme hakkına sahiptir. Özel hayatın ve aile hayatının gizliliğine dokunulamaz”* (Türkiye Büyük Millet Meclisi, 1982) hükmüne yer verilmiştir. Mahremiyet temel insan haklarından biri ve insan özgürlüğünün bir parçası olarak kabul edildiğinden mahremiyetin ihlali aynı zamanda özgürlüğün de ihlali olarak görülmektedir.

Mahremiyet insanoğlunun başlangıcı kadar eski bir kavram iken, özel alan ve kamusal alan ayrımı modern toplumlarla birlikte ortaya çıkmıştır. Kamusal alan ve özel alan ikiliği, mahremiyete karşı kamusallıkla, gizliliğe karşı açıklıkla, görünmezliğe karşı görünürlükle ilintilidir (Thompson, 2008, s. 189). Modern toplumlardan önce bireylerin özel alanlarından bugünkü anlamda söz etmek doğru değildir. Geleneksel toplumdan modern topluma geçiş beraberinde yeni bir mahremiyet algısını da getirmiştir.

Teknolojinin etkileri üzerine analizleri de bulunan ünlü Amerikalı sosyolog Lewis Mumford, 17. yüzyılda hizmetçilerin efendileriyle aynı odalarda uyduğunu, tüm odaların birbirine açıldığını söylemektedir. Bu dönemde henüz evlerin odaları bile birbirinden ayrılmamıştır. Aynı odada yemek yenilmiş, uyunmuş ve eğlenilmiştir. O dönemlerde özel hayatla başkalarıyla paylaşılan hayatlar henüz birbirinden ayrılmamıştır. Fransa Kralı 16.

Louis'nin yataktan kalkması, yatmaya gitmesi sırasında törenler düzenlendiği, 14. ve 15. Louis'nin akşam yemeklerini büyük bir topluluğun önünde özel bestelenmiş müzikler eşliğinde yedikleri bilinmektedir (Kılıçbay, 2006, s. 115). 18. yüzyılda ise artık ev içerisindeki odalar birbirinden ayrılmış, birbirine değil de bir koridora açılmaya başlamıştır. Burjuvaların mahremiyet algısı da değişmeye başlamış aile mahremiyetinin korunması için hizmetçiler zille çağrılır hale gelmiştir. Hizmetçiler yemek masasından, çocuklar ebeveynlerin yatak odasından çıkarılmaya başlamıştır. 18. yüzyıl aynı zamanda şehir hayatının görüldüğü ve kamusal alanın gelişmeye başladığı dönem olarak bilinmektedir. Bu dönemde parklar, kahvehaneler sosyal merkezler haline gelmiş, tiyatrolar sadece aristokratların gittiği yerler olmaktan çıkmıştır. 19. yüzyılda ise kapitalizm ve toplumsal alanda yaşanan olumsuzluklar sonucunda evler artık birer sığınak olarak görülmeye başlanmış, sosyal merkezler haline gelen parklar, kahvehaneler artık sohbet mekanları olmaktan çıkmıştır. Artık devlet daha önce özel alan içerisinde kabul edilen alanlara (nüfus planlaması, vb.) müdahale etmeye başlamıştır (Öztekın&Öztekın, 2010, ss: 530-533). Değişen sosyal ve siyasal koşullar, bireysel özgürlüklerin ön plana çıkması gibi nedenlerle bireyler mahremiyetlerini korumaya önem vermeye başlamışlardır. Jean Jacques Rousseau'ya göre mahremiyet modern toplumda yaşayan bireyin topluma karşı isyanını ve bitmek bilmeyen çatışmalarını anlatan öznellik alanını ifade etmektedir (Arendt, 2003, s. 98). Artık evlerde misafir ağırlanan odaların yatak odalarından ayrı bölümde olması, yemek masalarının yabancı bir kişi geldiğinde hemen görebilecekleri yerde olmaması, evlerin bahçelerini birbirinden ayıran yüksek duvarların yapılması gibi mahremiyeti korumaya yönelik tedbirler alınmaya başlanmıştır. 20. yüzyılın sonlarına doğru ise teknolojik gelişmelerle beraber bireyler daha fazla sosyalleşmeye, kamusal alanda daha fazla vakit geçirmeye, her zamankinden daha fazla mahremiyetlerini kamusal alana taşımaya başlamışlardır. Web 2.0 uygulamasının yaşamımıza girmesi ile iletişim biçimlerimiz, kültürel değerlerimiz ve kimliklerimiz değişmeye başlamıştır (Yabancı & Akça & Ulutaş, 2018, s. 195).

### Sosyal Medya ve Mahremiyetin Kayboluşu

Her yeri gören anlamına gelen "Panoptikon" gözetim toplumu ile çalışmalarda sıklıkla karşımıza çıkan 1975 yılında Jeremy Bentham tarafından tasarlanan hapisane modelini tanımlamaktadır. Görülmeden gözetlemeye olanak veren bu modelde halka halinde bir bina, merkezde bir kule ve kulede bulunan tek bir nöbetçi, silüetlerin dışa vurmasını sağlayan ışık sayesinde tüm hücrelere tek tek yerleştirilmiş mahkumları izleyebilmekte ve yanlış davranışlarını hemen fark edebilmektedir. Bu mimari yapı ile mahkumların sürekli olarak gözetlendiğine inanması ya da gözetlenmediğine emin olması gibi belirsizlik ortamının oluşturulması arzulanmaktadır (Lyon, 2013, s. 187). Sürekli izlenildiklerini bilen/düşünen mahkumların yanlış davranışta bulduklarında ceza alacaklarının bilincinde olarak kendi rızalarıyla uyumlu davranışlarda bulunacakları beklenmektedir. Panoptikon'da sayıca az kişi çoğunluğu izlemekte ve kontrol altına almaktadır. Panoptikon kavramının bilinen diğer bir örneği ise George Orwell tarafından yazılan Bin Dokuz Yüz Seksen Dört adlı kitaptaki herkesi, her an ve her yerde izleyen, denetleyen, kayıt altına alan, ama kendisi sadece tele ekranlarda ve posterlerde görülen "Big Brother" karakteridir.

Bu gözetleme modelinin günlük yaşama geçirilmesiyle de izlendiğinin bilincinde olan bireylerin daha uyumlu ve ılımlı hale getirilmesi amaçlanmaktadır. Bireyler sürekli olarak kamera ile izlenmekte olduklarını bilmekte, ancak güvenlikleri ve suçluların yakalanabilmesine yardımcı olması gerekçesiyle bu durumu kabullenmektedirler. Gözetim ile ilgili çalışmalarında Michel Foucault iktidarlar kavramını öne çıkarmıştır. İktidarlar işyerlerinde, hapisanede, orduda tahakkümün olduğu her yerdedir. Devlet vatandaşını, işveren işçisini, ticari otoriteler ise tüketicileri sürekli takip etmektedirler (Karahisar, 2015, s. 250). Günümüzde bireyler kendi rızalarıyla alışveriş yaparken, binalara girişlerinde kimlik göstererek, parola girerek, yüz tanıma



ve parmak izi tanıma teknolojilerinden birini kullanarak gözetime maruz kalmaktadırlar (Bauman & Lyon, 2013, s. 10).

Panoptikon'un tam karşısında ise çoğunluğun azınlığı gözetlediği "Sinoptikon" kavramı yer almaktadır. Yalnız burada Panoptikon'daki izleme yerini dikizlemeye bırakmıştır. Ayrıca Panoptikon'da olduğu gibi bir baskı da söz konusu değildir. Kişiler tamamen gönüllü olarak kendilerinin gözetlenmesini kabul etmektedirler. Özellikle medya alanında magazin programları, evlilik programları, sıradan insanların kameralarla sürekli izlendiği yarışmalar gibi Sinoptikon örnekleri karşımıza çıkmaktadır. "*Özellikle televizyonun gündelik yaşamın ayrılmaz bir parçası haline gelmesiyle birlikte, artık çoğunluğun azınlığı izlediği bir gözetim kültürü ortaya çıkmıştır*" (Toktaş vd., 2012, s. 32). İçinde bulunduğumuz çağda insanlar, paylaştıkları anlık ileti, fotoğraf, video ya da arkadaş listelerindeki kişi sayısı ile doğru orantılı olarak sosyalleşmiş olduklarını düşünmektedirler. "*Dikizleme Kültürü bir reality şovdur. YouTube, Twitter, Flickr, MySpace ve Facebook'tur... Dikizlemek, giderek toplumsal bilinci dönüştüren mekanizma olarak anlam kazanmaya başlıyor*" (Niedzwiecki, 2010, s. 8).

Bireylerdeki bilme isteği merak duygusuyla birleşmekte, diğerlerini gözetleme olağan hale gelmektedir. Üstelik kitle iletişim araçları vasıtasıyla eğlenceli ve haz duyulacak hale getirilen gözetimde, gözetleyen çoğunluk, izledikleri azınlığın davranış ve söylemleriyle kendilerini özdeşleştirmekte ve kendilerini bu doğrultuda şekillendirerek azınlık tarafından yönlendirilmektedir. Bu duruma önceleri sadece ünlü kişiler tarafından yapılan bebek için hediye toplama partisi (babyshower) ve bekarlığa veda partilerinin artık her kesimden bireyler tarafından yapılmasını ve olağan hale gelmesini örnek olarak vermek mümkündür.

Bireylerin kendilerini ifade etmek için kullandığı iletişim günümüzde yeme içme kadar önemli bir ihtiyaçtır. İletişim, tarihin ilk dönemlerinde mağara duvarlarına çizilen resimlerle sağlanırken, günümüzde özellikle teknolojik gelişmelere bağlı olarak sosyal medya ile gerçekleştirilir hale gelmiştir. "*Sosyal medya, iletişim camiasında kullanıldığı hali ile yeni medya kavramının bir alt dalıdır*" (Akyazı, 2018, s. 320). Kullanıcıların bilgi, duygu, düşünce ve deneyimlerini paylaştığı sanal bir ortam olan sosyal medya, teknolojide yaşanan gelişmelere paralel olarak iletişime yeni bir boyut kazandırmıştır.

Çevrimiçi yeni iletişim ortamlarının tamamını içine alan şemsiye bir kavram olarak sosyal medya (Akyazı & Akyazı, 2013, s. 208) "*katılımcılarının online ortamlarda kendilerini ifade etme, iletişime geçme, gruplara katılma ve bu ortamlara fikir, yorum ve yayınlarıyla katkıda bulunma imkanı sağlayan sosyal içerikli web siteleri*" (Köksal & Özdemir, 2013, s. 325) olarak ifade edilmektedir. Bu tanıma göre sosyal medya bir toplumsallaşma alanıdır.

Sosyal medyada iletişim, her ne kadar sanal ortamda gerçekleşse de her geçen gün gerçek yaşantılar üzerindeki etkisini biraz daha fazla hissettirmektedir. İnternet kullanıcı sayısının ve sosyal ağlarda açılan hesap sayısının her giderek artması yeni mecraların önemini ortaya koymaktadır.

Sosyal medya yönetim platformu Hootsuite ve dijital pazarlama ajansı We Are Social işbirliği ile hazırlanan internet, mobil ve sosyal medya kullanıcılarına dair istatistikler içeren "Digital in 2017 Global Overview" raporuna göre dünya genelinde 3,773 milyar insan internete bağlanmakta ve 2,789 milyar kullanıcı aktif olarak sosyal medyada yer almaktadır. Türkiye ile ilgili verilere göre 80,02 milyonluk ülke nüfusunun yaklaşık %60'ının sosyal medyada aktif olarak yer aldığı görülmektedir (Wearesocial, 2018).

İfade özgürlüğü bakımından en iyi ortam olarak bilinen ve dünyada milyarlarca kişi tarafından kullanılan dijital ortamlara çeşitli kesimler bakımından eleştirel olarak yaklaşıldığında sakıncaları aşağıdaki gibi sıralanmaktadır: (Kuruoğlu, 2016, s. 260)

- Dijital ortam izleyen, gözleyen ve not edebilen bir yapıya sahiptir.

- Yeni bir egemenlik ve iktidar alanı yaratmaktadır.
- Özel hayat ve mahremiyet alanında tecavüzleri söz konusudur.

Günümüz modern toplumlarında iletişim teknolojilerinde yaşanan olağan üstü gelişmeler hayatın her alanında etkili olmaktadır. Sanal ortamda mahremiyet algısı ve buna bağlı olarak da özel yaşamın sınırları da değişmiştir. Geçmiş yıllarda diğer kişilerle paylaşılması ayıp olarak nitelendirilen özel yaşama ilişkin görseller sosyal ağlarda paylaşılmaya başlanmıştır. Özel yaşamları daha görünür kılan bu ağlarda yapılan paylaşımlar zaman zaman mahremiyet algısının sınırlarını zorlamaktadır. İçinde bulunulan çağda mahremiyetin anlamı din, hukuk ve toplumsal kuralların yanında teknolojik gelişmeler ile de değişim ve dönüşüme girmektedir. (Semiz, 2018, s.171) Kamusal alan ile özel alan arasındaki çizgi giderek belirsizleşmekte, özel alana ait olanlar artık kamusal alanda yer almaktadır.

Kullanıcılar sosyal ağlarda yaptıkları paylaşımlarla tüm bu söylemlerine bilinçli ya da bilinçsiz olarak ters düşmekte ve kendilerine ait mahrem ve kişisel bilgileri gönüllü olarak kamusalalmaktadır (Avcı, 2017, s. 1). Artık gözetlenmek için Panoptikon modelinde olduğu gibi demir parmaklıklar ardında bulunmaya gerek yoktur. Gözetlenmekten şikayet eden bireyler kameralara gerek kalmadan kendileri bizzat görüntülerini diğerleriyle paylaşmaktadırlar. Bir taraftan birey kendisinin gözetlenmesine izin verirken, diğer taraftan da diğer kişileri çoğu zaman sessizce gözetlemektedir. 20. ve 21. yüzyıllarda Panoptikon ve Sinoptikon, kolektif bir teknoloji temelinde gelişerek modern toplumda belirleyici kontrol mekanizmalarını oluşturmaktadır (Demir, 2017, s. 61).

Geleneksel toplumlarda gizli tutulanlar (örneğin bir evin buzdolabı, yatak odası vb.) modern toplumlarda diğerleriyle paylaşılmaktadır. Yine geleneksel toplumlarda bireyler yediklerini ve içtiklerini alamayacak durumda olabilecekleri düşünerek diğerleriyle paylaşmazken, günümüzde sosyal paylaşım sitelerinde bireyler bu durumu akıllarına dahi getirmemektedirler. Mahremiyet algısı Mehmet Akif'in "*Nâ mahreme ben söyleyemem kızlarımın, karımın ismini/Hem öldürürüm, sorma sakın!*" (Ulukanal, 2016) dizelerindeki pozisyonundan, bireylerin vücutlarını sergileyen fotoğraflarını paylaşmaları noktasına gelmiştir. Bu örnek gelişen teknoloji ile mahremiyet anlayışının ne derecede değiştiğini gözler önüne sermektedir. Nitekim Facebook'un kurucusu Marc Zuckerberg'in şu sözleri de mahremiyet algısının değişimini kanıtlar niteliktedir: "*Mahremiyet artık norm değil. İnsanlar sadece daha çok ve çeşitli bilgiyi paylaşmakla kalmıyor, daha çok insanla ve daha açık bir şekilde paylaşıyorlar ve bundan memnunlar*" (Şener, 2018, s. 17).

Özellikle de sıradan insanların özel yaşamlarına ilişkin birçok ayrıntıyı içeren bilgilerin dolaşıma girmesi giderek artmakta ve bu da kamusal alan karşısında, özel alanın daralmasına ve özel yaşamın gizliliğinin ihlal edilmesine neden olmaktadır. (Akikol, 2018, s. 13) Günümüz toplumlarında bireyler yaptıkları paylaşımlar ile özel hayatlarını gözler önünde yaşamaktan, bu paylaşımlara beğeni almaktan hoşlanmaktadırlar. Bireyler yaptıklarıyla, giydikleriyle, yedikleriyle, yaptıkları yer bildirimleriyle kendilerinden bahsedilmesini istemektedirler. Öyle ki bazı kişiler neredeyse günlük yaşamlarının her anını takipçileriyle paylaşmayı kendilerine görev edinmiş durumdadırlar. Sürekli izlenmek bireylerin hoşuna gitmekte, hatta izlenilmemekten korkmaktadırlar. Bireyler ne kadar çok beğeni alırlarsa o kadar takdir edildiklerini, onaylandıklarını düşünmekte ve mutlu olmaktadır. Panoptikon'un aksine bir cezalandırma olmadan, gönüllü olarak izlenilmeyi ve beğenilmeyi istemektedirler. Gözetleyenler açısından ise bu durum artık olağandır ve alışkanlık halini almaktadır. "*Görünürlüklerini, erişilebilirliklerini artıran teknolojik araçlara büyük bir istek ve arzu ile yönelen, her an, her yerde görünür olmak kaygısı taşıyan bir teşhir toplumundan söz etmek artık hiç de abartı sayılmamaktadır*" (Toprak vd., 2009, s. 152).

Sosyal medyada içerik tüketicilerinin aynı zamanda birer üretici durumuna gelmesi mahremiyet algısını da yeniden şekillendirmiştir. Sosyal medya ile kişiler sanal ortamda gerçekte olduğundan çok daha cesaretli, utanma duygusunun geri planda kaldığı paylaşımlarda bulunmaktadır. Adeta sağlıklı, mutlu, eğlenceli, entelektüel bir yaşamları olduğunu diğerlerine kanıtlamaya çalışarak içlerindeki büyük ben duygusunu onurlandırmaktadırlar. Tüm bunlara bağlı olarak da mahrem alanlar sosyal ağlar ile kamusal alana dönüşmektedir.

Sosyal medyada iletişimin yeni şekli görmek ve göstermek, gözetlemek ve gözetlenmektir. Sosyal medyada içerik olarak en çok fotoğraf ve video paylaşılmakta ve bunların görünür olması amaçlanmaktadır (Budak, 2018, s. 150). Bireylerin eşleriyle birlikte gittikleri restoranlar, tatiller, eşten alınan hediyeler, alınan kıyafetler, takılar, parfümler, yenilen yemekler, çocukların özel durumları ya da mezuniyet törenleri sosyal medyada magazin programlarını aratmayacak şekilde yer bulmaktadır.

Toplumsal kaygı, artık gözetlenmek değil, göz önünde bulunmamak yönündedir. Görünürlüklerini, erişebilirliklerini arttıran teknolojik araçlara büyük bir istek ve arzu ile yönelen, her an, her yerde görünür olmak kaygısı taşıyan bireylerin toplamı anlamında bir teşhir toplumundan söz etmek artık hiç de abartı sayılmamaktadır. (Toktaş vd., 2012, s. 33)

Bireylerin günlük yaşantısında yüz yüze konuşmayacağı, iletişim kurmayacağı kişiler özel yaşantılarına sosyal medya ile dahil olmuşlardır. “*Sinoptikon’un gücü, toplumun röntgenci yapısıyla doğal olarak uyumlu hale gelir ve toplum içinde bu durum yaygınlaşarak normal olarak algılanmaya başlar*” (Demir, 2017, s. 60).

Özel hayatı teşhir eden ve aynı zamanda narsist olan bu paylaşımlar tekrar tekrar izlenebilmekte ve izleyen kişilerde genellikle olumsuz duyguların (kıskançlık, sinirlilik, umutsuzluk, endişe vb.) ortaya çıkmasına neden olmaktadır. Çünkü izleyen bireyler başkalarının kendilerinden daha mutlu ve refah bir hayat yaşadığını düşünmekte, kendileriyle kıyaslama yaptıklarında hayal kırıklığına uğramakta ve umutsuzluğa kapılmaktadırlar.

Sosyal ağlarda kişilerin kendi istekleriyle mahremiyet haklarından vazgeçmelerinin bir sonucu mahremiyetin dönüşmesi iken, diğer önemli bir sonucu da kişilerin toplumsal olarak sınıflandırılmasına olanak sağlamasıdır. Sosyal ağlarda bireylerin yaptıkları paylaşımlarla kendilerini olduğundan çok daha farklı gösterebilmekte ve farklı bir kimliğe bürünmektedir. “*Kimlikler sabit ve değişmez olmaktan çıkarak, akışkan metinler içinde kurulmaya ve yeniden kurulmaya başladığını, bir kimlik mimarı olan bireyin kendini yaratmanın hayali fantezileri içinde dolanmaktadır.*” (Çetin, 2015, s. 780) Kimi zaman bireyler kendilerini belli yaşam tarzlarına yönelik olarak konumlandırmakta ve kendilerini temsil eden ad ve soyadları yerine takma isimlerle var olmayı tercih etmektedirler. Bu bağlamda sosyal medya bir gölgedir ve gerçeği yansıtmamaktadır.

Teknolojik gelişmeler insan doğasını temelden değiştirip dönüştürebilmektedir (Gardner ve Davis, 2013, s. 30). Mahremiyet ve mahrem alanın yeniden şekillenmesi ve mahremiyete dair kamusal alan-mahrem alan sınırları teknolojik determinizm ile yeniden belirlenmektedir. McLuhan, teknolojik determinizm kuramında iletişim teknolojilerinde yaşanan gelişmeleri toplumsal değişimin merkezine yerleştirmekte ve toplumsal değişim evreleri arasındaki sıçramaları, bilgi ve iletişim teknolojilerinde yaşanan gelişmelere bağlamaktadır. McLuhan tarafından ortaya atılan teknolojik determinizm yaklaşımına göre, bilginin kaydedilip aktarıldığı iletişim aracı, dolayısıyla iletişim teknolojilerindeki gelişmeler bireylerin iletişim süreçlerini etkilemekte ve o kültürün karakterinin belirlenmesinde önemli ölçüde belirleyici olmaktadır. “*Toplumlar her zaman iletişimin içeriğinden çok, insanların iletişimde kullandıkları iletişim araçlarının doğasınca biçimlendirilmişlerdir*” (McLuhan & Quentin, 2005, s. 8).

Teknolojik determinizme göre teknoloji bireylerin yaşam biçimlerini, davranışlarını önemli ölçüde belirleyen, etkileyen ve değiştiren dışsal bir güçtür ve teknolojik süreç kaçınılmazdır. İnsan yaşamının her alanını doğrudan ya da dolaylı bir şekilde etkileyen ve insanın duyularının uzantıları olarak tanımlanan teknoloji, kitleler üzerinde belirleyici olmakta, bireyin kişiliğini arka plana atarak, standartlaşmış bir yaşama zorlamaktadır. (McLuhan & Quentin 2005, s. 25).

Teknoloji, insan duyularından herhangi bir tanesini öne çıkmaya zorlar; aynı anda öteki duyular ise ya zayıflatılır ya da geçici olarak tümüyle ortadan kaldırılır. Bu süreç, insanoğlunun kendi uzantılarına, ilahi niteliğin bir biçimi olarak tapınma eğilimini bir kez daha hayata geçirir. Yeterince ileri gidildiğinde de böylelikle insanoğlu “kendi makinasının bir yaratığı” haline gelir. (McLuhan ve Powers, 2001, s. 25)

Bir taraftan teknolojik gelişmeler hız kazanırken diğer taraftan toplumsal değişme de hızlanmaktadır. Bu görüşe göre teknolojinin bütün toplumsal etkinlikleri belirleme gücü vardır ve bu güç ekonomi, politika, gündelik yaşam gibi tüm kurum ve ilişkileri içine almaktadır (Yalçın, 2017, s. 94).

Dijital iletişim ve gözetleme pratiklerinin gelişmesiyle eş zamanlı olarak gözetim alanları da çeşitlenmektedir (Çaycı & Çaycı, 2017, s.37). Bu bağlamda teknolojik determinizmin en iyi örneklerinden birini bireylerin iletişim biçimlerini değiştiren sosyal medya oluşturmaktadır. Yeni medya araçları ile ev içi hayatın kamuya paylaşılması, her paylaşımın görüntünün/göstergenin çoğalması klasik mahremiyet algısının dönüşümüne sebep olmaktadır. Bireyin en mahrem diyebileceğimiz faaliyetleri bile sorgulanmayan bir kültür metalaşmasına maruz kalmaktadır (Horkheimer & Adorno, 2010, s. 221). Sosyal medya sadece iletişim biçimlerini değiştirmekle kalmamış, bireylerin mahremiyeti gibi en özel değerlerinin değişmesine ve sınırlarının her geçen gün daha da daralmasına neden olmaktadır.

### **Popüler Ünlülerin Sosyal Medya Paylaşımlarının Toplum Üzerindeki Etkileri**

Bireyler, özellikle gençler beğendikleri, onun gibi olmak istedikleri şarkıcı, futbolcu, manken, oyuncu gibi medyatik ünlüleri kendilerine rol model olarak almaktadırlar. Dolayısıyla bireyler ünlü kişilerin mutluluklarını, hüznlerini, başarılarını, aşklarını, evliliklerini, kavgalarını, boşanmalarını, vb. merak etmektedirler. Ünlülerin sosyal ağlardan yaptıkları paylaşımlar hayran kitleleri tarafından yakından takip edilmektedir. Bireyler bir futbolcunun ya da mankenin ikili ilişkilerinden, nasıl bir villada oturduğuna, kimlerle nerelere tatile gittiğine, hangi restoranlarda yemek yediğine, hangi marka araba kullandığına, hangi markaları giymeyi tercih ettiğine, hangi havayolu ile uçtuğuna, hangi parfümü kullandığına kadar pek çok detayı ilgiyle izlemektedirler. Rol model aldıkları ünlü kişiyle kendilerini özdeşleştirmekte, onları imrenerek izlemekte ve onlar gibi olmak için çaba harcamaktadırlar.

Ünlülerin yaptıkları paylaşımların milyonlarca takipçi tarafından izlendiği ve onlar üzerinde etkili olduğu bilinen bir gerçektir. Özellikle gençler hayranı oldukları ünlülerin davranışlarını taklit etmektedirler. Hayat tarzları ve davranışlarıyla hayranlarına örnek teşkil eden ünlülerin bu durumun bilincinde olarak paylaşımlarında bulunmaları gerekmektedir. Her ne kadar toplumun gözü önünde bulunan bir kitle olsalar dahi ünlü kişilerin de kendilerine ait olan özel hayatları bulunmaktadır.

Sosyal ağların kullanılmasıyla beraber mahremiyet kamusallaşmakta, karşılığında ün, şöhret ve maddi kazanç elde edilmeye çalışılmaktadır (Niedzviecki, 2010, s. 235). Kendilerini gündemde tutabilmek adına özel hayatlarını en ince ayrıntısına kadar ifşa etmeleri ve kitlelerle paylaşımları bir taraftan kendi özel alanlarını yok ederken, diğer taraftan da hayranlarının mahremiyet algısının değiştirmesinde etkili olmaktadır.

Bireylerin mahremiyet algılarına yönelik sınırları genişledikçe kendilerini teşhir ettikleri noktalar da genişlemektedir. Özellikle Batı ülkelerinde yaşayan ünlüler tarafından

paylaşılan görseller mahremiyet algısını yıpratmaktadır. Ünlü mankenlerden Adriana Lima'nın Instagram sayfasında banyoda çektiği bir pozunu "Daha önce böyle bir şey paylaşmadım ama artık başlayalım" (*Habertürk Gazetesi*, 2015) notuyla paylaşması mahremiyetin sınırlarını zorlayan paylaşımlardan sadece bir tanesidir. Ünlü maceraperest Inge Solheim'in, Instagram sayfasında True Blood dizisiyle tanınan Alexander Skarsgard'ın Güney Kutbu'nda çıplak şekilde bir klozete oturup kitap okurken çekilen fotoğrafını paylaşması ise mahremiyetin sınırlarını belirsizleştiren paylaşımlarına bir başka örnektir (*Hürriyet Gazetesi*, 2018).

### Yöntem

İletişim teknolojilerinde yaşanan gelişmeler ile mahremiyetin sınırları yeniden biçimlenmekte ve buna bağlı olarak mahremiyete dair kamusal alan, mahrem alan sınırları belirsizleşmektedir. Bu çalışmanın amacı, gelişen teknoloji ile birlikte bireylerin sosyal ağlarda yaptıkları paylaşımlarla özel alan sınırlarını belirsizleştirmelerini ve mahremiyet anlayışının aşınmasını ortaya koymaktır.

Günümüzün en popüler fotoğraf paylaşım ağlarından bir tanesi de Instagram'dır. Bireyler Instagram'da çekmiş oldukları fotoğrafları çeşitli efektler ekleyerek paylaşabildikleri gibi video paylaşımında da bulunmaktadır. Aynı zamanda takipçilerinden beğeni veya yorum da almaktadırlar. Araştırmada betimleme yöntemi kullanılmış olup, medyatik anlamda ünlü olan kişilerin Instagram hesapları incelenmiştir. Araştırma kapsamında bireylerin mahrem alanı olarak değerlendirilen özel mülklerindeki anlarına ilişkin fotoğraf ve video paylaşımları seçilerek incelenmiştir.

Araştırma kapsamında bir sosyal medya sistemi olan ve sosyal medya hesaplarının ölçümlerini yayınlayan "boomscial.com" adlı siteden Instagram Türkiye raporlarına ulaşılmıştır. İlgili raporlarda medyatik anlamda ünlü kişilerin isimlerine ulaşılacak sektör ve alt sektörler seçilmiş, diğer sektörler araştırma kapsamı dışında bırakılmıştır. Medyatik anlamda ünlü kişilerin isimlerine ulaşılacak her sektörden evreni temsil yeteneğine sahip olduğu düşünülen takipçi sayısı en fazla olan 10 ünlü seçilmiştir. Araştırmanın örneklemini toplamda 4 farklı sektörden 40 ünlü oluşturmaktadır. Seçilen 40 ünlünün Instagram hesaplarından mahrem alanlarının ifşasına yönelik olan paylaşımlar seçilmiştir. Araştırma örneklemini oluşturan ünlü kişilerin listesi ve 25.04.2018 tarihine kadar olan toplam paylaşım sayıları ve mahrem alanlarına ilişkin paylaşım sayıları Tablo 1'de yer almaktadır.

**Tablo 1:** Ünlülerin Instagram Paylaşım (Mahremlerini) Durumları

| Sektör       | Instagram Hesabı  | Takipçi Sayısı | Paylaşım | Mahrem Alan Paylaşım |
|--------------|-------------------|----------------|----------|----------------------|
| Basın Yayın  | Ayşe Arman        | 1.080.730      | 6.112    | <b><u>Var</u></b>    |
| Basın Yayın  | İsmail Küçükkaya  | 970.126        | 4.311    | Yok                  |
| Basın Yayın  | Pelin kaya        | 926.946        | 6.413    | Yok                  |
| Basın Yayın  | Saba Tümer        | 705.802        | 1.684    | Yok                  |
| Basın Yayın  | Kalu Şalcıoğlu    | 561.144        | 8.209    | Yok                  |
| Basın Yayın  | Ece Vahapoğlu     | 438.367        | 7.837    | Yok                  |
| Basın Yayın  | Müge Anlı         | 406.903        | 746      | Yok                  |
| Basın Yayın  | Seda Akgül        | 349.572        | 982      | <b><u>Var</u></b>    |
| Basın Yayın  | Pelin Çift        | 340.696        | 1.495    | Yok                  |
| Basın Yayın  | Cansu Canan Özgen | 270.009        | 1.847    | Yok                  |
| Fenomenler   | Hande Erçel       | 7.601.496      | 347      | Yok                  |
| Fenomenler   | Danlabilic        | 2.779.195      | 337      | Yok                  |
| Fenomenler   | Şükran Kaymak     | 2.710.299      | 2.210    | Yok                  |
| Fenomenler   | Atakan Özyurt     | 2.594.334      | 943      | Yok                  |
| Fenomenler   | Enes Batur        | 2.497.017      | 304      | Yok                  |
| Fenomenler   | Aykut Elmas       | 2.440.921      | 669      | Yok                  |
| Fenomenler   | Larissa Gacemer   | 1.940.903      | 1.138    | <b><u>Var</u></b>    |
| Fenomenler   | Orkun Işıtmak     | 1.914.746      | 365      | <b><u>Var</u></b>    |
| Fenomenler   | Halil Söyletmez   | 1.873.747      | 1.921    | Yok                  |
| Fenomenler   | Veysel Zaloğlu    | 1.775.133      | 448      | Yok                  |
| Kültür Sanat | Burak Özçivit     | 11.084.717     | 59       | Yok                  |
| Kültür Sanat | Fahriye Özçivit   | 7.201.506      | 763      | Yok                  |
| Kültür Sanat | Demet Akalın      | 6.738.267      | 6.571    | Yok                  |
| Kültür Sanat | Serenay Sarıkaya  | 6.568.417      | 697      | Yok                  |
| Kültür Sanat | Hadise            | 6.500.858      | 1.489    | Yok                  |
| Kültür Sanat | Neslihan Atagül   | 6.201.526      | 449      | <b><u>Var</u></b>    |
| Kültür Sanat | Elçin Sangu       | 6.037.917      | 208      | <b><u>Var</u></b>    |
| Kültür Sanat | Barış Arduç       | 4.974.150      | 139      | Yok                  |
| Kültür Sanat | Aslı Enver        | 4.313.398      | 339      | <b><u>Var</u></b>    |
| Kültür Sanat | Mustafa Ceceli    | 4.197.533      | 2.446    | <b><u>Var</u></b>    |




|      |                  |           |     |                   |
|------|------------------|-----------|-----|-------------------|
| Spor | Arda Turan       | 6.932.745 | 823 | Yok               |
| Spor | Robin Van Persie | 4.386.121 | 324 | Yok               |
| Spor | Volkan Demirel   | 908.242   | 158 | Yok               |
| Spor | Nuri Sahin       | 795.810   | 354 | Yok               |
| Spor | Kenan Sofuoğlu   | 687.814   | 17  | Yok               |
| Spor | Gökhan Töre      | 687.658   | 211 | Yok               |
| Spor | Oğuzhan Özyakup  | 686.871   | 135 | Yok               |
| Spor | Gökhan Gönül     | 654.858   | 144 | <b><u>Var</u></b> |
| Spor | Emre Çolak       | 611.368   | 615 | Yok               |
| Spor | Alper Potuk      | 573.125   | 228 | Yok               |

### Bulgular ve Analiz

Mahremiyet olgusu, kişiden kişiye, toplumdaki topluma farklılık göstermesi nedeniyle muğlak olmakla birlikte, bireye ait ve özgü olması sebebiyle bireyin özel yaşam alanı, kişisel gizliliği olarak ifade edilmektedir (Çetin, 2015, s.781). Bireylere ait özel ihtiyaçların karşılandığı mekanlar özel mekanlar olarak tanımlanmaktadır (Erdönmez&Akı, 2005, s. 73). Bu bağlamda yapılan araştırma kapsamında Instagram hesapları incelenen 40 ünlüden 9'unun (%22,5) özel yaşam alanlarında çekilen mekansal mahremiyetlerini teşhir eden fotoğrafları takipçileriyle paylaştıkları görülmektedir.

Paylaşımında bulunanlardan 6'sı kadın 3'ü erkektir. Örneklem özelinde kadın ünlülerin özel hayatlarını daha fazla paylaşma eğiliminde oldukları görülmektedir. Erkek ünlülerden 2'sinin özel hayat paylaşımlarını evde çocuklarıyla geçirdikleri vakitler oluşturmaktadır. Erkek ünlülerden 1'i ise kendisine ait fotoğraf paylaşımında bulunmuştur. Kadın ünlüler ise çoğunlukla uyurken, ev işi ve yemek yaparken fotoğraflarını paylaşmışlardır. Bunların yanı sıra evlerinde çekilmiş eşlerinin–çocuklarının fotoğraflarına da yer vermişlerdir. Araştırma kapsamında mahrem alanlarına ilişkin paylaşımlarda bulunan 9 ünlü kişinin paylaşımlarından örnekler Tablo 2 ile Tablo 10 arasında yer almaktadır.

**Tablo 2:** Ayşe Arman Paylaşımları

|   |   |  |
|---|---|--|
|  |  |  |
| 8.728 Beğenme<br>Takipçi Sayısına Oranı: %0,8                                       | 15.748 Beğenme<br>Takipçi Sayısına Oranı: % 1,5                                     | 11.746 Beğenme<br>Takipçi Sayısına Oranı: % 1,1                                      |

**Tablo 3: Seda Akgül Paylaşımları**

|   |   |   |
|---|---|---|
|  |  |  |
| 10.508 Beğenme<br>Takipçi Sayısına Oranı: %3                                      | 8.313 Beğenme<br>Takipçi Sayısına Oranı: %2,4                                     | 11.746 Beğenme<br>Takipçi Sayısına Oranı: %3,4                                      |

**Tablo 4: Larissa Gacemer Paylaşımları**

|  |  |  |
|--|--|--|
|  |  |  |
| 2.134.261 Görüntüleme<br>Takipçi Sayısına Oranı: %109                              | 2.047.269 Görüntüleme<br>Takipçi Sayısına Oranı: %105                              | 2.600.181 Görüntüleme<br>Takipçi Sayısına Oranı: %134                                |



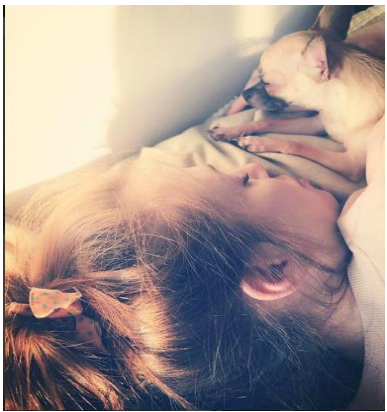
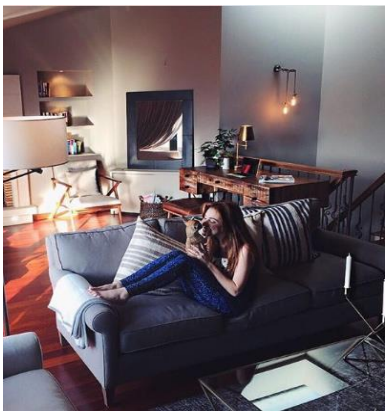

**Tablo 5:** Orkun Işıtmak Paylaşimleri

|   |   |   |
|---|---|---|
|  |  |  |
| 148.346 Beğenme<br>Takipçi Sayısına Oranı: %7,7                                   | 23.238 Beğenme<br>Takipçi Sayısına Oranı: %1,2                                    | 45.045 Beğenme<br>Takipçi Sayısına Oranı: %2,3                                      |

**Tablo 6:** Neslihan Atagül Paylaşimleri

|  |  |  |
|--|--|--|
|  |  |  |
| 193.669 Beğenme<br>Takipçi Sayısına Oranı: %3,1                                    | 51.230 Beğenme<br>Takipçi Sayısına Oranı: %0,8                                     | 45.684 Beğenme<br>Takipçi Sayısına Oranı: %0,7                                       |

**Tablo 7:** Elçin Sangu Paylaşimleri

|   |   |   |
|---|---|---|
|  |  |  |
|---|---|---|

|   |   |   |
|---|---|---|
| 313.706 Beğenme<br>Takipçi Sayısına Oranı: %5,2 | 276.536 Beğenme<br>Takipçi Sayısına Oranı: %4,6 | 226.734 Beğenme<br>Takipçi Sayısına Oranı: %3,7 |
|---|---|---|


**Tablo 8:** Aslı Enver Paylaşımları

|  |  |  |
|--|--|--|
|  |  |  |
| 21.108 Beğenme<br>Takipçi Sayısına Oranı: %0,5                                     | 8.153 Beğenme<br>Takipçi Sayısına Oranı: %0,2                                      | 186.669 Beğenme<br>Takipçi Sayısına Oranı: %4,3                                      |

**Tablo 9:** Mustafa Ceceli Paylaşımları

|   |   |   |
|---|---|---|
|  |  |  |
| 262.540 Beğenme<br>Takipçi Sayısına Oranı: %6,2                                     | 344.154 Beğenme<br>Takipçi Sayısına Oranı: %8,2                                     | 139.753 Beğenme<br>Takipçi Sayısına Oranı: %3,3                                       |

**Tablo 10:** Gökhan Gönül Paylaşımı

|  |  |  |
|--|--|--|
|  |  |  |
| 43.163 Beğenme<br>Takipçi Sayısına Oranı: %6,6                                     | 37.954 Beğenme<br>Takipçi Sayısına Oranı:%5,8                                      | 50.235 Beğenme<br>Takipçi Sayısına Oranı: %7,7                                       |

Yukarıda yer alan tablolardaki fotoğraflar incelendiğinde genellikle günlük doğal ev hayatının içerisindeki faaliyetlerden oluşan paylaşımlara yer verildiği görülmektedir. Paylaşımlar detaylı incelendiğinde ise birkaç kategorik fotoğrafın ön plana çıktığı gözlenmektedir. Bunlardan ilki aile bireyleri ile ilgili olan paylaşımlardır. Şüphesiz ki mahremiyet de denilen özel hayatın içerisindeki en özel alanlardan birisini aile bireyleri teşkil etmektedir. Ünlülerin bu en özel alan ile ilgili paylaşımda bulunmaktan çekinmedikleri görülmektedir. Ünlülerin bu davranışları paylaşımda bulunulan sosyal medya mecrasının doğası olarak karşılanabilir. Aynı zamanda hem takipçilere ailesinin yaşamının bir parçası olduğunu gösterebilme, hem de toplumda önemli bir kurumlardan biri olan aileye verdiği önemi ön plana çıkararak, takipçi kaybetmemek ya da takipçi sayısını artırmak adına girilen bir eylem olarak görmek de mümkündür.

Bir kadının kendisini, özel alanı olan evinde en özel hissettiği alanlardan birisi, yüzyıllardan bu yana yemek yapma ile kadının özdeşleştirilmesinin de etkisiyle, şüphesiz ki mutfaktır. Tablolarda yer alan örnekler incelendiğinde özellikle kadın ünlülerin mutfak paylaşımlarına da yer verdikleri görülmektedir. Bu tür paylaşımlar, toplumun genelinde hakim olan, ünlü kadınların yemeklerini evinde çalışanların pişirdiği, kendilerinin mutfakla hiç ilgilerinin olmadığı düşüncesinin kırılması açısından da önem taşımaktadır. Kadın ünlülerin

mutfakta yemek yaptıkları görselleri paylaşarak evlerinde mutfağa girdiklerini ve mutfakta da becerikli olduklarını göstermek istedikleri düşünülebilir. Erkek ünlülerin mutfak paylaşımları ise, her ne kadar ülkemizde erkek egemen bir söylem hüküm sürse de, son zamanlarda yemek yapan erkeklerin ilgi odağı olması ve modern dünyada hakim olan hayatın müsterekliğine kendisinin de saygı duyduğunu takipçilerine gösterme çabalarının bir sonucu olarak değerlendirilebilir.

Günümüzde kadınlar için her zaman ve her yerde bakımlı görünmek önem arz etmektedir. Kadınların kendilerini en bakımsız hissettikleri anlar arasında şüphesiz uyurken, ev işi yaparken ve makyajsız halleri sayılabilir. Ancak araştırma örneklemini içerisinde bulunan ünlü kadınların bu tarz paylaşımlarda buldukları ve kendi ev hallerini doğallıklarını ön plana çıkarabilmek amacıyla paylaşmaktan geri kalmadıkları görülmektedir. Bu fotoğraflar ile iş yaşamlarının dışında evlerine de önem verdikleri ve diğer kadınlar gibi ev işleriyle de uğraştıklarını gösterebilmek düşüncesinde oldukları söylenebilir.

Hayat şartları ve toplumun bireylerden beklentilerinin de sonucu olarak insan davranışları atalarının sergilemiş oldukları doğallıktan bir hayli uzaklaşmış olsa da, kabul edilmelidir ki evcil de olsa hayvanlar halen geçmişteki ile aynı doğal davranışları sergilemektedir. Sahip olunan evcil hayvanlar ile olan paylaşımlar hem takipçilere hayvansever kimliğinin aktarılması, hem de kendisinin de bu canlılar gibi doğal olduğu imajının pekiştirilmesi açısından önem taşımaktadır.

Tablo 9'da görüldüğü gibi ünlülerin mahrem alanlarından yapılan fotoğraf paylaşımlarına alınan en fazla beğeni oranı % 8,2 olmuştur. Erkek ünlülerden 1'inin paylaşımının takipçilerinin % 8,2'sinin beğendiği görülmektedir. En az beğeni oranı ise Tablo 8'de görüldüğü gibi % 0,2 olmuştur. Bir kadın ünlünün paylaşımını takipçilerinin % 0,2'si beğenmiştir. Ünlülerin mahrem alanlarından kesitlerin yer aldığı fotoğraflara alınan beğeni oranlarının oldukça düşük olduğu görülmektedir. Buradan takipçilerin ünlülerin mahrem alanlarını takip etmedikleri, mahremiyetleri ile ilgilenmedikleri sonucu çıkmaktadır.

Mahrem alanlarından görseller paylaşan ünlü kişilerin toplam paylaşımları içerisinde bu tür paylaşım sayılarının da oldukça az olduğu görülmektedir. Takipçileri tarafından fazla sayıda beğeni almamasının söz konusu paylaşımların sayısının az olmasında etkili olduğu düşünülebilir. Çünkü bireyler, paylaştığı içeriklerin sosyal medya platformlarında beğeni alması halinde aynı paylaşım türüne devam ederken, beğeni almayanları ise paylaşmama düşüncesindedirler(Sabuncuoğlu, 2015, s. 373).

Bir kadın ünlünün yapmış olduğu eşyle birlikte yer aldığı videolar ise takipçileri tarafından %134 oranında görüntülenmiştir. Eğitim bilimcilerin uzun soluklu çalışmalarının sonucunda insanların okuduklarının %10'unu, dinlediklerinin % 20'sini, görsellerin % 30'unu, görsel ve işitselin bir arada bulunduğu içeriklerin ise %50'sini hatırladığı ortaya konulmuştur. Bu bağlamda video paylaşımlarının diğer sekiz ünlünün fotoğraflarına aldığı beğenilerin çok çok üstünde olması, hareketli görüntü tarzında içeriği tercih edilmesini kanıtlar niteliktedir.

Ünlülerin paylaştıkları diğer içerikler incelendiğinde takipçilerinin ünlülerin milliyetçilik gibi duygularına hitap eden, meslekleriyle ilgili olan ve kamusal alanlarda buldukları içerikleri daha fazla beğendikleri görülmektedir. Bu noktadan hareketle ünlülerin mahremlerini paylaşma eğiliminin başlamasına karşılık takipçilerde mahremi takip etme eğiliminin olmadığı anlaşılmaktadır.

## Sonuç

Çeşitli faktörlerin etkisi altında bulunan mahremiyet kavramını tanımlamak zorlaşmakla birlikte genel anlamda mahremiyet, herkes tarafından bilinmemesi gereken, kişinin kendisine ait, gizli olan şekilde tanımlanmaktadır. İkel çağlardan günümüze mahremiyet olgusu

değişim göstermiştir. Toplum ve doğal olarak kültüre bağlı değişim gösteren mahremiyetin şekillenmesinde aynı zamanda toplumun ekonomik, sosyal ve teknolojik özellikleri de etkili olmaktadır.

Gözetim toplumu bağlamında mahremiyet ihlalinin devlet tarafından gerçekleştirildiği örnekler olmakla birlikte, zaman zaman narsizm ve hedonizmin etkisinde kalarak kişilerin kendi mahremlerini teşhir etmeleri ile de karşılaşmaktadır. İletişim ve bilişim teknolojileri ise bu noktada hızlandırıcı ve kapsamı genişletici bir katalizör olarak görev yapmaktadır.

Mahremiyet alanının içeriği çeşitli faktörlerin etkisi altında değişmekle birlikte beden, bedenin çeşitli bölgeleri, cinsellik, aile, romantik ilişkiler, ev hali genelde mahrem alan olarak kabul edilmektedir (Budak, 2018, s. 151). İletişim teknolojilerinde yaşanan gelişmelerle ortaya çıkan sosyal ağlar bireylerin günlük yaşamlarının neredeyse her anını takipçileriyle paylaştıkları birer mecra olmuşlardır. Sosyal medyanın anlık paylaşımlara imkan sağlaması bireylerin çektikleri fotoğraf ya da videoları hemen paylaşma isteklerini arttırmaktadır. Çoğu kez anlık verilen kararlar, kullanıcıların mahremiyetlerini zedelemektedir. Geçmişte tutulan günlükler sıkı sıkı saklanırken günümüzde birey hemen her anını gözler önünde yaşamakta ve bu durumdan da haz duymaktadır.

Özele ait olanın genele açık yerlerde sunulması kamusal alanın sınırlarını genişletmekte, özel alan ile arasındaki çizgiyi giderek belirsizleştirmektedir. Bu sanal mecrada bireylerin gerçek veya anonim kimliklerle yaşamlarından kesitler sunan paylaşımlar özel hayatın sınırlarını oldukça zorlamaktadır. Mahremiyetin dönüşümünde teşhir ve izleme-seyretme kavramları ön plana çıkmaktadır. Sosyal medyada yapılan bu paylaşımlar ile özel olanın kamusalda yer aldığı görülmektedir.

McLuhan “kıyıya vurmadıkları sürece balıklar suyun farkında değildirler” diyerek bireylerin teknolojinin gücünü ancak zararlı sonuçlarını görmeye başladıklarında anlayacaklarını söylemektedir. Düşünülenin aksine birey teknolojiyi yönetmemekte, teknoloji bireyleri hatta toplumları yönetmektedir. Teknoloji toplumları belirlemekte ve bireylerin düşüncelerini, hareket biçimlerini, hayatlarını yönlendirmekte ve biçimlendirmektedir.

İletişim teknolojilerinde yaşanan gelişmelerle ortaya çıkan sosyal ağlar bireylerin günlük yaşamlarının neredeyse her anını takipçileriyle paylaştıkları birer mecra olmuşlardır. Teknoloji bireylerin yaşam biçimlerini değiştirdiği gibi sahip olduğu değerleri de köreltmektedir. Mahremiyet de bu değerlerden biridir. Teknoloji yaşamlar üzerinde egemen olmaktadır. Mahremiyet kavramının teknolojiye yaşanan tüm gelişmelere karşılık içi giderek boşalmaktadır.

Ünlüler toplumu oluşturan bireyler tarafından rol model olarak görülmektedir. Dolayısıyla toplumu etkilemekte, tutum ve davranışlarını yönlendirmektedir. Bir ünlünün saç kesimi ya da ya da giydiği bir kıyafet birkaç gün içinde özellikle gençler tarafından taklit edilmektedir.

Geleneksel kitle iletişim araçlarında ünlülerin hayranlarıyla buluşması sınırlı iken, sosyal ağlarda çok daha hızlı, zaman ve mekan sınırlaması olmaksızın hayranlarına ulaşmaktadırlar. Dolayısıyla ünlülerin sosyal ağlarda yapmış oldukları paylaşımlarda binlerce takipçisinin ilgisini çekmektedir. Bu bağlamda ünlülerin mahrem alanlarını kamusal alanda ifşa etmeleri toplumun mahremiyet algısının dönüşmesinde etkili olmaktadır.

Ülkemizdeki ünlüler her ne kadar özel hayatlarını ifşa eden fotoğraf veya video paylaşımında bulunsalar da, bunlar Batı’daki ünlülerin mahrem alana ilişkin paylaşımlarının yanında son derece masum kalmaktadır. Ünlü Amerikalı model Khloe Kardashian’ın Instagram’da hamile iken yatak odasında eşiyle birlikte çekilmiş iç çamaşırlarıyla olan bir fotoğrafını paylaşması, Amerikalı oyuncu ve şarkıcı Lea Michele’in yatak odasında çekilmiş

kendi çıplak fotoğrafını paylaşması ve Amerikalı aktör Channing Tatum'un eşinin yatakta uyurken çıplak fotoğrafını paylaşması ise çarpıcı örneklerden sadece birkaç tanesidir. Özel alanın kapılarının kamuya açılması ve ev içi mahremiyeti korunamaması beraberinde cinselliğin sürekli olarak gündeme gelmesine sebebiyet vermektedir (Giddens, 2010: 7).

Mahremiyet algısı topluma ve kültüre göre farklı algılanmakla beraber, yabancı ünlülerin yaptıkları paylaşımlarla karşılaştırıldığında toplumumuzdaki ünlülerin yaptıkları paylaşımlarda mahremiyetin sınırlarını yabancı meslektaşları kadar aşındırmadıkları görülmektedir.

### Kaynakça

- Akikol, R. (2018). Kadın dijital göçmenlerin facebook kullanımı ve mahremiyet ilişkisi. *Connectist: Istanbul University Journal of Communication Sciences*, 54, 1-36
- Akyazı, E. (2018). Spor toto süper lig takımlarının spor iletişimi bağlamında Instagram'ı kullanımı. *International Journal of Social Sciences and Education Research*, Volume: 4(2), 317-327.
- Akyazı, E. & Akyazı, A. (2013). Yeni bir demokrasi platformu olarak sosyal medya: TBMM 24. dönem milletvekillerinin "Twitter" ortamındaki mevcudiyetleri ve "Suriye krizi" üzerinden mesaj içeriklerinin analizi. A.Algül, N. Üçer (Ed.), *Yeni medyada demokrasi: sosyal medyaya dair araştırmalar* (ss. 205-223). İstanbul: Literatürk Yayınları.
- Arendt, H. (2003). *İnsanlık durumu*. B. Şener (Çev.) İstanbul: İletişim Yayınları.
- Avcı, A. (2017). Her zaman çevrimiçi olmak. *Epokhe Sosyal Bilimler Dergisi*, 1(1), 1-24.
- Bauman, Z., & Lyon, D. (2013). *Akışkan gözetim*. (E.Yılmaz, Çev.), İstanbul: Ayrıntı Yayınları
- Binark, M. (2005). Kimlik (lenme) dipnotsuz iletişim ve etnik laflama odaları. M.Binark, B.Kılıçbay (Ed.), *İnternet toplum kültür* (ss:118-138). Ankara: Epos Yayınları.
- Budak, H. (2018). Sosyal medya iletişimde mahremiyetin serüveni. *İnsan ve Toplum Bilimleri Araştırmaları Dergisi*, 7(1), 146-170.
- Çaycı, A.E. & Çaycı B. (2017). Dijital iletişim çağında teknolojinin açığa çıkardıkları gözetim ve mahremiyet. *The Turkish Online Journal of Design, Art and Communication*, January 2017, Volume:7, Issue:1, 36-46.
- Çetin, E. (2015). Sosyal paylaşım ağlarında fotoğraf, yer/mekan bildirimi paylaşımları ve mahremiyet: Facebook örneği. *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*. 8 (41), 779-788.
- Demir, A. (2017). Panopticon ve synopticon geriliminde özgürlük paradoksu. *Kayı Uludağ Üniversitesi Fen-Edebiyat Fakültesi Felsefe Dergisi*, (28), 55-65.
- Erdönmez, M.E. & Akı, A. (2005). Açık kamusal kent mekanlarının toplum ilişkilerindeki etkileri. *MGaron YTÜ Mimarlık Fakültesi e-dergi*, 1(1), 67-87.
- Gardner, H. & Davis, K. (2013). *App kuşağı dijital dünyada kimlik, mahremiyet ve hayal gücü*. (Ü.Şensoy, Çev.), İstanbul, Optimist Yayınları.
- Giddens, A. (2010). *Mahremiyetin dönüşümü*, (İ. Şahin, Çev.), İstanbul, Ayrıntı Yayınları.
- Göregenli, M. (2010). *Çevre psikolojisi: insan mekân ilişkileri*, İstanbul: İstanbul Bilgi Üniversitesi.
- Horkheimer, M. & Adorno W. T. (2010) *Aydınlanmanın diyalektiği*. (N.Ülner & E. Karadoğan, Çev.), İstanbul, Kabalcı Yayıncılık.
- İzgi, M. (2009). *Etik açıdan yaşlı mahremiyeti: huzurevi örneğinde hizmet alanlar ve verenler açısından bir değerlendirme*. (Yayımlanmamış Doktora Tezi). Ankara Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü, Ankara.
- Karahisar, T. (2015). Yeni medya, mahremiyet ve unutulma hakkı. T.Kara, E. Özgen (Ed.), *Ağdaki şüphe: bir sosyal medya eleştirisi* (ss:249-276). İstanbul: Beta Basım A.Ş.

- Kılıçbay, B. (2006). Mahremiyet, sıradan gerçeklik ve medya. *Kültür ve İletişim Dergisi*, 9(1), 113-134.
- Kılıçoğlu, M. (2008). *Şeref, haysiyet ve özel yaşama basın yoluyla saldırılardan hukuksal sorumluluk*. Ankara: Turhan Kitabevi.
- Köksal, Y., Özdemir, Ş. (2013). Bir iletişim aracı olarak sosyal medyanın tutundurma karması içerisindeki yeri üzerine bir inceleme. *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 18(1), 323-337.
- Kuruoğlu, K. (2016). Dijital ortamda panoptisizm. *Akademik Sosyal Araştırmalar Dergisi*, (31), 254-267.
- Lyon, D.(2013), *Gözetim çalışmaları: genel bir bakış*. ( A.Toprak,Çev.),İstanbul, Kalkedon Yayınları.
- McLuhan, M. & Power, B.R. (2001), *Global köy*. (B.Düzgören, Çev.), İstanbul, Scala Yayıncılık.
- McLuhan, M. & Fiore Q. (2005), *Yaradanımız medya medyanın etkileri üzerine bir keşif yolculuğu* (Ü. Oskay, Çev.). İstanbul, Turkuvaz Kitap.
- Niedzwiecki, H. (2010). *Dikizleme günlüğü*. (G. Gündüç, Çev.), İstanbul. Ayrıntı Yayınları.
- Öztekin, H., Öztekin, A. (2010). Modernleşme -mahremiyet ilişki ve mekanda mahremiyetin aleniye dönüşmesi. *e-Journal of New World Sciences Academy*, 5(4), 526-540.
- Sabuncuoğlu, A. (2015). Sosyal medyanın bir gösteriş tüketimi mecrası olarak kullanımı. Z.A. Özgür, A. İşman (Ed.), *İletişim Çalışmaları 2015* (ss:369-380). Sakarya, Sakarya Üniversitesi Yayınları.
- Semiz Türkoğlu, H. (2018). Sosyal medya üzerinden mahremiyet farkındalığı ve değişimin ölçülenmesine yönelik bir araştırma. *Connectist: Istanbul University Journal of Communication Sciences*, 54, 163-189
- Sezen, A. & Erden M. (2018).Mahremiyetin psiko-sosyal yansımaları.*DÜSBED*,Sayı.20, 83-92.
- Sunal, G.& İsmayılov, E., (2018), Gözetlenen ve gözetleyen bir toplumda, beden ve mahremiyet ilişkisi: Facebook örneği, *Akdeniz İletişim Dergisi*, 21-41.
- Şener, N.K. (2016). Mahremiyetin değişen yüzü. *TDV Kagem Bülten*, (4), 16-19.
- Thompson, J. B. (2008). *Medya ve modernite*. (S.Öztürk, Çev.), İstanbul, Kırmızı Yayınları.
- Toktaş, S. A., Binark, M. (2012). *Türkiye’de dijital gözetim*. İstanbul: Alternatif Bilişim Derneği.
- Toprak, A., Yıldırım, A. (2009). *Toplumsal paylaşım ağı Facebook: görüliyorum*. İstanbul: Kalkedon.
- Yabancı, C. & Akça, F. & Ulutaş, E. (2018). Çevrimiçi mahremiyet kaygısı ve duygusal zekâ arasındaki ilişkinin incelenmesi. *Connectist: Istanbul University Journal of Communication Sciences*, 54, 191-218.
- Yalçın, N. (2017). Enformasyon toplumu bağlamında teknolojik distopya üzerine bir çalışma: Mr. robot örneği. *Yeni Medya Elektronik Dergi*, 1(1), 93-101.
- Wearesocial. (2018). *Digital in 2017: global overview* Erişim Tarihi: 15.01.2018, <https://wearesocial.com/uk/special-reports/digital-in-2017-global-overview>
- Hürriyet Gazetesi. (2018). *Ünlüler sosyal medyada paylaşım işini abarttı Instagram ’ınzirvesi*. Erişim Tarihi:10.02.2018. <http://kelebekgaleri.hurriyet.com.tr/galeridetay/77737/2368/1/unluler-sosyal-medyada-paylasim-isini-abartti>.
- Habertürk Gazetesi. (2015). *Ünlülerin sosyal medyaya damga vuran paylaşımları*. Erişim Tarihi: 10.02.2018. <http://www.haberturk.com/galeri/magazin/455672-unlulerin-sosyal-medyaya-damga-vuran-paylasimlari>.

- 
- Türk Dil Kurumu. (2018). *Mahremiyet*. Erişim Tarihi:05.01.2018.  
[http://www.tdk.gov.tr/index.php?option=com\\_gts&arama=gts&guid=TDK.GTS.5b1687727d3dc1.35133177](http://www.tdk.gov.tr/index.php?option=com_gts&arama=gts&guid=TDK.GTS.5b1687727d3dc1.35133177)
- Ulukanal, (2016). *Mehmet Âkif Ersoy: Aç gözünü*. Erişim Tarihi:15.01.2018.  
<http://www.ulukanal.com/mehmet-kif-ersoy-ac-gozunu/3481/>
- Türkiye Büyük Millet Meclisi. (1982). *Türkiye Cumhuriyeti Anayasası*. Erişim Tarihi:03.01.2018. <https://www.tbmm.gov.tr/anayasa/anayasa82.htm>.
-



# Belgesel Fotoğrafta Merhametin İyiliği ve Kötülüğü Üzerine

## On Good and Evil of Compassion in Documentary Photography

Handan DAYI\*

### Öz

Fotoğraf tarihi, neredeyse bütünüyle acı ve yıkım imgeleri ile özdeşleşmiştir. Bu nedenle fotoğrafın özellikle belgesel fotoğrafın kuramsal boyutu, yıkım, acı ve vahşet görüntülerinin etik ve estetik tartışmaları üzerine şekillenir. Hümanist fotoğraf anlayışı bu görüntüler yoluyla acı çeken insanları korumayı ve vicdanları harekete geçirmeyi amaçlar. Bu nedenle haberin ilgi çekmesi için, fotoğrafların vurucu olması ve izleyeni şoke etmesi beklenir. Ancak son yıllarda merhamet talep eden fotoğrafların amaçlananın tersine olumsuz sonuçlar yaratabileceği de anlaşılmıştır. Bu çalışmada merhamet duygusunun gerekliliği üzerinden bir tartışma yürütülecektir. Başlangıçta merhametin iyiliği ön kabulünü reddedilerek, tartışma fotoğraf disiplini üzerinden genişletilecektir. Liberal demokrasilerde merhametin hala temel bir erdem olarak kabul edildiği varsayılırsa fotoğrafın da bu doğrultuda şekillenmesi normal görülebilir. kaygı yaratan, şoke eden ve merhamet duygumuzu uyandıran fotoğrafların kişisel ve toplumsal etkisinin hem izleyende hem de mağdurlar üzerinde farklı yönleri bulunmaktadır. Bu fotoğraflara bakan kişilerin güçsüzleştiği ve politik özgürlükten yoksun oluşu ile yüzleşerek depolitize olduğu düşünülmektedir. Merhamet vurgusu ile çekilen fotoğraflar, izleyeni harekete geçirmek yerine edilgin de kılabilir. Bu nedenle belgesel fotoğrafların etik estetik tartışmalarından daha önce olumlu bir duygu, bir erdem olarak kabul edilen merhamet kavramının üzerinde durmak konuya daha geniş perspektiften bakmamıza yardım edebilir. Bu çalışmanın ilk bölümünde özellikle duyguların önemine değinen Benedictus de Spinoza'nın duygular öğretisi bağlamında merhamet ve keder duygusunu nasıl değerlendirdiğine, ikinci bölümde; Nietzsche'de merhamet kavramına, üçüncü bölümde ise, belgesel fotoğraf ve merhamet kavramı ilişkisine ve son bölümde de, merhamet fotoğraflarının hedefine ulaşip ulaşmadığı tanımlanmaya çalışılacaktır

**Anahtar Kelimeler:** Belgesel Fotoğraf, Merhamet, İyilik, Kötülük

### Abstract

History of photography is almost completely identified with images of pain and destruction. Therefore theoretical dimension of photography and especially documentary photography takes shape around ethical and aesthetical discussions of images of destruction, pain and atrocity. Especially humanist approach in photography aims to protect people in pain and evoke conscience through these images. Audiences are expected to take action by way of empathy established through photos that evoke their consciences. However recently, it has been understood that compassion photography can also create negative impacts contrary to its aim. We will expand the discussion on photography by rejecting the pres up position of compassion being a good thing in the beginning. If we suppose that compassion is stil seen as a fundamental virtue in liberal democracies, it could be considered as normal for photography to take shape in line with this as well. It is argued that photography which creates anxiety, which shocks and evokes our feeling of compassion has different aspects of impact at personal and social levels on audiences as well as the victims. It is suggested that people who look at these photos become weaker and are depoliticized by facing their lack of political freedom. Photos taken with the emphasis of compassion may as well render the audience passive instead of rendering them active. Therefore, in order to look at the subject from a wider perspective, it will be helpful to deal with the notion of compassion which is accepted as a positive feeling and a virtue before ethical and aesthetical discussions of photography. In the first part of this study we will discuss how Benedictus de Spinoza, a philosopher who emphasized the importance of feelings, considers feelings of compassion and sorrow in the context of his doctrine of affects; in these condpart we will look into Nietzsche's notion of pity; in the third part we will analyze the relation between photography and compassion; and in the last part we will try and determine whether compassion photography achieves its aim or not.

**Anahtar Kelimeler:** Documentary Photography, Compassion, Good, Evil

### Giriş

Son dönem, zihin beden ilişkisine odaklanan çalışmalarda ortaya çıkan sonuçlar, duygularımızın ve düşüncelerimizin birbirinden ayrı olmadığını; aksine duygularımızın karar mekanizmalarımız üzerinde büyük bir etkide bulunduğunu ve düşüncelerimizi şekillendirdiğini göstermektedir. Bunun fotoğraf ile nasıl bir ilişkisi olduğu sorulabilir? Ancak daha 19.yy'ın başında Benjamin, Kraucauer ve çağdaşları fotoğrafın, duygusal gücünü

\* Dr. Öğretim Üyesi. Akdeniz Üniversitesi, Güzel Sanatlar Fakültesi, Fotoğraf Bölümü, handayim@yahoo.com.

çoktan keşfetmişlerdi(akt. Linfield, 2013:35). Özellikle belgesel fotoğrafçılığın, naturalist belgeleyici fotoğrafçılıktan, duygulara seslenen hümanist fotoğrafçılığa doğru yol aldığı düşünülmekteydi(Alankuş, 2016: 93). Bu sebeple belgesel fotoğrafın eğilimi, duyguları harekete geçirici fotoğrafa doğru evrilmiş ve önem kazanmıştır. Çalışmanın ana problemi özellikle belgesel fotoğrafta karşılaştığımız vahşet ve ölüm görüntülerinin kişileri nasıl etkilediği ve bu gücün kullanımından doğan negatif durumlardır. Duyguları harekete geçirmeyi hedef alan görüntüler artık yaşamımızın bir parçası haline gelmiştir. Ancak şiddet fotoğraflarının merhameti körükleyen yanı izleyenlerde olumsuz duygulara da sebep olmaktadır.

### Spinoza ve Duyguların Gücü Üstüne

Duyguların önemini ve gücünü, fotoğrafın bulunuşundan yüzyıllar önce daha 17.yy.'da keşfeden ünlü filozof Spinoza *Ethica*'nın üçüncü bölümünde tüm duygularımızı tek tek incelemiş, temelde sevinç, keder ve arzu olarak ifade edilen üç ana duygunun tüm duygulanışlarımızı çeşitlendirdiğini söylemiştir (Spinoza, 2006: 129). Duygularımızın tümü en temelde Spinoza'nın "conatus"adını verdiği varkalma çabasından türer. Duygular, bu çabayı artıran veya azaltan, sevinçten kedere doğru alçalıp yükselen bir geçiş olarak değerlendirilir. Duyguların doğası ve kaynağı etkilenişlerle şekillenir. Beden sürekli karşılaşmalar yaşar. Bu karşılaşmalarda kişi etkin [*active/actio*] ya da edilgen [*passive/passio*] olarak bulunabilir. Bir kişi ya da beden, bir şeye etken bir durumda (yani özünden kaynaklanan bir neden ile) yöneldiğinde neşe ile karşılaşırsa eyleme gücü [*thebest*] artacaktır. Keder ile karşılaştığında ise eyleme gücü [*almostbest*] azalır. Ancak edilgen (yani başkasının özünden kaynaklanan hamleye maruz kaldığında) durumda olmakla birlikte bu karşılaşmadan eyleme gücünü arttıracak bir talihle çıkarsa aktif olduğundaki kadar güçlü olmamakla birlikte görece [*modered*] sevinçli bir duygulanış deneyimleyecektir. Edilgen durumdaki beden, kederli bir karşılaşma deneyimlediğinde bu, eyleme gücü üzerinde karşılaştığında ise en kötü sonucu [*worst*] üretir. Bu nedenle, Spinoza, eyleme gücünün artırılarak yaşanmasını bedeni kedere yönelten her türlü aşkın ahlaki etkiden kaçınılmasını tavsiye etmektedir. (2006: 129-196) Çünkü etkin olmak Spinoza felsefesinde her daim sevinç ve neşenin artması da demektir. Spinoza bu anlamda "arzu"[*desire*] kavramını -Batı merkezli ahlak düşüncesindeki gibi- bizde eksik olanı tamamlamaya yönelik bir şey olarak görmez. Arzu yaşamın tam da kendisidir. Bu sebeple arzuyu ve neşeyi olumlayarak felsefenin merkezine koyar. Bunun aksine, kederi, kişinin eyleme gücünü düşüren bir şey olarak konumlandırır.

Spinoza'nın ana amacı; insan türünün sorunlu varoluşunda bir iyileştirme elde etmek, insanın "iyi" yaşamasını sağlamaktır(akt. Fransez, 2004: 329). Bu anlamda Spinoza'nın söylemi toplumsal bütünü bireysel varoluşlarını da artırarak, sevinç duygusuyla, dayanışma içinde nasıl daha mutlu bir toplum kurulabilir çabası üzerine üretilmiş, felsefi politik bir söylemi içerir (Balanuye, 2017: 143-150). Çağdaş felsefe şimdilerde Spinoza'nın görüşlerine tekrar dönerek duygular üzerine felsefi yeni okumalar gerçekleştirmektedir. Makalenin sınırlılıkları ölçüsünde böylesi derin bir felsefeyi aktarmamız mümkün değildir ancak yaşam gücünü arttıran duygu olarak neşenin olumlanması ve kederin dışlanması insanın yaşam umudu ve yaşamda her daim aktif olmayı seçmesindeki tercihi açısından konumuzla yakından ilgili görülmektedir.

### Hümanizma ve Merhamet Anlayışı

Spinoza'nın duygular felsefesini kavramak için, öncelikle günümüzün yaygın bir anlayışı olan "hümanizmanın" anlaşılması önemlidir. Hümanizma ya da insancılık, insanın kaderinin kendisi dışında başka hiçbir şeyde bulunamadığı insana yaraşır bir yaşama, insanın kendi çabasıyla ulaşabileceği kabulünden gelir. Adını, Protagoras'ın "insan her şeyin ölçüsüdür" ifadesini söylemini felsefesinin çıkış noktası yapan F.S.Schiller'in felsefesinden

alır. Aydınlanma filozofları dinin katı tutumu yerine özgürlüğü, eşitliği ve hoşgörüyü vurgulayan, doğa ve insan bilimlerinin akla dayalı felsefesi ile derinleşmiş ve insanı varlıkbilgisel anlamda en üst düzeyde konumlandırmıştır(Ulaş, 2002: 754 ).

Ancak 20.Yy. ile birlikte hümanizmaya karşı görüşler oluşmuş, insanın, ekonomik, toplumsal ve dilsel yapılara bağlı olduğu,“belirlenime” ve “koşullanmaya”bağımlı bir varlık olduğu fikri tartışılmaya başlanmıştır. Bu yapılar nedeniyle, öznenin siyasal söylemler tarafından kurgulanabileceği ve hümanizmanın varoluşunun tersine, eşitliği ve adaletsizliği örtmek için de kullanılabilceği anlaşılmıştır. Nietzsche hümanizmanın ve Hristiyan ahlak görüşünün öfke ve kin gibi duygulardan beslendiğini idda eder. Bu anlamda hümanizmanın merhamet duygusundan etkilendiğini varsayarsak düşün insanların merhamet kavramına neden ayrı bir önem verdiklerini daha iyi anlayabiliriz.

### Nietzsche’in Merhamet Duygusuna Bakışı

Modern ahlak anlayışında en temel duygulardan birinin merhamet duygusu olduğunu anlaşılmaktadır. Bu kavram, Arthur Schopenhauer’un ahlak felsefesinin de temelini oluşturur. Schopenhauer’a göre; sürekli kötülüklerin bulunduğu dünyadan, “istence”(iradeye) dur diyerek kurtulabiliriz. Bu irade, olumsuzlanmaya dönük bir tür çileci yaşamı öngörür. Schopenhauer’e göre kötülükten bizi alıkoyan şeylerin başında merhamet etme duygusu gelirken; iyi eylemlerimizi etkileyen şeyler ise; kişisel çıkarıcılığımızı azaltmamız, öte dünyada ödüllendirme beklentimiz, başkasına yardım ve merhamet etmemiz olarak açıklanır (Schopenhauer, 2004:61-82). Günümüz ahlak anlayışının da ağırlıklı olarak bu yönde geliştiği bilinmektedir.

Başlarda Schopenhauer’dan etkilenen çağdaşı Nietzsche de kendi felsefesinde “merhamet” kavramına özel bir yer ayırır. Ancak ilerleyen dönemde Nietzsche’nin düşünsel yönelimi Schopenhauer’ın felsefesinden çok farklı bir tutum sergiler. F. Nietzsche “yazgını sev” yada “amor fati” mottosuyla dünyanın daha mutlu bir yere dönüşeceğini düşünmekte ve sevincin yerine kederin ve güçsüzlüğün yüceltilmesinin bizleri çöküşe sürükleyeceğini bildirmektedir. Nietzsche, merhametin bir erdem olmadığını, yaşamı yükseltmek için merhametin öldürülmesi gerektiğini bildirerek geleneksel ahlak anlayışını aşmaya çalışmıştır. Nietzsche’nin merhamete karşı duruşundaki asıl neden; başkasına acımanın güç istencini azaltması ve acıyı yaygınlaştırarak çürümeye doğru sürüklemesidir. Çünkü O, hayatı olumlamanın böyle bir güç istenci ile gelişeceğini öngörmüştür. Nietzsche’ye (2003: 314) göre; “bir dostluğu yaratan şey, paylaşılan acı değil sevinçtir”.Çünkü Nietzsche, acının paylaşılmasının merhameti doğurduğunu, merhametin ise hincı beslediğini bildirir. Sevinç hayata “evet” demektir. *Zerdüşt*’te şöyle yazar; “Neşelenmesini daha iyi öğrenince de, daha iyi unutturuz başkalarına ıstırap icat etmeyi”(1989:75).

Nietzsche’ye göre; insandaki merhamet duygusu kişinin kendini tanıyıp geliştirmesinin önünde engel teşkil eder. Bu ise ancak “sürü” insanın yapabileceği bir durumdur. Bu nedenle merhamet iyi bir şey olarak görülmez. “Eğer bir insan merhametten dolayı iyilik yaparsa, o bir başkasına değil kendisine iyilik etmiş olacaktır. Acıma ahlaki düsturlara dayanmaz, tersine tessuri heyecanlara dayanır. Acıma hastalıktır ve yabancı acı bize bulaştığında, bir hastalığın sirayeti olacaktır” (2002:193). Nietzsche’ye göre; acıyı paylaşmak kolaydır. Ötekinin acısı, zulme uğraması, insana içten içe sevinç bile verebilir. Nietzsche ahlaki önyargılarımızı araştırıp bulmaya çalışırken aslında esas amacı Batının Hristiyan ahlaki değerlerine karşı çıkma isteğidir. Böylesi bir karşı duruş, iyinin ve kötünün ötesinde, daha çok engellenmiş güç arzusuyla başkalarına zarar verme güdüsüyle yönelenlere verilmiş bir cevap niteliği taşır (West, 2005: 215; 218).

Ancak günümüzde, Nietzsche’nin karşı olduğu Batılı-Hristiyan değerlerin hala yaşantımızı biçimlendirdiği bilinmektedir. Belgesel fotoğraf da bu değerlerle şekillenir.

Fotoğrafçıların görsellerinde ve editörlerin seçimlerinde karşılaştığımız “öteki” olarak kodlanan fotoğraflar, acının ve zayıflığın vurgusunu tüm dünya ile paylaşmakta ve izleyenden merhamet talebinde bulunmaktadır. Bir çeşit hümanizm yararına, başkasının vahşet ve acısını gösteren fotoğraflar, ötekinin merhametini beklemektedir.

### **Hümanist Fotoğraf ve Fotoğrafta Merhamet İyiliği ve Kötülüğü**

Fotoğrafın kitleleri bilgilendirici, harekete geçirici ve ilgisine yardım sağladığı bir yanı olduğu, hümanist fotoğrafçılığın ve özellikle toplumcu belgesel fotoğrafçılığın, mağdurlara yarar sağladığı bilinmektedir. Fotoğraflar, kişilerin ve toplumların merhamet duygusunu harekete geçirerek farkındalıklarını artırmayı ve empati kurdukmayı hedefler, bu anlamda izleyicilerin dikkatini çeker ve betimlediği kötü olayları düzeltmek için harekete geçirmeyi amaçlar. Dünya fotoğraf tarihinde-özellikle Magnum’un bakış açısıyla gelişen süreçte- savaş karşıtlığı, insan sevgisi ve hümanizma neredeyse fotoğrafçılığın standartlarını oluşturmuştur (Oral, 2000: 101).Öncesinde ise; natüralist fotoğraf anlayışı hayatın yorumsuz ve gerçek temsilini yansıtmayı hedeflerken; hümanist fotoğrafçılığın hem gerçeklere hem de duygulara ulaştığı ve bu misyonla insanlığa hizmet ettiği vurgulanır (Bleiker; Kay, 2007:139). Örneğin Lewis Hine “düzeltmesi gerekenleri göstermek istediğini” vurgulayarak, fotoğrafın toplumsal belgeci yanını öne çıkarmıştır(akt. Beloff, 1983: 171). Amerikalı fotoğrafçı James Nachtwey ise; görmek istemediklerimizi göstererek izleyicinin uyanmasını ve afallamasını amaçlamıştır(akt. Linfield, 2013:236). O, fotoğrafçının tanık oldukları üzerinden sert adalet talebiyle fotoğraflarını sunar. Nachtwey’in fotoğrafları sadece duyguları uyandırmayı amaçlamaz, seyirciyi de olayın içine katarak şok etmeye çalışır. Endonezya’da engelli ve fakir bir adamın çektiği fotoğrafların toplumun ilgisini çektiğini ve insanlarda merhamet duygusu uyandırarak ilgisine yardım sağlandığını aktarır. David Campbell (2003: 62), yayınlanan merhamet fotoğraflarına halkın tepkisiz kalmadığı ve bu fotoğrafların etkisi ile çeşitli yardım kuruluşlarına para gönderdiklerini açıklamaktadır. Fotoğrafçının vahşet görüntülerini sunuş biçimini eleştiren Linfield(2013: 238)ise; “kana dayalı bu mazoşist ihtişamın ortasında başkalarının acısına dair nasıl bir merhamet olabilir” diye sormakta ve böylesi bir durumda iken insan haklarıyla ilgili konuşmanın gülünçlüğünü vurgulamaktadır.

Linfield’in açıklamalarından fotoğraflardan beklenen merhamet talebinin umulanın tersi durum da yaratabileceği anlaşılmaktadır. Konuyla ilgili Sontag (2004: 27; 41); yayınlanan acı ve vahşet görüntülerinin, değişen dünya algısında kuşkuyla karşılandığını, görende şefkat duygusu uyandırmadığını ve hatta daha da ileri giderek her birimizin bu acıları dikizleyen birer röntgenci olduğumuzu yazar. Sontag(2004: 79) acıların sunulması bağlamında fotoğrafı estetik yönü ile değerlendirmeye girişir. Ona göre; estetik ve sanatsal kaygı fotoğraftan beklenen merhamet duygusunu zayıflatacaktır. Bu anlamda Sontag’ınfotoğrafta merhamet duygusunu önemli bulduğu ve merhameti olumladığı görülmektedir. Ünlü fotoğrafçı Sebastiao Salgado ise bu durumu“resimlerime bakan kişi sadece merhamet hissediyorsa, tamamen başarısız olduğuma inanıyorum. İnsanların bir çözüm bulabileceğimizi anlamasını istiyorum” şeklinde açıklar. Salgado’nun kendi fotoğraflarındaki vurgusu yine merhamet talebi üzerine kurulmuş ancak buradan başlayarak konuya çözüm bulma umudu taşımaktadır(akt. Berger, 2001:1).

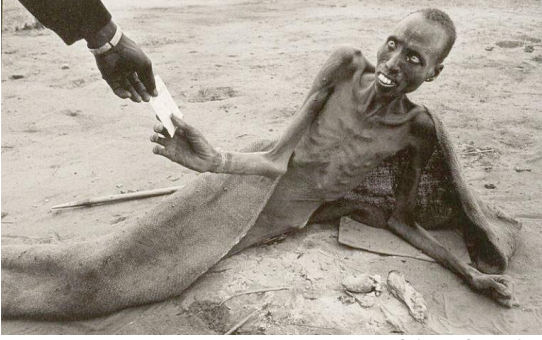
Salgado’nun perfeksiyonist fotoğrafları ile gündeme gelen belgesel fotoğrafta iki ana eleştiri ortaya atılmıştır: Bunlardan ilki acıyı estetize ederek insanları pasifize ettiği diğeri ise bu görüntülerin sürekli kullanılmasının bir şekilde merhamet yorgunluğuna yol açtığıdır (Moeller,1999:1-15).Eleştirmen Ingrid Sischy(1991: 89-95), Salgado’nun işlerini üzerinden yürüttüğü tartışmada trajediningüzelleştirilmesinin, izleyenleri tepki vermeye değil hayranlığa götürdüğünü ve bunun ise insanları pasifliğe yönelttiğini bildirir. Sischy’e göre; muhatabını pasifize eden bu durum insanları ümitsizliğe sürükleyerek durumlarını kabullenmelerine ve umutlarını yitirmelerine neden olmaktadır.

David Campbell(2003: 84) ise; Susan Sontag gibi batılı izleyicileri şoke eden ve üzüntü uyandıran merhamet fotoğraflarının gerçeğin ancak sembolik bir temsili olması nedeniyle “anonim mağduriyet ikonografisi” yarattığını aktarmaktadır. Chambel, üretilen ikonografik fotoğraflar nedeniyle sanki birine yardım etsek hepsine etmiş gibi olduğumuzu ve bu nedenle çekilen konunun öneminin yitirildiğini yazmaktadır. Fotoğraflarda merhamet duygularının ikonografik görselleştirilmesi kalıplaşmış temsiller yaratır. Farklı acılara maruz kalan zayıf ve güçsüz kurbanlar estetik bir imge olarak sembolleşir. Sembolik yapılar ise gerçeğin kendisini oluşturmazlar. Bir temsil sunarak konuyu idealize ederler. Hümanizmanın, ekonomik, toplumsal ve dilsel yapılara bağlı olduğu ve bu sembollerin siyasal söylemler tarafından da kurgulanabildiğini biliyoruz. David Levi Strauss(2003: 45); temsillerin, politik amaçlarla yüklü olduğunu ve hikâye anlatmaya yönelik böylesi bir tutumun ancak belirli iktidar ilişkileri içerisinde yapılabileceğini aktarmaktadır.

Merhamet duygumuzu körükleyen fotoğrafların ilk bakışta ilgisine yardım sağlamanın olumlu bir tutum olarak görebiliriz. Ancak John Berger (1986:73) merhamet fotoğraflarının okuyucu için ahlaki rahatsızlık yarattığını bu bilindik duygu nedeniyle okuyucunun ilgisiz kaldığını ya da bir tür kefaret ödemeye girişerek Oxfam (The Oxford Committee for Famine Relief) ve Unicef (United Nations International Children's Emergency Fund) gibi kurumlara bağışlar yaparak vicdanını rahatlattığını ama aynı zamanda depolitize edildiğini aktarır. Bunun en yakın örneğini 2015’in Ekim ayında, üç yaşındaki Suriyeli Aylan Kurdi’nin, kıyıya vuran cansız bedeninin fotoğraflarının basına yansımada gördük. Bu sarsıcı fotoğraf tüm dünyada yankı buldu ve neredeyse Suriye Savaşı’nın sembolü haline geldi. Ancak Aylan bebeğin babası Abdullah Kurdi, çocuğunun fotoğrafı üzerinden yapılan haberlere istinaden "başta sanki tüm dünya mültecilere yardım etmek için elinden geleni yapacakmış gibi davrandı. Ancak bu atmosfer bir ay bile sürmedi. Hatta durum daha da kötüye gitti" şeklinde açıklama yapmıştır. Uluslararası Göç Örgütü (IOM) bebek ölümlerinin hala devam ettiğini, Suriye’de ve Akdeniz’de bu olaydan sonra da binlerce çocuğun öldüğünü bildirmektedir (Europe Migration Response,2016:1).

Susie Linfield(2013: 24) de konuyla ilgili fotoğrafçıların yaptıkları güç ve tüyler ürpertici işlerin farkındalık yaratsa da, herhangi bir kaşıntıyı dindirdiğini söylemenin pek de mümkün olmadığını belirtir. Bu nedenle artık UNICEF’in kampanyalarında ölmüş veya ölmekte olan çocukların fotoğraflarının yayınlanmadığını biliyoruz. UNICEF, ölmekte olan çocuk görüntülerine yer vermeyerek eski alışkanlıklara bir son verildiğini aktarır. Konuyla ilgili UNICEF İcra Direktörü Anthony Lake: “Bir kere, bunda istismarcı bir yan vardır. Biz kendimiz ölürken nasıl bu durum bize ait, özel bir şeyse, buna bir günlük çocuğun da hakkı vardır. Dahası, böyle görüntülerin işe yaradığı da söylenemez. Evet, ölmekte olan bir çocuğu göstermenin şok yaratma açısından belirli bir değeri olabilir. Ama işe yaramıyor ki ölümler hala sürüyor” şeklinde açıklamaktadır. Bu anlamda UNICEF artık iyileşen çocukların fotoğraflarının kullanmasının umudu arttırdığını ve bu yolla daha fazla insana ulaşıldığını belirtmektedir (Kuper, 2012: 5).

Amerikalı fotoğrafçı Nachtwey’in seyirciyi şoke etmek adına vahşeti, acıyı kullandığını belirtmiştik. Fotoğrafçı, 2007’de yaptığı TED (Technology, Entertainment, Design) konuşmasında çalışma hayatı boyunca ideolojik bir ayırım yapmadan fotoğraflar ürettiğini ve vahşetin gösterilmesinin, farkındalığı artırmak adına gerekli olduğunu belirtir. Bu anlamda fotoğrafın evrenselliğine vurgu yapan tavrı önemli görülebilir. Ancak onun 11Eylül saldırı fotoğrafları görsel olarak diğer fotoğraflarından farklılık göstermektedir. Amerika’da 11Eylül saldırılarında yayınlanan fotoğraflar sansüre uğratılmış ve hükümetin aldığı karar ile toplumu zayıf ve güçsüz gösteren hiçbir fotoğrafın yayınlanmasına izin verilmemiştir. Oysa aynı fotoğrafçılar uzak konuların üzücü ve merhamet bekleyen tüm görüntülerini sansürsüzce kullanmakta tereddüt etmemişlerdir.



**Fotoğraf 1 ve 2:** Inferno, James Nachtwey, Sudan,1993

Fotoğrafın evrensellik iddiasının bu anlamda karşılık bulmadığı açıkça görülmektedir. (Azoulay, 2008:27;342) Uzak ülkelerdeki tüm vahşet görüntülerini merhamet beklentisini artırmak adına sansürsüzce sunan fotoğrafçılar, editörler ve medyanın, merhametduygusunu kullandığı açıkça görülmektedir. Sontag (2004: 71), savaşın geçtiği yerin uzak ve egzotik olması halinde ölmekte olanları ya da ölüleri gösteren fotoğrafların sansürsüzce yayınlanabildiğini yazmaktadır. Fotoğrafçı Richard Drew, kulelerden düşen adam fotoğrafı nedeniyle, ölümü teşhir ettiği, hassasiyeti hiçe saydığı, trajediyi pornografiye çevirdiği için suçlamalara maruz kalmıştır. Amerika'da yayınlanan saldırı fotoğraflarının vahşet görüntüleri herhangi bir merhamet talebi içermez, aksine neredeyse sanatsal estetik öğeler ön planda tutularak olumsuz duygulanımlar geri planda bırakılmıştır.



**Fotoğraf 3 ve 4 :** Revisiting 9/11: James Nachtwey,2011

Sevda Alankuş *Barış Gazeteciliği* kitabında; daha önce Birinci Körfez Savaşı sırasında, Iraklı askerlerin perişan ve güçsüz, ABD pilotlarının hiper sağlıklı mutlu ve güçlü görüntülerinin sunulması gibi, 11 Eylül saldırısından sonra da Amerikalıları güçsüz gösterecek görüntülerin hiç dolaşıma sokulmadığını ve ötekinin güçsüzlüğünü teşhir edecek şekilde davranılmasının editöryal tercihe dayandığını açıklamaktadır (akt. Alankuş, 2016:93) Bengladeşli fotoğrafçı Shahidul Alam tsunami felaketinden sonra dünyaca ünlü gazetelerin ve ajansların kendisinden yoksul ve umutsuz insanları ve mahvolmuş yerleşim alanlarını gösteren fotoğraflar istediklerini, Alam ise; tsunami sonrası balığa çıkmaya hazırlanan umutlu balıkçıların fotoğraflarını göndermeyi tercih ettiğini belirtir. (akt. Yaman, 2012:1). Örneklerden de anlaşılacağı gibi Batı medyası ve politikacıları, kederin ve merhametin toplumlarını güçsüz düşüreceğini görmüş ve çeşitli sansürlerle bu görüntülerin ülkelerini zayıflatmasına izin vermemiştir. Burada fotoğraflarla yaratılmak istenen güçsüzlük, acıma ve merhametin aslında Nietzsche'nin de belirttiği gibi kişileri ve toplumun tümünü etkileme ve zayıf düşürme durumu ile ilgisi bulunduğu unutulmamalıdır.

Bu anlamda Nietzscheci bir bakışla mağdurun yararına olduğu düşünülen merhamet fotoğraflarının, gerçekte güçsüzün iradesini azaltan, güçlünün gücünü arttıran sembolik bir ifade olduğu gözden kaçırılmamalıdır. Merhamet fotoğrafları, iyi niyetli bir tutum olarak kabul edilse de fotoğrafların acıları normalleştirdiği, kişileri edilgen duruma getirdiği, güç istencini azalttığı ve yaşam karşıtı istenci desteklediği anlaşılmaktadır. Daha da önemlisi

paylaşılan kötülüğe kimse bir karşı duruş gösteremez, çünkü politik olarak söz söyleme yetkimiz ellerimizden alınmıştır. Bu engel izleyeni de pasifize eden bir durum oluşturur. Yukarıda da bahsettiğimiz gibi; Nietzsche “güç”ün irade istediğini aktarır. İrademizin elimizden alınması, depolitize olmamız yaşam enerjimizi yitirmemizle sonuçlanır. Nietzsche, yaşam karşıtı istençin yaşama gücümüzü zayıflattığını ve giderek kişiyi “décadence”e (çürümeye) doğru sürüklediğini aktarır. İşte bu nedenlerle zayıf olana merhamet duymak doğru bulunmaz, çünkü ona göre merhamet etmek çürümektir. Nietzsche, merhamet edeni de edileni de olumlamaz. Orada bir kandırmaca bulur. Gerçekte iyilik etmek isteyen kendi vicdanını rahatlatmak istediğini, edilenin ise kendi iradesini başkalarına bağlayarak güçsüzleştiği düşünür. Nietzsche böylesi bir durumda yapılacak yardımın sadece hıncı beslediğini söyler. Bu anlamda medya yoluyla sunulan sayısı ve şiddeti artırılmış merhamet fotoğrafları hem ilgisine hem de izleyicisine yarar değil zarar getirecektir. Susan Sontag, başkalarının acısını gösteren görüntülere sempati duyuyor olmamızı, o olayla ilgili herhangi bir suçluluk beslemediğimizle ilişkilendirir. Sontag(2004: s.106)“sempatimiz, acizliğimizin yanı sıra masumiyetimizin de ilanıdır”diye aktarır. Martha Rosler, fotoğrafın hayırseverliği destekleyen yanının, zenginliklerin korunması için bir argüman olarak kullanıldığını ve yapılan yardımların, alt sınıf ile ilgili sorunları yatıştırmak için kullanılan bir durum olduğunu aktarır. Rosler’a(1981)göre; bu durum Hristiyan ahlakının örtülü paradoksuna işaret etmektedir.

Fotoğrafları görüp mağdura uzaktan sempati besleyen ya da yardım etmeye çalışan Batının Hristiyan ahlakı, sorgulamadan uzak, mağdurlara uzaktan yapılan yardımlarla, vicdanlarının sesini dindirmeye çalışmakta, merhamet beklentisi içinde olan mağdur ise; giderek kendi gücünü yitirmekte ve eyleme gücünü kaybederek pasifize olmaktadır.

Bosna Savaşı sırasında basın ajansında görev yapan Miljenko Jergovics tüm dünya basını tarafından izlenen savaşla ilgili şu eleştiride bulunur:

Kuşatmanın ilk zamanlarında insanlarda ateşkes umudu vardı. Ateşkes olmayınca bu umut; şehrin etrafındaki kuşatma çemberini kıran bizlere, şehri savunan insanlara cesaret ve askeri deha olarak geri döndü. Basından takip ettiğimiz kadarıyla ateşkesin gerçekleşmeyeceğini anladığımızda ve şehrin savunma güçlerinin de yetersiz olduğu ortaya çıkınca, bazı efsanelere inanır olduk. Yabancı güçlerden biri gelecek ve kuşatmayı kaldırıp adalet getirecekti... Saraybosnalılar olarak Amerikan başkanının yatağında uyuyamadığımız ve bizi düşündüğüne inanıyorduk (Miljenko, 2016:1).

Saraybosna’da bir basın ordusunun savaşı izlemesine, yüzlerce şiddet fotoğrafının servis edilmesine rağmen, savaşın sonlandırılmasına yönelik yaptırım oluşmadı(Kifner, 2001).Salgado konuyla ilgili; “mülteciler onlara silah verileceğini, yada onların Fransa’ya Almanya’ya ve ABD gibi ülkelere götürüleceklerini bekliyorlardı. Ama ne yazık ki kimse onlarla ilgilenmedi. Bizler onlar adına büyük bir savaş yaptık, milyarlarca dolar harcadık ama gerçekte onlar için hiçbir şey yapamadık” şeklinde konuşur(akt. Bleiker, 2007:145). Gerçekte de Avrupa’nın göbeğinde 1992 yılında başlayan savaş, 1995 yılında sona erdiğinde milyonlarca kişi hayatını kaybetmiş, çoğu kadın tecavüze uğramış, birçoğu da yaralanmıştı. Merhamet fotoğraflarının ilgisine yardım sağlama çabası Bosna Savaşı’nda hedefine ulaşmamıştır. Ancak daha da önemlisi Bosna Savaşı’ı örneğinde görüleceği gibi merhamet beklentisine giren insanların varolan direnme iradelerinin ellerinden alınmış olmasıdır. Bu noktada, Nietzsche’nin merhamet ahlakını tekrar anmak yerinde olacaktır. Nietzsche (1998: 26) merhametin yok edilmesi ile ilgili olarak önümüze açılacak ufku vaatini görmüş olmalıdır. Nietzsche’nin “güç istenci”ne yaptığı vurgu kişinin kendini güçlendirerek gelişmesi anlamını taşır(akt. Magee, 2001:254). Fotoğrafta bu anlayışı aşmak çok kolay görülmeyebilir. Çünkü yaşanan tüm olumsuzlukları fotoğraflayabilmenin başka yöntemlerini bulmak çok

kolay değildir. Ayrıca alışıldık bakış açısını kırmak adına fotoğrafçıları zor bir yolun beklediği kesindir.



**Fotoğraf 5:** ZiyahGafić, 2013, Questfor Identity, Bosna



**Fotoğraf 6:** Simon Norfolk, 2002 Balon satıcısı, Kabil

Acı ve vahşetin fotoğraflanması ve sunulması adına yapılan tartışmaların genellikle fotoğrafçılar üzerine yoğunlaştığı ve onların üzerlerine ağır sorumluluklar yüklendiği bilinmektedir. Dünyada bu kadar savaş, yıkım, katliam gerçekleşirken fotoğrafçıların sadece fotoğraf yoluyla mutlak pozitif bir dünya yaratamayacağı açık görülmektedir. Ancak fotoğrafçıların şoke etmek ve dikkat çekmek adına sundukları fotoğrafların çoğu zaman yüzeysel kaldığı ve ikonografik fotoğraflarla sembolik görüntüler yarattığı görülmektedir. Ancak yine de belgesel fotoğrafta yeni anlatım biçimlerinin geliştiğini görmekteyiz. Paul Lowe, belgesel fotoğrafçıların şiddet eylemini ya da, acı çekenlerin kendilerini değil, geride bıraktıkları izleri tasvir ederek şiddetin dozunu farklı bir dille gösterme potansiyelini keşfettiklerini aktarır (Lowe, 2018). Bosna Savaşı'nda henüz genç bir fotoğrafçı olan Ziyah Gafić'in şiddetin direkt olarak gösterilmesi yerine Bosna'da Srebrenica'da toplu mezarlardan çıkarılan ölen kişilerin özel eşyalarını fotoğraflayarak farklı bir belgesel tutuma yer verdiği görülmektedir. Yine çağdaş belgesel fotoğrafçılardan biri olan Simon Norfolk'da çatışma mekanlarında merhameti körükleyen şiddet fotoğrafları yerine çatışma sonrasını aktaran panoramik landscape görüntülerle konuyu aktarmayı tercih etmiştir. (akt. Kennedy&Patrick, 2014:223-228). Şiddeti direkt olarak göstermeyen bu fotoğraf tarzına netice fotoğrafçılığı [*late photography*] adı verilmektedir. (Campany, 2003). İlk defa 11 Eylül 2001 yılında fotoğrafçı Meyerowitz'in yıkılan kuleleri fotoğrafladığı Ground Zero projesi için kullanılan bu fotoğraf tarzının, genellikle toplu yas tutma veya bununla ilgili çalışmalar için bir araç olarak kullanıldığı belirtilmektedir. Campany, şiddeti direkt göstermeyen bu insansız fotoğrafların, boş sokakların, yıkık binaların seyirciyi olayın tüm sürecini düşünmeye davet ettiğini ve bu durumun oldukça politik olduğunu vurgular. Campany'e göre netice fotoğrafçılığı, siyasal açıklamalardan uzak bir çeşit liberal melankolik durumu çağrıştırmaktadır. O, netice fotoğrafçılığının gelişmesindeki nedenlerden birinin de değişen askeri ve savaş politikalarının fotoğrafçılar üzerindeki etkisi olduğu aktarır. Gazeteciler artık 60'larda 70'lerde olduğu gibi savaşın içinde bulunmuyorlar. Spontan anlık görüntüler yerine olay sonrası görüntülerinin gösterilmesi tarihsel olayları siyasetin dışında bırakmış ve bu durum fotoğrafta durağan görüntünün daha sık kullanılmasına neden olmuştur.

Değişen durumlar belgesel fotoğrafta yeni estetik anlayışların doğmasına neden olmuştur. Bu anlamda fotoğrafta yeni dilin kurulma çabasında, fotoğrafçı ve nesnesi arasındaki eşit olmayan güç ilişkisi yerine daha yakın, samimi ve çoğulcu ilişkiler üretilebileceği düşünülmektedir. Merhameti talep etmeyen umudu arttıran fotoğraflar, ona konu olan insanların da umutlerinin yeşermesine yardım edebilir. Çünkü değişen dünya



düzeniyle, ideolojilerin, neoliberal politikaların, yayın araçlarının fotoğrafın etik, estetik ve algılayış biçimimizi değiştirdiği bilinmektedir. Sonuçta anlaşılmaktadır ki fotoğrafta merhamet düzenini destekleyen anlayışın yerine, yeni bir bakış açısı üretmek gerekli olabilir. Bu yaklaşımla ilişkilendirebileceğimiz fotoğraf için önerilen yeni yöntemlerin\*, dünyayı algılama biçimimiz üzerinde derin bir etkiye neden olacaktır.

### Sonuç Yerine

Sonuç olarak ortak ve mutlu bir yaşam sürdürmek tüm yaşayanların hedefi olmalıdır. Bu hedefte, fotoğrafın ve özellikle belgesel fotoğrafın katkısı sanılandan çok daha yüksek olabilir. Mağduriyetlerin giderilmesi adına merhameti destekleyen fotoğraflar yerine, ortak yaşamı destekleyen dayanışmacı ve umudu yükselten fotoğrafların kullanımı bu pozitif anlayışı oluşturmaya destek olabilir. Bu makalenin başında da söz edildiği üzere Nietzsche, yaşamın mutlu ve olumlu yaşanması adına, merhametin terk edilerek, mutluluk üzerine kurulu bir yaşam düzenini önerir. Iraklı Muhafif Kanan Makiya “mağduriyetin, dayanışmanın mümkün olan en büyük katili” olduğunu söyler(akt. Linfield, 2013:41). Çünkü merhamet, mağduriyetleri gidermez, sadece kını artırır. Mağduriyetler ise ancak dayanışma ile azalabilir. Sadece dayanışmanın olduğu yerde, farklılıkların ortaklığı üzerine düşünebiliriz. Belgesel fotoğraf da yeni anlatım biçimleriyle bu ortaklığın kurulabilme umudunu taşımaktadır. Dolayısıyla merhamet talebini artıran fotoğraflar yerine dayanışmacı ve farklılıkların ortaklığını vurgulayan, çoğulcu bakış açılarının umudu artıracığı düşünülmektedir.

### Kaynakça

- Azoulay, A. (2008) *The civil contract of photography*, New York: Zone Books.
- Balanuye, Ç. (2017) *Spinoza'nın sevinci nereden geliyor?*, İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Batchen, G. & Gidley, M. (2017) *Fotoğrafın krizi*, çev: A. Göçmen, İstanbul: Espas.
- Berger, J. (1986) *O ana adanmış*, Çev: Yurdanur Salman, İstanbul: Metis.
- Beloff, H. (1983) *Social interaction in photographing*, Leonardo, Volume 16, Issue 3.
- Fransez, M. (2004) *Spinoza'nın tao'su*, İstanbul: Yol Yay.
- Kennedy, L.&Patrick, C. (2012) *The violence of the image*, New York: Tauris.
- Linfield, S. (2013) *Acımasız aydınlık*, çev: M.E. Uslu, İstanbul: Espas.
- Magée, B. (2001) *Büyük filozoflar*, çev: A. Cevizci, İstanbul: Paradigma.
- Nietzsche, F. (2003) *İnsanca, pek insanca*, çev: C. Atila, İstanbul: Say Yayınları.
- Nietzsche, F. (2002) *Güç istenci*, çev: S.Ümran, İstanbul: Birey.
- Nietzsche, F. (1989) *Zerdüşt böyle diyordu*, çev: O. Derinsu, İstanbul: VarlıkYay.
- Nietzsche, F. (1998) *Ahlakın soykütüğü üstüne*, çev: A. İnam, İstanbul: GündoğanYay.
- Oral, M. (2000) *Weimar Cumhuriyeti'nden günümüze fotoğraf ajanslarının fotojurnalizme katkıları*, İstanbul:Espas Yay.
- Rosler, Martha (1981) *In, around, and afterthoughts*, on documentary photography.
- Schopenhauer,A.(2004) *Varolmanın acısı, Schopenhauer felsefesine giriş*, çev:V. Atayman, İstanbul: Donkişot.
- Spinoza, B. (2006) *Etika*, çev: Hilmi Z. Ülken, Ankara: Dost Kitabevi

\*Bu anlamda çoğulcu gazetecilik, yerel gazetecilik, barış gazeteciliği ve yavaş gazetecilik gibi yeni fotoğraf yöntemlerinin ve “latephotography”ın(netice fotoğrafçılığı) sunduğu gibi yeni kurulacak olumlu bir dilin oluşturulmasında etkili olacağını düşünmekteyiz.

Daha geniş bilgi için [http://www.peacejournalism.org/Peace\\_Journalism/Articles\\_online.html](http://www.peacejournalism.org/Peace_Journalism/Articles_online.html)

Galtung, J. (1998). High road, lowroad - chartingthecourseforpeacejournalism. TrackTwo, Vol. 7, No. 4, Cape Town, South Africa

Akarçay, Ö. G, “Yeni bir Belgeleme Anlayışı Mümkün Mü?”, *Fotoğrafya*: 33.

- Sontag, S. (2004) *Başkalarının acısına bakmak*, çev: H. Akınhay, İstanbul: Agora
- Strauss D. L. (2003) *Between the eyes*, New York: Aperture.
- Ulaş, S.E. (2002) *Felsefe sözlüğü*, İstanbul: Bilim ve Sanat.
- West, D. (2005) *Kıta Avrupası felsefesine giriş*, çev: A. Cevizci, İstanbul: Paradigma.
- Yaman, Ö. (2012) *Evrensel gazetesi*, 29 Eylül 2012.

### İnternet Kaynakları

- Alankuş, S. (2016) *Barış gazeteciliği el kitabı*, İstanbul: IPS İletişim Vakfı,  
[http://bianet.org/files/static/bia\\_kitaplar/barisgazeteciligikitap.pdf](http://bianet.org/files/static/bia_kitaplar/barisgazeteciligikitap.pdf) (Erişim: 30.09.2017).
- Bleiker, R. & Kay, A. (2007) "Representing HIV/AIDS in Africa: Pluralist photography and local empowerment", *international studies quarterly*, Vol. 51, No. 1 pp. 139-163  
<https://onlinelibrary.wiley.com/doi/abs/10.1111/j.1468-2478.2007.00443.x> (Erişim: 16.06.2018).
- Berger J. (2001) "A tragedy the size of the planet", *The Guardian*,  
<https://www.theguardian.com/culture/2001/may/28/artsfeatures.globalisation> (Erişim: 15.09.2018).
- Campbell, D. (2003) "Salgado and the Sahel: documentary photography and the imaging of famine", *rituals of mediation: international politics and social meaning* içinde, edited by Frangois Debrix and Cynthia Weber ,Minneapolis ,<https://eprint.ncl.ac.uk/2342> (Erişim 12.02.2018)
- Campany, D. (2003) 'Safety in numbness: some remarks on the problems of "late photograph" David Green ed. *Where is the photograph?*, Photoworks/Photoforum, 2003.
- James, J. (2011) The arithmetic of compassion: rethinking the politics of photography, *British Journal of Political Science*, Vol. 41, No. 3, Cambridge University Press (Erişim:26.04.2018)  
<https://doi.org/10.1017/S0007123410000487> (Erişim: 26.04.2018)
- Kuper S. (2012) *Financial Times* (Erişim: 26.04.2017)
- Kifner, J. (2001, Ocak 24). "A pictorial guide to hell; stark images trace the Balkans' descent and a photographer's determination", *The New York Times*,  
<https://www.nytimes.com/2001/01/24/books/pictorial-guide-hell-stark-images-trace-balkans-descent-photographer-s.html>
- Lowe, P. (2018). "Traces of traces: time, space, objects, and the forensic turn in photography", *Humanities*, 7(3), 76. <https://doi.org/10.3390/h7030076>
- Miljenko, J. (2016) "The siege starts without warning", *The New York Times*, (Erişim: 12.05.2017).
- Nachtwey, J. (2007) "Nachtwey'in savaş fotoğrafları", *TED.com*,  
[https://www.ted.com/talks/james\\_nachtwey\\_s\\_searing\\_pictures\\_of\\_war?language=tr](https://www.ted.com/talks/james_nachtwey_s_searing_pictures_of_war?language=tr)  
(Erişim:30.09.2017).
- <http://www.balkanedebiyati.com/kusatmalar-ansizin-baslar> (Erişim: 30.09.2017).
- Özdemir, B. (2011) "Belgesel fotoğraf ve hümanizm"<https://ifod.org.tr/2011/05/belgesel-fotograf-ve-humanizm> (Erişim: 05.09.2016).
- Anonim, (2016) *Europe migration response*,  
<http://www.unicef.org.tr/basinmerkezidetay.aspx?id=2239> (Erişim: 17.08.2016).
- <http://www.turkey.iom.int/tr/mediterranean-crisis-sitrep>(Erişim: 17.08.2016).
- Sischy,İ.(2008)Good intentions: the New Yorker  
<https://paulturounetblog.files.wordpress.com/2008/03/good-intentions-by-ingrid-sischy.pdf>, 89-95) (Erişim :28.03.2017).

# Türkiye’de Perakende Sektöründe Hizmet Veren Üç Kurumun İtibar Katsayısı ve Finansal Göstergeleri Üzerine Bir Araştırma

## Research on Corporate Reputation Quotient and Financial Indicators in Retail Sector in Turkey

Banu Dayanç KIYAT\*

Öz

Bu çalışmada, Türkiye’deki perakende sektöründe hizmet veren halka açık üç firmanın kurumsal itibarları ve finansal göstergeleri, niceleyici çalışma ile incelenmiştir. Bu kapsamda, kurumsal itibar katsayısını oluşturan unsurlar araştırılarak ağırlıkları tespit edilmiş, finansal yapı, finansal performans, nakit akışları ve firma değerine yönelik bazı finansal göstergeler hesaplanmış ve böylece kurumsal itibar katsayısı ile finansal göstergeler arasındaki ilişki tanımlanmıştır. Fombrun’un RQ modeli altı boyutta incelenirken, A marketin tek boyut altında, C market ve B market ise iki boyut altında toplandığı görülmüştür. En yüksek kurum itibarı katsayısına A market sahiptir. Finansal göstergeleri yüksek olan B market hem en düşük piyasa değerine hem de en düşük kurumsal itibar katsayısına sahiptir. Dolayısıyla, finansal göstergelerin tek başına kurum itibarının yüksek çıkması için yeterli olmadığı görülmüştür. A market ve C marketin finansal göstergeleri B marketin altında olmasına rağmen toplumdaki itibar algıları yüksek olduğu için piyasa değerleri de yüksektir. Sonuç itibarıyla, firmaların piyasa değerinin yüksek olması için kurumsal itibarlarının da yüksek olması gerekmektedir.

**Anahtar Kelimeler:** Kurumsal İtibar Katsayısı, Finansal Gösterge, Piyasa Değeri.

### Abstract

In this study, corporate reputation and financial indicators of three public retail firms are both examined through quantitative analysis. Within this scope, inspecting dimensions constituting the corporate reputation quotient, their weights are assessed and financial indicators relating to financial position, financial performance, cash flows and firm value are all calculated. And so, the relationship between corporate reputation is determined. While Fombrun’s RQ model is examined in six dimensions, A market and other two firms are determined unidimensional and two-dimensional, respectively. A market has the highest corporate reputation quotient. B market have both the lowest corporate reputation quotient and firm value. Accordingly, it can be said that high financial indicators are not unique component on forming corporate reputation quotient. A market and C market have higher firm value than B market, since their reputation perception in society is high, even if their financial indicators are lower than B market. Therefore, we can conclude that high corporate reputation quotient is needed for high firm value.

**Keywords:** Corporate Reputation Quotient, Financial Indicator, Market Value.

### Giriş

Günümüz piyasalarında, kurumlar ayakta kalmak için kıyasıya mücadele etmektedir. Bu kurumların bir kısmı, tüketiciler tarafından fark edilmeden yok olurken, çok az bir kısmı da yaşam eğrilerinde, başarılı bir grafik sergileyerek varlıklarını sürdürmektedirler. Günümüzde artık çok büyük olmaktan ziyade en beğenilen başka bir ifade ile en itibarlı kurum olmak önem arz etmektedir. Çünkü krizlerin ve rekabetin yoğun olduğu küresel pazarda kurumların hayatta kalmaları için, fark yaratan, taklit edilemeyen ve maddiyatla satın alınamayan soyut bir kavram olan itibar önemli olmuştur.

İtibar kavramı tanımlanması konusunda birbirinden farklı ifadelerin yapıldığı ve her bir alanın kendi bakış açısı ile yorumladığı görülmektedir. Ancak unutulmaması gereken itibarın bu farklı yaklaşımların tek bir merkezden yönetilmesi sonucu sonrası oluşan bir artı değer olduğudur. Örneğin, ekonomistler için itibar kurumun belli bir durum altında neler yapabileceğinin sinyallerini verebilen bir değerken, stratejistlere göre taklit edilemeyen, rakiplere karşı bariyer oluşturan ve elle tutulmayan, gözle görülmeyen bir güçtür. Muhasebeciler için, ölçümlenmesi zor birçok soyut varlık olup, kurum için değer yaratan algısal bir güçtür. İletişimciler için, kurumun paydaşları ile arasında gelişen ve duygusal bağ oluşturan toplam değerdir. Yönetim ve organizasyoncular için kurumun kimliği, nasıl yaptığı, ne yaptığını gösteren ve kurumun paydaşları arasında yapılan faaliyetler sonucu gelişen, kurumun bilişsel

\* Dr. Öğr. Üyesi Haliç Üniversitesi, İşletme Fakültesi, banukiyat@halic.edu.tr

temsilleridir. Sosyologlara da göre itibar, kurum yapısıyla ilişkili olarak, paydaşları ile kurduğu, sosyal ilişkilerdir (Fombrun vd., 2000, s. 241-243). Sonuç olarak itibar, sadece mali bir tutar veya sadece bir performans değildir. İtibar, aslında tüm kurumda oluşan sinerji sonucunda mali tutarlara da yansıyan, bir katma değerdir. İtibar ürünün kalitesinden, çalışma ortamına, finansal gücünüzden, liderin duruşuna, yapmış olduğunuz sosyal sorumluluk çalışmalarından, paydaşlarınızın kurumunuza olan çekiciliğine kadar birçok boyutun bir arada stratejik yönetilmesi sonucu oluşan bir artı değerdir.

Marka değeri kurumların defter değeri ile piyasa değeri arasındaki farktır ve bu farkı yaratan toplumdaki o marka veya kurum hakkında oluşan itibar algısıdır (Green, 1996, s. 2-4). Green (1996, s. 183)'e göre belki de gerçek olmadan defter değerine yansımış olan bu kavram daha gerçekçidir ve benimsenmişliğin sonucunda ortaya çıkan bir katma değerdir. Alsop'a göre, kurum itibarı yönetiminin sadece akıllı imge reklamcılığı ve manipülatif halkla ilişkiler değil, kurumsal kimliğin merkezinde olduğunu söylemektedir.

Kurum itibarını en üst düzeye çıkarmak isteniyorsa, itibar yönetiminin kurum kültürü ve değerler sisteminin bir parçası olması gerektiğini söylemektedir (Alsop, 2004, s. 21). Yani asla itibarlı gibi yapılamaz. Güçlü itibar için kurumun her açıdan güvenilir ve lider konumunda olması gerekir.

### **Kurum itibarı**

Güçlü itibar; müşterileri, çalışanları ve yatırımcıları kuruma çeken, bir mıknatıs gibidir. Müşterinin, hangi kurumun ürününü satın alacağından, çalışanın, hangi kurumda istihdam etmek istediğine, yatırımcının, hangi kurumun hisse senetlerini satın alacağına ve yasa koyucuların hangi kurumun sözlerine dikkat edeceklerine kadar kurum itibarı etkilidir. Buna ek olarak itibar, eşik beklilerinin, yani gündemi belirleyen medya mensuplarının veya piyasanın nabzını tutan finansal analistlerin kararlarında da etkilidir. Kurumlar, özellikle itibarın değerini; kriz sürecinde ve sonrasında imajın yeniden yapılandırma sürecinde daha net görmektedirler. İtibarı yüksek olan bir kurumun, kriz sonrası paydaşların algısının, daha olumlu ve kurumun hatalarını düzeltebilecekleri düşüncesinin hâkim olduğu bilinmektedir (Ross, 2008, s. 6).

Güçlü kurum itibarı, rakiplere karşı bariyer görevi üstlenen, maliyetleri düşüren, gelişmiş müşteri ve çalışan sadakati sağlayan, ürün veya hizmetlerinde katma değer katan bir değerdir (Karaköse, 2007, s. 79).

İtibar, farklı grupları temsil eden paydaşların, kurum hakkındaki geçmişteki kimlik işaretleri ve yaşanan deneyimler sonucu oluşan toplam algısını ifade etmektedir (Markwick ve Fill, 1997, s. 398). Başka bir ifade ile itibar; yatırımcıdan, müşteriye, çalışandan, medyaya kadar birçok paydaş grubun kurum hakkındaki algılarının toplam değeridir.

İtibar kurumun DNA'sının görünen yüzüdür. Bu DNA'nın oluşması için bir süreç geçmelidir. DNA zincirlerindeki ki her bağ kurumun yaşanmışlıkları ve gösterdikleri tutumları temsil ettiğini düşünürsek bu bağlardaki en ufak bir değişiklik itibarın tamamen değişmesine neden olabilecektir. Bundan dolayı, itibar taklit edilemez ve her kurumun itibarı birbirlerinden farklıdır (Hall, 1992, s. 138).

Güçlü kurum itibarı, rakiplere karşı bariyer görevi üstlenen, maliyetleri düşüren, müşteri ve çalışan sadakati sağlayan, ürün veya hizmetlerinde katma değer katan, kriz anlarında paydaşlar tarafından tolerans sağlayan ve kurumun var olan varlık felsefesini tüm paydaşlarına yansıtan bir değerdir (Fombrun vd., 2004, s. 4-5; Hannington, 2004, s. 3; Karaköse, 2007, s. 79; O'Brady, 2005, s. 60; Tucker ve Melewar 2005, s. 377-378).

Güçlü itibar, kurumların hayat seyirinde rekabet avantajı kaynağı olabilmektedir. Tarihsel olaylar sürecinde kilit paydaşlar arasında yaşanan gayri resmi veya resmi sosyal ilişkiler sonucunda oluşan, taklidi imkânsız olan bu ilişkiler, itibarı daha da güçlü yapmaktadır.

Buna ilaveten, olumlu bir itibarın, müşterilerine veya tedarikçilerine uzun vadeli yazılı sözleşmelerden çok daha kuvvetli güvence olabilmektedir (Barney, 1991, s. 115). Oluşan bu örtük sözleşme güvene dayalı olup kurumun ham madde, lojistik vb. maliyetleri düşürerek kurumun karlılığını artırmaktadır ve kurumun finansal gücüne de pozitif olarak yansiyarak kurumsal itibarı da arttırmaktadır (Devine, 2001, s. 43).

İtibar ölçüm bileşenlerinden biri olan kurumsal sosyal sorumluluk kavramı kurumların hisse senedi satışlarında tercih aşamasında alıcılar için önemli bir etken olduğu görülmüştür. 1980 yılında American Express'in Özgürlük anıtı yenileme projesi sonucunda fonun 1,8 milyon dolar, yeni kart üyeliğinin %10 ve var olan müşterilerin kart kullanımının %27 artışa neden olduğu gözlenmiştir. Environic International Ltd. tarafından 1999 yılında 23 ülkede 25 bin kişi ile yapılan araştırmada, katılımcıların %60'ının, kurumların KSS çalışmalarına yönelmelerinden etkilendiklerini ifade etmişlerdir (Kotler ve Lee, 2008, s. 12-13). Kotler ve Lee (2008)'e göre; bu iki örnekte de görüldüğü gibi KSS çalışmaları kurum itibarında önemli bir etkidir ve kurumlara güçlü bir rekabet avantajı sağlamaktadır.

Kurumların itibarları arttıkça değerleri ve buna paralel olarak sürdürebilir karlılıkları da birlikte artmaktadır. Tabi ki de itibarlı bir kurum olmak için sadece KSS projeleri yeterli değildir. Toplam altı boyuttan oluşan itibar katsayısı ölçümü, kurumu 360 derece gözlem altına almaktadır. KKS boyutundan sonra gelen ikinci boyut, ürün ve hizmet kalitesidir. Bu boyut altında ödediği paranın karşılığını almak, kurumun satış sonrası ürününün arkasında durması, kurumun ürün ve hizmetlerinde yenilikçi olması beklenmektedir. Üçüncüsü olan bir diğer boyut çalışma ortamıdır. Çalışanlara adil istihdam, çalışmak için tercih edilen bir kurum olmak gibi kavramlar sorgulanmaktadır. Dördüncü boyut olan liderlik ve vizyonda da liderin ileri görüşlülüğü, fırsatları yakalama becerisi, kurumun gelecek vadetmesi gibi kavramlar sorgulanmaktadır. Son ve altıncı boyut olan duygusal çekicilik tüm kurumların ulaşmak istedikleri sadık müşteri, çalışan ve tedarikçi gibi tüm paydaşları ile oluşturdukları bir bağ simgeler. Bu bağ duyulan güven, takdir, saygı ve iyi hisler ile ölçümlenmektedir (Fombrun vd., 2004, s. 53). Bu boyutlardan da görüldüğü gibi sadece finansal göstergelerdeki başarı itibar katsayısının hesaplanmasında yeterli değildir.

### **Finansal Bilgi ve Finansal Gösterge**

Yönetim, hissedar, yatırımcı, devlet ve borç verenler gibi finansal karar vericilerin gereksinme duyduğu finansal bilgiler işletmeler tarafından finansal tablo seti aracılığı ile sunulur. Finansal tablo seti finansal durum tablosu, finansal performans tablosu, nakit akış tablosu, özkaynak değişim tablosu ve bunların ayrılmaz bir parçası olan açıklayıcı notlardan oluşur.

Finansal durum tablosu belirli bir tarih itibarıyla işletmelerin varlık, borç ve özkaynak yapısını gösteren finansal rapordur. Varlıklar işletmenin gerçekleştirdiği faaliyetleri kapsamında edindiği, raporlama tarihi itibarı ile de kendi kontrolünde olan ve faaliyetlerini sürdürmesine, borçlarını ödeyebilmesine katkı sağlayabilecek iktisadi değerlerdir (Ataman ve Gökçen, 2017, s. 36). Borçlar işletmenin gerçekleştirmiş faaliyetleri sonucunda tahakkuk eden ve ifa edilmesi işletmenin sahip olduğu varlıklarda azalmayı gerektiren yükümlülüklerdir (Örten vd., 2008, s. 8). Özkaynaklar ise varlıklar ile borçlar arasındaki farktır (Gökçen vd., 2016, s. 31).

Finansal performans tablosu belirli bir dönemde gerçekleşen faaliyetlere ilişkin sonuçlarını gösteren finansal rapordur. Faaliyet sonuçları ilgili dönemde ortaya çıkan gelir ve

giderleri ifade eder. Gelir belirli bir dönemde gerçekleştirilen faaliyetlerden sağlanan ekonomik faydaların varlıklarda artış, borçlarda ise azalış (hissedarlardan sağlanan kaynaklardan kaynaklananlar hariç) yaratan sonuçlarıdır. Gider belirli bir dönemde gerçekleştirilen faaliyetler nedeniyle ortaya çıkan varlık tüketimleri ile borçlardaki (hissedarlara yapılan ödemelerden kaynaklananlar hariç) artışlarıdır (Şavlı, 2014, s. 25).

Nakit akış tablosu belirli bir dönemde gerçekleşen nakit akışlarını gösteren finansal rapordur. Nakit akışları belirli bir dönemde gerçekleşen nakit giriş ve çıkışlarını ifade eder ve kasa ile bankada mevcut nakit tutarının değişimini açıklar (Gücenme, 2005, s. 247). Nakit akışları nakit akışlarını işletme, finansal ve yatırım faaliyetleri kapsamında gruplandırarak raporlar.

Özkaynak değişim tablosu belirli bir dönemde özkaynaklarda oluşan hareketleri gösteren finansal rapordur. Yeniden değerlemelerde kaynaklanan hareketler de bu kapsama dahil olmakla birlikte özkaynak hareketleri esas itibariyle hisse ihracı (sermaye artırımı), hisse iptali (sermaye azaltımı) ve kâr dağıtım kararlarından ibarettir (Dabbağoğlu, 2014, s. 266).

Finansal tablolar, muhasebenin temel ilke ve kavramları gereğince tahakkuk ve dönemsellik ilkesi gözetilerek etkin para birimi cinsinden parasal değerler üzerinden hazırlanır ve yayınlanır. Dolayısıyla vade, faiz oranı ve miktar gibi parasal olmayan bilgiler ile henüz tahakkuk etmemiş ve fakat tahakkuk etmesi muhtemel yükümlülükler finansal tablolar aracılığı beyan edilemez. Diğer bir husus da muhasebe uygulamalarının vazgeçilmesi olan muhasebe politikaları ile muhasebe tahminlerinin finansal tabloların hazırlanmasına temel teşkil etmesidir ki bütün bunların finansal bilgi kullanıcıları tarafından bilinmesi gerekir. Parasal olmayan bu ve buna benzer bilgilerin finansal bilgi kullanıcılarına finansal tablolar aracılığı ile ulaştırmanın tek yolu bu bilgileri açıklayıcı notlar bütünü olarak finansal tablolar ekinde sunmaktır. Bu nedenle finansal tablo seti sadece finansal tablolardan ibaret değildir.

Finansal tablo seti aracılığı ile sunulan bilgilerin muhtelif teknikler kullanarak analiz edilip yorumlanması ve böylece finansal karar verme sürecinde kullanılması muhasebenin analiz fonksiyonunu oluşturur. Analiz edilecek finansal bilgilerin nitelikli finansal bilgi olması gerekir. Nitelikli finansal bilgi aşağıda sıralanan temel ve destekleyici bazı özelliklere sahiptir (Kamu Gözetim Kurumu, 2017, s. 1-12).

- Temel nitelikler:
- İhtiyaca uygunluk
- Aslına uygun sunum
- Destekleyici nitelikler:
- Karşılaştırabilirlik
- Doğrulanabilirlik
- Zamanında sunum
- Anlaşılabilirlik

Nitelikli finansal bilginin üretimi ve yayınlanmasında makul bir güvence sağlamak amacıyla tesis edilen iki mekanizma sırasıyla iç kontrol sistemi ve bağımsız denetimdir. İç kontrol sisteminin tasarlanması ve etkin bir şekilde işletilmesi yönetimin sorumluluğundadır. Bağımsız denetim ise kamusal kapsamda kamu Gözetim Kurumu tarafından düzenlenmekte ve kontrol edilmektedir. Bağımsız denetimden geçmemiş bir finansal tablo setinin okunabilirlik kalitesi düşüktür. Bu nedendir ki işletme dışından kişilerce yapılacak bir finansal analizin

kesinlikle bağımsız denetimden geçmiş finansal tablo setinden sağlanan verilerle yapılması gerekir.

Başlıca finansal analiz teknikler yatay analiz, dikey analiz ve rasyo analizidir. Dikey analiz finansal bilgilerin kendi kategorilerinin toplamları içindeki oransal ağırlığını ifade eder.

Yatay analiz esas alınan döneme göre artış/azalışın hesaplandığı bir trend analizidir. Rasyo analizi ise çeşitli finansal bilgiler arasındaki bağıntıyı oransal olarak açıklamayı ifade eder (Arat, 2005, s. 89).

Rasyo analizi finansal durum ve finansal performansa yönelik olabileceği gibi kurum değerine de yönelik olabilir. Çalışmada aşağıdaki rasyolar kullanılmıştır:

#### Finansal durum analizi

- Cari oran

Dönen varlıkların kısa vadeli yabancı kaynaklara oranıdır (Akdoğan ve Tenker, 2007, s. 645).

- Özkaynak oranı

Özkaynakların toplam kaynaklara oranıdır (Akdoğan ve Tenker, 2007, s. 654).

#### Finansal performans analizi

- Brüt satış kârı oranı

Brüt satış kârının net satışlara oranıdır (Akdoğan ve Tenker, 2007, s. 669).

- Faaliyet kârı oranı

Faaliyet kârının net satışlara oranıdır (Akdoğan ve Tenker, 2007, s. 669).

- Mali rantabilite

Net kârın özkaynaklara oranıdır (Durmuş, 1981, s. 202).

- İktisadi rantabilite

Faiz öncesi net kârın toplam kaynaklara oranıdır (Durmuş, 1981, s. 207).

#### Nakit üretimi analizi

Nakit akış tablosunu düzenleyen 7 no'lu Türkiye Muhasebe Standardında duran varlık hareketlerinden sağlanan nakit akışları ile finansal kuruluşlar ve hissedarlarla yapılan işlemlerden sağlanan nakit akışları dışında kalan bütün nakit akışları işletme faaliyetlerinden sağlanan nakit akışı olarak nitelendirilmektedir. Buna göre işletme faaliyetlerinden sağlanan nakit akışlarının (A), faaliyet kârı (B) ile ilişkisini ortaya koymak için A/B oranı izlenmiştir.

#### Firma değeri analizi

Kurum değeri, sermayeyi temsil eden her bir hisse senedinin değerini ifade eder. Diğer bir ifade ile kurum değeri hisse değerinin bir fonksiyonudur.

Hisse değeri kuruluş aşamasında başlangıç olarak, hissedarlar tarafından belirlenir ki bu değer nominal değer olarak adlandırılmaktadır. Hesap dönemleri itibari ile ölçümlenen ve faaliyet sonuçları ile sermaye ve temettü hareketlerine göre artan ve/veya azalan özkaynak tutarına göre hesaplanan hisse değeri ise defter değeri olarak tanımlanmaktadır. Hissenin bir diğer değeri de alım/satım esnasında satıcı ile alıcı arasında oluşan fiyattır ki bu da piyasa değeri olarak adlandırılmaktadır. Bu durumda nominal değer, işletme tarafından hangi noktaya taşındığının (defter değeri) ve piyasadaki değer, nereye ulaştığının izlenmesi gerekmektedir. Bu kapsamda izlenmesi gereken önemli bir parametre de bilanço kuru durdur. Bilanço kuru bir

hissenin özkaynak değerinin (X) nominal değeri (Y) karşısında ne olduğunu (X/Y) ifade eder (Durmuş, 1981, s. 189).

### Finansal Analiz

A market, B market ve C marketten oluşan işletme grubunun bağımsız denetimden geçmiş finansal tablo setlerinden elde edilen finansal bilgileri ve analiz sonuçları aşağıdaki gibidir:

**Tablo 1:** Finansal bilgiler

|                          | 2017            |                     | 2016            |                     | 2017      | 2016 |
|--------------------------|-----------------|---------------------|-----------------|---------------------|-----------|------|
|                          | Dönen Varlıklar | Kısa Vadeli Borçlar | Dönen Varlıklar | Kısa Vadeli Borçlar | Cari Oran |      |
| <b>A Market (000 TL)</b> | 3.776.275       | 5.516.096           | 2.471.347       | 3.320.760           | 0,68      | 0,74 |
| <b>B Market (000 TL)</b> | 3.602.483       | 3.830.814           | 2.654.633       | 2.967.849           | 0,94      | 0,89 |
| <b>C Market (000 TL)</b> | 511.633         | 941.268             | 274.877         | 809.973             | 0,54      | 0,34 |

|                          | 2017        |                  | 2016        |                  | 2017           | 2016 |
|--------------------------|-------------|------------------|-------------|------------------|----------------|------|
|                          | Özkaynaklar | Toplam Kaynaklar | Özkaynaklar | Toplam Kaynaklar | Özkaynak Oranı |      |
| <b>A Market (000 TL)</b> | 1.527.148   | 10.302.675       | 192.613     | 6.276.726        | 0,15           | 0,03 |
| <b>B Market (000 TL)</b> | 2.957.880   | 7.025.675        | 1.901.177   | 4.989.137        | 0,42           | 0,38 |
| <b>C Market (000 TL)</b> | 68.591      | 3.245.310        | 374.512     | 3.023.255        | 0,02           | 0,12 |

|                          | 2017                     |                       | 2016                     |                       | 2017                  | 2016 |
|--------------------------|--------------------------|-----------------------|--------------------------|-----------------------|-----------------------|------|
|                          | Brüt Satış Kârı (1000TL) | Net Satışlar (1000TL) | Brüt Satış Kârı (1000TL) | Net Satışlar (1000TL) | Brüt Satış Kârı Oranı |      |
| <b>A Market (000 TL)</b> | 4.081.966                | 15.344.047            | 2.952.557                | 11.059.224            | 0,27                  | 0,27 |
| <b>B Market (000 TL)</b> | 4.225.414                | 24.779.408            | 3.362.980                | 20.071.717            | 0,17                  | 0,17 |
| <b>C Market (000 TL)</b> | 1.162.463                | 4.553.989             | 1.014.444                | 4.493.875             | 0,26                  | 0,23 |

|                          | 2017          |              | 2016          |              | 2017                  | 2016  |
|--------------------------|---------------|--------------|---------------|--------------|-----------------------|-------|
|                          | Faaliyet Kârı | Net Satışlar | Faaliyet Kârı | Net Satışlar | Brüt Satış Kârı Oranı |       |
| <b>A Market (000 TL)</b> | 302.823       | 15.344.047   | 331.170       | 11.059.224   | 0,02                  | 0,03  |
| <b>B Market (000 TL)</b> | 1.059.677     | 24.779.408   | 797.598       | 20.071.717   | 0,04                  | 0,04  |
| <b>C Market (000 TL)</b> | -186.842      | 4.553.989    | -446.222      | 4.493.875    | -0,04                 | -0,10 |

|                          | 2017     |             | 2016     |             | 2017             | 2016  |
|--------------------------|----------|-------------|----------|-------------|------------------|-------|
|                          | Net Kâr  | Özkaynaklar | Net Kâr  | Özkaynaklar | Mali Rantabilite |       |
| <b>A Market (000 TL)</b> | 509.036  | 1.527.148   | -300.106 | 192.613     | 0,33             | -1,56 |
| <b>B Market (000 TL)</b> | 863.001  | 2.957.880   | 670.859  | 1.901.177   | 0,29             | 0,35  |
| <b>C Market (000 TL)</b> | -305.809 | 68.591      | -432.167 | 374.512     | -4,46            | -1,15 |



|                          | 2017                |                  | 2016                |                  | 2017                 | 2016  |
|--------------------------|---------------------|------------------|---------------------|------------------|----------------------|-------|
|                          | Faiz Öncesi Net Kâr | Toplam Kaynaklar | Faiz Öncesi Net Kâr | Toplam Kaynaklar | İktisadi Rantabilite |       |
| <b>A Market (000 TL)</b> | 1.390.886           | 10.302.675       | 276.420             | 6.276.726        | 0,14                 | 0,04  |
| <b>B Market (000 TL)</b> | 873.490             | 7.025.675        | 693.731             | 4.989.137        | 0,12                 | 0,14  |
| <b>C Market (000 TL)</b> | -116.765            | 3.245.310        | -284.172            | 3.023.255        | -0,04                | -0,09 |

|                          | 2017  |                   | 2016  |                   | 2017  | 2016 |
|--------------------------|---|-------------------|---|-------------------|-------|------|
|                          | İşletme Faaliyetlerinden Sağlanan Nakit Akışı (A) | Faaliyet Karı (B) | İşletme Faaliyetlerinden Sağlanan Nakit Akışı (A) | Faaliyet Karı (B) | A/B   |      |
| <b>A Market (000 TL)</b> | 1.050.825   | 302.823           | 780.453   | 331.170           | 3,47  | 2,36 |
| <b>B Market (000 TL)</b> | 1.410.479   | 1.059.677         | 1.185.222   | 797.598           | 1,33  | 1,49 |
| <b>C Market (000 TL)</b> | 123.918   | -186.842          | -145.964  | -446.222          | -0,66 | 0,33 |

|                          | 2017      |                |                     |               |              |
|--------------------------|-----------|----------------|---------------------|---------------|--------------|
|                          | Özkaynak  | Hisse Adedi    | Hisse Defter Değeri | Nominal Değer | Bilanço Kuru |
| <b>A Market (000 TL)</b> | 1.527.148 | 17.803.000.000 | 0,085780            | 0,01          | 8,58         |
| <b>B Market (000 TL)</b> | 2.957.880 | 30.360.000     | 97,426877           | 0,01          | 9.742,69     |
| <b>C Market (000 TL)</b> | 68.591    | 70.000.000.000 | 0,000980            | 0,01          | 0,10         |

|                 | 2017                      |                |                           |
|-----------------|---------------------------|----------------|---------------------------|
|                 | Hisse Kapanış Fiyatı (TL) | Hisse Adedi    | Toplam Piyasa Değeri (TL) |
| <b>A Market</b> | 27,45                     | 17.803.000.000 | 488.692.350.000           |
| <b>B Market</b> | 77,84                     | 30.360.000     | 2.363.222.400             |
| <b>C Market</b> | 5,58                      | 70.000.000.000 | 390.600.000.000           |

### Cari Oran

Cari oran bir işletmenin likidite ölçmede kullanılan en temel rasyodur (Gürsoy, 2006, s. 100). Bu oran aynı zamanda, net işletme sermayesinin yeterliliği konusunda da bir göstergedir. Genellikle 1.80 – 2.20 aralığında olması istenir. Ancak oranın sektör ortalaması ve tarihsel gelişimi ile konjonktür dikkate alınmadan sağlıklı bir yorum yapmak zordur. Bu hususu göz ardı etmeden, sadece objektif bir sıralama ile en iyi cari orana sırasıyla B market, A market ve C marketin sahip olduğunu söylemek mümkündür.

### Özkaynak Oranı

Özkaynak oranı işletmelerin özkaynak gücünü ölçmede kullanılır (Gürsoy, 2006, s. 109). Genel olarak %40 olması istenir. Ancak oranın sektör ortalaması ve tarihsel gelişimi ile konjonktür dikkate alınmadan sağlıklı bir yorum yapmak zordur. Bu hususu göz ardı etmeden, sadece objektif bir sıralama ile en iyi özkaynak oranına sırasıyla B market, A market ve C marketin sahip olduğunu söylemek mümkündür.

Sonuç itibariyle, üç kurum içinde 31.12.2017 ve 2016 tarihleri itibari ile finansal yapısı en iyi durumda olan kurum B markettir.

### Brüt Satış Kârı Oranı

Brüt satış kârı oranı işletmelerin satış kârlılığını ölçmede kullanılır (Gürsoy, 2006, s. 95). Verilere göre en iyi brüt satış kârı oranına sırasıyla A market, C market ve B market sahiptir.

### Faaliyet Kârı Oranı

Faaliyet kârı oranı işletmelerin faaliyet kârlılığını ölçmede kullanılır (Gürsoy, 2006, s. 95). Verilere göre en iyi faaliyet kârı oranına sırasıyla B market, A market ve C market sahiptir. Faaliyet kârlılığı sıralamasının brüt satış kârlılığına göre değişmesinin sebebi, A market ve C market'un satış, pazarlama ve yönetim giderleri gibi faaliyet giderlerinin yüksekliği ve bu giderlerin brüt satış kârı ile yeterince karşılanamamasıdır.

### Mali Rantabilite

Mali rantabilite özkaynak kârlılığının bir ölçüsüdür (Gürsoy, 2006, s. 98). Verilere göre en iyi mali rantabiliteye sırasıyla B market, A market ve C market sahiptir.

### İktisadi Rantabilite

İktisadi rantabilite toplam kaynak kârlılığını ifade eder (Ercan ve Ban, 2005, s. 46). Verilere göre en iyi iktisadi rantabiliteye sırasıyla B market, A market ve C market sahiptir.

Sonuç itibariyle, üç kurum içinde 31.12.2017 ve 2016 tarihlerinde sona eren yıllara ilişkin en iyi finansal performans göstergelerine sahip kurum B markettir.

### İşletme faaliyetlerinden sağlanan nakit akışları

İşletmelerin nakit akışlarını finansal ve/veya yatırım faaliyetlerinden sağlamanın sürdürülebilirliği yoktur. Esas olan nakit akışlarının işletme faaliyetleri ile sağlanmasıdır. Bu da işletmelerin sürekliliği ilkesinin bir gereğidir. Bu nedendir ki işletme faaliyetlerinden sağlanan nakit akışlarının faaliyet kârına oranı önemli bir göstergedir. Bu kapsamda en iyi orana sırasıyla A market, B market ve C market sahiptir.

### Bilanço Kuru

Bir hissenin nominal değerinin defter değerine eşitleyen kat sayı olan bilanço kuru yüksekliğine ilişkin sıralama B market, A market ve C market şeklindedir. Bunun temel nedeni B marketin yüksek özkaynak tutarına karşılık sermayesinin az hisseye bölünmesidir.

### Piyasa Değeri

Üç kurumun hisselerinin 29.12.2017 tarihli ağırlıklı ortalama fiyatları üzerinden toplam piyasa değeri sıralaması A market, C market ve B market şeklindedir.

## **Araştırma**

Bu çalışmada perakende sektöründe borsa hisse senedi işlem gören üç kurum üzerinde analiz yapılacaktır. Müşteride kuruma karşı güven, yüksek kalite, garanti gibi algılar, satın alma kararını pozitif yönde etkilemektedir (Ak, 1998, s. 149-150). Özellikle finans camiasında soyut olan bu kavramın yeteri kadar önem verilmediği dikkati çekmiştir. Bu çalışmada itibar algısının rakamsal değerlere nasıl yansıtıldığı görülmektedir.

### **Araştırmanın Metodolojisi**

Araştırmada kurum itibarı ile finansal göstergeler arası etkilenme incelenecektir. Araştırma iki kısımdan oluşmaktadır. İlk kısımda itibar katsayısı ölçümlemesi için anket yöntemi kullanılmıştır. Araştırmanın birinci kısmı; örneklem büyüklüğü, anakütleyi oluşturan Türkiye'deki perakende sektöründen hizmet alan tüketicilerin sayısı göz önünde

bulundurularak belirlenmeye çalışılmıştır. Anakütle çapının milyonlar düzeyinde olduğu bu gibi durumlarda Sekaran, anakütleyi temsil eden örnek büyüklüğünün en az 384 olması gerektiğini belirtmektedir (Sekaran, 1992, s. 253). Fombrun (1996, s. 12), tüm paydaş gruplarının algılarının ölçülmesi gerektiğini özellikle vurgulamıştır. Bu nedenle, araştırma örnekleme; kurum çalışanları, medya, finans, müşteri, yatırımcılar ve yasa koyucular, kurum içi pozisyonuna göre de üst düzey yönetici, müdür, şef, uzman, memur ve işçilerden oluşmuştur.

Perakende sektöründeki kurum itibarı katsayısı algısının hesaplanması için Fombrun'un (2000, s. 253) "RQ modeli" 10'lu ölçek olarak kullanılmış ve çevirisi araştırmacı tarafından yapılmıştır.

İkincil kaynak taraması sonucundan sonra, belirlenen sorular, standart bir anket formu ile örnek kütlede bulunan deneklere yöneltmiştir. Basit tesadüfi örnekleme yöntemi uygulanmıştır. Soruların anlamlılık ve güvenilirlik düzeyi incelenmiştir.

Anket soruları hazırlandıktan sonra, 17 kişiye pilot test yapılarak, soruların anlaşılır olup olmaması ve soruların güven aralığı kontrol edilmiştir. Daha sonra değerler uygun olduğu görülmüş ve anketler geniş kitleye dağıtılmıştır.

Anket dönüşleri %43'tür. Geri dönen anketlerden; 14 adedi, eksik ve hatalı doldurmadan dolayı, araştırmacı tarafından iptal edilmiş, değerlendirilmeye alınmamıştır. Sonuçta, geriye kalan eksiksiz olarak doldurulmuş toplam 393 adet anket araştırmaya dâhil edilmiştir.

İkinci kısımda ise finansal durum, karlılık, nakit akışı ve piyasa değerini kapsayan bir finansal analiz yapılmıştır.

## **Veriler ve Bulguların Değerlendirilmesi**

### **Anket sonuçları**

Yapılan bu çalışmada, ikincil kaynaklardan elde edinilen bilgiler ışığında ölçülmek istenen temel hipotez şu şekildedir:

H1: Perakende sektöründe incelenen kurumlarda "Kurumsal İtibar Katsayısı" ile "Finansal Göstergeler" arasında pozitif bir etki vardır.

H2: Perakende sektöründe incelenen kurumlarda "Kurumsal İtibar Katsayısı" ile "Hisse Değeri" arasında pozitif bir etki vardır.

Anketi dolduranların demografik özellikleri;

%42,3'ü kadın, %57,7'si erkektir. %30,8'zi 18-25 yaş, %26,9'u 26-35 yaş, %22,3'ü 36-45, %12,8'i 46-55 yaş, %4,1'i 56-65 yaş, %3,1'i 66 yaş ve üstüdür. %9,4'ü ilkokul, %12,8'i ortaokul, %26'sı lise, %44,9'u üniversite, %3,6'sı yüksek lisans, %3,3'ü doktora seviyesindedir. %31,6'sı öğrenci, %48,5'i çalışan, %14'ü ev hanımı, %4,8'zi emekli, %1'i diğerlerini kapsamaktadır. %47,1'in geliri 0-1000 arası, %27,4' nün geliri 1001-2500 arası, %17,6'sının geliri 2501-5000 arası, %7,9' unun geliri de 5001- kapsamaktadır. %10,7 eğitim, %14,1 sağlık, %9,9 medya, %10,5 lojistik, %15,5 finans, %10,3 perakende, %0,9 yasa koyucu, %15,5 imalat sanayi, %10,8 tekstil, %1,9 diğerlerini kapsamaktadır. %2,4 genel müdür, %3,8 üst düzey yönetici, %9 müdür, %5,2 şef, %19,8 uzman, %6,7 memur, %6,5 işyeri sahibi, %33,5 işçi ve %13,2 diğerleridir.

C market için Cronbach's Alpha değeri 0,948 bulunmuştur. Bu oldukça yüksek bir güvenilirlik katsayısıdır. Kaiser – Meyer – Olkin (KMO) değerinin 0,955 çıkması veriye faktör analizinin uygulanabileceğini göstermektedir. Ayrıca, Bartlett Testinde Ki-Kare değeri

4570,580, serbestlik derecesi 171, anlamlılık (p) değeri 0,000 çıktığı için, veri setinin faktör analizine uygun olduğu anlaşılmaktadır.

B market için Cronbach's Alpha değeri 0,919 bulunmuştur. Bu da oldukça yüksek bir güvenilirlik katsayısıdır. Kaiser – Meyer – Olkin (KMO) değerinin 0,955 çıkması, veriye faktör analizinin uygulanabileceğini göstermektedir. Ayrıca Bartlett Testinde Ki-Kare değeri 4887,567, serbestlik derecesi 190, anlamlılık (p) değeri 0,000 çıktığı için veri setinin faktör analizine uygun olduğu anlaşılmaktadır.

A market için Cronbach's Alpha değeri 0.952 bulunmuştur. Bu oldukça yüksek bir güvenilirlik katsayısıdır. Kaiser – Meyer – Olkin (KMO) değerinin 0,958 çıkması veriye faktör analizinin uygulanabileceğini göstermektedir. Ayrıca Bartlett Testinde Ki-Kare değeri 4733,340, serbestlik derecesi 170, anlamlılık (p) değeri 0,000 çıktığı için veri setinin faktör analizine uygun olduğu anlaşılmaktadır.

Analizde, Charles J. Fombrun'un altı faktör ve yirmi değişkenden oluşan, RQ modelinin uygulandığı, kurum bazında yapılan, kurum itibarı katsayısı algısının ölçüldüğü, anket verilerinin analizinde; C market ve B market kurumları için RQ modelindeki altı faktör, analiz sonucu; iki faktöre indirgenmiştir. A market ise tek faktör altında toplanmıştır. Faktörlerin toplam varyansları oldukça iyi bir değer olmakla birlikte sırası ile %58,06, %57,692 ve %56,489'ünü açıklamaktadır. Bu araştırmada güvenle kullanılabilir bir ölçüm oluşturduğu söylenebilir.

Yapılan analiz sonucunda perakende sektöründeki üç kuruma ait sonuçlar farklılık göstermiştir. A market faktör analizi sonucunda tüm boyutlar tek faktör altında toplanmıştır. C marketin birinci faktörünün altında "Ürün ve Hizmet" ve "Çalışma Ortamı" boyutları bir algılanmış olup, ikinci faktörünün altında; Finansal Performans", "Kurumsal Sosyal Sorumluluk", "Duygusal Çekicilik" boyutları bir algılanmıştır. Vizyon ve Liderlik boyutunun altında var olan sorular bu iki faktör altında dağılmıştır. B market birinci faktör altında "Ürün ve Hizmet", "Vizyon ve Liderlik" ve "Finansal Performans" boyutları toplanmış olup, ikinci faktörünün altında; "Çalışma Ortamı", "Kurumsal Sosyal Sorumluluk", "Duygusal Çekicilik", boyutları bir algılanmıştır.

A market itibar algısında boyutlar arasındaki farklılıklar görülmemektedir. C market ürün ve hizmet kalitesi ile beraber çalışma ortamı en yüksek artı değeri oluştururken finansal performans, KSS ve duygusal çekicilik takip etmektedir. B market için en yüksek artı değeri ürün ve hizmet, vizyon ve liderlik, finansal performans oluştururken, çalışma ortamı, KSS, duygusal çekicilik takip etmektedir. Real ortamda B marketin finansal göstergeleri en yüksek iken toplumda itibar algısında orta sırasında algılanmaktadır. Araştırmanın "H1: Perakende sektöründe incelenen kurumlarda "Kurumsal İtibar Katsayısı" ile "Finansal Göstergeler" arasında pozitif bir etki vardır." hipotezi ret edilmiştir.

Perakende sektöründe hizmet veren kurumların ayrı ayrı tanımsal istatistiklerinde C market, "Ürün ve Hizmet" ve "Çalışma Ortamı" faktörü itibar katsayısı 7,457; Finansal Performans", "Kurumsal Sosyal Sorumluluk", "Duygusal Çekicilik" faktörü itibar katsayısı 7,347 olup toplam itibar katsayısı 7,389 dur. B market "Ürün ve Hizmet", "Vizyon ve Liderlik" ve "Finansal Performans" faktörü itibar katsayısı 6,395; "Çalışma Ortamı", "Kurumsal Sosyal Sorumluluk", "Duygusal Çekicilik" faktörü itibar katsayısı 6,053 olup toplam itibar katsayısı 6,227'dir. Lider konumunda olan, tek faktör altında toplanan ve en yüksek toplam itibar katsayısı A marketin olup 7,621'dir. Yapılmış olan analizle paralel sonuçları veren 2017 Nisan ayında Türkiye İtibar Akademisi tarafından bu yıl altıncısı yapılan ve Türkiye İtibar Endeksi (TİE) Araştırması'nın sonuçlarında da en itibarlı perakende zinciri A market çıkmıştır (<http://www.hurriyet.com.tr/sector-sektor-turkiyenin-en-itibarli-sirketler-40427578>, Erişim Tarihi: 9.04.2018).

## Finansal Analiz Sonuçları

Finansal durum analizinde en iyi cari orana sırasıyla B market, A market ve C marketin, en iyi özkaynak oranına sırasıyla B market, A market ve C marketin, karlılık analizinde en iyi brüt satış kârı oranına sırasıyla A market, C market ve B marketin, en iyi faaliyet kârlılığı oranına sırasıyla B market, A market ve C marketin, en iyi özkaynak karlılığına sırasıyla B market, A market ve C marketin, en iyi kaynak karlılığına sırasıyla B market, A market ve C marketin sahip olduğu tespit edilmiştir.

Nakit akış analizinde ise en iyi işletme faaliyetlerinden nakit akışlarının faaliyet kârına oranına sırasıyla A market, B market ve C marketin sahip olduğu görülmektedir.

Kurum değeri analiz sonuçlarına göre en iyi bilanço kuruna sahip kurumlar sırasıyla B market, A market ve C markettir.

Üç kurumun hisselerinin 29.12.2017 tarihli ağırlıklı ortalama fiyatları üzerinden toplam piyasa değerinde ise sıralama A market, C market ve B market şeklindedir.

Araştırmanın “H2: Perakende sektöründe incelenen kurumlarda “Kurumsal İtibar Katsayısı” ile “Piyasa Değeri” arasında pozitif bir etki vardır.” hipotezi kabul edilmiştir.

Sonuç olarak H1 hipotezi ret edilmiş, H2 hipotezi de kabul edilmiştir. İtibar Katsayısının yüksek olması için sadece Finansal göstergelerin yüksek olması yeterli olmadığı görülmüştür. Ancak itibarı yüksek olan kurumların, finansal göstergeleri en üst sırada olmasa da, kurumların piyasa değeri ilk sırada olduğu görülmüştür.

Araştırmanın sonucuna göre piyasa değerinde yüksek noktalara ulaşmak için itibarlı bir kurum olmak şarttır.

## Sonuç ve Öneriler

İtibar, mali bir tutar olmayıp, mali sonuçlara etki eden bir katma değer olarak, piyasa değeri üzerinde etkisi tespit edilmiştir. İtibar katsayı değeri en yüksek perakende zinciri olan A market aynı zamanda piyasa değeri en yüksek kurumdur. Her ne kadar A marketin finansal göstergeleri B marketin altında kalsa da en itibarlı olan A market piyasa değerinde de lider bayrağını kaptırmamıştır. A marketi takiben en yüksek ikinci itibar katsayısına ise C market sahiptir.

A marketin en eski perakende zinciri olması ve itibar algısının en yüksek olması, kurumun bir bütün olarak algılanmasına buna bağlı tek bir boyut altında toplandığı düşünülmektedir. Bununla beraber kuruluş tarihi olarak ikinci sırada var olan C market de itibar katsayısı algısında ikinci sırada yer almaktadır. İtibar algısında, Fombrun'un (1996) da belirttiği gibi kurumların köklü geçmişlerinin etkili olduğunu teyit eder şekilde çalışma sonucuna ulaşılmıştır.

Finansal göstergeler karşılaştırıldığında gerek net işletme sermayesi gerekse özkaynak yeterliliği açısından B marketin diğer iki kuruma kıyasla daha iyi durumda olduğu görülmektedir. Aynı durum karlılık analizinde de geçerlidir. B market gerek faaliyet karlılığında gerekse iktisadi ve finansal rantabilitede diğer iki kuruma nazaran daha iyi bir performansa sahiptir. Nominal hisse değerini hisselerin defter değerine eşitleyen katsayı olan bilanço kuru da en yüksek değere B markette ulaşmaktadır. İşletme faaliyetlerinden nakit üretiminde de B market iyi bir performans göstermektedir. Bütün bunlara karşı 31.12.2017 tarihi itibari ile piyasa değeri en düşük kurum yine B markettir. Bu sonuca göre kurumun piyasa değerinin oluşmasında, çalışmada ele alınan finansal göstergelerden ziyade kurumsal itibarın etkili olduğunu söylemek mümkündür. Bununla birlikte, piyasa değerinin oluşmasında etkili olan başka finansal göstergeler de olabilir.

İşletme faaliyetleri sonucunda ortaya çıkan finansal durum, finansal performans ve nakit akışlarına ilişkin finansal göstergeler B markette diğerlerine göre daha iyi olmasına rağmen, bu nitelik bir katma değer olarak piyasa değerine yansımamıştır. Bunun sebebi analizde de ortaya çıktığı gibi itibar katsayısının diğerlerine göre düşük olup hisse fiyatına olumsuz yansımından kaynaklanmaktadır. Başka bir ifade ile B market pozitif finansal göstergelerine rağmen kurumsal itibar algısı düşük algılandığı için piyasa değeri düşüktür. Piyasa değerinin yüksek olması için kurum itibar algısının yüksek olması şart olduğu görülmektedir.

### Kaynakça

- Ak, M.,(1998). *Firma/markalarda kurumsal kimlik ve imaj*. İstanbul: Reklam, Halkla ilişkiler ve grafik sanatları dizisi.
- Akdoğan, N. & Tenker, N., (2007). *Finansal Tablolar ve mali analiz teknikleri*. Ankara: Gazi.
- Alsop, R. J., (2004). Corporate reputation: Anything but superficial the deep but fragile nature of corporate reputation. *The Journal of Business Strategy*, 25/6, 21-29.
- Anon, (2017). *Kamu Gözetim Kurumu*. Ankara: KGK.
- Arat, E., (2005). *Finansal Analiz aracı olarak oranlar*. İstanbul: Marmara üniversitesi, NSS Vakfı.
- Ataman, B. & Gökçen, G., (2017). *Büyük ve orta boy işletmeler için finansal raporlama standardı uygulamaları*. İstanbul: Beta.
- Barney, J., (1991). Firm resource and sustained competitive advantage. *Journal of Management*. 17/1, 99-120.
- Dabbağoğlu, K., (2014). *Finansal muhasebe dönemiçi işlemler*. Ankara: Nobel.
- Devine, I., (2001). Implicit Claims: The role of corporate reputation in value creation. *Corporate Reputation Review*. 4/1, 43-49.
- Durmuş, A. H., (1981). *Mali tablolar tahlili*. İstanbul: Marmara üniversitesi NSS vakfı.
- Ercan, M. K. & Ban, Ü., (2005). *Finansal yönetim*. Ankara: Gazi.
- Fombrun, C.J., (1996). *Reputation realizing value from the corporate image*. Boston: Harvard business school press.
- Fombrun, C.J. & Van Riel, C. B.M., (2004). *Fame and fortune: How successful companies reputations*. New York: Financial time.
- Fombrun, C. J., Gardberg, N. A. & Sever, J.M., (2000). The reputation quotient: A Multi – stakeholder measure of corporate reputation. *The Journal of brand management*. 7/4, 241–243.
- Gökçen, G., Ataman, B. & Çakıcı, C., (2016). *Türkiye Finansal raporlama standartları uygulamaları*. İstanbul: Beta.
- Green, P.S., (1996). *Şirket ününü korumanın yolları*, Abdullah Ersoy (çev.), İstanbul: AD yayıncılık.
- Gücenme, Ü., (2005). *Mali Tablolar analizi ve enflasyon muhasebesi*. İstanbul: Aktüel.
- Gürsoy, C. T., (2006). *Finansal yönetim ilkeleri*. İstanbul: Doğu üniversitesi.
- Hall, R., (1992). The strategic analysis of intangible resources. *Strategies management journal*, 13/2, 135-144.
- Hannington, T., (2004). *How to measure and manage your corporate reputation*, Burlington: gower.
- Karaköse, T., (2007). *Kurumların DNA'sı itibar ve yönetimi*, Ankara: Nobel yayın.
- Kotler P. & Lee N., (2008). *Corporate social responsibility, Kurumsal sosyal sorumluluk*. (çev.) Sibel Kaçamak, 2. Baskı, İstanbul: Mediacat.
- Markwick, N. & Fill C., (1997). Towards a framework for managing Corporate identity. *European journal of marketing*, 31-5/6, 396 – 409.
- O'Brady, A. K., (2005). *The sustainability effect; Rethinking corporate reputation in the 21st Century*. London: Palgrave macmillan.

- Örten, R., Kaval, H. & Karapınar, A., (2008). *Türkiye finansal raporlama standartları uygulama ve yorumları*. Ankara: Gazi.
- Ross, L.G. (2008). *Corporate reputation, 12 step to safe guarding and recovering reputation*. Canada: John Wiley & Sons Publishing.
- Sekaran, U., (1992). *Research methods for business: A skill building approach*. UK: John Willey and sons.
- Şavlı, T., (2014). *Uluslararası/Türkiye finansal raporlama standartları*. İstanbul: Yaklaşım.
- Tucker, L. & Melewar T.C., (2005). Corporate reputation and crisis management: The threat and manageability of anti-corporatism. *Corporate Reputation Review*, 7/4, 377-387.
- Erişim tarihi: 9.04.2018, <http://www.hurriyet.com.tr/sector-sektor-turkiyenin-en-itibarli-sirketler-40427578>,

### Ekler

**Tablo2:** C Market faktör analizi ve faktör yükleri

|   | Ürün ve Çalışma Ortamı | Finans, KSS ve Duygusal Çekicilik |
|---|------------------------|-----------------------------------|
| 17 Kurum, iyi amaçları destekler.   | ,766                   |                                   |
| 20 Kuruma, güven duyarım.   | ,736                   |                                   |
| 16 Kurum, çevreye karşı sorumlu bir şirkettir.                                  | ,698                   |                                   |
| 18 Kurum hakkında, iyi hislerim vardır.   | ,681                   |                                   |
| 15 Kurum, insanlara davranışlarında yüksek standartları tutturur.               | ,678                   |                                   |
| 19 Kurumu, takdir eder ve saygı duyarım.  | ,667                   |                                   |
| 12 Kurum, gelecekteki büyüme için, güçlü umutları olan bir şirket gibi görünür. | ,607                   |                                   |
| 14 Kurum, yatırımcılar için düşük riskli görünür.                               | ,590                   |                                   |
| 6 Kurumun, gelecek için açık bir vizyonu vardır.                                | ,576                   |                                   |
| 13 Kurumun, rakiplerinden üstün gelme eğilimi vardır.                           | ,574                   |                                   |
| 10 Kurum, iyi çalışanlara sahip bir kurum olarak görünür.                       | ,557                   |                                   |
| 11 Kurum, güçlü bir karlılık geçmişine sahiptir.                                | ,535                   |                                   |
| 1 Kurum, yüksek kaliteli ürün ve hizmet sunar.                                  |                        | ,804                              |
| 3 Kurum, ürün veya hizmetinin arkasında durur.                                  |                        | ,795                              |
| 8 Kurum, iyi yönetilir.   |                        | ,722                              |
| 5 Kurumda, mükemmel bir liderlik vardır.  |                        | ,678                              |
| 2 Kurum, paranın karşılığı olan hizmetler sunar.                                |                        | ,677                              |
| 4 Kurum, yenilikçi ürün ve hizmet geliştirir.                                   |                        | ,630                              |
| 9 Kurum, çalışılacak iyi bir şirket olarak görünür.                             |                        | ,580                              |
| % Varyans   | 30,838                 | 27,178                            |
| % Toplam Varyans  | 58,016                 |                                   |
| Kaiser-Meyer-Olkin  | ,955                   |                                   |
| Bartlett  | 4580,570               |                                   |
| df/sig.   | ,171 / 000             |                                   |
| Crombach Alpha Soru 12/7  | ,922                   | ,895                              |
| Crombach Alpha Soru 19  | ,948                   |                                   |

**Tablo 3:** B Market faktör analizi ve faktör yükleri

|   | Ürün ve Çalışma Ortamı | Finans, KSS ve Duygusal Çekicilik |
|---|------------------------|-----------------------------------|
| 13 Kurumun, rakiplerinden üstün gelme eğilimi vardır.                           | ,735                   |                                   |
| 14 Kurum, yatırımcılar için düşük riskli görünür.                               | ,728                   |                                   |
| 7 Kurum, pazar fırsatlarını tanır ve avantajlarından yararlanır.                | ,724                   |                                   |
| 2 Kurum, paranın karşılığı olan hizmetler sunar.                                | ,716                   |                                   |
| 12 Kurum, gelecekteki büyüme için, güçlü umutları olan bir şirket gibi görünür. | ,683                   |                                   |
| 11 Kurum, güçlü bir karlılık geçmişine sahiptir.                                | ,677                   |                                   |
| 6 Kurumun, gelecek için açık bir vizyonu vardır.                                | ,668                   |                                   |
| 3 Kurum, ürün veya hizmetinin arkasında durur.                                  | ,654                   |                                   |
| 8 Kurum, iyi yönetilir.   | ,638                   |                                   |
| 4 Kurum, yenilikçi ürün ve hizmet geliştirir.                                   | ,558                   |                                   |
| 16 Kurum, çevreye karşı sorumlu bir şirkettir.                                  |                        | ,764                              |
| 10 Kurum, iyi çalışanlara sahip bir kurum olarak görünür.                       |                        | ,701                              |
| 9 Kurum, çalışılacak iyi bir şirket olarak görünür.                             |                        | ,695                              |
| 20 Kuruma, güven duyarım.   |                        | ,676                              |
| 17 Kurum, iyi amaçları destekler.   |                        | ,621                              |
| 19 Kurumu, takdir eder ve saygı duyarım.  |                        | ,593                              |
| 18 Kurum hakkında, iyi hislerim vardır.   |                        | ,586                              |
| 15 Kurum, insanlara davranışlarında yüksek standartları tutturur.               |                        | ,582                              |
| 1 Kurum, yüksek kaliteli ürün ve hizmet sunar.                                  |                        | ,558                              |
| 5 Kurumda, mükemmel bir liderlik vardır.  |                        | ,503                              |
| % Varyans   | 31,942                 | 25,750                            |
| % Toplam Varyans  | 57,692                 |                                   |
| Kaiser-Meyer-Olkin  | ,955                   |                                   |
| Bartlett  | 4887,567               |                                   |
| df/sig.   | ,190 / 000             |                                   |
| Crombach Alpha Soru10/10  | ,916                   | ,827                              |
| Crombach Alpha Soru 20  | ,919                   |                                   |

**Tablo 4:** A Market faktör analizi ve faktör yükleri

|   | KSS ve Duygusal Çekicilik, Finans, Liderlik, Ürün ve Çalışma Ortamı |
|---|---|
| 19 Kurumu, takdir eder ve saygı duyarım.                          | ,825  |
| 20 Kuruma, güven duyarım.   | ,801  |
| 18 Kurum hakkında, iyi hislerim vardır.                           | ,772  |
| 15 Kurum, insanlara davranışlarında yüksek standartları tutturur. | ,758  |



|    |  |            |        |
|----|--|------------|--------|
| 17 | Kurum, iyi amaçları destekler.   | ,738       |        |
| 13 | Kurumun, rakiplerinden üstün gelme eğilimi vardır.                           | ,721       |        |
| 10 | Kurum, iyi çalışanlara sahip bir kurum olarak görünür.                       | ,698       |        |
| 16 | Kurum, çevreye karşı sorumlu bir şirkettir.                                  | ,691       |        |
| 12 | Kurum, gelecekteki büyüme için, güçlü umutları olan bir şirket gibi görünür. | ,676       |        |
| 9  | Kurum, çalışılacak iyi bir şirket olarak görünür.                            | ,674       |        |
| 11 | Kurum, güçlü bir karlılık geçmişine sahiptir.                                | ,664       |        |
| 8  | Kurum, iyi yönetilir.  | ,649       |        |
| 7  | Kurum, pazar fırsatlarını tanır ve avantajlarından yararlanır.               | ,622       |        |
| 14 | Kurum, yatırımcılar için düşük riskli görünür.                               | ,596       |        |
| 2  | Kurum, paranın karşılığı olan hizmetler sunar.                               | ,592       |        |
| 1  | Kurum, yüksek kaliteli ürün ve hizmet sunar.                                 | ,590       |        |
| 3  | Kurum, ürün veya hizmetinin arkasında durur.                                 | ,576       |        |
| 5  | Kurumda, mükemmel bir liderlik vardır.                                       | ,549       |        |
| 6  | Kurumun, gelecek için açık bir vizyonu vardır.                               | ,513       |        |
| 4  | Kurum, yenilikçi ürün ve hizmet geliştirir.                                  |            | ,819   |
|    | % Varyans  | 43,174     | 13,315 |
|    | % Toplam Varyans   | 56,489     |        |
|    | Kaiser-Meyer-Olkin   | ,959       |        |
|    | Bartlett   | 4767,914   |        |
|    | df/sig.  | ,190 / 000 |        |
|    | % Toplam Varyans 4. soru çıkartılınca  | 53,848     |        |
|    | Crombach Alpha Soru 19   | ,952       |        |

**Tablo 5:** Markaların faktörler bazında itibar katsayıları ve toplam itibar katsayıları

| N:393       | C Market               |                                   | B Market               |                                   | A Market   |
|-------------|------------------------|-----------------------------------|------------------------|-----------------------------------|------------|
|             | Ürün ve Çalışma Ortamı | Finans, KSS ve Duygusal Çekicilik | Ürün ve Çalışma Ortamı | Finans, KSS ve Duygusal Çekicilik | Tek Faktör |
| Mean        | 7,457                  | 7,347                             | 6,395                  | 6,053                             | 7,621      |
| Toplam Mean | 7,389                  |                                   | 6,228                  |                                   | 7,621      |

**POLITICAL SCIENCE**  
**And**  
**INTERNATIONAL**  
**RELATIONS**

## Parlamento Dışı Muhalefet Örneği Olarak Siyasal Kadın Hareketleri: Dünyadan ve Türkiye'den Örnekler

### Non-Political Opposition In Parliament In Case Of Women Movement: From Turkey And The World Examples

Tuğba YOLCU\*

#### Öz

Parlamentolar demokrasinin pratikte uygulanmasını sağlayan en önemli araç olmakla birlikte parlamento dışı güçler de demokrasilerin sağlıklı işlemesine yardımcı olabilmektedir. Demokrasinin çoğulculuk ilkesinin parlamentodaki görünümü muhalefet partileridir. Bu ilkenin parlamento dışında da pratikte uygulamalarına rastlanmaktadır. Özellikle sivil toplum kuruluşları bu görevi üstlenmektedir. Kadınlar ise demokrasinin gelişmesinde ve demokratikleşme süreçlerinde siyasal iktidar tarafından araç olarak kullanılmıştır. Demokrasinin gelişmesinde cinsiyet eşitliği önemli bir kriter olarak sunulmuş ve bu durum siyasal anlamda geri planda olan kadına siyasal haklar verilmesi ile sağlanmaya çalışılmıştır.

Çalışmada, parlamento dışı muhalefet örneği olarak kadınlar ve kadın örgütlerinin siyasal alanda etkisi Türkiye ve dünyadaki kadın hareketleri açısından değerlendirilmiştir. Çalışmanın temel varsayımı tarihsel süreç içerisinde cinsiyetler arası eşitsizliğe karşı mücadelenin siyasal alanda parlamento dışında bir siyasal muhalefet oluşturduğudur. Oluşan bu muhalefet, mücadelenin biçimine göre de farklılık taşımaktadır. Türkiye'de modernleşme çabalarının bir unsuru olarak kadına verilen hakların devlet eliyle gerçekleşmesi batıdaki mücadele tarzından farklı olmuş, bu durum ise kadın hareketlerinin batıdakinden farklı bir seyir izlemesine neden olmuştur. Günümüzde ise bu farklılığın sonuçlarını analiz edebilmek adına 2017 yılında gerçekleşen kadın hareketlerinin bir değerlendirmesi yapılmış ve Türkiye ve dünyadaki kadın hareketlerinin muhalefet etme sürecindeki taleplerinin hangi alanlarda olduğu ortaya konulmuştur.

Çalışmada tarihsel ve betimsel yöntem kullanılmıştır. Kadın örgütlerinin parlamento dışı muhalefet örneği olarak siyasal iktidarların uygulamalarına karşı görüş ve düşünceleri ile Türkiye ve dünya örnekleri betimsel yöntem ile değerlendirilmiştir. Tarihsel yöntem olarak ise siyasi kadın hareketlerinin parlamento dışı muhalefet olarak tarihsel arka planına değinilmiştir.

**Anahtar Kelimeler:** Muhalefet, kadın, parlamento dışı muhalefet, kadın hareketleri

#### Abstract

Whereas parliaments are the most significant tools for democracy to come into being, non-parliamentary powers could facilitate sound operation of democracies. Democracy's principle of pluralism appears in the parliament as the opposition parties. This principle is put into practice outside the parliament, as well. Particularly the non-governmental organizations undertake this role. Besides, women have been used by the political power as a tool in the democratization processes and for the development of democracy. Gender equality has been presented as an important criterion in the development of democracy, which has been facilitated by granting political rights to women who previously remained in the background on political terms.

In this research, an example of non-parliamentary opposition is studied with respect to the political role of women and women's associations and women's movements in Turkey and around the world. The basic assumption of the research is that the struggle against gender inequality in history has generated a non-parliamentary political opposition in the political arena. The way of opposition varies depending on the type of struggle. In Turkey, the government's granting rights to women as a part of the modernization efforts differed from the way of struggle in the West, which caused women's movements to progress in a different manner than those of the West. In order to analyze the results of this difference today, women's movements of the year 2017 are assessed to reveal out in which areas the demands of women's movements in Turkey and around the world came out in their opposing process.

Historical and descriptive methods are used in the research. As an example of non-parliamentary opposition, the opinions and views of women's associations in Turkey and around the world against the political powers, are assessed with the descriptive method. The historical method of the research deals with the historical background of political movements of women as an example of non-parliamentary opposition.

**Key Words:** Opposition, woman, non-parliamentary opposition, women's movements

\* Dr. Öğr. Üyesi, Osmaniye Korkut Ata Üniversitesi, İktisadi İdari Bilimler Fakültesi, Siyaset Bilimi ve Kamu Yönetimi Bölümü, [tyolcu@osmaniye.edu.tr](mailto:tyolcu@osmaniye.edu.tr)

## Giriş

Toplumların oluşması ile birlikte insanlar arasında farklılaşma da ortaya çıkmıştır. İnsanlar arasındaki bu farklılıklardan en önemlisi cinsiyettir. Cinsiyet insanların toplu halde yaşamalarına bağlı olarak insanlara toplumsal rollerin biçilmesinde belirleyici bir unsur olmuştur. Bu roller zamanla kadın ve erkek arasındaki eşitsizliklerin de temelini oluşturmuştur.

Geçmişten bu yana kadına biçilen rol ev içi alanla sınırlandırılmaya çalışılmıştır. Bu sınırlandırmaya karşı verilen mücadele aslında demokrasinin de mücadelesi olmuştur. Demokrasiye geçişlerin önemli bir ayağını kadına verilen siyasi, hukuksal ve ekonomik haklar oluşturmuştur. Bu haklar kimi zaman demokrasinin bir aracı olarak verilmiş kimi zamanda kadınların örgütlü mücadelesi sonucu verilmiştir.

Batıda Fransız devrimi temel hak ve özgürlükler açısından büyük bir adım olmakla birlikte bu süreçten sonra kadınların da toplumsal konumlarını iyileştirmek adına mücadelelere başladıkları görülmektedir. Ancak günümüzde hala kadın ve erkek hukuksal olarak eşit haklara sahip olsalar da toplumsal açıdan geçmişten bu yana süregelen toplumsal rollerden dolayı fiili olarak özellikle siyasal alanda eşit temsil imkânı bulamamaktadır. Bu durum kadınların parlamento dışında siyasal iktidara karşı bir muhalefet oluşturmalarına sebep olmuştur.

Çalışmada betimsel ve tarihsel araştırma yönteminden faydalanarak öncelikle kadın hareketlerinin parlamento dışı muhalefet unsuru olarak tarihsel geçmişi ortaya konulmuştur. Daha sonra ise nitel araştırma yöntemleri içinde verilerin analizi, bulguların betimlenmesi ve yorumlanması için önerilen yöntemlerden biri olan betimsel analiz (Yıldırım & Şimşek, 2008) yöntemi ile kadın hakları ve politik süreçlere dair 2017 yılına ait kadın hareketler, gazete ve hareketlerin web adresleri very alınarak incelenmiş ve elde edilen bulgular yorumlarla desteklenerek teorik yapıya ilişkin sonuçlar elde edilmiştir.

Demokrasinin en temel unsurlarından biri olan muhalefet ayrıca siyasal iktidarı etkili bir şekilde denetlenmesinde de önemli bir araçtır. Bu durum demokrasinin çoğulculuk ilkesinin bir gereğidir. Bu nedenle çalışmada öncelikle çoğulculuk ilkesi ve bunun ortaya çıkardığı muhalefetin parlamento dışı biçimine yer verilmiştir.

Tüm toplumsal kurumlarda olduğu gibi parlamento dışı muhalefetin etkili bir şekilde işlevini yerine getirebilmesi için örgütlenme önemli bir koşuldur. Parlamento dışı muhalefetin örgütlü yapısını ise sivil toplum kuruluşları oluşturmaktadır. Çalışmanın ikinci başlığında ise parlamento dışı muhalefette sivil toplumun konumuna yer verilmiştir.

Siyasal anlamda kadınların parlamento dışında muhalefetini anlamak adına kadınların siyasetteki yerinin analiz edilmesi kadınların taleplerinin belirlenmesi açısından önemlidir. Çalışmanın diğer başlığında ise bu konu analiz edilmiş ve geçmişten bu yana dünyada ve Türk siyasi tarihinde kadın hareketlerinin gelişim seyri ortaya konularak 2017 yılında bu tarihsel arka plana dayalı olarak kadın hareketlerinde kadınların talepleri ve karşı çıkışları analiz edilmiştir. Son olarak ise çalışmanın genel bir değerlendirmesi yapılmıştır.

### Parlamento Dışı Muhalefet ve Çoğulcu Demokrasi

Demokratik yönetimlerin vazgeçilmez unsurlarından biri de muhalefettir. Demokrasinin temel unsurlarından olan çoğulculuk ilkesinin bir sonucu olarak ortaya çıkan siyasal muhalefet iktidarların denetlenmesi anlamında önemli bir işlevi yerine getirmektedir. Bu nedenle iktidar ilişkilerini açıklamada anahtar role sahiptir.

Muhalefet genel olarak tanımlandığında bir davranış ve tutuma uymamama, karşı olma gibi kavramlarla açıklanmakla birlikte mutlak olan gücü sınırlama ve alternatifler üretme yolu olarak da açıklanabilir (Mardin, 1992, s.179). Muhalefet olgusunun siyasal niteliğe bürünmesi siyasal rejim ve onun somut öğeleri ile toplumsal ve ekonomik yapıyı hedef olarak bunlardan

birine, birkaçına ya da hepsine yöneldikleri andan itibaren gerçekleşmektedir (Turgut, 1984, s.4). Bu anlamda siyasal muhalefet yerleşik ve meşru bir iktidara karşı gelmek, eleştirmek veya yıkmak amacıyla gerçekleştirilen faaliyetler olarak tanımlanabilir (Özcan, 2001, s.127).

Siyasal muhalefet sadece sosyo-ekonomik düzene ya da siyasal iktidara karşı çıkış değil bu karşı çıkışın karşılığında alternatif bir program ve öneri üretmek yasalar çerçevesinde ya da yasal olmayan çeşitli yollarla etki ve sonuçlar yaratmayı içeren davranış biçimleridir (Turgut, 1984, s.8). Siyasal muhalefetin görüldüğü alanlar çeşitlidir. Genel olarak ilk akla gelen parlamento içi muhalefettir. Parlamento düzeyinde gerçekleşen muhalefet tarzı temsili demokrasiler için önemli bir işleve sahip olup siyasal iktidar yarışının içindedir. Bu nedenle etkin bir muhalefet örneği sergiler. Politik çoğunluğun kararlarını inceleyip eleştirir ve alternatifler üretmek seçimleri kendi lehine yönlendirme doğrultusunda faaliyette bulunur (Steinack, 2011, s.26).

Bunun yanı sıra parlamento dışında da muhalefet örnekleri görülmektedir. Toplumsal muhalefet olarak tanımlanan bu muhalefet türü iktidarı elde etmek ya da ortak olmak amacıyla oluşmamıştır (Turgut: 1984, s.135). Bu tür muhalefetin temel amacı iktidarı elde etmek değil, iktidarın karar ve uygulamalarını kendi çıkarları doğrultusunda etkilemektir. İktidarı elde etme amacı gütmemesi sebebi ile parlamento dışı muhalefet etme araçları her zaman meşru yollarla olmamaktadır.

Parlamento dışı muhalefet bir izin çerçevesinde belli toplumsal gelişmelerin kendiliğinden ortaya çıktığı durumlarda anayasal parlamento dışı muhalefet; belirli bir iznin dışında ortaya çıktığı durumlarda ise anayasa dışı olarak nitelendirilir (Turgut, 1984, s.189). Siyasal iktidar siyaset oluşturma sürecinde yalnız değildir. Siyasal iktidarı politika üretme koşullarında etkileyen birçok unsur vardır. Bu süreçte parlamento içindeki tepkilerin yanında parlamento dışındaki tepkileri de dikkate almaktadır. Sokak eylemleri, düşünce akımları, örgütlü protestolar ya da oluşturulan kamuoyları parlamento dışı muhalefete örnek olarak verilebilir.

Siyasal muhalefetin oluşumu ve dönüşümü ile ilgili kilit rolü siyasal rejimin özellikleri üstlenmektedir (Gel'man, 2005, s.229). Parlamento dışı muhalefetin oluşabilmesi için; düşünce, ifade, basın ve örgütlenme özgürlüklerinin var olması, güçlü bir sivil toplum yapılanması, muhalefet hareketlerine ayrılıkçı bakış açısı getirmeyen hoşgörüyü dayalı siyasal kültürün varlığına ihtiyaç vardır (Karadağ, 2002, s.34). Bu nedenle anayasa çerçevesinde ortaya çıkan parlamento dışı muhalefet çoğulcu demokrasilerde görülmektedir

Çoğulcu demokrasi anlayışı 18. yüzyıla kadar uygulama alanı bulamamış o zamana kadar bölünmüş, uyuşmazlığa düşmüş siyasal toplumun varlığını sürdüremeyeceği inancı hakim olmuştur. Bu sürece kadar demokrasinin temel vurgusu iktidarın meşruiyet kaynağının yönetilenler olduğu anlayışından yola çıkarak çoğunluk ilkesi olmuştur. Ancak iyi bir siyasal sistem için çoğulcu bir onayın (pluralistic consensus) ya da (önemine göre) çoğulcu bir muhalefetin (pluralistic dissensus) gerekliliği 19 yy., partilerin ve parti sistemlerinin gelişmesiyle kavranabilmiştir. Bu zamandan sonra muhalefetin var olması çoğulculuk ilkesinin bir değeri olarak varlığını sürdürmüştür (Sartori, 2014, s. 124). Çoğulculuk geniş bir tanımlama ile çokluğa ve farklılığa karşılık gelen ve bu farklılığın sağlıklı ve istenilebilir bir durum olarak bireysel özgürlüğü koruyan, tartışmayı, fikrî gelişmeyi ve anlamayı teşvik eden bir kavramdır. Çoğulculuk dar anlamda ise siyasal iktidarın belirli bir grubun yani yönetici ya da elit sınıfın denetiminde olması yerine eşit ve geniş bir şekilde toplum nezdinde dağıtılmasını öngörür (Heywood , 2006, s. 112).

Çoğulculuk ilkesi demokrasinin temel değerlerinden olan eşitlik ilkesinin de bir gereğidir. Robert Dahl, siyasal toplumda bireylerin temel politikalarının belirlenmesinde siyasal bakımdan eşit değerde olmaları için toplum üyelerinin temel siyasaların belirlenmesinde

görüşlerini açıklayabilmek için eşit ve etkin imkanlara sahip olmaları ve her üyenin alternatif kararlar ve onların muhtemel sonuçları hakkında bilgi edinmede, karar vermede eşit haklara sahip olması gerektiğini vurgulamıştır (Dahl, 2001, s. 39-45). Bu nedenle topluma yönelik temel siyasaların belirlenme sürecinde iktidar sahibi otoritelerin yanında iktidarda bulunmayan grupların da görüşleri önem kazanmaktadır. İktidarı elinde bulunduran çoğunluğun kararlarının yanında muhalefeti oluşturan kesimin siyasal kararların alınması sürecine dahil edilmesi demokrasinin temel değerleri arasında sayılmaktadır.

Siyasal yapı içinde örgütlü muhalefetin gerçekleşmesini sağlayan en önemli kurum olan siyasal partiler çoğulcu siyasetin güvencesi olup, halk kitleleri ile iktidar arasında köprü işlevi görmektedirler (Kapani, 2011, s.166). Bunun yanı sıra örgütlü muhalefet içinde sayılabileceğimiz sivil toplum kuruluşları da demokratik çoğulculuk ilkesinin gerçekleşmesinde önemli bir etkiye sahiptir. Bu açıdan değerlendirildiğinde örgütlü muhalefet içinde sivil toplum örgütlerinin iktidar amacı gütmemesi onu siyasal partilerden ayıran en temel özelliktir. Muhalefet etme faaliyetleri içinde sivil toplum kuruluşlarının görevi kararların alınması ve uygulanmasını etkilemede iktidar olma amacı gütmeyen bu süreçleri gerçekleştirerek bu süreçlerin daha etkin işlenmesini sağlamaktadır.

### **Parlamento Dışı Muhalefette Sivil Toplumun Konumu**

Sivil toplum, Avrupa geleneğinin önemli bir parçasını oluşturarak Aristoteles'in polis düzeninden, Cicero'nun "societas civilis" fikrinden başlatılması gereken bir kavramdır (Keane, 1993, s.47). Bu gelenek günümüze kadar gelmiş ve demokratik siyasal sistemlerin ayrılmaz bir parçasını oluşturmuştur. Basit bir tanımlama ile sivil toplum gönüllü olarak siyasal, sosyal, ekonomik ve kültürel faaliyetleri yürüten kuruluşlardır (Kalaycıoğlu, 1998, s. 111-114). Sivil toplum kuruluşları yönetim sistemindeki düşünsel yapısal değişim olan yönetim kavramının da zorunlu unsuru olarak ortaya çıkmıştır (Judge, 1999).

Çağdaş anlamıyla sivil toplum kendi çıkarlarını gerçekleştirmek ve hedeflerini başarmak için devletten istekte bulunan ve devleti sorumlu tutan yurttaşların oluşturduğu gönüllü, devletten özerk belirli bir dizi kurallardan oluşan yasal düzene bağlı olarak yapılanmış örgütlü toplumsal yaşamın bir alanıdır (Brand, 2001, s.963). Siyasal sistem içinde otonom bir yapıya sahip olan sivil toplum kuruluşları bu özelliğinden dolayı da merkezi hiyerarşiden ayrı bir ilişki ağına sahiptir. Bu ilişkiler ağı içinde gerçekleştirdiği kültürel, sanatsal, bilimsel, siyasal gibi faaliyetlerinde amaçları doğrultusunda tüzel kişiliği olan sürekli bir örgüt yapısına sahip olmaları gerekir (Bozkurt vd., 1998, s.90).

Sivil toplumun yaşam alanı ise demokratik toplumlarda, toplumsal hareketler ile ifade edilebilen grup kültürlerinin kesişme noktalarında mümkündür. Bu alan iki koşulda mümkündür. Birincisi, toplumsal hareketlerin günlük hayatı kurabilecek güçte kültürel önerilere sahip olması; diğeri ise toplumsal hareketlerin temel amacından saparak iktidarı elde etme arayışına düşmemesidir (Sarıbay, 2001, s.174).

Bu iki temel koşulda hareket eden sivil toplum kuruluşları demokrasiyi sağlamlaştırmada ve demokrasi içinde siyasal değişimin kolayca sağlanmasında etkin bir rol oynarlar. Ortak hareket ile kurumsal kapasiteye yönelik olarak halka dayalı örgütlenmeler, toplumsal yararlar ve isteklerin dile getirilmesi bakımından toplumsal alanlar oluştururlar (Wiktorowicz, 2002, s.77-79). Bu toplumsal alanlar demokrasinin çoğulculuk ilkesinin hayata geçirilmesi açısından da önemlidir. Farklı alanlarda faaliyet gösteren sivil toplum kuruluşları farklı toplumsal kesimleri bünyesinde toplayarak siyasal iktidara üyelerinin çıkarları doğrultusunda baskı yapmaktadır. Bu durum iktidar da temsil olunmayan kesimin iktidarın işleyişine dahil olmasını sağlamaktadır.

Siyasal hayatın temel aktörleri parlamentolar, siyasal partiler vb. yetkileri açısından durağan iken, her toplumsal düzlemde parlamento dışı nitelikteki sınıf ya da siyasal partilerden bağımsız örgütsel yapıdaki aktörler etkin konumdadır. Bunların en başında sivil toplum kuruluşları gelmektedir. (Beck,1999, s.156). Etkin olan aktörler siyasal otorite ile toplum üyeleri arasında aracı konumdadırlar. Bu konumları itibari ile siyasal otorite ile toplum arasında siyasal otoritenin uygulamalarına iki kanaldan aracılık yapmaktadır. Bu aracılık negatif ve pozitif olarak; birincisi siyasal otoritenin kararlarına karşı çıkış diğeri ise almış olduğu kararların sivil toplumca desteklenmesi halinde kurgulanmasındaki kolaylıktır (Arslan, 2001, s.127).

“Toplumsal farklılaşmaya katkıda bulunmak ve bireylerini politik iradeye karşı korumak” (Çaha, 2001, s.45) olan sivil toplum kuruluşlarının görevi devlet müdahalesine karşı bireyi devlete karşı korumak yönünden negatif bir yönü vardır. Bu açıdan parlamento dışı muhalefette önemli bir işlevi sivil toplum örgütleri üstlenmektedir. Bu örgütler için özellikle günümüzde etkinliği giderek artan ve geçmişten bu yana toplumsal alanda siyasal ve toplumsal konumları itibari ile geri planda olan kadınların oluşturduğu örgütler önemli bir yere sahiptir.

### **Kadın ve Siyaset: Parlamento Dışı Muhalefette Kadın Olmak**

Kadının toplumsal ve siyasal alanda yerine vurgu yapan feminizm kadınların sivil toplum düzeyinde örgütlenmelerinde de etkili olmuştur. Bu nedenle öncelikle bir kadın hareketi olarak feminizm ve feminizm teorilerine yer vermek kadının toplumsal ve buna bağlı olarak da siyasal alandaki yeri açısından önemlidir.

Feminist düşünceye yönelik yaklaşımların çıkış noktası aynı olmakla birlikte genel olarak Liberal, Marksist ve Radikal teorilerden bahsedilebilir. Feminizm akımının ilk ortaya çıkışı liberal düşünce temelinde olmuştur. Liberal ya da Klasik feminizm, genel olarak kadınlara daha ileri haklar verilmesi gerektiğini savunan toplum yapısına yönelik ciddi bir sorgulama yapmayan feminizm türüdür (Ramazanoğlu, 1998, s. 28). Özünde reformist olsa da toplum yapısına yönelik sorgulama yapmaması ataerkil yapıya bir meydan okuma biçimi almamasına neden olmuştur. Meydan okumadan ziyade kadın ve erkek arasındaki rekabeti eşitlemek için eğitim, seçme hakkı, kariyer gibi kamusal hayata eşit haklar yerleştirmeye çalışır (Heywood, 2014, s. 305). Bu durum liberal feminizmin felsefi temelleri ile de alakalıdır. Felsefi temelinde liberalizmin bireycilik düşüncesi yatmaktadır. Bireycilik ilkesi bireylerin hiçbir ayırt edici özelliğine bakılmaksızın eşit olması gerektiği temelinde olduğu için liberal feministler bu düşünceyi, eşit haklar talebi olarak ifade eder (Heywood, 2014, s. 305)

Marksist Feminizmin ortaya çıkışı 19. yüzyılın ortalarından sonra liberal feminizmin savlarına yönelik eleştirilerle birlikte, kadın-erkek eşitliğinin uygulama alanı bulup bulmayacağı tartışmaları üzerine sağlamıştır (Sevim, 2005, s. 63-64). Marxist feminist anlayış cinsiyetten çok sınıf kavramı üzerine dikkat çekmiş ve sınıf farkının olduğu toplumlarda eşitliğin sağlanmayacağını dile getirmişlerdir. Kadınların sistem içinde ezilmesinin temel nedenini kapitalizmde gören Marksist anlayış sosyalist düzene geçiş ile birlikte ekonomik bağımlılıktan kurtulan kadınların bağımsız olabileceklerini savunmaktadır (Demir, 1997, s. 56).

Radikal feminist kuram ise daha yakın bir zaman olan 1960’larda medeni haklara ile savaş karşıtı kampanya düzenleyen “eylemci kadınlar” tarafından ortaya çıkarılan bir düşüncedir (Donovan, 2001, s. 267). Radikal feminizm kadınların baskı altında olmasının temelinde ataerkil yapıyı görmekle birlikte bu baskıdan kurtulmanın yolunu baskıya karşı mücadele eden bir harekete yönelmeleri gerektiğini düşünmektedir. Kadın ve erkeğin farklılığına vurgu yaparak kadınların tarzının gelecekte oluşabilecek bir toplumun temelini oluşturması gerektiğini iddia etmektedirler (Doğan, 2008, s. 30).

Tüm bu kuramlar temelde kadının toplumsal alanda ikinci planda olmasından yola çıkarak farklı çözüm önerileri ve bakış açıları sunmuştur. Liberal feminizm klasik demokrasi anlayışına uygun olarak diğer yaklaşımlara göre kadının siyasal alanda eşitliğine özellikle vurgu yaparken; Marksist feministler ise eşitsizliğe daha geniş bir çerçeveden bakmışlar ve öncelikli olarak toplumsal eşitliğin sağlanması gerekliliği üzerinde durmuşlardır. Radikal feministler ise eylemsel boyut üzerinden konuyu ele almışlardır. Tüm bu düşünce sistemlerinin gelişimi demokrasinin değişim ve dönüşüm seyrini izlemiştir.

Demokrasinin konsolidasyonunda en büyük göstergelerden biri de cinsiyet eşitsizliğinin ortadan kalmasıdır. Bu nedenle kadına tanınan haklar demokrasi düzeyi ile paralellik göstermektedir. Geleneksel yaşam biçimi kadına toplumsal hayatta erkekten farklı bir rol biçmiştir. Bu durum kadının siyasette yer almasını engelleyerek siyasal sistemle aralarında uzun süre bir bağ kurulamamasına neden olmuştur. Demokrasinin ortaya çıkışı ile birlikte bu durum değişmeye başlamıştır. Kadının siyasal alanda yer alması işgücüne dahil olması ile paralellik göstermektedir. Kadınların işgücü piyasasında istihdam edilmesi ekonomik özgürlüklerin yanı sıra toplumsal alanda sosyal kazanımları da birlikte getirmiştir. Ancak 21. yy dahi çağdaş yaşam biçimi ve toplumsal rollerdeki değişme ivme kazansa da kadın siyasette erkeklere göre daha az etkin olmaktadır.

Cinsiyetler arası eşitsizlik sorununun temelini “gelir düzeyi, meslek, eğitim düzeyi, yaş, cinsiyet, aile, yerleşim yeri, psikolojik, hukuksal ve siyasal” gibi sosyo-ekonomik gelişmeye bağlı olarak ortaya çıkan unsurlar oluşturmaktadır (Çadır, 2011, s. 13). Bu durum temsilde eşitsizliğe neden olmaktadır. Siyasal katılmada kadınların erkeklere göre geri planda olması demokrasinin de amacına aykırıdır. Demokrasinin işletilmesinde kadınlar hem bir araç hem de amaç olarak sunulmuştur. Erkek eliyle kadına verilen haklar açısından düşünüldüğünde kadınların demokrasi sürecinde araç olarak kullanıldığı söylenebilir. Demokrasiyi içselleştirmek açısından ise kadının siyasal alandaki hak talepleri ise kadının bir amaç olarak değerlendirilmesini sağlamaktadır.

Kadın, demokrasi açısından ister araç olsun ister amaç kadının siyasetteki yeri uzun yıllardan beri tartışılan ve istenilen düzeye gelmeyen bir konu olarak varlığını sürdürmektedir. Birleşmiş Milletler Kadın Birimi (UN Women) ve Parlamentolar Arası Birlik (IPU) tarafından yayınlanan “Siyasette Kadın 2017” haritasına göre aşağıda tabloda bölgelere göre ve dünya ortalaması olarak kadınların meclisteki oranları verilmiştir.

**Tablo 1:** 2017 Yılı Dünya ve Bölge Düzeyinde Meclisteki Kadın Oranları

|                               | Tek veya İki Meclis | Üst Meclis veya Senato | Her İki Meclisin Kombinasyonu |
|-------------------------------|---------------------|------------------------|-------------------------------|
| Dünya Ortalaması              | 23.4%               | 22.9%                  | 23.3%                         |
| Nordik ülkeler                | 41.7%               |                        |                               |
| Amerika                       | 28.3%               | 27.5%                  | 28.1%                         |
| Avrupa (Nordik Ülkeler Dahil) | 26.4%               | 26.0%                  | 26.3%                         |
| Avrupa (Nordik Ülkeler Hariç) | 25.0%               | 26.0%                  | 25.2%                         |
| Sahra altı Afrika             | 23.8%               | 22.1%                  | 23.6%                         |
| Asya                          | 19.6%               | 16.3%                  | 19.3%                         |



|                 |       |       |       |
|-----------------|-------|-------|-------|
| Arap Devletleri | 18.9% | 12.6% | 18.0% |
| Pasifik         | 15.0% | 37.1% | 17.4% |

Kaynak: www.unwomen.org

Tablo 1'e göre Demokrasi, kadın hakları gibi temel değerlerdeki gelişmelere rağmen genel olarak kadınların meclisteki oranları toplam sayının yarısından çok aşağılarda görülmektedir. Ayrıca "Siyasette Kadın 2017" haritasına göre Devlet başkanı ve hükümet başkanı kadın olan ülke sayısı 2016 yılında da 17'dir. Tüm dünyada kadın devlet başkanlarının oranı yüzde 7,2. Kadın hükümet başkanlarının oranı ise yüzde 5,7, Meclis başkanı kadınların oranı ise yüzde 19,1'dir. Dünya genelinde kadın bakan sayısı ise 732 ile yüzde 18,3 oranındadır. Mecliste kadın oranının en yüksek olduğu bölge yüzde 41,7'lik oranla İskandinav ülkeleri iken Türkiye Meclis'te kadın oranı yüzde 14,9 ile 186 ülke arasında 132. sırada yer alıyor (Unwomen, 2017).

Kadınların siyasetteki genel dağılımına bakıldığında siyasal alanda cinsiyetler arası bir eşitsizliğin olduğu görülmektedir. Bu durum demokrasi adına yapılacak olan iyileştirmelerde, "kadın" faktörünü ve demokratik göstergelerde kadın unsurunu ön plana çıkararak bu alanda yapılacak olan çalışmaları da önemli kılmaktadır. Demokrasinin içselleştirilmesinde ve demokratikleşme süreçlerinde kadın önemli bir araç olarak görülmektedir. Bu nedenle kadınların siyasal alandaki faaliyetleri, demokratik siyasal sistemlerde siyasal muhalefet açısından geri bildirim yüksek düzeylerde olacak faaliyetler olarak değerlendirilebilir. Bu durum göz önüne alınarak çalışmada da özellikle kadınların siyasal muhalefet unsuru olarak eyleme geçirdikleri siyasal hareketleri üzerinde inceleme yapılmıştır. Siyasal ve toplumsal haklarına yönelik olarak başlattıkları 2017 yılına ait eylemlerin özellikle gazete haberleri ve web adresleri incelenerek kadınların siyasal alandaki etkinliği ve siyasal otoriteden beklentileri ortaya konulmuş ve bu durum ile ilgili olarak Türkiye özelinde bir karşılaştırma yapılmıştır.

### **Dünya ve Türkiye Siyasi Tarihinde Kadının Parlamento Dışı Muhalefeti**

Dünya çapında kadın hareketi üç ayrı dalga halinde günümüze kadar gelmiştir. İlk olarak 19. Yy ikinci yarısı ve 20. Yy başlarında, oy hakkı, eğitim, istihdam, mülk sahipliği gibi konularda mücadele verilmiştir. Kadın hareketlerinin ilk dalgası sırasında vatandaşlık temeline dayanan kadınları siyasete dahil etme konusunda devletlere baskı uygulanmıştır. 1970'lerde ise ikinci bir dalga kadın hareketi ortaya çıkmıştır. Kadınların statüsüne daha geniş ölçekte itiraz edilmiş ve kadınların özgürlüğüne, üreme haklarına ve ataerkilliğin itirazına vurgu yapılmıştır. Bu temellere dayalı olarak uluslararası kadın hareketi kadının temsilini arttırmak için politikalar aramaya başlamıştır (Paxton, Huges, 2006, s.902).1990'lı yıllarda ise üçüncü dalga feminist hareketler başlamıştır. Üçüncü dalga Feminist hareketler genellikle mikro politikalar olan cinsellik, kadına şiddet, kadının güçlendirilmesi gibi konularla ilgilenmişlerdir. İçerik açısından ise diğer iki dalgaya göre daha çevreden siyasete ekonomiye uzanan geniş bir içeriğe sahip olmuşlardır. Üçüncü dalga feminizmin amacı kadınları sınırlayan konuların yolunu açacak unsurlar geliştirerek bilinçlenmeyi arttırmak için eylemciliği ve tabana yayılan eğitimi desteklemişlerdir (Özveri, 2009, s.210). Feminizmin bu üç dalgası günümüze kadar geçen süredeki başlangıç noktası Fransız devrimi olmuştur. Ancak Kadın hareketleri ilk olarak Fransız Devrimi ile ortaya çıksa da Fransız Devrimde cinsiyetler arası eşitlik devam etmiş ve kadınlar devrim öncesi sahip oldukları haklar bile elinden alınmıştır (Tekeli, 1992).

1792'de Mary Wollstonecraft A Vindication of the Rights of Woman (Kadın Haklarının Doğrulanması) adlı kitabı kadının insan haklarına vurgu yapan feminist düşünce için özel bir öneme sahip eserdir. Wollstonecraft, kadınlara görev olarak yüklenen ev işlerinin kadınların doğasının gereği olmadığını erkeklerin sahip olduğu haklardan kadınların da yararlanması

gerektiğini dile getirmektedir (Andree, 1993, s. 45-46). Bu eserle birlikte liberal feminist hareketi evde kapalı kalarak özgürlüklerini ve düşünce kapasitelerini kaybeden kadınlar tarafından başlatılmış ve geniş anlamda kadın özgürlüğünün başlangıcı olmuştur (Arat, 1991, s.45). Liberal feminizm 19. Yüzyıldan birinci dünya savaşına kadar tüm kadın haklarının teşvik dönemi olarak adlandırılmıştır. İlk feminist harekete, Harriet Taylor ve ünlü eseri Kadınların Oy Hakkı; Mary Woolstonecraft'ın Kadın Haklarının Savunucusu (1792) (A Vindication of the Rights of Woman) ve John Stuart Mill'in Kadınların Bağımsızlığı (1869) (The Subjection of Woman) adlı eserler damgasını vurmuştur. Bu üç eserde kadın hakları liberal politikalar çerçevesinde değerlendirilmiş; kadınların sivil ve siyasi hakları ile özel hayatlarına ilişkin özellikle miras, evlilik gibi düzenlemeler yer almıştır. (Sümer, 2009: s. 80-83). Bu eserler kadın hareketlerinin başlamasında da önemli bir yere sahip olmuştur. 19. Yüzyılın ilk çeyreği ve 20. Yüzyılın ilk yarısında batılı ülkelerde başlayan medeni haklar mücadelesi içinde 1848 yılında New York- Seneca Falls'da yapılan miting, kadınlar adına yapılan siyasi örgütlenmenin başlangıcı olmuştur. Bu mücadeleler daha çok özel alanda eşitlik içeren refahın adil dağılımına yönelik talepleri içermiştir (Sümer, 2009, s. 80-83). Kadınların siyasal alandan talepleri ise sonraki süreçlerde kendini göstermiştir.

Kadın hareketleri konusunda önemli bir yapılanma ise ABD ve İngiltere'de 1904'te kurulan Uluslararası Kadın Oy Hakkı Birliği'dir. Uluslararası bir politika izleyerek oy hakkı konusunda mücadele eden örgüt bu mücadele sonunda sınırlı da olsa 1918'de İngiliz kadınlar oy hakkını elde etmişlerdir. Yine 1918'de Versailles Antlaşması ve Milliyetler Cemiyeti Sözleşmesinde 'eşit iş, eşit ücret' ilkesinin yer almasını sağlayarak 1. Dünya Savaşından sonra 21 ülkede oy hakkının tanınmasında büyük rol üstlenmiştir (Kayhan, Fatma, 1999, s. 28).

1958 yılında Betty Friedan'ın öncülüğünde kurulan National Organisation of Women (NOW), siyasal ve hukuksal alanda kadınlar lehine önemli adımların atılmasında öncülük etmiştir. Örgüt etkin çalışmaları neticesinde öncelikle çalışma hayatı başta olmak üzere eşitliğin sağlanarak cinsiyetçi politikaların giderilmesine yönelik yasaların çıkarılmasında öncü rol oynamıştır. Özellikle National Organisation of Women (NOW)'ın ve diğer kadın kuruluşlarının çalışmaları ile 1963 yılında Eşit Ücret Yasası, 1964 yılında Sivil Haklar Sözleşmesi ve 1967 yılında Cinsiyet Ayrımcılığının Önlenmesi Sözleşmesi kabul edilmiş, 1972'de Eşit İş Sözleşmesi çıkarılmış ve Eşit Haklar Komisyonu kurulmuştur. 1967 yılında bazı kadınlar NOW'dan ayrılarak daha radikal söylemleri ve eylemleri olan Kadın Kurtuluş Hareketini kurmuşlardır. Bu harekete ilişkin faaliyetler 1970 ve 1980'lerde de devam etmiştir. Bu nedenle ikinci dalga feminizm sadece kadınlara eşit hakları savunan değil aynı zamanda bu anlamda söylem ve hareket içeren bir süreci ifade etmiştir (Sümer, 2009, s. 92).

Dünyada yaşanan bu gelişmelere koşut olarak Türk siyasi hayatında da modernleşme döneminde siyaset, hukuk, eğitim, ekonomi gibi alanlarda yaşanan gelişmeler Osmanlı döneminde kadın hareketlerinde bir kıpırdamaya neden olmuştur. Bu durumun gerçekleşmesinde modernleşmenin gereği olarak özellikle hukuksal anlamda yapılan düzenlemelerin yanında kadınların da modernleşmeye bağlı olarak bilinçlenmesinin de etkisinin olduğu söylenebilir.

Osmanlı döneminde tazimattan bu yana yapılan reformlar eğitimli birer kadın nüvesi oluşturmuş ve bu nüve II. Meşrutiyet döneminde dikkate değer bir kadın hareketini başlatmıştır. Bu hareket özellikle dernek kurma şeklinde olmuş ve 1909'da çıkarılan dernekler kanunu ile birlikte kadınlar tarafından farklı amaçlara hizmet eden dernekler kurulmuştur. Özellikle kurtuluş savaşı sırasında kurulan Osmanlı Kadınlarını Çalıştırma Cemiyeti kadınların çalışma hayatında yer almalarında önemli bir yere sahiptir (Çaha, 2017, s.108-109).

Kurtuluş savaşına destek ve ekonomiyi düzeltmek amacıyla kurulan derneklerden farklı olarak Osmanlı Müdafaa-i Hukuku Nisvan Cemiyeti 1913 yılında tamamen feminist söylem

geliştirerek tümüyle kadın haklarına yönelik faaliyet geliştirmiştir. Feminist kadınlar sadece hukuksal eşitlik değil siyasal anlamda da eşitlik taleplerinde bulunmuşlardır (Çaha, 2017, s.111). Ancak genel olarak Osmanlı'da kadın hareketleri Batı'daki oy mücadelesinin aksine yerel sorunlar üzerinde yoğunlaşmış, kamusal alanda eşitlikçi talepler konusunda Batı'ya nazaran henüz yolun başında yer almıştır (Çaha, 2017, s.116).

Cumhuriyetle birlikte modernleşme çabaları içinde kadına birtakım haklar verilmiştir. Bu hakların yanı sıra kadın hareketi anlamında 1924 yılında Türk Kadınlar Birliği adında bir dernek kurulmuştur. Bu dernek 1927 yılında oy hakkı konusunda ortak bir bildiri yayınlayarak meclise sunarlar ve 1927 yılındaki seçimlerde oy kullanmak istediklerini beyan ederler. Ancak bu talepleri hükümet tarafından reddedilir. Oy hakkı mücadelesine kadınlar birliği yanında Masonlar Locası ve Türk Ocağı dernekleri de destek verir (Çaha, 2017, s.135-137).

Kadınlar Birliği 1935 yılında kapanmasının ardından 1949'da Türk Kadınlar Birliği kurulmuş ve geleneksel giyisilere karşılık modern giyisileri yaygınlaştırmayı amaçlamıştır. Yine aynı amaçla Meslek Kadınları Derneği kurulmuş. Bu tarz dernekler 1976 yılında Kadın dernekleri Federasyonu çatısı altında bir araya gelmişlerdir. 1975 yılından itibaren sol gruplar kadınları değişik dernekler aracılığı ile örgütlemişlerdir (Çaha, 2017, s.156-157). Günümüzde ise kadın hareketleri demokrasiyi kurumsallaştıracak özel bir toplumsal aktör olarak yeni bir muhalefet biçimine dönüşmektedir. Bu muhalefet dünyadaki gelişmelere paralel bir seyir izlemektedir. Özellikle iletişim teknolojilerindeki gelişmeler dünyada yaşanan gelişmelerin Türkiye'yi de etki altına almasını kolaylaştırmıştır. Bu nedenle dünyanın herhangi bir yerinde yaşanan gelişme başka bir ülke için örnek teşkil eder olmuştur.

### **Karşılaştırmalı Bir Yaklaşımla: Dünya ve Türkiye'de 2017 Yılında Kadının Parlamento Dışı Muhalefeti**

Çalışmanın bu bölümünde 2017 yılı itibari ile kadınların parlamento dışı muhalefet olarak kadın hareketleri değerlendirilmiştir. 2017 yılında dünya çapında gerçekleşen Woman March ve Me Too hareketleri ile Türkiye'de gerçekleşen kadın hareketleri analize konu edilmiştir. 2017 kadın hareketleri açısından ayrı bir öneme sahiptir. ABD'nin önde gelen sözlüklerinden Merriam-Webster, "feminism"i 2017 yılında internet aramalarında büyük bir artış olması nedeniyle yılın kelimesi seçmiştir. Bu seçimde ABD'de Ocak ayında başlayan "Woman's March" kadın hareketi etkili olmuştur (Merriam-webster, 2017).

"Woman's March" 2017 yılı itibari ile Amerika'da Başkan Trump'a karşı başlatılmış bir harekettir. Angela Davis ırkçılık karşıtı bir eylemci olarak 2017 yılının en büyük kadın hareketlerinden biri olan "Woman's March" hareketini başlatmış ve hareket Amerika'nın birçok eyaletinde gösterilere neden olmuştur. 21 Ocak 2017'de, dünyadaki yedi kıtada, farklı inançlardan, cinsiyetlerden ve yaşlardan yaklaşık 5 milyon kadar kişi bir araya gelmiştir. Woman's March, ABD tarihinin en büyük eşgüdümlü protestosu ve dünya tarihinin en büyüklerinden biri olarak değerlendirilmiştir (Womensmarch.com,2017 ). Protestolar Irak'tan Antarktika'ya dünyanın birçok yerinde gerçekleşmiş en büyük protesto ise 750.000 kadının katıldığı Los Angeles olmuştur (Independent, 2017).

"Woman's March" hareketi misyonunu, farklı kadınların ve toplumlarının sosyal değişim yaratmadaki politik gücünü kullanmak olarak tanımlamıştır. Bu amaçla kadınlara eğitimler, sosyal yardım programları ve etkinlikler aracılığıyla kendi yerel topluluklarına katılmaları için giriş noktaları yaratarak şiddetsiz direniş ve kendi kaderini tayin, saygınlık ve saygının yönlendirdiği kapsayıcı yapılar inşa ederek baskı sistemlerini parçalara ayırmayı hedeflemektedir (Womensmarch, 2017).

Başkan Trump'ın özellikle ayrılıkçı politikalarına karşı olan yürüyüş, kutuplaştırılmış bir Amerika'da sürekli bir protesto kampanyası olacağını, kadınların üreme hakları, göçmenlik

ve medeni haklar gibi konularda bir araya gelmesi gerektiği vurgulanmıştır. Ayrıca gösterilerde kürtaj hakları ve eŐinsel evliliği gibi konular dile getirilmekle birlikte Başkan Trump'ın özellikle göçmenlere yönelik politikaları eleştirilmiştir. Başkanlık seçimlerinde Trump'ın rakibi olan Hillary Clinton'da gösterilere destek vermiştir. (Nytimes, 2017). Kadınların yoğun katılımı ile gerçekteŐen gösterilerde kadınlar sadece kadınlara yönelik taleplerini dile getirmemiŐlerdir. Özellikle Trump'ın göçmenlere yönelik söylemleri ve politikaları gösterilerin ana temasını oluşturmuştur. Üçüncü dalga feminist hareketin bir yansıması olarak kadınlar etnik kimlik, cinsel yönelim ve ait olunan sınıf, gibi konulara vurgu yapılmıştır. Bu hareket özellikle siyasal iktidarı hedef alması açısından kadınların parlamento dışı muhalefetine özel bir örnek teşkil etmektedir.

Bir diğer kadın hareketi ise daha özel bir talep içeren ve daha çok sosyal medya üzerinden başlatılan ve yaklaşık 10 yıllık bir geçmişi olan "Me Too" hareketidir. 2017 yılında ses getiren sosyal medya üzerinden başlatılmış olan "Me Too" hareketine yarım milyondan fazla kadın katılmıştır. Bu hareket sosyal medya üzerinden ABD'li film yapımcısı Harvey Weinstein'in taciz iddiaları üzerinden başlatılmıştır. Ayrıca bu hareket ile ABD başkanı Trump Başkan seçilmeden önce cinsel taciz iddiaları gündeme gelmiştir (Thesun, 2018). Bu hareketle birlikte Time dergisi yılın kiŐisi baskısı ile cinsel tacize maruz kalanları kapağında kullanmış ve onlara "The Silence Breakers" (sessizliği bozanlar) ismini vermiştir.

Cinsel taciz iddialarını anlatan kadınların seslerini duyurmak amacıyla başlattıkları bu hareket Avrupa Parlamentosu'nda da karşılıklı bulmuştur. Alman YeŐiller Partisi Avrupa Parlamentosu Milletvekili Terry Reintke'in Brüksel'de yaptığı konuşmada tacize uğramasını anlatması ile başlayan sürece başka kadın vekiller de eklenince "'MeToo'" hareketi Avrupa Parlamentosu düzeyinde tartışılmaya başlanmıştır. Bu tartışmalar sonunda Avrupa Parlamentosu'nda konu ile ilgili bir araştırma komisyonu oluşturulmuştur. Yine "MeToo" hareketinin siyasal anlamda bir başka sonucu ise İngiltere'de yaşanmıştır. Savunma Bakanı Michael Fallon, kendisine yöneltilen taciz suçlamalarının ardından istifa etmiştir (www.dw.com.tr). Hareketin bir başka siyasal sonucu ise Güney Kore'de yaşanmıştır. Bir Vali'nin sekreterini taciz ettiği iddiaları Vali'nin istifa etmesi ile sonuçlanmıştır (Ntv, 2017).

2017 yılında dünyada yaşanan bu küresel hareketler Türkiye'de aynı etiketle etkisini göstermemiŐtir. Farklı konularda özellikle bireysel konular üzerinden kadın hareketleri başlatılmıştır. 2017 yılında yaşanan taciz olayına tepki amacıyla "kıyafetime karışma" sloganı ile başlatılan eylemlere Kadın Cinayetlerini Durduracağız Platformu öncülük etmiştir. Bu eylemlere sosyal medya üzerinden de destek verilmiştir. '*itaat etmeyeceğiz, boyun eğmeyeceğiz*' şeklinde sloganlar atan kadınlar (Milliyet,2017) ataerkil yapıya karşı tepkilerini dile getirmişlerdir.

Bir diğer hareket ise 25 Kasım Kadına Yönelik Şiddete Karşı Uluslararası Mücadele ve Dayanışma Günü'nde gerçekteŐmiŐtir. İstanbul'da İstiklal Caddesi'nde gerçekteŐtirilen yürüyüŐe yaklaşık 2 bin kişi katılmıştır. Bu gösteride de kadınlar Dünya'daki diğer kadın hareketleri ile birlikte hareket ettiklerini dile getirerek bildiri yayınlamışlardır. Bu bildirideki ifadeler Şöyledir: "Türkiye'nin ve dünyanın dört bir yanında ayağa kalkan kadınlarla beraber bir kez daha sokaklardayız. Sadece bugün değil 1 yıldır neredeyse aralıksız kentlerin meydanlarında itiraz ediyoruz, direniyoruz. BoŐanıp boŐanmayacaĐımız, doğurup doğurmayacağımız ve kaç çocuğu nasıl doğuracağımız bizim kararımızdır. Çocukların velayetini kimin alacağını, hangi mahallenin imam hatip okuluna mecbur edileceklerini, hangi topraklarda, hangi savaşta ölmeleri gerektiğini, haysiyetli bir biçimde gömölüp gömülmeyeceklerini belirleyen sisteminize itaat etmiyoruz." (BBC, 2017). Bu bildiride kadınlar sistem içindeki konumlarını sorgulayarak sistemin ataerkil bir yapıda kadınlara dayatmalarını dile getirmişlerdir. Türkiye'de 2017 yılındaki kadın hareketleri genel olarak kadın cinayetleri ve tacizler üzerine yapılmıştır. Kadın cinayetleri durduracağız Platformunun verilerine göre 2017 yılında 409 kadın öldürölmüŐ, 332 kadına da cinsel Şiddet uygulanmıştır. Bu nedenle

Türkiye'deki kadın hareketleri öncelikli olarak kadın cinayetleri ve şiddete tepki amacı taşımaktadır.

2017 yılı dünyada ve Türkiye'de kadın hareketleri konusunun ivme kazandığı yıllar olmuştur. Kadınların toplumsal talepleri üçüncü dalga feminist hareketlerin geniş çaplı konusuna uygun olarak kadınlar her alanda tepkilerini dile getirmişlerdir. Dünyadan örnek olarak verilen kadın eylemlerinden "Woman March" hareketi özellikle siyasal iktidarı hedef alan bir harekettir. ABD başkanı Trump'a karşı başlatılmış olan hareket, siyasal iktidarın politikalarına karşı verilen tepkidir. "Me Too" hareketi ise başlangıcı doğrudan siyasal iktidarı hedef almasa da sonuçları itibarı ile bazı siyasal çıktılar berberinde getirmiştir. Türkiye'ye baktığımızda ise "kıyafetime karışma" sloganı ile başlatılan hareketin "Me Too" hareketinde olduğu gibi bireysel bir olayla başladığı görülmektedir. Bu hareket bireysel bir olaya tepki ile başlasa da siyasal iktidara karşı tepkilerin dile getirildiği bir hareket olmuştur. 25 Kasım Kadına Yönelik Şiddete Karşı Uluslararası Mücadele ve Dayanışma Günü'nde başlatılan hareket ise toplumsal tepkilerin özellikle ataerkil yapının sorgulanmasına yönelik olmakla birlikte bu yapının siyasal alana yansması da özellikle dile getirilmiştir. Dünyadaki örneklerden farklı olarak Türkiye'de daha çok giyim tarzı ve kadın cinayetlerine yönelik tepkiler ön plana çıkmıştır.

### Sonuç

Siyasal muhalefette kadınlar parlamento dışı muhalefet olarak önemli bir yere sahiptir. Bunun nedeni kadınların siyasal alanda günümüzde dahi ikinci planda kalışıdır. Yani kadınlar hala günümüzde siyasal iktidar alanı içinde tam bir egemenlik kurmamıştır. Bu nedenle önemli bir muhalefet unsurudur. Bu durumu tarihsel açıdan kadının sosyal alandaki konumu ve bu durumun siyasal alana yansması ile açıklamak mümkündür.

Kadın hareketleri tarihi tüm dünyada ve Türkiye'de modernleşme ve demokrasi tarihi ile birlikte ilerlemiştir. Kadın hareketlerinin temeli kamusal alanın kadından bağımsız bir şekilde erkek eli ile şekillendirilmesi oluşturmuştur. Bu durum kamusal alanın erkeklerin kontrolünde ve erkeklere özgü bir alan olduğu algısını geliştirmiş ve batıda ilk kadın hareketlerinin başlamasına neden olmuştur. Ancak Türkiye açısından değerlendirildiğinde modernleşme ve demokrasinin batıdan farklı şekilde gelişmesi kadın hareketlerinin çıkışını da bu yönde etkilemiştir. Bu durum günümüzde Türkiye'de kadınların faaliyetlerinin batıdaki kadın hareketlerinden farklı yönlerinin olmasına da neden olmuştur.

Çalışmada örnek olarak seçilen kadın hareketleri genel olarak değerlendirildiğinde batıda herhangi bir ülkede ortaya çıkan kadın hareketinin birçok ülkeyi etkileyerek küresel çapta bir harekete dönüştüğü görülmektedir. Bu durumu batının geçmişten bu yana kadınların temel hakları konusunda birebir mücadele etmesi ile açıklamak mümkündür. Bu mücadele batıda kadını daha güçlü ve daha örgütlü kılmıştır. Bu durum toplumsal ve siyasal taleplerin de değişiklik göstermesine neden olmuştur.

Genel olarak batıda kadınların talepleri, kadın haklarına özgü talepler olmasının yanı sıra temel siyasal politikalara yönelik talepler de içermektedir. Örnek olarak seçilen "Woman March" hareketi Trump'ın özellikle ayrımcı politikalarına karşı başlatılmıştır. Bu ayrımcılık sadece cinsiyet değil etnik ve dini ayrımcılığı da kapsamaktadır. Türkiye'de ise kadın hareketleri henüz kadınlara yönelik talepleri aşamamıştır. Birinci kuşak feministlerin ataerkilliği sorgulayan yaklaşımı Türkiye'de hala devam etmektedir.

### Kaynakça

- Andree, M. (1993). *Feminizm*. (Ş. Tekeli, Çev). İstanbul: İletişim Yayınları.  
 Arat, N. (1991). *Feminizmin ABC'si*. İstanbul: Simavi Yayınları.

- Arslan, O. (2001). *Kurumsal ve tarihsel aşamalarıyla sivil toplum ve Türkiye gerçeği*. İstanbul: Bayrak Yayınları.
- BBC, (2017). *25 Kasım: Kadınlar şiddeti protesto için sokağa çıktı*. Erişim Tarihi: 05.05.2018, <https://www.bbc.com/turkce/42123606>.
- Beck, U. (1999). *Siyasallığın icadı*. (N. Ülner, Çev.). İstanbul: İletişim Yayınları.
- Bozkurt, Ö., Ergun T. ve Sezen S. (ed.). (1998). *Kamu yönetimi sözlüğü*. Ankara: Türkiye ve Orta Doğu Amme İdaresi Enstitüsü Yayınları.
- Brand, L. A. (2001). Displacement for development? The impact of changing state – society relations. *World development*. Vol. 29, No. 6, 961-976. doi: 10.1016/S0305-750X(01)00024-9.
- Çadır, M. (2011). *Kadının siyasal yaşama katılımında siyasi parti kadın kollarının rolü: TBMM'de grubu bulunan siyasi partiler bağlamında Ankara ili örneği*. Ankara: T.C. Başbakanlık Kadının Statüsü Genel Müdürlüğü.
- Çaha, Ö. (2017). *Sivil kadın*. Ankara: Savaş Yayınları.
- Dahl, R. A. (2001), *Demokrasi üzerine*, (B. Kadioğlu, Çev.) Ankara: Phonex Yayınları.
- Demir, Z. (1997). *Modern ve postmodern feminizim*. İstanbul: İz Yayıncılık.
- Doğan, C. (2008). Yeni sosyal hareketler ekseninde feminizme bakış. *Sosyoloji Notları*, S. 4-5. 29-35. ISSN 1307-6493.
- Donovan, J. (2001). *Feminist teori*, (B. Aksu, M. Ağduk Gevrek. F. Sayılan, Çev.), İstanbul: İletişim Yayınları.
- DW, (2017). *MeToo: 100 günde çığlığa dönüşen hareket*. Erişim Tarihi: 05.05.2018 <http://www.dw.com/tr/metoo-100-g%C3%BCnde-%C3%A7%C4%B1%C4%9F1%C4%B1%C4%9Fa-d%C3%B6n%C3%BC%C5%9Fen-hareket/a-42266629>.
- Gel'man, V. (2005), Political opposition in Russia: A dying species?. *Post-Soviet Affairs*. Vol: 21, Issue: 3. 226–246. Doi: 10.2747/1060-586X.21.3.226.
- Giovanni S. (2014). *Demokrasi teorisine geri dönüş*. (T. Karamustafaoğlu- M. Turhan, Çev.) Ankara: Sentez Yayınları.
- Heywood A.(2006). *Siyaset*. (B.B. Özipek ve Diğ, Çev.). Ankara: Liberte Yayınları.
- Heywood, A. (2014). Feminizm. *Siyasi ideolojiler*. (Ş. Akın vd, Çev.). Ankara: Adres Yayınları. ss. 289-319.
- Independent (2017). *Women's March against Donald Trump is the largest day of protests in US history, say political scientists*. Erişim tarihi: 05.05.2018 <https://www.independent.co.uk/news/world/americas/womens-march-anti-donald-trump-womens-rights-largest-protest-demonstration-us-history-political-a7541081.html>.
- Judge, A. (1995). NGOs and civil society: Some realities and distortions -the challenge of necessary to governance organizations (NGOs). *Published in Transnational Associations*, Vol: 47-3. 156-180.
- Kalaycıoğlu, E. (1998). Sivil Toplum Ve Neopatrimonyal Siyaset. Keyman, A. F.(der.) *Küreselleşme-sivil toplum ve İslam*. (111-135). Ankara: Vadi Yayınları.
- Kapani, M. (2011). *Politika bilimine giriş*, Ankara: Bilgi Yayınları.

- Karadağ, A. (2002). *1950'den günümüze parlamento dışı muhalefet açısından Türkiye'de aydınlar*. (Yayınlanmamış doktora tezi). İnönü Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Kamu Yönetimi Anabilim Dalı, Malatya.
- Kayhan, F(1999). *Feminizm*. İstanbul: BDS Yayınları.
- Keane, J. (1993). Despotizm ve demokrasi: Sivil toplum ile devlet arasındaki ayrımın kökenleri ve gelişimi 1750-1850. J. Keane (Der.). *Sivil toplum ve devlet*. (L. Köker, Çev.). (ss.47-90). İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Mardin, Ş. (1992). *Türk modernleşmesi* (Makaleler 4), İstanbul: İletişim Yayınları.
- Merriam Webster. (2017). *Merriam-Webster's 2017 Words of the Year*. Erişim Tarihi: 05.05.2018. <https://www.merriam-webster.com/words-at-play/word-of-the-year-2017-feminism>.
- Milliyet. (2017). *Kadınlar 'Kıyafetime Karışma' dedi*. Erişim tarihi: 05.05.2018. <http://www.milliyet.com.tr/kadınlar-kiyafetime-karisma-dedi-gundem-2493363/>.
- NTV. (2017). *Tecavüzle suçlanan Güney Koreli siyasetçi istifa etti*. Erişim tarihi: 05.05.2018 <https://www.ntv.com.tr/dunya/tecavuzle-suclanan-guney-koreli-siyasetci-istifa-etti,wRqJJcM7sk-JvCJ20T3qkw>
- Nytimes. (2017). *Women's March highlights as huge crowds protest Trump: 'We're Not Going Away'* Erişim Tarihi: 05.05.2018. <https://www.nytimes.com/2017/01/21/us/womens-march.html>.
- Özcan, A. (2001). *Derin devlet ve muhalefet geleneği*. İstanbul: Bakış Yayınları.
- Özveri, D. (2009). Feminist teorinin gelişim sürecinde uluslararası ilişkilere bakışı üzerine kısa bir değerlendirme. H. Çomak (Ed.). *Uluslararası ilişkilere giriş: Teorik bakış*. Kocaeli: Umuttepe Yayınları.
- Paxton, P. and Hughes, M. M. (2006). The international women's movement and women's political representation 1893–2003. *American Sociological Review*. Vol:7. December. 898–920.
- Ramazanoğlu, C. (1998). *Feminizm ve ezilmenin çelişkileri*. (M. Bayatlı, Çev.). İstanbul: Pencere Yayınları.
- Sarıbay, A.Y. (2001). *Postmodernite, sivil toplum ve İslam*. İstanbul: Alfa Yayınları.
- Sevim, A. (2005). *Feminizm*. İstanbul: İnsan Yayınları.
- Steinack, K. (2011). Two patterns of opposition: Party group interaction in the Bararian state parliament. *The Journal of Legislative Studies*. Erişim tarihi: 29.04.2018. <https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/13572334.2011.545176>.
- Sümer, S. Z.(2009). *Tarih içinde görünürlükten kadınların tarihine :amerikan kadın romanında feminist bilinç ve politika*. (Yayınlanmamış Doktora Tezi). Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Halkla İlişkiler Anabilim Dalı. Konya.
- Thesun, (2018). *Women unite*. Erişim tarihi: 05.05.2018. <https://www.thesun.co.uk/tvandshowbiz/4700676/me-too-metoo-harvey-weinstein-donald-trump/>
- Turgut, N. (1984). *Siyasal muhalefet: Batı demokrasileri-sosyalist ülkeler-Türkiye*, Ankara: Birey ve Toplum Yayıncılık.

- 
- Unwomen (2017). *Woman in Politic: 2017*. Erişim Tarihi: 30.04.2018[http://www.unwomen.org//media/headquarters/attachments/sections/library/publications/2017/femmesenpolitique\\_2017\\_english\\_web.pdf?la=en&vs=1123](http://www.unwomen.org//media/headquarters/attachments/sections/library/publications/2017/femmesenpolitique_2017_english_web.pdf?la=en&vs=1123)
- Wiktorowicz, Q. (2002). The political limits to nongovernmental organizations in Jordan. *World development*. Vol. 30, No. 1, 77- 93. doi: 10.1016/S0305-750X(01)00092-4.
- Woman March. (2017). Erişim tarihi: 05.05.2018. <https://www.womensmarch.com/mission/>
- Yıldırım, A., & Şimşek, H. (2008). *Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri* Ankara: Seçkin Yayıncılık.
-



# Yerelde Yönetişim Algısı Üzerine Bir Alan Araştırması: Kahramanmaraş Büyükşehir Belediyesi Örneği

## A Field Investigation On Local Governance Situation: Kahramanmaraş Metropolitan Municipality Sample

Ahmet TUNÇ\*

Aziz BELLİ\*\*

Abdullah AYDIN\*\*\*

Öz

1970 sonrası ortaya çıkan ekonomik kriz ve kamu hizmet sunumunda karşılaşılan aksaklıklar ve küreselleşme neticesinde geleneksel yönetim anlayışı yerini, yeni kamu yönetimi anlayışına bırakmıştır. Yeni kamu yönetimi anlayışından beslenen ve küresel ortaklık kavramı ile hayat bulan ve “yönetişim” olarak adlandırılan, katılımcılığa ve ortaklıklara dayalı olan bu yaklaşım, kamu yönetiminde yaşanan değişim ve dönüşüme öncülük etmiştir. Yönetişim anlayışı hem yerel, hem ulusal hem de küresel düzeyde kullanılmaktadır. Nitekim kavram, sağlıktan, eğitime, çevreden uluslararası ilişkilere kadar diğer pek çok alanda hayat bulmuştur ve bu alanlarda önemli ilerlemelere vesile olmuştur. Bu yeni yaklaşım ile yerel yönetimler, sivil toplum kuruluşları, özel sektör, diğer yerel aktörler merkezi yönetimlerle uluslararası topluluğun ortakları olarak nitelendirilmiştir. Yönetişim ile ilgili altı temel ilke sayılabilir. Bunlar; saydamlık (şeffaflık), katılımcılık, hesap verilebilirlik, eşitlik ve hukukun üstünlüğü, etkinlik ve hizmette yerelliktir. Hizmette yerellik ilkesi doğrudan doğruya yerel yönetimleri ilgilendiren ve yönetişim için yerel yönetimleri vazgeçilmez bir durumu getiren bir ilkedir. Bu kapsamda yerel yönetimler yönetişimin uygulama alanı bulduğu önemli kuruluşlar olmaktadır. Ancak yönetişimin kamu yönetiminde özelliklerle yerel yönetim çalışanlarınca tam anlamı ile bilindiğini ve uygulandığını söylemek güçtür. Bu kapsamda ortaya çıkan bu araştırma Kahramanmaraş Büyükşehir Belediyesinde çalışanların yönetişim konusundaki algılarını ölçerek bu algının demografik değişkenlere göre değişip değişmediğini belirlemek üzere ortaya çıkmıştır. Teorik çerçeve oluşturulurken öncelikle yönetişim ve yerel yönetim kavramlarına yer verildikten sonra yerel yönetişim kapsamında yerel yönetimlerin değerlendirilmesi yapılmıştır. Araştırma sonucunda belediye çalışanlarının yönetişim konusundaki algıları tespit edilerek bireylerin cinsiyet, yaş, gelir, unvan durumlarına göre yönetişim algısının değişip değişmediği belirlenmiştir. Demografik değişkenlere göre değişkenlik gösteren yönetişim algısının geliştirilmesi için çeşitli çözüm önerileri araştırma sonucunda sunulmuştur.

**Anahtar Kelimeler:** Yönetişim, Yerel Yönetim, Belediye, Büyükşehir Belediyesi, Kahramanmaraş.

**Abstract**

After the 1970s, the economic crisis, the disruptions in public service delivery, and the globalization have left the place of traditional management understanding to the new understanding of public administration. This approach, nourished by the new concept of public administration and based on participation and partnerships, which is called "governance" and which has come to life with the concept of global partnership, has pioneered change and transformation in public administration. Governance is used locally, nationally and globally. Indeed, the concept has come to life in many other areas, from health care, education, international relativities, and has been instrumental in making significant progress in these areas. These; Transparency, participation, accountability, equality and superiority of law, locality of activity and service. The principle of locality in service is a primitive that directly relates to local governments and brings local governments indispensable for governance. The theoretical framework of the study was prepared with the data obtained from domestic and foreign sources in the light of literature review. When the theoretical framework is established, firstly the concepts of governance and local government will be covered and then local governments will be evaluated within the scope of local governance. As a result of the research, the perceptions of the municipal employees about the governance will be determined and it will be determined whether the perception of governance has changed according to the gender, age, income, title of the individuals. A variety of solutions for the development of governance perceptions, which vary according to demographic variables, will be presented as a research result.

**Keywords:** Governance, Local Government, Municipality, Metropolitan Municipality, Kahramanmaraş.

\* Dr. Öğr. Üyesi. Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi, İktisadi İdari Bilimler Fakültesi, Siyaset Bilimi ve Uluslararası İlişkiler Bölümü, atunc@ksu.edu.tr.

\*\*Dr. Öğr. Üyesi. Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi, İktisadi İdari Bilimler Fakültesi, Kamu Yönetimi Bölümü, azizdarende@hotmail.com.

\*\*\* Dr. Öğr. Üyesi. Hatay Mustafa Kemal Üniversitesi, İktisadi İdari Bilimler Fakültesi, Uluslararası İlişkiler Bölümü, abdullahaydin01@hotmail.com.

## Giriş

Yirminci Yüzyıl ile birlikte sanayi toplumunun bilgi toplumuna dönüşü ve küreselleşme denen olgunun hayat bulması her alanda olduğu gibi kamu yönetimi alanında da bir değişim ve dönüşüme neden olmuştur. Bu değişim sürecinde yeni kamu yönetimi (YKY) anlayışından beslenen ve onu tamamlayan yönetim anlayışı ortaya çıkmıştır. Aslında yönetim yeni bir kavram olmamasına rağmen 1980 sonrasında gündeme gelen “idari reform” süreçleriyle birlikte tekrar tartışılan bir kavram haline gelmiştir. Özellikle 1992 Rio Konferansı sonrasında Gündem 21 Eylem Planında kamu yönetiminin özel sektör, sivil toplum ve halkı bir araya getiren yeni yapılanmalara ihtiyaç duyulmuştur. Nitekim yönetim anlayışı sivil toplum örgütleri, özel sektör, kamu yönetimi ve halkın bir araya geldiği çok paydaşlı bir yönetim ve karar alma sürecini ifade etmektedir. Yönetim anlayışının uygulama alanlarından birisi de yerel yönetimlerdir. Yerel yönetimler yerel halka en yakın hizmet sunan birimler olduğu için sivil toplum, özel sektör ve halkın katılım sürecine daha kolay dâhil olabildiği yerlerdir. Bu açıdan yerel yönetimler yönetim anlayışı için vazgeçilmez birimler olarak değerlendirilebilir. Ancak yerel yönetimlerin yönetimi sağlıklı bir şekilde uygulayabilmesi için yerel yönetim çalışanlarının da yönetim anlayışını bilmesi, önemsemesi, benimsemesi ve ona karşı bir ilgisinin olması gerekmektedir.

Yerel yönetimler içerisinde yönetimin en fazla uygulama alanı bulduğu birimlerde kentsel alanları içine alan yerel yönetim birimi olan belediyelerdir. Belediyeler nüfusları açısından çok fazla değişkenlik gösteren kamu kurumlarıdır. Nüfusu milyonları bulan belediyeler olduğu gibi binlerle ifade edilen belediyelerde bulunmaktadır. Nüfusun az olduğu belediyelerde katılım olgusunun hayat bulması zor olmamakta ancak nüfusun kalabalık olduğu özellikle büyükşehirlerde katılım olgusunun zayıflaması yönetim anlayışının önemini ortaya koymuştur. Bu kapsamda belediye personelinin “yönetim algı düzeyine” sahip olması veya bu yönde eğitilmesi katılım sürecinin sağlıklı bir şekilde işlemesi açısından önemlidir. Bu anlayış ile ortaya çıkan araştırma Kahramanmaraş Belediye personelinin yönetim algı düzeyi ölçülmeye çalışılmış ve bu algı düzeyinin demografik değişkenlere göre değişip değişmediği incelenmiştir. Araştırmada öncelikle Yönetim ve yerel yönetim kavramlarına yer verilmiş, daha sonra Kahramanmaraş Büyükşehir Belediyesi çalışanlarına uygulanan anketin sonuçları ve analizleri irdelenmiş, araştırma sonuç ve öneriler bölümü ile tamamlanmıştır.

Araştırmada belediye çalışanlarının yönetim algısını ölçmek üzere Başaran (2016) tarafından hazırlanan “Yönetim Yaklaşımının Uygulanabilirliğini Görmeye Yönelik Anket Formu”ndan alınan sorular kullanılmıştır. Araştırma örneklemini tespit edilirken evren olarak Kahramanmaraş Büyükşehir Belediyesi Çalışanları seçilmiştir. Kahramanmaraş Büyükşehir Belediyesi 2017 yılı Performans Raporu’na göre Belediye’de 980 personel çalışmaktadır. 980 çalışanın görüşlerini yansıtabilmek için %95 güven aralığı ve %5 kabul edilebilir hata payı ile anket uygulanacak personel sayısı 277 olmalıdır. Bu kapsamda 277 kişiye anket uygulanarak çalışma tamamlanmıştır. Çalışma kapsamında öncelikle frekans analizleri incelenerek katılımcıların yönetim konusundaki görüşleri ortaya konulmuştur. Daha sonra yönetim faktörünün alt bileşenlerini belirlemek üzere faktör analizi yapılmış olup bu değişkenler ile araştırma hipotezleri oluşturulmuştur. Bu değişkenlerin demografik değişkenlere göre farklılık gösterip göstermediğini belirlemek üzere t testi ve tek yönlü varyans analizi kullanılmıştır.

## Yönetim Kavramı

Yönetim siyasal ve sosyal sistem içerisindeki bütün aktörlerin bir araya gelerek eşgüdüm halinde ortak hareket etmelerini sağlayan sistemin adıdır. Bu kapsamda farklı görüş ve düşünceye sahip grup ve bireylerinde bir arada bulunmasını sağlayan bir sistemdir (Özer, 2015, s. 208). Farklı grupların bir araya gelmesi ve talep ve beklentilerini yönetim kademelerine iletmesi demokrasinin bir gereğidir. Yönetim yaklaşımı ile demokrasi, sivil toplum, etkin

yönetim, küreselleşme, yerelleşme, ekonomik kalkınma ve sosyal devlet kavramlarını dikkate alınarak ve bu kavramları bağdaştırarak, ulusal yönetim ve uluslararası ilişkiler için daha kabul edilebilir ve fonksiyonel bir model ortaya koymak amaçlanmıştır (Karaçor ve Oltulu, 2011, s. 410). Yönetişimin farklı disiplinleri ilgilendiren bir konu olması ve birçok alanda kullanıldığından tanım güçlüğü bulunmaktadır. Ancak kamu yönetimi açısından bir tanım yapmak gerekirse; yönetim, anayasal aktörler, farklı çıkar grupları, özel sektör ve sivil toplum örgütleri arasındaki yatay ve dikey ilişkileri tanımlar (Genç, 2012, s. 51). Görüldüğü üzere yönetim içerisinde farklı grupların bir araya gelmesi ve görüş alış verişinde bulunması gerekmektedir.

Literatürde yönetişimin birbirini tamamlayan sekiz temel ilkesi bulunduğu ifade edilmektedir. Bu ilkeleri şeffaflık, hesap verebilirlik, katılımcılık, cevap verebilirlik, hukukun üstünlüğü, etkinlik, eşitlik ve stratejik vizyon biçiminde saymak mümkündür. İyi yönetim (good governance) ise tüm bu ilkelerin bir arada doğru bir şekilde uygulanmasını öngörmektedir (Tortop vd., 2007, s. 563-565). Birleşmiş Milletler ise; iyi yönetişimin yedi temel unsurunun bulunduğunu belirtmiştir. Bunlar; eşitlik, katılım, çoğulculuk, şeffaflık, hesap verebilirlik, hukukun üstünlüğü ve uzun vadede, etkin, verimli, duyarlı ve sürdürülebilir bir yönetimdir. Birleşmiş Milletlere göre yönetim, yoksulluğun ortadan kaldırılması, çevrenin korunması ve yenilenmesi, toplumsal cinsiyet eşitliği ve sürdürülebilir geçim yoluyla daha fazla insan gelişimi yönünde toplumu daha ileriye taşımak için bu ilkelere dayanmalıdır (UN, 20.04.2017, www.un.org). Stoker (1998, s. 18'den akt. Sobacı, 2007, s. 223), yönetim kavramının ortaya koyduğu önerileri şöyle özetlemektedir:

- Yönetişim, hükümetten doğan ancak onun da ötesinde bir takım kurum ve aktörlerin varlığına vurgu yapar.
- Yönetişim, sosyal ve ekonomik sorunların çözümünde aktörlerin sınırlarının ve sorumluluklarının belirsizliğine çözüm üretir.
- Yönetişim, kolektif eylem ve işlemlere katılan aktörler ve kurumlar arasında karşılıklı güç bağımlılığını ifade eder.
- Yönetişim, kendi kendine yöneten özerk aktörler ağına ilişkin bir kavramdır.
- Yönetişim, sorunların ortaya konulması ve çözülmesinde sorumlu aktörlerin yeterli kapasiteye sahip olduklarını kabul etmekte ve sorunların çözümüne sadece kamu yönetiminin güç ve yetkisine dayandırmamaktadır.

### **Yerelde Yönetişim**

Küreselleşme ve teknolojik gelişmelerin etkisi her alanda olduğu gibi kamu yönetimi alanında da kendini göstermiştir (Kaypak vd., 2017, s. 923). Küreselleşmenin temel gayelerinden birisi kamu yönetimini bir bütün olarak liberal bir yapıya kavuşturmadır (Sezik ve Ağır, 2016, s. 238). Liberallere göre piyasadan sonra en iyi ikinci yönetim yerel yönetimler olduğundan dolayı küreselleşmenin ve teknolojik gelişmelerin etkisi ile ortaya çıkan yönetim anlayışı yerel yönetimlere doğrudan nüfuz etmiştir. Yerelde iyi yönetişimin uygulama bulması için hizmette yerellik ilkesinin hayat bulması gerekmektedir. Hizmette halka yakınlık olarak da isimlendirilen "hizmette yerellik ilkesinin" kısaca hizmetin vatandaşa en yakın yönetsel birim tarafından sunulması olduğu söylenebilir. Hizmette yerellik, yerelleşme eğiliminin ve bireyin ön plana çıkmasının gereğidir. Bu yalnız yerinden yönetim kuruluşlarının hizmet sunması ile alakalı değildir. Merkezi yönetime bağlı olmakla birlikte yerelde merkez adına hizmet yürüten taşra birimleri de hizmette yerellik kapsamında değerlendirilebilir. Görüldüğü üzere bu ilke hem merkezden yönetim hem de yerinden yönetim sistemlerinde görülebilen bir ilkedir (Aydın,

2012, s. 317). Yerel yönetimlerin tanımı hizmette halka yakınlık ilkesinde kastedilenin ilk olarak yerel yönetimler olduğu sonucunu doğurur. Nitekim yerel yönetimler; il, belediye ve köy halkının yerel/ortak ihtiyaçlarını karşılayan ve karar organları halk tarafından seçimle iş başına gelen idari ve mali özerkliği bulunan kamu tüzel kişileridir (Toprak, 2006, s. 13). Tanımdan da anlaşıldığı üzere yerel yönetimler belirli bir coğrafi alanda hizmet durumunda olan ve yerel seçilmiş organları bulunan, idarenin bütünlüğü ilkesi kapsamında merkezi yönetimin idari vesayetine tabi olmakla birlikte özerk kimliğe sahip olan ve kamu tüzel kişiliği bulunan birimlerdir (Şengül, 2010, s. 12-14).

Yönetişim sürecinde merkezi yönetim kamu politikalarının uygulama süreçlerini sıkı bir şekilde denetlemekte, alternatif hizmet sunum tekniklerine izin vermektedir. Bu kapsamda yönetim ile kamu politikalarını uygulayan kişilere uzmanlıklarını kullanma özgürlüğü veriliyor ve halkın talep ve beklentilerinin uygulayıcılar tarafından bilinmesini sağlıyor (Coşkun, 2008, s. 77). Yönetişim yaklaşımının gelişmesinde yeni kamu yönetimi anlayışının önemli etkisi olmuştur. Nitekim geleneksel kamu yönetimi ile yerel hizmet kavramı sadece yerel yönetimler tarafından sunulan hizmeti kapsarken yeni kamu yönetimi anlayışı ile birlikte yerel hizmet yerel yönetimler dışında sivil toplum örgütleri ve özel sektör kuruluşlarının belirli bir coğrafi alandaki mahalli müşterek ihtiyaçları karşılamak ve kamu yararını sağlamak üzere ilgili yerel yönetim biriminin denetimi ve gözetimi altında bulunan sürekli ve düzenli faaliyetler olarak tanımlanabilir (Bozlağan, 2008, s. 17).

Türkiye’de yerel yönetim tartışmaları HABİTAT II Konferansı’nda sunulan Türkiye Ulusal Raporu’nda ve Eylem Planı’nda bulmak mümkündür (Parlak ve Sobacı, 2010, s. 215). Bu konferans sonrasında yerel yönetim için iyi uygulama örneği olan Yerel Gündem 21 çalışmaları başlamış ve yurdun birçok belediyesinde uygulanmıştır. Özellikle 2002 sonrasında yerel yönetimler konusundaki reform çalışmaları hız kazanmıştır. 2004 ve 2005 yıllarında değiştirilen yerel yönetim yasaları halkın yönetimi daha fazla katılım sağladığı ve yönetişimin uygulama alanı bulduğu yapıların oluşmasını sağlamıştır. Söz konusu yasal düzenlemelerde önemli bir yeri olan ve araştırma konusunu kapsayan 5393 sayılı Belediye Yasasında halkın yönetime katılımı ile ilgili önemli düzenlemeler yapılmıştır.

5393 sayılı Belediye Yasası ile halkın yönetime katılımının sağlandığı ve farklı paydaşların yer aldığı yeni bir yerel yönetim sistemine geçilmek istenmiştir. Yasa maddeleri incelendiğinde belediyelerin yetki ve ayrıcalıkları açıklanırken “Belediye, belde sakinlerinin belediye hizmetleriyle ilgili görüş ve düşüncelerini tespit etmek amacıyla kamuoyu yoklaması ve araştırması yapabilir.” İfadesi vatandaş odaklı bir yönetim anlayışına geçilmek istendiğinin bir işaretidir. Ancak uygulamada bunun çok fazla kullanıldığı söylenemez. Yönetişim anlayışı ile ilgili diğer maddeler; 5393 sayılı Kanunun 13. Maddesindeki “hemşeri (kenttaş) hukuku” başlığını taşıyan maddedir (Keleş, 2012, s. 298).

Halkın belediye yönetimine katılımı ile ilgili bir diğer düzenleme de belediye meclis toplantıları ile ilgili olan 20. maddedir. Buna maddeye göre; Belediye meclisinin mutlak toplantı yeri dışında toplanmasının zorunlu olduğu durumlarda; toplantı yeri ve zamanının belde halkına duyurulması; meclis toplantılarının halka açık olduğu belirtilmektedir. Böylece halkın belediye meclis toplantılarını katılımı sağlanmaya çalışılmıştır (Öner, 2006, s. 42). Ancak uygulamada bunun gerçekleşmediği ve yapılan birçok araştırmada halkın belediye meclis toplantılarına katılmadığı görülmüştür (Zeren ve Özmen, 2010, s. 167). Katılım anlayışını geliştirmeye yönelik geliştirilen bir diğer hüküm ise belediye meclis kararlarının halka duyurulması ile ilgili olan 21/1. Maddesidir. Belediye meclis kararları yanında ihtisas komisyonları raporlarının da çeşitli yollarla halka duyurulmasına ilişkin hüküm 24/7. maddede düzenlenmiştir (Öner, 2006, s. 42).

Halkın katılımı yanında sivil toplum ve özel sektörün yerel karar alma süreçlerine katılımına olanak sağlayan kent konseyleri 5393 sayılı Kanun ile hayat bulmuştur. Kent konseylerinin kökeni Yerel Gündem 21'e dayandırılmakla birlikte yasal hale gelmesi 5393 sayılı Kanununun 76. Maddesinde olmuştur. Buna göre,

*“Kent konseyi, kent yaşamında; kent vizyonunun ve hemşerilik bilincinin geliştirilmesi, kentin hak ve hukukunun korunması, sürdürülebilir kalkınma, çevreye duyarlılık, sosyal yardımlaşma ve dayanışma, saydamlık, hesap sorma ve hesap verme, katılım ve yerinden yönetim ilkelerini hayata geçirmeye çalışır.*

*Belediyeler kamu kurumu niteliğindeki meslek kuruluşlarının, sendikaların, varsa üniversitelerin, ilgili sivil toplum örgütlerinin, siyasi partilerin, kamu kurum ve kuruluşlarının ve mahalle muhtarlarının temsilcileri ile diğer ilgililerin katılımıyla oluşan kent konseyinin faaliyetlerinin etkili ve verimli yürütülmesi konusunda yardım ve destek sağlar.*

*Kent konseyinde oluşturulan görüşler belediye meclisinin ilk toplantısında gündeme alınarak değerlendirilir. Kent konseyinin çalışma usul ve esasları İçişleri Bakanlığınca hazırlanacak yönetmelikle belirlenir.”*

Yasal düzenlemeler yönetim ve yeni kamu yönetimin geliştirilmesine yönelik iken yerel yönetim personelinin yönetim konusundaki görüş ve düşüncelerinin ne olduğu ve nasıl geliştirilmesi gerektiğine ilişkin çok fazla çalışma yapılmamıştır. Bu çalışma ile Kahramanmaraş Büyükşehir Belediye çalışanlarının yönetim algı düzeyi ölçülmeye çalışılmış ve bu algının demografik değişkenlere göre değişip değişmediği belirlenmeye çalışılmıştır.

### **Alan Araştırması**

Araştırmada belediye çalışanlarının yönetim algısını ölçmek üzere Başaran (2016) tarafından hazırlanan “Yönetişim Yaklaşımının Uygulanabilirliğini Görmeye Yönelik Anket Formu”ndan alınan sorular kullanılmıştır. Bu sorular demografik bilgiler ile birlikte Kahramanmaraş Büyükşehir Belediyesi çalışanlarına sorulmuştur. Çalışmanın yöntemi, örnekleme, bulguları ve analizine ilişkin bilgilere aşağıda yer verilmiştir.

### **Araştırmanın Yöntemi ve Örnekleme**

Alan araştırmasının genel olarak iki saç ayağı bulunmaktadır. İlk kısımda katılımcıların demografik özelliklerinin yer aldığı betimsel istatistikler yer almıştır. İkinci kısımda yönetim kavramını oluşturan alt bileşenlerin yer aldığı 25 soru yer almaktadır. Bu kapsamda anketin ikinci kısmı frekans analizleri ile katılımcıların verdiği cevaplar değerlendirilmiştir. Frekans analizleri sonrasında faktör analizi ile elde edilen yeni değişkenler ile oluşturulan hipotezler test edilmiştir. Anlamlı farklılık hipotezleri test edilirken değişken sayısına göre bağımsız gruplar t-testi ve ANOVA testi kullanılmıştır. ANOVA testi şartlarının sağlanmadığı durumlarda Welch ve Brown-Forsythe testi uygulanmıştır (Durmuş vd., 2013, s. 118-133).

Araştırmada uygulanan anket soruları çalışma evrenine uygulanmak istenmektedir. Ancak zaman ve maliyet unsurları dikkate alınarak belirli bir örneklem kümesi seçilmiştir. Örneklem konu ve kapsam sınırlılığı dikkate alınarak Kahramanmaraş Büyükşehir Belediyesi çalışanları arasından oluşturulmuştur. Kahramanmaraş Büyükşehir Belediyesi 2017 yılı Performans Raporu'na göre Belediye'de 980 personel çalışmaktadır. 980 çalışanın görüşlerini yansıtabilmek için %95 güven aralığı ve %5 kabul edilebilir hata payı ile anket uygulanacak personel sayısı 277 olmalıdır. Anketin geri dönüş eksikliği göz önüne alınarak 299 anket uygulanmıştır.

### **Veri Toplama Aracı ve Faktör Analizi**

Araştırmada belediye çalışanlarının yönetim algısını ölçmek üzere Kazım Başaran tarafından hazırlanan “Yönetişim Yaklaşımının Uygulanabilirliğini Görmeye Yönelik Anket Formu”ndan alınan sorular kullanılmıştır. Bu kapsamda iki faktör elde edilmiştir.

**Yönetişim ölçeği:** Yönetişim ölçeği kapsamında sorulan soruların alt boyutlarını oluşturmak için faktör analizi yapılmıştır. KMO= 0,888, Bartlett test (276)=3855,706, p=0,000 olduğundan faktör analizi şartları yerine getirilmiştir. Uygulanan faktör analizi sonucunda iki faktör elde edilmiş ve bu iki faktörün toplam açıklanan varyans oranı % 45,862 olarak tespit edilmiştir. Soru gruplarına yapılan faktör analizi sonucunda faktör yükü 0.30'un altında olan 19. soru "Yönetişimin uygulanması ve karar alma mekanizmalarına katılım için bir takım yasal düzenlemeler yapılmalıdır" önermesi analizden çıkartılmıştır. Bu sorunun çıkartılması ile birlikte tekrar yapılan faktör analizi sonucunda araştırmanın hipotezlerinde kullanılacak yeni değişkenler belirlenmiştir.

Faktör Adı: Yönetişim Yaklaşımı (Faktörün açıklayıcılığı % 35,824)

| Soru İfadesi   | Faktör Ağırlığı |
|--|-----------------|
| 20. Yönetişimin uygulanması için sivil toplum ve özel sektör temsilcileri de çalışmalar yapılmalıdır.  | ,774            |
| 12. Yerel düzeyde özel sektör ve sivil toplum örgütlerinin karar alma mekanizmalarına katılımı kalkınmaya olumlu etki yapacaktır.  | ,764            |
| 23. Vatandaşların karar alma mekanizmalarına katılım aracı olan sivil toplum örgütlerine aktif olarak destek vermesi için gerekli çalışmalar yapılmalıdır.   | ,755            |
| 13. Yönetişimin yerel yönetimler üzerinde uygulanması yerel sorunların çözümünde etkili olacaktır.   | ,733            |
| 22. Özel sektörün hizmet sunumları içinde fazlaca yer alması ve devletin özel sektör ilkeleriyle işlemesinden, devlet vatandaş ilişkisinin zarar görmemesi için vatandaşlar sivil toplum aracılığıyla karar alma mekanizmalarına katılmalıdır. | ,720            |
| 3. Karar alma mekanizmalarında özel sektör ve sivil toplum örgütlerinin görüşleri daha verimli kararlar alınmasını sağlayacak ve sorunları çözmeye yardımcı olacaktır.   | ,714            |
| 1. Karar alma mekanizmalarına sivil toplum örgütleri de katılmalıdır.  | ,710            |
| 17. Yönetişim yerel düzeydeki demokrasi sorunlarına çözüm getirebilir.   | ,701            |
| 2. Karar alma mekanizmalarına özel sektör temsilcileri de katılmalıdır.  | ,687            |
| 14. Yerel yönetimin hizmetlerinden yararlananların kararlara katılımı konusunda yerel yönetimler çalışmalar yapılmalıdır.  | ,656            |
| 15. Yerel düzeyde demokrasi artmalıdır.  | ,624            |
| 21. Yeni kamu yönetimi anlayışı ile kamu kurumlarının özel sektör mantığıyla çalışması etkinlik, verimlilik, cevap verebilirlik gibi yönetim ilkeleri bakımından olumlu etki doğuracaktır.   | ,621            |
| 24. Özel sektör temsilcileri isteklerini yerel yönetim temsilcileri ile doğrudan kişisel iletişim kurarak dile getirmektedirler.   | ,598            |
| 25. Sivil toplum örgütü temsilcileri isteklerini yerel yönetim temsilcileri ile doğrudan kişisel iletişim kurarak dile getirmektedirler.   | ,586            |
| 18. Şeffaflık, katılımcılık, cevap verebilirlik, hesap verebilirlik, hukukilik gibi iyi yönetim ilkelerinin yerel yönetimlerde uygulanması gerekir.  | ,578            |
| 11. Katı, merkeziyetçi, bürokratik yapılar yönetim önünde engeldir.  | ,544            |
| 16. Yerel yönetimlerin merkezi yönetimler karşısında güçlenmesi gerekir.   | ,533            |
| 5. Belediye meclisinde gündeme alınan konular belirlenirken, sivil toplum örgütleri ve özel sektörün ihtiyaç ve talepleri dikkate alınmaktadır.  | ,460            |
| 10. Sivil toplum örgütleri yeterince gelişmediği için karar alma mekanizmalarına katılım konusunda geride kalmaktadır.   | ,434            |
| 4. Karar alma mekanizmalarında özel sektör ve sivil toplum örgütlerinin katılımı açık, Şeffaf kararlar alınmasını sağlayacak ve denetlenebilirliği artıracaktır.   | ,319            |

Faktör Adı: Yerel Yönetim, Özel Sektör ve Sivil Toplum İşbirliği (Faktörün açıklayıcılığı % 11,900)

| Soru İfadesi  | Faktör Ağırlığı |
|---|-----------------|
| 6. Yerel yönetimlerin özel sektörle işbirliği yeterli düzeydedir.   | ,829            |
| 8. Yerel yönetimlerin sivil toplum örgütleriyle işbirliği yeterli düzeydedir.                                       | ,789            |
| 7. Özel sektör temsilcileri, yerel yönetimlerin karar alma mekanizmalarına katılım konusunda istekli ve ilgilidir.  | ,773            |
| 9. Sivil toplum temsilcileri, yerel yönetimlerin karar alma mekanizmalarına katılım konusunda istekli ve ilgilidir. | ,621            |

**Katılımcılara İlişkin Tanımlayıcı İstatistikler**

Araştırmanın bu kısmında katılımcıların demografik özellikleri ve faktör analizini oluşturan önermelerin frekans analizleri bulunmaktadır.

**Tablo 1.** Katılımcıların Cinsiyeti

| Cinsiyet  | N   | %    |
|-----------|-----|------|
| Kadın     | 44  | 14,9 |
| Erkek     | 249 | 84,4 |
| Cevap Yok | 2   | ,7   |
| Toplam    | 293 | 100  |

Tablo 1'e göre; ankete katılan 295 kişinin 2'si cinsiyet sorusuna cevap vermemiştir. Katılımcıların %15'i kadın iken %85'i erkeklerden oluşmaktadır.

**Tablo 2.** Katılımcıların Meslek ve Unvanı

| Meslek ya da Unvan         | N   | %    |
|----------------------------|-----|------|
| Memur                      | 119 | 40,3 |
| Şef                        | 12  | 4,1  |
| Uzman                      | 1   | ,3   |
| Şube Müdürü                | 43  | 14,6 |
| Daire Başkanı              | 4   | 1,4  |
| Belediye Başkan Yardımcısı | 1   | ,3   |
| Kadrolu İşçi               | 14  | 4,7  |
| Sözleşmeli İşçi            | 99  | 33,6 |
| Cevap Yok                  | 2   | ,7   |
| Total                      | 295 | 100  |

Katılımcıların Memur ve İşçiler oluşturmaktadır. İşçiler kendi arasında kadro ve sözleşmeli olarak iki farklı grubu oluşturmaktadır. Nitekim katılımcıların %40,3'ünü memurlar oluştururken, İşçiler %38,3'ünü oluşturmaktadır. Daha sonrası sırasıyla %14,6'sı şube müdürü, %4,1'i şef, %1,4'ü daire başkanı, %0,3'ü uzman, %0,3'ü belediye başkan yardımcısıdır. Ankete katılanların %0,7'si bu önermeye ilişkin fikir beyan etmemiştir.

**Tablo 3.** Katılımcıların Yaş Aralığı

| Yaş aralığı | N   | %    |
|-------------|-----|------|
| 18-28       | 29  | 9,8  |
| 29-39       | 127 | 43,1 |
| 40-50       | 88  | 29,8 |
| 51-61       | 44  | 14,9 |
| 62 ve üzeri | 5   | 1,7  |
| Cevap Yok   | 2   | ,7   |
| Total       | 295 | 100  |

|   | Kesinlikle Katılmıyorum | Katılmıyorum | Fikrim Yok | Katılıyorum | Kesinlikle | N   | Ort  |
|---|-------------------------|--------------|------------|-------------|------------|-----|------|
| Karar alma mekanizmalarına sivil toplum örgütleri de katılmalıdır.  | 13,9                    | 13,3         | 13,6       | 34,7        | 24,5       | 294 | 3,42 |
| Karar alma mekanizmalarına özel sektör temsilcileri de katılmalıdır.  | 14,3                    | 15,7         | 18,1       | 34,5        | 17,5       | 293 | 3,24 |
| Karar alma mekanizmalarında özel sektör ve sivil toplum örgütlerinin görüşleri daha verimli kararlar alınmasını sağlayacak ve sorunları çözmeye yardımcı olacaktır. | 11,3                    | 9,6          | 20,5       | 38,6        | 20,1       | 293 | 3,46 |
| Karar alma mekanizmalarında özel sektör ve sivil toplum örgütlerinin katılımı açık, Şeffaf kararlar alınmasını sağlayacak ve denetlenebilirliği artıracaktır.       | 9,3                     | 10,7         | 19,2       | 36,8        | 23,7       | 291 | 3,72 |
| Belediye meclisinde gündeme alınan konular belirlenirken, sivil toplum örgütleri ve özel sektörün ihtiyaç ve talepleri dikkate alınmaktadır.                        | 7,2                     | 9,2          | 20,1       | 40,6        | 22,9       | 293 | 3,62 |
| Yerel yönetimlerin özel sektörle işbirliği yeterli düzeydedir.  | 5,5                     | 19,2         | 39,5       | 25,4        | 10,3       | 291 | 3,15 |
| Özel sektör temsilcileri, yerel yönetimlerin karar alma mekanizmalarına katılım konusunda istekli ve ilgilidir.   | 5,8                     | 18,5         | 37,3       | 26,7        | 11,6       | 292 | 3,19 |
| Yerel yönetimlerin sivil toplum örgütleriyle işbirliği yeterli düzeydedir.  | 6,1                     | 21,4         | 33,9       | 25,1        | 13,6       | 295 | 3,18 |
| Sivil toplum temsilcileri, yerel yönetimlerin karar alma mekanizmalarına katılım konusunda istekli ve ilgilidir.  | 5,1                     | 14,6         | 32,9       | 34,9        | 12,5       | 295 | 3,35 |
| Sivil toplum örgütleri yeterince gelişmediği için karar alma mekanizmalarına katılım konusunda geride kalmaktadır.  | 6,1                     | 13,7         | 26,6       | 38,9        | 14,7       | 293 | 3,42 |
| Katı, merkeziyetçi, bürokratik yapılar yönetim önünde engeldir.   | 6,5                     | 15,0         | 21,5       | 34,1        | 22,9       | 293 | 3,51 |
| Yerel düzeyde özel sektör ve sivil toplum örgütlerinin karar alma mekanizmalarına katılması kalkınmaya olumlu etki yapacaktır.                                      | 4,5                     | 8,6          | 24,7       | 40,2        | 22,0       | 291 | 3,66 |
| Yönetişimin yerel yönetimler üzerinde uygulanması yerel sorunların çözümünde etkili olacaktır.  | 3,8                     | 5,1          | 26,4       | 41,8        | 22,9       | 292 | 3,75 |
| Yerel yönetimin hizmetlerinden yararlananların kararlara katılımı konusunda yerel yönetimler çalışmalar yapmalıdır.   | 2,7                     | 5,5          | 21,8       | 43,3        | 26,6       | 293 | 3,85 |
| Yerel düzeyde demokrasi artmalıdır.   | 4,5                     | 4,1          | 15,8       | 39,9        | 35,7       | 291 | 3,98 |
| Yerel yönetimlerin merkezi yönetimler karşısında güçlenmesi gerekir.  | 9,7                     | 9,7          | 23,1       | 31,0        | 26,0       | 290 | 3,55 |
| Yönetişim yerel düzeydeki demokrasi sorunlarına çözüm getirebilir.  | 2,4                     | 8,6          | 28,6       | 43,1        | 17,2       | 290 | 3,64 |
| Şeffaflık, katılımcılık, cevap verebilirlik, hesap verebilirlik, hukukilik gibi iyi yönetim ilkelerinin yerel yönetimlerde uygulanması gerekir.                     | 3,8                     | 5,2          | 14,8       | 37,8        | 38,5       | 291 | 4,02 |
| Yönetişimin uygulanması ve karar alma mekanizmalarına katılım için bir takım yasal düzenlemeler yapılmalıdır.   | 3,8                     | 6,1          | 20,1       | 46,1        | 23,5       | 293 | 3,93 |



|  |     |      |      |      |      |     |      |
|--|-----|------|------|------|------|-----|------|
| Yönetişimin uygulanması için sivil toplum ve özel sektör temsilcileri de çalışmalar yapmalıdır.  | 4,8 | 6,1  | 19,5 | 45,7 | 23,9 | 293 | 3,77 |
| Yeni kamu yönetimi anlayışı ile kamu kurumlarının özel sektör mantığıyla çalışması etkinlik, verimlilik, cevap verebilirlik gibi yönetim ilkeleri bakımından olumlu etki doğuracaktır.   | 5,4 | 9,5  | 24,1 | 34,0 | 26,9 | 294 | 3,67 |
| Özel sektörün hizmet sunumları içinde fazlaca yer alması ve devletin özel sektör ilkeleriyle işlemesinden, devlet vatandaş ilişkisinin zarar görmemesi için vatandaşlar sivil toplum aracılığıyla karar alma mekanizmalarına katılmalıdır. | 5,1 | 6,1  | 29,7 | 36,5 | 22,5 | 293 | 3,65 |
| Vatandaşların karar alma mekanizmalarına katılım aracı olan sivil toplum örgütlerine aktif olarak destek vermesi için gerekli çalışmalar yapılmalıdır.   | 4,1 | 5,4  | 20,4 | 43,2 | 26,9 | 294 | 3,83 |
| Özel sektör temsilcileri isteklerini yerel yönetim temsilcileri ile doğrudan kişisel iletişim kurarak dile getirmektedirler.   | 4,5 | 10,3 | 24,7 | 38,7 | 21,9 | 292 | 3,63 |
| Sivil toplum örgütü temsilcileri isteklerini yerel yönetim temsilcileri ile doğrudan kişisel iletişim kurarak dile getirmektedirler.   | 5,1 | 9,2  | 22,9 | 41,6 | 21,2 | 293 | 3,64 |

Katılımcıların yaş aralığı 29-50 yaş aralığında toplanmıştır. Nitekim katılımcıların %43,1'i 29-30 yaş aralığında, %29,8'i 40-50 yaş aralığında, %14,9'u 51-61 yaş aralığında, %9,8'i 18-28 yaş aralığında, %1,7'si 62 ve üzeri yaş aralığındadır.

**Tablo 4.** Katılımcıların Eğitim Durumu

| Yaş aralığı        | N   | %    |
|--------------------|-----|------|
| İlkokul mezunu     | 6   | 2,0  |
| Orta Okul Mezunu   | 18  | 6,1  |
| Lise Mezunu        | 77  | 26,1 |
| Yüksek Okul Mezunu | 46  | 15,6 |
| Lisans             | 114 | 38,6 |
| Lisanüstü          | 28  | 9,5  |
| Cevap Yok          | 6   | 2,0  |
| Total              | 295 | 100  |

Katılımcıların %38,6'sı Lisans mezunu, %26,1'i Lise Mezunu, %15,6'sı ön lisans mezunu, %9,5'i yüksek lisans ya da doktora mezunu, %6,1'i ortaokul mezunu, %2'si ilkokul mezunudur. Katılımcıların %2'si bu soruya cevap vermemiştir.

Katılımcıların gelirleri ve kaç yıldır bu ilde yaşadıklarına ilişkin sorular ucu açık olarak sorulmuştur. Bu kapsamda katılımcıların gelir ortalaması; 3427 TL'dir. Katılımcıların Kahramanmaraş'ta yaşama ortalamaları ise 29,9 yıldır.

**Tablo 5:** Yeni Çevresel Paradigma Ölçeğine Verilen Yanıtların Yüzdelerle Dağılımları ve Ortalamaları

|   | Kesinlikle Katılmıyorum | Katılmıyorum | Fikrim Yok | Katılıyorum | Kesinlikle Katılıyorum | N   | Ort  |
|---|-------------------------|--------------|------------|-------------|------------------------|-----|------|
| Karar alma mekanizmalarına sivil toplum örgütleri de katılmalıdır.  | 13,9                    | 13,3         | 13,6       | 34,7        | 24,5                   | 294 | 3,42 |
| Karar alma mekanizmalarına özel sektör temsilcileri de katılmalıdır.  | 14,3                    | 15,7         | 18,1       | 34,5        | 17,5                   | 293 | 3,24 |
| Karar alma mekanizmalarında özel sektör ve sivil toplum örgütlerinin görüşleri daha verimli kararlar alınmasını sağlayacak ve sorunları çözmeye yardımcı olacaktır. | 11,3                    | 9,6          | 20,5       | 38,6        | 20,1                   | 293 | 3,46 |
| Karar alma mekanizmalarında özel sektör ve sivil toplum örgütlerinin katılımı açık, Şeffaf kararlar alınmasını sağlayacak ve denetlenebilirliği artıracaktır.       | 9,3                     | 10,7         | 19,2       | 36,8        | 23,7                   | 291 | 3,72 |
| Belediye meclisinde gündeme alınan konular belirlenirken, sivil toplum örgütleri ve özel sektörün ihtiyaç ve talepleri dikkate alınmaktadır.                        | 7,2                     | 9,2          | 20,1       | 40,6        | 22,9                   | 293 | 3,62 |
| Yerel yönetimlerin özel sektörle işbirliği yeterli düzeydedir.  | 5,5                     | 19,2         | 39,5       | 25,4        | 10,3                   | 291 | 3,15 |
| Özel sektör temsilcileri, yerel yönetimlerin karar alma mekanizmalarına katılım konusunda istekli ve ilgilidir.   | 5,8                     | 18,5         | 37,3       | 26,7        | 11,6                   | 292 | 3,19 |
| Yerel yönetimlerin sivil toplum örgütleriyle işbirliği yeterli düzeydedir.  | 6,1                     | 21,4         | 33,9       | 25,1        | 13,6                   | 295 | 3,18 |
| Sivil toplum temsilcileri, yerel yönetimlerin karar alma mekanizmalarına katılım konusunda istekli ve ilgilidir.  | 5,1                     | 14,6         | 32,9       | 34,9        | 12,5                   | 295 | 3,35 |
| Sivil toplum örgütleri yeterince gelişmediği için karar alma mekanizmalarına katılım konusunda geride kalmaktadır.  | 6,1                     | 13,7         | 26,6       | 38,9        | 14,7                   | 293 | 3,42 |
| Katı, merkeziyetçi, bürokratik yapılar yönetim önünde engeldir.   | 6,5                     | 15,0         | 21,5       | 34,1        | 22,9                   | 293 | 3,51 |
| Yerel düzeyde özel sektör ve sivil toplum örgütlerinin karar alma mekanizmalarına katılımı kalkınmaya olumlu etki yapacaktır.                                       | 4,5                     | 8,6          | 24,7       | 40,2        | 22,0                   | 291 | 3,66 |
| Yönetişimin yerel yönetimler üzerinde uygulanması yerel sorunların çözümünde etkili olacaktır.  | 3,8                     | 5,1          | 26,4       | 41,8        | 22,9                   | 292 | 3,75 |
| Yerel yönetimin hizmetlerinden yararlananların kararlara katılımı konusunda yerel yönetimler çalışmalar yapmalıdır.   | 2,7                     | 5,5          | 21,8       | 43,3        | 26,6                   | 293 | 3,85 |
| Yerel düzeyde demokrasi artmalıdır.   | 4,5                     | 4,1          | 15,8       | 39,9        | 35,7                   | 291 | 3,98 |
| Yerel yönetimlerin merkezi yönetimler karşısında güçlenmesi gerekir.  | 9,7                     | 9,7          | 23,1       | 31,0        | 26,0                   | 290 | 3,55 |
| Yönetişimin yerel düzeydeki demokrasi sorunlarına çözüm getirebilir.  | 2,4                     | 8,6          | 28,6       | 43,1        | 17,2                   | 290 | 3,64 |
| Şeffaflık, katılımcılık, cevap verebilirlik, hesap verebilirlik, hukukilik gibi iyi yönetim ilkelerinin yerel yönetimlerde uygulanması gerekir.                     | 3,8                     | 5,2          | 14,8       | 37,8        | 38,5                   | 291 | 4,02 |
| Yönetişimin uygulanması ve karar alma mekanizmalarına katılım için bir takım yasal düzenlemeler yapılmalıdır.   | 3,8                     | 6,1          | 20,1       | 46,1        | 23,5                   | 293 | 3,93 |

|  |     |      |      |      |      |     |      |
|--|-----|------|------|------|------|-----|------|
| Yönetişimin uygulanması için sivil toplum ve özel sektör temsilcileri de çalışmalar yapılmalıdır.  | 4,8 | 6,1  | 19,5 | 45,7 | 23,9 | 293 | 3,77 |
| Yeni kamu yönetimi anlayışı ile kamu kurumlarının özel sektör mantığıyla çalışması etkinlik, verimlilik, cevap verebilirlik gibi yönetim ilkeleri bakımından olumlu etki doğuracaktır.   | 5,4 | 9,5  | 24,1 | 34,0 | 26,9 | 294 | 3,67 |
| Özel sektörün hizmet sunumları içinde fazlaca yer alması ve devletin özel sektör ilkeleriyle işlemesinden, devlet vatandaş ilişkisinin zarar görmemesi için vatandaşlar sivil toplum aracılığıyla karar alma mekanizmalarına katılmalıdır. | 5,1 | 6,1  | 29,7 | 36,5 | 22,5 | 293 | 3,65 |
| Vatandaşların karar alma mekanizmalarına katılım aracı olan sivil toplum örgütlerine aktif olarak destek vermesi için gerekli çalışmalar yapılmalıdır.   | 4,1 | 5,4  | 20,4 | 43,2 | 26,9 | 294 | 3,83 |
| Özel sektör temsilcileri isteklerini yerel yönetim temsilcileri ile doğrudan kişisel iletişim kurarak dile getirmektedirler.   | 4,5 | 10,3 | 24,7 | 38,7 | 21,9 | 292 | 3,63 |
| Sivil toplum örgütü temsilcileri isteklerini yerel yönetim temsilcileri ile doğrudan kişisel iletişim kurarak dile getirmektedirler.   | 5,1 | 9,2  | 22,9 | 41,6 | 21,2 | 293 | 3,64 |

Frekans analizlerinde genel olarak katılımcıların 3,5 ortalamasının üzerinde bir katılım düzeyine sahip olduğu görülmüştür. Ancak bir soru dışındaki hiçbir sorunun ortalaması 4 üzerinde değildir. Bu kapsamda bazı kesimler tarafından yönetim algısının yeterince oluşmadığı düşünülebilir. Yönetişim algısının hangi gruplarda düşük veya yüksek olduğunu bulmak üzere ilerleyen bölümde hipotezler oluşturulmuş ve bu hipotezler test edilmiştir. Bununla birlikte sivil toplum, yerel yönetim ve özel sektör işbirliği sorularına katılım düzeyi diğer soruların gerisinde kalmıştır. Bu kapsamda yerel yönetim, özel sektör ve sivil toplum işbirliğinin yeterli düzeyde olmadığı ve bir iletişim problemi olduğu göze çarpmaktadır.

### Araştırma Hipotezleri ve Analiz Sonuçları

Faktör analizi sonucunda elde edilen yeni değişkenlerin katılımcıların demografik özelliklerine göre farklılık gösterip göstermediğini tespit etmek gelir ve ikamet süresi ile yönetim algısı arasındaki ilişkinin yönü ve şiddeti belirlemek üzere 8 adet hipotez oluşturulmuştur. Bu hipotezler ve analiz sonuçlarına aşağıda yer verilmiştir.

H<sub>1</sub>: Katılımcıların yönetim algı düzeyi cinsiyetlerine göre anlamlı farklılık göstermektedir.

**Tablo 6.** Yönetişim Algı Düzeyinin Cinsiyete Göre Anlamlı Farklılığı Analiz Sonucu

| F    | Sig. | t    | df     | Sig. (2-tailed) | Hipotez |
|------|------|------|--------|-----------------|---------|
| ,000 | ,985 | ,136 | 58,799 | ,892            | Ret     |

'Katılımcıların yönetim algı düzeyi cinsiyetlerine göre anlamlı farklılık göstermektedir' hipotezini test etmek üzere uygulanan t-testi sonucuna göre ( $p=0,892>0,05$ ) değişkenler arasında istatistiksel açıdan herhangi bir fark bulunamamış olup, H<sub>1</sub> hipotezi reddedilmiştir. Ancak erkek katılımcıların yönetim algı düzeyi ortalamasının (3,65) kadın katılımcıların ortalamasına (3,67) çok yakın olduğu görülebilir.

H<sub>2</sub>: Katılımcıların yerel yönetim, özel sektör ve sivil toplum işbirliği algı düzeyi cinsiyetlerine göre anlamlı farklılık göstermektedir.

**Tablo 7.** Yerel Yönetim, Özel Sektör ve Sivil Toplum İşbirliği Algı Düzeyinin Cinsiyete Göre Anlamlı Farklılığı Analiz Sonucu

| F    | Sig. | t      | df  | Sig. (2-tailed) | Hipotez |
|------|------|--------|-----|-----------------|---------|
| ,868 | ,352 | -1,106 | 293 | ,270            | Ret     |

‘Katılımcıların yerel yönetim, özel sektör ve sivil toplum işbirliği algı düzeyi cinsiyetlerine göre anlamlı farklılık göstermektedir’ hipotezini test etmek üzere uygulanan t-testi sonucuna göre ( $p=0,270>0,05$ ) değişkenler arasında istatistiksel açıdan herhangi bir farklılık bulunmamış olup,  $H_2$  hipotezi reddedilmiştir. Ancak erkek katılımcılar (3,24) kadın katılımcılardan (3,09) yerel yönetim, özel sektör ve sivil toplum işbirliği konusunda daha olumlu düşüncelere sahiptirler.

$H_3$ : Katılımcıların yönetim algı düzeyi meslek veya unvanlarına göre anlamlı farklılık göstermektedir.

**Tablo 8.** Yönetişim Algı Düzeyinin Meslek veya Unvan Açısından Anlamlı Farklılığı Analiz Sonucu

| Sum of Squares | Df  | Mean Square | F     | Sig. | Hipotez |
|----------------|-----|-------------|-------|------|---------|
| 158,482        | 292 | ,669        | 1,241 | ,275 | Ret     |

‘Katılımcıların yönetim algı düzeyi meslek veya unvanlarına göre anlamlı farklılık göstermektedir.’ hipotezini test etmek üzere uygulanan tek yönlü varyans analizi sonucuna göre ( $p=0,275>0,05$ ) değişkenler arasında istatistiksel açıdan herhangi bir farklılık bulunmamış olup,  $H_3$  hipotezi reddedilmiştir.

$H_4$ : Katılımcıların yerel yönetim, özel sektör ve sivil toplum işbirliği algı düzeyi meslek veya unvanlarına göre anlamlı farklılık göstermektedir.

**Tablo 9.** Yerel Yönetim, Özel Sektör ve Sivil Toplum İşbirliği Algı Düzeyinin Meslek veya Unvan Açısından Anlamlı Farklılığı Analiz Sonucu

| Sum of Squares | Df  | Mean Square | F    | Sig. | Hipotez |
|----------------|-----|-------------|------|------|---------|
| 199,705        | 292 | ,645        | ,941 | ,483 | Ret     |

‘Katılımcıların yönetim algı düzeyi meslek veya unvanlarına göre anlamlı farklılık göstermektedir.’ hipotezini test etmek üzere uygulanan tek yönlü varyans analizi sonucuna göre ( $p=0,483>0,05$ ) değişkenler arasında istatistiksel açıdan herhangi bir farklılık bulunmamış olup,  $H_4$  hipotezi reddedilmiştir.

$H_5$ : Katılımcıların yönetim algı düzeyi eğitim durumlarına göre anlamlı farklılık göstermektedir.

**Tablo 10.** Yönetişim Algı Düzeyinin Eğitim Durumu Açısından Anlamlı Farklılığı Analiz Sonucu

| Sum of Squares | Df  | Mean Square | F    | Sig. | Hipotez |
|----------------|-----|-------------|------|------|---------|
| 158,273        | 289 | ,214        | ,386 | ,888 | Ret     |

‘Katılımcıların yönetim algı düzeyi eğitim durumlarına göre anlamlı farklılık göstermektedir.’ hipotezini kanıtlamak için yapılan tek yönlü varyans analizi sonucuna göre ( $p=0,888>0,05$ ) değişkenler arasında istatistiksel açıdan herhangi bir farklılık bulunmamış olup,  $H_5$  hipotezi reddedilmiştir.

$H_6$ : Katılımcıların yerel yönetim, özel sektör ve sivil toplum işbirliği algı düzeyi eğitim durumlarına göre anlamlı farklılık göstermektedir.

**Tablo 11.** Yerel Yönetim, Özel Sektör ve Sivil Toplum İşbirliği Algı Düzeyinin Eğitim Durumları Açısından Anlamlı Farklılığı Analiz Sonucu

| Sum of Squares | Df  | Mean Square | F     | Sig. | Hipotez |
|----------------|-----|-------------|-------|------|---------|
| 199,762        | 289 | ,994        | 1,451 | ,195 | Ret     |

‘Katılımcıların yerel yönetim, özel sektör ve sivil toplum işbirliği algı düzeyi eğitim durumlarına göre anlamlı farklılık göstermektedir.’ hipotezini kanıtlamak için yapılan tek yönlü varyans analizi sonucuna göre ( $p=0,195>0,05$ ) değişkenler arasında istatistiksel açıdan herhangi bir farklılık bulunmamış olup,  $H_6$  hipotezi reddedilmiştir.

$H_7$ : Katılımcıların yönetim algı düzeyleri ile aylık gelirleri arasında pozitif bir ilişki vardır.

**Tablo 12.** Yönetişim Algı Düzeyi ile Aylık Gelir Arasındaki Korelasyon Analizi

|                  |      | Aylık Gelir         |
|------------------|------|---------------------|
| Yönetişim Düzeyi | Algı | Pearson Correlation |
|                  |      | -,029               |
|                  |      | Sig. (2-tailed)     |
|                  |      | ,648                |
|                  |      | N                   |
|                  |      | 247                 |

‘Katılımcıların çevre merkezci bilince sahip olmaları ile aylık gelirleri arasında pozitif bir ilişki vardır’ hipotezini kanıtlamak için yapılan korelasyon analizi sonucunda p değeri ( $0,648>0,05$ ) olduğu için  $H_7$  hipotezi reddedilmiştir. Buna göre yönetim algı düzeyi ile katılımcıların aylık gelirleri arasında bir ilişki bulunamamıştır.

$H_8$ : Katılımcıların yerel yönetim, özel sektör ve sivil toplum işbirliği algı düzeyi ile aylık gelirleri arasında pozitif bir ilişki vardır.

**Tablo 13.** İnsan Merkezci Bilinç ile Aylık Gelir Arasındaki Korelasyon Analizi

|  |  | Aylık Gelir         |
|--|--|---------------------|
| Yerel Yönetim, Özel Sektör ve Sivil Toplum İşbirliği |  | Pearson Correlation |
|  |  | -,100               |
|  |  | Sig. (2-tailed)     |
|  |  | ,117                |
|  |  | N                   |
|  |  | 247                 |

‘Katılımcıların yerel yönetim, özel sektör ve sivil toplum işbirliği ile aylık gelirleri arasında negatif bir ilişki vardır’ hipotezini kanıtlamak için yapılan korelasyon analizi sonucunda p değeri  $=0,117>0,05$  olduğu için  $H_8$  hipotezi ret edilmiştir.

### Sonuç ve Öneriler

Kamu hizmetlerinin sunumunda ortaya çıkan aksaklıklar ve hizmet verimliliğinin azalması geleneksel yönetim anlayışının tartışılmasına neden olmuştur. Bu tartışmalara petrol krizi ve refah devleti anlayışı sonucunda devletin gereğinden fazla büyümesi de eklenince kamu yönetiminde yeni arayış ihtiyaçları doğmuştur. Bu tartışmalar ışığında kamu yönetiminde bir değişim ve dönüşüm yaşanmıştır. Bu değişim ve dönüşüm akımının ilk aşaması yeni kamu yönetimi anlayışı ile sonrası ise hem bu anlayıştan beslenen hem de bu anlayışı tamamlayan yönetim anlayışı ile olmuştur. Yönetişim anlayışı ile devlet, sivil toplum ve özel sektörün paydaş olduğu ve karar alma sürecine tüm toplum kesimlerinin dâhil olduğu katılımcı bir yönetim anlayışı benimsenmiştir. Yönetişimin gelişmesinde en önemli pozisyonda duran kurumlar yerel yönetimlerdir. Yerel yönetimleri bu denli önemli yapan en önemli neden, halka en yakın birim olarak hizmet sunmalarıdır. Bu kapsamda genel olarak yerel yönetimler özel

olarak belediyeler katılım sürecinin en etkin şekilde gerçekleştiği birimler olarak göze çarpmaktadır. Ancak literatürde katılım noktasında çeşitli sorunlar olduğu belirtilmektedir. Bu sorunların kaynağı birçok çalışmada halkın katılım istediğine engel olan unsurlar üzerinden olmuştur. Ancak katılım sürecinin etkin bir şekilde gerçekleşebilmesi için belediye personelinin bu sürece uyum sağlaması gerekmektedir.

Bu araştırma ile Kahramanmaraş Büyükşehir Belediyesi çalışanlarının yönetim konusundaki görüş ve düşünceleri belirlenmiş ve yönetim algı düzeylerinin demografik değişkenlere göre değişip değişmediği belirlenmiştir. Araştırma kapsamında yapılan analizler sonucunda katılımcıların yönetim algı düzeyinin yüksek bir seviyede olduğu söylenememektedir. Nitekim yönetim algı düzeyi değişkenini oluşturan alt bileşenlerin ortalaması 3,65'dir. Yine yerel yönetim, özel sektör ve sivil toplum işbirliği algı düzeyi değişkenini oluşturan alt bileşenlerin ortalaması 3,22'dir. Bu noktada personelin yönetim algı düzeyinin, yerel yönetim, özel sektör ve sivil toplum işbirliği algı düzeyinden yüksek olduğu görülür. Bu kapsamda yerel yönetim, özel sektör ve sivil toplum işbirliğinin geliştirilmesi elzemdir. Bununla birlikte yönetim algı düzeyinin geliştirilmesine ilişkin hizmet içi eğitimler verilmesi gerekmektedir. Demografik değişkenler açısından ortaya konulan tüm hipotezler ret edilmiş olup, yönetim algı düzeyi ve yerel yönetim, özel sektör ve sivil toplum işbirliği algı düzeyi katılımcıların cinsiyet, yaş, eğitim durumu, meslek veya unvanı ve gelir durumuna göre değişmemektedir.

### Kaynakça

5393 Sayılı Belediye Kanunu.

Aydın, A. H. (2012). *Kamu yönetimine giriş*, Ankara: Seçkin Yayıncılık.

Başaran, K. (2016), Yönetişim yaklaşımı ve yerel yönetimler üzerinde uygulanabilirliği: amasya belediyesi örneği, *Afyon Kocatepe Üniversitesi sosyal bilimler enstitüsü kamu yönetimi anabilim dalı yayımlanmamış yüksek lisans tezi*.

Bozlağan, R. (2008). Geleneksel kamu yönetimi yaklaşımı, yeni kamu yönetimi yaklaşımı ve yerel yönetimlere etkileri, Recep Bozlağan ve Yüksel Demirkaya (Ed.), *Türkiye'de yerel yönetimler*, s. 1-28, Ankara: Nobel Yayın Dağıtım.

Coşkun, R. Altunışık, Remzi, Bayraktaroğlu, Serkan ve Yıldırım, Engin, (2010). *Sosyal bilimlerde araştırma yöntemleri spss uygulamalı*, Sakarya: Sakarya Yayıncılık.

Coşkun, S. (2008). Kamu yönetiminde yönetim yaklaşım, Asım Balcı, Ahmet Nohutçu, Namık Kemal Öztürk ve Bayram Coşkun, (Ed.), *kamu yönetiminde çağdaş yaklaşımlar sorunlar*, tartışmalar, çözüm önerileri, modeller, dünya ve Türkiye yansımaları, s. 67-82, Ankara: Seçkin Yayıncılık,

Durmuş, B. Yurtkoru, Serra, E. ve Çinko, Murat, (2013). *Sosyal bilimlerde spss'le veri analizi*, İstanbul: Beta Basım.

Genç, F. N. (2012). Yönetişim, Yönetime Katılma ve Farklı Katılım Türleri", Fatma Neval Genç (Ed.), *Yönetişim ve yönetim ekseninde kamu yönetimi*, s. 47-86, Bursa: Ekin Basım Yayın Dağıtım.

Karaçor, S. ve Oltulu, Arif, (2011). "Demokrasi ve yönetim boyutu ile yeni kamu yönetimi anlayışı", *SÜ İİBF sosyal ve ekonomik araştırmalar dergisi*, Sayı: 22, s.403-418.

- 
- Kaypak, Ş., Yılmaz, V. ve Bımay, M. (2017), “Dijital Çağda Kamu Yönetimi ve Etik”, *SSS Journal*, Cilt: 3, Sayı: 6, s. 912-925.
- Keleş, R. (2012). *Yerinden yönetim ve siyaset*, İstanbul: Cem Yayınevi.
- Öner, Ş. (2006). *Yeni mevzuat çerçevesine Türkiye’de belediye yönetimi*, Ankara: Nobel Yayın Dağıtım.
- Özer, M. A. (2015). *Yeni kamu yönetimi*, Ankara: Gazi Kitabevi,
- Parlak, B. ve Sobacı Zahid, (2010), *Kuram ve uygulamada kamu yönetimi ulusal ve küresel perspektifler*, Bursa: Alfa Aktüel Yayınları.
- Sezik, M. ve Ağır, O. (2016), “Türkiye'nin Kamu Yönetimini Değiştiren Faktörler: Batılılaşma ve Küreselleşme”, *The Journal of Academic Social Science Studies*, Sayı: 49, s. 225-240.
- Sobacı, Z. M., (2007), “Yönetişim Kavramı ve Türkiye’de Uygulanabilirliği Üzerine Değerlendirmeler”, *Yönetim Bilimleri Dergisi*, Cilt: 5, Sayı: 1, s. 219-235.
- Stoker G. (1998). “Governance as theory: five positions”, *international social science journal*, Sayı: 50, s.17-29.
- Şengül, R. (2010). *Yerel yönetimler*, Kocaeli: Umuttepe Yayınları.
- Toprak, Z. (2006). *Yerel yönetimler*, Ankara: Nobel Yayın Dağıtım,
- UN,<http://www.un.org/cyberschoolbus/briefing/governance/governance.pdf>,(E.T.:20.04.2017)
- Zeren, E. H. ve Özmen, Alper, (2010). Halkın belediye faaliyetlerine katılma duyarlılığı ve hizmet memnuniyeti: karaman belediyesi örneği, *KMÜ sosyal ve ekonomik araştırmalar dergisi*, 12 (19), s. 165-173.
-

# Küresel enerji jeopolitiğinde balkanların ekonomi politiği üzerine bir değerlendirme

## A political economic assesment about balkans in the global energy geopolitics

Azime TELLİ\*

Işıl DEMİRTAŞ\*\*

Öz

Balkanlar, küresel enerji jeopolitiğinde dikkat çekici bir bölge olarak öne çıkmaktadır. Avrupa Birliği, Rusya ve Türkiye'nin çevrelediği Balkan ülkelerinin enerji ticaretinde sahip olduğu stratejik avantaj taraflar arasında rekabete yol açmaktadır. Diğer taraftan, Balkan ülkelerinin büyüyen ekonomileri, enerji ihtiyaçlarını arttırmıştır. Bu artış, enerjide dışa bağımlı olan bölgenin giderek yükselen bir enerji pazarı haline gelmesine neden olmaktadır. Ancak Balkanlar daha çok enerji koridoru olarak önem taşımaktadır. Balkan ülkeleri günümüzde pek çok dev enerji projesinin kesişme noktasında yer almaktadır. Balkan ülkelerinin enerji görünümünden yola çıkılan çalışmada; bölgenin, küresel enerji jeopolitiğindeki konumu ekonomi politik açıdan analiz edilmiştir. Çalışmanın sonucunda, Balkanlar'ın enerji piyasası içerisinde gelişen bir potansiyele sahip olabileceği anlaşılmaktadır.

**Anahtar Kelimeler:** Enerji, Balkanlar, jeopolitik, ekonomi-politik, enerji güvenliği

### Abstract

The Balkans stand out as a remarkable region in global energy geopolitics. The Balkan countries, which are surrounded by the European Union, Russia and Turkey, lead to competition through their strategic advantage in the energy trade. On the other hand, the growing economies of the Balkan countries have increased their energy needs. Owing to this increase, dependent-energy are as becomes an emerging energy market. However, the Balkans are more important as energy corridors. Today, the Balkan countries are at the crossroads of many giant energy projects. The study which emerged from the energy outlook of the Balkan countries; has been analyzed the position of the region in the global energy geopolitics in terms of economy-politic. As a result of the work, it is understood that the Balkans could have a developing potential in the energy market.

**Keywords:** Energy, Balkans, geopolitics, economy-politic, energy security.

### Giriş

Günümüzde enerji hem ekonomik hem de politik alanı ilgilendiren disiplinler arası bir konu olarak geniş yer tutmaktadır. Ülkelerin enerji kaynakları bakımından artan karşılıklı bağımlılığı, ülkeler arasında siyasi ilişkilerin enerji piyasaları üzerindeki etkisini ve gücünü arttırmaktadır. Diğer taraftan, enerji kaynakları açısından zengin bölgeler enerji jeopolitiğinde enerji tedarikçisi olarak önemini korurken, enerji ihtiyacı artan bölgeler de yeni potansiyel enerji pazarları olarak öne çıkmaktadır. Jeopolitik önemi artan bölgelerde enerji piyasaları siyasi ilişkilerin de bir aracı haline gelmektedir.

Bu bağlamda enerjinin ekonomi- politik ilişkisinden bağımsız olarak düşünülmesi mümkün gözükmemektedir. Ekonomi – politik, siyasi kararların ekonomik faaliyetleri nasıl etkilediği ve ekonomik güçlerin siyasal gücün ve zenginliğin üzerindeki etkilerinin uluslararası alanda dağılımını nasıl değiştirdiğini açıklamaktadır (Gilpin, 2012, s. 22). Kökeni 18. Yüzyıla kadar dayanan ekonomi-politik kavramı siyasetin ekonomik sonuçlar üzerindeki etkisini sorgulamaktadır. 1970'li yıllardan itibaren yeniden şekillenen ekonomi- politik, kaynak tahsisinde güç sahibi olma sürecini esas almakta ve güdüler, kısıtlar vs. aracılığıyla ortaya çıkan politik olguların iktisadi açıdan öneminin açıklanması ve ekonomi politikalarının işleyişi

\* Dr. Öğr. Üyesi. Mersin Üniversitesi, İktisadi İdari Bilimler Fakültesi, Uluslararası İlişkiler Bölümü, azimetelli@gmail.com.

\*\* Dr. Öğr. Üyesi. Giresun Üniversitesi, İktisadi İdari Bilimler Fakültesi, İktisat Bölümü, isil.demirtas80@gmail.com



üzerinde durmaktadır (Telatar, 2004, s. 180-186). Piyasaların işleyişi, ulusal siyaset yanında uluslararası siyasi çevreden de etkilenmektedir (Gilpin, 2012, s. 87). Özellikle enerji piyasaları dikkate alındığında bu etkileşimin boyutu ülkelerin enerji politikalarını da şekillendirmektedir.

Küresel enerji politikasında 21. Yüzyıl yeni dinamiklerin habercisi olmuştur. Artan enerji arzı ve gelişmiş ülkelerin enerji talebinde görülen azalma ve yavaşlama enerji devlerini transfer maliyetlerini düşürmenin yanı sıra yeni pazar arayışlarına itmiştir. Söz konusu gelişmenin sonucu olarak küresel ve bölgesel enerji politikaları açısından görece geri planda kalmış olan bölgeler önem kazanmaya başlamıştır. Bu kapsamda Avrupa enerji pazarının öne çıkan unsuru hem konumu hem de artan enerji talebiyle Balkanlar olmuştur.

AB, Rusya Federasyonu ve Türkiye'nin çevrelediği Balkanlar, jeopolitik konum itibarıyla günümüzde enerji alanında dikkat çekici bir bölge halini almıştır. Rus dış politikası için her zaman bir ilgi odağı olan Balkanlar, günümüzde de bu önemini korumaktadır. Rus petrol ve doğal gazına olan bağımlılık ve Rusya'nın Balkan enerji yatırımlarındaki ağırlığı, Rusya'nın Balkanlar üzerindeki etkisini enerji kozunu kullanarak sürdürmek istediğini göstermektedir. Diğer taraftan Avrupa Birliği de enerji güvenliğinin sağlanmasında bir geçiş güzergâhı olarak gördüğü bölge ile enerji piyasalarının entegrasyonunu sağlamak istemektedir. Nitekim Hırvatistan, Bulgaristan ve Romanya AB üyesi iken, diğer ülkeler ise AB'ye aday ülkeler konumundadır. Dolayısıyla Balkanlar gelecekte AB'ye eklenen bir enerji pazarına sahip olacaktır. Ancak bunun ötesinde AB için Balkanlar, alternatif kaynaklara ulaşımı sağlayarak Rusya'ya bağımlılığı azaltacak stratejik öneme haiz bir güzergahtır.

Özellikle bölgede enerji alanında en büyük ekonomi-politik mücadelenin petrol ve doğal gaz boru hatları üzerinde yapıldığı görülmektedir. Rusya, bölgeyi yakın zamanda enerji nakli konusunda sıkıntılar yaşadığı Ukrayna ve Beyaz Rusya'ya alternatif geçiş güzergahı olarak görmekte iken, Avrupa Birliği ise Rusya'ya alternatif olacak Hazar Havzası kaynaklarının Avrupa'ya ulaştırılmasında Balkanların konumunu kullanmak istemektedir. Enerji arz güvenliği ekseninde gerçekleşen bu mücadele yeni boru hattı projelerinin sürekli olarak gündeme gelmesine ve ülkeler arasındaki diplomasiye bağlı olarak da hızlı bir biçimde yön değiştirmesine neden olmaktadır.

Diğer taraftan bölge, Rusya ve Hazar Havzası ülkeleri için Avrupa'da düşen talebi telafi edecek bir pazar olarak görülmektedir. Balkan ülkelerinin büyüyen ekonomisi ve gelişen enerji altyapısı ülkelerin enerji ihtiyaçlarını hızla arttırmaktadır. Yeterli düzeyde enerji kaynağına sahip olmayan ülkeler, bu ihtiyaçlarını daha çok dış pazarlardan tedarik etmek zorundadır.

Bu çerçevede, Balkanların enerji alanındaki ekonomi- politik önemini üç ana unsurun şekillendirdiğini söylemek mümkündür: 1-Balkanlar'ın enerji geçiş güzergahı olarak konumunun enerji güvenliğine yaptığı stratejik katkı, 2- Bölgenin enerji kaynaklarını uluslararası pazarlara açmak isteyen Hazar Havzası ülkeleri ve enerji pazarını çeşitlendirmek isteyen Rusya için enerji pazarı olarak potansiyeli, 3- Balkanların dış politikadaki rolünde enerjinin güç dengesi olarak kullanılması. Dolayısıyla bölgenin ekonomik ve politik durumu, küresel aktörlerin ve çevre ülkelerin enerji politikalarını şekillendirmelerinde etkili bir unsur olarak görülmektedir.

Bu bağlamda, çalışmada öncelikle Balkanlar'ın enerji görünümü ve bölgenin enerji pazarı olarak potansiyeli ele alınacaktır. Ardından bölgenin küresel enerji politikalarındaki etkileri ekonomi-politik ve enerji diplomasisi çerçevesinde değerlendirilecektir. Çalışmada anılan Balkanlar ile Güney Doğu Balkan ülkeleri ifade edilmektedir. Güney Doğu Balkanlar coğrafi olarak 13 ülkeden oluşmakta olup Soğuk Savaş sonrası dönemde bu bölge için Güneydoğu Avrupa terimi de yaygın olarak kullanılmıştır. Çalışmada Balkan ülkeleri arasında coğrafi olarak en geniş olan Türkiye ve Yunanistan yüksek enerji tüketimleri ve bölge genelinden farklı olarak enerji alt yapıları daha oturmuş iki ülke olarak analizin dışında

tutulacaktır. 2008 yılında bağımsızlığını ilan eden Kosova ise veri yetersizliği nedeniyle analiz dışı bırakılmıştır. Çalışmada Balkanlar'ın enerji jeopolitiğinde artan önemi ekonomi politik ve uluslararası ilişkiler disiplinleri açısından analiz edilecek olup sonuç bölümünde geleceğe dair kestirimlere yer verilecektir.

### **Balkanlar'ın Enerji Görünümü**

Zengin petrol ve doğal gaz kaynaklarına sahip olan Hazar Havzası ve Ortadoğu ile enerji tüketim potansiyeli yüksek olan Avrupa arasında geçiş güzergâhı olan Balkan ülkeleri, enerji ihtiyaçlarını karşılayabilecek yeterli enerji kaynağına sahip değildir. Enerjide dışa bağımlı olan bu ülkeler, hem büyüyen ekonomileri ile önemli bir pazar haline dönüşürken, hem de Avrupa'ya enerji naklinde stratejik bir rol üstlenmektedir.

Balkan ülkelerin yeterli miktarda enerji kaynağına sahip olmamaları Avrupa enerji piyasasındaki dengeleri etkilemektedir. Bu ülkelerin çoğunun petrol rezervi sınırlı düzeydedir. Arnavutluk, Bulgaristan, Hırvatistan, Romanya ve Sırbistan kanıtlanmış petrol rezervine sahip ülkeler arasındadır. ABD Enerji Enformasyon Dairesi'nin (EIA) 2016 verilerine göre bu ülkeler arasında en yüksek ham petrol rezervine sahip olan ülke 0,6 milyar varil ile Romanya'dır. Romanya aynı zamanda Avrupa'nın dördüncü büyük petrol rezervine sahip ülke konumundadır (<https://www.eia.gov/beta/international/country.php?iso=ROU> [23.09.2018]). EIA'nın kanıtlanmış petrol rezerv verilerine göre Norveç (5.4 milyar varil), Birleşik Krallık (2.7 milyar varil), Danimarka (0.6 milyar varil) ülkelerinin ardından dördüncü sırada yer almaktadır (<https://www.eia.gov/beta/international/analysis.php?iso=NOR> [Erişim: 23.08.2018]). Arnavutluk ise 0.2 milyon varil kanıtlanmış petrol rezervi ile yine Avrupa kıtasında yedinci büyük petrol rezervine sahip ülke konumundadır (<http://www.eia.gov/beta/international/> [Erişim: 02.02.2017]) .

Balkanlar'ın doğal gaz kaynakları da oldukça sınırlı düzeydedir. Söz konusu ülkeler arasında en zengin doğal gaz rezervine sahip olan Romanya, aynı zamanda Avrupa ülkeleri arasında en yüksek beşinci en zengin doğal gaz rezervine sahip ülke konumundadır (<https://www.eia.gov/beta/international/analysis.php?iso=ROU> [23.09.2018]).

Sırbistan (4.813.864 mcm), Hırvatistan (2.548.516 mcm), Bulgaristan (0.5663369 mcm) ve Arnavutluk'ta da (ok düşük oranda) doğal gaz rezervi bulunmaktadır. Makedonya, Karadağ ve Bosna Hersek ise doğal gaz rezervi olmayan ülkeler arasında yer almaktadır (<http://www.eia.gov/beta/international/> [Erişim: 02.02.2017]).

Bulgaristan, Sırbistan, Karadağ, Makedonya ve Romanya fosil yakıtlardan kömür de üretmektedir. Özellikle Sırbistan, Bulgaristan ve Romanya, dünyanın başlıca linyit üreticisi ülkeleri arasında yer almaktadır. Dünya Enerji Ajansı (IEA) verilerine göre Sırbistan 37.7Mt (milyon ton), Bulgaristan 35.9Mt ve Romanya ise 25.5Mt linyit üretimine sahiptir (IEA 2016a: II.7).

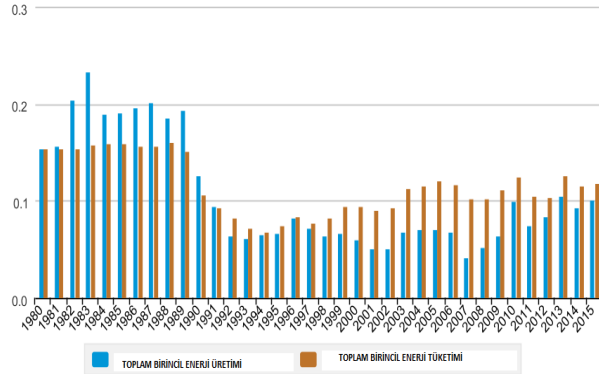
Balkan ülkeleri enerji ihtiyaçlarının cüzi bir kısmını yenilenebilir enerji kaynaklarından karşılamaktadır. IEA verilerine göre Arnavutluk toplam birincil enerji arzının %27'sini, toplam nihai tüketimin ise %10,8'ini yenilenebilir enerjiden sağlamaktadır. Bosna Hersek'in birincil enerji tüketiminin ise %33,1'i yenilenebilir enerji kaynaklarından karşılanmaktadır (IEA, 2016b). Aynı zamanda Romanya ve Bulgaristan, enerji ihtiyaçlarının bir kısmını nükleer enerjiden sağlamaktadır.

EIA verilerine göre Arnavutluk (0, 12), Bosna Hersek (0, 239), Sırbistan (0, 727), Hırvatistan (0,346), Romanya (1, 276), Karadağ (0, 041), Bulgaristan (0,827) ve Makedonya (0,111) olmak üzere toplam sekiz Balkan ülkesinin birincil enerji tüketimi 2015 yılında 3,637 katrilyon Btu (İngiliz ısı birimi), üretimi ise 2,362 katrilyon Btu olarak gerçekleşmiştir. Söz konusu sekiz ülke 29953.581 katrilyon Btu olarak gerçekleşen Avrupa bölgesi birincil enerji

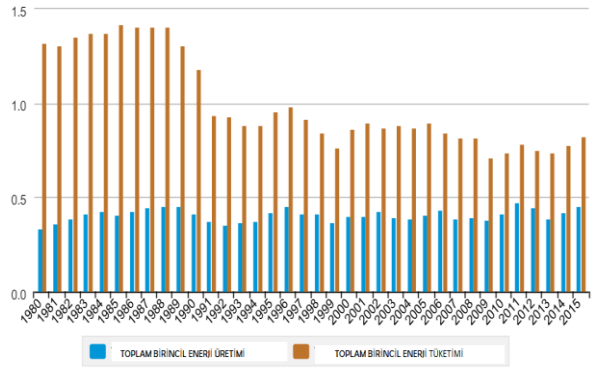
üretiminin % 2'sini gerçekleştirmiş, 64, 51 katrilyon btu'ya ulaşan Avrupa bölgesi birincil enerji tüketiminden ise % 5.81 pay almıştır (<http://www.eia.gov/> [Erişim: 03.02.2017]). Bu ülkelerin Avrupa enerji üretim ve tüketiminde aldıkları pay düşük gibi görünse de büyüyen ekonomileri ve artan talepleri enerji pazarındaki paylarının her geçen gün artacağı yönünde değerlendirilmektedir.

EIA verilerine göre Balkan ülkelerinde toplam enerji tüketimi 2013 yılına kıyasla % 1,35 oranında azalmıştır. Ancak enerji tüketimindeki bahse konu azalma EU-27 ile kıyaslandığında düşük düzeyde kalmaktadır. Aynı dönem itibariyle Avrupa Birliği'ne üye ülkelerde toplam enerji tüketimindeki düşme % 3.21 olarak gerçekleşmiştir (<http://www.eia.gov/beta/international/> [Erişim: 02.02.2017]). Bu durum, Balkan ülkelerinin gelişen ekonomilerinin enerji ihtiyacındaki artıştan kaynaklanmaktadır. Öte yandan, AB başta olmak üzere dış finansmanla enerji alt yapısının iyileştirilmesine yönelik çalışmalar bu ülkelerin enerji talebinin karşılanmasına olumlu katkı sağlamaktadır.

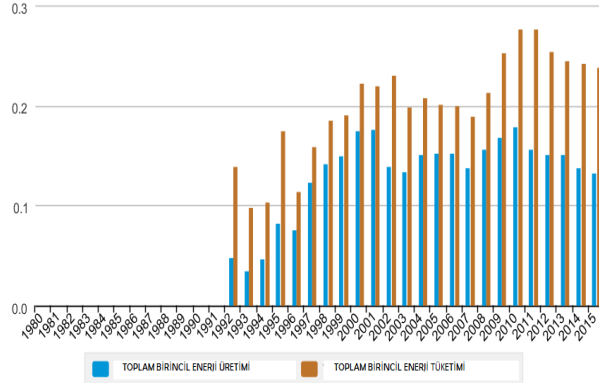
#### Arnavutluk



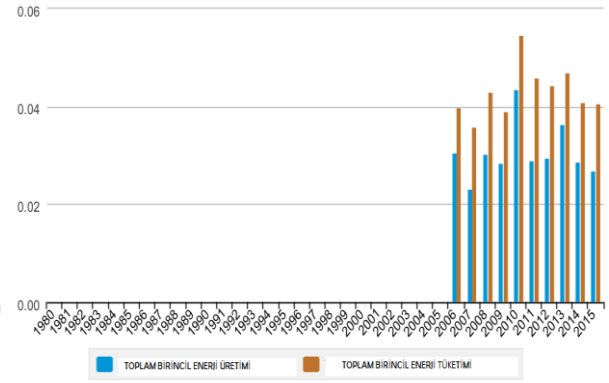
#### Bulgaristan

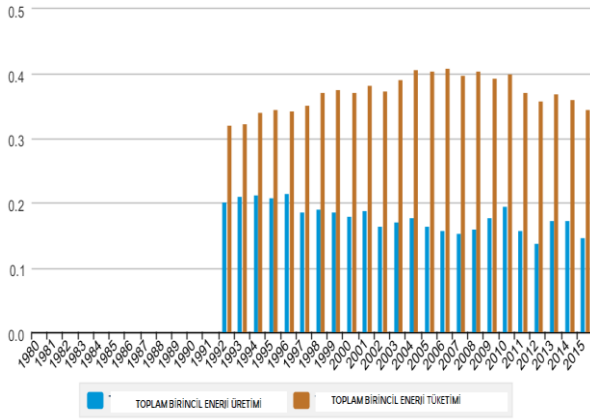
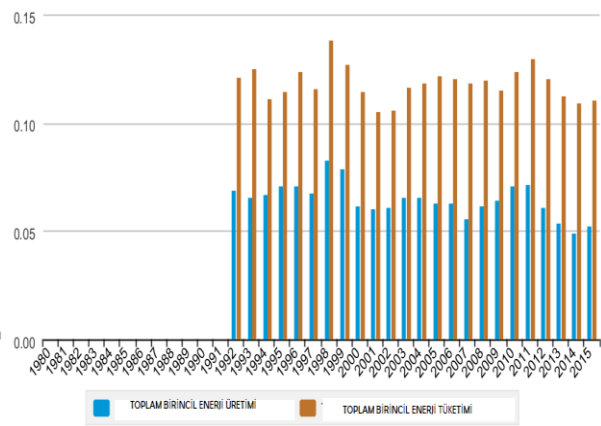
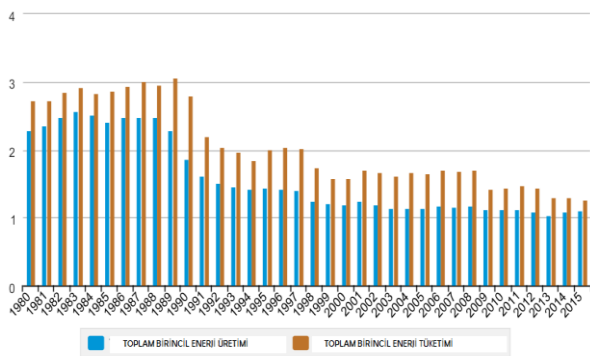
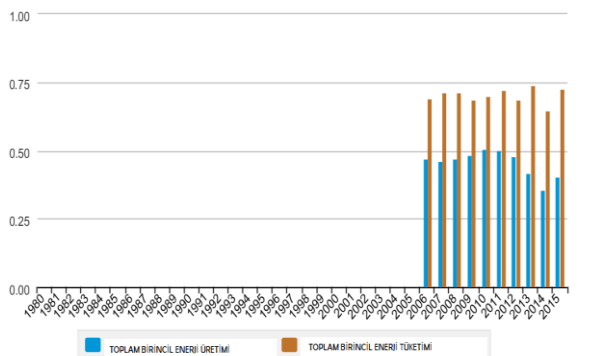


#### Bosna Hersek



#### Karadağ



**Hırvatistan****Makedonya****Romanya****Sırbistan****Grafik 1:** Balkan Ülkelerinde Birincil Enerji Üretimi ve Tüketimi (Katrilyon Btu)**Kaynak:** EIA. <http://www.eia.gov/> (Erişim: 03.02.2017).

Grafik -1’de Balkan ülkelerinin yıllar itibariyle toplam birincil enerji üretim ve tüketim verileri karşılaştırılmaktadır. Ülkelerin tamamında birincil enerji tüketiminin, birincil enerji üretimini aştığı ilk olarak göze çarpan unsurdur. Balkan ülkelerinin enerjide dışa bağımlı olmasına yol açan bu durumun gelecekte de devam etmesi beklenmektedir.

Bölge ülkelerinin birincil enerji arzında petrol, kömür ve doğal gaz ağırlıklı rol oynamaktadır. IEA verilerine göre, zengin kömür rezervlerine sahip olan Sırbistan (% 47.6), Makedonya (% 45.6) ve Bosna–Hersek (% 55) birincil enerji arzının yarısını kömürden karşılamaktadır. Yine Bulgaristan’ın birincil enerji arzında % 34.2 pay ile kömür en büyük payı almaktadır. Romanya’da ise doğal gaz, % 29 ile birincil enerji arzında en yüksek paya sahip olan kaynaktır. Diğer ülkelerde ise doğal gazın enerji arzındaki payı daha düşük düzeylerde kalmaktadır. Arnavutluk enerji arzı ise % 63.8 ile petrole en yüksek bağımlı olan ülkedir. Diğer ülkelerin ise enerji arzının neredeyse üçte birinden fazlası petrole bağımlıdır. Dolayısıyla bölge enerji üretimi büyük oranda petrole dayanmaktadır. Yine bölgede ağırlıklı olarak yararlanılan bir diğer enerji kaynağı ise hidrolik enerjidir. Özellikle arz edilen enerjinin % 19.6’sını hidrolik enerjiden karşılayan Arnavutluk’un elektrik üretiminin tamamı hidrolik santrallerden sağlanmaktadır (<https://www.iea.org/statistics/> [Erişim: 03.02.2017]).

**Tablo 1:** Toplam Petrol Üretimi ve Tüketimi (Bin Varil/Gün)

|              | Üretim |      |      |      |      |        | Tüketim |      |      |      |
|--------------|--------|------|------|------|------|--------|---------|------|------|------|
|              | 2011   | 2012 | 2013 | 2014 | 2015 | 2016   | 2011    | 2012 | 2013 | 2014 |
| Arnavutluk   | 16     | 17   | 17   | 21   |      | 20,000 | 26      | 23   |      | 27   |
| Bosna Hersek | (s)    | 0,1  | 0,3  | 0,3  |      |        | 35      | 33   | 29   | 30   |
| Bulgaristan  | 3,9    | 3,7  | 4,5  | 4,7  |      |        | 84      | 87   | 81   | 84   |
| Hırvatistan  | 22     | 21   | 21   | 20   |      |        | 79      | 73   | 69   | 70   |
| Makedonya    | 0      | 0    | 0    | 0    |      |        | 19      | 19   | 19   | 20   |
| Karadağ      | 0      | 0    | 0    | 0    |      |        | 6,2     | 5,9  | 5,7  | 6    |
| Romanya      | 94     | 92   | 94   | 94   |      |        | 188     | 190  | 190  | 192  |
| Sırbistan    | 2      | 2    | 2    | 1    |      | 20,000 | 79      | 70   | 72   | 74   |

**Kaynak:** EIA. <http://www.eia.gov/> (Erişim: 03.02.2017).

Temel enerji kaynağı olan petrol rezervinin bölgede düşük düzeyde olması dış bağımlılığa sebep olan faktörlerin başında gelmektedir. Bölgede petrol tüketimi genel itibariyle 2014 yılından itibaren yeni yatırımların etkisiyle artış göstermeye başlamıştır. Petrol rezervleri bakımından diğerlerine kıyasla görece zengin olan Romanya bile petrol tüketiminin yaklaşık yarısından fazlasını ithalat ile karşılamaktadır. Petrol rezervlerine sahip olmayan Makedonya ve Karadağ ise petrol tüketimi konusunda tamamen dışa bağımlıdır.

**Tablo 2:** Doğal Gaz Üretim ve Tüketim Miktarları (mcm)

|              | Üretim |        |        |        | Tüketim |       |       |       |
|--------------|--------|--------|--------|--------|---------|-------|-------|-------|
|              | 2012   | 2013   | 2014   | 2015*  | 2012    | 2013  | 2014  | 2015* |
| Arnavutluk   | 17     | 19     | 32     | 37     | 17      | 19    | 32    | 32    |
| Bosna Hersek | -      | -      | -      | -      | 257     | 200   | 186   | 233   |
| Bulgaristan  | 383    | 290    | 197    | 197    | 2970    | 2883  | 2860  | 2880  |
| Hırvatistan  | 2013   | 1856   | 1747   | 1747   | 2972    | 2810  | 2444  | 2611  |
| Karadağ      | -      | -      | -      | -      | -       | -     | -     | -     |
| Romanya      | 10.935 | 10.854 | 11.056 | 11.056 | 13533   | 12571 | 11966 | 11253 |
| Makedonya    | -      | -      | -      | -      | nd      | nd    | Nd    | nd    |
| Sırbistan    | 533    | 531    | 557    | 557    | 2107    | 2344  | 2021  | 2021  |

\*nd: veri yok

**Kaynak:** IEA (2016c). Natural Gas Information 2016. Fransa: OECD/IEA.

2015 yılı itibariyle Balkan ülkelerinde üretilen toplam doğal gaz miktarı 13.594 milyon m<sup>3</sup>'e(mcm), tüketim miktarı ise 19.030 mcm'e ulaşmıştır (Tablo-2). Doğal gaz rezervine sahip olmayan Bosna-Hersek, tükettiği doğal gazın tamamını ithalat ile karşılamaktadır. Bosna-Hersek, doğal gaz tüketiminin tamamını Rusya'dan tedarik etmektedir. Makedonya'da bir diğer doğal gaz rezervine sahip olmayan ülkedir. Ülke, ithal ettiği doğal gazın tamamına yakını Rusya'dan tedarik etmektedir (EnergyCommunity2016: 49-54). Doğal gaz tüketiminde Romanya ve Hırvatistan'ın, enerji açığı oldukça düşük düzeydedir. Düşük miktarlarda doğal gaz rezervine sahip olan Arnavutluk ise doğal gaz tüketiminin tamamını kendi kaynaklarından karşılamaktadır. Gaz piyasasına sahip olmayan Karadağ'da ise doğal gaz üretimi ve tüketimi söz konusu değildir.

### Balkan Enerji Piyasalarında Gelişen Uluslararası İşbirliği ve Ticaret

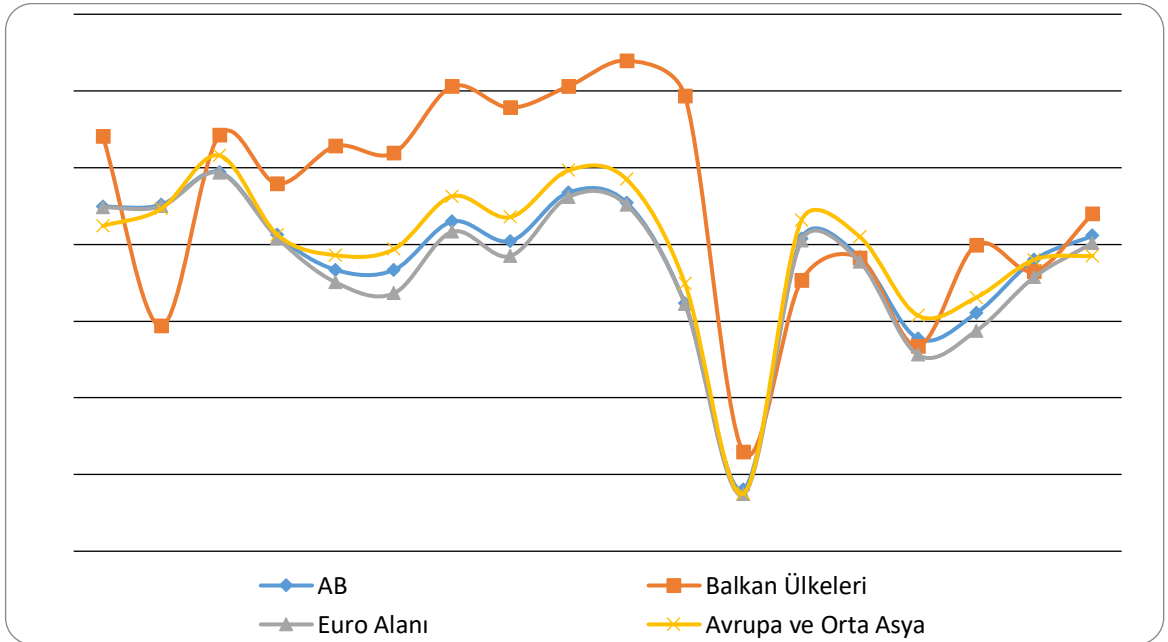
1990'lı yıllarda yaşanan iç çatışmalar ve savaşların ardından Balkan ülkeleri, serbest piyasa ekonomisine geçiş ile birlikte hızlı bir dönüşüm içerisine girmiştir. 1960'lı ve 1970'li yıllardan kalma enerji altyapısının 1990'lı yıllarda da kullanılmaya devam etmesi ise Balkan ülkelerinin gelişen ekonomilerini enerji alanında ciddi altyapı sorunları ile karşı karşıya bırakmıştır (IEA, 2008: 15).

Zengin kömür rezervlerine sahip olan ülkeler, altyapının yetersizliği ve çevre sorunları nedeniyle doğal gaz ve petrol rezervlerine bağımlı kalmıştır. Büyük oranda dış piyasadan tedarik edilen bu kaynaklar ile enerji piyasasının gelişmesi mümkün olamamıştır. Ülkeler yeterli enerji kaynağına sahip olmadığından enerji arzında sürekliliğin sağlanması için bölgesel işbirliğini gerekli hale gelmiştir (Risteska, 2009: 1).

Diğer taraftan bölge ekonomisinin güçlenmesi için Balkan ülkelerinin birincil hedefleri arasında komünist dönemden kalma verimsiz ve sağlıksız enerji altyapısının yerini enerji arz çeşitliliğini sağlayacak ve geliştirecek, büyük bütünleşmiş bir enerji piyasasının kurulması yer almıştır. Özellikle 2008 finansal krizinin ardından enerji sistemlerinin geliştirilmesinde yabancı yatırımcı ve özel sektör tarafından yeterli sermaye sağlanması amaçlanmıştır (Giamouridis ve Paleoyannis, 2011: 9).

Bölgesel işbirliğinin sağlanması amacıyla ülkeler özellikle AB ile enerji piyasalarını entegre etme çabasına girişmiştir. 2002 yılında bölgesel işbirliğinin sağlanması amacıyla Avrupa Komisyonu tarafından bölgesel bir elektrik piyasasının kurulması önerilmiştir. 2005 yılında Atina’da AB ve dokuz Güney Doğu Avrupa ülkesi – Arnavutluk, Bosna-Hersek, Bulgaristan, Hırvatistan, Karadağ, Makedonya, Romanya, Sırbistan ve Kosova’yı temsilen Birleşmiş Milletler – arasında enerji piyasalarını yasal bir çerçeveye oturtmak ve entegre etmek amacıyla Enerji Topluluğu Anlaşması imzalanmıştır (Deitz, Stirton ve Wright, 2007: 3).

Balkan ülkelerinin enerji piyasalarının AB’ye entegrasyon süreci halihazırda sürerken, yüksek büyüme potansiyeli gösteren Balkanlar, Avrupa’nın daralan pazarını hem AB üyesi olan ülkeleri ile -Bulgaristan, Romanya ve Hırvatistan- telafi etmekte, hem de Avrupa’da alternatif bir pazar olarak yer bulmaktadır. Dünya Bankası’nın gelişmişlik sıralamasına göre yüksek orta gelir grubunda yer alan Balkan ülkeleri (yalnızca Hırvatistan üst gelir grubunda yer alır), özellikle 2000’li yıllarda yüksek büyüme hızlarına ulaşmış ancak küresel finansal krizin etkisiyle 2009 yılında küçülme yaşamıştır. 2012 yılında Euro alanı krizi Balkan ülkelerini de olumsuz yönde etkilemiştir. 2013 yılından itibaren toparlanma sürecine giren ülkeler, 2015 yılında ise % 2,7 büyüme oranı ile AB büyüme oranının (%2,03) üzerinde seyretmiştir. Aşağıdaki grafikte, ele alınan sekiz Balkan ülkesinin yıllar itibariyle büyüme seyri AB, Avrupa ve Orta Asya ülkelerinin büyüme oranları ile karşılaştırmalı olarak verilmiştir.



**Grafik 2:** GSYİH Yıllık Büyüme Oranları (%)

**Kaynak:** Dünya Bankası verilerinden derlenerek hazırlanmıştır.

Balkan ülkeleri, ele alınan coğrafya ile kıyaslandığında özellikle 2000’li yıllarda –2008 finansal krizine kadar- oldukça yüksek bir büyüme performansı göstermiştir. Kriz sonrası verilere bakıldığında ise son üç yılda bölge büyüme oranlarının üzerinde bir gelişme gösterdiği görülmektedir. 2015 yılında Arnavutluk % 2,8, Bulgaristan % 3,6, Makedonya % 3.7, Karadağ % 3,2, Romanya % 3,7 ve Bosna Hersek % 3,0 büyüme oranları ile % 2,2 büyüyen AB ve % 2,6 büyüyen dünya ekonomisinin üzerinde büyüme göstermiştir.

Bölge ülkelerinin enerjide dışa bağımlı durumda bulunmaları enerji arz eden ülkeler açısından giderek daha cazip bir pazar haline gelmelerine yol açmaktadır. Hırvatistan ve Arnavutluk daha düşük düzeylerde olmak üzere, bölge büyük ölçüde Rusya’nın hidrokarbon rezervlerine bağımlı durumdadır. AB ve ABD, bölge ülkelerini enerji arzını çeşitlendirme konusunda teşvik etmekle birlikte henüz bu konuda somut adımlar atılabilmiş durumda değildir.

IEA verilerine göre Balkan ülkelerinin toplam ham petrol ithalatı 2014 yılı itibariyle 11 milyar 115 bin ton olarak gerçekleşmiştir. Bu da, Avrupa toplam ham petrol ithalatının % 2.7’sini oluşturmaktadır. Bölgedeki ham petrol ithalatı (Romanya ve Hırvatistan hariç) büyük oranda bölgenin dışından sağlanan ithalat ile karşılanmaktadır. Ancak, paylaşılan altyapı ülkeler arasında da enerji alanında karşılıklı olarak bir bağımlılığa neden olmaktadır. Örneğin Sırbistan petrol rafinerileri, petrolü Hırvatistan boru hattı ağı ile iletirken, Makedonya ise ithal ettiği ham petrolün tamamını Yunanistan boru hattı aracılığıyla almaktadır (Institute of Energy for SE Europe [IENE] 2015: 8).

**Tablo 3:** Toplam Ham Petrol ve NGL İthalatı (Varil/Gün)

|              | 1971 | 1990  | 2000 | 2010 | 2013 | 2014 |
|--------------|------|-------|------|------|------|------|
| Arnavutluk   | -    | -     | -    | -    | -    | -    |
| Bosna Hersek | -    | 2000  | 532  | 1136 | 1039 | 951  |
| Bulgaristan  | 7547 | 8201  | 5306 | 5994 | 6435 | 6047 |
| Hırvatistan  | -    | 4771  | 3954 | 3618 | 2816 | 2353 |
| Romanya      | 2858 | 16058 | 4798 | 6059 | 5554 | 7253 |
| Makedonya    | -    | 1214  | 801  | 843  | 54   | -    |
| Karadağ      | -    | -     | -    | -    | -    | -    |
| Sırbistan    | -    | 3837  | 281  | 1908 | 1748 | 1764 |

**Kaynak:** IEA, (2016d). Oil Information Report (2016 Edition). Fransa: OECD/IEA.

Bölgede ithal edilen bir diğer enerji kaynağı ise doğal gazdır. Bölge ülkeleri tarafından ithal edilen doğal gazın neredeyse tamamına yakını Rusya’dan ithal edilmektedir. IEA2015 yılı verilerine göre 5.950 milyon m<sup>3</sup> (mcm) doğal gaz ithal edilmiştir.

**Tablo- 4** Doğal Gaz İthalatı (mcm)

|              | 1990 | 2000 | 2012 | 2013 | 2014 | 2015* |
|--------------|------|------|------|------|------|-------|
| Arnavutluk   | -    | -    | -    | -    | -    | -     |
| Bosna Hersek | 488  | 245  | 257  | 200  | 186  | 233   |
| Bulgaristan  | 6732 | 3384 | 2485 | 2698 | 2683 | 2683  |
| Romanya      | 7331 | 3370 | 2884 | 1463 | 584  | 197   |
| Sırbistan    | 2542 | 1122 | 1790 | 1887 | 1395 | 1704  |
| Hırvatistan  | 704  | 1108 | 1358 | 1270 | 1133 | 1133  |
| Makedonya    | -    | -    | -    | -    | -    | -     |
| Karadağ      | -    | -    | -    | -    | -    | -     |

**Kaynak:** IEA (2016). Natural Gas Information. Fransa:OECD/IEA.

Makedonya ve Karadağ, doğal gaz piyasasının olmadığı Balkan ülkeleri arasında yer almaktadır. Arnavutluk ise doğal gaz tüketimini kendi üretimiyle karşılamaktadır. Düşük miktarda rezerve sahip olan ülkede üretilen doğal gaz, milli endüstriler tarafından tüketilmektedir (See News Research on Demand2010: 5). IEA verilerine göre toplam enerji arzının % 1.2'sini doğal gazdan sağlamakta olan ülkede doğal gaz endüstrisi gelişmemiştir. Endüstrinin gelişmemesi ülkenin bölgesel doğal gaz ağına bağlı olmamasından kaynaklanmaktadır. Ancak inşası devam etmekte olan Trans Adriyatik Boru Hattı (TAP) projesi, ülkeyi doğal gaz ithalatçısı haline getirecektir.

Arnavutluk net elektrik ithalatçısıdır. 2015 yılında 7.265 Gwh olan net elektrik üretiminin 2.355 Gwh'isi ithalat ile karşılarken, 955 Gwh'lik de elektrik ihracatı gerçekleştirmiştir. Arnavutluk elektrik üretimi bakımından yüksek oranda hidro enerjiye bağımlıdır. Arnavutluk İstatistik Enstitüsü (INSTAT)'nün verilerine göre 2015 yılında ülkede üretilen elektriğin tamamı hidro enerjiden üretilmekte olup, % 75.9'u kamuya ait santrallerde, geri kalanı ise bağımsız üreticiler tarafından üretilmektedir (INSTAT, 2016: 2). Ülkenin en büyük hidroelektrik santrali kamuya ait olmakla birlikte ana elektrik dağıtım şirketinin en büyük ortağı Çek Cumhuriyeti'nin resmi dağıtım şirketi CEZ'e aittir (Ralchev, 2012: 7).

Arnavutluk'un elektrik üretiminde tek bir kaynağa bağımlılığı ülke enerji arz güvenliği açısından ciddi sorunlar yaratmaktadır. Üretilen elektriğin yağış miktarından etkilenmesi, ülkenin enerji tüketimine ve büyümesine ciddi bir şekilde etki etmektedir. Enerji ve Sanayi Bakanlığı tarafından enerji kaynaklarının çeşitlendirilmesi amacıyla 2006-2020 yıllarını kapsayan bir Ulusal Enerji Stratejisi geliştirilmiştir. Bu kapsamda doğal gaz ülkenin enerji arz güvenliğine katkı sağlayacak bir kaynak olarak görülmektedir. 2020 yılına kadar 1,8 bcm'e ulaşacağı tahmin edilen doğal gaz talebinin bir kısmının da 2019 yılında faaliyete geçmesi planlanan TAP'dan karşılanması beklenmektedir (Oxford Economics [t.y.]: 17). Artan doğal gaz talebi Arnavutluk'u bölgede önemli bir pazar haline getirecektir. Diğer taraftan TAP projesi ile bir geçiş ülkesi haline gelecek olan Arnavutluk, doğal gaz ticaretinde stratejik bir konuma sahip olacaktır.

Karadağ, bağımsızlığına 2006 yılından sonra kavuşmuştur. Bağımsızlık öncesi dönemde Sırbistan enerji sistemine bağlı olan ülkenin enerji sistemi sonrasında regüle edilmiştir. Ülkenin sahip olduğu hidroelektrik ve termik santraller elektrik enerjisi ihtiyacının yaklaşık % 70'ini karşılamaktadır. Petrol ve LPG, Bar Limanı aracılığı ile Adriyatik Denizi'nden ithal edilmektedir. Yunanistan'ın Hellenic Petrol Şirketi ülkenin en büyük petrol şirketi Jugo Petrol'ün 2002'den bu yana en büyük hissedarıdır. Ülkeye ulaşan bir gaz boru hattı bulunmamakla birlikte Rusya'nın ülke pazarına doğal gaz ulaştırma konusunda girişimleri bulunmaktadır (Ralchev, 2012: 7).

Makedonya, enerji talebini ağırlıklı olarak hidroelektrik ve termik santrallerden karşılamakla birlikte yerli üretim talebi karşılamaya yeterli değildir. Makedonya, Bulgaristan ve Sırbistan elektrik ithal etmektedir. Ayrıca, ülkede elektrik şebekesi tamamen özel sektörün kontrolindedir. Yunanistan'ın Thessaloniki Limanı'ndan gelen ham petrol kuzeydeki Skopje rafinerisini beslemektedir. Rus gazı ise Bulgaristan aracılığı ile gelmektedir. Gaz depolama tesisine sahip olmayan Makedonya, bu konuda komşularından daha korumasız konumdadır (Ralchev, 2012: 6).

Romanya, Avrupa ülkeleri arasında % 17 ile enerji bağımlılığı en düşük olan ülkeler arasında yer almaktadır (Eurostat 2016: 3). Ülke son yıllarda ithal ettiği doğal gaz miktarını da önemli ölçüde düşürmüştür. Ulusal Öngörü Komisyonu tarafından hazırlanan Enerji Dengesi Raporu'na göre ülkenin doğal gaz üretiminin gelecek üç yıl içerisinde artarken, ithalatının ise aynı düzeyde kalacağı tahmin edilmektedir (www. energyworldmag.com [Erişim: 05.02.2017]).



Bosna-Hersek, batı Balkan ülkeleri arasında en büyük enerji ihracatçısıdır. Elektriğinin % 75-80'i ülkenin zengin olarak sahip olduğu kömür yatakları sayesinde termik santrallerden, geri kalanı ise ülkenin çok sayıda akarsuyu sayesinde hidroelektrik santrallerden tedarik edilmektedir. Ancak ülkenin politik yapısından kaynaklanan sorunlar enerji ihracatını etkilemektedir. Devlet kontrolündeki enerji kuruluşları bölgenin nevi şahsına özgü siyasi yapısı nedeni ile taraflar arasında bölüşülmüş durumdadır. Bu nedenle, Bosna'nın enerji piyasası ve şebeke ağı parçalı bir görünüm sergilemektedir. Ülke, petrol ve doğal gaz açısından ise büyük ölçüde Rus kaynaklarına bağımlıdır. Ülkenin tek petrol rafinerisi Rus petrol firması Zarubezhneft'e aittir ve en büyük tedarik zinciri Bosna-Hersek'i oluşturan iki özerk cumhuriyetten biri olan Sırp Cumhuriyeti'nin kontrolündedir. Doğal gaz ithalatında büyük ölçüde Rusya'ya bağımlı olan ülkeye gaz tek bir boru hattı ile kuzeyden Macaristan ve Sırbistan üzerinden gelmektedir (Ralchev, 2012:4).

Sırbistan, bölgenin büyük enerji piyasasına sahip ülkeleri arasındadır. Kendi elektrik enerjisi ihtiyacını karşılamakla birlikte bazen Bosna-Hersek ve Bulgaristan'dan da ithalat gerçekleştirmektedir. Ülkenin enerji ihtiyacının % 30'u hidrolik santrallerden, geri kalanını da kömür ve gaz yakıtlı tesislerden karşılanmaktadır. Sırbistan, bölgedeki diğer ülkeler gibi petrol ve gaz ihtiyacı açısından Rusya'ya yüksek oranda bağımlı olan bir ülkedir. Gazprom aynı zamanda petrol monopolü olan eski bir kamu kurumu olan NIS (Sırp Devlet Petrol Şirketi) ve aynı zamanda petrol istasyonu zincirlerinin de sahibidir. Aynı zamanda gaz depolama tesisi Banatski Dvor da Gazprom'a aittir. Güney Akım projesinde de Sırbistan, en önemli ortak ülke konumundadır (Ralchev, 2012: 5).

### **Küresel Enerji Diplomasisinde Balkanlar'ın Ekonomi Politik Rolü**

Balkan ülkeleri düşük rezervleri ve düşük talep oranlarıyla küresel enerji pazarında geri planda kalmıştır. Ancak 21. Yüzyıl'da enerji arz güvenliğinin yükselen önemi Balkanlar'ın küresel anlamda enerji oyununun yeni rekabet sahaları arasında yer almasını sağlamıştır. Soğuk Savaş öncesi dönemde SSCB'nin bölge ülkeleri üzerindeki hakim konumu nedeni ile bağımsız hareket etme kabiliyeti olmayan söz konusu ülkelerin bağımsızlıklarını kazanmaları sonrasında Batı ile entegrasyon sürecine girmiştir. Sancılı parçalanma süreci sonrasında Balkanlar'ın haritası yeniden şekillenirken AB ve ABD ile Rusya arasında bölge ülkeleri üstünde hâkimiyet mücadelesi söz konusu olmuştur. Bu mücadelede Rusya'nın en büyük avantajı söz konusu ülkelerin enerji bağımlılıkları olurken AB de bu ülkeleri siyasi ve ekonomik olarak destekleyerek yeniden Rusya kontrolüne girmelerinin önünü kesmek istemektedir. Bu açıdan bakıldığında bölgede enerji, siyasi güç dengesi kurmak için ekonomik bir araç olarak kullanılmaktadır.

Yugoslavya'nın parçalanması ve SSCB'nin dağılması sonrasında sancılı bir süreç geçiren Balkan ülkeleri küresel güçlerin hâkimiyet mücadelesine sahne olmuştur. Orta Doğu ve Orta Asya kaynaklarının Avrupa'ya ulaştırılmasında stratejik öneme sahip olması Balkanlar üzerindeki mücadelede rakip enerji güzergahları ve projelerin ortaya çıkmasına neden olmuştur. Balkanlar'ın enerji güvenliğinin teminine yönelik olarak Rusya'ya karşı AB ve ABD tarafından geliştirilen projelerden çoğu kağıt üzerinde kalmıştır. AB'nin Ukrayna krizi sonrasında Rusya'ya olan bağımlılığı azaltacak yeni bir koridor açılmasını öncelik olarak kabul etmesi sonrasında Balkanlar bu mücadelenin kilit noktası haline gelmiştir. Balkanlar'a üzerinden farklı doğal gaz ve petrol boru hattı koridorları açılmasına yönelik mücadele 1990'ların ikinci yarısında başlamış olup halen devam etmektedir. Küresel güçlerin çatışan çıkarlarının yanı sıra bölgesel rekabet ve bölge ülkeleri arasındaki çıkar çatışmaları da enerji projeleri arasındaki rekabetin şiddetlenmesinde etkili olmuştur. Bölge ülkeleri arasındaki siyasi ya da etnik rekabetin yol açtığı çıkar çatışmalarının rakip enerji projeleri arasında iş birliğini olumsuz etkilemesi söz konusu olmuştur.

Rusya'nın, Balkan ülkeleri ile enerji alanında iş birliğinin uzun bir geçmişi bulunmaktadır. Balkan ülkeleri açısından Rusya, dünden bugüne önemli bir enerji tedarik ülkesidir. Rusya açısından da Balkanlar'ın önemi pazar olmanın ötesindedir. Bu nedenle geçmişte olduğu gibi Balkan enerji piyasasını kontrolünde tutmak isteyen Rusya, Balkan ülkelerinin enerji piyasalarında ortak girişimler ve yeni altyapı geliştirme yatırımlarına yönelmiştir (Progonati, 2015: 114-115).

Rusya'nın Balkanlar'da kaybettiği etkinliği enerji potansiyelini kullanarak sağlama çabasında ana hedeflerden birisi de Bulgaristan olmuştur. 1990'lı yılların ortalarında Bulgaristan hükümetinin sol siyasi çevrelerin kontrolünde olması iki ülke arasındaki ilişkileri kolaylaştırmıştır. Bulgar ve Rus hükümetleri bu dönemde Novorossisk'ten Bulgaristan aracılığıyla Yunanistan'a uzanacak olan uzun dönemli petrol taşıyacak bir proje ile ilgili görüşmüştür. Bununla birlikte, Rus petrolünün Neftochim ve Plama rafinerilerinde işlenerek üçüncü ülkelerin pazarlarına satılması da gündeme gelmiştir. Nihayet, 1995'te Bulgaristan'ı bir gaz dağıtım merkezi yapmak için tasarlanan bir anlaşma imzalanmıştır. Ancak ülkedeki siyasi konjonktürün değişmesi ile ilişkilerdeki yakınlaşma kısa süreli olmuştur. 2000'li yıllarda iki ülke arasındaki yakınlaşmanın tekrar gündeme gelmesinin ardından 2007 yılında Rus petrolünü Bulgaristan'ın Karadeniz'de yer alan Burgaz Limanı aracılığı ile Yunanistan'ın Dedeağaç Limanı'na karadan ulaştırarak Avrupa, ABD ve Asya Pasifik'e taşıyacak olan Burgaz-Dedeağaç Petrol Boru Hattı'nın yapımına ilişkin anlaşma imzalanmıştır (Peeva, 2015: 538). Söz konusu proje, 2011 yılında Bulgaristan'ın projeden çekilme kararı ile rafa kalmıştır.

Tarihsel olarak Rusya ile yakın bağları olan Sırbistan, Balkanlar'da Rusya ile stratejik iş birliğinde olan bir ülke konumundadır. Rusya'nın, AB enerji pazarına rakip kaynakların girmesine engel olmaya yönelik çabalarında Sırbistan zaman zaman öne çıkmaktadır. İptal edilen NABUCCO Doğal Gaz Boru Hattı Projesi'nin en önemli rakibi olan Güney Akımı Projesi'nde Sırbistan'a önemli bir rol verilmiştir. Ancak Rusya'nın sonrasında Türk Akımı Projesi'ne yönelmesi Sırbistan'a biçilen transfer ülkesi olma rolüne şimdilik sekte vurmuştur.

Diğer taraftan, Rusya'nın Sırbistan enerji yatırımlarındaki payı oldukça yüksek düzeydedir. 2008 yılında Rusya, Sırp Devlet Petrol Şirketi (NIS)'in % 51 hissesini satın almıştır. Gazprom Neft şirketi halihazırda NIS'in % 56.2 hissesine sahip iken, % 29.9'lik hissesi ise kamuya aittir (Balkan Energy, 2015: 33). Sırbistan'ın gaz iletim sistemi firmalarından Yugorosgaz JSC'nin % 50 hissesi de Gazprom'a aittir (AERS, 2015:51). Bu durum Rusya'nın gaz piyasasında tekelleşme eğilimine çok uygun olup Sırbistan gaz piyasasında Gazprom, hem üretimi hem de iletim ve dağıtımını kontrol ederek hakim konuma gelmiştir. Sırbistan'ın, Rusya'dan uzun dönemli sözleşmelerle gaz alımı gerçekleştirmesi de Gazprom'un konumunu daha da güçlendirmektedir (AERS, 2015: 55).

2003-2012 yılları arasında Rusya'nın Sırbistan'a kümülatif Doğrudan Yabancı Sermaye Yatırımı 2.85 milyar dolara ulaşırken, 2013 yılında ise 723,5 milyar dolar doğrudan yabancı yatırım gerçekleştirmiştir. Rusya'nın, Sırbistan'a yatırımları her ne kadar artış gösterse de hem yatırım miktarı hem de ticari ilişkiler bakımından AB'nin gerisindedir. AB'nin tutarlı bir entegrasyona sahip olması ve düzenli yatırım sağlaması Sırbistan'ı, giderek AB'ye yaklaştırmıştır (Nelaeva ve Semenov, 2016: 64).

Hırvatistan ile Arnavutluk ise enerji kaynakları bakımından en az dışa bağımlı bölge ülkeleri olarak öne çıkmaktadır. Ancak Rusya'nın, Hırvatistan'ın petrol taşıma sistemine ilgisi günden güne artmaktadır. Hırvatistan'ın yanı sıra komşu ülkelere de ham petrol ihtiyacını sağlayan JANAF Boru Hattı (<http://www.janaf.hr/oil-pipeline/the-janaf-system/> [Erişim: 20.01.2017]), bu anlamda stratejik önem taşımaktadır. Rusya ve Orta Doğu petrolünü Güney Doğu ve Orta Avrupa'nın rafinerilerine taşıyan boru hattında transit ülke konumunda olan Hırvatistan, hattan kendi tüketimi için pay almak da istemektedir. JANAF'ın beslediği

rafinelerin eski teknolojiye sahip olması bu hattın rekabet gücünü olumsuz etkilerken hattın doğal gaz boru hattına dönüştürülmesi de gündemdedir. Söz konusu gelişme Avrupa enerji güvenliğini de yakından ilgilendirmektedir (Kovacevic, 2017: 36).



**Harita 1:** NABUCCO, Güney Akım ve Kuzey Akım Projeleri

#### Kaynak:

[http://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/IDAN/2015/549053/EXPO\\_IDA\(2015\)549053\\_EN.pdf](http://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/IDAN/2015/549053/EXPO_IDA(2015)549053_EN.pdf)[Erişim: 19.01.2017].

Hırvatistan, doğal gaz rezervleri olan Balkan ülkeleri arasındadır. Ülkede doğal gaz üretimi 1958’de başlamış olup rezervlerin büyük kısmı Macaristan sınırında bulunmaktadır (Jeic [t.y]: 2). Birincil enerji ihtiyacının % 48’ini doğal gaz ile karşılayan ülke açısından enerji arz güvenliği büyük önem taşımaktadır. Hırvatistan rezervlerinin geliştirilmesine yönelik projeler arasında LNG de yer almaktadır. LNG terminali inşası ilk olarak 1995’te gündeme getirilmiş olmakla birlikte henüz Adria LNG Projesi faaliyete geçirilememiştir. Hırvatistan’ın doğal gaz ihtiyacının % 26’sını karşılayacak olan proje aynı zamanda İtalya, Macaristan, Avustralya, Romanya ve Slovenya piyasalarını da hedeflemektedir ([https://en.wikipedia.org/wiki/Adria\\_LNG](https://en.wikipedia.org/wiki/Adria_LNG) [Erişim:20.01.2017]). Doğal gaz ihtiyacının yaklaşık % 65’ini kendi rezervlerinden karşılayan Hırvatistan ithalatta ise Rusya’ya bağımlı durumdadır. Hırvatistan’ın Slovenya üzerinden gelen Gazprom hattına bağımlılığını ortadan kaldırmak için geliştirilen Slobodnica-Varosföld Boru Hattı ile Macaristan ile Hırvatistan arasında gaz akışı sağlanmıştır (Warnotte, 2011: 5).

AB tarafından desteklenen Güney Gaz Koridoru’nda (Hafner, 2015) yer alacak Balkan ülkeleri arasında Hırvatistan da bulunmaktadır. Arnavutluk üzerinden Adriyatik Denizi’ni geçerek İtalya’ya bağlanacak TAP’tan, İyon-Adriyatik Boru Hattı (IAP) ile Arnavutluk, Karadağ, Bosna-Hersek ve Hırvatistan da gaz alımı yapacaktır.

Avrupa pazarına yönelik petrol ve doğal gaz boru hatlarının yanı sıra tanker taşımacılığı için de stratejik öneme sahip olan Balkan ülkelerinin kontrolü aynı zamanda enerji akışının da kontrolü anlamına gelmektedir. Rusya’nın kontrolündeki “Kuzey-Güney Koridoru”na alternatif olarak Soğuk Savaş sonrası dönemde ABD tarafından geliştirilen ve kaynak

çeşitlendirmesi arayışındaki AB tarafından desteklenen “Doğu-Batı Koridoru”nun kesişme noktası Balkanlar’dır.

Kaynak çeşitlendirmesi arayışındaki AB açısından güvenilir enerji koridoru durumunda olan Türkiye, içinde yer aldığı projelerin geçiş güzergahında olan Balkan ülkeleri ile iş birliği yapmaktadır. Ayrıca, Balkan ülkeleri ile tarihsel bağları olan Türkiye bu ülkelerinin siyasi ve ekonomik bağımsızlıklarını da desteklemektedir. Bu nedenle söz konusu ülkelerde enerji güvenliğinin tesis edilmesi, sürdürülebilir bir barış ve güvenlik ortamının sağlanması Türkiye’nin de enerji politikası hedeflerini gerçekleştirebilmesi açısından son derece önemlidir (BİLGESAM, 2014:9).



**Harita 2:** TANAP ve TAP

**Kaynak:** <http://www.tanap.com/content/file/bolum-1.pdf> (Erişim: 19.01.2017)

Balkanlar’ın enerji güvenliği AB’nin öncelikli ilgi alanları arasında yer almaktadır. Yugoslavya’nın parçalanması sürecinde tahrip olan enerji alt yapısının onarılması ve Balkan ülkelerinin enerji arz güvenliğinin sağlanmasına yönelik olarak Balkan ülkeleri ile Avrupa Enerji Topluluğu Anlaşması yapılmıştır ([https://www.energy-community.org/portal/page/portal/ENC\\_HOME/ENERGY\\_COMMUNITY/Legal/Treaty](https://www.energy-community.org/portal/page/portal/ENC_HOME/ENERGY_COMMUNITY/Legal/Treaty) [Erişim: 19.01.2017]). AB ile Güney Doğu Avrupa ve Karadeniz Bölgesi ülkelerini enerji konularında ortak hareket etmesine yönelik girişim Balkan ülkelerinin enerji alt yapılarının güçlendirilmesi açısından önem taşımaktadır. Öte yandan bağımsızlıklarını kazanan Balkan ülkelerinin AB ile entegre olmaya yönelik çabaları da bu ülkelerin enerji politikalarının AB ile uyumlu hale getirilmesi açısından önem taşımaktadır. Hırvatistan, Romanya, Bulgaristan ve Slovenya, AB üyelik süreci tamamlarken Bosna-Hersek, Sırbistan, Karadağ ve Arnavutluk aday aday, Kosova ise potansiyel aday aday konumundadır. Bu tablo da bölgenin AB’nin genişlemesi ve enerji güvenliği açısından ne derece hassas olduğunu ortaya koymaktadır.

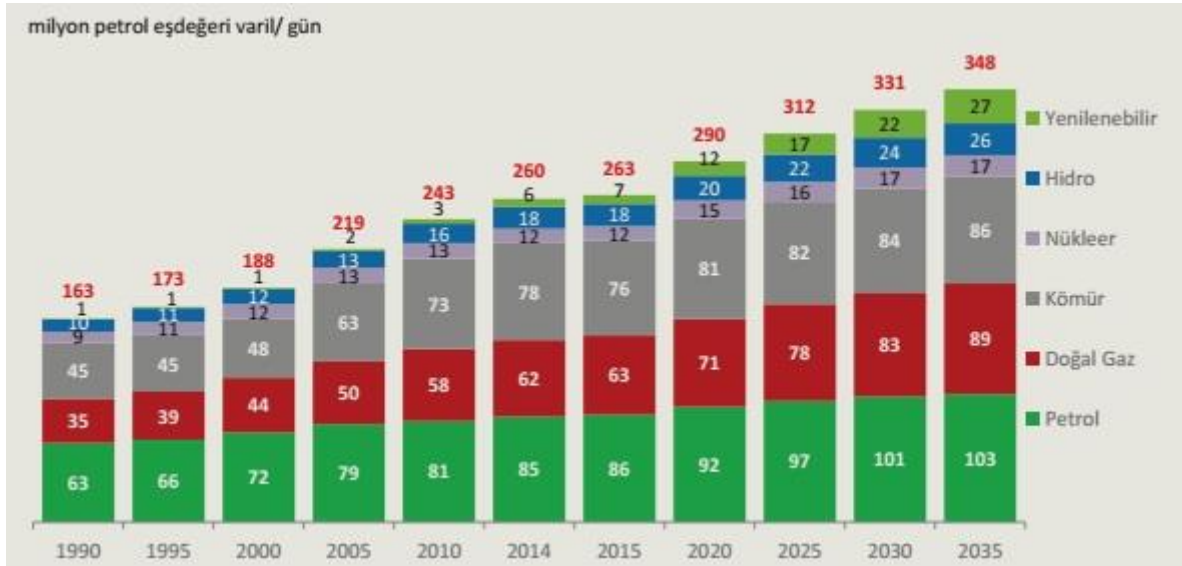
AB’nin doğal gaz talebi artışında son yıllarda bir yavaşlama söz konusu olmakla birlikte Avrupa ülkelerine ait doğal gaz rezervlerinin giderek azalacak olması ithal gaza olan bağımlılığın artarak devam edeceği anlamına gelmektedir. Norveç, Rusya ve Kuzey Afrika olmak üzere üç koridor üzerinden doğal gaz ithal etmekte olan AB’nin, Ukrayna krizi sonrasında kaynak çeşitlendirme arayışları hız kazanmıştır. Rusya’nın doğal gazı siyasi sorunların çözümünde bir baskı aracı olarak kullanmasının yarattığı tehditte çözüm arayışında Güney Gaz Koridoru öne çıkmıştır. Ancak söz konusu dördüncü koridorun sadece Azeri gazının iletimine dayalı olarak açılmış olması Rusya’ya bağımlılık oranını ciddi derecede etkilememektedir. AB’ye ilave 10 bcm gaz taşıyacak olan TAP’ın genişleme potansiyeli bulunmaktadır. Bu kapsamda Balkan ülkeleri sadece enerji geçiş güzergahı olma konusunda değil, bununla birlikte limanlarla da petrol naklinde önemli işlevlerde bulunmaktadır. Bu nedenle, Rusya için de Balkanlar enerji naklinin sağlanmasında büyük önem taşımaktadır. Ukrayna ve Beyaz Rusya ile yaşadığı sorunlar nedeniyle alternatif geçiş güzergahlarına yönelen Rusya için Balkanlar, Avrupa’ya enerji naklinde alternatif bir güzergah olarak görülmektedir.

Bu doğrultuda, Güney Akım ve Burgaz-Dedeağaç petrol boru hattı gibi projeler Rusya'nın bu anlamdaki stratejisini açıkça ortaya koymaktadır (BİLGESAM, 2014: 52).

Balkanlar üzerinde oynanan jeopolitik rekabet mücadelesinin petrol boyutunda yeni enerji koridorları açılması öne çıkmaktadır. Mevcut durumda Rusya'dan boru hattı ya da Türk Boğazları aracılığıyla tankerlerle gelen aşırı bağımlılık AB ve ABD tarafından endişe verici bulunmaktadır. Balkan ülkelerinin Rusya'ya karşı güçlendirilmesine destek olmak için AMBO (Arnavutluk- Makedonya- Bulgaristan Boru Hattı) Projesi, 2004 yılında duyurulmuştur. Ancak aradan geçen süreye rağmen proje henüz tamamlanamamış durumda olup tamamlanması halinde Türk Boğazları'ndaki tanker ticaretine ciddi etkisi olacaktır (Korybko, 2015). Öte yandan Rus petrolünün Türk Boğazları'nı by-pass edilerek taşınmasına yönelik bir diğer proje de Burgaz-Dedeağaç Boru Hattı'dır. Ancak, söz konusu proje Bulgaristan tarafından, Rusya'nın tüm tepkisine rağmen çevresel sorunlar gerekçe gösterilerek tek taraflı olarak durdurulmuştur (<http://www.enerjigunlugu.net/icerik/2649/burgazdedeagac-petrol-boru-hatti-projesine-ret.html#.WICz19KLQdU>[Erişim: 19.01.2017]).

### Küresel Enerji Piyasasının Değişen Dinamikleri ve Balkanlar'ın Potansiyeli

Küresel enerji piyasalarında yaşanan değişim ve dönüşüm süreci sadece talep ülkelerini değil arz ülkelerini de etkilemiştir. IEA'nın tahminlerine göre dünyanın fosil yakıtlarına olan talebi 2045 yılına kadar artış trendini koruyacak olmakla birlikte birincil enerji karmasında değişim yaşanması beklenmektedir. IEA'nın 21. Yüzyıl'ın doğal gazın altın çağı olacağına dair tahminlerinin gerçekçi olmadığı son yıllarda görülen talep artışı yavaşlaması ve azalması sonrasında gelecek projeksiyonları yenilenmiştir. Ancak yine de doğal gaz talebi en çok artan fosil yakıt olma özelliğini korumakta olup 2030'lu yıllarda enerji karmasında kömürün yerini alarak ikinci sıraya yerleşmesi beklenmektedir. Doğal gaz talebi en hızlı artan fosil yakıt olma özelliğini 2030'lu yıllarda da koruyacak olup BP'nin tahminlerine göre dünya enerji karmasında fosil yakıtların hakimiyeti devam edecektir (BP, 2016: 6).



**Grafik 3:** Küresel enerji talebi artış trendi (1990-2035)

**Kaynak:** Türk Petrolleri [TP] (Mayıs 2016). Ham Petrol ve Doğal Gaz Sektör Raporu.

Ankara: 4.

Çevre dostu yakıt olarak doğal gaza yönelik talebin artacak olması 21. Yüzyıl'da doğal gaz arz ve talebinin mücadele unsuru olmasına yol açmıştır. Halihazırda AB dünyanın en çok doğal gaz ithal eden unsuru olup gelecekte de doğal gaz tüketiminin çok az bir artışla sürmesi beklenmektedir. IEA'nın tahminlerine göre enerji talebindeki artışın dinamosu Çin ve

Hindistan gibi gelişmekte ve şehirleşmekte olan ülkeler olacak olmakla birlikte Avrupa gibi eski ve önemli bir pazarın kontrol edilmesi de önemini taşıyacaktır (IEA, 2016: 10). Gelişmiş Avrupa ülkelerinin doğal gaz talebinde enerji verimliliği ve yenilenebilir enerji tüketim oranlarının artmasına bağlı olarak artış beklenmezken halen gelişme sürecinde olan Balkan ülkeleri küçük ama büyüme potansiyeli olan pazarlar olarak öne çıkmaktadır. Bunun yanı sıra Avrupa ülkeleri doğal gazı büyük oranda boru hatları aracılığıyla ithal etmektedir. Bu da bu ülkeleri besleyen mevcut ve yeni boru hatları için güvenilir güzergahların açılmasını daha da önemli hale getirmektedir.

Balkan ülkeleri, Avrasya ve Orta Doğu'dan Avrupa'ya uzanan boru hattı ve LNG güzergahlarının kesişme noktasında yer aldıkları için stratejik öneme sahiptir. Enerji arz güvenliğinin sağlanmasını öncelikli mesele olarak gören AB açısından Balkan ülkelerinin Avrupa enerji sistemine entegre olmaları ve kaynak çeşitlendirme arayışına destek sunması önemlidir. Öte yandan AB'nin doğal gaz talebinin tek başına 1/3'lük bölümünü karşılayan Rusya, bu pazarda kendine ciddi rakipler istememektedir. Avrupa'yı besleyecek yeni güzergahların önünü kesmek isteyen Rusya açısından Balkan ülkeleri kritik öneme sahiptir. Bu ülkelerin istikrarsız siyasi yapıları ve zayıf ekonomileri Rusya'nın buralarda enerji piyasasını kontrol etme iştahını daha da artırmaktadır. Söz konusu ülkeleri sadece alıcı olarak görmeyen Rusya, bu ülkelerin enerji şirketlerini satın almalar yoluyla satın alarak tekelleşme arayışına girmiştir. Balkan ülkelerini yeni doğal gaz pazarı ve yeni transfer güzergahı olarak gören Rusya'nın tekelleşme eğilimleri AB'ni ciddi derecede rahatsız etmektedir. "Avrupa Enerji Birliği"ni kurma yolunda 2015 yılında somut adımlar atan AB, Balkan ülkelerinin alt yapılarının Avrupa enerji müktesebatına uyumlu hale gelmelerine önem vermektedir.

Balkan ülkeleri siyasi istikrar arayışlarıyla geçen 1990'lı yıllardan sonra ekonomik gelişme ve kalkınmaya odaklanmıştır. Ancak, söz konusu ekonomik gelişmenin sağlanması için enerji kaynakları büyük önem taşımaktadır. Zengin fosil rezervlerine sahip olmayan Balkan ülkelerinin en önemli avantajı zengin rezervlere sahip olan ülkelere oldukça yakın konumda yer almalarıdır. Balkanlar; Avrupa'nın en büyük gaz tedarikçisi ve aynı zamanda dünyanın en büyük doğal gaz rezervlerine sahip ülkesi Rusya; dünya petrol rezervlerinin yarısını barındıran Orta Doğu ve Soğuk Savaş sonrası öne çıkan Hazar Bölgesi kaynaklarının Avrupa'ya transferinde stratejik konumdadır. Sahip olduğu stratejik konum nedeni ile Balkanlar, enerji arz ve talep ülkelerinin enerji diplomasisinin odak noktası durumundadır. Enerji talepleri oldukça düşük olan Balkan ülkeleri sahip oldukları bu konum sayesinde enerji taleplerini kolaylıkla karşılamının yanı sıra enerji transferinde üstlendikleri rol sayesinde politik kazanımlar da sağlayabilmektedir.

Balkanlar üzerinden geçmesi planlanan boru hatları ağırlıklı olarak doğal gaz üzerine yoğunlaşmış olup bunlardan bazıları kağıt üstünde kalmıştır. Enerji yatırımlarının yüksek maliyeti ve siyasette karşı hassas olması hayata geçirilmelerini güçleştirmekte olup birbirine rakip olarak geliştirilen 6 doğal gaz boru hattından sadece TAP'ın inşasına başlanmıştır (<http://www.themonitormiddleeast.com/tap-in-inaatinin-resmi-acilis-toreni-yapildi/> [Erişim: 10.02.2017]). Balkanlar'dan geçecek olan Türk Akımı 2'nin akıbeti henüz net değildir. Kuzey Akım 2'nin gerçekleşmesi durumunda Türk Akımı 2'nin pazar bulamayacağı için hayata geçmesi beklenmemektedir (<http://www.dw.com/tr/putin-t%C3%BCrk-ak%C4%B1m%C4%B1-ile-ilgillianla%C5%9Fmay%C4%B1-imzalad%C4%B1/a-37449456> [Erişim: 10.02.2017]).

**Tablo 5:** Balkanlar'dan geçmesi planlanan boru hattı projeleri

| PROJE                                | TÜRÜ      | KAPASİTE             | ROTA  | KAYNAK                      |
|--------------------------------------|-----------|----------------------|---|-----------------------------|
| <b>NABUCCO<br/>(İPTAL EDİLDİ)</b>    | Doğal Gaz | <b>31 bcm</b>        | Türkiye, Bulgaristan, Romanya,<br>Macaristan, Avusturya | <b>Hazar,<br/>Orta Doğu</b> |
| <b>GÜNEY AKIM<br/>(İPTAL EDİLDİ)</b> | Doğal Gaz | <b>63 bcm</b>        | Bulgaristan, Sırbistan, Macaristan                      | <b>Rusya</b>                |
| <b>TÜRK AKIMI<br/>(I-II)</b>         | Doğal Gaz | <b>31.5 bcm</b>      | Türkiye, Yunanistan                                     | <b>Rusya</b>                |
| <b>TAP</b>                           | Doğal Gaz | <b>10 bcm</b>        | Yunanistan, Arnavutluk, İtalya                          | <b>Hazar</b>                |
| <b>AGRI</b>                          | Doğal Gaz | <b>7 bcm</b>         | Gürcistan, Romanya                                      | <b>Azerbayca<br/>n</b>      |
| <b>ITGI</b>                          | Doğal Gaz | <b>11.5 bcm</b>      | Türkiye, Yunanistan, İtalya                             | <b>Hazar</b>                |
| <b>BURGAZ-<br/>DEDEAĞAÇ</b>          | Petrol    | <b>700.000 v/g</b>   | Bulgaristan, Yunanistan                                 | <b>Rusya</b>                |
| <b>AMPO</b>                          | Petrol    | <b>750.000 v/g</b>   | Bulgaristan, Makedonya,<br>Arnavutluk                   | <b>Rusya ve<br/>Hazar</b>   |
| <b>PEOP</b>                          | Petrol    | <b>1.850.000 v/g</b> | Romanya, Sırbistan, Hırvatistan,<br>Slovenya, İtalya    | <b>Rusya ve<br/>Hazar</b>   |

**Kaynak:** EIA, IEA, BP, EU, TANAP, TAP, AGRI, ITGI, TPAO, BOTAŞ verilerinden derlenmiştir.

Küresel doğal gaz piyasasında yükselen boru gazı LNG rekabetinin Balkanlar'dan geçmesi planlanan boru hattı projeleri üzerinde etkisi olması beklenmektedir. AB'nin uzun vadeli sözleşmeler ve boru gazına dayanan doğal gaz tüketimini spot fiyatlar ve LNG olarak değiştirme girişimi Balkanlar'dan geçmesi planlanan projelerin geleceğini olumsuz etkileme potansiyeline sahiptir. Ancak Adriyatik Denizi'ne kıyısı olan Balkan ülkelerinin LNG projeleri açısından da üs olma imkanı bulunmaktadır.

Küresel fosil yakıt piyasasında mevcut rezerv ömürlerinin sonuna doğru yaklaşılmasının yanı sıra yeni rezerv keşif sayı ve miktarlarının düşük olması söz konusudur. 21. Yüzyıl'da çok büyük rezervler keşfedilmemiş olmakla birlikte kaya gazı devriminin başlamış olması dengeleri etkilemeye başlamıştır. ABD'nin öncülük ettiği kaya gazı devrimi yeni rezervlerin geliştirilmesini de etkilemektedir. Doğu Akdeniz ve Kuzey Irak gazının Avrupa pazarına getirilmesinin önündeki siyasi problemlere son olarak kaya gazı ile LNG piyasasında yaşanan arz fazlası da ekonomik bir bariyer olarak eklenmiştir. Son dönemde doğal gaz piyasası açısından ilave rezerv olarak öne çıkan Doğu Akdeniz gazının Avrupa'ya boru hattı ya da LNG olarak ulaştırılmasında Balkanlar kilit öneme sahiptir (Önsoy ve Udum 2015: 182). Ancak hem rezervlerin geliştirilmesi hem de olası boru hattı güzergahının belirlenmesi için kıta sahanlığı ve Kıbrıs sorunu başta olmak üzere pek çok dondurulmuş sorunun nihai olarak çözüme kavuşturulması gerekmektedir (Grishin ve Mullayanov, 2016: 2267). Sonuç olarak Avrupa'ya yönelik tüm doğal gaz projelerinin güzergah ve maliyetler konusunda rekabet içinde olması söz konusudur.

## Sonuç

Enerji güvenliğinin dünya genelinde ve AB özelinde artmakta olan önemi Balkanlar'ın yeniden jeopolitik mücadeleye sahne olmasına yol açmıştır. Dünyanın gelişmiş ekonomileri arasında yer alan ve yüksek miktarda enerji kaynağı talep eden Avrupa ülkeleri ile dünya fosil yakıt rezervlerinin 2/3'üne sahip olan ülkeler arasında yer alan Balkanlar, enerji rezervlerinin transferi açısından kritik öneme sahiptir. Soğuk Savaş sonrası dönemde Balkanlar'ın siyasi haritasının değişmesiyle söz konusu coğrafyanın kontrolü aynı zamanda Avrupa'ya gidecek enerji kaynaklarının kontrolü anlamına gelmiştir. Günümüz küresel jeoekonomisi açısından

Balkanlar, kaynak çeşitlendirme ve kaynak akışını kontrol açısından büyük güçlerin rekabetinin odağında yer almaktadır. Balkan ülkelerinin enerji arz ve talebi küresel enerji piyasaları açısından oldukça önemsiz olmakla birlikte Avrupa enerji pazarının kontrolü açısından bölgenin kontrolü stratejik değer taşımaktadır.

Balkanlar'ın enerji jeopolitiğinde öne çıkmasında Avrupa ülkelerinin Rusya'ya bağımlılığı belirleyici olmuştur. AB'nin kaynak çeşitlendirme arayışlarında Balkan coğrafyası yeni transfer güzergâhlarının açılmasının kapısı olarak görülmüştür. AB'nin petrol ve doğal gaz da kaynak çeşitlendirme arayışlarında Balkanlar üzerinden geçen birçok proje geliştirilmiştir. AB bu projelerden bazılarını tam destek verirken bazılarının da gerçekleşmesine de ciddi olarak muhalefet etmiştir.

Soğuk Savaş sonrasında ABD'nin siyasi ve ekonomik desteğiyle açılan ve Avrupa ülkelerinin enerji güvenliğinin sağlanmasını hedefleyen "Doğu-Batı" koridorunun önemli bir parçası Balkanlar'dır. Bu koridorun bir parçası olan Güney Gaz Koridoru'nun açılması sürecinde hem büyük güçler hem de Balkan ülkeleri arasında önemli bir rekabet yaşanmıştır. Doğal gaz tüketimleri şimdilik oldukça düşük olan Balkan ülkelerini kontrol etmek isteyen kaynak sahibi ülkeler böylece Avrupa pazarına açılmayı hedeflemektedir. Öte yandan, Avrupa enerji pazarındaki konumlarını güçlendirmek isteyen bu ülkeler zayıf ekonomileri ve istikrarsız siyasi yapılarıyla Balkan ülkelerinin enerji değer zincirlerini kontrol ederek kendilerine bağımlı hale getirmek istemektedir.

Avrupa ülkelerinin doğal gaz talebi artışı son üç yılda yaşanan toparlamaya rağmen gaz tüketimi 2010 yılındaki oranın altındadır. Bu durumda, Balkan ülkelerinin kısa vadede artan doğal gaz arzına pazar arayışında ön plana çıkmalarında etkili olmuştur. AB'nin, enerji verimliliğinde artışın yanı sıra yenilenebilir enerji yatırımlarının artması ve LNG teknolojisinin gelişmesine bağlı olarak boru gazına olan bağımlılığının giderek azalmakta olması artan doğal gaz arzı için yeni pazar arayışında olan başta Rusya olmak üzere arz ülkelerini Balkan pazarına yönelmeye itmiştir. Balkanlar'ın doğal gaz ticaretinde artan önemi bu bölgeye hitap edecek bir doğal gaz hub oluşturulması gündeme gelmiş olup bu durum Balkan ülkeleri arasında rekabet unsuru olmuştur. Türkiye'nin hub olarak enerji ticaretinde daha güçlü bir konuma gelme stratejisi açısından Balkanlar büyük önem taşıırken Yunanistan ve Bulgaristan başta olmak üzere bölge ülkelerinin de bu yönde girişimleri bulunmaktadır. Büyüyen ekonomileri ve gelişmekte olan enerji alt yapısı ile önümüzdeki dönemde Balkanlar, küresel ve bölgesel enerji ekonomisi açısından daha önemli bir rol üstlenme potansiyeline sahiptir.

### Kaynakça

- AERS. (2015). *2014 Energy Agency report: Serbian energy sector report annual and financial report*. Erişim Tarihi: 02.02.2017, <http://www.aers.rs/Files/Izvestaji/Godisnji/Eng/AERS%20Annual%20Report%202014.pdf>
- Arnavutluk İstatistik Enstitüsü (INSTAT). (2016). *Balance of electric power year 2015*. Erişim Tarihi:03.02.2017, [http://www.instat.gov.al/media/324708/balance\\_of\\_electric\\_power\\_2015.pdf](http://www.instat.gov.al/media/324708/balance_of_electric_power_2015.pdf)
- Balkan Energy. (2015). *Country report on energy business in Serbia*. Erişim Tarihi: 06.02.2017, [http://balkanenergy.com/files/Country\\_report\\_on\\_energy\\_business\\_in\\_Serbia\\_September\\_2015.pdf](http://balkanenergy.com/files/Country_report_on_energy_business_in_Serbia_September_2015.pdf)



- Bilge Adamlar Stratejik Araştırma Merkezi (BİLGESAM). (Aralık 2014). *Balkanlar ve Türkiye*. İstanbul: Bilge Adamlar Kurulu Raporu, Rapor No: 64.
- BP. (2016). *Energy outlook*. Londra: BP.
- Deitz, L., Stirton, L. & Wright, K. (2007). *The Energy Community of South East Europe: Challenges and obstacles to, Europeanisation*. UK: CCP-Working Paper 08-4.
- DW. (2017). *Putin Türk Akımı ile İlgili Anlaşmayı İmzaladı*. Erişim Tarihi: 10.02.2017, <http://www.dw.com/tr/putin-t%C3%BCrk-ak%C4%B1m%C4%B1-ile-ilgili-anla%C5%9Fmay%C4%B1-imzalad%C4%B1/a-37449456>
- Energy Community. (2016). *Annual implementation report 2015/2016*. Erişim Tarihi: 08.02.2017, [https://www.energy-community.org/portal/page/portal/ENC\\_HOME/DOCS/4332394/3D790302C9FD5024E053C92FA8C0D492.pdf](https://www.energy-community.org/portal/page/portal/ENC_HOME/DOCS/4332394/3D790302C9FD5024E053C92FA8C0D492.pdf)
- Energy Community. (t.y.), *Energy Community legal treaty*. Erişim Tarihi: 19.01.2017, [https://www.energycommunity.org/portal/page/portal/ENC\\_HOME/ENERGY\\_COMMUNITY/Legal/Treaty](https://www.energycommunity.org/portal/page/portal/ENC_HOME/ENERGY_COMMUNITY/Legal/Treaty)
- Energy World Mag. (2016). *Romania: natural gas imports will remain at their 2016 level in the next 3 years*. Erişim Tarihi: 05.02.2017, <http://www.energyworldmag.com/23/06/2016/romania-natural-gas-imports-will-remain-at-their-2016-level-in-the-next-3-years/>
- Enerji Günlüğü. (2013). *Burgaz-Dedeğaç Petrol Boru Hattı Projesine Ret*. Erişim Tarihi: 19.01.2017, <http://www.enerjigunlugu.net/icerik/2649/burgazdedeagac-petrol-boru-hatti-projesine-ret.html#.WICz19KLQdU>
- Eurostat.(2016).*New release*. Erişim Tarihi:05.02.2017, <http://ec.europa.eu/eurostat/documents/2995521/7150363/8-04022016-AP-EN.pdf/c92466d9-903e-417c-ad76-4c35678113fd>
- Giamouridis, A. & Paloyannis, S. (2011). *Security of gas supply in South Eastern Europe: potential contribution of planned pipelines, LNG, storage*. Oxford: Oxford Institute of Energy Studies.
- Grishin, Y. Y. & Mullayanov, A. S. (2016). European Union and Gas Factor in the Cyprus Issue, *The Turkish Online Journal of Design, Art and Communication*. 2264-2269.
- Hafner, M. (28.03.2015). *The Southern Gas Corridor and the EU gas security of supply: what's next?* Erişim Tarihi: 13.02.2017, <http://www.naturalgasworld.com/southern-gas-corridor-and-eu-gas-security-of-supply-22688>
- IEA. (2008). *Energy in the Western Balkans: the path to reform and reconstruction*. Fransa: IEA/OECD.
- IEA. (2016a). *Coal information 2016*. Fransa: IEA/OECD.
- IEA. (2016b). *Renewable information 2016*. Fransa: IEA/OECD.
- IEA. (2016c). *Natural gas information 2016*. Fransa: IEA/OECD.

- IEA. (2016d). *Oil information 2016*. Fransa: IEA/OECD.
- IMF. (2016-a). *Albania selected issues*. Washington: IMF Country Report No. 16/143.
- IMF. (2016-b). *Regional economic issues: Central, Eastern, and Southeastern Europe mind the credit gap*. Erişim Tarihi: 11.02.2017, <http://www.imf.org/external/pubs/ft/reo/2015/eur/eng/pdf/REI0515.pdf>
- Institute of Energy for SE Europe (IENE). (2015). *SE Europe energy outlook 2015/2016*. Erişim Tarihi: 11.02.2017, [http://www.iene.eu/articlefiles/promotional%20booklet\\_version%20for%20upload.pdf](http://www.iene.eu/articlefiles/promotional%20booklet_version%20for%20upload.pdf)
- Jeic, Domagoj. (t.y.). *Gas sector in Croatia*. Erişim Tarihi: 20.01.2017, <https://www.energy-community.org/pls/portal/docs/36266.PDF>
- Korybko, Andrew. (03.03.2015). *The future of the Balkans runs through Macedonia (I)*. Erişim Tarihi: 19.01.2017, <http://orientalreview.org/2015/03/03/the-future-of-the-balkans-runs-through-macedonia-i/>
- Kovacevic, Aleksandar. (2017). *Towards a Balkan gas hub: the interplay between pipeline gas, LNG and renewable energy in South East Europe*. Oxford: İngiltere, OIES Paper: NG 115.
- Micco, Pascal De. (2015). *Changing pipelines, shifting strategies: gas in South-Eastern Europe, and the implications for Ukraine*. Belgium: European Parliament.
- NAF. (2014). *Croatia's role in supply and crude oil transit route*. Erişim Tarihi: 20.01.2017, <http://www.eesc.europa.eu/resources/docs/croatias-role-in-supply-and-crude-oil-transit-route-20141114-fin.pdf>
- JANAF. (t.y.). *Janaf system*. Erişim Tarihi: 20.01.2017, <http://www.janaf.hr/oil-pipeline/the-janaf-system/>
- Nelaeva, G. A. & Andrey V. S. (2016). EU-Russia rivalry in the Balkans: linkage, leverage and competition (the case of Serbia). *Romanian Journal of European Affairs*. 16(3), 56-71.
- Oxford Economics. (t.y.). *The economic impact of the Trans-Adriatic Pipeline on Albania: a report for TA*. Erişim Tarihi: 04.02.2017, <http://www.oxfordeconomics.com/Media/Default/economic-impact/economic-impact-home/Economic-Impact-trans-Adriatic-Pipeline.pdf>
- Önsoy, M. & Şebnem U. (2015). The role of Turkey in Western Balkan energy security. *Asia Europe Journal*. 13, 175-192.
- Peeva, P. (2015). Bulgarian-Russian relations in the context of global powers' geopolitical strategies in the Balkans. *International Journal of Arts&Sciences*, 8(4), 537-545.
- Progonati, E. (2015). Rusya'nın Balkanlar Politikası. *Karadeniz Araştırmaları*. 45, 114-115.
- Ralchev, S. (2012). *Energy in the Western Balkans: a strategic overview*. Sofya: Institute for Regional and International Studies.

---

Risteska, S. (2009). The development of the energy market in the Western Balkans (the case of Macedonia and Croatia). *Analytical*. 2(1), 1-10.

See News Research on Demand. (2010). *Albania gas system*. Erişim Tarihi: 05.02.2017, [http://research.seenews.com/wpcontent/uploads/2012/11/Albania\\_Gas\\_System.pdf](http://research.seenews.com/wpcontent/uploads/2012/11/Albania_Gas_System.pdf)

The Monitor Middle East. (19.05.2016). *TAP İnşaatı Resmen Başladı*. Erişim Tarihi: 20.01.2017. <http://www.themonitormiddleeast.com/tapin-insaatinin-resmi-acilis-toreni-yapildi/>

TP. (Mayıs 2016). *Ham Petrol ve Doğal Gaz Sektör Raporu*. Ankara: TP Rapor 4.

Wikipedia. (2015). *Adria LNG*. Erişim Tarihi: 20.01.2017, [https://en.wikipedia.org/wiki/Adria\\_LNG](https://en.wikipedia.org/wiki/Adria_LNG)

---

## “Sizce, insanların çoğuna güvenilir mi?” Türkiye’de Genelleştirilmiş Güven Üzerine Ampirik Bir Analiz

### “Do you think most people can be trusted?” An Empirical Analysis on Generalized Trust in Turkey

Işıl Cerem CENKER ÖZEK\*

#### Öz

Genelleştirilmiş güven, insanların genelinin, iyi niyetli oldukları iyimserliği ve inancı ile alakalı kültürel bir eğilimdir. Araştırmalar, genelleştirilmiş güven seviyesi yüksek toplumlarda vatandaşların iş birliğine daha açık olduğunu ve siyasal ve toplumsal hayata daha aktif katıldıklarını göstermektedir. Türkiye, genelleştirilmiş güven seviyesi düşük ülkelerden bir tanesidir. Türkiye’de, her yüz kişiden, ortalama, sadece on tanesi genel olarak insanlara güvendiğini belirtmektedir. Bu çalışmanın amacı, genelleştirilmiş güven kavramının modernleşme ile ilişkisini ayrıntılı şekilde tartışmak ve Türkiye vaka çalışmasını, bu kavramsal çerçeve içerisinde incelemektir. Çalışmanın ampirik analizi için Dünya Değerler Araştırması’nın (DDA) altıncı dalga Türkiye verisi (2010-2014) kullanılmıştır. Çalışma bulguları, kurumsallaşmış demokrasilerde genelleştirilmiş güven üzerine yapılan ampirik analizlerin öne çıkardığı bireysellik ve özgür irade ile ilişkilendirilen bir dizi değişkenin, modernleşme süreci farklı olsa da, Türkiye örneği için de geçerli olduğunu göstermektedir. Bulgular, ayrıca, literatürün, siyasal kurumlara güven ve genelleştirilmiş güven arasında kurduğu ilişkiyi doğrulamaktadır. Bu bulguların yanı sıra, çalışma, Türkiye’nin coğrafi bölgeleri arasında, genelleştirilmiş güven seviyelerinde gözlenen farklılıklara da dikkat çekmektedir.

**Anahtar kelimeler:** Modernleşme, Siyasal Kültür, Genelleştirilmiş Güven, Türkiye

#### Abstract

Generalized trust is a cultural attitude about the general optimism and faith in the good will of people at large. Studies show that citizens are more open to cooperation, and they are more active in political and social life in high trust societies. Generalized trust is low in Turkey. Only ten people out of a hundred, on average, think that most people can be trusted. The objective of the present study is to discuss the relationship between modernization and generalized trust in detail and to analyze Turkey as a case study within this conceptual framework. The study utilizes World Valued Survey’s (WVS) sixth wave Turkey data (2010-2014) for the analysis. In line with the empirical analyses conducted mostly across institutionalized democracies on generalized trust, the present study shows the relevance of individuality and personal autonomy for the Turkish case as well, which has had a different modernization trajectory. The study also provides insights into the relationship between confidence in political institutions and generalized trust. Last but not the least, findings show significant differences in generalized trust levels across Turkey’s regions.

**Key words:** Modernization, Political Culture, Generalized trust, Turkey

#### Giriş

Genelleştirilmiş güven, siyasal kültür ve demokrasi çalışmalarında öne çıkan bir kavramdır. Bu kavram, toplumsal hayatta birbirlerini tanımayan kişilerin, insanlara genel olarak güvenebileceği yargısını taşımaları ile alakalıdır. Bu bağlamda genelleştirilmiş güven, kişilerin aile, hısım, akraba ya da toplumsal hayatta tanışıklığı olan diğer kişi ve gruplara duyduğu güvenden farklıdır.

Araştırmalar, genelleştirilmiş güven seviyesi yüksek toplumlarda vatandaşların iş birliğine daha açık olduğunu ve siyasal ve toplumsal hayata daha aktif katıldıklarını göstermektedir (Uslaner, 2002: 1-14). Genelleştirilmiş güven, ekonomik kalkınma ile ilişkilendirilmekte, modern ve karmaşık ekonomik sistemlerin sürdürülebilmesinin en önemli unsurlarından bir tanesi olarak tartışılmaktadır (Grootaert, 2003: 9-30; Knack ve Keefer, 1997). Yaşam kalitesi üzerine yapılan çalışmalar, genelleştirilmiş güven kavramını öne çıkarmakta, bu çalışmalarda güven, yakından ilişkili olduğu hoşgörü ve bireysel etkinlik gibi kavramlarla birlikte, demokratik kurumların sürekliliğini sağlayan değerler çerçevesinde

\* Dr. Öğr. Üyesi, Antalya Bilim Üniversitesi, Siyaset Bilimi ve Uluslararası İlişkiler Bölümü, cerem.cenker@antalya.edu.tr

araştırılmaktadır (Abbot ve Wallace, 2012; Inglehart ve Welzel, 2003). Kısacası geliştirilmiş güven, ister siyasi, ister ekonomik düzeyde; ister birey, grup ya da ülke seviyesinde araştırılsın, farklı toplumsal sistemleri işler kılan bir kavram olarak öne çıkmaktadır. Siyaset bilimi literatüründe geliştirilmiş güven üzerine yapılan araştırma sayısı oldukça fazla olsa da, Türkiye’de geliştirilmiş güveni analiz eden çalışmaların sayısı görece azdır (Aytaç vd., 2017; Cenker-Özek, 2012).

Bu çalışmanın iki temel amacı vardır: Birincisi, geliştirilmiş güvenin, modernleşme ile ilişkisini ayrıntılı şekilde tartışmaktır. Bu tartışma, geliştirilmiş güvenin, neden özellikle karmaşık toplumsal sistemler ve ilişkiler için önemli olduğunu ortaya koymak açısından önemlidir. Bu tartışma, ayrıca, geliştirilmiş güvenin demokratik kurumsallaşma ile ilişkisine de ışık tutmaktadır. Çalışmanın ikinci amacı ise, Türkiye vaka çalışmasını, geliştirilmiş güven üzerine yapılan tartışma ve analizler çerçevesinde, ampirik olarak incelemektir.

Çalışma beş bölümden oluşmaktadır. Birinci bölümde geliştirilmiş güven tanımlanırken, ikinci bölümde geliştirilmiş güven, modernleşme bağlamında tartışılır. Üçüncü bölüm, geliştirilmiş güvenin belirleyicilerini ortaya koyar. Dördüncü bölüm ise, Türkiye vaka çalışmasını, daha önceki bölümlerde ortaya konan kavramsal ve ampirik çerçeve içerisinde analiz eder. Son bölümde, bulgular, güncel Türkiye bağlamı ile ilişkilendirilerek tartışılmaktadır.

### **Genleştirilmiş Güven: Yabancılara Güvenilir mi?**

Genleştirilmiş güven, insanların genel olarak güvenilir oldukları yargısının toplumda yaygın olması ile alakalıdır. Lewis ve Weigert (1985, s. 968), geliştirilmiş güvenin toplumsal boyutunu “bir toplumsal sistemin üyeleri, birbirlerinin fiili ya da sembolik varlıklarıyla kurgulanmış bir gelecek tasavvuru ile hareket ediyorlar ve bu tasavvurda emniyetli hissediyorlarsa, o sistemde güvenin mevcut olduğunu söyleyebiliriz” sözleri ile ifade etmişlerdir. Almond ve Verba’nın (1963) *Civic Kültür: Beş Ulusta Siyasi Eğilimler ve Demokrasi* isimli çalışmasından beri siyasi kültür literatüründe baskın olan ampirik yaklaşıma göre ise, toplumdaki geliştirilmiş güven algısı, toplumu oluşturan bireylerin genelinin insanlara güvenip güvenmediği ile alakalıdır. Bu yaklaşım, geliştirilmiş güven kavramını kişilere ait bir eğilim olarak kavramsallaştırıp, birey seviyesinde ölçer.

Ampirik araştırmalarda kullanılan standart geliştirilmiş güven sorusu “Sizce, genelde insanların çoğuna güvenilebilir mi? Yoksa başkaları ile ilişki kurarken dikkati elden bırakmamak mı gerekir?” şeklindedir. Yapılan analizler, geliştirilmiş güvenin zaman faktörüne karşı dirençli ve ülke seviyesinde süreklilik gösteren kültürel bir unsur olduğunu göstermektedir (Bjornskov, 2006, s. 4-5; Uslaner, 2002, s. 52-56). Ampirik araştırmalar, ayrıca, geliştirilmiş güvenin ülkeler-arası eşit olmayan dağılımını da ortaya koymaktadır. Norveç ve İsveç’te geliştirilmiş güven seviyesi yüzde altmış seviyelerinde seyrederken, Avustralya, Hollanda ve İsviçre’de yüzde elli seviyelerindedir. Avrupa Birliği’nin yeni üyeleri Macaristan, Polonya, Çek Cumhuriyeti, Slovakya ve Bulgaristan’da güven oranı yüzde yirmi beş ve yüzde otuz beş seviyeleri aralığında değişmektedir. Türkiye, Brezilya ve Malezya’nın da içerisinde olduğu bir dizi ülkede ise geliştirilmiş güven seviyeleri yüzde onbeş veya altındadır (Inglehart vd., 2014).

Genleştirilmiş güven seviyesinin yüksek olduğu ülkelerde, ekonomik gelişme ve demokratik kurumsallaşma seviyelerinin de yüksek olduğu gözlenmektedir. Knack ve Keefer’in (1997, s. 1258-1271) yirmi dokuz ülkeyi kapsayan çalışması, güvenin ekonomik performans üzerine olumlu etkisini ortaya koymuştur. Çalışma, mülkiyet haklarının korunduğu, gelir eşitsizliklerinin az olduğu ve etnik olarak homojen bir yapıya sahip ülkelerde, bu olumlu etkinin daha kuvvetli olduğunun altını çizmektedir. Inglehart’ın (1997, s. 180-184) kırk bir ülke üzerine yaptığı araştırma ise, geliştirilmiş güvenin demokratik istikrarın önemli bir

belirleyicisi olduğunu göstermiştir. Uslaner de (2002, s. 22 ) *Güvenin Ahlaki Temelleri* isimli kitabında güven seviyesi yüksek ülkelerin daha eşitlikçi toplum yapıları inşa ettiklerini ve bu tip toplumlarda hükümetlerin daha iyi performans gösterdiklerini öne sürmüştür.

Araştırmalar, insanlara genel olarak güvenme eğiliminde olan kişilerin, siyasi ve toplumsal konularda daha fazla inisiyatif aldıklarını, iş birliğine daha açık olduklarını ve farklı görüşlere hoşgörü ile yaklaşma eğilimlerinin daha fazla olduğunu göstermektedir (Putnam, 2000, s. 137; Uslaner, 2002, s. 10). Birey seviyesinde ölçülen genelleştirilmiş güven, ayrıca, iyimserlik, subjektif yaşam memnuniyeti ve mutluluk gibi, insanların yaşam kalitesini olumlu etkileyen ve Inglehart’ın (1997, s. 329-330) “kendini-ifade etme değerleri” olarak adlandırdığı post-modern değerlerle de ilişkilidir.

Kısacası, genelleştirilmiş güven, hem siyasi ve ekonomik sistemlerin etkinliğini hem de bireylerin yaşam kalitesini arttırmaktadır. Ancak bu eğilimin ülkeler arasında ciddi farklılıklar göstermesi dikkat çekicidir. Sahip olunduğunda bir dizi toplumsal ve bireysel avantajı beraberinde getirecek olan bu kültürel unsur için vatandaşların yabancılara, tanımadıkları insanlara, genel olarak güvenmesi gerekmektedir. Bu noktada, kişilerin yabancılara neden güvenmesi gerektiği sorusundan önce cevaplanması gereken ilk soru, yabancılara güven ihtiyacının nereden kaynaklandığıdır. Bu soru ise bizi, genelleştirilmiş güven kavramını, modernleşme ile değişen toplumsal hayat ve kültürel değerler bağlamında tartışmaya davet eder.

### **Genelleştirilmiş Güven İhtiyacını Modernleşme Bağlamında Anlamak**

Modernleşme, toplumların endüstrileşme, merkezileşme, bürokratikleşme ve rasyonelleşme süreçleri sonucu geleneksel toplumlardan farklılaşmaları sürecidir. İlk olarak Batı Avrupa coğrafyasında başlayan endüstrileşme, insanlığın, sadece binlerce yıldır süregelen temel ekonomik faaliyet alanını değil, toplum yapısını ve bireysel düşünce dünyasını da kökünden değiştirmiştir. Modernleşme ile kırsal ağırlıklı yaşamdan kent yaşamına geçilmiş; devletin vatandaşlarına temel eğitim sağlama sorumluluğu üstlenmesi ile okur-yazarlık ve eğitim seviyeleri yükselmiştir. Aynı zamanda, taşıma ve haberleşme teknolojilerindeki gelişmeler sayesinde geleneksel toplumlarda kendi yöresi ile sınırlı kalan yaşam alanları, daha önceki dönemlerde hiç deneyimlenmemiş bir ölçüde, birbirleri ile ilişkili bir şekilde genişlemiştir. Bu süreçte, ayrıca, dinin toplumsal sistemler üzerindeki etkisi de azalmıştır.

Modernleşme ile toplumsal yapıda meydana gelen üç önemli değişim, genelleştirilmiş güven kavramının, neden özellikle modern toplumlarda ihtiyaç duyulan kültürel bir unsur olduğunu açıklar. Bunlardan birincisi, modernleşme ile *zaman ve uzamın uzaklaşması* (time-space distanciation) (Giddens, 1994, s. 24); ikincisi, işlevsel olarak birbirinden farklılaşmış toplumsal sistemlerin ortaya koyduğu karmaşık yapı (Luhmann, 1979, s. 38-48); üçüncüsü ise artan roller, kimlikler ve aidiyetler ile birlikte toplumsal ilişkilerde gözlenen değişimlerdir (Seligman, 1997, s. 19-25).

Geleneksel toplumlarda “‘Ne zaman” sorusu neredeyse evrensel olarak, ya “Nerede” sorusu ile ilişkilendirilirdi ya da düzenli olarak meydana gelen doğa olaylarıyla tanımlanırdı (Giddens, 1994, s. 25).’ Onsekizinci ve ondokuzuncu yüzyıllar boyunca, takvim ve mekanik saatin, aşamalı şekilde, neredeyse tüm dünya coğrafyasında standartlaşması, zamanı, yöre bağlamından çıkarmıştır. Dahası, standartlaşma sonucu ortaya çıkan “boş zaman” kavramı, “boş uzam” kavramının da tetikleyicisi olmuştur:

Modernlik-öncesi toplumlarda uzam ve yöre yaygın olarak çakışır; çünkü insanların çoğu için toplumsal yaşamın uzamsal boyutları birçok açıdan “mevcudiyet”le, yani yerel etkinlikle belirlenir. Modernliğin ortaya çıkışı uzamı, herhangi bir yüzyüze etkileşim durumundan konum olarak uzak, “namevcut (absent)” kişiler arasındaki ilişkileri geliştirerek, gitgide yöre’den koparıp atar. Modernlik koşullarında yöre, artan

bir biçimde *düşselleşir*: Bunun anlamı, mekanların, oldukça uzak toplumsal *etkilerden* adamakıllı etkilenerek biçim kazanmasıdır (Giddens, 1994, s. 26).

Zaman ve uzamın uzaklaşması ile hem toplumsal sistemlerin hem de toplumsal ilişkilerin yerel bağlarından çıkarak, sonsuz uzunluktaki zaman-uzam boyunca yeniden yapılanması, modernleşme sürecine sıklıkla atfedilen işlevsel farklılaşma ve toplumsal rollerin çeşitlenmesi özelliklerini akla getirir. Luhmann'a göre, işlevsel olarak farklılaşmış, karmaşık toplumsal sistemler, modern toplumun en önemli özelliğidir. Modern toplum, ekonomi, siyaset, din, hukuk gibi bireylerin eş-zamanlı katılabildikleri ve tabii oldukları sistemler ve alt-sistemlerden oluşmaktadır (Luhmann, 1979, s. 38-48). Bu bağlamda modern hayat, savuşturma imkanının neredeyse imkansız olduğu olumsal yapılar ve değişken şartlara dayanmaktadır. Modern toplumun karmaşık yapısı gündelik hayatta bir taraftan kişilerin karşılaştıkları belirsizlikleri arttırırken, diğer taraftan kişilere daha fazla seçenek sunmaktadır. Başka bir deyişle, modern toplum, aynı zamanda, bir risk ve fırsat toplumdur (Luhmann, 1988, s. 101-105).

Modernleşme ile birlikte toplum yapısında gözlenen farklılaşma, toplumsal roller, kimlikler ve aidiyetler üzerinde de dönüştürücü etkiye sahiptir. Kişilerin modern topluma katılım şekilleri ve toplumsal ilişkileri, geleneksel toplumlara göre çok daha çeşitli, karmaşık ve yenilikçidir. Geleneksel toplumlarda kan bağı ve yerellik toplumsal roller ve ilişkiler için belirleyiciyken, modernleşme ile ortaya çıkan yeni meslek grupları, uzmanlık alanları ile dernek ve sendikalar gibi yeni örgüt şekilleri, kişilere, ortak hedef ve çıkarlar paydasında ilişkiler kurabilecekleri yeni fırsatlar sunar (Seligman, 1997, s. 13-44). Simmel'e göre, farklı toplumsal gruplardan kişilerin, rasyonel sebepler ile biraraya gelerek yeni gruplar oluşturması hem modernleşmenin önemli özelliklerinden bir tanesi, hem de bireyselliğin itici gücüdür (Simmel, 1955, s. 135-137).

Kısaca, modern toplumlar, çok katmanlı ve çok aktörlü, karmaşık sistemler ortaya koyarlar. Kişilerin, bu çoklu ve karmaşık toplumsal sistemlere farklı yordam ve rollerle katılımları, modern toplumun itici gücünü oluşturur. Zaman-uzam uzaklaşması ile modern topluma katılım, sadece "burada" ile alakalı olmaktan çıkar. Modernleşme ile "yakın ilişkiler uzaktan da sürdürülebilir...ve kişi önceden tanımadığı başkalarıyla sürekli olarak kişisel bağlar oluşturur. Bizler, isimsiz, boş yüzlerden oluşan bir dünyada değil; *insanlı* bir dünyada yaşıyoruz (Giddens, 1994, s. 137)."

Güven, modernleşme şartlarında toplumsal düzenin sağlanması ve sürekliliği sorusuna kafa yoran düşünürlerin yazılarında sıkça atıfta bulunulan bir kavramdır (Mistral, 1996). Luhmann'a göre güven, modern hayatın karmaşık yapı ve rollerinin getirdiği belirsizliği azaltan ve bireye, hareket ve karar kabiliyetini kaybetmeden gittikçe karmaşıklaşan toplumsal sistemlere katılma imkanı sunan bir kavramdır. Modern yapının failleri, özgür iradeye sahip kişilerdir. Kişiler seçimlerini risklere rağmen yaparlar. Bu riskler, diğerlerinin de kendi özgür iradeleri ile seçim yapmaları ile ilişkilidir. "Öyleyse güven, diğerinin, özgürlüğünün, muhtelif davranışlarda bulunabilmesinin tedirgin edici potansiyelinin, sorumluluğunu alacağına dair genelleştirilmiş bir beklentidir (Luhmann, 1979, s. 39)." Benzer şekilde Dunn güveni "diğer insanların özgürlükleri ile baş edebilme aracı" olarak tanımlamıştır (1988, s. 80). Sztompka ise güvenin "diğerlerinden beklenebilecek muhtemel davranışlarla alakalı bir bahis" olduğunu yazmıştır (Sztompka, 1999, s. 25).

Bu tanımların hepsi güveni, risk ve özgür irade ile ilişkilendirmektedir. Mistral, güvenin daima bir risk faktörü içerdiğinin altını çizer. Bu risk, genel olarak, modern toplumun olumsuzluğundan (*contingency*); diğer insanların saik ve davranışları hakkında eksiksiz bilgi sahibi olma kabiliyetinde olmamamızdan kaynaklanmaktadır (Mistral, 1996). Kişinin, güven davranışını göstermesi ile, bu davranışa uygun beklentinin gerçekleşmesi arasında geçen bir

süre vardır. Güven sonucu gözlenen davranışın, beklentileri yanlış çıkarma ihtimali göz ardı edilmemelidir. Kişi, güvendiği için hayal kırıklığına uğrayabilir. Risk, kendi davranışlarımız ile ortaya çıkabilecek öngörülemez sonuçlara işaret eder (Luhmann, 1988, s. 96). Luhmann'a göre, ancak diğerlerinin davranışları sonucu öngöremediğimiz sonuçlarla karşılaşabileceğimizi göze alarak belli şekilde davranmayı seçtiğimiz durumlar, güven ile alakalı olabilir (Luhmann, 1988, s. 97). Bu bağlamda risk de güven gibi modern zamanlara ait bir unsurdur. Riskleri değerlendirerek güvenip güvenmeyeceğine karar verenler ise modernleşme ile hem tabi oldukları toplumsal sistemlerin hem de üstlenebilecekleri toplumsal rol ve aidiyetlerin çeşitlenmesi sonucu hayatları iyice karmaşıklaşan bireylerdir.

Bireyler için modern dünyanın karmaşa ve belirsizlikleri bilinmez (*unfamiliar*) olmadığı gibi, her gün, neredeyse sıradanlaşmış bir şekilde muhatap oldukları yabancılar da, geleneksel toplumlardaki yabancıardan farklıdır. Modern dönemin yabancıları, hepimize daha az yabancıdırlar (Giddens, 1990, s. 119; Seligman, 1997, s. 34). Modern sistemlerin savuşturulamayan kapsayıcılığı ve bireylerin bu sistemlere farklı rollerle katılımı, üstlenilen tüm rol ve hissedilen tüm aidiyetlerden farklı, ortak bir insan olma hali, insanlık durumuna genel bir aşinalık yaratır. İşte genelleştirilmiş güven, kişilerin bu genel insanlık durumunu idrak ederek, olası risklere rağmen, tanımadığı kişilere genel olarak güvenme eğiliminde olmaları ile alakalıdır. Kısaca genelleştirilmiş güven, insanların genelinin, iyi niyetli oldukları iyimserliği ve inancıdır. İnsanların geneli ile ilgili soyut düşünce oluşturabilme kabiliyeti modernleşmeden ayrı düşünülemezken, genelleştirilmiş güvenin hem toplumlar hem de kişiler arasında gözlenen farklı seviyeleri, insanlara genel olarak güvenmeyi seçenler kadar, güvenmemeyi seçenler olduğunun altını çizer.

### Genelleştirilmiş Güvenin Belirleyicileri

Ampirik çalışmalar, genelleştirilmiş güveni belirleyen üç temel değişken grubunu ortaya koyarlar. Bunlardan birincisi subjektif yaşam memnuniyeti, subjektif ekonomik durum algısı, mutluluk, iyimserlik ve eğitim seviyesi gibi eğilim, davranış ve sosyo-ekonomik durum değişkenleridir (Uslaner, 2002, s. 76-115). İkinci grup değişkenler, kişilerin, sivil toplum kuruluşları (STK) gibi toplumsal, resmi gruplara veya aile, arkadaş veya tanıdık gibi resmi olmayan gruplara üyelikleri ile ilgili değişkenlerdir (Putnam, 1993, s. 171-176). Son grup değişkenler ise sosyo-politik ve/veya sosyo-ekonomik bağlam ile ilişkili değişkenlerdir (Rothstein ve Stolle, 2003, s. 191-209).

Uslaner'in (2002) *Güvenin Ahlaki Temelleri* isimli kitabı, güven üzerine yazılmış en kapsamlı ampirik çalışmalardan bir tanesidir. Uslaner'e göre (2002, s. 27) genelleştirilmiş güven, kişinin kendisini ait hissettiği topluluğun kapsamını gösteren bir ölçüdür. Bu görüşe göre, genelleştirilmiş güvene sahip olanlar, yani insanlara genel olarak güvendiğini söyleyenler, yabancı da olsalar, tüm insanlarla ortak bağları olduğunu düşünenlerdir. Bu "ortak bağların" temelinde, güvenenlerin, insan doğası ile alakalı yaptıkları varsayımlar yatar: "Dünya, iyi niyetli insanlardan oluşan lütfekar bir yerdir. Dünyanın iyiliği ile, işler daha da iyi olacak ve bunu biz sağlayacağız. Birbirimize karşı sorumluluklarımız var (Uslaner, 2002, s. 2)."

Uslaner, bu varsayımları, ampirik olarak test ettiğinde, iyimserlik ve kişinin kendi hayatını kontrol edebilme kapasitesini, güvenin en önemli belirleyicileri olarak tespit etmiştir. Güveni belirleyen bu iki değişkeni açıklayan bireysel eğilimler ise sosyo-ekonomik durum, eğitim seviyesi, subjektif yaşam memnuniyeti, subjektif ekonomik durum algısı ve iş memnuniyeti gibi kişilerin yaşam kalitesini belirleyen eğilimlerdir (Uslaner, 1999, s. 143; Uslaner, 2002, s. 97). İşlerin daha iyiye gideceğine inananlar ve kendi hayatlarını kontrol edebilme kapasitesine sahip olanlar için, güvenerek alınan riskler de kontrol edilebilir olacaktır. Dolayısı ile bu eğilimdeki kişiler için yabancılarla güvenmek o kadar da riskli bir davranış değildir. Uslaner, analizinde, genelleştirilmiş güvene sahip kişilerin, daha mutlu hissettiklerini



ve kendilerinden farklı kişilere karşı daha hoşgörülü olduklarını ortaya koymuştur. Genelleştirilmiş güvene sahip olanlar, yabancıları risk olarak değil yeni fırsatlar doğurabilecek kaynaklar olarak değerlendirirler (Uslaner, 2002, s. 32-38).

Genelleştirilmiş güveni açıklayan eğilim, davranış ve sosyo-ekonomik durum değişkenleri içerisinde, kişilerin siyasi tercihleri ile ilişkili olan tek değişken ideolojik tercih değişkenidir. Zmerli ve Newton (2011, s. 70), genelleştirilmiş güven üzerine yaptıkları ayrıntılı analizde, genel olarak sol değerlerin bireyler arası iş birliğini, sağ değerlerin ise rekabeti öne çıkardığını yazmışlardır. Bu farklı yaklaşımların ise genelleştirilmiş güveni farklı şekilde etkileyebileceğini öne sürmüşlerdir.

Genelleştirilmiş güveni açıkladığı öne sürülen bir diğer grup değişken, kişilerin, STK'lar ve/veya aile, hısım, mahalle gibi toplumsal grup üyelikleri ile alakalıdır. 1990'lı yıllardan günümüze, siyaset bilimi alanında önemi artan sosyal sermaye literatürü, toplumsal bağlar ve farklı sosyalleşme deneyimlerinin genelleştirilmiş güveni etkilediğini öne sürmektedir (Putnam vd., 1993). Bu görüşe göre, STK'lara üyelik ve katılım genelleştirilmiş güvenin önemli bir belirleyicisidir (Brehm ve Rahn, 1997). Kişiler, STK'lara kendi ilgi alanları ve çıkarları doğrultusunda katıldıklarına göre, seçtikleri STK'larda sosyalleştikleri kişilerin kendilerine benzer olma ihtimali kendilerinden farklı olma ihtimalinden daha fazladır. Öyleyse, nasıl olur da STK deneyimi kişilerin tanımadıkları yabancı kişilere güvenini olumlu etkiler?

Simmel, modernleşme ile toplumsal grup ve derneklerin ortak çıkarlar temelinde örgütlendiğini ve bu durumun sadece kişilerin toplumsal rol, kimlik ve aidiyetlerini dönüştürmekle kalmayıp kişilere, bireyselliklerini özgün şekilde inşa edebilme fırsatı sunduğunun altını çizer (Simmel, 1955, s. 163). Başka bir deyişle, STK'lar modern toplumlarda özgür iradeyi pekiştiren yapılardır. STK katılımı ile kişiler yöre, akrabalık, hımsılık, cinsiyet, yaş ve hatta eğitim seviyesine dayalı gruplaşmaların ötesinde, farklı beceri, istek ve çıkarlarının yönlendirdiği yeni grup-üyelikleri oluşturur. Putnam, vatandaşların toplumsal ve siyasal eşitlik prensibi ile kurdukları bu yeni grup-üyeliklerinin, vatandaşlar arası iş birliği, karşılıklık ve dayanışma becerilerini güçlendirdiğinin altını çizmektedir. (Putnam vd., 1993, s. 89-90). Kısacası, STK'lar kişilere yabancılarla iş birliği yapabileceklerini deneyimle öğreten modern kurumlardır. Bu çerçevede sosyal sermaye literatürü, kişilerin STK deneyimlerini topluma genelleyerek onların yabancıları ve tanımadıkları kişileri genel olarak güvenilir bulmalarını beklemektedir. (Howard ve Gilbert, 2008).

Sosyal sermaye literatürünün bu beklentisi, STK'lara belirlenimci (*deterministic*) bir rol atfetmekle karıştırılmamalıdır. Genel olarak insanlara güvenmeyen bir kişinin, bir STK'ya üye olması sonucu, bir anda tüm insanlıkla benzerlikler paylaştığı ve insan doğasının özünde iş birliğine açık olduğu iyimserliğine ulaşmasını beklemek gerçekçi değildir. Sosyal sermaye literatürünün, STK katılımına verdiği önem, STK'ların birbirinden farklı kimlik ve aidiyetlere sahip vatandaşları bir araya getirebilme potansiyeli ile alakalıdır. Bu çerçevede, bu literatür *bağlayıcı (bonding) sosyal sermaye* ve *köprü kurucu (bridging) sosyal sermaye* arasında bir ayırım yapar.

Putnam bağlayıcı sosyal sermayeyi “sizinle, bazı yönlerden, önemli benzerlikleri bulunan insanlara bağlarımız” olarak, köprü kurucu sosyal sermayeyi ise “sizden, bazı yönlerden, önemli farklılıkları bulunan insanlara bağlarımız” olarak tanımlar (Putnam, 2007, s. 143). Başka bir deyişle, bağlayıcı sosyal sermaye, aile, hısım ve akrabalar gibi, kişilerin sahip oldukları güçlü bağlarını gösterir. Köprü kurucu sosyal sermaye ise, kişilerin, modernleşme ile önemi artan eğitim, çalışma hayatı ve sivil toplum gibi, örgütlü ve profesyonel hayata katılımı ile çeşitlenen ve yaygınlaşan zayıf bağlarını gösterir (Granovetter, 1973; Putnam, 2000, s. 22-23). Kişilerin STK deneyimlerini topluma genelleyerek, insanlarla alakalı, genel, olumlu bir iyimserlik oluşturabilmesi için, STK'ların kişilere, az da olsa toplumlardakine benzer bir

kimlik ve aidiyet çeşitliliği içerisinde iş birliği imkanı sunabilmesi gerekir. “Ne kadar çok kimlik, başarılı bir iş birliği deneyiminde bir araya gelirse, güvenin tüm topluma yayılması da o kadar kolay olacaktır (Stolle, 2002, s. 405).” Benzer bir mantık, çalışma hayatı veya mahalle gibi daha küçük topluluklardaki ilişkiler için de geçerlidir. Köprü kurucu bir bağlam içerisinde gerçekleşen toplumsal etkileşimlerin, genelleştirilmiş güveni olumlu etkilemesi beklenir (Stolle, 2002, s.405).

Hem eğilim, davranış ve sosyo-ekonomik durum değişkenlerinin altını çizdiği iyimserlik ve hayatını kontrol edebilme kapasitesi, hem de toplumsal grup üyelikleri ile ilgili değişkenlerin öne çıkardığı köprü kurucu sosyal sermaye, Inglehart ve Welzel’in (2005) modernleşme ile ilişkilendirdiği özgür irade ile yakından alakalıdır. Bu yazarlar, modernleşme teorisinin doğrusal ve ilerlemeci varsayımlarını eleştirmekle birlikte, modernleşme ile gözlenen sosyo-ekonomik gelişme sürdürülebildiği takdirde, toplumda, özgür irade, yaratıcılık ve kendini-ifade etme gibi post-modern, özgürleştirici (*emancipative*) değerlerin yaygın olarak gözlemlendiği kültürel bir değişim yaşanacağını öne sürmektedirler (Inglehart ve Welzel, 2005, s. 15-25). Bu kavramsal çerçeveye göre, genelleştirilmiş güven, özgür irade ile ilişkilendirilen, özgürleştirici değerlerden bir tanesidir.

Genelleştirilmiş güveni anlamlı şekilde etkileyen son değişken grubu, kişinin yaşadığı sosyo-politik ve/veya sosyo-ekonomik bağlamla alakalıdır. Cohen (1999, s. 222), genelleştirilmiş güvenin ancak tarafsız, adil ve liyakata önem veren bir devlet sisteminde gözlenebileceğinin altını çizmektedir. Etkin bir hukuk sistemi ve bürokrasinin, gerçekleşmeyen vaatlere, ifa edilmemiş sözleşmelere veya düpedüz hilecilik ve yolsuzluğa karşı yaptırım sağlayarak, toplumda genel bir güvenilirlik normu yaratması beklenir. Bu normatif çerçevede vatandaşlar, tanımadıkları diğerleriyle alakalı risk alabilme özgüvenine de sahip olacaklardır (Freitag ve Bühlmann, 2009).

Ampirik çalışmalar, toplumlarda gözlenen eşitsizliklerin, genelleştirilmiş güveni olumsuz etkilediğini göstermektedir. Delhey ve Newton’un (2005) altmış ülkeyi kapsayan çalışması, etnik bölünmüşlük ve gelir eşitsizliğinin genelleştirilmiş güveni olumsuz etkilediğini ortaya koymaktadır. Bu bağlamda, en yüksek genelleştirilmiş güven seviyelerinin, etnik olarak nispeten homojen nüfus yapısına sahip ve gelir eşitsizliğinin, sosyal devlet yapısı sayesinde, görece az olduğu İskandinav ülkelerinde gözlenmesi şaşırtıcı olmayabilir (Rothstein ve Uslaner, 2005). Toplumda gözlenen eşitsizliklerin az olması, vatandaşlarda, tanımadıkları diğer insanların da kendilerine benzediği algısını pekiştirir. Diğerlerini kendisi ile eşit gören bu algı, yabancı da olsalar genel olarak insanlara güvenme eğiliminin temelini oluşturur (Stolle, 2002, s. 408).

### **Türkiye’de Genelleştirilmiş Güven: Ampirik Bir Analiz**

Genelleştirilmiş güven üzerine yapılan ampirik analizlerin hemen hepsi kurumsallaşmış demokrasiler üzerine yoğunlaşır. Bu analizlerin genelleştirilmiş güven ile alakalı ortaya koyduğu tablo şu şekildedir: Genelleştirilmiş güven seviyeleri, kurumsal etkinliğin yüksek ve ekonomik eşitsizliklerin görece az olduğu demokratik rejimlerde daha yüksektir. Siyasal yapı farklılıklarını sabit tuttuğumuzda ise toplumlarda daha iyi eğitilmiş, daha yüksek gelirli, hayat memnuniyeti daha yüksek, daha iyimser ve STK ve diğer grup üyelikleri ile toplumsal bağlarını çeşitlendirebilmiş, özgür irade sahibi kişilerin genel olarak insanlara güvenme ihtimalinin daha yüksek olduğunu gözlemleriz.

Genelleştirilmiş güvenin belirleyicilerinin ortaya koyduğu bu tablo, Zmerli ve Newton’ın (2011, s. 69-72) öne sürdüğü “kazananlar hipotezini” destekler niteliktedir. Bu hipoteze göre genelleştirilmiş güven, toplumsal ve ekonomik hayatta başarılı olmuş kişilere ait kültürel bir değerdir. Modernleşme süreçleri siyasal ve ekonomik sistemlerine içkin, kurumsallaşmış demokrasilerde, kişilerin toplumsal ve ekonomik hayatlarındaki başarıları,

birbirini pekiştiren bir dizi kültürel değer ve davranışla ilişkilendirilebilir. Peki, genelleştirilmiş güven literatürünün ortaya koyduğu önermeler, modernleşme süreci Batı demokrasilerine göre nispeten daha geç başlamış olan ve demokratik kurumsallaşma süreci hala devam eden ülkeler için de geçerli midir?

Türkiye'nin modernleşme sürecinin öne çıkardığı iki özelliği, genelleştirilmiş güven literatürünün önermelerini farklı bir bağlamda ele alarak test edebilme imkanı sunmaktadır. Bunlardan birincisi, hem Osmanlı İmparatorluğu'nun son dönemlerinde, hem de erken Cumhuriyet döneminde yürürlüğe koyulan modernleşme reformlarının, devletin öncülüğünde yapılmış olmasıdır (Mardin, 1973; 1991). Bu bağlamda, modernleşme ile kurumsallaşmış demokrasilerde gözlenen toplumsal rol ve aidiyetlerin çeşitlenmesi, STK ve benzeri grup üyeliklerinde gözlenen artış ve bu süreçlerin pekiştirdiği bireysellik ve özgür irade gibi değerlerin, Türkiye'nin modernleşme sürecinde yaygın olarak gözlemlendiği öne sürülemez (Heper, 1991; Kalaycıoğlu, 2002; Şimşek, 2004).

Türkiye'nin modernleşme sürecinin öne çıkan ikinci özelliği ise 1946 tarihinde çok partili sisteme geçilmiş olursa da, hem demokratik kurumsallaşma hem de ekonomik gelişmişlik seviyelerinde gözlenen istikrarsız seyirdir. Modern Türkiye'nin tarihi, hem önemli demokratikleşme hamlelerini hem de bu süreci kesintiye uğratan bir dizi askeri darbeler tarihini barındırır (Kalaycıoğlu, 2005; Özbudun, 2000, s. 125-149). Türkiye, bir taraftan dünyanın en büyük yirmi ekonomisinin oluşturduğu G-20 üyesi ülkeler içerisindeyken, diğer taraftan OECD ülkeleri içerisinde ekonomik eşitsizliğin en yüksek olduğu ülkelerden bir tanesidir (Aytaç, 2013, s. 375-399; Gürsel, 2013, s. 52-69; OECD, 2016). Bu çerçevede, Türkiye vaka çalışması, siyasi ve ekonomik yapıları nispeten istikrarlı, kurumsallaşmış demokrasilerden farklı bir sosyo-ekonomik ve sosyo-politik bağlam sunmaktadır.

Türkiye'de genelleştirilmiş güven seviyesi genel olarak düşüktür. Türkiye'de yaşayanların yaklaşık sadece %10'u genel olarak insanlara güvendiğini belirtmektedir. Esmer, bu oranın 1990'lerden günümüze çok fazla değişmediğinin altını çizer (Esmer, 2012). Türkiye'de gözlenen düşük genelleştirilmiş güven seviyeleri, analizlerde, genellikle, siyasi kültürün önemli özelliklerinden bir tanesi olarak tartışılmaktadır (Esmer, 1999; Kalaycıoğlu, 2002; Uğuz vs., 2011). Ancak, genelleştirilmiş güveninin belirleyicilerini ampirik olarak açıklayan çalışma sayısı oldukça azdır (Aytaç vd., 2017; Cenker-Özek, 2016, s. 408-415). Var olan çalışmalar, genelleştirilmiş güvenin önemli bir dizi belirleyicisini test etmekle birlikte, genelleştirilmiş güveni, modernleşme süreci çerçevesinde, ayrıntılı şekilde tartışmamıştır. Bu çalışma, Türkiye vaka çalışmasını, genelleştirilmiş güven üzerine yapılan ayrıntılı kavramsal tartışmalar çerçevesinde analiz ederek, mevcut literatüre katkı sağlamayı amaçlamaktadır.

### **Veri ve değişkenler**

Bu çalışmada Dünya Değerler Araştırması'nın (DDA) altıncı dalga Türkiye verisi (2010-2014) analiz edilmiştir. DDA, 1981 yılından beri, birey seviyesinde eğilim, davranış ve değerler ile alakalı veri toplamaktadır. Bu veriler sayesinde, dünya nüfusunun yüzde doksanınin kültürel değer, eğilim ve davranışları boylamsal olarak analiz edilebilmektedir (Inglehart et al., 2014). DDA, Türkiye'de 1991 tarihinden itibaren uygulanmaktadır. DDA'nın altıncı dalga Türkiye verisi, 2011-2012 senelerinde tamamlanan anket çalışması ile toplanmıştır (Esmer, 1999; 2012). Analizde kullanılan değişkenlerin ayrıntılı açıklamaları için Türkiye'de uygulanan anket sorularına da yer verilmiştir (Inglehart, 2014; Esmer, 2012).

### **Bağımlı değişken**

Aşağıdaki Tablo.1, çalışmanın bağımlı değişkeni olan genelleştirilmiş güven değişkeninin, Türkiye verisine göre kırılımlarını göstermektedir. Tablo.1'e göre, Türkiye'de genelleştirilmiş güven seviyesi oldukça düşüktür (%12). DDA'nın ortaya koyduğu oranlar,

Türkiye’de yürütülen farklı anket çalışmalarının bulguları ile de benzerlik göstermektedir (Aytaç vd., 2017; Duman ve Alacahan, 2011; Uğuz vs., 2011). Türkiye’de vatandaşların çoğu genel olarak insanlara güvenmeme eğilimindedir.

Analizde insanların çoğuna güvenilebildiğini düşünenler 1, insanlarla ilişki kurarken veya iş yaparken çok dikkatli olmak gerekir diyenler 0 olarak kodlanmıştır.

**Tablo 1:** Türkiye’de genelleştirilmiş güven (2012)

| <i>Sizce genelde insanların çoğunluğuna güvenilebilir mi? Yoksa başkalarıyla bir ilişki kurarken veya iş yaparken çok dikkatli olmak mı gerekir?</i> | N    | %     |
|--|------|-------|
| İnsanların çoğuna güvenilebilir  | 189  | 11,78 |
| Çok dikkatli olmak gerekir   | 1332 | 82,99 |
| FY (bilmiyor; fikri yok; o konuda bilgisi veya görüşü yok)   | 53   | 3,3   |
| CY (cevap vermiyor; cevap vermek istemiyor;cevap vermeyi reddediyor; söylemiyor)   | 31   | 1,93  |

### Bağımsız değişkenler

Genelleştirilmiş güvenin bir önceki bölümde sunulan belirleyicileri, analizde kullanılan bağımsız değişken gruplarını oluşturur. Buna göre analizde üç grup değişken kullanılmıştır: kişilerin eğilim, davranış ve sosyo-ekonomik durum değişkenleri; kişilerin farklı toplumsal gruplara üyeliklerini gösteren sosyal sermaye değişkenleri ve kişilerin sosyo-politik bağlam ile alakalı algılarını gösteren değişkenler. Bunlar dışında cinsiyet, yaş ve Türkiye’nin farklı bölgeleri, analize dahil edilen demografik değişkenlerdir.

#### *Eğilim, davranış ve sosyo-ekonomik durum değişkenleri*

- *Sübjektif mutluluk:* Deneklerin 1-4 ölçeğinde cevapladığı, sübjektif mutluluk algısı değişkeni. Ankette şu şekilde sorulmuştur: “Bugünlerde, genel olarak mutlu olup olmadığınızı söyler misiniz? Mesela şu okuyacağım şıklardan hangisi, bugünlerdeki genel mutluluk durumunuzu en iyi tarif ediyor? Çok mutluyum... Biraz mutluyum... Pek mutlu değilim... ya da Hiç mutlu değilim.” Bu değişken, daha yüksek rakamlar daha fazla mutluluk belirtir şekilde tekrar kodlanmıştır.
- *Sübjektif yaşam memnuniyeti:* Deneklerin 1-10 ölçeğinde cevapladığı, sübjektif yaşam memnuniyeti değişkeni. Bu ölçekte 1 “Hiç memnun değilim” ve 10 “Son derece memnunum” anlamına gelmektedir. Anket sorusu şu şekildedir: “Genel olarak bugünlerde hayatınızdan ne kadar memnunsunuz?”
- *Hayatını kontrol etme özgürlüğü:* Deneklerin 1-10 ölçeğinde cevapladığı ve deneğin hayatını kontrol etme özgürlüğünü gösteren değişken. Bu ölçekte 1 “İnsan hayatını kontrol edemez” ve 10 “İnsan hayatını kontrol etmede tamamen özgürdür” anlamına gelmektedir. Ankette şu şekilde sorulmuştur: “Bazı insanlar, kendi yaşamları üzerinde, tamamen özgür bir seçim hakkına sahip olduklarına, kendi yaşamlarını kendilerinin kontrol ettiğine inanırlar. Diğerleri ise, yaşamlarında başlarına gelenlerin kendi kontrollerinde olmadığını düşünürler. Siz, hayatınızın akışı ve başınıza gelenler konusunda ne kadar özgürlüğe ve kontrole sahip olduğunuzu düşünüyorsunuz?”
- *Özgür iradeye verilen önem:* Welzel’in 2013 tarihli *Özgürlük Yükseliyor* kitabında DDA verilerini kullanarak oluşturduğu özgür irade indeksi. Bu indeks, DDA’nda,

deneklerin, çocukların evde öğrenmelerini isteyebilecekleri nitelikler sorusu kullanılarak oluşturulmuştur. Çocukların bağımsızlık ve hayal gücüne sahip olmasını önemseyen, söz dinleme ve itaat niteliğini ise belirtmeyen denekler, özgür iradeyi en fazla benimseyenler olarak kavramsallaştırılmıştır. Bu değişkenin değerleri 0-1 arasında değişir ve daha yüksek değerler, özgür iradeye verilen daha yüksek önemi belirtir.

- *Subjektif dindarlık*: Deneklerin 1-3 ölçeğinde dindarlık derecelerini subjektif olarak değerlendirdikleri değişken. Ankette şu şekilde sorulmuştur: “Camiye (sinagoga/kiliseye) gidip gitmediğinize bakmaksızın siz kendinizi dindar bir kişi olarak mı görürsünüz?” Bu değişken, daha yüksek rakamlar daha fazla dindarlık belirtir şekilde tekrar kodlanmıştır.
- *Dua etme sıklığı*: Deneklerin 1-8 ölçeğinde ibadet etme sıklığını gösteren değişken. Anket sorusu şu şekildedir: “Cenazeler, evlenmeler dışında ne sıklıkta dua edersiniz?” Bu değişken, yükselen değerler artan dua sıklığını gösterecek şekilde yeniden kodlanmıştır.
- *Siyasal ideoloji*: Deneklerin siyasi ideolojisini sağ-sol ölçeğinde değerlendiren değişken. Anket sorusu şu şekildedir: “Siyasi konularda “sol”dan ve “sağ”dan bahsedildiğini sık sık duyuyoruz. Aşağıda 10 puanlık bir sol-sağ cetveli var. Burada “1” en solu, “10” ise en sağ gösteriyor. Sizin kendi görüşleriniz bu cetvelin neresinde yer alır?”
- *Sübjektif gelir algısı*: Deneklerin gelirlerini, Türkiye’deki ortalama gelir dağılımını göz önünde bulundurarak 1-10 ölçeğinde konumlandıkları değişken. Ankette şu şekilde sorulmuştur: “Türkiye’de yaşayan insanların, gelir durumları bakımından 10 puanlı bir cetvele yerleştirecek olsak, siz kendinizi bu cetvelin neresinde görürsünüz. Cetvelde “1” en alt gelir grubu, “10” ise en üst gelir grubunu gösteriyor.” Bu cetvel, 0-9 ölçeğinde yeniden kodlanmıştır.
- *Yüksek eğitim*: Üniversite mezunu veya bir süre üniversiteye devam eden denekler, yüksek eğitimli olarak kodlanmıştır. Bu değişken, yüksek eğitimlilerin 1, diğerlerinin 0 değeri aldığı ikili (kukla) değişkendir.
- *Orta düzey eğitim*: En az ortaokul/ilköğretim mezunu, en fazla lise mezunu olan denekler, orta düzey eğitimliler olarak kodlanmıştır. Bu değişken, orta düzey eğitimlilerin 1, diğerlerinin 0 değeri aldığı ikili (kukla) değişkendir.
- *Düşük eğitim*: En az ilkokul/ilköğretimden ayrılmış, en fazla ilkokul mezunu olan denekler, düşük eğitimliler olarak kodlanmıştır. Bu değişken, düşük eğitimlilerin 1, diğerlerinin 0 değeri aldığı ikili (kukla) değişkendir.

#### *Grup üyelikleri/ilişkileri ile ilgili sosyal sermaye değişkenleri*

- *Post-modern STK üyelikleri*: Genellikle kendini ifade ve hak ve özgürlükler çerçevesinde örgütlenen, toplumun farklı kesimlerinden üyelere sahip olma olasılığı yüksek, üyelerinin bireysel çıkar ve tercihlerinden çok kamu yararı gözettiği çevre, sanat, spor, gençlik, kadın, hak ve özgürlükler ile alakalı STK’lara üyelik (Knack, 2003; Putnam vd., 1993). Bu değişken, DDA’nda, deneklerin spor kuruluşları, eğitim, sanat, müzik gibi alanlarda faaliyet gösteren kuruluşlar, çevreci kuruluşlar, hayır kuruluşları, yardım dernekleri, insani örgütler, tüketici kuruluşları ve psikolojik yardım ve destek kuruluşlarına toplam üyelik sayısını gösterir. Değişkenin değerleri 0-6 arasında değişmektedir.
- *Modern STK üyelikleri*: Genellikle modern üretim mekanizmaları ile ilişkilendirilen ve hiyerarşik olarak örgütlenen, hedefleri, öncelikli olarak üyelerinin tercih ve çıkarları ile şekillenen sendika kuruluşları, meslek kuruluşları ve/veya işveren kuruluşlarına üyelik (Knack, 2003; Olson, 1982). Bu değişken, DDA’nda, deneklerin sendika ve

meslek kuruluşlarına toplam üyelik sayısını gösterir ve değeri 0-2 arasında değişmektedir.

- *Ailenin önemi*: Deneklerin 1-4 ölçeğinde cevapladığı, aileye verilen önem değişkeni. Bu değişken, daha yüksek değerler, aileye verilen daha yüksek önemi gösterir şekilde tekrar kodlanmıştır.
- *Arkadaşların önemi*: Deneklerin 1-4 ölçeğinde cevapladığı, arkadaşlara verilen önem değişkeni. Bu değişken, daha yüksek değerler, arkadaşlara verilen daha yüksek önemi gösterir şekilde tekrar kodlanmıştır.

#### *Siyasal bağlam değişkenleri*

- *Kurumlara duyulan güvensizlik*: Welzel'in 2013 tarihli *Özgürlük Yükseliyor* kitabında DDA verilerini kullanarak oluşturduğu şüphencilik indeksi. Bu indeks, DDA'nda, deneklerin, ordu, polis ve mahkemelere ne kadar güvendikleri soruları kullanılarak oluşturulmuştur. Bu kurumlara güven seviyeleri en düşük olanlar, siyasi yapının, etkin yürütülebilmesi konusunda en şüpheli olanlar olarak kavramsallaştırılmıştır. Bu değişkenin değerleri 0-1 arasında değişir ve daha yüksek değerler, kurumlarla ilgili daha fazla güvensizliği belirtir.
- *Ülke güvenliği ile alakalı şüphe*: DDA'nda deneklere, ülkenin savaşa girmesi, terör saldırısı ve/veya iç savaş ile alakalı endişeleri 1-4 ölçeğinde sorulmuştur. *Ülke güvenliği ile alakalı şüphe değişkeni*, deneklerin bu sorular için belirttiği endişe seviyelerinin toplamını gösterir ve değişken 2-12 arası değerler alır. Bu değişken, daha yüksek değerler daha fazla endişe belirtir şekilde tekrar kodlanmıştır.

#### *Sosyo-ekonomik durum değişkenleri dışındaki demografik değişkenler*

- *Yaş*: Deneklerin yaşını gösteren sürekli değişken.
- *Cinsiyet*: Erkekler için 1, kadınlar için 0 olarak kodlanan ikili (kukla) değişken.
- *Türkiye'nin bölgeleri*: Değerleri Türkiye'nin yedi coğrafi bölgesi ve İstanbul'dan oluşan değişken. Bu bölgeler ve İstanbul, analizde ikili (kukla) değişken olarak kodlanmıştır. Tablo.4'teki analizde İstanbul referans kategori olarak kullanılmıştır.

Aşağıda gösterilen Tablo.2, analizde kullanılan sürekli değişkenlerin özet istatistiklerini göstermektedir. Bir sonraki sayfadaki Tablo.3 ise, analizde kullanılan ikili (kukla) değişkenlerin özet istatistiklerini sunar.

**Tablo:2** Sürekli Değişkenlerin Özet İstatistikleri

|  | Gözlem sayısı | Ortalama | Std. Sapma | Min | Max |
|--|---------------|----------|------------|-----|-----|
| <b><i>Eğilim/davranış/sosyo-ekonomik durum</i></b> |               |          |            |     |     |
| Sübjektif mutluluk                                 | 1226          | 3,18     | 0,78       | 1   | 4   |
| Sübjektif yaşam memnuniyeti                        | 1226          | 7,30     | 2,04       | 1   | 10  |
| Hayatını kontrol etme özgürlüğü                    | 1226          | 7,44     | 1,94       | 1   | 10  |
| Özgür irade  | 1226          | 0,44     | 0,32       | 0   | 1   |
| Sübjektif dindarlık                                | 1226          | 2,81     | 0,42       | 1   | 3   |
| İbadet etme sıklığı                                | 1226          | 6,53     | 1,87       | 1   | 8   |
| Siyasal ideoloji                                   | 1226          | 6,13     | 2,51       | 1   | 10  |
| Sübjektif gelir algısı                             | 1226          | 4,73     | 1,88       | 0   | 9   |
| Yüksek eğitim X Sübjektif gelir                    | 1226          | 1,07     | 2,27       | 0   | 9   |
| Orta düzey eğitim X Sübjektif gelir                | 1226          | 2,09     | 2,69       | 0   | 9   |
| Düşük eğitim X Sübjektif gelir                     | 1226          | 1,57     | 2,35       | 0   | 9   |

**Grup üyelikler/ilişkileri**

|                          |      |      |      |   |   |
|--------------------------|------|------|------|---|---|
| Putnam türü STK üyeliği  | 1226 | 0,16 | 0,59 | 0 | 6 |
| Olson türü STK üyeliği   | 1226 | 0,05 | 0,25 | 0 | 2 |
| Aileye verilen önem      | 1226 | 3,95 | 0,25 | 1 | 4 |
| Arkadaşlara verilen önem | 1226 | 3,57 | 0,56 | 1 | 4 |

**Siyasal bağlam değişkenleri**

|                                |      |      |      |   |    |
|--------------------------------|------|------|------|---|----|
| Kurumsal güvenle alakalı şüphe | 1226 | 0,33 | 0,27 | 0 | 1  |
| Fiziksel güvenle alakalı şüphe | 1226 | 8,92 | 2,63 | 2 | 12 |

**Demografik değişkenler**

|     |      |       |       |    |    |
|-----|------|-------|-------|----|----|
| Yaş | 1226 | 37,73 | 13,84 | 18 | 84 |
|-----|------|-------|-------|----|----|

**Tablo:3** İkili (kukla) Değişkenlerin Özet İstatistikleri

|                           | Gözlem sayısı | 1 (%) | 0 (%) |
|---------------------------|---------------|-------|-------|
| Yüksek eğitim             | 1226          | 20,6  | 79,5  |
| Orta düzey eğitim         | 1226          | 43,0  | 57,0  |
| Düşük eğitim              | 1226          | 36,5  | 63,5  |
| Cinsiyet (Erkek=1)        | 1226          | 51,5  | 48,5  |
| İstanbul                  | 1226          | 19,0  | 81,0  |
| Güneydoğu Anadolu Bölgesi | 1226          | 5,1   | 94,9  |
| İç Anadolu Bölgesi        | 1226          | 19,5  | 80,5  |
| Doğu Anadolu Bölgesi      | 1226          | 4,8   | 95,2  |
| Karadeniz Bölgesi         | 1226          | 10,2  | 89,8  |
| Ege Bölgesi               | 1226          | 14,4  | 85,64 |
| Marmara Bölgesi           | 1226          | 14,9  | 85,1  |
| Akdeniz Bölgesi           | 1226          | 12,2  | 87,9  |

**Analiz**

Çalışmanın bağımlı değişkeni olan genelleştirilmiş güven ikili (kukla) değişken olduğu için, analizde lojistik regresyon kullanılmıştır. Bir sonraki sayfada sunulan Tablo.4, genelleştirilmiş güven için iki farklı model sunmaktadır. İkinci modelin birinci modelden tek farkı, ikinci modelde eğitim ve gelir değişkenleri kullanılarak oluşturulan etkileşim (*interaction*) değişkenleridir. Bu değişkenler, gelir seviyesinin güven üzerine etkisinin, farklı eğitim seviyeleri için anlamlı farklılıklar gösterip göstermediğini test edebilmek için oluşturulmuştur.

Tablo.4, genelleştirilmiş güvenin modernleşme ve sosyo-ekonomik gelişme ile ilişkilendirilen bir dizi kültürel değerle ilişkisinin, Türkiye gibi, modernleşme serüveni, kurumsallaşmış demokrasilerden farklı olan ülkeler için de geçerli olduğunu ortaya koymaktadır. Öncelikli olarak Tablo.4, Zmerli ve Newton'ın (2011, s.69-72) öne sürdüğü "kazanlar hipotezini" kısmi olarak desteklemektedir. Hem Model I hem de Model II'ye göre daha yüksek eğitimli, subjektif mutluluk algısı yüksek olan ve özgür iradeye önem veren kişilerin genel olarak insanlara güvenme olasılığı daha yüksektir. Ayrıca Model II, gelir seviyesinin güven üzerine etkisinin düşük eğitimli kişiler için daha yüksek olduğunu ve bu etkinin istatistiksel olarak anlamlı olduğunu ortaya koyar.

Eğitim seviyesi, gelir seviyesi, subjektif mutluluk ve özgür iradeye verilen önem gibi değişkenlerin, genelleştirilmiş güveni, modernleşme ile birlikte kültürel değerlerde gözlenen değişimlerle ilişkilendiren değişkenler olduğunun altı bir kez daha çizilmelidir. Bu bağlamda, Türkiye vaka çalışması, genelleştirilmiş güvenin bireysellik, özgür irade ve özgürleştirici değerlerle ilişkisini teyit eder niteliktedir.

Çalışma, ayrıca, genelleştirilmiş güvenin sosyo-politik bağlamla ilişkisini de teyit etmektedir. Tablo.4'e göre, güvenlik ve adaletten sorumlu kurumlara duyulan güven eksikliği, kişilerin diğer insanlara güvenini de olumsuz etkilemektedir. Bu güven eksikliğine, savaş

**Tablo:4** Türkiye'de genelleştirilmiş güvenin belirleyicileri, DDA 2010-2014

|  | Model I      |                   | Model II     |                   |
|--|--------------|-------------------|--------------|-------------------|
|  | B            | İstatistiki anlam | B            | İstatistiki anlam |
| <b><i>Eğilim/davranış/sosyo-ekonomik durum</i></b> |              |                   |              |                   |
| Sübjektif mutluluk                                 | <b>0,27</b>  | <b>0,09</b>       | <b>0,27</b>  | <b>0,10</b>       |
| Sübjektif yaşam memnuniyeti                        | 0,09         | 0,13              | 0,08         | 0,19              |
| Hayatını kontrol etme özgürlüğü                    | <b>-0,16</b> | <b>0,00</b>       | <b>-0,16</b> | <b>0,00</b>       |
| Özgür irade  | <b>0,89</b>  | <b>0,00</b>       | <b>0,95</b>  | <b>0,00</b>       |
| Sübjektif dindarlık                                | 0,19         | 0,46              | 0,16         | 0,52              |
| İbadet etme sıklığı                                | <b>-0,10</b> | <b>0,07</b>       | <b>-0,10</b> | <b>0,08</b>       |
| Siyasal ideoloji                                   | -0,05        | 0,25              | -0,05        | 0,22              |
| Sübjektif gelir algısı                             | 0,09         | 0,11              | <b>0,33</b>  | <b>0,00</b>       |
| Yüksek eğitim                                      | <b>0,66</b>  | <b>0,03</b>       | <b>1,71</b>  | <b>0,09</b>       |
| Orta düzey eğitim                                  | <b>0,55</b>  | <b>0,03</b>       | <b>3,03</b>  | <b>0,00</b>       |
| Yüksek eğitim X Sübjektif gelir algısı             | ---          | ---               | -0,18        | 0,21              |
| Orta düzey eğitim X Sübjektif gelir algısı         | ---          | ---               | <b>-0,42</b> | <b>0,00</b>       |
| <b><i>Grup üyelikleri/ilişkileri</i></b>           |              |                   |              |                   |
| Post-modern STK'lara üyelik                        | -0,23        | 0,24              | -0,21        | 0,27              |
| Modern STK'lara üyelik                             | 0,25         | 0,51              | 0,29         | 0,46              |
| Aileye verilen önem                                | 0,22         | 0,56              | 0,27         | 0,47              |
| Arkadaşlara verilen önem                           | -0,15        | 0,37              | -0,16        | 0,36              |
| <b><i>Siyasal bağlam değişkenleri</i></b>          |              |                   |              |                   |
| Kurumlara duyulan güvensizlik                      | <b>-1,36</b> | <b>0,00</b>       | <b>-1,46</b> | <b>0,00</b>       |
| Fiziksel güvenle alakalı şüphe                     | <b>-0,09</b> | <b>0,01</b>       | <b>-0,09</b> | <b>0,01</b>       |
| <b><i>Demografik değişkenler</i></b>               |              |                   |              |                   |
| Yaş  | <b>0,01</b>  | <b>0,06</b>       | <b>0,02</b>  | <b>0,06</b>       |
| Cinsiyet (Erkek=1)                                 | <b>0,39</b>  | <b>0,04</b>       | <b>0,39</b>  | <b>0,04</b>       |
| Güneydoğu Anadolu Bölgesi                          | <b>-2,12</b> | <b>0,04</b>       | <b>-2,14</b> | <b>0,04</b>       |
| İç Anadolu Bölgesi                                 | -0,41        | 0,15              | -0,40        | 0,17              |
| Doğu Anadolu Bölgesi                               | -0,08        | 0,84              | -0,08        | 0,86              |
| Karadeniz Bölgesi                                  | <b>-1,42</b> | <b>0,00</b>       | <b>-1,36</b> | <b>0,00</b>       |
| Ege Bölgesi  | -0,45        | 0,16              | <b>-0,45</b> | <b>0,16</b>       |
| Marmara Bölgesi                                    | <b>-2,63</b> | <b>0,00</b>       | <b>-2,61</b> | <b>0,00</b>       |
| Akdeniz Bölgesi                                    | 0,02         | 0,96              | 0,00         | 1,00              |
| Sabit  | -2,67        | 0,12              | -4,10        | 0,02              |
|  |              | 1226              |              | 1226              |
| Pseudo R2  |              | 0,14              |              | 0,15              |

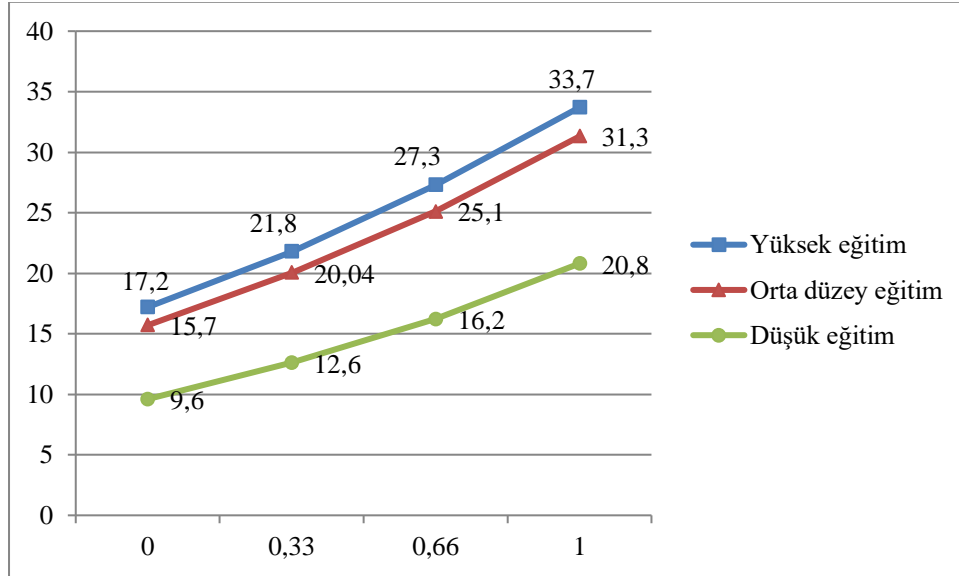


veya terör tehdidi gibi ülkenin genel, fiziki güvenliği ile alakalı endişeler eklendiğinde ise, insanlara genel olarak güvenme olasılığının daha da azaldığı gözlenmektedir.

Genelleştirilmiş güven literatüründe sıkça tartışılan ancak Türkiye vaka çalışmasında desteklenmeyen önerme, kişilerin grup üyelikleri ve aidiyetlerinin, yani sosyal sermayelerinin, tanımadıkları diğer insanlara güvenleri üzerine beklenen olumlu etkisidir. Tablo.4'e göre kişilerin farklı tür STK'lara üyelikleri veya aile ve arkadaşlarla ilişkilerinin diğer insanlara güvenleri üzerine anlamlı bir etkisi yoktur.

Son olarak, Tablo.4'teki analizlere göre erkeklerin genel olarak insanlara güvenme olasılığı kadınlardan daha fazladır. Ayrıca, yaş arttıkça, güvenme olasılığı da artmaktadır. Her iki değişkenin güven üzerine etkisi istatistiksel olarak anlamlıdır. Bu bulgular, literatürdeki farklı vaka çalışmalarındaki bulgularla uyumludur.

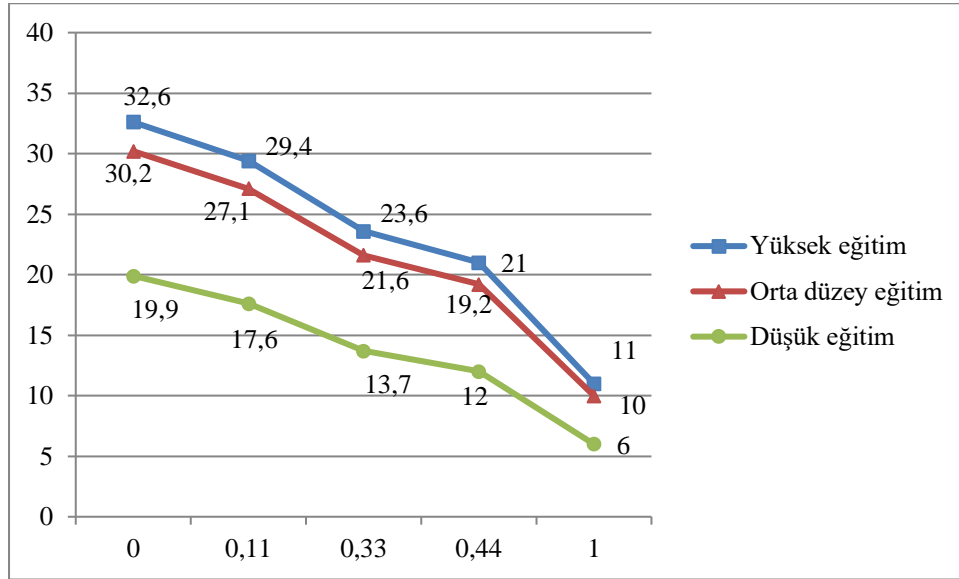
Tablo.4'ün öne çıkardığı değişkenlerin, Türkiye'de yaşayanların genel olarak insanlara güvenme olasılıklarını ne kadar etkilediği, bir dizi olasılık grafiği ile incelenebilir. Aşağıda sunulan şekiller, Model I'deki değişken katsayıları kullanılarak hesaplanmıştır. Bu şekillerde farklı değerleri gösterilen değişkenler dışındaki değişkenler, İstanbul'da yaşayan, erkek denekler için ortalama değerlerinde hesaplanmıştır. Şekil.1, özgür iradeye verilen önem arttıkça, güvenme olasılığının, farklı eğitim seviyelerine göre nasıl değiştiğini göstermektedir.



Şekil 1: Özgür irade ve eğitim seviyelerine göre güvenme olasılığı (%)

Şekil.1'e göre yüksek eğitimli ve özgür iradeye en yüksek seviyede önem veren kişilerin genel olarak insanlara güvenme olasılığı yaklaşık %34 iken, bu değişkenlerde en düşük değerleri alanların güven olasılığı yaklaşık %10'dur. Şekil.1'de, yüksek eğitimli ve orta düzey eğitimli kişilerin güven olasılıklarını gösteren doğrular birbirlerine oldukça yakın iken, düşük eğitimli kişilerin doğrusunun daha düşük değerler aldığı görülmektedir. Eğitim ve özgür iradesi daha yüksek olan kişilerin, farklı toplumsal çevre, grup ya da kimliklerle daha fazla etkileşim içerisinde olması beklenir. Ayrıca, bu tür kişilerin, modern hayata içkin belirsizlik ve riskleri fırsat olarak algılama olasılıkları da daha yüksektir. Bu bağlamda, daha yüksek eğitimli ve özgür iradeye daha fazla önem verenlerin güvenme olasılıklarının, diğerlerine oranla daha yüksek olması beklenen bir sonuçtur. Türkiye verisi, bu beklentiyi doğrulamaktadır. Şekil.1'de altının çizilmesi gereken husus, Türkiye'de bu özellikleri en fazla taşıyan kişilerin bile insanlara güvenme olasılığının, kişilerin, güvenme davranışını gösterecekleri en az %50 olasılık değerinin altında kalmasıdır (%33,7). Bu bulgu, Tablo.4'te sunulan değişkenler içerisinde etki oranı en yüksek davranışsal değişken olan kurumlara duyulan güvensizlik değişkeni ile birlikte

değerlendirilmelidir. Aşağıda sunulan Şekil.2 bu değişkenin, insanlara güvenme olasılığını, farklı eğitim seviyelerine göre, ne şekilde etkilediğini ortaya koyar. Şekil.2'de gösterilen kurumlara duyulan güvensizlik değişkeninin değerleri, dağılımın minimum, birinci kartil, ortanca, üçüncü kartil ve maksimum değerleridir.



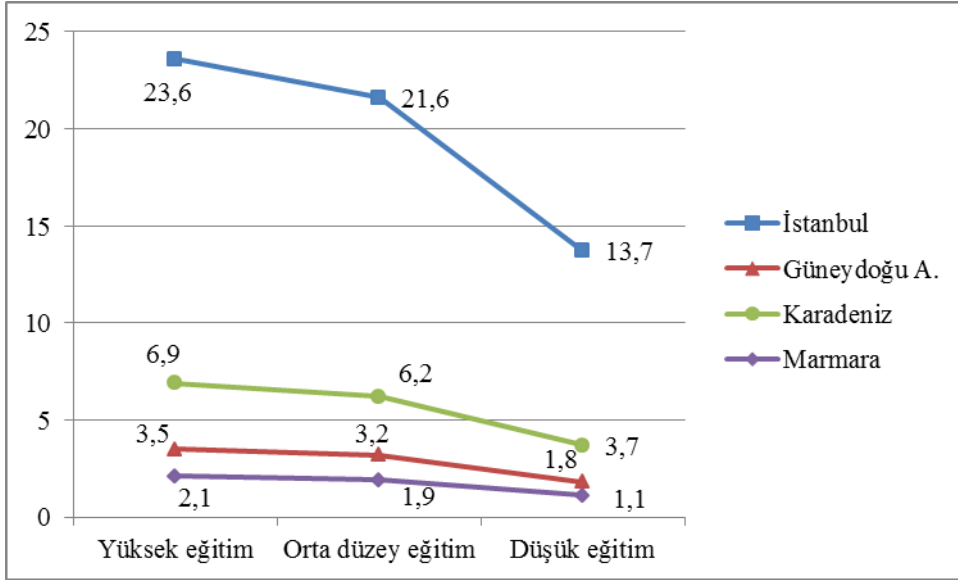
Şekil 2: Kurumlara karşı güvensizlik ve eğitim seviyesine göre güvenme olasılığı (%)

Türkiye üzerine yapılan siyasi analizlerin büyük çoğunluğu, hükümet veya parlamento gibi, temsil ile alakalı kurumlara veya siyasi elit ve aktörlere yoğunlaşmaktadır (Aydın ve Cenker, 2012; Ecevit ve Karakoç, 2017). Özellikle demokratik siyasi yapılarda, bu kurum ve aktörlerin önemleri elbette yadsınmaz. Diğer taraftan, kişilerin devlet kurumları ile alakalı güven algıları, siyasi sistemin hem etkinliğini hem de meşruiyetini anlayabilmek için oldukça önemlidir (Easton, 1975). Bürokratik kurumlar, modern devletlerin, egemenlikleri altındaki toprakların en uçra yörelerinde yaşayan vatandaşlarını bile kontrol ederek, siyasi yapı, kurum ve aktörlerle ilişkilendirdikleri önemli temas noktaları, siyasal etkileşim araçlarıdır. Vatandaşların bürokratik kurumlarla etkileşim ve deneyimleri ise, vatandaşlara devletin etkin, adil ve cevap verebilir şekilde işleyip işlemediği ile alakalı, siyasi aktörlerin söylem ve iddiaları dışında, gündelik hayattaki tecrübelerine dayalı bir anlayış sağlar. Bu anlayış olumsuz olduğunda, kişiler, tanımadıkları insanların güvenilirliği ilgili risk almak istemeyeceklerdir. Türkiye vaka çalışması da genelleştirilmiş güven literatüründe tartışılan bu hipotezi doğrulamaktadır.

Şekil.2'ye göre, yüksek eğitilmiş ve orta düzey eğitilmiş kişiler içerisinde kurumlara en fazla güvenenlerin genel olarak insanlara güvenme olasılığı, kurumlara en az güvenenlerden yaklaşık %20 daha fazladır. Düşük eğitilmiş grup içerisinde bu farkın yaklaşık %15 olduğu gözlenmektedir. Eğitim seviyesi ve kurumlara güven en yüksek değeri aldığı anda, insanlara güvenme olasılığı yaklaşık %32 iken, bu değişkenlerin en düşük değerleri için bu oran %6'dır. Tablo.4'teki analizde, Türkiye'de genelleştirilmiş güveni en yüksek etki oranı ile etkileyen davranışsal değişken kurumlara duyulan güvensizlik değişkenidir. Bu bulgu, hem Türkiye özelinde, hem de gelişmekte olan demokrasiler bağlamında önemlidir.

Aşağıdaki Şekil.3'te grafiği sunulan son değişken, analizde henüz tartışılmayan Türkiye'nin bölgeleri değişkenidir. Daha önce belirtildiği gibi Tablo.4'teki regresyon analizlerinde İstanbul referans kategoridir. Başka bir deyişle, hem Model I hem Model II, Türkiye'nin farklı coğrafi bölgelerinde yaşayanların genelleştirilmiş güven seviyelerinin İstanbul'da yaşayanlardan istatistiksel olarak anlamlı şekilde farklı olup olmadıklarını ve güven

seviyeleri farklı ise, ne kadar farklı olduklarını gösterir. Tablo.4'e göre sadece Akdeniz Bölgesi'nde yaşayanların güvenleri İstanbul'da yaşayanlardan daha fazladır; ancak, bu fark çok azdır ve istatistiksel olarak anlamlı değildir. Diğer bütün bölgelerde yaşayanların güveni, İstanbul'da yaşayanlardan daha düşüktür. Ayrıca, Güneydoğu Anadolu, Karadeniz ve Marmara Bölgeleri'nde yaşayanların güven seviyeleri, İstanbul'da yaşayanlardan istatistiki olarak anlamlı şekilde düşüktür.



Şekil 3: Türkiye'nin bölgeleri ve eğitim seviyesine göre güven

Şekil.3 Türkiye'nin farklı bölgelerinde, eğitim seviyelerine göre gözlenen farklı genelleştirilmiş güven olasılıklarını göstermektedir. Özellikle, Marmara Bölgesi'nde ve Güneydoğu Anadolu Bölgesi'nde yaşayanların güven seviyeleri dikkat çekici şekilde düşüktür. Şekil.3, ayrıca, eğitim seviyesi ve coğrafi bölge arasında olası etkileşimi göstermektedir. İstanbul'da farklı eğitim seviyesine sahip kişilerin güven olasılıkları birbirinden oldukça farklı iken, Güneydoğu Anadolu Bölgesi ve Marmara Bölgesi'nde eğitim seviyelerinin ortaya koyduğu güven farkları oldukça düşüktür. Karadeniz Bölgesi, Marmara Bölgesi ve Güneydoğu Anadolu Bölgesi, Tablo.4'te etki katsayıları en yüksek olan değişkenlerdir. Bölgeler arası gözlenen bu derin farklılıklar ise modernleşme ile ülke çapında gerçekleşmesi beklenen kültürel değişimin bölgeler-arası eşit olmayan dağılımının altını çizmektedir.

Türkiye vaka çalışmasının ortaya koyduğu bir diğer ilginç bulgu, kişilerin hayatlarını kontrol edebilme kapasitesinin genelleştirilmiş güven üzerine etkisidir. Literatür, bu etkinin pozitif olmasını beklemektedir. Ancak, Türkiye örneğinde, kişilerin, hayatlarının akışı ve başlarına gelenler konusunda daha fazla özgürlük ve kontrole sahip olmaları, genel olarak insanlara güvenme olasılıklarını olumsuz etkilemektedir. Bu, üzerinde düşünülmesi gereken bir bulgudur. Analizde kullanılan sürekli değişkenlerin özet istatistiklerinin gösterildiği Tablo.2'ye göre, bu değişkenin Türkiye'deki ortalama değeri 10 üzerinden 7,44'tür. Başka bir ifadeyle, Türkiye'de kişiler, genel olarak hayatlarını kontrol edebilme konusunda özgür olduklarını düşünmektedir. Analize göre, bu değişkenin değeri arttıkça kişilerin genel olarak insanlara güvenme olasılığı azalmaktadır.

Analizde ortaya çıkan bu olumsuz etkinin bir sebebi, Türkiye'de hayatlarının akışı ve başlarına gelenler konusunda kendilerini en özgür hissedenlerin, kendi hayat tarzlarının, toplumun genelinden oldukça farklı olduğunu düşünmeleri olabilir. Toplumda mevcut farklı sosyo-ekonomik veya sosyo-politik grupların, birbirlerinin hayat tarzları ile alakalı olumsuz değerlendirmelerinin ise genelleştirilmiş güveni olumsuz etkilemesi şaşırtıcı olmayacaktır. Bu

noktada sadece hipotez aşamasında olan bu değerlendirme, daha ayrıntılı analizlerle araştırılmalıdır.

### Sonuç ve Tartışma

Bu çalışmada, genelleştirilmiş güven modernleşme bağlamında ele alınıp tartışılmıştır. Modern sistemler kapsayıcı, çok katmanlı ve karmaşıktır. Vatandaşlar bu sistemlere birden fazla kimlik, rol ve aidiyet ile katılırlar. Modern hayat, hem yeni fırsatlar hem de riskler barındırır. Risklerin bir kısmı, modernleşme ile artan gündelik hayatın karmaşasında, tanınmasak da varlıklarının farkında olduğumuz diğer insanlar ile alakalıdır. Güven, kişinin, diğer insanların özgür iradeleri ile ortaya koydukları davranışların sorumluluğunu alacaklarına dair yaptığı, iyimser bir varsayımdır. Bu varsayımda bulunan kişinin, kendi özgür iradesi ile verdiği kararların sorumluluğunu almaya da hazır olması beklenir. Kişi, güvendiğinde hayal kırıklığına uğrayabileceğinin farkındadır. Hayal kırıklığı ihtimaline rağmen diğer insanlara güvenme eğiliminin temelinde yabancı da olsalar tüm insanlarla ortak bir bağa sahip olma inancı yatar. Bu bağlamda, genelleştirilmiş güven, kişinin kendini ait hissettiği topluluğun kapsamını gösterir.

Türkiye'de gözlenen düşük genelleştirilmiş güven seviyesi de bu kavramsal çerçeve içerisinde değerlendirilmelidir. Türkiye'de insanların genelini iyi niyetli oldukları iyimserliğinden çok, insanlara karşı dikkatli olunması gerektiği şüpheciliği yaygındır. Gözlenen bu yaygın güvensizlik, kişilerin olası tanışma, yardımlaşma veya iş birliği fırsatlarını, kendilerinin ve/veya karşılarındakilerin sorumluluklarını yerine getirmeyeceği varsayımıyla yok sayması veya geri çevirmesi sonucunu getirecektir. Bunun sonucu ise Türkiye'de yaşayan insanların çoğunluğunun, toplumsal ilişkilerini tanıdıkları aile, eş, dost, akraba, tanıdık ve/veya hemşehri ile sınırlama eğilimi olacaktır. Çoğunluğun, olası iş birliklerini şüphecilikle ötediği bu toplumda, demokratik sistemlerin talep ettiği yaygın hoşgörü, siyasete etkin vatandaş katılımı, siyasi gündemi belirleyen vatandaş inisiyatifleri ve etkili STK örgütlenmesi gibi faaliyetler de sınırlı kalacaktır. Bu bağlamda çalışma, Türkiye üzerine yapılan siyasi analizlerde nispeten az tartışılan siyasi kültür ve genelleştirilmiş güven konusuna dikkat çeker.

Bu çalışma, ayrıca, kurumsallaşmış demokrasilerde genelleştirilmiş güven üzerine yapılan ampirik analizlerin öne çıkardığı bireysellik ve özgür irade ile ilişkilendirilen bir dizi değişkenin, modernleşme süreci farklı olsa da, Türkiye örneği için de geçerli olduğunu göstermiştir. Analiz, ayrıca, literatürün, siyasi kurumların etkin işleyişi ve genelleştirilmiş güven arasında kurduğu ilişkiyi doğrulamıştır. Türkiye'de, güvenlik ve adaletten sorumlu bürokrasiye güven azaldıkça, genel olarak insanlara güvenme olasılığı da anlamlı şekilde azalmaktadır. Ülkenin sosyo-politik bağlamı ve siyasi kurumların işleyişi, genelleştirilmiş güveni etkilemektedir.

Çalışmanın, genel literatür ile uyumlu bulguları, ülkelerin modernleşme süreçleri farklı olsa da, benzer sosyo-ekonomik değişimlerin benzer kültürel değişimler yaratacağını göstermektedir. Bununla birlikte, Türkiye vaka çalışmasının, genel literatürden ayrılan özellikleri de gözden kaçırılmamalıdır. Türkiye geç modernleşen ve demokratik kurumların henüz pekişmediği siyasi sistemlere örnek bir ülkedir. Türkiye'de gözlenen düşük güven seviyeleri, modernleşme sürecinin, bireysellik, özgür irade ve/veya STK'lara etkin katılım gibi kültürel eğilim ve davranışlarda yaygın bir değişim yaratmadığını göstermektedir. Bu bağlamda, Türkiye vaka çalışması, modernleşmenin, kültürel değişim üzerine doğrusal ve belirlenimci olmayan etkisini bir kez daha ortaya koyar.

Çalışmanın ortaya koyduğu önemli bulgulardan bir diğeri, genelleştirilmiş güvenin, Türkiye'nin bölgeleri arasında eşit olmayan dağılımıdır. İstanbul ile karşılaştırıldığında, Marmara Bölgesi, Güneydoğu Anadolu Bölgesi ve Karadeniz Bölgesi'nde gözlenen güven seviyeleri dikkat çekici oranda düşüktür. Bu bölgelerin kültürel veya coğrafi bir kümelenme

ifade etmediklerinin altı da çizilmelidir. Coğrafi konumları, demografik yapıları ve sosyo-ekonomik gelişmişlik düzeyleri birbirlerinden çok farklı olan bu bölgeler, Türkiye’de yaşayanların birbirleri ile ilgili hissettikleri güven eksikliğinin kapsamını göstermesi açısından önemlidir.

Son olarak, bu çalışma, genelleştirilmiş güveni, iyimserlik, hayatını kontrol edebilme, özgür irade ve sosyo-ekonomik refah gibi bir dizi arka plan belirleyicisi ile birlikte değerlendirerek, Türkiye’de mevcut, ancak çok da fazla çalışılmayan, önemli bir kültürel ayrışmaya dikkat çeker. Türkiye’de genel olarak insanlara güvenen kesim için, güven ve ilişkili olduğu diğer değer ve davranışların, ülkedeki vatandaşların çoğunluğundan farklılık gösteren bir değerler bütünü oluşturduğu gözden kaçırılmamalıdır. Genel olarak hayata (iyimser-kötümser), insanlara (güvenilir-güvenilmez), çocukların yetiştirilme şekline (özgür-itaatkar) ve hayatını kontrol edebilme kapasitesine (daha yüksek- daha az) göre şekillenen hayat tarzları, eğitim ve gelir seviyelerindeki farklılıklarla daha keskin şekilde birbirinden ayrıldıkça, ülkede gözlenen kültürel ayrışmalar da derinleşecektir. Bu çerçevede, çalışma, kültürel ve davranışsal analizlerin, Türkiye’de gözlenen kültürel ayrışmaların detaylı şekilde anlaşılabilmesi için, en az siyasi analizler kadar önemli olduğunun altını çizmektedir.

### Kaynakça

- Abbott, P. & Wallace, C. (2012). Social quality: A way to measure the quality of society. *Social Indicators Research*, 108, 153-167.
- Almond, G. & Verba, S. (1963). *The civic culture*. California: Sage Publications.
- Aydın, A. & Cenker, C. (2012). Public confidence in government: empirical implications from a developing democracy. *International Political Science Review*, 33 (2), 230-251.
- Aytaç, E. S. (2013). Türkiye: Dengeli ve sürdürülebilir yüksek büyüme peşinde. İçinde F. Şenses, Z. Öniş ve C. Bakır (Ed.), *Küresel kriz ve yeni ekonomik düzen* (s.375-399). İstanbul: İletişim yayınları.
- Aytaç, S.E., Çarkoğlu A. and Ertan, G. (2017). Türkiye'de kişilerarası güven ve bireysel belirleyicileri. *METU Studies in Development*, 44 (1), 1-26.
- Brehm, J. ve Rahn, W. (1997). Individual-level evidence for the causes and consequences of social capital. *American Journal of Political Science*, 41 (3), 999-1023.
- Bjornskov, C. (2007). Determinants of generalized trust: A cross-country comparison. *Public Choice*, 130 (1), 1-21.
- Cenker-Özek, C.I. (2012). A social network assessment of generalized trust: Turkey in comparative perspective. (Yayınlanmamış Doktora Tezi), Sabancı Üniversitesi, İstanbul.
- Cenker-Özek, C. I. (2015). Türkiye’de kişilerarası güven: ampirik bir analiz. 1. Uluslararası Uygulamalı Bilimler Kongresi: Sosyal Sermaye, Bildiriler Kitabı içinde (s.408-415). Konya: Necmettin Erbakan Üniversitesi.
- Cohen, J. (1999). Trust, voluntary association and workable democracy: the contemporary American discourse of civil society. İçinde M. E. Warren (Ed.), *Democracy and trust* (s. 208-249). Cambridge: Cambridge University Press.
- Delhey, J. & Newton, K. (2005). Predicting cross-national levels of social trust: global pattern or Nordic exceptionalism? *European Sociological Review*, 21 (4), 311-327.
- Dunn, J. (1988). Trust and political agency. İçinde D. Gambetta (Ed.), *Trust: making and breaking cooperative relations* (s. 73-93). New York, Oxford: Basil Blackwell Ltd..
- Duman, B. & Alacahan, O. (2011). Sosyal sermaye/güven boyutunda etniklik. *Gaziantep Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 10 (1), 181-208.
- Easton, D. (1975). A re-assessment of the concept of political support. *British Journal of Political Science*, 5 (4), 435-457.
- Ecevit, Y. A. & Karakoç, E. (2017). The perils of semi-presidentialism: Confidence in

- political institutions in contemporary democracies, *38 (1)*, 4-20.
- Esmer, Y. (1999). Devrim, evrim, statüko: Türkiye'de sosyal, siyasal ve ekonomik değerler. İstanbul: TESEV.
- Esmer, Y. (2012). Türkiye değerler atlası. Erişim tarihi: 03.03.2018  
[http://content.bahcesehir.edu.tr/public/files/files/ATLAS%20SUNUM%202\\_10\\_2012%20\(2\).pdf](http://content.bahcesehir.edu.tr/public/files/files/ATLAS%20SUNUM%202_10_2012%20(2).pdf)
- Freitag, M. & Bühlmann, M. (2009). Crafting trust: the role of political institutions in comparative perspective. *Comparative Political Studies*, *42 (12)*, 1537-1566.
- Giddens, A. (1990). The consequences of modernity. Stanford, California: Stanford University Press.
- Giddens, A. (1994). Modernliğin sonuçları. İstanbul: Ayrıntı.
- Granovetter, M. (1973). The strength of weak ties. *American Journal of Sociology*, *78 (6)*, 1360-1380.
- Grootaert, C. (2001). Social capital: The missing link? İçinde P. Dekker ve E. Uslaner (Ed.), *Social Capital and Participation in Everyday Life* (s.9-30). London: Routledge.
- Gürsel, S. (2013). İç ortam ve dinamikler: ekonomi. İçinde B. Oran (Ed.), *Türk dış politikası: Kurtuluş Savaşı'ndan bugüne olgular, belgeler, yorumlar*, Cilt III 2001- 2012 (s. 52-69). İstanbul: İletişim Yayınları.
- Heper, M. (1991). The state, religion and pluralism: the Turkish case in comparative perspective. *British Journal of Middle Eastern Studies*, *18 (1)*, 38-51.
- Howard, M. M. & Gilbert, L. (2008). A cross-national comparison of the internal effects of participation in voluntary organizations. *Political Studies*, *56*: 12-32.
- Inglehart, R. (1997). Modernization and post-modernization: cultural, economic, and political change in 43 societies. Princeton, New Jersey: Princeton University Press.
- Inglehart, R. & Welzel, C. (2003). Political culture and democracy: analyzing cross-country linkages. *Comparative Politics*, *36 (1)*, 61-79.
- Inglehart, R. & Welzel, C. (2005). Modernization, cultural change and democracy: the human development sequence. Cambridge: Cambridge University Press.
- Inglehart, R., C. Haerpfer, A. Moreno, C. Welzel, K. Kizilova, J. Diez-Medrano, M. Lagos, P. Norris, E. Ponarin & B. Puranen et al. (eds.), (2014). World values survey: round six – country-pooled datafile 2010-2014. Madrid: JD Systems Institute. Erişim tarihi: 05.03.2017 Version:<http://www.worldvaluessurvey.org/WVSDocumentationWV>
- Kalaycıoğlu, E. (2005). Turkish dynamics: bridge across troubled lands. New York: Palgrave-MacMillan.
- Kalaycıoğlu, E. (2002). Civil society in Turkey: continuity or change? İçinde B. W.Beeley (Ed.), *Turkish transformation: new century-new challenges* (s. 59-78). Huntington, Cambridgeshire, England: The Eothen Press.
- Knack, S. & Keefer, P. (1997). Does social capital have an economic pay-off? A cross-country investigation. *The Quarterly Journal of Economics*, *112 (4)*, 1271-1274.
- Knack, S. (2003). Groups, growth, and trust: cross-country evidence for Olson and Putnam hypotheses. *Public Choice*, *117 (3-4)*, 341-355.
- Lewis, D.. J. & Weigert, A. (1985). Trust as a social reality. *Social Forces*, *63 (4)*, 967-985.
- Luhmann, N. (1979). Trust and power. Chichester: John Wiley & Sons.
- Luhmann, N. (1988). Familiarity, confidence, trust: problems and alternatives. İçinde D. Gambetta (Ed.), *Trust: making and breaking cooperative relations* (s.94-109). New York, Oxford: Basil Blackwell Ltd.
- Mardin, Ş. (1973). Center-periphery relations: key to Turkish politics? *Daedalus*. *102 (1)*, 169-190.
- Mardin, Ş. (1991). Türk modernleşmesi. İstanbul: İletişim Yayınları.
- Mistral, B. (1996). Trust in modern societies. Malden: Blackwell Publishers Ltd..

- 
- OECD (2016). Income inequality update. Erişim tarihi: 05.03.2018  
<https://www.oecd.org/social/OECD2016-Income-Inequality-Update.pdf>
- Olson, M. (1982). The rise and decline of nations: economic growth, stagflation, and social rigidities. New Haven: Yale University Press.
- Özbudun, E. (2000). Contemporary Turkish politics: challenges to democratic consolidation. Boulder, London: Lynne Reinner.
- Putnam, R., Nanetti, R., & Leonardi, R. (1993). Making democracy work: civic traditions in modern Italy. Princeton, New Jersey: Princeton University Press.
- Putnam, R. (2000). Bowling alone: the collapse and revival of American community. New York, London, Toronto, Sydney: Simon & Schuster Paperbacks.
- Putnam, R. (2007). 2007 E pluribus unum: diversity and community in the twenty- first century. The 2006 Johan Skytte Prize Lecture, Scandinavian Political Studies, 30, 137-174.
- Rothstein, B. & Stolle, D. (2003). Social capital, impartiality and the welfare State: an institutional approach. İçinde M. Hooghe ve D. Stolle (Ed.), Generating Social Capital: Civil Society and Institutions in Comparative Perspective (s.191-211). New York: Palgrave.
- Rothstein, B. & Uslaner, E. (2005). All for all: equality, corruption and social trust. World Politics, 58 (1), 41-72.
- Seligman, A. (1997). The problem of trust. Princeton, New Jersey: Princeton University Press.
- Simmel, G. (1955). The web of group affiliations. Çeviri, Reinhard Bendix. Glencoe. Illinois: The Free Press.
- Stolle, D. (2002). Trusting strangers- the concept of generalized trust in perspective. Austrian Journal of Political Science (ÖZP), 31 (4), 397-412.
- Sztompka, P. (1999). Trust: a sociological theory. Cambridge: Cambridge University Press.
- Şimşek, S. (2004). The transformation of civil society in Turkey: from quantity to quality. Turkish Studies, 5 (3), 46-74.
- Uslaner, E. (1999). Democracy and social capital. İçinde M. E. Warren (Ed.), Democracy and trust (s. 121-151). Cambridge: Cambridge University Press.).
- Uslaner, E. (2002). Moral foundations of trust. New York: Cambridge University Press.
- Uğuz, H. E., Örselli, E., & Sipahi, E. B. (2011). Sosyal sermayenin ölçümü: Türkiye deneyimi. Akademik İncelemeler Dergisi, 6(1), 8-40.
- Welzel, C. (2013). Freedom rising: human empowerment and the quest for emancipation. New York: Cambridge University Press.
- Zmerli, S. & Newton, K. (2011). Winners, losers and three types of trust. İçinde S. Zmerli ve M. Hooghe (Eds.), Political trust: why context matters (s.67-95). The University of Essex: The ECPR Press.
-

# TOURISM



# Türkiye’de Medikal Turizm İncelemesi: Özel Hastanelerde Bir Çalışma<sup>1</sup>

## Review of Medical Tourism in Turkey: A Study in Private Hospitals

Zafer BUZCU\*

Kemal BİRDİR\*\*

### Öz

Türkiye, sağlık ve sağlık turizmi çeşitleriyle son yıllarda hızlı bir şekilde büyüme göstermektedir. Türkiye, turizmden elde ettiği gelir seviyesini artırmak, daha fazla turist çekebilmek amacıyla turizme yatırımlar yaparken aynı zamanda turizmde çeşitlendirme politikası uygulamaktadır. Turizmin çeşitlendirilmesinde en önemli turizm türünden birisini medikal turizm oluşturmaktadır. Türkiye’nin, uzman hekimleri, tecrübeli sağlık personeli, tıbbi teknolojisi, hizmet kalitesi, misafirperverliği, alt ve üst yapı olanakları ile medikal turizmde büyük bir potansiyeli bulunmaktadır. Bu çalışmanın amacı sağlık turizmi çeşitlerinden olan medikal turizmin Türkiye’deki mevcut durumunu incelemek, medikal turizmde sorunların olup olmadığını belirlemek ve öneriler geliştirmektir. Bu amaç kapsamında Türkiye genelinde 206 özel hastane yöneticisiyle anket yöntemi kullanılarak veri toplanmıştır. Çalışma kapsamında hastanelerin birçoğunda medikal turizm anlayışının olduğu görülmüştür. Tanıtım problemleri, olumsuz ülke imajı, Türkiye’de medikal turizmin gelişimine olumsuz etki eden unsurlar olarak belirlenirken; sağlık mevzuatı sorunları, mali destek yetersizliği ve nitelikli personel sıkıntısı yöneticiler tarafından sorun olarak belirlenmiştir. Yapılan içerik analizi sonrasında medikal turizmin gelişimi için hastane yöneticileri tarafından yapılan öneriler tanıtımın yapılması, ortak ücret tarifesi oluşturulması ve akreditasyona önem verilmesi konuları ön plana çıkmıştır. Türkiye’nin medikal turizmde pazar payını artırabilmesi amacıyla yurt dışında tanıtımı etkin ve aktif olarak yapması, yabancı dil bilen sağlık personel sayısının ve niteliğinin artırılması, alt yapı olanaklarını geliştirmesi ve akreditasyona önem vermesi gerekmektedir.

**Anahtar Kelimeler:** Turizm Çeşitlendirmesi, Sağlık Turizmi, Medikal Turizm, Türkiye’de Medikal Turizm.

### Abstract

Turkey shows rapid growth with the kinds of health care and health tourism. While Turkey is making an investment in tourism so as to increase the level of income earned from tourism and attracts more tourists, it also implements diversification policy in tourism. One of the most important type of tourism in the diversification of the tourism constitutes medical tourism. With Turkey's specialist physicians experienced medical personnel, medical technology, quality of service, hospitality, infrastructure and superstructure facilities, there is a great potential in medical tourism. This study was conducted in order to examine the current situation of the medical tourism being a kind of health tourism in Turkey, determine whether there are problems in medical tourism and develop proposals. In the light of this purpose, data was collected from 206 private hospital managers across the Turkey by using questionnaire. Within the scope of the study, most of the hospitals have seen medical tourism concept. Advertisement problems, negative country image, determined as negative factors affecting the development of medical tourism in Turkey; health legislation problems, financial support inadequacy, and the problem of qualified staff were identified as problems by the managers. After the content analysis, the suggestions made by the hospital administrators for medical tourism development, the promotion, the establishment of the common tariff scheme and the importance of accreditation have been given priority. Turkey should give importance to making efficient and active promotion across abroad, increasing the number and the quality of staff who speak foreign languages, the development of infrastructure and accreditation so as to increase market share in the medical tourism.

**Key Words:** Tourism Diversification, Health tourism, Medical tourism, Medical tourism in Turkey

### Giriş

Türkiye, turizmden elde ettiği gelir ve turist sayısını artırabilmek, turizmi yılın 12 ayına yayabilmek için turizmde çeşitlendirme politikası uygulamaktadır. Günümüzde alternatif turizm türlerinin en önemlilerinden birisi dünya genelinde yükselen bir trend haline gelen medikal turizmdir. Dünya genelinde nüfusun yaşlanması ve kronik rahatsızlıklarda

<sup>1</sup> Bu çalışma “Türkiye’de Medikal Turizm ve Özel Hastanelerde Bir Çalışma” başlıklı yayımlanmamış doktora tezinden üretilmiştir

\* Öğr. Gör. Dr., Çukurova Üniversitesi Karataş Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Y.O, Konaklama İşletmeciliği Bölümü, zaferbuzcu@hotmail.com

\*\* Prof. Dr., Mersin Üniversitesi, Turizm Fakültesi, kemalbirdir@yahoo.com

yaşanan artışlar, tedavi için uzun bekleme süreleri, yurt dışındaki bazı ülkelerde sigorta şirketlerinin birçok tedavi türünün harcamalarını karşılamaması, yurt dışında tedavi masraflarının daha düşük olması, internet, bilişim teknolojileri ve ulaşımdaki gelişmeler, medikal turizmin uluslararası ticarete konu olması gibi birçok neden medikal turizmin hızla büyümesini sağlamıştır. Medikal turizmin son yıllarda hızlı bir gelişim göstermesi nedeniyle sağlık turizmi ile eş anlamlı olarak algılanmasına yol açmıştır.

Dünya genelinde medikal turizmde önemli destinasyonlardan birisi Türkiye'dir. Peters ve Sauer'in (2011) yapmış olduğu çalışmaya göre yurt dışında medikal turizm konusunda aracılık yapan şirketlerin en fazla önerdiği ülkeler arasında Hindistan ve Kostarika'dan sonra Türkiye, önerilen ilk üç ülke arasında gösterilmektedir. Türkiye, uzman hekim ve sağlık personeli, otel konforunda hizmet sunan, uluslararası alanda akreditasyon belgesine sahip olan ve tıbbi teknolojisi üst düzeyde olan hastaneleri, dünyanın birçok bölgesinden ulaşımın kolay olması, medikal turizmde hizmet sunan birçok ülkeden daha kaliteli ve daha düşük ücretle tedavi sunması, tedavi için bekleme süresinin olmaması, tedavi ücretinin yanında tatil imkanlarının sunulması, doğal, kültürel ve tarihi güzellikleri gibi özellikleriyle medikal turizmde önemli bir potansiyele sahiptir. Medikal turizmin son yıllarda hızlı bir gelişim göstermesi Türkiye için 3S'ten (Sea, sand, sun) sonra yeni bir "4S" (Sea, sand, sun, surgery) kavramını gündeme getirmiştir.

Türkiye'nin medikal turizmden elde etmiş olduğu gelir ve ülkemize gelen medikal turist sayısının yıldan yıla artması Türkiye'nin medikal turizmde güçlü bir destinasyon olduğunun kanıtıdır. Ülkemizde özellikle özel sağlık kuruluşlarının yapmış olduğu çalışmalar, yabancı hasta departmanlarının kurulması, medikal turizmle ilgili dernek ve kuruluşların sayısının artması sayesinde medikal turizmden elde edilen turizm geliri ve turist sayısının artması beklenmektedir. Fakat medikal turizm konusunda yapılan tanıtların az olması, özel ve kamu kuruluşlarının yapmış olduğu çalışmalar arasında koordinasyonun sağlanamaması, dil problemlerinin olması gibi sebeplerle Türkiye'de medikal turizm istenilen seviyede gerçekleşmemektedir. Bu kapsamda Türkiye'nin medikal turizmde güçlü bir destinasyon olmasına rağmen medikal turizm konusunda istenilen seviyeye gelmesi yolunda bazı problemler bulunmaktadır.

Bu gerçeklikler göz önüne alındığında, bu çalışmanın amacı medikal turizmin Türkiye'deki mevcut durumunu incelemek (medikal turizm faaliyetlerinin uygulanması durumu, medikal turizmin gelişimine olumsuz etki eden unsurlar, medikal turistlerin hastane seçim kriterleri), medikal turizmde sorunların olup olmadığını belirlemek ve öneriler geliştirmektir.

### **Kavramsal Çerçeve**

Deniz aşırı ülkelere tedavi ve bakım amacıyla yapılan seyahat faaliyetlerini kapsayan medikal turizm, sağlık ve turizm kavramlarının bileşiminden doğan bir kavram olarak ortaya çıkmıştır (Anvekar, 2012, s.109). Sağlık turizmi çeşitlerinden birisi olarak gösterilmesine rağmen, medikal turizmin son yıllarda hızlı bir gelişim göstermesi, sağlık turizmi ile eş anlamlı olarak algılanmasına neden olmuştur (Yavuz, 2011, s.7). Literatür incelendiğinde medikal turizm konusunda birçok tanım olduğu, tek ve ortak bir tanım olmadığı görülmektedir. Bu tanımlardan bazıları Tablo-1'de belirtilmiştir.

**Tablo 1:** Medikal turizm konusunda yapılmış tanımlar

| Yazar                             | Medikal Turizm Tanımı  |
|-----------------------------------|--|
| (Connell, 2006, s. 1093)          | Medikal turizm, hastaların deniz aşırı ülkelere tıbbi tedavi almak amacıyla yapmış oldukları seyahatlerdir.  |
| (Bookman ve Bookman, 2007, s. 1). | Medikal turizm, hizmet alışverişini gerektiren, sağlık ve turizm sektörünün birleşimini temsil eden ekonomik bir aktivitedir.  |
| (Lee ve Spisto, 2007: 1)          | Medikal turizm, medikal turistlerin iyi ve sağlıklı olabilmeleri için medikal prosedürler ve aktiviteler içeren seyahatlerdir.   |
| (Jose ve Sachdeva, 2010, s.376)   | Medikal turizm, düşük maliyetle, bir başka ülkedeki gelişmiş sağlık kuruluşunda tedavi olmak veya cerrahi operasyonları geçirmek amacıyla yapılan seyahatleri içermektedir.    |
| (Vijaya, 2010, s.53)              | Hastaların, düşük maliyetli olan gelişmekte olan ülkelere, sağlıksal nedenlerle yaptıkları seyahatlerdir.  |
| (Alvarez vd., 2011, s.2)          | Hastaların, tedavi almak amacıyla uluslararası sınırlar arasında yapmış oldukları hareketler (seyahatler) medikal turizm olarak adlandırılmaktadır.                            |
| (Cohen, 2012, s.9)                | Medikal turizm bir hastanın tedavi alabilmek amacıyla kendi ülkesinden bir başka ülkeye seyahati olarak tanımlanmaktadır.  |
| (Hudson ve Li, 2012, s.229)       | Medikal turizm, tıbbi, diş ve cerrahi tedavileri almak amacıyla başka ülkelere yapılan seyahat süreci olarak tanımlanmaktadır.   |
| (Musa vd., 2012, s.630).          | Medikal turizm, bir turistin tedavi almak için kendi ülkesinden başka ülkeye gidip, orda en az bir geceleme yaparak tedavi hizmeti için ödeme yapmasını kapsayan bir terimdir. |

**Kaynak:** Buzcu, Z.(2016). Türkiye’de Medikal Turizm ve Özel Hastanelerde Bir Çalışma. Yayımlanmamış Doktora Tezi. Mersin Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı. Mersin.

Küresel olarak en hızlı büyüyen alt endüstrilerden birisi olan medikal turizm, gelişmiş ülkelerden gelişmekte olan veya az gelişmiş ülkelere yapılan yeni bir seyahat trendi olarak gösterilmektedir. Bu gelişim süreci yeni bir niş pazar yaratarak turizm endüstrisinin çeşitlenmesi için fırsat sunmaktadır (Lee vd., 2012, s.69; Dawn ve Pal, 2011, s.185). İnsanların ikamet ettiği yer dışında tedavi imkanlarını araştırmasının en önemli nedenleri, tedavilerde sağlanacak maliyet tasarrufu, gelişmekte olan ülkelerin modern ve ileri teknoloji cihazları tedarik etmesiyle sunulan hizmetin kaliteli olması ve işgücü niteliğinin artması, ulaşım bedellerinde yaşanan düşüşler, tedavi için bekleme süresinin olmaması, ulaşım ve teknolojiye gelişimler, gelişmiş ülkelerdeki sağlık masraflarının ülke ekonomisi için büyük bir maddi yük oluşturması, sigorta kapsamında olmayan prosedürler gösterilmektedir (Yeoh vd., 2013, s.196-197; TÜSİAD, 2009, s.5-6).

Medikal turizm, dünya genelinde birçok ülkenin ekonomisine büyük katkılar sunmaktadır. Medikal turizme hizmet veren ülkeye, iş olanakları yaratma, turizm olgusu ile konaklama, yeme-içme vb. gibi ekonomik katkılar sunarken; hastalar açısından ise, düşük maliyet, zaman tasarrufu ve tedavi ile birlikte turizm olanaklarının elde edilmesi şeklinde katkılar sunduğu ifade edilmektedir (Scott vd., 2012, s.63; Pan ve Chen, 2014, s.108). Bu bakımdan medikal turizm, gelişmekte olan ülkeler için karlı bir sektör konumundadır (Heung, 2011, s.995). Medikal turizm hizmetlerinin uluslararası ticarete konu olmasıyla beraber birçok ülke, medikal turizmden faydalanmak ve turizmi çeşitlendirebilmek amacıyla plan ve politikalar geliştirmektedir (Yu vd., 2011, s.858; Han ve Hwang, 2013, s.100).

Aralarında Türkiye’nin yer aldığı yaklaşık 37 ülke medikal turizmde hizmet sunmaktadır. Bu ülkeler, (Iordache vd., 2013, s.34) tarafından yapılan çalışmada aşağıdaki Tablo-2’deki gibi belirtilmiştir.

**Tablo 2:** Medikal turizm hizmeti sunan ülkeler

| Asya ve Ortadoğu          | Amerika   | Avrupa          | Afrika       | Diğer      |
|---------------------------|-----------|-----------------|--------------|------------|
| Çin                       | Arjantin  | Belçika         | Güney Afrika | Avustralya |
| Hindistan                 | Brezilya  | Çek Cumhuriyeti | Tunus        | Barbados   |
| İsrail                    | Kanada    | Almanya         |              | Küba       |
| Ürdün                     | Kolombiya | Macaristan      |              | Jamaika    |
| Malezya                   | Kostarika | İtalya          |              |            |
| Singapur                  | Ekvator   | Letonya         |              |            |
| Güney Kore                | Meksika   | Litvanya        |              |            |
| Filipinler                | ABD       | Polonya         |              |            |
| Tayvan                    |           | Portekiz        |              |            |
| <b>Türkiye</b>            |           | Romanya         |              |            |
| Birleşik Arap Emirlikleri |           | Rusya           |              |            |
|                           |           | İspanya         |              |            |

**Kaynak:** Iordache, C., Ciochiná, I., Roxana, P. (2013). Medical Tourism- Between the Content and Socio-Economic Development Goals. Development Strategies, *Romanian Journal of Marketing*, Issue 1: 31-43.

Dünya turizm gelirinden önemli bir pay alan Türkiye, son yıllarda medikal turizmde önemli adımlar atmıştır. İleri teknoloji ile donatılan hastaneleri, sağlık alt ve üst yapısı, nitelikli insan gücü, tedavi masraflarının batılı ülkelere oranla düşük olması, tedavi için bekleme süresinin olmaması, uluslararası akreditasyon belgesine sahip hastanelerin bulunması, tedavi hizmetinin yanı sıra tatil olanaklarının sunulması, uzman hekimleri gibi özellikleriyle medikal turizmde öne çıkan ülkeler arasında olmak amacıyla kıyasıya rekabet halindedir. Türkiye, özellikle plastik ve estetik cerrahi, saç ekim, göz hastalıkları ve tüp bebek tedavileri, onkoloji, ortopedi, diş, SPA, fizik tedavi rehabilitasyon gibi birçok dalda medikal turist ağırlamaktadır (Özer ve Songur, 2012). Türkiye'ye gelen medikal turistlerin en çok yakın çevredeki ülkelere geldiği görülmektedir. Türkiye'ye, medikal turistlerin geldiği ülkeler (ilk 10 ülke) ve tercih ettikleri sağlık kuruluşları türü tablo-3'te gösterilmektedir (Kaya vd., 2013, s.59).

**Tablo 3:** Medikal turizm açısından ülkelere ve hastane türlerine göre hasta sayıları (ilk 10 ülke), 2012

| Ülke               | Hastane Türü     |                               |              |                      | Toplam |
|--------------------|------------------|-------------------------------|--------------|----------------------|--------|
|                    | Devlet Hastanesi | Eğitim ve Araştırma Hastanesi | Özel Hastane | Üniversite Hastanesi |        |
| <b>Libya</b>       | 11               | 50                            | 36467        | 6                    | 36534  |
| <b>Almanya</b>     | 516              | 81                            | 20366        | 121                  | 21084  |
| <b>Irak</b>        | 367              | 357                           | 14771        | 243                  | 15738  |
| <b>Azerbaycan</b>  | 529              | 905                           | 9176         | 278                  | 10888  |
| <b>Rusya</b>       | 287              | 219                           | 7742         | 33                   | 8281   |
| <b>İngiltere</b>   | 419              | 49                            | 5662         | 53                   | 6183   |
| <b>Hollanda</b>    | 118              | 11                            | 5362         | 34                   | 5525   |
| <b>Romanya</b>     | 69               | 23                            | 4989         | 8                    | 5089   |
| <b>Bulgaristan</b> | 315              | 150                           | 4256         | 78                   | 4799   |
| <b>Norveç</b>      | 40               | 8                             | 4304         | 36                   | 4388   |

**Kaynak:** Kaya, S., Yıldırım, H.H., Karsavuran, S., Özer, Ö., Şencan, İ., Aydın, D. (2013). *Türkiye Medikal Turizm Değerlendirme Raporu 2013*. Türkiye Cumhuriyeti Sağlık Bakanlığı Sağlık Hizmetleri Genel Müdürlüğü Sağlık Turizmi Daire Başkanlığı.

Türkiye'ye gelen medikal turistlerin genel çoğunluğunun yakın çevredeki ülkelere geldiği görülmektedir. Türkiye'ye gelen medikal turistlerin devlet hastanesi, eğitim ve araştırma hastanesi, özel hastaneler ve üniversite hastaneleri olmak üzere dört tip hastaneye

geldiği ifade edilmektedir. Medikal turistlerin sayıları ve hastanelere gelme oranı aşağıdaki tablo-4'te belirtilmiştir (Kaya vd., 2013, s.26).

**Tablo 4:** 2012 Yılında hastane türüne göre gelen medikal turist sayısı

| Hastane Türü                  | Medikal Turist |           |
|-------------------------------|----------------|-----------|
|                               | Sayı           | Yüzde (%) |
| Devlet Hastanesi              | 8235           | 4,9       |
| Eğitim ve Araştırma Hastanesi | 4586           | 2,7       |
| Özel Hastane                  | 154696         | 91,3      |
| Üniversite Hastanesi          | 1945           | 1,1       |
| Toplam                        | 169462         | 100,00    |

**Kaynak:** Kaya, S., Yıldırım, H.H., Karsavuran, S., Özer, Ö., Şencan, İ., Aydın, D. (2013). *Türkiye Medikal Turizm Değerlendirme Raporu 2013*. Türkiye Cumhuriyeti Sağlık Bakanlığı Sağlık Hizmetleri Genel Müdürlüğü Sağlık Turizmi Daire Başkanlığı.

Tablo-4'te görüldüğü üzere Türkiye'ye 2012 yılında 169 bin 462 medikal turist gelirken; medikal turistlerin en fazla özel hastaneleri tercih ettiği görülmektedir. Ayrıca medikal turistlerin en fazla geldiği iller Tablo-5'te belirtilmiştir.

**Tablo 5:** Medikal turizmde ilk 10 ilde ilk 10 kliniğe göre hasta sayıları, 2012

| İller     | Klinikler        |                          |                 |                   |                                     |                                   |                          |                             |                               |      | Toplam |
|-----------|------------------|--------------------------|-----------------|-------------------|-------------------------------------|-----------------------------------|--------------------------|-----------------------------|-------------------------------|------|--------|
|           | Göz Hastalıkları | Ortopedi ve Travmatoloji | İç Hastalıkları | Kulak Burun Boğaz | Kadın Hastalıkları ve Genel Cerrahi | Ağız, Diş ve Çene Hastalıkları ve | Beyin ve Sinir Cerrahisi | Deri ve Zührevi Hastalıklar | Çocuk Sağlığı ve Hastalıkları |      |        |
| İstanbul  | 11341            | 5127                     | 4253            | 3472              | 4147                                | 2317                              | 2244                     | 1906                        | 2772                          | 3160 | 55985  |
| Antalya   | 5355             | 6404                     | 7489            | 6858              | 2699                                | 4023                              | 3436                     | 2288                        | 1162                          | 102  | 47649  |
| Ankara    | 1434             | 1602                     | 1089            | 1307              | 2039                                | 833                               | 1151                     | 829                         | 978                           | 773  | 16596  |
| Kocaeli   | 191              | 370                      | 482             | 298               | 991                                 | 666                               | 54                       | 311                         | 184                           | 235  | 13256  |
| İzmir     | 673              | 981                      | 516             | 613               | 760                                 | 664                               | 1041                     | 244                         | 506                           | 82   | 8324   |
| Muğla     | 521              | 712                      | 1046            | 344               | 421                                 | 442                               | 304                      | 188                         | 178                           | 16   | 5430   |
| Adana     | 233              | 697                      | 124             | 195               | 302                                 | 120                               | 237                      | 262                         | 139                           | 104  | 3459   |
| Aydın     | 79               | 424                      | 604             | 299               | 133                                 | 492                               | 218                      | 55                          | 52                            | 423  | 3093   |
| Gaziantep | 168              | 208                      | 167             | 144               | 256                                 | 93                                | 92                       | 219                         | 88                            | 109  | 2198   |
| Bursa     | 171              | 114                      | 160             | 111               | 279                                 | 73                                | 353                      | 31                          | 70                            | 116  | 1998   |

**Kaynak:** Kaya, S., Yıldırım, H.H., Karsavuran, S., Özer, Ö., Şencan, İ., Aydın, D. (2013). *Türkiye Medikal Turizm Değerlendirme Raporu 2013*. Türkiye Cumhuriyeti Sağlık Bakanlığı Sağlık Hizmetleri Genel Müdürlüğü Sağlık Turizmi Daire Başkanlığı.

Türkiye'ye gelen medikal turistlerin en çok İstanbul'u tercih ederken en fazla göz hastalıkları konusunda geldiği görülmektedir. Türkiye'de İstanbul'dan sonra, medikal turistlerin en fazla tercih ettiği il ise, en önemli turizm merkezlerinden birisi olan, Antalya'dır. Medikal turistlerin Türkiye'ye bıraktığı gelir ise Tablo-6'da gösterilmiştir.

**Tablo 6:** Medikal turizm-2012 yılı kamu ve özel sektör tahmini gelirleri

| Medikal Turizm | Hasta Sayısı | Hasta Başına Gelir<br>USD | Toplam Gelir<br>USD |
|----------------|--------------|---------------------------|---------------------|
| <b>Kamu</b>    | 14.766       | 9.000                     | 132.894.000         |
| <b>Özel</b>    | 154.696      | 12.000                    | 1.856.352.000       |

**Kaynak:** Kaya, S., Yıldırım, H.H., Karsavuran, S., Özer, Ö., Şencan, İ., Aydın, D. (2013). *Türkiye Medikal Turizm Değerlendirme Raporu 2013*. Türkiye Cumhuriyeti Sağlık Bakanlığı Sağlık Hizmetleri Genel Müdürlüğü Sağlık Turizmi Daire Başkanlığı.

Türkiye'ye gelen medikal turistler yaklaşık olarak 2 milyar dolar düzeyinde bir gelir akımı oluştururken, kişi başı özel hastanelere 12 bin dolar, kamu hastanelerine ise 8 bin dolar harcadığı görülmektedir. Ayrıca, medikal turizme hizmeti sunan hastanelerden edinilen verilere göre bir medikal turist konaklama, ulaşım, refakatçi masrafları hariç ortalama 8 bin dolar harcamaktadır (TÜSİAD, 2009, s.15).

Türkiye 2023 turizm stratejisinde turizm çeşitlendirmesi üzerine vurgu yapılmaktadır. Turizm çeşitlendirmesi içinde medikal turizm önemli turizm türlerinden birisini oluşturmaktadır. Ayrıca 2014-2018 yıllarını kapsayan 10.Kalkınma planında sağlık turizminin geliştirilmesi programı adı altında bir başlık bulunmaktadır. Bu program çerçevesinde Türkiye'nin dünyada ilk beş destinasyon arasına girmesi, 750 bin hastanın tedavi edilmesi ve medikal turizmden 5,6 milyar dolarlık bir gelir elde edilmesi hedeflenmektedir. Yükselen bir pazar konumunda olan sağlık turizminden Türkiye'nin 2018 yılında gelirinin üç katı artacağı, 2023 yılında ise 20 milyar dolar gelir elde edeceği tahmin edilmiştir (SATURK, 2016).

Son yıllarda medikal turizm gelirinden önemli bir pay alan Türkiye için 3S (Sea, Sun, Sand) dışında bir "S" (Surgery) daha eklendiği ifade edilmiştir (Tütüncü vd., 2011, s.91). Medikal turizm için yapılan alt ve üst yapı çalışmaları, sağlık kuruluşlarının yapmış olduğu çalışmalar, yabancı hasta departmanlarının kurulması, Sağlık Bakanlığının yapmış olduğu atılımlar eşliğinde Türkiye'nin medikal turizmden elde edeceği gelirin her geçen gün artma eğiliminde olması beklenmektedir. Fakat Türkiye'nin medikal turizmde pazarlama ve tanıtım çalışmalarının yeterince yapılamaması, bürokratik işleyişin yavaş olması, dil ve iletişim konularında yaşanan sorunlar, medikal turizme destek veren kamu ve özel kurumlar arasında yaşanan koordinasyonsuzluklar gibi bazı zayıf yönleri de bulunmaktadır (İçöz, 2009, s.2274; Kiremit, 2008, s.57; Demirer, 2010, s.49-50; Khafizova, 2011, s.90-91; Kostak, 2007, s.154; TÜSİAD, 2009; Omay ve Cengiz, 2013, s.429; Deloitte, 2012, s.41; Gülen ve Demirci, 2012, s.158). Türkiye'nin medikal turizm pazarından yeterli payı alabilmesi ve kalkınma planları hedeflerine ulaşabilmek için Türkiye'de medikal turizm alanındaki mevcut durumunun ortaya çıkarılması, sorunların belirlenmesi ve önerilerin oluşturulması gerekmektedir.

### Yöntem

Bu çalışma, Türkiye için önem arz eden ve alternatif turizm türünden birisi olan medikal turizmde yaşanan sorunların belirlenmesi, Türkiye'nin medikal turizmde mevcut durumunun ortaya çıkarılması, medikal turizmin gelişimi için gerekli önerilerde bulunarak devlet, özel sektör ve turizm yatırımcılarının dikkatini çekmek amacıyla yapılmıştır. Bu amaçla çalışmanın modeli tarama modelidir. Tarama modeli geçmişte olan veya hali hazır durumda var olan bir durumu betimlemeyi amaçlayan araştırma yaklaşımı olarak ifade edilmektedir (Karasar, 2011, s.77). Araştırmada durum betimlenmesi amacıyla anket geliştirilmiştir. Çalışmanın amacına uygun olarak hazırlanan anket için konuyla ilgili uzmanların görüşlerinden, Binler (2015), Heung vd. (2011), Ricafort (2011), Khafizova (2011), Yalçın (2006), Akdu (2009), Woo ve Schwartz (2014), Kazemi (2007) çalışmalarından yararlanılmıştır. Türkiye'deki özel hastanelerin medikal turizmde daha ön planda olması ve özel hastanelere olan medikal turist talebinin daha fazla olması sebebiyle çalışmanın evrenini Sosyal Güvenlik Kurumuna kayıtlı tüm özel hastaneler oluşturmaktadır.

Çalışmanın evreni toplamda 542 adet özel hastane olarak belirlenmiştir. Araştırmada tam sayım yöntemi uygulanmıştır. Araştırma dahilinde tüm hastanelere posta ve mail yoluyla, yüz yüze görüşme yoluyla ve telefonla iletişime geçilmiştir. Fakat hastanelerden dönüş oranı %38 (206 adet anket) olarak sonuçlanmıştır. Çalışmada 206 adet özel hastaneden alınan bilgiler doğrultusunda veriler düzenlenmiş ve analize geçilmiştir. Altunışık vd. (2002, s.59) tarafından yapılan çalışmada 30'dan büyük ve 500 den küçük örnek büyüklükleri, birçok araştırma için yeterli olduğu ifade edilmiştir.

Ayrıca araştırma için geliştirilen anketin son sorusu açık uçlu soru olduğundan bu soruya içerik analizi uygulanmıştır. İçerik analizi belirli kurallar dahilinde kodlamalar ile veriler içindeki sözcüklerin daha küçük içerik kategorisiyle özetlendiği sistematik bir teknik olarak tanımlanmaktadır (Sert vd., 2012, s.353). Açık uçlu sorulan anket sorusuna 123 özel hastane yöneticisi cevap vermiştir. Hastane yöneticilerinin kullandıkları ifadeler için sıklık sayımı yapılmış, ulaşılan temalar ise gruplandırılıp sayısal hale getirilerek yorumlanmıştır. Araştırmaya katılan hastane yöneticilerinin vermiş oldukları cevapların sayımları araştırmanın güvenilirliği açısından 3 defa tekrar edilerek yapılmıştır.

Çalışmanın amacı doğrultusunda geliştirilen araştırma soruları şu şekilde özetlenebilir.

**Araştırma Sorusu 1:** Türkiye'de medikal turizmde mevcut durum (medikal turizm faaliyetlerinin uygulanması durumu, medikal turizmin gelişimine olumsuz etki eden unsurlar, medikal turistlerin hastane seçim kriterleri) nedir?

**Araştırma Sorusu 2:** Medikal turizmde yaşanan sorunlar ve çözüm önerileri nelerdir?

**Araştırma Sorusu 3:** Özel hastanelerin (genel ve dal) medikal turizmin gelişimi konusundaki önerileri nelerdir?

### **Çalışmanın Bulguları**

Araştırmada anketin güvenilirliğini ölçmek için Cronbach's Alpha katsayısı kullanılmıştır. Cronbach's Alpha testine göre anketin güvenilirliği 0,855 olarak belirlenmiştir. Güvenirlilik katsayısının almış olduğu değere göre ölçeğin yüksek derecede güvenilir olduğu söylenebilir. Türkiye genelinde araştırmaya katılan hastanelerin bulunduğu iller aşağıdaki tablo-7'de gösterilmektedir.

**Tablo 7:** Hastanelerin buldukları iller

| İller      | Hastanelerin Buldukları İller |      |
|------------|-------------------------------|------|
|            | n                             | %    |
| İstanbul   | 52                            | 25,2 |
| Antalya    | 21                            | 10,2 |
| Ankara     | 20                            | 9,7  |
| Adana      | 14                            | 6,8  |
| Gaziantep  | 9                             | 4,4  |
| Kayseri    | 8                             | 3,9  |
| İçel       | 8                             | 3,9  |
| İzmir      | 7                             | 3,4  |
| Bursa      | 6                             | 2,9  |
| Muğla      | 6                             | 2,9  |
| Diyarbakır | 6                             | 2,9  |
| Hatay      | 6                             | 2,9  |
| Sakarya    | 4                             | 1,9  |
| Şanlıurfa  | 4                             | 1,9  |
| Kocaeli    | 4                             | 1,9  |
| Malatya    | 3                             | 1,5  |
| Manisa     | 3                             | 1,5  |
| Denizli    | 3                             | 1,5  |
| Konya      | 2                             | 1    |

|               |            |              |
|---------------|------------|--------------|
| Balıkesir     | 2          | 1            |
| Van           | 2          | 1            |
| Batman        | 2          | 1            |
| Osmaniye      | 2          | 1            |
| Elazığ        | 2          | 1            |
| Çorum         | 2          | 1            |
| Adıyaman      | 1          | ,5           |
| Çanakkale     | 1          | ,5           |
| Erzurum       | 1          | ,5           |
| Eskişehir     | 1          | ,5           |
| Kırşehir      | 1          | ,5           |
| Kahramanmaraş | 1          | ,5           |
| Rize          | 1          | ,5           |
| Karaman       | 1          | ,5           |
| <b>Toplam</b> | <b>206</b> | <b>100,0</b> |

Araştırmaya katılan hastanelerin buldukları iller incelendiğinde en fazla katılım gösteren illerin İstanbul, Ankara, Antalya, Adana ve Gaziantep olduğu görülmektedir.

**Tablo 8:** Araştırmaya katılan hastane yöneticilerinin görev dağılımları

| Araştırmaya Katılan Yöneticilerin Görevleri                 |            |              |
|---|------------|--------------|
| Görevler  | n          | %            |
| Yönetici Hekim (Başhekim)                                   | 62         | 30,0         |
| Hastane Müdürü  | 56         | 27,2         |
| Uluslararası Hasta Koordinatörleri (Sorumluları, müdürleri) | 50         | 24,3         |
| Uluslararası Pazarlama Koordinatörleri                      | 38         | 18,5         |
| <b>Toplam</b>   | <b>206</b> | <b>100,0</b> |

Araştırmaya katılan yöneticilerin hastane içinde almış oldukları görevler incelendiğinde %30'luk oranla en çok yönetici hekimlerin çalışmaya katıldığı gözlemlenmiştir. Diğer yöneticilerin yüzdeleri incelendiğinde %27,2'sinin hastane müdürü, %24,3'ünün uluslararası hasta koordinatörü ve %18,5'inin uluslararası pazarlama koordinatörü olduğu gözlemlenmiştir.

**Tablo 9:** Medikal turizm faaliyetlerinin uygulanma oranları

| SORULAR  | n   | Evet  | Hayır |
|--|-----|-------|-------|
| Hastanenizi, "medikal turizm alanında faaliyet gösteren bir kurum" olarak tanımlayabilir misiniz?  | 206 | %80,6 | %19,4 |
| Hastanenize medikal turizm kapsamında, medikal turist geliyor mu?  | 206 | %82   | %18   |
| Hastanenizde medikal turistlerle ilgilenmek üzere oluşturulmuş bir uluslararası hasta departmanı ve/veya görevlendirilmiş bir personel bulunuyor mu?   | 206 | %76,2 | %23,8 |
| Hastanenize gelen medikal turistlerle iletişim kurmak için hastanenizde yeterli sayıda yabancı dil eğitimi olan personel bulunuyor mu?   | 206 | %75,2 | %24,8 |
| Hastanenize gelen medikal turistlerle iletişim kurmak için hastanenizin anlaşmalı tercüman (çevirmen) bulunuyor mu?  | 206 | %65   | %35   |
| Hastanenizde medikal turistlerin transferi (Hastaneden havaalanına veya terminale/ havaalanından veya terminalden hastaneye/hastaneden konaklama merkezine vb.) için özel ulaşım imkanı mevcut mu? | 206 | %64,1 | %35,9 |
| Hastanenizde uluslararası pazarlama departmanı bulunuyor mu?   | 206 | %54,9 | %45,1 |
| Hastanenizde sunulan medikal hizmetleri, medikal turistlere paket program eşliğinde mi sunuyorsunuz?   | 206 | %55,3 | %44,7 |
| Hastaneniz medikal turizm ile ilgili olarak aracı kurumlarla (Seyahat Acentesi, şirketler vb.) çalışıyor mu?   | 206 | %61,2 | %38,8 |
| Medikal turist aldığı tedavi sonrası ülkesine döndükten sonra tedavinin devamı konularında medikal turistin ülkesindeki doktorlarla iletişiminiz bulunuyor mu?                                     | 206 | %60,7 | %39,3 |



|   |     |       |       |
|---|-----|-------|-------|
| Hastanenizde medikal turizm amaçlı elektronik sağlık kayıtları kullanılıyor mu?   | 206 | %73,3 | %26,7 |
| Hastaneniz içindeki yönlendirme levhaları ve uyarı işaretleri medikal turistler için anlaşılır şekilde konumlandırılmış mı? | 206 | %70,9 | %29,1 |
| Medikal turiste aldığı tedavi sonrasında (medikal promosyon paketi olarak) gezi, seyahat veya özel turlar sunuluyor mu?     | 206 | %13,1 | %86,9 |
| Hastanenizde engelli medikal turistlerin sağlık hizmetlerinden yararlanması için gerekli düzenlemeler bulunuyor mu?         | 206 | %81,1 | %18,9 |

Araştırmaya katılan özel hastanelerin %80,6'sı kendilerini medikal turizmde faaliyet gösteren kurum olarak tanımlarken %19,4'ü medikal turizm hizmeti vermediklerini ifade etmişlerdir. Medikal turizm kapsamında hasta gelip gelmediğine yönelik sorulara hastanelerin %82'si medikal turizm kapsamında turist geldiğini ifade ederken hastanelerin %18'i medikal turizm kapsamında turist gelmediğini ifade etmiştir. Hastanelerin medikal turistlerle ilgilenmek üzere bir departman veya görevlendirilmiş personel bulundurma durumları incelendiğinde hastanelerin %76,2'si bu konuda bir departman veya görevli personel bulduklarını ifade ederken, %23,8'i medikal turistlerle ilgilenmek üzere görevli bir personel veya bir departman bulundurmadıklarını ifade etmiştir. Hastanelerin %75,2'sinin medikal turistlerle iletişim kurmak için yabancı dil eğitimi olan personel bulduklarını belirlerken; hastanelerin %24,8'inde medikal turistlerle iletişim kurmak için yabancı dil eğitimi olan personel bulunmadığı görülmektedir. Hastanelerin %65'inde medikal turistlerle iletişim kurmak için anlaşmalı tercüman (çevirmen) bulunurken; %35'inde medikal turistlerle iletişim kurmak için anlaşmalı tercüman (çevirmen) bulunmadığı görülmektedir. Medikal turistlerin transfer imkanları konusunda hizmetleri bulunup bulunmadığına yönelik yöneltilen sorulara hastanelerin %64,1'i bu konuda hizmet sağladığını ifade ederken; hastanelerin %35,9'u transfer konusunda hizmet sağlamadıklarını ifade etmiştir. Hastanelerin uluslararası pazarlama departmanları bulunma durumuna yönelik yöneltilen sorulara; hastanelerin %54,9'u uluslararası pazarlama departmanları bulunduğunu ifade ederken; hastanelerin %45,1'i uluslararası pazarlama departmanlarının bulunmadığını ifade etmiştir. Medikal hizmetleri paket bir program olarak sunulma durumuna yönelik yöneltilen sorulara hastanelerin %55,3'ü medikal hizmetleri paket program eşliğinde sunduğunu ifade ederken; hastanelerin %44,7'si medikal hizmetleri paket program eşliğinde sunmadığını ifade etmiştir. Hastanelerin %61,2'si medikal turizmle ilgili olarak aracı kurumlarla çalışırken, hastanelerin %38,8'i medikal turizmle ilgili olarak aracı kurumlarla çalışmadığını ifade etmiştir. Hastanelerin medikal turisti tedavi ettikten sonra medikal turistlerin ülkesindeki doktorlarla iletişim içinde olma durumlarına yönelik yöneltilen sorulara hastanelerin %60,7'si iletişiminin bulunduğunu ifade ederken; hastanelerin %39,3'ü medikal turistlerin ülkesindeki doktorlarla iletişim içinde olmadıklarını ifade etmiştir. Hastanelerin %73,3'ü medikal turizm amaçlı elektronik sağlık kayıtları tuttuğunu ifade ederken; hastanelerin %26,7'si medikal turizm amaçlı elektronik sağlık kayıtlarını tutmadığını ifade etmiştir. Hastanelerin %70,9'u yönlendirme levhaları ve uyarı işaretlerinin medikal turist açısından uygun olduğunu ifade ederken, hastanelerin %29,1'i yönlendirme levhaları ve uyarı işaretlerinin medikal turist açısından uygun olmadığını ifade etmiştir. Hastanelerin medikal turistlere sunmuş olduğu tedavi sonrasında gezi, seyahat ve özel turların bulunma durumuna yönelik yöneltilen ifadelerde hastanelerin %13,1'i tedavi sonrası gezi, seyahat ve özel turlar sunduğunu ifade ederken; hastanelerin %86,9'u bu konuda herhangi bir hizmet sunmadıklarını ifade etmişlerdir. Hastanelerin %81,1'i engelli medikal turistlerin faydalanması için gerekli düzenlemelerin bulunduğunu ifade ederken; hastanelerin %18,9'u engelli medikal turistlerin sağlık hizmetlerinden faydalanması için gerekli düzenlemelerin bulunmadığını ifade etmiştir.

**Tablo 10:** Hastane yöneticilerinin Türkiye’de medikal turizmin gelişimine olumsuz etki eden unsurları değerlendirme durumu

| İfadeler                         | n   | Ortalama | S.Sapma |
|----------------------------------|-----|----------|---------|
| Tanıtım Eksikliği                | 206 | 3,26     | 1,23    |
| Olumsuz Ülke İmajı               | 206 | 3,12     | 1,17    |
| Dil ve İletişim Problemleri      | 206 | 3,07     | 1,28    |
| Nitelikli Personel Eksikliği     | 206 | 2,91     | 1,13    |
| Talep Yetersizliği               | 206 | 2,91     | 0,97    |
| Finansman Sorunları              | 206 | 2,80     | 1,20    |
| Yasa ve Yönetmelikler            | 206 | 2,69     | 1,09    |
| Fiziki Alt Yapı Yetersizliği     | 206 | 2,60     | 1,14    |
| Teknolojik Alt Yapı Yetersizliği | 206 | 2,33     | 1,09    |

Araştırmaya katılan özel hastanelerin Türkiye’de medikal turizmin gelişimine olumsuz etki eden unsurları değerlendirme durumu incelendiğinde tanıtım eksikliği konusu 3,26 ortalama ile ilk sırada etki eden unsur olarak değerlendirilirken; olumsuz ülke imajı 3,12 ortalama ile ikinci sırada etki eden unsur olarak değerlendirilmiştir. Medikal turizmin gelişimine en az olumsuz etki eden unsur ise 2,33 ortalama ile teknolojik alt yapı yetersizliği ifadesi olmuştur.

**Tablo 11:** Medikal turistlerin hastane seçim kriterlerinin/faktörlerin değerlendirilmesi

| İfadeler  | n   | Ortalama | S.Sapma |
|---|-----|----------|---------|
| Hizmet Kalitesi   | 206 | 4,12     | 0,86    |
| Daha Önceki Hasta Tavsiyeleri                             | 206 | 3,97     | 1,07    |
| Hekimlerin Ünü ve Tıbbi Personelin Kalitesi               | 206 | 3,94     | 0,97    |
| Gelişmiş Tıbbi Teknolojiye Sahip Olunması                 | 206 | 3,92     | 1,02    |
| Fiziki Alt Yapı   | 206 | 3,77     | 1,07    |
| Hastanenin Ünü  | 206 | 3,67     | 1,07    |
| Tedavi İçin Bekleme Süresinin Olmaması                    | 206 | 3,67     | 1,23    |
| Medikal Turistlerle İlgilenen Ayrı Bir Departmanın Olması | 206 | 3,27     | 1,37    |
| Tedavi Masraflarının Düşük Olması                         | 206 | 3,16     | 1,09    |

Araştırmaya katılan özel hastane yöneticilerine medikal turistlerin hastanelerini tedavi için tercih etmelerine etki eden faktörlerin önem derecesini belirtmeleri istenmiştir. “Hizmet kalitesi” ifadesi hastane yöneticileri tarafından 4,12’lik ortalama ile ilk sırada derecelendirilmiştir. “Daha önceki hasta tavsiyeleri” 3,97 ortalama ile ikinci sırada yer alırken; “Hekimlerin ünü ve tıbbi personelin kalitesi” 3,94 ortalama ile üçüncü sırada derecelendirilen ifade olmuştur. “Tedavi masraflarının düşük olması” ifadesi ise 3,16 ortalama ile özel hastane yöneticileri tarafından son sırada (3,16) derecelendirilmiştir.

**Tablo 12:** Hastanede medikal turistlere sunulan hizmetler konusunda yaşanan sorunlar

| Sorunlar   | n   | Ortalama | S.Sapma |
|--|-----|----------|---------|
| Sağlık mevzuatı sorunları  | 206 | 2,34     | 1,09    |
| Mali destek (Devletten) eksikliği (yetersizliği)                                       | 206 | 2,32     | 1,26    |
| Nitelikli personel sorunu  |     | 2,15     | 1,05    |
| Tutundurma faaliyetlerinin (reklam, tanıtım, broşür, dergi, internet vb.) yetersizliği | 206 | 2,05     | 0,93    |
| Finansman sorunu   | 206 | 2,02     | 0,83    |
| Medikal turistler veya aracı kurumlarla dil ve iletişim problemleri                    | 206 | 1,94     | 1,04    |
| Fiziki alt yapı yetersizliği   | 206 | 1,73     | 0,90    |
| Rehabilitasyon Hizmetleri Sorunu   | 206 | 1,72     | 0,83    |
| Yönetim Hizmetleri Sorunu  | 206 | 1,72     | 0,87    |
| Teknolojik Altyapı Yetersizliği  | 206 | 1,67     | 0,88    |
| Destek hizmetler (Güvenlik, temizlik, ulaştırma, laboratuvar,                          | 206 | 1,62     | 0,85    |

|  |     |      |      |
|--|-----|------|------|
| ikram, mobil sağlık hizmetleri vb.) sorunu             |     |      |      |
| Acil hizmetler (ambulans, teknik olanaklar vb.) sorunu | 206 | 1,61 | 0,89 |
| Tedavi Hizmetleri Sorunu                               | 206 | 1,57 | 0,78 |

Hastane yöneticilerinin medikal hizmetler konusunda yaşanan sorunlara vermiş oldukları cevaplar incelendiğinde 2,34'lük ortalama ile sağlık mevzuatları konusu ilk sırada yer alan sorun iken; 2,32 ortalama ile Mali destek (Devletten) eksikliği (yetersizliği) konusu yöneticiler tarafından ikinci sırada değerlendirilen sorun olmuştur. En düşük sorun olarak ise 1,57 ortalama ile tedavi hizmetleri konusunda gözlemlenmiştir.

**Tablo 13:** Sıralanmış ifade sıklık listesi

| İfadeler  | n          | %          |
|---|------------|------------|
| Tanıtım Yapılmalı   | 57         | 31,6       |
| Ortak ücret tarifesi oluşturulmalı                        | 21         | 11,7       |
| Akreditasyona önem verilmeli                              | 21         | 11,7       |
| Vize kolaylığı sağlanmalı                                 | 17         | 9,4        |
| Medikal turizm konusunda devlet politikası geliştirilmeli | 13         | 7,2        |
| Devlet Teşviki sağlanmalı                                 | 12         | 6,7        |
| Nitelikli eleman yetiştirilmeli                           | 10         | 5,6        |
| Alt yapı gelişimi sağlanmalı                              | 6          | 3,3        |
| Yabancı dil bilen personel olmalı                         | 6          | 3,3        |
| Yurt dışı kanallarla çalışma olmalı                       | 4          | 2,2        |
| Medikal turizmle ilgilenen derneklerin aktif olması gerek | 2          | 1,1        |
| Yurt içi medikal acenteler olması                         | 2          | 1,1        |
| Devlet ve özel sektör işbirliği sağlanmalı                | 2          | 1,1        |
| Ulaşım imkanları genişletilmeli                           | 2          | 1,1        |
| Ülkede huzur ortamı olmalı                                | 2          | 1,1        |
| Bölgesel Branşlaşma olmalı                                | 1          | 0,6        |
| Paket Fiyatlarının Düşürülmesi                            | 1          | 0,6        |
| Medikal turizm konusunda Eğitim verilmeli                 | 1          | 0,6        |
| <b>Toplam</b>   | <b>180</b> | <b>100</b> |

Çalışma kapsamında yöneticilere açık uçlu soru olarak medikal turizmin geliştirilmesi konusunda önerilerinin ne olduğu sorulmuştur. Yapılan içerik analizi sonucuna göre yaptıkları önerilerin ilk sırasında %31,6'lık oranla tanıtım yapılması önerisi yer almaktadır. Ortak ücret tarifesi oluşturulması ve akreditasyon konusuna önem verilmesi önerileri aynı yüzdelik oranla (%11,7) ikinci sırayı paylaşan öneriler olarak karşımıza çıkarken; %9,4'lük payla vize kolaylığı sağlanması konusu üçüncü sıradaki öneri olarak belirlenmiştir. Yapılan içerik analizi sonucunda yapılan sıklık sayımında en düşük yüzdeyi ise (%0,6) bölgesel branşlaşma, paket fiyatlarının düşürülmesi ve medikal turizm konusunda eğitim verilmesi önerileri olarak belirlenmiştir.

### Sonuç ve Öneriler

Türkiye'de turizmi tüm yıla yaymak, turizm gelirlerini ve turist sayısını artırmak için üzerinde durulan önemli konulardan birisi turizm çeşitlendirmesidir. Turizm çeşitlendirmesi içinde en önemli başlıklardan birisini sağlık turizmi çeşitlerinden birisi olan medikal turizm oluşturmaktadır. T.C Kalkınma Bakanlığının yapmış olduğu 2014-2018 yıllarını kapsayan 10. kalkınma planında, diğer kalkınma planlarından farklı olarak bir turizm türüne yönelik olarak sağlık turizmi geliştirme programı oluşturulmuştur. Bu program çerçevesinde medikal turizme yönelik olarak dünyada ilk beş destinasyon arasına girilmesi, 750 bin yabancı hasta tedavi edilmesi ve medikal turizmden 5,6 milyar dolarlık bir gelir elde edilmesi amaçlanmıştır. Son yıllarda medikal turizmin Türkiye ekonomisine olumlu katkıları ve hızlı bir gelişim

göstermesi “3S” ten (Sea, sand, sun) sonra 4S (Sea, sand, sun, *surgery*) kavramını gündeme getirmiştir. Medikal turizm için konulan hedeflere ulaşabilmek için medikal turizmin mevcut durumunun belirlenmesi, sorunların ortaya çıkarılması ve gerekli önerilerin oluşturulması çalışmanın ana amacını oluşturmaktadır.

Bu amaçla yapılan çalışmada özel hastanelerin %80,6’sı kendilerini medikal turizmde faaliyet gösteren bir kurum olarak tanımlamış ve %82’si ise medikal turist geldiğini belirtmişlerdir. Buradan hareketle hastanelerin birçoğunda medikal turizm anlayışının olduğu ifade edilebilir. Hastanelerin %76,2’si uluslararası hasta departmanı veya bu konu ile ilgili bir personel olduğunu belirtmişlerdir. Hastanelerde bu konuda ilgili personel Sigorta süreçleri, her türlü rezervasyon süreçleri, tedavi süreçleri ve tedavi hizmeti konusundaki süreçler, hastalara anadilinde hizmet sunulması süreci, medikal turistin ülkesine döndükten sonra tedavi sonrası takip süreçleri gibi birçok hizmet sunmaktadırlar. Bu da medikal turiste güven sağlayan ve hizmet kalitesini artıran bir konudur. Medikal turizme hizmet sunan tüm hastanelerin bu tür departmanları oluşturması hastaneler için önem arz etmektedir. Araştırmaya katılan hastanelerin medikal turistlerle iletişim kurmak için yeterli sayıda yabancı dil eğitimi olan personel bulundurma durumu %75,2 olarak ifade edilirken anlaşmalı tercüman bulunması durumu ise %65 olarak ifade edilmiştir. Medikal turizm hizmeti sunabilmek ve bu turizm türünün geliştirilmesi için yabancı dil bilen personel konusu önem arz etmektedir. Bu konuda hastaneler medikal turizmde daha etkin hizmet sunabilmek ve pazar payını artırabilmek amacıyla tüm personeline hizmet içi eğitimler veya eğitim kurumları ile anlaşmalar eşliğinde dil eğitimi almalarını sağlamaları önerilebilir.

Araştırmaya katılan hastanelerin yaklaşık yarısı (%54,1’i) uluslararası pazarlama departmanı bulunduğunu belirtmişlerdir. Medikal turizmin gelişimi altında yatan en önemli faktör sağlık hizmetlerinin ticarileşmesidir. Medikal turizmde hizmet sunan hastanelerin bu tür departmanlar kurarak yurt dışı pazarlama çalışmalarına ağırlık verilmesi gerekmektedir. Bu tür pazarlama departmanları sayesinde hedef pazarları incelemeli, medikal fuarlara katılım için araştırmalar yapmalı, pazar paylarının artması için daha etkin tutundurma faaliyetlerini yapması gerekmektedir. Araştırmaya katılan hastanelerde sunulan medikal hizmetleri, medikal turistlere paket program eşliğinde sunma durumu hastanelerin %55,3 ‘lük kısmında yapılmaktadır. Bu çalışmalara diğer alternatif turizm türlerinin de entegre edilerek paket programlara eklenerek sunulması sağlanabilir. Bu tür oluşturulan paketlerin diğer alternatif turizm türlerini kapsayıp Türkiye’nin tüm turizm türlerinde aktif olduğunun görülmesi açısından uzman ekiplerce düzenlenmesi gerekmektedir. Hastanelerin %70,9’luk kısmı hastane içindeki yönlendirme levhaları ve uyarı işaretlerini medikal turistler için anlaşılır şekilde konumlandığını ifade etmişlerdir. Bu konuda gerekirse birkaç dilde medikal turist anlayacağı şekilde yönlendirme levhalarını kullanması karışıklığın önlenmesi, herhangi bir tehlike anında tahliyenin kolayca sağlanması gibi konularda önem arz etmektedir. Araştırmaya katılan hastanelerin %73,3’lük kısmı medikal turizm amaçlı elektronik sağlık kayıtları tuttuğunu belirtmişlerdir. Gerekli istatistiklerin üretilmesi, yorumlanması ve analiz edilmesi, gerekli politikaların üretilmesi amacıyla medikal turizme hizmet sunan tüm hastanelerin gerekli bilgileri kayıt altına alması gerekmektedir.

Araştırmaya katılan hastanelerin %13,1’lik kısmı medikal turiste aldığı tedavi sonrasında (medikal promosyon paketi olarak) gezi, seyahat veya özel turlar sunduğunu belirtmiştir. Genel olarak bu oran çok düşük seviyededir. Sağlık Bakanlığı, Kültür ve Turizm Bakanlığı ve TÜRSAB ortak çalışmaları eşliğinde medikal turizmin diğer turizm türleri ile entegre olarak Türkiye’nin doğal, kültürel ve tarihi kaynaklarının tanıtılması ve bunu hasta ve hastanın refakatçisine gezi ve seyahat imkanlarıyla sunulması Türkiye’nin tanıtımı açısından önemli bir adım olacaktır. Ayrıca medikal turizm konusunda uzmanlaşan acentelerin kurulması ve yasal mevzuatının oluşturulması yönünde adımlar hızlandırılmalıdır.

Araştırma dahilindeki hastanelerin Türkiye’de medikal turizmin gelişimine olumsuz etki eden unsurları değerlendirmeleri istenmiştir. Hastane yöneticilerinin vermiş oldukları cevaplarda tanıtım eksikliği (3,26 ortalama), olumsuz ülke imajı (3,12 ortalama) ve dil ve iletişim problemleri (3,07) konusu hastane yöneticileri tarafından olumsuz etki eden unsurlar arasında ilk üç sırayı oluşturmuştur. Tanıtım eksikliği konusunun ilk sırada yer alması medikal turizm açısından önemli bir eksiktir. Bu konuda Ekonomi Bakanlığı tarafından 2015-8 Sayılı Döviz Kazandırıcı Hizmet Ticaretinin Desteklenmesi Hakkında Karar’a göre sağlık turizmi konusunda sağlanan tanıtım teşviklerden hastanelerin faydalanması, özel hastanelerin yurt dışı tanıtım ofisleri kurması, yurt dışından medikal turist getirilmesi için aracı kurumlarla çalışılması, internetin aktif bir şekilde kullanılması, Kültür Turizm Bakanlığı tarafından hedef pazarlarda medikal turizm ile ilgili şubeler kurulması vb. gibi tanıtım çabaları önerilebilir. Son yıllarda Ortadoğu’da yaşanan terör ve savaş gibi olayların Türkiye sınırlarına yakın konumda olması, yurt dışında Türkiye adına yapılan olumsuz propagandalar nedeniyle hastane yöneticileri olumsuz ülke imajı konusunu vurgulamış olabilirler. Türkiye yapacağı tanıtım faaliyetleri ve sunacağı hizmetlerle yurt dışında Türkiye konusunda olan ve olabilecek olumsuz yargıları yıkmaya çalışmalıdır. Yabancı dil ve iletişim problemlerinin medikal turizmde faaliyet gösteren hastanelerde olmaması gerekmektedir. Ayrıca medikal turistlerin alacağı hizmetlerde kalite algısını daha da yükseltebilmek amacıyla kültürel farklılıkları göz önünde bulundurarak hizmet içi eğitimler yoluyla hastane çalışanlarına beden dili konusunda eğitimler verilmelidir.

Çalışmada medikal turistlerin tedavi için hastaneyi tercih etme faktörlerinin önem derecesini belirlemek için hastane yöneticilerine soru yöneltilmiştir. En yüksek ortalamanın hizmet kalitesi konusunda olduğu görülmüştür. Tedavi süreçlerinin tümünde sunulan hizmetlerin kalitesi bir medikal turist için vazgeçilmez bir unsurdur. Yöneticilerin medikal turistlerin hizmet kalitesi bakımından hastanelerini tercih ettiğini belirtmesi Türkiye’deki hastanelerin medikal turizm konusunda önemli bir seviyede olduklarını göstermektedir. Ayrıca hizmet kalitesi konusunda hastane yöneticilerinin uluslararası alanda geçerli olan akreditasyon belgelerini alması önem arz etmektedir. Uluslararası alanda olan bir akreditasyon belgesi alınacak hizmetlerin standardı ve kalitesi hakkında belirleyici olmaktadır. Bu da hastane tercihlerinde medikal turistin seçim kararını etkileyecek bir faktördür.

Medikal turistlerin hastaneleri tercihinde ikinci sırayı 3,97 ortalama ile daha önceki hasta tavsiyelerinin oluşturması hastanelerin sunmuş oldukları hizmetlerde medikal turistin ülkesine olumlu bir deneyimle döndüğünü göstermektedir. Olumlu deneyimle dönen bir medikal turist kulaktan kulağa pazarlama yoluyla Türkiye’nin tanıtımına katkı sağlayacaktır.

Hastane yöneticilerine, medikal turistlere sunulan hizmetler konusunda yaşanan sorunların önem derecesinin ne olduğu sorulmuştur. Genel olarak bakıldığında yöneticilerin medikal hizmetler konusunda yaşanan problemleri düşük ve düşüğe yakın ortalama ile cevapladıkları görülmektedir. Hastane yöneticileri Sağlık mevzuatı konusunu özel hastanelerin yaşadıkları sorunlar arasında diğer sorunlar içinde daha yüksek ortalama ile belirlemiştir. Bu konuda medikal turizmin gelişimi için Bakanlıkların ortak çalışmalarıyla kapsamlı mevzuatların oluşturulması ve uygulanması gerekmektedir.

Hastane yöneticilerine medikal turizmin gelişimi için önerilerinin ne olduğu açık uçlu bir soru olarak yönlendirilmiştir. Hastane yöneticilerinin kullandıkları ifadeler içerik analizine tabi tutularak sıklık sayımı yapılmıştır. Türkiye’de medikal turizmin geliştirilmesi için yapılan önerilerden en fazla geçen kelime tanıtım (%31,6), ortak ücret tarifesi (%11,7) ve akreditasyon (%11,7) konusunda yapılmıştır. Çalışma için sorulan bir diğer soruda medikal turizmin gelişimine olumsuz etki eden faktörlerin değerlendirilmesi istendiğinde araştırmaya katılan özel hastanelerin vermiş oldukları cevaplarda tanıtım eksikliği vurgulanmıştır. İçerik

analizinde de tanıtım önerisi ilk sırada yer almaktadır. Medikal turizmde bir ülkenin sunmuş olduğu olanaklar için tanıtımının yapılması büyük önem arz etmektedir. Bu konuda medikal turizm konusunda tüm paydaşların etkin tanıtım politikaları için desteği gerekmektedir. Medikal turizme hizmet sunan hastanelerin yurt dışında yapılan medikal turizm konulu fuarlara etkin bir şekilde katılması, yurt dışında tanıtım ofisleri kurması, hedef alınan pazarlarda özellikle Türkiye'ye genel olarak hastaların en yoğun olarak geldiği pazarlarda (Almanya, Libya ve Rusya vs.) etkin tutundurma faaliyetleri yapması gerekmektedir. Ayrıca diğer hedef pazarlar da seçilerek Türkiye'nin aktif tanıtımının yapılması gerekmektedir. tanıtım faaliyetlerinde medikal turizme ek olarak diğer turizm türlerinde de entegrasyon çalışmalarını yaparak Türkiye'nin turizm faaliyetleri bakımından potansiyeli ön plana çıkarılmalıdır.

Ortak ücret tarifesi ve akreditasyon konusundaki öneriler ise ikinci sırada sunulan önerilerdir. Medikal turizmde sunulan hizmetlerin ve hizmet kalemleri içindeki işlemlerin sağlık bakanlığı ve özel hastaneleri temsilen bir kuruluşun ortak çalışmaları sayesinde taban ve taban fiyatları konusunda belirlemeler yapılmalı ve denetimi de yapılmalıdır. Uluslararası anlamda hizmetin kalitesi konusunda belirleyici bir faktör olan akreditasyon konusu medikal turizmde hizmet sunan tüm hastaneler tarafından dikkat edilmesi gereken bir unsurdur. Medikal turistlerin sağlık kuruluşunun verdikleri hizmetlerin kalitesinden emin olmasının sebeplerinden birisi akreditasyon konusudur. Bu nedenle medikal turizm gelirinden daha fazla pay alabilmek ve medikal turist sayısının artırılabilmesi gibi amaçlarla özel hastanelerin teşvik edilerek akreditasyon alması için çalışmalar yapılmalıdır. Ayrıca vize kolaylığı sağlanması önerisi ise %9,4'lük ortalama ile dördüncü sıradaki öneri olarak belirlenmiştir. Vize muafiyeti ile ilgili olarak ülkeler arası ikili anlaşmalar konusunda çalışmalar artırılmalı ve medikal turizm konusunda e-vize uygulamasına geçiş hızlandırılmalıdır.

Bu makale çalışması ile Türkiye'nin medikal turizmde olan mevcut durumu betimlenmeye çalışılmıştır. Dünya nüfusunun giderek artması, gelişmiş ülkelerin sağlık harcamalarını indirmek amacıyla yurt dışı tedavi olanaklarını araştırması, tedavi masraflarının bazı ülkelerde düşük olması, ileri teknoloji vb. gibi nedenlerle dünyada medikal turizmin gelişeceği açıktır. Dünya medikal turizm pazarından önemli bir pay alabilmek için medikal turizme hizmet sunan tüm paydaşların gelişim için ortak hareket etmeleri ve medikal turizmde ülke politikası oluşturup bu kapsamda ilerlemeleri gerekmektedir. Medikal turizmde rakip ülkelerin stratejileri takip edilmeli ve Türkiye'nin dünyada ilk beş destinasyon arasına girmesi için etkin adımlar atılmalıdır. Avrupa'da yaşlı nüfusun artmasına paralel olarak sağlık turizminin diğer kolları olan ileri yaş ve engelli turizminden turist ağırlayabilmek ve tedavi etmek için hastanelerin geriatri bölümleri kurması yönünde çalışmalar yapması gerekmektedir.

İlerde yapılacak çalışmalarda medikal turist kabul eden illerin medikal turizmde karşılaştırılması, ayrıca Türkiye'ye medikal turizm kapsamında gelen medikal turistlerin görüşlerinin, memnuniyet düzeylerinin, istek ve önerilerinin belirlenmesi üzerine çalışmalar yapılması medikal turizm sektörü açısından literatüre bir başka katkı sağlayacaktır.

### Kaynakça

- Akdu, S. (2009). *Sağlık turizmi kapsamında medikal turizm ve Türkiye'deki uygulamalar üzerine bir araştırma; İstanbul ve Ankara örneği*. (Basılmamış yüksek lisans tezi), Gazi üniversitesi, Ankara.
- Altunışık, R., Coşkun, R., Yıldırım, E., Bayraktaroğlu, S. (2002). *Sosyal bilimlerde araştırma yöntemleri: SPSS uygulamalı, 2.baskı*, Sakarya: Sakarya Kitapevi.
- Alvarez, M.M, Chanda, R., & Smith, R.D. (2011). The potential for bi-lateral agreements in medical tourism: A qualitative study of stakeholder perspectives from the UK and

- India. *Globalization and Health*, Vol:7, Issue:1, 1 Eylül 2014 tarihinde <http://www.globalizationandhealth.com/content/7/1/11>, adresinden alınmıştır.
- Anvekar, S.R. (2012). Medical tourism in India: A strategic approach towards effective branding for health care services marketing. *American Journal of Management*, 12(2/3), 108-116.
- Bookman, M.Z., & Bookman, K.R. (2007). *Medical tourism in devoloping countries*. New York: Palgrave Macmillan.
- Binler, A. (2015). *Türkiye'nin medikal turizm açısından değerlendirilmesi ve politika önerileri*. T.C. Kalkınma Bakanlığı, sosyal sektörler ve koordinasyon genel müdürlüğü kalkınma bakanlığı yayınları.
- Buzcu, Z.(2016). *Türkiye'de medikal turizm ve özel hastanelerde bir çalışma*. (Basılmamış doktora tezi). Mersin üniversitesi, Sosyal bilimler enstitüsü, turizm işletmeciliği anabilim dalı. Mersin.
- Cohen, I.G. (2012). How to regulate medical tourism (And why it matters for bioethics), *Developing World Bioethics*, Volume: 12(1), 9–20. DOI:10.1111/j.1471-8847.2012.00317.x.
- Connell, John. (2006). Medical tourism: Sea, sun, sand and surgery. *Tourism Management*, 27, 1093-1100.
- Dawn, S.K., & Pal, S.(2011). Medical tourism in india: Issues, opportunities and designing strategies for growth and development. *International Journal of Multidisciplinary Research*, 1(3), 185-202.
- Deloitte (2012). *Türkiye Sağlık Sektörü Raporu*. 1 Ağustos 2014 tarihinde [http://www.deloitte.com/assets/Dcom-Turkey/Local%20Content/Articles/YASED\\_T%C3%BCrkiye%20Sa%C4%9Fl%C4%B1k%20Sekt%C3%B6r%C3%BC%20Raporu.pdf](http://www.deloitte.com/assets/Dcom-Turkey/Local%20Content/Articles/YASED_T%C3%BCrkiye%20Sa%C4%9Fl%C4%B1k%20Sekt%C3%B6r%C3%BC%20Raporu.pdf) adresinden alınmıştır.
- Demirer, Ö. E. (2010). *Türkiye'de medikal turizm ve geliştirilmesi: örnek bir araştırma*. (Basılmamış yüksek lisans tezi), Balıkesir Üniversitesi, Balıkesir.
- Gülen, K.G., & Demirci, S. (2012). *Türkiye'de sağlık turizmi sektörü*. İstanbul: İstanbul Ticaret Odası Yayınları. Yayın No: 2011-39. 5 Ağustos 2014 tarihinde: <http://www.ito.org.tr/itoyayin/0026604.pdf>, adresinden alınmıştır.
- Han, H., Hwang, J. (2013). Multi-dimensions of the perceived benefits in a medical hotel and their roles in international travelers' decision-making process. *International Journal of Hospitality Management*, 35,100-108.
- Heung, V.C.S., Küçükusta, D., & Song, H. (2011). Medical tourism development in Hong kong: An assessment of the barriers. *Tourism Management*, 32, 995-1005.
- Hudson, S., & Li, X.(R.) (2012). Domestic medical tourism: A neglected dimension of medical tourism research. *Journal of Hospitality Marketing & Management*, 21(3), 227-246. DOI: 10.1080/19368623.2011.615018.
- Iordache, C., Ciochiná, I., & Roxana, P. (2013). Medical tourism- between the content and socio-economic development goals, development strategies, *Romanian Journal of Marketing*, 1, 31-43.
- İçöz, O. (2009). Sağlık turizmi kapsamında medikal (tıbbi) turizm ve Türkiye'nin olanakları. *Journal of Yasar University*, 4(14), 2257-2279.
- Karasar, N. (2011). *Bilimsel araştırma yöntem*. Ankara: Nobel Akademik Yayıncılık Eğitim Danışmanlık Tic. LTD.ŞTİ.
- Kaya, S., Yıldırım, H.H., Karsavuran, S., Özer, Ö., Şencan, İ., & Aydın, D. (2013). *Türkiye medikal turizm değerlendirme raporu 2013*. Türkiye Cumhuriyeti sağlık bakanlığı sağlık hizmetleri genel müdürlüğü sağlık turizmi daire başkanlığı.
- Kazemi, Z. (2007). *Study of the effective factors for attracting medical tourism in Iran*. Unpublished Master Thesis. Lulea University of Technology, Sweden.

- Khafizova, L. (2011). *Medikal turizmin gelişmesinde seyahat işletmelerinin önemi ve Türkiye'deki durum*. (Basılmamış yüksek lisans tezi), İstanbul üniversitesi, İstanbul.
- Kiremit, A.Ş. (2008). *Turizmin gelişiminde bir alternatif olarak medikal turizm: bir sağlık kuruluşunda araştırma*. (Basılmamış yüksek lisans tezi), Gazi üniversitesi, Ankara.
- Kostak, D. (2007). *Turizm hareketleri (Türkiye örneği üzerinden sağlık turizmi)*. (Basılmamış yüksek lisans tezi), Marmara üniversitesi, İstanbul.
- Lee, M., Han, H., & Lockyer, T. (2012). Medical tourism-attracting Japanese tourists for medical tourism experience. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 29(1), 69-86. DOI: 10.1080/10548408.2012.638564.
- Lee, C., & Spisto, M. (2007). *Medical tourism, the future of health services*. 1 Eylül 2014 tarihinde <http://www.bm.nsysu.edu.tw/tutorial/iylu/12th%20ICIT/07-07.pdf> adresinden alınmıştır.
- Musa, G., Doshi, D.R., Wong, K.M., & Thirumorthy, T. (2012). How satisfied are inbound medical tourists in Malaysia? A study on private hospitals in Kuala Lumpur. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 29, 629-646. DOI: 10.1080/10548408.2012.720150.
- Jose, R., & Sachdeva, S. (2010). Keeping an eye on Future: Medical tourism. *Indian Journal of Community Medicine*. 35(3), 376-378. DOI: 10.4103/0970-0218.69247.
- Omay, E.G.G., & Cengiz, E. (2013). Health tourism in Turkey: Opportunities and threats. *Mediterranean Journal of Social Sciences MCSER Publishing, Rome-Italy*, 4(10), 424-431. Doi:10.5901/mjss.2013.v4n10p424.
- Özer, Ö., & Songur, C. (2012). Türkiye'nin dünya sağlık turizmindeki yeri ve ekonomik boyutu. *Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 4(7): 69-81.
- Pan, T-Z., & Chen, W.C. (2014). Chinese medical tourists-Their perceptions of Taiwan. *Tourism Management*, 44, 108-112.
- Peters, C.R., & Sauer, K.M. (2011). A survey of medical tourism service providers. *Journal of Marketing Development and Competitiveness*, 5(3), 117-126.
- Ricafort, K.M.F. (2011). *A study of influencing factors that lead medical tourists to choose thailand hospitals as medical tourism destination*. Unpublished Master Thesis, School of Business and Technology of Webster University, Thailand.
- Scott, J.J., Fike, D.S., Zhang, S., & Raehl, C.L. (2012). Domestic medical tourism: Are hospital charges a factor?. *The International Journal of Health, Wellness and Society*, 2(1), 63-72. <http://healthandsociety.com/>, ISSN 2156-8960.
- Sert, G., Kurtoğlu, M., Akıncı, A., & Seferoğlu, S.S.(2012). Öğretmenlerin teknoloji kullanma durumlarını inceleyen araştırmalara bir bakış: Bir içerik analizi çalışması. *Akademik Bilişim '12 - XIV. Akademik Bilişim Konferansı Bildirileri*. 1 - 3 Şubat 2012. Uşak üniversitesi.
- T.C. Kalkınma Bakanlığı (2014). *Onuncu beş yıllık kalkınma planı (2014-2018)*. 13 Ağustos 2014 tarihinde [http://www.kalkinma.gov.tr/Lists/Kalknma%20Planlar/Attachments/12/Onuncu\\_Kalk%20Plan%20C4%B1.pdf](http://www.kalkinma.gov.tr/Lists/Kalknma%20Planlar/Attachments/12/Onuncu_Kalk%20Plan%20C4%B1.pdf) adresinden alınmıştır.
- T.C. Sağlık Bakanlığı, sağlığın geliştirilmesi genel müdürlüğü (2016). *Tüm yönleriyle sağlık turizmi Birleşik Arap Emirlikleri ülke raporu*.
- TÜSİAD-Sağlık Çalışma Grubu (2009). *Türkiye için yeni bir fırsat penceresi: Tıp turizmi görüş belgesi*. 25 Haziran 2014 tarihinde [http://www.tusiad.org.tr/\\_\\_rsc/shared/file/tip-turizmi-baski-SON-Aralik-2009.pdf](http://www.tusiad.org.tr/__rsc/shared/file/tip-turizmi-baski-SON-Aralik-2009.pdf) adresinden alınmıştır.
- Tütüncü, Ö., Kiremitçi, İ., & Çalışkan, U. (2011). Sağlık turizmi, güvenlik ve kalite. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 22(1), 31-39.



- 
- Vijaya, R.M. (2010). Medical tourism: Revenue generation or international transfer of healthcare problems?. *Journal of Economic Issues*, 54(1) 53-69. DOI 10.2753/jei0021-3624440103.
- Woo, E., & Schwartz, Z. (2014). Towards assessing the knowledge gap in medical tourism. *Journal of Quality Assurance in Hospitality & Tourism*, 15(2), 213-226. DOI: 10.1080/1528008X.2014.889516.
- Yalçın, P. (2006). *Türkiye'de sağlık turizminde alt yapı oluşturulma gereği ve sağlık kurumlarına yönelik bir araştırma*. (Basılmamış yüksek lisans tezi), Gazi üniversitesi, Ankara.
- Yavuz, M.C. (2011). *Dünyada sağlık turizmi ve Adana destinasyonu*. Adana: Çukurova Üniversitesi Basımevi.
- Yu, J., Lee, T.J., & Noh, H. (2011). Characteristics of a medical tourism industry: The case of South Korea. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 28(8), 856-872. DOI: 10.1080/10548408.2011.623052.
- Yeoh, E., Othman, K., & Ahmad, H. (2013). Understanding medical tourists: Word-of-mouth and viral marketing as potent marketing tools. *Tourism Management*, 34, 196-201.
-

# Turist Rehberlerinin Kültürel Zekâ Düzeyi ve Özyeterlilik İnançlarının Hizmet Sunumuna Etkisi<sup>1</sup>

## The Impact of The Level of Cultural Intelligence and Self-Efficacy Beliefs Of Tourist Guides On Service Encounter

Hasret ULUSOY YILDIRIM\*

Özlem KÖROĞLU\*\*

### Öz

Bu çalışmanın amacı turist rehberlerinin kültürel zekâ düzeyi ve özyeterlilik inançlarının hizmet sunumuna etkisinin belirlenmesidir. Araştırmada kültürel zekâ, özyeterlilik ve hizmet sunumu kavramları incelenmiş ve bu kavramlar arasındaki ilişki üzerinde durulmuştur. Araştırma kısmında Türkiye'deki aktif turist rehberlerine anket uygulanarak veriler elde edilmiş istatistiksel analizler aracılığıyla bu veriler değerlendirilmiştir. Araştırmanın sonucunda, katılımcıların kültürel zekâ düzeylerinin yüksek seviyede olduğu, özyeterlilik düzeylerinin ise orta seviyede olduğu belirlenmiştir. Araştırmada kültürel zekânın özyeterlilik üzerinde; özyeterliliğin kültürel zekâ üzerinde; kültürel zekânın hizmet sunumu üzerinde ve özyeterliliğin hizmet sunumu üzerinde pozitif yönlü etkisi olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Bu bağlamda araştırma sonuçları doğrultusunda uygulamaya dönük öneriler sunulmuştur.

**Anahtar Kelimeler:** Hizmet Sunumu, Kültür, Kültürel Zekâ, Özyeterlilik, Turist Rehberleri

### Abstract

The purpose of this study is to determine the impact of the level of cultural intelligence and self-efficacy beliefs of tourist guides on service encounter. In the research, the concepts of cultural intelligence, self-sufficiency and service delivery were examined and the relationship between these concepts was emphasized. Applying the survey data were obtained on the active tourist guides in Turkey, and this data is evaluated through statistical analysis. The result of research indicates that the participants have high levels of cultural intelligence and mid-level of self-efficacy. In this research, it has been found that there is a positively impact of cultural intelligence on self-efficacy; self-efficacy on cultural intelligence; cultural intelligence on service encounter and self-efficacy on service encounter. In this context, practical suggestions were presented in the direction of the research results.

**Keywords:** Culture, Cultural Intelligence, Self-Efficacy, Service Encounter, Tourist Guides

### Giriş

Turizm olayı, ülke sınırlarının ötesinde gerçekleştiğinden uluslararası bir özellik taşımaktadır (Hacıoğlu, 2015, s. 115). Turistlerin kendi ülkeleri dışında çeşitli ülkeleri tanımak istemeleri turizm olayını etkileyen önemli unsurlardan biridir (Batman ve Çınar-Oğuz, 2011, s. 191). Turizm sektörünün sahip olduğu emek-yoğun yapı, beşeri ilişkileri ön plana çıkarmakta ve böylelikle turizm çalışanları ülkeyi ziyaret eden turistlerle yüz yüze ilişkiler kurmaktadır (Çelik ve Atık, 2016, s. 510). Hizmet sunumu sırasında kültürün vurgulanmasının sebepleri arasında farklı kültürlerden aktörlerin (ör. müşteri ve hizmet personeli) etkileşim süreci ve farklı diyalog tarzlarıyla ilgili farklı anlayışları olmasıdır. Kültürel farklılıklarından çıkabilecek sorunları en aza indirmek ve kültürel açıdan yetkin bir hizmet sunma konusunda turizm çalışanlarına önemli görevler düşmektedir (Hopkins, Nie ve Hopkins, 2009, s. 52). Bu görevlerin başında hizmet sunumu sırasında hizmet personelinin üstün değer yaratmak için sahip olması gereken etkili iletişimi yer almaktadır (Kotler, Armstrong, Saunders ve Wong, 1999, s. 654).

<sup>1</sup> Bu makale, Hasret Ulusoy tarafından hazırlanan "Turist Rehberlerinin Kültürel Zekâ Düzeyi ve Özyeterlilik İnançlarının Hizmet Sunumuna Etkisi" başlıklı yüksek lisans tezinden üretilmiştir.

\* Arş. Gör., Balıkesir Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Turizm Rehberliği Bölümü, E-mail: hasretulusoy@balikesir.edu.tr

\*\* Doç. Dr., Balıkesir Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Turizm Rehberliği Bölümü, E-mail: okoroglu@balikesir.edu.tr

Sektör, turistlere, gidilen ülkenin kültürünü tanıma fırsatı sunmasının yanı sıra gidilen turistlerin kendi kültürlerini tanıtmaya fırsatı da vermektedir. Bu kültür alışverişi esnasında, turizm sektöründe turistlerle birebir iletişimde olan turist rehberlerine önemli görevler düşmektedir. Turist rehberliği en eski insan faaliyetlerinden ve turizm sektörünün yapı taşlarından biridir. Bu mesleği icra eden turist rehberleri turist gruplarıyla birebir bilgi alışverişi sağlama olanağına sahiptir (Koroğlu, Koroğlu ve Sarıoğlu, 2007, s. 30). Ayrıca turist rehberleri, hizmet yoluyla farklı insan grupları arasında köprü kuran kişi olarak gösterilmektedir (Dahles, 2002, s. 784; Zhang ve Chow, 2004, s. 82). Rehberlerin aracı ve kültür elçisi rolleri, turistlerin destinasyonu ve destinasyona ait kültürü anlama ve destinasyon hususunda ziyaretçi deneyimini iyileştirme konularında hayati bir rol oynamaktadır (Ap ve Wong, 2001, s. 551). Avcıkurt (2015, s. 97), turistlerin seyahatleri sırasında, iletişimde ve etkileşimde kültürlerin ve sembollerin anlaşılmasında turist rehberlerinin büyük rolünün bulunduğunu belirtmiştir. Geva ve Goldman (1991) tura katılanların memnuniyetinin sağlanması hususundaki sorumluluğun, rehberlere devredildiğini belirtmektedirler.

Farklı bir kültürel ortama uyum sağlamada ve farklı kültüre sahip bireylerle iletişim kurmada yetenekler oldukça önemlidir. Bu konu, zekâ kavramı hususunda bireyin sahip olduğu bilişsel yeteneklerin (IQ) tek başına etkin olmadığı görüşünü ortaya koymaktadır (Şahin ve Gürbüz, 2012, s. 126). Çok kültürlü ortamlar, bireylerin farklı kültürlere sahip olan bireylerle iletişim halinde olmasını sağlamakta ve bu durum etkili bir iletişim için belirli bir zekâyı gerektirmek ve bu da temel zekâ çalışmalarının bir uzantısı olan kültürel zekâ olarak isimlendirilmektedir (Kodwani, 2012, s. 86).

Kültürel zekâ en genel anlamda farklı kültürel ortamlarda etkin bir biçimde etkileşim halinde olma becerisi şeklinde tanımlanmaktadır (Earley, 2002, s. 274; Moon, 2010, s. 878; Templer, Tay ve Chandrasekar, 2006, s. 155; Van Dyne, Ang ve Koh, 2009, s. 233). Kültürel zekâ düzeyi yüksek olan bireyler, farklı kültürleri daha kolay seyredebilmekte, anlayabilmekte ve farklı kültürel durumlarda davranışlarını etkili bir şekilde ayarlayabilmektedir (Chen, Lin ve Sawangpattanakul, 2011, s. 246). Kültürel zekâ, üstbilişsel, bilişsel, motivasyonel ve davranışsal olmak üzere dört boyuttan oluşmaktadır (Van Dyne, Ang ve Livermore 2010, s. 134).

Üstbilişsel kültürel zekâ, bireylerin, kültürel bilgiyi edinmek ve anlamak için kullandıkları zihinsel süreçleri ve kültüre ilişkin zihinsel süreçlerin kontrolünü ifade etmektedir (Ng ve Earley, 2006, s. 11). Bilişsel kültürel zekâ, bireyin kültürel bilgi seviyesini veya kültürel çevre hakkındaki bilgisini yansıtmakta (Crowne, 2008, s. 392) ve bir kültürün yapısı hakkında genel bilgileri içermektedir (Ang, Van Dyne ve Koh, 2006, s. 101). Bireylerin kültürler arasındaki benzer ve farklı yönleri anlamaları ile bağlantılıdır (Akdemir, Çalış-Duman ve Tunalılar, 2016, s. 35). Motivasyonel kültürel zekâ, bireyin kültürel farklılıklarının olduğu durumlarda diğer bireylerle iletişim kurabilmek adına göstermiş olduğu dikkat ve enerjiyi bu yöne doğru yönlendirebilme yeteneği olarak ifade edilmekte (Ang ve Van Dyne, 2008, s. 6) ve bireylerin özyeterliliğin gelişmesine yardımcı olmaktadır (Bücker, Furrer, Poutsma, Buyens, 2014, s. 2070). Davranışsal kültürel zekâ ise, bireylerin kendi kültürleri dışındaki diğer kültürlerle iletişimleri esnasında, doğru sözlü ve sözlü olmayan davranışları (uygun kelimeler, tonlar, jestler ve yüz ifadeleri) sergileme yeteneğini ifade etmektedir (Ang vd., 2006, s. 101). Davranışsal kültürel zekâ düzeyi yüksek olan bireyler esnek olabilmekte ve davranışlarını her kültürel etkileşimin özelliklerine göre ayarlayabilmektedir (Ang ve Van Dyne, 2008, s. 7).

İlk defa 1977 yılında Albert Bandura tarafından Sosyal Öğrenme Kuramı'nda geçen özyeterlilik kavramı (Bandura, 2001, s. 10) bireyin görevini başarı ile gerçekleştirmesi hususunda yetenek ve kapasitesine olan inancı ifade etmektedir (Bandura, 1997, s. 46). Özyeterlilik inancı bireyin motivasyonu ve kişisel başarısında temel nokta olmakla birlikte (Chen, Gully, Eden, 2004, s. 375) performansını da etkilemektedir (Kotaman, 2008, s. 113).

Yüksek özyeterlilik inancına sahip olan bireyler, diğer bireylere göre zor görevlere daha hazır olmakta, daha fazla çalışmakta (Zimmerman, 1995, s. 204) ve daha uzun süre dayanıklılık göstermektedirler (Iroegbu, 2015, s. 170).

Hizmet sunumu, hizmeti sunan ve alan bireyler arasındaki ikili etkileşim olarak tanımlanmaktadır (Hopkins ve diğerleri, 2009, s. 45; Surprenant ve Solomon, 1987, s. 87). Bireylerin tutum ve davranışları, hizmet sunumunun niteliğini, kalitesini (Bitner, Booms ve Tetreault, 1990, s. 80) ve hizmeti sunduğu bireyler ile olan etkileşimi doğrudan etkilemektedir (Hartline ve Jones, 1996, s. 212). Hizmet sunumu, hizmet alan bireylerin memnuniyet düzeylerinin belirlenmesinde etkili bir rol oynamaktadır (Gremier, Jo Bitner ve Evans, 1994, s. 34). Aynı zamanda, hizmet sunumu sonrası müşterilerin hizmet sağlayıcıya sadık kalmaya devam edip etmeyeceği bir başka deyişle tekrar tercih etme niyeti üzerinde de önemli rol üstlenmektedir (Kotler ve Keller, 2006, s. 410).

Farklı kültürlerin bulunduğu ortamlarda hizmet verenler için önemi giderek artan kültürel zekâ ve özyeterlilik kavramlarının birlikte ele alındığı çok az akademik çalışmaya rastlanmıştır (MacNab ve Worthley, 2012; Şahin ve Gürbüz, 2012). Bu sebeple bu çalışmanın literatürdeki bu boşluğu dolduracağı ve turizm alanyazınına katkı sağlayacağı düşünülmektedir. Çalışma, turist rehberlerinin kültürel zekâ düzeyleri ve özyeterlilik inançlarının genel bir profilini ortaya koyması sebebiyle önem arz etmektedir. Ayrıca, kültürel zekâ ve özyeterlilik kavramları turizm sektöründe hizmet veren tüm işgörenler için önem taşıdığından bu çalışmanın turizm sektöründe yapılabilecek araştırmalara da öncülük edeceği düşünülmektedir.

Ang vd. (2007) çalışmalarında kültürel zekâ konusundaki görgül araştırmaların dar kapsamlı oluşu üzerinde durmuşlar, kültürel zekânın bazı diğer değişkenlerle (görev performansı, özyeterlilik vb.) ilişkisi konusunda daha fazla araştırmaya ihtiyaç duyulduğunu belirtmişlerdir. Buradan hareketle, bu çalışmada, turist rehberlerinin kültürel zekâ düzeyi ve özyeterlilik inançlarının hizmet sunumuna etkisinin belirlenmesi amaçlanmaktadır.

## **İlgili Araştırmalar**

Oolders, Chernyshenko ve Stark (2008), kültürel zekâ ve onun alt bileşenleri ile kişilik ve iş performansı arasındaki ilişkiyi incelemiştir. Çalışmalarında kişilik özelliklerinden olan “deneyme açıklık” ile uyarlanabilir performans arasındaki ilişkiye bakılmış, kültürel zekânın performansa olumlu yönde etki ettiği sonucuna ulaşılmıştır. Arora ve Rohmetra (2010) çalışmalarında kültürel zekâ kavramını açıklamış ve kültürel zekânın ağırlama endüstrisindeki önemi ve etkileri üzerinde durmuşlardır. Ayrıca, çalışmada uluslararası ağırlama endüstrisine özel bir atıfta bulunarak örgütlerdeki kültürel farklılıklara köprü olma ve farklılıklardan faydalanmak için kültürel zekâyı vurgulayan bir model önerisi sunulmuştur. Rose vd. (2010) yaptıkları çalışmada kültürel zekânın dinamik kültürlerarası yetkinliğinin boyutları ve kendi ülkesi dışında çalışan bireylerin iş performansı üzerine etkilerini araştırmıştır. Kültürel zekânın, uluslararası görevlerde çalışan bireylerin iş performansını kolaylaştıran önemli bir kültürlerarası yetkinlik olduğu ve özellikle üstbilişsel ve davranışsal kültürel zekâyı sahip olan çalışanların performanslarından daha iyi sonuç alındığına ulaşmıştır. Şahin ve Gürbüz (2012) tarafından yapılan çalışmada kültürel zekâ ile öz-yeterliliğin, görev performansı ve örgütsel vatandaşlık davranışı ile ilişkisinin belirlenmesi amaçlanmıştır. Çalışmanın sonucunda, kültürel zekâ ile öz-yeterliliğin örgütsel vatandaşlık davranışını ve performansını olumlu yönde etkilediği tespit edilmiştir. Çalışmada, genel performansın anlaşılması açısından hem kültürel zekânın hem de öz-yeterliliğin dikkate alınması gerektiği vurgulanmıştır. Ersoy ve Ehtiyar (2015), kültürel farklılıkların yönetimi üzerinde, yabancı yöneticilerin sahip olduğu kültürel zekâ düzeylerinin etkisini saptamayı amaçlamışlardır. Araştırma sonucunda, kültürel zekâ boyutları olan motivasyonel, davranışsal ve bilişsel kültürel zekâ düzeylerinin kültürel farklılıkların

yönetimi üzerinde pozitif bir etkisi olduğu ve kültürel farklılıkların yönetilmesi konusunda kültürel zekânın yadsınamaz bir katkısının olduğu saptanmıştır.

Stajkovic ve Luthans (1998)'ın özyeterlilik inancı ve iş performansı arasındaki ilişkiyi meta analiz yaparak inceledikleri çalışmada özyeterlilik inancının iş ile ilgili en önemli performans belirleyicilerinden biri olduğu sonucuna ulaşılmıştır. MacNab ve Worthley (2012) bireysel nitelikler (özyeterlilik, uluslararası seyahat deneyimi, yönetim ve iş deneyimi) ile kültürel zekâ ve kültürel zekâ kapasitesinin geliştirilmesi ile arasındaki teorik ilişkileri test etmişler, 370'den fazla yöneticinin ve yönetim öğrencisinin oluşturduğu çok kültürlü bir grubu incelemişlerdir. Bulgular, özyeterliliğin, kültürel zekâ kapasitesinin başarılı bir şekilde gelişmesini sağlayan önemli bir unsur olduğunu ortaya koymaktadır.

Zhang ve Chow (2004) tarafından yapılan çalışmada turistlerinin algıladıkları hizmet kalitesinin önemini ve bu hizmet kalitesini sağlarken gösterdikleri performansın düzeyini belirlemek amaçlanmıştır. Araştırmanın sonucuna göre, Hong Kong'un turist rehberlerinin vaat edilen hizmeti çok iyi yerine getirdiği ve özellikle dakiklik açısından profesyonel standartlara ulaştığı saptanmıştır. Bununla birlikte turist rehberlerinin problem çözme becerilerinin zayıf kaldığı ve bu konuda yetersiz oldukları da belirlenmiştir. Arslantürk, Altunöz ve Çalık (2013) turist rehberleri tarafından sunulan hizmet kalitesini SERVQUAL yaklaşımı ile ölçmüş ve sunulan hizmetlerin belli bir standardı olabilmesi için hizmeti sunan bireyin bilgi, beceri, motivasyon ve teknik donanımının hizmet sunumu esnasında kullanılan alet ve teçhizatlardan daha önemli olduğunu vurgulamışlardır. Bir başka ifadeyle, turist rehberlerinin teknik bilgi ve becerinin yanı sıra, bunları sergileyebileceklerine dair inançlarının da olması gerekmektedir. Buradan hareketle, turist rehberlerinin sundukları hizmette kültürel zekâ ve özyeterlilik kavramlarının etkisinin olduğu düşünülmektedir.

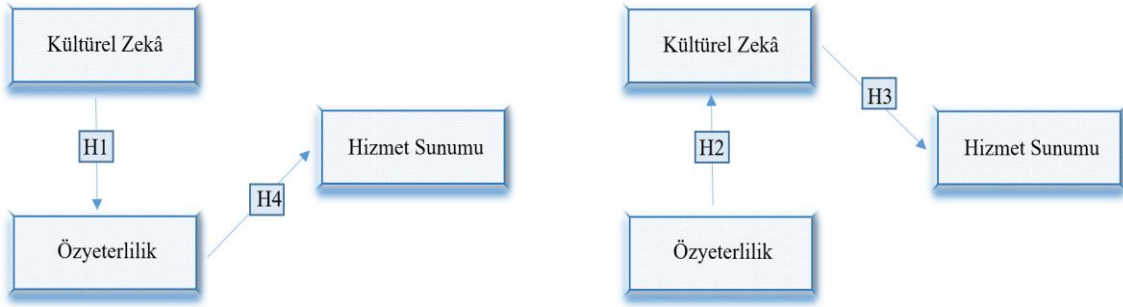
## **Problem Durumu**

Kültürlerarası etkileşimlerde önemli bir rolü olan turist rehberlerinin (Leclerc ve Martin, 2004, s. 182) etkin bir iletişim becerisine sahip olmaları gerekmektedir. Turist rehberlerinin farklı kültürlere mensup olan turistlerle etkileşime girmeleri ve karşı karşıya geldikleri kültürleri analiz etmeleri için bu kültürlere duyarlı olmaları şarttır. Kültürel zekâ, farklı milliyetlere mensup olan turistleri tanıma ve anlamada önemli bir ölçüt olarak görülmektedir (Ersoy ve Ehtiyar, 2015, s. 43). Turist rehberleri, çok kültürlü ortamlarda, farklı kültürel özelliklere ve davranışlara sahip olan turistlere hizmet etmek durumunda kalmakta ve bu sebeple de kültürel zekâyı ihtiyaç duymaktadırlar. Karşı karşıya kalınabilecek güç durumların üstesinden gelme hususunda, başarabileceğine olan inancı (Çolakoğlu ve Çolakoğlu, 2016, s. 75) turist rehberlerinin sundukları hizmeti doğrudan etkilemektedir. Bu bağlamda, kültürel zeka düzeyi ve özyeterlilik inancı yüksek olan turist rehberleri turistlere daha iyi hizmet sunacaktır. Kültürlerarası boyutta iletişimi ve etkileşimi güçlendiren ve farklı kültürlerden bireyleri anlamayı sağlayan kültürel zekâ düzeyi ve bireylerin belli görevleri yerine getirmede bireylerin kendilerine olan inancı olan özyeterlilik inancının hizmet sunumuna etkisi araştırılması gereken bir problem olarak görülmektedir.

## **Yöntem**

### **Araştırmanın Modeli**

Şekil 1'de araştırma modeli gösterilmektedir. Bu modele göre turist rehberlerinin kültürel zekâ düzeyi ve özyeterlilik inançlarının hizmet sunumunu etkilediği varsayılmaktadır. Araştırmanın bağımsız değişkenleri kültürel zekâ ve özyeterlilik, bağımlı değişkeni ise hizmet sunumudur.



**Şekil 1:** Turist rehberlerinin kültürel zekâ düzeyi ve özyeterlilik inançlarının hizmet sunumuna etkisi (Yazarlar tarafından geliştirilmiştir).

MacNab ve Worthley (2012) bireysel nitelikler (özyeterlilik, uluslararası seyahat deneyimi, yönetim ve iş deneyimi) ile kültürel zekâ ve kültürel zekâ kapasitesinin geliştirilmesi ile arasındaki teorik ilişkileri test etmişler, yöneticiler ve yönetim öğrencilerinin oluşturduğu çok kültürlü bir grubu incelemişlerdir. Bulgular, özyeterliliğin, kültürel zekâ kapasitesinin başarılı bir şekilde gelişmesini sağlayan önemli bir unsur olduğunu ortaya koymaktadır. Ang vd. (2007) çalışmalarında kültürel zekâ konusundaki görgül araştırmaların dar kapsamlı oluşu üzerinde durmuşlar, kültürel zekânın bazı diğer değişkenlerle (görev performansı, özyeterlilik vb.) ilişkisi konusunda daha fazla araştırmaya ihtiyaç duyulduğunu belirtmişlerdir. Kültürel zekâ ile özyeterliliğin ilişkilendirildiği çalışmalardan hareketle (MacNab ve Worthley, 2012; Şahin ve Gürbüz, 2012) çalışmanın birinci ve ikinci hipotezi oluşturulmuştur.

**H<sub>1</sub>:** Turist rehberlerinin kültürel zekâ düzeylerinin özyeterlilik inançları üzerinde anlamlı bir etkisi vardır.

**H<sub>2</sub>:** Turist rehberlerinin özyeterlilik inançlarının kültürel zekâ düzeyleri üzerinde anlamlı bir etkisi vardır.

Kültürel zekâ düzeyi yüksek olan bireylerin çok kültürlü bir ortama kolay uyum sağlayabilecekleri ve karşılaşılabilecek güçlüklerin üstesinden gelerek performanslarını arttırabilecekleri ifade edilmektedir (Ang vd, 2007; Ang ve Van Dyne, 2008). Bireylerin sahip oldukları tutum ve davranışların hizmet sunumunun niteliğini, kalitesini (Bitner vd., 1990) ve hizmeti sunduğu bireylerle olan etkileşimi doğrudan etkilemektedir (Hartline ve Jones, 1996, s. 212). Buradan hareketle, kültürel zekâ düzeylerinin hizmet sunumunu etkileyebileceği düşünülmüş ve bu doğrultuda üçüncü hipotez oluşturulmuştur.

**H<sub>3</sub>:** Turist rehberlerinin kültürel zekâ düzeylerinin hizmet sunumu üzerinde anlamlı bir etkisi vardır.

İlgili alanyazın incelendiğinde özyeterlilik inançlarının performansa yönelik olumlu katkılarının olduğunu gösteren çalışmalar bulunmaktadır (Stajkovic ve Luthans, 1998; Judge vd., 2007). Buradan hareketle özyeterlilik inançlarının hizmet sunumunu etkileyebileceği düşünülmüş ve bu doğrultuda dördüncü hipotez oluşturulmuştur.

**H<sub>4</sub>:** Turist rehberlerinin özyeterlilik inançlarının hizmet sunumu üzerinde anlamlı bir etkisi vardır.

### Araştırmanın Değişkenleri ve Ölçümü

Araştırmanın bağımsız değişkenlerinden biri kültürel zekâdır. “Kültürel zekâ ölçeği”, üstbilişsel, bilişsel, motivasyonel ve davranışsal olmak üzere dört boyuttan ve yirmi sorudan oluşmaktadır. Ang vd. (2007) tarafından geliştirilen kültürel zekâ ölçeği, Şahin, Gürbüz, Köksal ve Ercan (2012) tarafından Türkçe’ye uyarlanmıştır.

Araştırmanın diğer bağımsız değişkeni ise özyeterliliktir. Sherer vd. (1982) tarafından geliştirilen ölçek, genel özyeterlilik ve sosyal özyeterlilik olmak üzere iki boyut ve yirmi üç

sorudan oluşmaktadır. Özgün hali on dört dereceli olan ölçek, Sherer ve Adams (1983) tarafından beşli likert tipi ölçeğe çevrilmiştir. Gözüm ve Aksayan (1999) iki boyut ve yirmi üç sorudan oluşan bu ölçeğin Türkçe çevirisi üzerinde çalışmışlardır. Ancak araştırmacılar ölçek kapsamındaki alt gruplara ait maddelerin dağılımlarının sayısı bakımından farklılık gösterdiğini, bazı maddelerin içinde buldukları faktörle iyi uyum gösteremediklerini belirterek, ölçeğin toplam puan üzerinden değerlendirilmesini önermişlerdir.

Araştırmanın bağımlı değişkeni olan hizmet sunumunu ölçmek için Bilgiçer (2011) tarafından kullanılan ve dokuz sorudan oluşan ölçekten yararlanılmıştır. Ölçek dört farklı ölçekten yararlanılarak Türkçe formu uyarlanmıştır. Her üç ölçekte de yer alan ifadeler beşli Likert tipi ölçekle ölçülmüştür (1=Kesinlikle Katılmıyorum, 2=Katılmıyorum, 3=Ne Katılıyorum Ne Katılmıyorum, 4=Katılıyorum, 5=Kesinlikle Katılıyorum). Araştırmacılar tarafından alınan izinler doğrultusunda bu ölçekler anket formunda kullanılmıştır.

### **Evren ve Örneklem**

Türkiye’de Kültür ve Turizm Bakanlığı’nın resmi web sayfasında bulunan 2017 yılı güncel verilerine göre 10.176 turist rehberi bulunmaktadır. Çalışma kartına sahip olan turist rehberi sayısı 6.298’dir (Araştırma ve Eğitim Genel Müdürlüğü, 2017). Ayrıca, BİMER aracılığıyla Kültür ve Turizm Bakanlığı’na güncel bilgi talebinde bulunmuş ve belirtilen istatistiksel veriler 8 Mayıs 2017 tarihinde Kültür ve Turizm Bakanlığı Turizm Eğitimi Daire Başkanlığı tarafından iletilmiştir.

Çalışma kartına sahip olan 6.298 turist rehberleri araştırmanın evrenini oluşturmaktadır. Bu sebeple, bu araştırmada olasılığa dayalı olmayan örnekleme yöntemlerinden kolayda örnekleme metodu seçilmiştir. Örneklem, bir bölge veya oda ile sınırlandırılmamış; Türkiye genelinde kurulmuş olan ADRO, BURO, ÇARO, GARO, ŞURO ve TRO olmak üzere 6 bölgesel rehberler odası ve ANRO, ARO, ATRO, İRO, İZRO, MURO ve NERO olmak üzere 7 rehberler odasına üye olan eylemli turist rehberleri örnekleme dâhil edilmiştir. Anket toplama sürecinin sonunda 389 turist rehberine ulaşılmıştır. Ancak iki adet anketin belli bir kısmı yeterli veriye sahip olmadığı için değerlendirme kapsamı dışında tutulmuştur. Araştırmanın analizleri 387 anket formu üzerinden gerçekleştirilmiştir.

### **Veri Toplama Aracı ve Süreci**

Veri toplama aracı olarak anket tekniği kullanılmıştır. Hazırlanan anket formu Ekim, 2016 ve Nisan, 2017 tarihleri arasında uygulanmıştır. Araştırmaya dâhil olan turist rehberlerinin katılımları gönüllülük esasına dayanmıştır, baskı veya zorlama söz konusu değildir. Anketler, yüz yüze, telefon ve internet ortamında oluşturulan anketlerin e-posta yolu ile katılımcılara iletilmesiyle katılımları sağlanmıştır. Araştırmanın amacı doğrultusunda turist rehberlerinin kültürel zekâ düzeyleri ve özyeterlilik inançlarının hizmet sunumuna etkisinin belirlenmesine yönelik olarak hazırlanan anketin, araştırmaya katılan turist rehberleri tarafından içtenlikle yanıtlanacağı varsayılmıştır.

### **Verilerin Analizi**

Anket yoluyla elde edilen veriler istatistiksel veri analiz programları kullanılmıştır. Elde edilen veriler programa girildikten sonra analizleri yapılmıştır. Öncelikle katılımcıların demografik özelliklerini içeren frekans analizleri yapılmıştır. Daha sonra kültürel zekâ ölçeği için doğrulayıcı faktör analizi (DFA) uygulanmıştır. Ölçeklerin güvenilirlik analizleri yapılarak, ölçeklere ilişkin ifadelerin aritmetik ortalama ve standart sapma değerleri bulunmuştur. Araştırmanın hipotez testleri için regresyon analizi kullanılmıştır. Analizlerde 0,05 anlamlılık düzeyi esas alınmıştır.

## Bulgular ve Yorum

Katılımcıların sosyo-demografik özelliklerine ilişkin frekans analizinin sonuçları Tablo 1’de görülmektedir. Erkek katılımcıların oranı % 70,3 (n= 272) iken kadın katılımcıların oranı % 29,5 (n= 114)’tir. Medeni duruma ilişkin sonuçlara bakıldığında % 52,7 (n= 204) oranla bekâr katılımcıların çoğunlukta oluşu saptanmıştır. Evli katılımcıların oranının % 46,5 (n= 180) olduğu görülmektedir. Katılımcıların ikisi tarafından diğer seçeneği işaretlenerek boşanmış oldukları belirtilmiştir. Araştırmaya katılan turist rehberlerinin çoğunluğu % 59,9 (n= 232) oranıyla 26-35 yaş aralığında bulunmaktadır. Yaş aralığı oranları sırasıyla 36-45 yaş arası % 19,4 (n= 75), 46-55 yaş arası % 10,6 (n= 41), 18-25 yaş aralığı 7,5 (n= 29), 56- 65 yaş arası % 2,1 (n= 8) ve 66 yaş ve üzeri % ,03 (n= 1) şeklindedir. Katılımcıların öğrenim durumlarına bakıldığında % 60,5’inin (n= 234) lisans düzeyinde, % 18,1’inin (n=70) ön lisans düzeyinde, % 16,3’ünün (n= 63) lisansüstü düzeyinde ve % 5,2’sinin de (n= 20) lise düzeyinde eğitim aldığı görülmektedir.

**Tablo 1:** Katılımcıların sosyo-demografik özelliklerine ilişkin frekans analizi sonuçları

|                       |                 | n          | %          |
|-----------------------|-----------------|------------|------------|
| <b>Cinsiyet</b>       | Kadın           | 114        | 29,5       |
|                       | Erkek           | 272        | 70,3       |
|                       | Eksik veri      | 1          | 0,3        |
|                       | <b>Toplam</b>   | <b>387</b> | <b>100</b> |
| <b>Medeni Durum</b>   | Evli            | 180        | 46,5       |
|                       | Bekâr           | 204        | 52,7       |
|                       | Diğer           | 2          | 0,5        |
|                       | Eksik veri      | 1          | 0,3        |
|                       | <b>Toplam</b>   | <b>387</b> | <b>100</b> |
| <b>Yaş</b>            | 18-25 yaş arası | 29         | 7,5        |
|                       | 26-35 yaş arası | 232        | 59,9       |
|                       | 36-45 yaş arası | 75         | 19,4       |
|                       | 46-55 yaş arası | 41         | 10,6       |
|                       | 56-65 yaş arası | 8          | 2,1        |
|                       | 66 yaş ve üzeri | 1          | 0,3        |
|                       | Eksik veri      | 1          | 0,3        |
|                       | <b>Toplam</b>   | <b>387</b> | <b>100</b> |
| <b>Öğrenim Durumu</b> | Lise            | 20         | 5,2        |
|                       | Ön lisans       | 70         | 18,1       |
|                       | Lisans          | 234        | 60,5       |
|                       | Lisansüstü      | 63         | 16,3       |
|                       | <b>Toplam</b>   | <b>387</b> | <b>100</b> |

Katılımcıların mesleki özelliklerine ilişkin frekans analizinin sonuçları Tablo 2’de görülmektedir. Katılımcılar % 45,2 (n= 175) oranıyla turist/turizm rehberliği lisans programlarından, % 29,2 (n=113) oranıyla Kültür ve Turizm Bakanlığı sertifika programlarından ve % 25,1 (n= 97) oranıyla turist/turizm rehberliği ön lisans programlarından mesleki rehberlik eğitimi almışlardır. Mesleğin icra edildiği yıla ait bulgular incelendiğinde % 33,6’sının (n= 130) 5-9 yıl arası, % 29,5’inin (n= 114) 1-4 yıl arası, % 23’ünün (n=89) 10-14 yıl arası, % 9,3’ünün (n=36) 1 yıldan az ve % 4,7’sinin (n=18) 15 yıl ve daha fazla sürede rehberlik mesleğinin icra edildiği gözlemlenmiştir. Araştırmaya katılan turist rehberlerinin üye oldukları odalar sırasıyla % 22,0 (n=85) oranıyla İRO, % 21,4 (n=83) oranıyla NERO, %14,5 (n=56) oranıyla ARO, % 10,1 (n=39) oranıyla İZRO, % 7,2 (n=28) oranıyla MURO, % 6,7 (n=26) oranıyla ADRO, % 5,9 (n=23) oranıyla BURO, % 5,7 (n=22) oranıyla TRO ve % 1,6 (n=6) oranıyla ANRO’dur. ATRO, ÇARO, GARO ve ŞURO’dan ankete katılan turist rehberi % 0,8 oranındadır. Bununla birlikte katılımcıların % 1,8’i (n=7) üyesi oldukları odayı belirtmemiştir. Araştırmaya katılan turist rehberlerinin büyük çoğunluğunun serbest çalıştığı



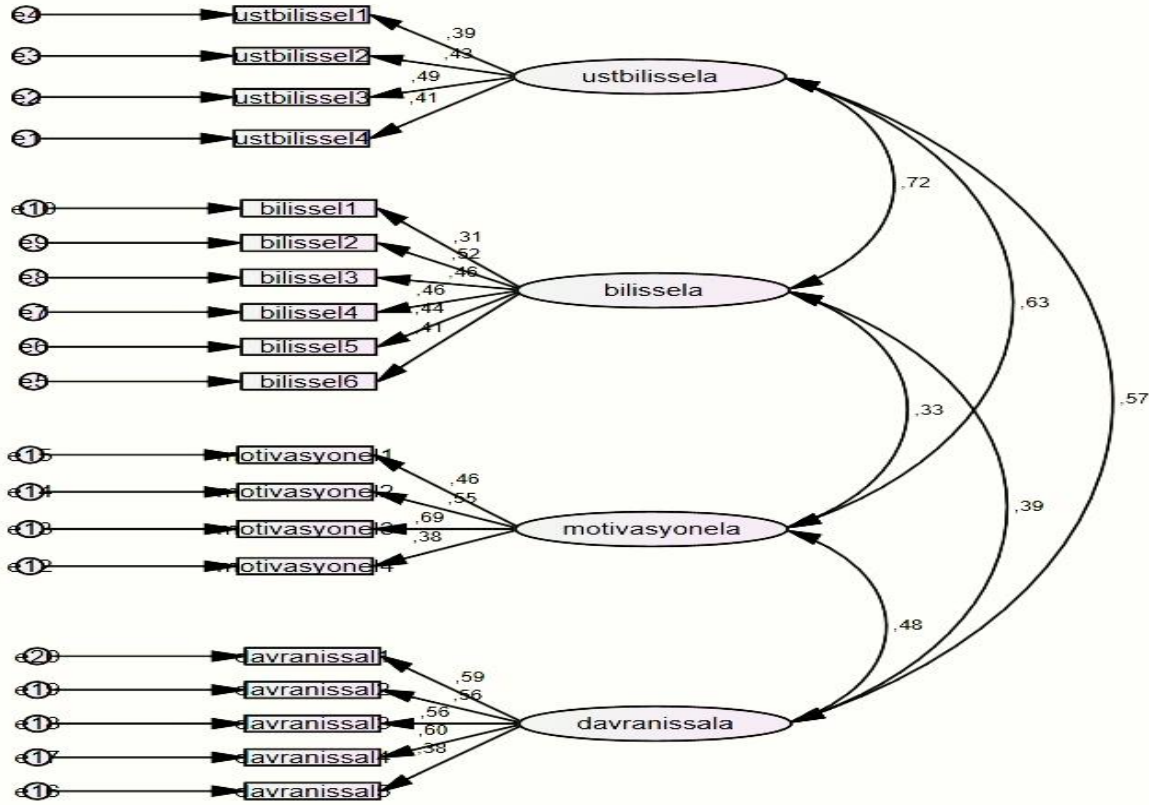
gözlenmektedir. Katılımcıların % 82,2'si (n=318) serbest çalışırken, % 12,1'i (n=47) kadrolu, % 4,9'u (n=19) ise sözleşmeli çalışmaktadır. Katılımcıların % 0,8'i (n=3) çalışma şeklini belirtmemiştir. Mesleklerini icra edildiği dillere bakıldığında, % 95,1 (n=368) oranında İngilizce, % 20,2 (n=78) oranında Almanca, % 6,7 (n=26) oranında Fransızca, % 6,2 (n= 24) oranında İtalyanca, % 9 (n= 35) oranında İspanyolca, % 5,7 (n=22) oranında Portekizce, % 4,1 (n=16) oranında Japonca ve % 0,5 (n=2) oranında Çince dillerinde hizmet verildiği görülmektedir. “Diğer” seçeneğini işaretleyen katılımcıların % 0,3'ü (n= 1) Arapça, % 0,3'ü (n=1) Korece, % 0,3'ü (n=1) Lehçe ve % 4,1'i (n=16) Rusça dillerinde mesleklerini icra etmektedir.

**Tablo 2:** Katılımcıların mesleki özelliklerine ilişkin frekans analizi sonuçları

|                                   |  | n           | %          |              |          |
|-----------------------------------|--|-------------|------------|--------------|----------|
| <b>Mesleki Rehberlik Eğitimi</b>  | Turist Rehberliği Ön Lisans Programı (Meslek Yüksekokulu - 2 Yıllık)     | 97          | 25,1       |              |          |
|                                   | Turist/Turizm Rehberliği Lisans Programı (Yüksekokul/Fakülte - 4 Yıllık) | 175         | 45,2       |              |          |
|                                   | Kültür ve Turizm Bakanlığı Sertifika Programı                            | 113         | 29,2       |              |          |
|                                   | Diğer  | 2           | 0,5        |              |          |
|                                   | <b>Toplam</b>  | <b>387</b>  | <b>100</b> |              |          |
| <b>Mesleğin İcra Edildiği Yıl</b> | 1 yıldan az  | 36          | 9,3        |              |          |
|                                   | 1-4 yıl  | 114         | 29,5       |              |          |
|                                   | 5-9 yıl  | 130         | 33,6       |              |          |
|                                   | 10-14 yıl  | 89          | 23,0       |              |          |
|                                   | 15 yıl ve daha fazla   | 18          | 4,7        |              |          |
|                                   | <b>Toplam</b>  | <b>387</b>  | <b>100</b> |              |          |
| <b>Odalar</b>                     | ADRO   | 26          | 6,7        |              |          |
|                                   | ANRO   | 6           | 1,6        |              |          |
|                                   | ARO  | 56          | 14,5       |              |          |
|                                   | ATRO   | 3           | 0,8        |              |          |
|                                   | BURO   | 23          | 5,9        |              |          |
|                                   | ÇARO   | 3           | 0,8        |              |          |
|                                   | GARO   | 3           | 0,8        |              |          |
|                                   | İRO  | 85          | 22,0       |              |          |
|                                   | İZRO   | 39          | 10,1       |              |          |
|                                   | MURO   | 28          | 7,2        |              |          |
|                                   | NERO   | 83          | 21,4       |              |          |
|                                   | ŞURO   | 3           | 0,8        |              |          |
|                                   | TRO  | 22          | 5,7        |              |          |
|                                   | Eksik Veri   | 7           | 1,8        |              |          |
|                                   | <b>Toplam</b>  | <b>387</b>  | <b>100</b> |              |          |
|                                   | <b>Çalışma Şekli</b>   | Kadrolu     | 47         | 12,1         |          |
| Sözleşmeli                        |  | 19          | 4,9        |              |          |
| Serbest                           |  | 318         | 82,2       |              |          |
| Eksik Veri                        |  | 3           | 0,8        |              |          |
| <b>Toplam</b>                     |  | <b>387</b>  | <b>100</b> |              |          |
| <b>Yabancı Dil</b>                |  | <b>Evet</b> |            | <b>Hayır</b> |          |
|                                   |  | <b>n</b>    | <b>%</b>   | <b>n</b>     | <b>%</b> |
|                                   | İngilizce  | 368         | 95,1       | 19           | 4,9      |
|                                   | Almanca  | 78          | 20,2       | 309          | 79,8     |
|                                   | Fransızca  | 26          | 6,7        | 361          | 93,3     |
|                                   | İtalyanca  | 24          | 6,2        | 363          | 93,8     |
|                                   | İspanyolca   | 35          | 9,0        | 352          | 91,0     |
|                                   | Portekizce   | 22          | 5,7        | 365          | 94,3     |
|                                   | Japonca  | 16          | 4,1        | 371          | 95,9     |
|                                   | Çince  | 2           | 0,5        | 385          | 99,5     |
| Diğer                             | 19   | 5,0         | 368        | 95,1         |          |

## Modelde Yer Alan Kültürel Zekânın Boyutlarına İlişkin Doğrulayıcı Faktör Analizi

Kültürel zekâ ölçeğine uygulanan doğrulayıcı faktör analizi sonucunda, faktör yükü düşük olduğundan ölçekten bir madde çıkarılmış ve analizler 19 madde üzerinden değerlendirilmiştir. Kültürel zekâ ölçeğine ilişkin standardize edilmiş doğrulayıcı faktör analizi (DFA) sonuçları Şekil 2’de yer almaktadır. Buna göre kültürel zekâ, üstbilişsel, bilişsel, motivasyonel ve davranışsal değişkenlerini açıklamaktadır.



Şekil 2: Kültürel zekâ ölçeğine ilişkin alt boyut ve maddeleri gösteren diyagram (Standardize edilmiş)

Kültürel zekâ ölçeğinin geçerliliğini ifade eden uyum iyiliği değerleri ve ölçeğinin yorumlanmasında kullanılan istatistikler Tablo 3’te yer almaktadır. Çapık (2014, s. 200), Ki-kare istatistiğinin örneklem büyüklüğünden çok çabuk etkilendiğini belirterek, örneklemden daha az etkilenen  $\chi^2/df$  oranının bunun yerine kullanılabileceğini ifade etmiştir. Doğrulayıcı faktör analizine ilişkin uyum iyiliği değerleri incelendiğinde;  $\chi^2$  (Ki-kare) değerinin (Chi-Square) ( $\chi^2=247,949$ ) serbestlik derecesine ( $df=146$ ) oranı ( $\chi^2/df$ ) 1,698’dir. Modelin iyi bir model olduğu Ki-kare değerinin serbestlik derecesine oranının 2 ya da altında olması ile açıklanmaktadır. Modelin uyum iyiliğinin kabul edilebilir bir değer olması ise, oranın 5 ya da 5’in altında bir değer olmasıyla ilişkilendirilmektedir (Hooper, Coughlan ve Mullen, 2008, s. 54). Buradan hareketle, modelin iyi bir model olduğu söylenebilmektedir. Ancak Yeniçeri ve Erten (2008, s. 242), örneklem büyüklüğüne son derece duyarlı olan Ki-kare değerinin modelle veri arasındaki uyum değerlendirilirken tek başına yeterli olmadığını belirtmişlerdir.

RMSEA (Yaklaşık hataların ortalama karekökü) değeri ve AGFI (Düzeltilmiş uyum iyiliği indeksi) model ve veri arasındaki uyum değerlendirilirken kullanılan değerlerdir. RMSEA değeri 0,043, AGFI değeri ise 0,92’dir. Belirtilen değerler iyi bir uyum iyiliği değerinin göstergesi olmaktadır. GFI (Uyum iyiliği indeksi) değeri, 0,93 olup bu değer kabul edilebilir bir uyum iyiliği değerini ifade etmektedir. Veri ile model arasındaki uyumu değerlendirmede kullanılan bir diğer ölçüt CFI (Karşılaştırmalı uyum indeksi)’dir. CFI değeri 0,88’dir. Bu değer kabul edilebilir değerinin altındadır. Yapılan analizler neticesinde CFI

dışında tüm uyum iyiliği istatistiklerinde istenilen düzeyi yakalanmıştır. Elde edilen bu uyum indeksleri modelin iyi bir uyuma sahip olduğunu ortaya koymaktadır.

**Tablo 3:** Kültürel zekâ ölçeği uyum iyiliği değerleri

| İndeksler | Chi-Square ( $\chi^2$ ) | df  | $\chi^2/df$ | P Değeri | RMSEA | CFI   | GFI   | AGFI  |
|-----------|-------------------------|-----|-------------|----------|-------|-------|-------|-------|
| Değerler  | 247,949                 | 146 | 1,698       | 0,000    | 0,043 | 0,883 | 0,939 | 0,920 |

### Ölçeklere İlişkin Güvenilirlik Analizleri

Tablo 4'te ölçeklerin güvenilirlik katsayıları yer almaktadır. Kalaycı (2006) 0,60 ve 0,80 aralığındaki  $\alpha$  değerinin ölçeğin oldukça güvenilir olduğu anlamına geldiğini belirtmektedir.

**Tablo 4:** Kültürel zekâ, özyeterlilik ve hizmet sunumu ölçeklerine ilişkin aritmetik ortalama, standart sapma ve güvenilirlik katsayıları

| Ölçekler      | Güv. Katsayısı (Alpha) |
|---------------|------------------------|
| Kültürel Zekâ | 0,753                  |
| Özyeterlilik  | 0,713                  |
| Hizmet Sunumu | 0,671                  |

### Kültürel Zekâ, Özyeterlilik ve Hizmet Sunumu Ölçeklerine İlişkin Bulgular

Tablo 5'te kültürel zekâ ölçeğine ilişkin aritmetik ortalama ve standart sapma değerleri bulunmaktadır. Ölçeğin "Farklı kültürel geçmişli olan kişilerle birlikteyken kullandığım kültürel bilginin farkındayım." maddesi 4,50 ortalamayla en yüksek ortalamaya sahip maddesidir. Ölçeğin "Başka kültürlerin el sanatları hakkında bilgi sahibiyim." maddesi ise 3,40 ortalamayla en düşük ortalamaya sahip olan maddesidir. Katılımcıların genel kültürel zekâ düzeylerinin 4,12 ortalamayla yüksek düzeyde olduğu tespit edilmiştir.

**Tablo 5:** Kültürel zekâ ölçeğinin aritmetik ortalama, standart sapma değerleri

| İfadeler   | $\bar{X}$   | SS          |
|--|-------------|-------------|
| Farklı kültürel geçmişli olan kişilerle birlikteyken kullandığım kültürel bilginin farkındayım.                | 4,50        | 0,57        |
| Alışkın olmadığım kültürden birileriyle etkileşime geçtiğimde kültürel bilgimi duruma uygun olarak kullanırım. | 4,39        | 0,66        |
| Kültürlerarası etkileşimlerde kullandığım kültürel bilginin farkındayım.                                       | 4,42        | 0,64        |
| Farklı kültürlerden birileriyle etkileşim halindeyken kültürel bilgimin doğruluğuna dikkat ederim.             | 4,49        | 0,60        |
| Başka kültürlerin yasal ve ekonomik sistemleri hakkında bilgi sahibiyim.                                       | 3,79        | 0,82        |
| Başka dillerin kurallarını (kelime, gramer vb.) bilirim.   | 4,17        | 0,70        |
| Başka kültürlerin değerlerini ve dini inançlarını hakkında bilgi sahibiyim.                                    | 4,14        | 0,60        |
| Başka kültürlerin evlilik sistemleri hakkında bilgi sahibiyim.   | 3,60        | 0,88        |
| Başka kültürlerin el sanatları hakkında bilgi sahibiyim.   | 3,40        | 0,85        |
| Başka kültürdeki jest, mimik vb. sözel olmayan davranışların sergileme kurallarını bilirim.                    | 3,69        | 0,82        |
| Başka kültürlerden insanlarla bir arada olmaktan hoşlanırım.   | 4,43        | 0,79        |
| Alışkın olmadığım bir kültürde yerel insanlarla kaynaşabileceğime eminim.                                      | 4,35        | 0,76        |
| Benim için yeni olan bir kültüre uyum sağlamada karşılaşacağım güçlüklerle başa çıkacağıma eminim.             | 4,35        | 0,70        |
| Alışkın olmadığım kültürlerde yaşamaktan hoşlanırım.   | 3,95        | 0,91        |
| Sözel davranışlarımı (ses tonu, aksan vb.) kültürlerarası iletişimin gereklerine göre ayarlarım.               | 4,24        | 0,77        |
| Konuşurken tonlama ve duraksamayı, kültürlerarası duruma uygun olarak değişik bir şekillerde kullanırım.       | 4,19        | 0,84        |
| Konuşma biçimimi kültürlerarası iletişimin gereklerine göre ayarlarım.   | 4,20        | 0,67        |
| Kültürlerarası iletişimde ne kadar gerekliyse sözel olmayan davranışlarımı ona göre ayarlarım.                 | 4,10        | 0,75        |
| Yüz ifademi kültürlerarası iletişimin gereklerine göre değiştiririm.   | 4,03        | 0,87        |
| <b>Toplam</b>  | <b>4,12</b> | <b>0,74</b> |

Tablo 6'da özyeterlilik ölçeğine ilişkin aritmetik ortalama ve standart sapma değerleri bulunmaktadır. Ölçeğin "Ben kendime güvenen bir insanım." maddesi 4,27 ortalama ile en

yüksek ortalamaya sahip maddesidir. Ölçeğin “Bana ilgi göstermeyen biriyle arkadaş olmaya çalıştığımda kolaylıkla vazgeçerim.” maddesi ise 3,21 ortalama ile en düşük ortalamaya sahip olan maddesidir. Katılımcıların özyeterlilik düzeylerinin 3,93 ortalama ile yüksek düzeyde olduğu tespit edilmiştir.

**Tablo 6:** Özyeterlilik ölçeğinin aritmetik ortalama, standart sapma değerleri

| İfadeler  | $\bar{X}$   | SS          |
|---|-------------|-------------|
| Yaptığım planları gerçekleştireceğimden eminim.   | 4,17        | 0,76        |
| Yapmam gereken bir işe girişememe gibi bir problemim var.   | 3,88        | 1,10        |
| Bir işi bir seferde yapamıyorsam, yapıncaya kadar devam ederim.                                     | 4,15        | 0,87        |
| Kendim için önemli hedefler koyduğumda nadiren başarırım.   | 4,10        | 0,93        |
| İşleri yapıp sonuçlandırmadan yapmaktan vazgeçerim.   | 4,26        | 0,89        |
| Zorluklarla karşılaşmaktan kaçınırım.   | 4,12        | 0,98        |
| Bazı işler çok karışık görünüyorsa yapmak için sıkıntıya girmem.                                    | 3,77        | 1,25        |
| Hoşlanmadığım ancak yapmam gereken işler varsa bitirinceye kadar uğraşırım.                         | 3,98        | 1,09        |
| Bir şeyi yapmaya karar verdiğimde onun üzerinde çalışmaya devam ederim.                             | 4,33        | 0,81        |
| Yeni bir şey öğrenmeye çalıştığımda başlangıçta başarılı olamazsam hemen vazgeçerim.                | 4,13        | 0,86        |
| Beklenmedik problemler ortaya çıktığında üzerinde fazla durmam.                                     | 3,49        | 1,30        |
| Benim için çok zor göründüklerinde, yeni şeyler için çaba göstermekten kaçınırım.                   | 4,03        | 1,08        |
| Başarısızlık beni daha çok teşvik eder.   | 3,44        | 1,16        |
| Bir şeyleri yapabilme konusunda kendime fazla güvenmem.   | 3,96        | 1,08        |
| Ben kendime güvenen bir insanım.  | 4,27        | 0,91        |
| Kolaylıkla vazgeçerim.  | 4,12        | 1,00        |
| Hayatta ortaya çıkan problemlerin üstesinden gelme yeteneğini kendimde bulurum.                     | 4,23        | 0,98        |
| Yeni arkadaş edinmek benim için zordur.   | 3,95        | 1,28        |
| Tanışmak istediğim birisini görürsem, onun bana gelmesini beklemek yerine ben giderim.              | 3,69        | 1,09        |
| Arkadaşlık kurulması güç, ilginç birisiyle tanışırsam, o kişiyle arkadaş olmaktan hemen vazgeçerim. | 3,59        | 1,10        |
| Bana ilgi göstermeyen biriyle arkadaş olmaya çalıştığımda kolaylıkla vazgeçerim.                    | 3,21        | 1,25        |
| Sosyal toplantılarda kendimi rahat hissetmem.   | 3,86        | 1,25        |
| Arkadaşlarımı, arkadaş edinmede kişisel yeteneklerimle kazanırım.                                   | 3,82        | 0,99        |
| <b>Toplam</b>   | <b>3,93</b> | <b>1,04</b> |

Tablo 7’de hizmet sunumu ölçeğine ilişkin aritmetik ortalama ve standart sapma değerleri bulunmaktadır. Ölçeğin “Genel anlamda düşündüğümde yaptığım işten memnunum” maddesi 4,55 ortalama ile en yüksek ortalamaya sahip olan maddesidir. Ölçeğin “Turistlere hizmet verirken onların ihtiyaçlarına göre hizmet tarzımı değiştiririm” maddesi ise 4,14 ortalama ile en düşük ortalamaya sahip olan maddesidir. Katılımcıların genel hizmet sunumu düzeylerinin 4,38 ortalama ile yüksek düzeyde olduğu tespit edilmiştir.

**Tablo 7:** Hizmet sunumu ölçeğinin aritmetik ortalama, standart sapma değerleri

| İfadeler   | $\bar{X}$   | SS          |
|--|-------------|-------------|
| Turistlere hizmet verirken kendimi ifade edebilirim.   | 4,39        | 0,66        |
| Turistlere hizmet verirken onların ihtiyaçlarına göre hizmet tarzımı değiştiririm.                         | 4,14        | 0,75        |
| Turistlere hizmet verirken kendilerini konforlu hissetmeleri için özel çaba gösteririm.                    | 4,35        | 0,73        |
| Turistlere hizmet verirken onların özel ihtiyaçlarıyla da yakından ilgilenirim.                            | 4,35        | 0,69        |
| Turistlere hizmet verirken öngörülü bir biçimde ihtiyaçlarını anlar ve ona göre davranırım.                | 4,36        | 0,67        |
| Turistlere hizmet verirken onların şikâyetlerini nazik ve sakin bir tavırla dinler, problemlerini çözerim. | 4,50        | 0,55        |
| Turistlere hizmet verirken onlarla arkadaşça ilgilenirim.  | 4,38        | 0,68        |
| Turistlere hizmet verirken beklenmeyen bir durum doğsa bile onlarla etkili bir biçimde ilgilenirim.        | 4,44        | 0,59        |
| Genel anlamda düşündüğümde yaptığım işten memnunum.  | 4,55        | 0,61        |
| <b>Toplam</b>  | <b>4,38</b> | <b>0,65</b> |

Yapılan Kolmogorov- Smirnov ve Shapiro- Wilk testleri sonucunda kültürel zekâ, özyeterlilik ve hizmet sunumu değişkenlerinin normal dağılım seğılemediğı ( $p=0,00$ ;  $p>0,05$ ) görülmüştür. Bu doğrultuda kültürel zekâ, özyeterlilik ve hizmet sunumu ölçeklerine parametrik analizlerin uygulanabilmesi için verilerin çarpıklık (skewness) ve basıklık (kurtosis) değerleri hesaplanmıştır. Tablo 8’de değişkenlerin bu değerlere ilişkin bilgileri yer almaktadır. Kültürel zekâ ve özyeterlilik ölçeğine ilişkin çarpıklık değerlerine bakıldığında puanların belirtilen sınırlar içinde kalmadığı tespit edilmiştir. Normal dağılıma sahip olmadığı görülen kültürel zekâ ve özyeterlilik ölçeklerine ilişkin veriler için parametrik olmayan analizler uygulanmıştır. Ancak, katılımcıların hizmet sunumu ölçüm puanlarının ise belirtilen sınırlar içinde kaldığı ve normal dağılım sergilediğı görülmektedir. Hizmet sunumu ölçeğine ilişkin veriler için parametrik analizler uygulanmıştır.

**Tablo 8:** Kültürel zekâ, özyeterlilik ve hizmet sunumu ölçeklerine ilişkin çarpıklık- basıklık değerleri

| Ölçekler      |                      | İstatistik | Standart Hata |
|---------------|----------------------|------------|---------------|
| Kültürel Zekâ | Çarpıklık (Skewness) | -1,234     | 0,124         |
|               | Basıklık (Kurtosis)  | 7,441      | 0,247         |
| Özyeterlilik  | Çarpıklık (Skewness) | -0,690     | 0,124         |
|               | Basıklık (Kurtosis)  | 2,223      | 0,247         |
| Hizmet Sunumu | Çarpıklık (Skewness) | -0,330     | 0,124         |
|               | Basıklık (Kurtosis)  | 0,494      | 0,247         |

Katılımcıların kültürel zekâ ve özyeterlilikleri ile sosyo-demografik ve mesleki özellikleri arasında anlamlı bir farklılık olup olmadığını belirlemek amacıyla Mann-Whitney U Testi ve Kruskal- Wallis testleri uygulanmış, ancak anlamlı bir fark tespit edilmemiştir. Katılımcıların hizmet sunumu ile sosyo-demografik ve mesleki özellikleri arasında anlamlı bir farklılık olup olmadığını belirlemek amacıyla ise bağımsız grup  $t$  testi ve tek yönlü varyans analizi (ANOVA) testleri kullanılmış, ancak yalnızca katılımcıların özyeterlilikleri ile çalışma şekilleri ( $p=0,001$ ;  $p\leq 0,05$ ) arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark bulunmuştur.

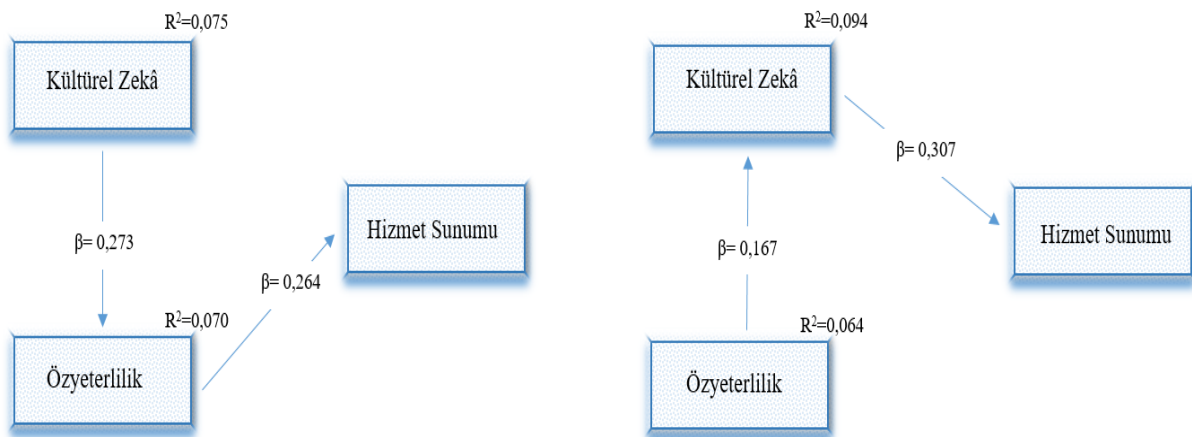
### Araştırma Hipotezlerinin Test Edilmesi

Tablo 5’te araştırmanın hipotezlerine ait regresyon analizi sonuçları yer almaktadır.  $H_1$  hipotezinin regresyon analizi sonuçlara göre turist rehberlerinin kültürel zekâ düzeylerinin özyeterlilik inançları üzerinde istatistiksel açıdan anlamlı bir etkisi vardır ( $p<0,05$ ). Değişkenler arasında pozitif yönlü zayıf bir ilişki ( $r=0,273$ ) saptanmış, belirlilik (determinasyon) katsayısı ( $r^2$ ) 0,075 olarak hesaplanmıştır. Özyeterlilik inançlarındaki değişimlerin % 7,5’inin kültürel zekâyâ bağılı olduğu söylenebilir.  $H_2$  hipotezinin regresyon analizi sonuçlarına göre turist rehberlerinin özyeterlilik inançlarının kültürel zekâ düzeyleri üzerinde istatistiksel açıdan anlamlı bir etkisi vardır ( $p<0,05$ ). Değişkenler arasında pozitif yönlü zayıf bir ilişki ( $r=0,167$ ) saptanmıştır. Bununla birlikte, belirlilik (determinasyon) katsayısı ( $r^2$ ) 0,064 olarak hesaplanmıştır. Kültürel zekâ düzeylerindeki değişimlerin % 6,4’ünün özyeterlilik inançlarına bağılı olduğu söylenebilir.  $H_3$  hipotezinin regresyon analizi sonuçlarına göre turist rehberlerinin kültürel zekâ düzeylerinin hizmet sunumu üzerinde istatistiksel açıdan anlamlı bir etkisi vardır ( $p<0,05$ ). Değişkenler arasında pozitif yönlü zayıf bir ilişki ( $r=0,307$ ) saptanmıştır. Belirlilik (determinasyon) katsayısı ( $r^2$ ) 0,094 olarak hesaplanmıştır. Hizmet sunumlarındaki değişimlerin % 9,4’ünün kültürel zekâyâ bağılı olduğu söylenebilir.  $H_4$  hipotezinin regresyon analizi sonuçlarına göre turist rehberlerinin özyeterlilik inançlarının hizmet sunumu üzerinde istatistiksel açıdan anlamlı bir etkisi vardır ( $p<0,05$ ). Özyeterlilik inanç düzeyleri ile hizmet sunumları arasında pozitif yönlü zayıf bir ilişki ( $r=0,264$ ) saptanmış, belirlilik (determinasyon) katsayısı ( $r^2$ ) 0,070 olarak hesaplanmıştır. Hizmet sunumlarındaki değişimlerin % 7’sinin özyeterlilik inançlarına bağılı olduğu söylenebilir. Elde edilen sonuçlar neticesinde dört hipotez de kabul edilmiştir.

**Tablo 5:** Araştırma hipotezlerinin regresyon analizi sonuçları

| <b>H<sub>1</sub></b> = Turist rehberlerinin kültürel zekâ düzeylerinin özyeterlilik inançları üzerinde anlamlı bir etkisi vardır. | <b>Beta (β)</b> | <b>t</b> | <b>Sig. (p)</b> |
|---|-----------------|----------|-----------------|
| Sabit   |                 | 10,541   | 0,000           |
| Kültürel Zekâ   | 0,273           | 5,577    | 0,000           |
| <b>Bağımlı Değişken:</b> Özyeterlilik<br>(R <sup>2</sup> = 0,075; Düzeltilmiş R <sup>2</sup> = 0,072; F=31,101; p=0,000)          |                 |          |                 |
| <b>H<sub>2</sub></b> = Turist rehberlerinin özyeterlilik inançlarının kültürel zekâ düzeyleri üzerinde anlamlı bir etkisi vardır. | <b>Beta (β)</b> | <b>t</b> | <b>Sig. (p)</b> |
| Sabit   |                 |          | 0,000           |
| Özyeterlilik  | 0,167           | 5,124    | 0,000           |
| <b>Bağımlı Değişken:</b> Kültürel Zekâ<br>(R <sup>2</sup> = 0,064; Düzeltilmiş R <sup>2</sup> = 0,061; F= 26,258; p= 0,000 )      |                 |          |                 |
| <b>H<sub>3</sub></b> = Turist rehberlerinin kültürel zekâ düzeylerinin hizmet sunumu üzerinde anlamlı bir etkisi vardır.          | <b>Beta (β)</b> | <b>t</b> | <b>Sig. (p)</b> |
| Sabit   |                 | 14,044   | 0,000           |
| Kültürel Zekâ   | 0,307           | 6,324    | 0,000           |
| <b>Bağımlı Değişken:</b> Hizmet Sunumu<br>(R <sup>2</sup> = 0,094; Düzeltilmiş R <sup>2</sup> = 0,092; F=39,992; p=0,000)         |                 |          |                 |
| <b>H<sub>4</sub></b> = Turist rehberlerinin özyeterlilik inançlarının hizmet sunumu üzerinde anlamlı bir etkisi vardır.           | <b>Beta (β)</b> | <b>t</b> | <b>Sig. (p)</b> |
| Sabit   |                 | 19,974   | 0,000           |
| Özyeterlilik  | 0,264           | 5,365    | 0,000           |
| <b>Bağımlı Değişken:</b> Hizmet Sunumu<br>(R <sup>2</sup> = 0,070; Düzeltilmiş R <sup>2</sup> = 0,067; F=28,788; p=0,000)         |                 |          |                 |

Araştırma hipotezleri için yapılan analizlerin sonucunda araştırmaya ait oluşturulmuş sonuç modeli Şekil 3'te gösterilmektedir. Kültürel zekâ düzeylerinin özyeterlilik inançları üzerinde; özyeterlilik inançlarının kültürel zekâ düzeyleri üzerinde; kültürel zekâ düzeylerinin hizmet sunumu üzerinde ve özyeterlilik inançlarının hizmet sunumu üzerinde etkisi vardır. Araştırmanın sonuç modeline göre tüm hipotezler kabul edilmiştir.

**Şekil 3:** Araştırmanın sonuç modeli

## Sonuç ve Öneriler

Yapılan çalışma, Türkiye’de aktif olarak mesleğini icra eden turist rehberlerinin mevcut kültürel zekâ düzeyi ve özyeterlilik inançlarının sundukları hizmete etkisini ortaya koymaktadır. Kültürel zekâ ve özyeterliliğe ilişkin ilgili alanyazından yola çıkılmış, araştırmanın örneklemini oluşturan turist rehberlerinin anket formlarına verdikleri cevaplar ışığında veriler elde edilmiştir. Elde edilen veriler belirli analizlere tabi tutulmuş, bulgular saptanmış ve bir takım sonuçlara ulaşılmıştır.

Anket formu ile katılımcılara ait demografik özellikler, kültürel zekâ düzeyleri, özyeterlilik inançları ve hizmet sunumlarına ilişkin bilgiler elde edilmiştir. Demografik özellikler, sosyo-demografik ve mesleki özellikler olmak üzere iki başlık altında incelenmiştir. Katılımcıların sosyo-demografik özellikleri incelendiğinde büyük çoğunluğunun erkek olduğu görülmektedir. Rehberlik mesleğinin uzun ve zaman zaman düzensiz çalışma saatleri gerektirmesi ve sık sık seyahat etme durumu mesleğin kadınlar tarafından daha az tercih edilme nedenleri arasında sayılabilmektedir. Ayrıca kadınların ev ile ilgili sorumluluklarının fazla olması, kadın rehberlerin ev ve aile hayatında aksaklıklara sebep olabilmektedir. Araştırmaya katılan turist rehberlerinin çoğunluğunun bekâr olduğu tespit edilmiştir. Mesleğin mesai anlayışına dayanmaması, resmi tatillerde (dini ve milli bayramlar, yılbaşı vb.) çalışılması durumu, gelirlerde dengesizlik olması, rehberlerin aile hayatını ve evlilik niyetlerini olumsuz etkilemektedir. Katılımcıların büyük bir çoğunluğu 26-35 yaş aralığındadır. Mesleğin daha çok genç bireyler tarafından tercih edildiği görülmektedir. Mesleğin yaşça büyük olan bireyler tarafından tercih edilmeme nedenleri arasında iş güvencesi ve yeterli sosyal haklara sahip olunmaması, aile hayatını olumsuz etkilemesi ve fiziksel ve zihinsel bir güç gerektirmesi sayılabilmektedir. Ankete katılan turist rehberlerinin büyük bir çoğunluğunun lisans düzeyinde eğitim aldığı tespit edilmiştir. Bunu ön lisans ve lisansüstü düzeyde eğitim gören turist rehberleri takip etmektedir. Araştırmadan elde edilen bu sonuçla, turist rehberlerinin yüksek eğitim seviyelerine sahip oldukları ortaya koyulmaktadır. Katılımcıların mesleki özellikleri incelendiğinde, çoğunluğunun turist/turizm rehberliği lisans programından mezun olduğu görülmektedir. Kültür ve Turizm Bakanlığı sertifika programlarına dâhil olan rehber sayısı bu sayıya yakındır. Kültür ve Turizm Bakanlığı sertifika programlarını, turizm rehberliği ön lisans programı takip etmektedir. Bu durum Türkiye’deki mesleki rehberlik eğitiminin parçalanmış yapısına işaret etmektedir. Ankete katılan rehberlerin çoğunluğunun 5-9 yıl arasında rehberlik mesleğini icra ettikleri elde edilen bulgulardan biridir. Bununla birlikte, mesleki tecrübesi 1-4 yıl arasında olan turist rehberlerinin sayısı oldukça fazladır. Mesleki tecrübe yılı arttıkça turist rehberlerinin sayısı azalmaktadır. Bu sonuçlar turist rehberlerinin büyük bir çoğunluğunun genç rehberler olduğunu kanıtlamaktadır. Katılımcıların büyük bir çoğunluğunun İRO, NERO ve ARO üyesi oldukları belirlenmiştir. Bu odaların üye sayılarının fazla oluşu ile ilişkilendirilebilir. Ankete katılan turist rehberlerinin çok büyük bir çoğunluğunun serbest çalıştığı görülmektedir. Turist rehberlerinin herhangi bir seyahat acentasına bağlanmayı tercih etmeme nedenleri arasında sosyal güvenliğin ve sosyal hakların (izin, tatil vb.) olmaması, düşük maaşlar, yoğun ve yorucu tur programları yer alabilir. Araştırma sonuçlarına göre ankete katılan turist rehberlerinin çok büyük bir çoğunluğunun İngilizce dilinde rehberlik hizmeti verdikleri tespit edilmiştir. Rehberlik eğitimi veren lisans ve ön lisans programlarının müfredatlarında İngilizce’nin okutulması ve bu dilin dünya genelinde yaygın bir şekilde konuşulması sonuçları destekler niteliktedir. Turist rehberleri İngilizce dilinden sonra en fazla Almanca dilinde rehberlik hizmeti vermektedir. Bu durum rehberlik eğitimi veren okulların ikinci yabancı dillerinin Almanca olması ile açıklanabilir.

Araştırmadan elde edilen bulgular arasında ölçeklerin ortalamaları da yer almaktadır. Kültürel zekâ ölçeğinin genel ortalaması 4,12, özyeterlilik ölçeğinin genel ortalaması 3,93 ve hizmet sunumu ölçeğinin genel ortalaması 4,38’dir. Bu çalışma kapsamında araştırmaya katılan

turist rehberlerinin kültürel zekâ ve hizmet sunumu ölçeklerine verdikleri cevaplar genel olarak değerlendirildiğinde, yanıtların ağırlıklı olarak “katılıyorum” seçeneğinde toplandığı söylenebilmektedir.

Katılımcıların sosyo-demografik (cinsiyet, medeni durum, yaş ve öğrenim durumu) ve mesleki (rehberlik eğitimi, mesleği icra yılı ve çalışma şekli) özellikleri ile kültürel zekâ ve hizmet sunumları arasında istatistiksel açıdan anlamlı bir farklılığa rastlanmamıştır. Özyeterlilik ölçeğine ilişkin bulgulara bakıldığında katılımcıların sosyo-demografik (cinsiyet, medeni durum, yaş ve öğrenim durumu) ve mesleki (rehberlik eğitimi ve mesleği icra yılı) özellikleri arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık tespit edilmemiştir. Ancak katılımcıların çalışma şekilleri ile özyeterlilikleri arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık bulunmuştur. Bu sonuçlara göre araştırmaya katılan kadrolu turist rehberlerinin özyeterlilik inançlarının yüksek olduğu ortaya koyulmuştur. Ayrıca, kültürel zekâ ve özyeterlilik arasında, kültürel zekâ ve hizmet sunumu arasında ve özyeterlilik ve hizmet sunumu arasında istatistiksel açıdan pozitif yönlü anlamlı ilişki olduğu saptanmıştır.

Ülke turizmi adına birlikte çalışan ve turist rehberlerinin sektördeki paydaşları olan Kültür ve Turizm Bakanlığı’na, TUREB’e, turist rehberliği meslek kuruluşlarına, seyahat acentalarına, eğitim kurumlarına ve diğer araştırmacılara yönelik öneriler aşağıda yer almaktadır. Ayrıca, araştırmanın sonuçlarından elde edilen bulgular ışığında turist rehberlerine de bazı öneriler sunulmuştur.

- Turist rehberlerinin kültürlerarası iletişim ve etkileşimde önemli bir rol oynayan kültürel zekâyâ yönelik gelişimleri, rehberlik seminerleri vasıtasıyla sürekli güncellenmelidir. Bu amaçla, TUREB kendisine bağlı olan meslek kuruluşları aracılığıyla bu seminerlerin düzenlenmesini sağlamalıdır. TUREB ve ona bağlı meslek kuruluşları rehberlerin kültürel zekâlarını geliştirmeleri için bu alanda uzman kişilerle işbirliği yapmalıdır. Bu seminerler rehberlerin mesleki ve kişisel gelişimlerine fayda sağlayacaktır.

- Meslek kuruluşları TUREB çatısı altında eğitim gezisi, eğitim faaliyetleri, uzmanlaşma eğitimi, seminerler gibi konularda üyelerine birtakım destekler sağlamaktadır. Ancak desteklerin büyük çoğunluğu rehberlerin mesleki gelişimi için sağlanmaktadır. Bunların yanı sıra rehberlerin kişisel gelişimi için de destekler verilmesi gerekmektedir. Kültürlerarası ortamlarda çalışan turist rehberlerinin bu ortamlarda nasıl davranmaları, nasıl hareket etmeleri ve turlarını nasıl yönetmeleri gerektiği konularında da desteğe ihtiyaçları vardır.

- Kültürel zekâ geliştirilebilen bir kavramdır. Bunun sağlanması için farklı ülkelerden meslek kuruluşları ile işbirliği yapılarak o ülke ve kültüre mensup olan turist rehberleri veya o kültürlerden uzman bireyler getirilebilir. Bu rehberler kendi kültürü ve kendi kültürüne mensup olan bireylerle ilgili seminer düzenleyerek rehberleri bu kültürlerarası iletişime ve etkileşime hazırlayabilir.

- Meslek kuruluşları TUREB’in de desteğiyle üyelerine kültürel zekâ ve özyeterlilik testleri uygulamalı ve sonuçlar doğrultusunda üyelerini yönlendirmelidir. Kültürel zekâ düzeyi ve özyeterlilik inançları düşük olan üyeler kültürel zekâ ve özyeterlilik inancını geliştiren hizmetiçi eğitime tabii tutulmalıdır.

- Turist rehberleri ülke temsilcileri olmalarının yanı sıra seyahat acentalarının da temsilcileridir. Acentalar kendilerini temsil eden turist rehberlerinin kişisel gelişimlerini desteklemelidir. Seyahat acentaları çalıştıkları pazarlara daha iyi bir hizmet sunabilmek için rehberlerini bu ülkelere göndererek, ülkelerinin kültürü ve o kültüre mensup olan bireylerle etkileşimlerini arttırabilir. Seyahat acentaları ilgili pazarlara yönelik turist rehberlerine yurtdışı imkânı sunmalıdır.



- Rehberlik eğitimi veren üniversiteler rehberlerin mesleklerini icra ederken kullanacakları bilgiyi sağlamaktadır. Ancak bu tek başına yeterli değildir. Rehber adaylarının mesleki gelişimi ve kişisel gelişimi de yakından takip edilerek gereken nitelikler kazandırılabilir. Bu bağlamda, ders müfredatları gözden geçirilerek rehber adaylarının mesleki ve kişisel gelişimlerine katkı sağlayacak derslerin eklenmesi önem taşımaktadır.

- Eğitim kurumlarında verilen diller çeşitlendirilmeli, belirli diller üzerinde oluşan yoğunluk nadir dillere kaydırılarak dil normları ortadan kaldırılmalıdır. Bununla birlikte verilen derslerle birlikte rehber adaylarının kültürel zekâ düzeyleri ve özyeterlilik inançlarının artması için ders dışı etkinliklerin de düzenlenmesi sağlanmalıdır.

- Bölüme gelen turizm rehberliği öğrenci adaylarının ön kayıtla alınması ile mesleğe ilişkin kişilik özellikleri, mesleğe yatkınlıkları, yüksek kültürel zekâ düzeyine sahip olmaları gibi bölümün ve mesleğin gereklilikleri olan şartları sağlayıp sağlamadıkları tespit edilebilir. Böylelikle mesleğe uygun özellik ve vasıflar taşıyan bireyler yetiştirilebilir.

- Turist rehberleri kendi kişisel gelişimleri için çaba sarf etmeli, farklı kültürlerin özelliklerine ilişkin araştırmalar yapmalı ve donanımlarını arttırmalıdır. Tur öncesi hazırlıklarında rehberlik edecekleri turist grubunun kültürü hakkında bilgi edinmeli ve o kültüre ilişkin özellikleri dikkate alarak hizmet sunumunu gerçekleştirmelidirler. Turist grubunun özellikleri doğrultusunda iletişim ve etkileşim kuracaklarını unutmamalıdır.

- Turist rehberleri ile farklı kültürlere mensup turist grupları arasında bir köprü olan dil, rehberler tarafından hâkim olunması gereken bir olgudur. Rehberler, istenilen dilde mesleklerini icra ederken o dile özgü öğelerin olduğunu unutmamalıdır. Sözlü iletişimin yanı sıra onu destekleyen sözsüz iletişim unsurlarını da (beden dili- jest ve mimikler) kültürel farklılıkları dikkate alarak kullanmalıdırlar. Sözlü olmayan mesajlar sözlü mesajlara göre daha fazla yanlış anlaşılmalara sebep olabilmektedir. Bu sebeple, turist gruplarının kültüründe sözsüz mesajların ne anlama geldiği turist rehberleri tarafından bilinmelidir.

- Rehberlerin çalıştıkları turist gruplarının kültürünü anlamak ve tanımak için bu turist gruplarının ülkelerine giderek o kültürü yerinde öğrenmeleri mesleğin icrasında rehberlere fayda sağlayabilir. Bu bağlamda, rehberler turist gruplarının davranışlarını onların kültürüne göre yorumlama konusunda yeterlilik kazanabilirler.

- Turist rehberlerinin kültürel zekâ düzeylerinin geliştirilmesi ve özyeterlilik inançlarının arttırılması ve dolayısıyla sundukları hizmetin iyileştirilmesi turizm sektörünün geleceği için önem taşımaktadır. Bu sebeple, kültürel zekâ düzeyleri ve özyeterlilik inançlarını yüksek tutmak amacıyla rehberlerin ihtiyaçlarının, izlenecek yol ve stratejilerin belirlenmesi noktasında adımlar atmak gerekmektedir. Bundan sonra yapılacak çalışmalar için, elde edilen ve sunulan bulgular ışığında kültürel zekâ düzeyleri ve özyeterlilik inançlarını arttırmaya yönelik çözümler sunmaları önerilebilir.

- Turizm sektörünün farklı alanlarında (ör. otel çalışanları, seyahat acentası çalışanları) araştırmalar yapılabilir. Türkiye'ye gelmesi muhtemel olan kültürler konusunda çalışmalar yapılabilir. Turist rehberlerine ait farklı demografik değişkenlerle mevcut konular bağdaştırılarak çalışmalar geliştirilebilir.

- Bu çalışmadan hareketle, gelecekte yapılacak çalışmalarda, turist rehberlerinin kültürel zekâlarının geliştirme konusunda eğitim programları hazırlanabilir, kültürel zekâ, rehber adayları için turizm rehberliği eğitimi veren kurumlarda ders olarak okutulabilir. Bununla birlikte meslek kuruluşlarında üye rehberlere seminer olarak sunulabilir.

- Çalışmada kültürel zekâ ile özyeterliliğin ve hizmet sunumu üzerindeki etkisinin zayıf olduğu görülmüştür. O halde özyeterliliği ve hizmet sunumunu etkileyen başka faktörler de

bulunmaktadır. Bundan sonra yapılacak çalışmalarda özyeterliliğe ve hizmet sunumuna etki eden faktörler araştırılabilir.

### Kaynakça

- Akdemir, B., Çalış Duman, M. & Tunalılar, T. T. (2016). Uluslararası işgücü pazarının yeni rolü: kültürel zekâ. *Akademik Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 4(25), 29-47. Doi: 10.13140/RG.2.1.1432.3608
- Ang, S. & Van Dyne, L. (2008). Conceptualization of cultural intelligence: definition, distinctiveness, and nomological network. In S. Ang, L. Van Dyne (Eds), *Handbook of cultural intelligence: theory, measurement, and applications*, 3-15: New York: M.E. Sharpe, Armonk.
- Ang, S., Van Dyne, L. & Koh, C. (2006). Personality correlates of the four-factor model of cultural intelligence. *Group and Organization Management*, 31, 100–123. Doi: 10.1177/1059601105275267
- Ang, S., Van Dyne, L., Koh, C., Ng, K.Y., Templer, K. J., Tay, C. & Chandrasekar, N. A. (2007). Cultural intelligence: its measurement and effects on cultural judgment and decision making, cultural adaptation and task performance. *Management and Organization Review*, 3(3), 335-371. Doi: 10.1111/j.1740-8784.2007.00082.x
- Ap, J. & Wong, K. K. F. (2001). Case study on tour guiding: professionalism, issues and problems. *Tourism Management*, 22(5), 551-563. Doi: 10.1016/S0261-5177(01)00013-9
- Araştırma ve Eğitim Genel Müdürlüğü (2017). *Rehber istatistikleri*. Erişim Tarihi: 05.05.2017, <http://aregem.kulturturizm.gov.tr/TR,178564/rehberlik-istatistikleri.html>.
- Arora, P. & Rohmetra, N. (2010). Cultural intelligence: Leveraging differences to bridge the gap in the international hospitality industry. *International Review of Business Research Papers*, 6 (5), 216-234.
- Arslantürk, Y., Altunöz, Ö. & Çalık, A. Ö. (2013). Turist rehberliği hizmet kalitesi ölçümü: Servqual yaklaşımı. *Journal of International Social Research*, 6 (27), 107-118. Doi: 10.1155/2012/490647
- Avcıkurt, C. (2015). *Turizm sosyolojisi: genel ve yapısal yaklaşımlar* (Yenilenmiş ve Geliştirilmiş 4. Basım). Ankara: Detay Yayıncılık.
- Bandura, A. (1997). *Self-efficacy: the exercise of control*, NewYork: W. H. Freeman and Company.
- Bandura, A. (2001). social cognitive theory: an agentic perspective. *Annual Review of Psychology*, 52, 1-26. Doi: 10.1146/annurev.psych.52.1.1.
- Batman, O. & Çınar-Oğuz, S. (2011). Kültür turizmi. İçinde N. Hacıoğlu ve C. Avcıkurt (Ed), *Turistik ürün çeşitlendirmesi*, 191-208, Ankara: Nobel Akademik Yayıncılık.
- Bilgiçer, M. C. (2011). *Kültürler arası yönetim: konaklama işletmeleri çalışanlarının kültürler arası uyum becerileri üzerine bir çalışma*. (Basılmamış yüksek lisans tezi), Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İzmir.
- Bitner, M. J., Booms, B. H. & Tetreault, M. S. (1990). The service encounter: diagnosing favorable and unfavorable incidents. *The Journal of Marketing*, 54(1), 71-84. Doi: 10.2307/1252174
- Bücker, J. J. L. E., Furrer, O., Poutsma, E. & Buyens, D. (2014). The impact of cultural intelligence on communication effectiveness, job satisfaction and anxiety for chinese host country managers working for foreign multinationals. *The International Journal of Human Resource Management*, 25(14), 2068-2087. Doi: 10.1080/09585192.2013.870293

- Chen, G., Gully, S. M. & Eden, D. (2004). General self-efficacy and self-esteem: toward theoretical and empirical distinction between correlated self-evaluations. *Journal of Organizational Behavior*, 25(3), 375-395. Doi: 10.1002/job.251
- Chen, A. S. Y., Lin, Y. C. & Sawangpattanakul, A. (2011). The relationship between cultural intelligence and performance with the mediating effect of culture shock: a case from philippine labrosu in taiwan. *International Journal of Intercultural Relations*, 35(2), 246-258. Doi: 10.1016/j.ijintrel.2010.09.005
- Crowne, K. A. (2008). What leads to cultural intelligence?. *Business Horizons*, 51, 391-399. Doi: 10.1016/j.bushor.2008.03.010
- Çapık, C. (2014). Geçerlik ve güvenilirlik çalışmalarında doğrulayıcı faktör analizinin kullanımı. *Anadolu Hemşirelik ve Sağlık Bilimleri Dergisi*, 17(3), 196-205.
- Çelik, M. & Atik, S. F. (2016). Duygusal emek gösteriminin çalışanlar açısından sonuçları: seyahat acentalarına yönelik bir araştırma. *Akademik Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 4(36), 507-521.
- Çolakoğlu, H. & Çolakoğlu, T. (2016). Üniversitelerdeki girişimcilik eğitimi ile öz yeterlilik algısı ve girişimcilik potansiyeli ilişkisi üzerine bir saha araştırması. *Sosyal ve Beşeri Bilimler Araştırmaları Dergisi*, 17 (37), 70-84.
- Dahles, H. (2002). The politics of tour guiding: image management in Indonesia. *Annals of Tourism Research*, 29(3), 783-800. Doi: 10.1016/S0160-7383(01)00083-4
- Earley, P. C. (2002). Redefining interactions across cultures and organizations: moving forward with cultural intelligence. In B.M. Staw, R.M Kramer, (Eds), *Research in organizational behavior*, 271-299, New York: JAI.
- Ersoy, A. & Ehtiyar, R. (2015). Kültürel farklılıkların yönetiminde kültürel zekânın rolü: Türk ve yabancı yöneticiler üzerine bir araştırma. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 26 (1), 42-60.
- Geva, A., and Goldman, A. (1991). Satisfaction measurement in guided tours. *Annals of Tourism Research*, 18 (2), 177-185.
- Gözüm, S. & Aksayan, S. (1999). Öz-etkililik-yeterlik ölçeğinin Türkçe formunun güvenilirlik ve geçerliliği. *Atatürk Üniversitesi Hemşirelik Yüksekokulu Dergisi*, 2(1), 35-43.
- Gremler, D. D., Jo Bitner, M. & Evans, K. R. (1994). The internal service encounter. *International Journal of Service Industry Management*, 5(2), 34-56. Doi: 10.1108/09564239410057672
- Hacıoğlu, N. (2015). *Turizm pazarlaması*, 10. Basım, Ankara: Nobel Akademik Yayıncılık.
- Hartline, M. D. & Jones, K. C. (1996). Employee performance cues in a hotel service environment: influence on perceived service quality, value and word-of-mouth intentions. *Journal of Business Research*, 35(3), 207-215. Doi: 10.1016/0148-2963(95)00126-3
- Hooper, D., Coughlan, J. & Mullen, M. (2008). Structural equation modelling: guidelines for determining model fit. *Electronic Journal of Business Research Methods*, 6(1), 53-60.
- Hopkins, S. A., Nie, W. & Hopkins, W. E. (2009). Cultural effects on customer satisfaction with service encounters. *Journal of Service Science*, 2(1), 45-56. Doi: 10.19030/jss.v2i1.4289
- Iroegbu, M. N. (2015). Self efficacy and work performance: a theoretical framework of Albert Bandura's model, review of findings, implications and directions for future research. *Psychology and Behavioral Sciences*, 4(4), 170-173. Doi: 10.11648/j.pbs.20150404.15
- Judge, T. A., Jackson, C. L., Shaw, J. C., Scott, B. A. & Rich, B. L. (2007). Self-efficacy and work-related performance: the integral role of individual differences. *Journal of Applied Psychology*, 92(1), 107-127. Doi: 10.1037/0021-9010.92.1.107
- Kalaycı, Ş. (2006). Güvenilirlik analizi. İçinde Ş. Kalaycı (Ed), *SPSS uygulamalı çok değişkenli istatistik teknikleri*, 403-419, Ankara: Asil Yayın Dağıtım.

- Kodwani, A. D. (2012). Beyond emotional intelligence (EQ): The role of cultural intelligence (CQ) on cross-border assignments. *World Review of Business Research*, 2(4), 86- 102.
- Kotaman, H. (2008). Özyeterlilik inancı ve öğrenme performansının geliştirilmesine ilişkin yazın taraması. *Uludağ Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 21(1), 111-133.
- Kotler, P., Armstrong, G., Saunders, J., and Wong, V. (1999). *Principles of marketing*. (Second European Ed.). Upper Saddle River, New Jersey: Prentice Hall.
- Kotler, P. & Keller, K. L. (2006). *Marketin management*, Twelfth Ed, Upper Saddle River, New Jersey: Prentice Hall.
- Köroğlu, A., Köroğlu, Ö. & Sarioğlu, M. (2007). Türk mutfağının tanıtılmasında profesyonel turist rehberlerinin rolüne ilişkin ampirik bir çalışma. 1. Ulusal Gastronomi Sempozyumu ve Sanatsal Etkinlikleri (4-5 Mayıs 2007), Antalya.
- Leclerc, D. & Martin, J. N. (2004). Tour guide communication competence: French, German and American tourists' perceptions. *International Journal of Intercultural Relations*, 28(3), 181-200. Doi: 10.1016/j.ijintrel.2004.06.006
- MacNab, B. R., and Worthley, R. (2012). Individual characteristics as predictors of cultural intelligence development: The relevance of self-Efficacy. *International Journal of Intercultural Relations*, 36 (1), 62-71. Doi: 10.1016/j.ijintrel.2010.12.001
- Moon, T. (2010). Emotional intelligence correlates of the four-factor model of cultural intelligence. *Journal of Managerial Psychology*, 25(8), 876-898. Doi: 10.1108/02683941011089134
- Ng, K. Y. & Earley, P. C. (2006). Culture+intelligence old constructs, new frontiers. *Group & Organization Management*, 31(1), 4-19. Doi: 10.1177/1059601105275251
- Oolders, T., Chernyshenko, O. S. & Stark, S. (2008). Cultural intelligence as a mediator of relationships between openness to experience and adaptive performance. Ang, S., and Van Dyne, L. (Eds.), *Handbook of cultural intelligence: Theory, measurement and applications* (pp. 145-158). New York: M.E. Sharpe, Armonk.
- Rose, R. C., Ramalu, S. S., Uli, J. & Kumar, N. (2010). Expatriate performance in international assignments: the role of cultural intelligence as dynamic intercultural competency. *International Journal of Business and Management*, 5(8), 76-85. Doi: 10.5539/ijbm.v5n8p76
- Sherer, M. & Adams, C. H. (1983). Construct validation of the self-efficacy scale. *Psychological Reports*, 53(3), 899-902. Doi: 10.2466/pr0.1983.53.3.899
- Sherer, M., Maddux, J. E., Mercandante, B., Prentice-Dunn, S., Jacobs, B. & Rogers, R. W. (1982). The self-efficacy scale: construction and validation. *Psychological Reports*, 51(2), 663-671. Doi: 10.2466/pr0.1982.51.2.663
- Stajkovic, A. D. & Luthans, F. (1998). Self-efficacy and work-related performance: a meta-analysis. *Psychological Bulletin*, 124(2), 240-261. Doi: 10.1037/0033-2909.124.2.240
- Surprenant, C. F. & Solomon, M. R. (1987). Predictability and personalization in the service encounter. *The Journal of Marketing*, 51(2), 86-96. Doi: 10.2307/1251131
- Şahin, F. & Gürbüz, S. (2012). Kültürel zekâ ve öz-yeterliliğin görev performansı ve örgütsel vatandaşlık davranışı üzerinde etkisi: çokuluslu örgüt üzerinde bir uygulama. *İş, Güç Endüstri İlişkileri ve İnsan Kaynakları Dergisi*, 14(2), 123-140. Doi: 10.4026/1303-2860.2012.0202.x
- Şahin, F., Gürbüz, S., Köksal, O. & Ercan, Ü. (2012). Kültürel zekâ, duygusal zekâ ve sosyal zekâdan farklı mıdır?. 11. Ulusal İşletmecilik Kongresi (10-12 Mayıs 2012), ss. 356-365, Konya.
- Templer, K. J., Tay, C. & Chandrasekar, N. A. (2006). Motivational cultural intelligence, realistic job preview, realistic living, conditions preview, and cross-cultural adjustment. *Group and Organization Management*, 31(1), 154- 173. Doi: 10.1177/1059601105275293

- 
- Van Dyne, L., Ang, S. & Koh, C. (2009). Cultural intelligence: measurement and scale development. In M. A. Moodian (Ed) *Contemporary leadership and intercultural competence: exploring the cross-cultural dynamics within organizations*, 233-254, Thousand Oaks: Sage.
- Van Dyne, L., Ang, S. & Livermore, D. (2010). Cultural intelligence: a pathway for leading in a rapidly globalizing world. In K. Hannum, B. B. McFeeters and L. Booyesen (Eds), *Leading across differences*, 131-138, San Francisco: Pfeiffer.
- Yeniçeri, T. & Erten, E. (2008). Mağaza sadakat programlarının algılanması, güven, ilişkiyi sürdürme isteği ve mağaza sadakati arasındaki ilişkilerin yapısal eşitlik modeli ile incelenmesi. *Doğuş Üniversitesi Dergisi*, 9(2), 232-247.
- Zhang, H. Q. & Chow, I. (2004). Application of importance-performance model in tour guides' performance: evidence from mainland chinese outbound visitors in Hong Kong. *Tourism Management*, 25(1), 81-91. Doi: 10.1016/S0261-5177(03)00064-5
- Zimmerman, B. J. (1995). Self-Efficacy and educational development. In A. Bandura (Ed), *Self-efficacy in changing societies*, 202-231, New York: Cambridge University Press.
-

# Türkiye’de Turistik Talebin En Fazla Olduğu 10 Kentin Marka Kimlikleri Üzerine Bir Değerlendirme

## An Assessment of Brand Identities of The 10 Cities with The Highest Number of Tourist Demand in Turkey

Hasan KÖŞKER\*

Nalan ALBUZ\*\*

Fatih ERCAN\*\*\*

### Öz

Son yıllarda turizm pazarından daha fazla pay alabilmek için destinasyonlar arasında kıyasıya bir rekabet yaşanmaktadır. Destinasyonların kendilerini ifade edebilecekleri, onlara rekabet avantajı sağlayabilecek, ayırt edilebilir, doğru ve akılda kalıcı marka kimliği oluşturmaları gerekmektedir. Zira marka kimliği, turistlerin tercih ve kararlarında önemli rol oynamaktadır. Bu araştırmada, Türkiye’de en fazla turist çeken İstanbul, Antalya, Muğla, İzmir, Ankara, Nevşehir, Aydın, Denizli, Gaziantep ve Hatay kentlerinin marka kimlikleri incelenmiştir. Bu kentlerin marka kimliklerinde hangi renkleri kullandıkları, hangi turistik değer ve yerel sembollerle ön plana çıkmaya çalıştıkları, hangi sloganları kullandıkları ve logolarında kendilerini nasıl konumlandıkları tespit edilmeye çalışılmıştır. Araştırma verileri, 10 kente ait dokümanların, web sitelerinin, tanıtım filmlerinin ve kataloglarının incelenmesinin yanı sıra kentlerin ilgili kurumlarıyla elektronik posta ve telefonla iletişime geçilerek elde edilmiştir. Elde edilen verilerin içerik analizleri yapılmıştır. Araştırmanın önemli bulgularından birincisi; bu kentlerin tamamının tarihi ve kültürel değerlerini ön plana çıkarmaya çalıştıkları, Gaziantep ve Hatay’ın ayrıca gastronomik değerlerine de vurgu yaptıkları görülmektedir. İkinci önemli bulgu; bu kentlerin kent, belediye ve valilik logolarının birbirinden farklı olduğu, kentlerin ortak bir logosunun olmadığı tespit edilmiştir. Araştırmada dikkat çeken bir diğer bulgu ise; Ankara, Nevşehir ve Denizli’nin hali hazırda turistik sloganının olmamasıdır. Sonuç olarak İstanbul, Antalya ve Gaziantep’in turistik anlamda önemli oranda kendilerine özgü kentsel marka kimliği oluşturabildikleri, diğer kentlerin de marka kimliği oluşturma çabasında oldukları söylenebilir. Türkiye’deki kentlerin güçlü marka kimliğine ihtiyacı olduğu anlaşılmaktadır. Kentlerin turistik planlama ve pazarlama faaliyetlerinde bu konuyu da dikkate almaları önerilmektedir.

**Anahtar Kelimeler:** Destinasyon, Kent Kimliği, Marka, Logo, Slogan.

### Abstract

In recent years, there is a fierce competition among destinations to get more share from the tourism market. Destinations; they need to create a distinctive, accurate, and permanent brand identity that can express themselves and provide them with competitive advantage. Because brand identity plays an important role in tourists' choices and decisions. In this study, brand identity of the cities of İstanbul, Antalya, Muğla, İzmir, Ankara, Nevşehir, Aydın, Denizli, Gaziantep and Hatay that attracts most tourists in Turkey were examined. It has been tried to determine which colors they use in their brand identities, which tourist values and local symbols they try to outline, which slogans they use and how they position themselves in logos. The research data was obtained by reviewing the documents, web sites, promotional films and catalogs of the 10 cities, as well as communicating with the

\* Dr. Öğr. Üyesi, Zonguldak Bülent Ecevit Üniversitesi, Kdz. Ereğli Turizm Fakültesi, Turizm İşletmeciliği Bölümü, hasankosker@yahoo.com

\*\* Dr. Öğr. Üyesi, Zonguldak Bülent Ecevit Üniversitesi, Kdz. Ereğli Turizm Fakültesi, Turizm İşletmeciliği Bölümü, nalanalbuz83@hotmail.com

\*\*\* Dr. Öğr. Üyesi, Zonguldak Bülent Ecevit Üniversitesi, Kdz. Ereğli Turizm Fakültesi, Turizm İşletmeciliği Bölümü, ercan\_fatih\_82@hotmail.com

related institutions of the cities via electronic mail and telephone. Content analysis of the obtained data was done. The first of the important findings of the research; all of these cities are trying to bring their historical and cultural values to the forefront, Gaziantep and Hatay are also emphasizing their gastronomic values. The second important finding is; it has been determined that the cities, municipalities and governor's logos of these cities are different from each other and that there is no common logos of the cities. Another finding that draws attention in the research is; Ankara, Nevşehir and Denizli have not already had a tourist slogan. As a result, it can be said that Istanbul, Antalya and Gaziantep can create their unique urban brand identity in a significant sense in tourism and other cities are trying to establish brand identity. It is understood that the city needs a strong brand identity in Turkey. It is suggested that cities should take this issue into consideration in their touristic planning and marketing activities.

**Key Words:** Destination, City Identity, Brand, Logo, Slogan.

## Giriş

Destinasyon pazarlaması yeni bir uygulama değildir. 1850'li yıllarda Amerika'da, 1900'lü yıllarda İngiltere ve Fransa'da destinasyon pazarlamasına yönelik çalışmalar görülmektedir. Son yıllarda dünyanın her yerinde ülkeler daha fazla turist çekmek için destinasyon pazarlamasına yönelik çalışmalar yapmaktadırlar. Günümüzdeki teknolojik gelişmeler, değişen dünya, küreselleşme ve ortaya çıkan rekabet nedeniyle ülkeler gibi kentler de kendilerini turistik anlamda pazarlamanın yollarını aramaktadır (Kotler & Gertner, 2002). Kentin turistik anlamda pazarlaması, o kentin ekonomik, politik ve sosyal yönden değişmesine ve operasyonel çevrelerinde gelişmelere neden olmaktadır (Giritlioğlu & Avcıkurt, 2010, s.76).

Her yıl milyarlarca doların harcandığı turizm pazarından daha fazla pay alabilmek için ülkeler, bölgeler ve kentler arasında kıyasıya bir rekabet yaşanmaktadır. Hatta aynı ülkedeki benzer özellikleri taşıyan turistik destinasyonlar arasında bile bu rekabeti görmek mümkündür. Bir destinasyonu belirleyici kılan ve rekabetçi pozisyona getiren temel unsurlar o destinasyonun sahip olduğu turistik çekiciliklerdir (Özer, 2012, s.174). Turistik çekicilikler denizler, kıyılar, dağlar, yaylalar, yeryüzü şekilleri, iklim, flora, fauna, tarihi ve kültürel değerler, yerel mimari, gastronomi, eğlence parkları, yeşil alanlar, rekreasyon alanları, alışveriş merkezleri vb. unsurlardır. Turizm faaliyetleri turistik çekiciliğin olduğu destinasyonlarda yoğunlaşmaktadır. Bu destinasyonların daha fazla turizm talebini çekmek için çekiciliklerini ön plana çıkararak uygun pazarlama stratejileri kullanarak kendilerini tanıtmaları, geliştirmeleri ve bu gelişimlerini pazarlama faaliyetleri aracılığıyla (Şengel vd., 2014:821), hedef ve potansiyel kitleye doğru stratejilerle aktarmaları gerekir (Miličević, Mihalić & Sever, 2017). Bu amaçla ulusal ve uluslararası medya, web siteleri, reklam kampanyaları, çarpıcı logolar ve büyüleyici sloganlar kullanılabilir (Ashworth & Kavaratzis, 2009, s.520).

Destinasyon pazarlamasında markalama da etkili bir araç olarak kullanılabilir. Kapferer (1998), destinasyon markalamasında güçlü kurumsal marka kimliği inşasının çok önemli olduğunu belirtmektedir. Bu nedenle, destinasyonun marka kimliğini tanıtan logo ve sloganlar özenle seçilmeli ve taklitçilikten sakınılmalıdır. Bir kenti diğer kentlerden ayıran üç önemli noktanın göz önünde bulundurulması gerekir. Bunlar, özgünlük, teklik ve imajdır (Rıza, 2011). Marka kimliğini oluşturan marka adı, logosu, sembolü, karakteri, markayı temsil eden kişiler, sloganı, şarkısı, ambalajı ve işareti markanın değerini arttıracak şekilde özgün olmalı (Vatan, 2017, s.255), ayırt edici olmalı, tek olmalı, farklı olmalı (Kapferer 1998) ve iyi bir imaj oluşturmalıdır. Destinasyonun marka kimliğinin inşasında ve pazarlamasında yöreye has birçok kaynak, değer, sembol, şekil, grafik, renk (Meyers & Lubliner, 2003; Rainisto, 2003; İçli & Çopur, 2008) kullanılabilir. Eklenen görsel işaretler, tasarım, grafik, sembol, renk veya bunların kombinasyonu destinasyon kimliğine değer katmalı, marka kimliğinin gücüne ve benzersizliğine katkıda bulunmalıdır (Hem & Iversen, 2004, s.85). Marka kent kimliği inşasında rakip kentlerde olmayan, ancak o kentin özelliklerini temsil edebilecek yöreye özgü değer, sembol, şekil, grafik, renk ve karakterin kent logosunda kullanılmasına özen

gösterilmelidir. Logonun, kent hakkında olumlu imaj oluşturan önemli bir enstrüman olduğu unutulmamalıdır. Dolayısıyla logonun kent hakkında iyi bir imaj oluşturmaya özen gösterilmelidir (Kotler, 2016). Zira iyi bir imaj turistleri olumlu yönde etkileyerek destinasyonun ziyaret edilmesine neden olan önemli faktörlerden biridir (Giritlioğlu & Avcıkurt, 2010, s.75). Destinasyonun ziyaret edilmesine neden olan ve rekabet avantajı sağlayan önemli faktörlerden bir diğeri ise, hedef pazarın eşsizliği ve görünürlüğüdür. Bu da iyi uygulanmış marka kent kimliği süreci ile başarılabilir (Miličević vd., 2017, s.210). Özgün, çağdaş, akılda kalıcı bir logo ve ona eşlik edebilecek etkileyici bir slogan destinasyona stratejik bir avantaj sağlayabilir.

Bir kentin turistler tarafından tercih edilmesinde, o kentin marka kimliğinin önemli rolü bulunmaktadır. Türkiye Turizm Stratejisi 2023 hedefleri arasında turizmin gelişiminin sürdürülebilirliği için zengin kültürel ve doğal değerlere sahip olan kentlerin markalaştırılarak, turistler için çekim merkezi haline getirilmesi öngörülmektedir (Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2007). Bu araştırmada Türkiye’de 2010 yılında en çok turist çeken 10 kentin (İstanbul, Antalya, Muğla, İzmir, Ankara, Nevşehir, Aydın, Denizli, Gaziantep ve Hatay) marka kent kimlikleri incelenmiştir. Bu bağlamda bu kentlerin logolarında hangi renkleri kullandıkları, hangi turistik değer ve yerel sembollerini ön plana çıkarmaya çalıştıkları, hangi sloganları kullandıkları ve kendilerini nasıl konumlandıkları değerlendirilmiştir.

### **Kavramsal Çerçeve**

Günümüz pazarlamasında marka üzerinde önemle durulan bir kavramdır. Marka; isim, terim, logo, işaret, tasarım, sembol, slogan, paket veya bunların kombinasyonundan oluşan ilk ve en önemli referanstır (Encyclopedia of Tourism, 2017). Markalaşma bir üreticinin mallarını veya hizmetlerini diğerlerinden ayırt etme aracı (Keller, 2003) olarak tanımlanmaktadır. Kent markası, kentsel gelişim sürecinde kentlerin kendilerini ayırt etmelerini ve konumlarını iyileştirmelerini sağlayan etkili bir araç olarak görülmektedir (Ashworth & Kavaratzis, 2009, s.520). Destinasyon markası, destinasyon imajı, destinasyonun marka kişiliği konusunda birçok akademik çalışma bulunmaktadır. Ancak destinasyon kimliği veya kent kimliği konusunda literatürde sınırlı sayıda çalışma mevcuttur. Bu araştırmanın ana teması kent kimliğidir. Konunun daha iyi anlaşılabilmesi için destinasyon, logo, kent kimliği kavramları açıklanmış ve kent kimliğinin önemi üzerine değerlendirmeler yapılmıştır.

### **Destinasyon**

Destinasyon, gidilecek yer ve hedef anlamında kullanılmaktadır. Coğrafi açıdan bakıldığında bir turistin ziyaret etmeyi planladığı özel bir yer olarak tanımlanmaktadır (Encyclopedia of Tourism, 2017). Literatürde yapılan tanımlarda destinasyon, sahip olduğu turistik çekim gücü nedeniyle seyahat edilen coğrafi bir mahal olarak ifade edilmektedir. Olalı (1990, s.85), destinasyonu güçlü çekim elemanlarına, ulaşım olanaklarına, turistik donatıma sahip bulunan, bu veriler nedeniyle önemli boyutta turistik seyahatlerin hedefi olan ve yoğun biçimde ziyaret edilen yer olarak tanımlamaktadır. Framke (2002, s.93), turizm etkinliklerinin yapıldığı bir mekan, yer, çekicilik, coğrafi bir alan, ilişki, pazarlama ögesi olarak ifade etmektedir. Fojtik & Somogyi (2008:1), turistik ihtiyaçlarını karşılamak ve hoş vakit geçirmek amacıyla gidilen yer olarak tanımlamaktadır. Bahar & Kozak (2006, s.34), turistin yaşadığı yerden ayrılıp tatil ya da iş gezisi vs. için gideceği yerlerin bir bütünü olarak; Çakıcı ve Aksu (2007, s.183), yerel ölçekte, mal ve hizmetlerin sunulduğu ve turistin deneyimini yaşadığı alan olarak tanımlanmaktadır.

Destinasyon kuşak, kıta, ülke ve bölge gibi büyük alanları ifade edebileceği gibi (Rızaoğlu, 2004, s.147), ülke içindeki bir bölgeyi, bir adayı, bir kasabayı, bir mahalleyi, bir köyü, hatta bunların dışında bağımsız bir mekan gibi çok küçük alanları da ifade edebilmektedir



(Iliachenko, 2005,s.3). Buradan anlaşılan bir yerin turistik bir destinasyon olabilmesi büyüklük veya küçüklükle ölçülmemektedir. Önemli olan o yerin turistik çekim gücüne sahip olmasıdır.

## Logo

Markalaşmanın ilk aşaması amblem veya logo ile başlar (Keş & Kurt, 2015, s.95). Logo; markanın kimliğini, markanın sahibini ve markanın kendisini akla getiren bir araçtır. Bu yüzden iyi bir logonun akılda kalıcı, sade, kolay (Yenipınar & Bayram, 2016), nitelikli, tanınabilir, doğru (Bayraktaroğlu & Çalış, 2010, s.9), anlamlı ve etkileyici (Hem & Iversen, 2004) olması gerekir. Çünkü kurumun görsel bir kimliği olan logo (Perry & Visnom, 2003), kurum ya da markanın görünen gücü olarak müşteriye verdiği güvencenin bir göstergesidir (Öztürk, 2006, s.1). Bu yönü ile logonun ilk faydasının onun görsel gücü olduğu ifade edilebilir. Görsel tasarımlarıyla hemen fark edilebilen logolar destinasyona rekabet avantajı sağlayabilir.

Destinasyon kimliğini tanıtmada önemli bir etken olan logonun kente yönelik olumlu bir algı ve güçlü bir imaj oluşturması gerekir (Yenipınar & Bayram, 2016, s.28). Logonun aynı zamanda hedef kitleye anlamlı ve doğru mesaj vermesine de dikkat edilmelidir (Knapp; 2003, s.96). Logo, hedef kitle ile kent arasında iletişim köprüsü kuran önemli bir araçtır. Kentlerin marka kimliklerini betimlemekte, temsil ettikleri kentin görsel marka kimliğini ortaya koymakta, kent hakkında bilgi aktarmakta, yükledikleri imgenin kent çıkarına anamlanmasını sağlamakta, hedef kitle ile kent arasında iletişim kurmakta, kenti anlatmakta ve kenti öykülemektedir (Çamdereli vd., 2006, s.236). Ancak logo tek başına kent kimliği tanıtmada yeterli olmayabilir. Logoyla birlikte kentin marka kimliğini çağrıştıracak, ona eşlik edecek değerlerin, sembollerin ve sloganın kullanılmasına da özen gösterilmelidir. Kent kimliğinin inşasında logo, değer, sembol, simgeler ve sloganın kurumsal kimliği ifade eden araçlar olduğu unutulmamalıdır.

## Kent Kimliği

Marka ile kimlik birbiri ile yakın ilişki içindedir. Her markanın bir kimliğe ihtiyacı vardır. Çünkü kimlik, markaya ilişkin öngörü sağlamaktadır (Kuşakçioğlu, 2003, s.108). Marka kimliği; ürünün görünen yüzü, reklam, renk, tasarım, sembol, kalite, şekil ambalaj ve hedefe ulaştırılmak istenen mesajın dışa yansımalarıdır. İstenen marka çağrışımları marka kimliği sayesinde hedef kitleye iletilebilmektedir (Bircan, 2016,s.37). Kurumsal marka kimliği, ayırt edilmeyi ve görsel tanınmayı sağlamaktadır (Jefkins, 1995, s.33). Marka kimliği, kimim, nasıl algılanıyorum (Kafferer, 1998), neyi temsil ediyorum, nasıl algılanmak istiyorum, temel değerlerim nelerdir sorularını cevaplar (Yıldız, 2013, s.30). Bu sorulara verilecek cevaplarla tespit edilecek doğru bir kimlik, hedef kitleye daha kolay, daha doğru ve güçlü mesajların iletmesini sağlayacaktır (Perry & Wisnom, 2003).

Rekabetin arttığı günümüzde kurumlar kendilerini rakiplerinden farklı kılmak isterler. Bu bağlamda kurum kimliği ayırt edilmeyi sağlayan önemli bir faktördür (Çeken, Akengin & Yıldız, 2016, s.4103). Kurumları gibi kentler de kendilerini diğer kentlerden farklı kılmak, tanınabilmek, ayırt edilebilmek, doğru ve güçlü mesajlar verebilmek (Saeedi & Hanzae, 2018), görsel olarak akılda kalabilmek için kent kimliği oluşturma çabasındadırlar. Kentsel kimlik, kentlerin birbirinden ayırt edici özelliklerini tayin etmektedir. Kent kimliği, “*kent ve çevresi arasındaki karşılıklı etkileşimden doğmuş bir ilişkisel kimliktir*” (Karadağ & Koçman, 2007, s.5). Kent kimliği, isim ve konumlandırılmaya bir kişilik kazandırarak markaya hayat verir (Perry & Wisnom, 2003, s.79). Kent kimliği bir nevi o kentin ruhunun bir yansıması (Kaypak, 2013, ss.375-376) olup, kentin tek başına ilk ve en önemli referansıdır (Hem & Iversen, 2004, s.85). Kent kimliği ilk bakışta açık ve görünür olan, aynı zamanda insanların zihninde imgeler oluşturan güçlü bir ayrımdır (Riza, 2011, s.294). Kent kimliğinin, bir kenti diğer kentlerden

ayıran o kente kimlik ve kişilik katan o kente münhasır değerlerin toplamı olduğu anlaşılmaktadır.

Bazı kişiler seyahat etmeden önce, seyahat etmeyi düşündükleri destinasyonu algısal olarak değerlendirmektedirler. Marka kent, kentin tanınırlığını sağlamakta, kente yönelik olumlu bir algı ve güçlü bir imaj oluşturmaktır. Destinasyon imajının olumlu olması o kentte yaşayan insanların, yerli ve yabancı turistlerin kente bakış açısına olumlu katkıda bulunmakta (Aaker, 2009; Kurumsal Kimlik Klavuzu, 2018), destinasyona kimlik ve kişilik katarak (Kaypak, 2013), turistlerin destinasyon tercihlerine rehberlik etmekte (Hem & Iverson, 2004, s.85; Riza, 2011, s.294; Kozak, 2012, s.130, Yıldız, 2013), destinasyona rekabet avantajı sağlayarak (Lee & Back, 2010; Qu vd., 2011, Miličević vd., 2017) turistleri cezbetmektedir (Qu vd., 2011). Sonuç olarak marka kent kimliği, destinasyona daha fazla ziyaretçinin gelmesini ve daha fazla gelirin elde edilmesini sağlamaktadır (Saeedi & Hanzaee, 2018, s.152). Turizm pazarında büyük pay sahibi olan Bangkok, Londra, Paris, Dubai gibi kentlerin marka kimliklerini bir ad, sembol, logo, kelime, grafikte veya sloganla ifade ederek, kendilerini rakiplerinden farklılaştırdıkları ve kendilerine has marka kent kimliklerini oluşturdukları görülmektedir. Marka kimliği, bir kenti diğer kentlerden farklılaştırmada, o kentin turistik tanıtım ve pazarlamasında önemli bir avantaj olarak kullanılabilir (Vatan, 2017, s.253). Dolayısıyla marka kimliği, bir kenti diğer kentlerden farklılaştıran, ayırt edilmesini sağlayan özgünlüğün bir nişanesi olarak değerlendirilebilir.

### Yöntem

Marka kimliği turistik karar ve tercihlerde önemli rol oynamaktadır. Araştırma, küresel rekabetin attığı dünyamızda marka kimliğinin önemine ve gerekliliğine dikkat çekmeye çalıştığından önemlidir. Kent destinasyonlarının turizmde bir marka olma yarışları devam etmektedir. Ancak nasıl markalaşmalı sorusunun yanıtı henüz netlik kazanamamıştır. Konuyla ilgili literatürün sınırlı oluşu, bu çalışmada ise literatür ve alan araştırmasının birlikte yürütülmüş olması nedeniyle kentsel markalaşma çabalarına katkı sağlayabilir.

Araştırma, Türkiye’de en fazla turist çeken 10 kentin marka kimliklerini tespit etmek amacıyla yapılmıştır. Bu amaç doğrultusunda tüm illerin son yıllara ait turizm istatistiklerine ulaşılmaya çalışılmıştır. Ancak gerek Türkiye İstatistik Kurumu’nda gerekse İl Kültür ve Turizm Müdürlüklerinde son yıllara ait turizm istatistiklerine ulaşılamamıştır. Bu nedenle “visitturkeyforhealthcare.com” isimli web sitesindeki 2010 yılına ait olan istatistikler dikkate alınmıştır. 2010 yılı turizm istatistikleri çerçevesinde turistik talebin en fazla olduğu İstanbul, Antalya, Muğla, İzmir, Ankara, Nevşehir, Aydın, Denizli, Gaziantep ve Hatay illeri araştırmanın evrenini oluşturmaktadır (Tablo 1). Araştırma verileri, 10 kente ait dokümanların, web sitelerinin, tanıtım filmlerinin ve kataloglarının incelenmesinin yanı sıra kentlerin ilgili kurumlarıyla elektronik posta ve telefonla iletişime geçilerek elde edilmiştir.

**Tablo 1:** Türkiye’de en fazla turist çeken 10 kent

| Sıra No | Kent Adı  | Turist Sayısı |
|---------|-----------|---------------|
| 1       | İstanbul  | 9.327.862     |
| 2       | Antalya   | 7.709.126     |
| 3       | Muğla     | 2.015.818     |
| 4       | İzmir     | 918.535       |
| 5       | Ankara    | 861.804       |
| 6       | Nevşehir  | 729.076       |
| 7       | Aydın     | 631.769       |
| 8       | Denizli   | 490.274       |
| 9       | Gaziantep | 404.273       |
| 10      | Hatay     | 381.471       |

**Kaynak:** visitturkeyforhealthcare, 2010.

Araştırma verilerini toplamak amacıyla 02.03.2018/30.05.2018 tarihleri arasında 10 kentin valilik, belediye, il kültür ve turizm müdürlüklerinin tanıtım filmleri izlenmiş, internet siteleri, tanıtım katalogları ve konuya ışık tutabilecek diğer dokümanlar incelenmiştir. Bu kentlerin ön plana çıkarmaya çalıştıkları turistik değerlerin neler olduğu, sembol ve sloganlarının neler olduğu, hangi renklerle kendilerini ifade etmeye çalıştıkları tespit edilmeye çalışılmıştır. Bu verilerle birlikte kentlerin logoları da incelenerek içerik analizleri yapılmıştır. Bu analizdeki temel amaç, toplanan verileri açıklayabilecek kavramlara ve ilişkilere ulaşmaktır. İçerik analizi yoluyla veriler tanımlanmaya, veriler içinde saklı olabilecek gerçekler ortaya çıkarılmaya çalışılır (Yıldırım & Şimşek, 2011, s.39).Yapılan incelemede illerin turistik değerlerinin, sembollerinin ve renklerinin logolarına yansıtılıp yansıtılmadığı, bu illerin kendilerine özgü sloganlarının olup olmadığı, sloganı olan illerin sloganlarının o ilin turistik cazibesine katkıda bulunup bulunmayacağı tartışılmıştır. Logolardaki renklerle ilgili içerik analizi yapılırken İçli & Çopur (2008) ile Yaman (2014)'ün yapmış olduğu araştırmalardan da faydalanılmıştır.

### Bulgular

Tablo 2’de Türkiye’de turistik talebin en fazla olduğu kentler ve bu kentlerde ön plana çıkarılan turistik değerler yer almaktadır. Bu kentlerin turizm değerleri birbirinden farklı olmakla birlikte 10 kentin tamamında tarihi ve kültürel değerlerin ön plana çıkarılan ortak değerler olduğu görülmektedir. Antalya, Muğla, İzmir ve Aydın’ın tarihi ve kültürel değerlerin yanı sıra deniz turizmi ve doğal güzellikleriyle de ön plana çıktıkları görülmektedir. Nevşehir ve Denizli’nin tarihi ve kültürel değerlerin yanında doğal güzellikleriyle de ön plana çıktıkları görülmektedir. Gaziantep ve Hatay’ın tarihi ve gastronomik değerleri başta olmak üzere kültürel değerleriyle de ön plana çıktığı görülmektedir.

**Tablo 2:** Turistik talebin en fazla olduğu kentler ve ön plana çıkarılan turistik değerleri

| Kent Adı  | Ön Plana Çıkarılan Turistik Değerler                        |
|-----------|---|
| İstanbul  | Tarih, kültür, sanat, doğal varlıklar, dini değerler, deniz |
| Antalya   | Deniz, doğa, tarih, kültür, spor, sanat                     |
| Muğla     | Deniz, doğa, tarih, kültür, dini değerler                   |
| İzmir     | Deniz, doğa, tarih, kültür, sanat                           |
| Ankara    | Tarih, kültür   |
| Nevşehir  | Doğal varlıklar, tarih, kültür, dini değerler               |
| Aydın     | Doğa, deniz, tarih, kültür                                  |
| Denizli   | Doğa, tarih, kültür,  |
| Gaziantep | Tarih, kültür, gastronomi                                   |
| Hatay     | Tarih, kültür, gastronomi, dini değerler                    |

Tablo 3’te turistik talebin en fazla olduğu kentlerin sloganları ve sembolleri yer almaktadır. Ankara, Nevşehir ve Denizli kentlerinin turizm sloganlarına rastlanamamıştır. Turizm sloganı olan kentlerin içinde Gaziantep’in genel olarak kullandığı slogan farklı, turizm sloganının farklı olması dikkat çekmektedir. Kent genel anlamda “*Türkiye’nin üretken insanları*” sloganını kullanmaktadır. Ancak kente yönelik turizmin talebinin arttırılması için “*şimdi Gaziantep’e gitme zamanı*” sloganı etkili bir kampanya olarak kullanılmaktadır. Bu slogan ile Gaziantep’e gitmenin zamanının geldiğine, geç kalınmaması gerektiğine vurgu yapılmak istenmektedir. Sloganın başındaki “*şimdi*” kelimesi ile de, bu sloganın okunduğu her an kastedilerek kentin her zaman gidilerek bir destinasyon olduğuna dikkat çekilmektedir. Kentin tanıtım filmleri de bu sloganı kısmen desteklenmektedir. Gaziantep’ten sonraki en etkileyici sloganın Antalya’nın kongre turizm sloganı olan “*All in Antalya: Bizde her şey var*” sloganı olduğu söylenebilir. Antalya’nın ayrıca “*yeryüzü cenneti*”, “*Akdeniz’in incisi*” ve “*Türk rivierası*” gibi sloganları da kullandığı görülmektedir. Antalya’nın hedef kitleye, turizm türüne, zamana ve şartlara göre farklı sloganlar kullandığı anlaşılmaktadır. İstanbul’un sloganında İstanbul’un Asya ve Avrupa kıtalarında yer alan bir kültür kenti olduğuna vurgusu

yapılarak “two tale of cities: iki şehrin öyküsü” sloganı kullanılmıştır. Dünyada en çok ziyaret edilen sekizinci şehir olan İstanbul (Vatan, 2017, s.258) için akılda kalıcı ve etkileyici yeni bir slogan düşünülebilir. Bu sloganın İstanbul’un tarihi, kültürel ve gastronomik özelliklerine de vurgu yapması daha etkili sonuçlar verebilir. Muğla’nın sloganı “Tarihiyle düşün, doğasıyla sev, deniziyle yaşa, hayallerin şehri Muğla” olarak belirlenmiştir. Bu sloganın çok uzun, karmaşık ve akılda kalıcı olmadığı görülmektedir. Muğla için daha sade ve akılda kalıcı bir slogan düşünülebilir. İzmir ve Aydın’ın sloganlarının turistik açıdan ilgi çekici olmadıkları düşünülmektedir. İzmir’in “the frontier city of Turkey: Öncülerin şehri” sloganında, İzmir kentinin cumhuriyet tarihindeki önemi ön plana çıkarılmaya çalışılmıştır. Ancak turistik talep oluşturabilecek bir ifade bulunmamaktadır. Turistlerin ilgisini çekebilecek çağdaş bir slogan düşünülebilir. Aydın’ın “gökyüzünün altındaki en güzel yeryüzü” sloganının çok iddialı olduğunu ifade edebiliriz. Bu kentin de sloganını yeniden gözden geçirmesi önerilebilir. Hatay’ın “ben, sen yok! biz varız” sloganı; Hatay’ın farklı dil, din, kültür özelliklerine sahip olan halkının birlikte kardeşçe yaşayabildiğine, kültürel mozaikliğine ve çok çeşitliliğine vurgu yapmak istemektedir. Kentin tanıtım filmleri de bu sloganı desteklemektedir. Hatay’ın gastronomik zenginliğine de vurgu yapılabilir.

**Tablo 3:** Turistik talebin en fazla olduğu kentlerin slogan ve sembolleri

| Kent Adı  | Turizm Sloganı   | Sembolleri   |
|-----------|--|--|
| İstanbul  | Two tale of cities<br>İki şehrin öyküsü  | Ayasofya, Sultan Ahmet Cami, 15 Temmuz Şehitler Köprüsü, İstanbul Surları, Galata Kulesi, Kız Kulesi, lale         |
| Antalya   | All in Antalya: Bizde her şey var<br>(Kongre turizm sloganı)<br>Yeryüzü cenneti<br>Akdeniz’in İncisi<br>Türk Rivierası | Yivli Minare, deniz, yeşil, portakal, güneş, palmye  |
| Muğla     | Tarihiyle düşün, doğasıyla sev,<br>deniziyle yaşa, hayallerin şehri<br>Muğla   | Tarihi Muğla evleri, yel değirmenleri, deniz, güneş, Halikarnas Mozolesi, Artemis, Apollon ve Leto Tapınakları     |
| İzmir     | The frontier city of Turkey<br>Öncülerin Şehri   | İzmir Saat Kulesi, Celsus Kütüphanesi, Agora, tarihi asansör, deniz, körfez, kordon                                |
| Ankara    | Yok  | Anıtkabir, Atakule, Hacı Bayram Cami, Hitit Güneş Kursu, Ankara Keçisi, Ankara Kedisi                              |
| Nevşehir  | Yok  | Peribacaları, Hacı Bektaş Veli Külliyesi, çanak çömlek, balon, Hitit Güneşi, Çanlı Kilise, yeraltı şehirleri, üzüm |
| Aydın     | The most beautiful land under the sky: Gökyüzünün altındaki en güzel yeryüzü   | Efe, incir, zeytin, Tralleis Antik Kenti, Apollon Tapınağı, deniz  |
| Denizli   | Yok  | Denizli horozu, Pamukkale/travertenler, Laodikeia, efe   |
| Gaziantep | Türkiye’nin üretken insanları<br>Şimdi Gaziantep’e gitme zamanı  | Baklava, Antep fıstığı, kebab, Zeugma Mozaik Müzesi, bakırcılık  |
| Hatay     | Ben, sen yok! biz varız!   | Künefe, defne, Habibi Neccar Cami, Saint Pierre Kilisesi, Arkeoloji Müzesi   |

Tablo 3’te yer alan kentlerin tescil edilmiş resmi sembolleri bulunmamakla birlikte bu kentlerin hem kataloglarında hem de tanıtım filmlerinde ön plana çıkan bazı sembolleri bulunmaktadır. İstanbul’un en dikkat çekici sembolleri arasında Ayasofya, Sultan Ahmet Cami ve lale; Antalya’nın Yivli Minare ve güneş; Muğla’nın güneş deniz ve yel değirmenleri; İzmir’in Saat Kulesi ve Celsus Kütüphanesi, Ankara’nın Anıtkabir, Atakule ve Hitit Güneşi; Nevşehir’in peribacaları ve Hacı Bektaş Külliyesi; Aydın’ın efe ve Apollon Tapınağı; Denizli’nin Pamukkale ve Denizli Horozu; Gaziantep’in baklava ve Antep Fıstığı; Hatay’ın künefe, Saint Pierre Kilisesi ve Arkeoloji Müzesi bulunmaktadır.

10 kentin logoları değerlendirildiğinde kent, valilik ve belediye logolarının birbirinden farklı olduğu, ortak bir logonun kullanılmadığı görülmektedir. Oysa bütün logolarda benzer sembollerin ve birbirine yakın renklerin kullanıldığı, ancak logolarda bir kompozisyon bütünlüğünün sağlanamadığı görülmektedir. Bu durum bir kafa karışıklığına neden olabilir. Bununla birlikte kentlerin tamamının marka kimliklerinde ön plana çıkarmaya çalıştıkları sembol, değer ve sloganları da yeterince logolarına yansıtamadıkları anlaşılmaktadır. Kentin marka değerini ortaya koyacak ayırt edici, akılda kalıcı ve özgün ortak bir logoya ihtiyaç olduğu görülmektedir. Zira kent logolarının kentin marka değerine, imajına ve kent kimliğine katkısının olması gerekir. Kent logoları kentin özgün sembolleri, sloganları ve renkleriyle desteklenerek güçlendirilebilir.

İstanbul'un iki adet logosunun olduğu görülmektedir (Şekil 1). Logolarda kentin tarihi-kültürel dokusuna ve kadim bir şehir olduğuna vurgu yapılarak tanıtılmaktadır. İstanbul'un 2010 yılında Avrupa'nın kültür başkenti seçilmesi, bu tanıtımın bir meyvesi olabilir. Valilik logosunun hem valilik hem de kent logosu olarak kullanıldığı tespit edilmiştir. Bu logoda İstanbul'un sembolleri olan 15 Temmuz Şehitler Köprüsü, Sultan Ahmet Camisi ve lale kullanılmıştır. Renk olarak da Türklerin mavisi olarak tabir edilen turkuaz kullanılarak orijinal bir logonun tasarlandığını söylenebilir. Büyükşehir belediyesi logosunda, kentin tarihi ve coğrafi dokusuna vurgu yapılmıştır. Logodaki yedi üçgen şehrin yedi tepe üzerinde kurulu olduğunu, sur ile simgelenen iki parça şehrin Asya ve Avrupa kıtaları üzerinde kurulu olduğunu ifade etmektedir. Bu yönüyle şehrin turizm sloganının da başarılı bir şekilde logonun da içinde kullanıldığı görülmektedir. Logodaki, mavi renk denizi, serinlik ve sakinliği, beyaz renk ise sadeliği, temizliği ve barışı temsil etmektedir.



Şekil 1: İstanbul'un Logoları

Antalya'nın üç logo kullandığı görülmektedir. Bunlar; kent logosu, valilik ve büyükşehir logolarıdır (Şekil 2). Üç logoda da Antalya'nın doğal güzellikleri, deniz ve güneşi ön plana çıkarılmıştır. Logodaki "a" harfi şehrin baş harfini simgelemektedir. Logodaki yeşil renk ilin doğallığını ve canlılığını, mavi renk denizi, serinlik ve sakinliği, turuncu renk ise güneşi, portakalı ve eğlenceyi temsil etmektedir. Logolara bütünsel olarak bakıldığında Antalya'nın sembollerinin başarılı bir şekilde yansıtıldığı, doğa ve deniz turizmi türlerinin ön plana çıkarılmaya çalışıldığı söylenebilir.



Şekil 2: Antalya'nın Logoları

Muğla Valiliği ve büyükşehir belediye logolarında tarihi, kültürel ve doğal değerlerin yanı sıra deniz turizmine ve güneşe vurgu yapıldığı görülmektedir (Şekil 3). Logodaki renkler denizi, doğallığı, gökyüzünü ve özgürlüğü temsil etmektedir. Her iki logoda da Muğla'nın sembolleri olan deniz ve güneşe vurgu yapılmıştır. Valilik logosunda ayrıca Muğla'nın tarihi evlerine, büyükşehir belediyesi logosunda ise Selçuklu motiflerine de vurgu yapıldığı görülmektedir.



Şekil 3: Muğla'nın Logoları

İzmir'in üç logo kullandığı görülmektedir. Bunlar; kent logosu, valilik ve büyükşehir logolarıdır (Şekil 4). İzmir'in kent logosunun çok çağdaş ve başarılı olduğu söylenebilir. Logo İzmir'in dinamizmini, sinerjisini ve marka değerini ortaya koymaktadır. "İ" harfinin noktası nazar boncuğunun merkezini oluşturmaktadır. Bu şekilde İzmir'in nazar degecek derecede güzide bir şehir olduğuna dikkat çekmektedir. Logonun altına İzmir'in turizm sloganı olan "The frontier city of Turkey: Öncülerin Şehri" ve Türkiye'nin turizm logosu olan "Turkey" ile başarılı bir şekilde bütünleştirilmiştir. Kent logosunda kent turizm değerleri de ön plana çıkarılabilir. İzmir Valiliği'nin logosunda İzmir'in başta Kurtuluş Savaşı olmak üzere birçok açıdan Türkiye'nin öncü kenti olduğuna vurgu yapılmaktadır. Ayrıca yeşil ve mavi renkler kullanılarak kent doğallığına, tazeliğine ve huzuruna vurgu yapılmaya çalışılmıştır. Büyükşehir logosunda İzmir'in en bilinen sembollerinden saat kulesi kullanılarak şehrin tarihi ve estetik yönü yansıtılmaya çalışılmıştır. Bu logo mavi ve beyaz renklerle dizayn edilerek sadeliği, sakinliği, temizliği, denizin gökyüzüyle buluşarak raks etmesini temsil ettiği düşünülebilir.



Şekil 4: İzmir'in Logoları

Ankara'nın üç logosunun olduğu görülmektedir. Bunlar Ankara kent, valilik ve büyükşehir belediye logolarıdır (Şekil 5). Kent logosunda Ankara'nın sembollerinden bir gözü kehribar diğer gözü mavi olan Ankara kedisi kullanılmıştır. Ankara'yı temsil edebilecek daha özel semboller kullanılabilir. Dolayısıyla kent logosunun nitelikli, etkileyici ve modern bir logo olduğu söylenemez. Valilik logosunun, Ankara'ya özgü özel bir tasarım olmadığı görülmektedir. Zira aynı logo, başta İçişleri Bakanlığı olmak üzere Türkiye'deki bir çok kent ve ilçenin logolarında da kullanılmaktadır. Büyükşehir logosunun Ankara'yı temsil edebilecek bir logo olduğu görülmektedir. Burada kent kültürel ve modern imgelerinin bir arada kullanıldığı görülmektedir. Kentin önemli sembollerinden olan Ata Kule logonun ortasına yerleştirilmiş. Karanlığı delen beyaz renkli iki minare, aşağıya bakan iki hilal, onların ortasında

yer alan yıldız Ata Kule ile birleşerek cami sembolünü temsil etmek suretiyle kentin dini yönüne de vurgu yapılmaya çalışılmıştır. Logodaki hilal ve yıldızların uyumu Türk kültüründeki ve bayrağındaki hilal ve yıldızların önemini ve aydınlığı vurgulamaktadır. Logoda kullanılan turkuaz, açık mavi ve beyaz renkler oldukça uyumlu gözükmektedir. Bu renklerle kentin sadeliği, sakinliği ve temizliği ifade edilmeye çalışılmıştır. Özetle büyükşehir belediye logosunun modernlikle gelenekselliği birleştiren başarılı bir tasarım olduğu söylenebilir.



Şekil 5: Ankara'nın Logoları

Nevşehir, valilik ve belediye logolarında (Şekil 6) Nevşehir'in en önemli sembollerinden olan peri bacalarına vurgu yapılarak "güzel atların ülkesi" olan Kapadokya'nın ön plana çıkarıldığı görülmektedir. Belediye logosunda ayrıca peribacalarının orijinal rengine yakın olan sarı renk kullanılarak Kapadokya'nın sıcaklık ve samimiyetine vurgu yapılmıştır. Dünyanın küre şeklindeki görüntüsünün kenarları zeytin dalıyla harmanlanarak Nevşehir'in dünyanın barış, huzur ve güven kenti olduğu anlatılmaya çalışılmıştır. Valilik logosunda ise, kırmızı renk kullanılarak dikkat çekmek ve ön plana çıkmak amaçlanmaktadır. Logolarda Nevşehir'e özgü bir sloganın olmaması bir eksiklik olarak değerlendirilmektedir.



Şekil 6: Nevşehir'in Logoları

Aydın'ın kent ve belediye logoları birbirinden farklı olmakla birlikte her iki logoda da (Şekil 7) Aydın'ın sembollerinden olan efe sembolü dikkat çekmektedir. Efe sembolü mertliğin ve kahramanlığın simgesidir. Her iki logoda hakim olan renkler mavi ve beyaz olarak dikkat çekmektedir. Logodaki mavi renk denizi, serinlik ve sakinliği, beyaz renk sadeliği, sakinliği, temizliği temsil etmektedir. Kent logosunda kullanılan sarı renkli güneş ile yeşil ve mavi renkler sıcaklığı, doğallığı ve canlılığını ifade etmeye çalışmaktadır. Kent logosunda dikkat çeken diğer bir ayrıntı, kentin Türkçe ve İngilizce sloganına yer verilmiş olmasıdır.



Şekil 7: Aydın'ın Logoları

Denizli logolarında (Şekil 8) kentin en önemli sembolleri olan Denizli Horozu ve Pamukkale başarılı bir şekilde ön plana çıkarılmıştır. Valilik logosunda ayrıca kentin diğer önemli sembolü olan antik Laodikeia kenti yer almaktadır. Logodaki hakim renkler olarak mavi, beyaz, sarı ve kırmızı göze çarpmaktadır. Mavi ve beyaz renkler ile Pamukkale'nin serinliği, sadeliği, temizliği, saflığı anlatılmaya çalışılmıştır. Kırmızı renk ile Denizli Horozu'nun dışa dönüklüğü güçlülüğü, sıcaklığı; sarı renk ile de sıcak ve samimi bir hava oluşturulmaya çalışılmıştır.



Şekil 8: Denizli'nin Logoları

Gaziantep Valilik logosu kentin hakim renkleri olan kırmızı ve siyahla sade bir şekilde tanzim edilmiştir. Heyecan veren ve dikkat çeken bu renklerin bir arada kullanılması ile kentin şıklık, gizem, prestij ve sofistik yapısı vurgulanmaktadır. Belediye logosunun tam bir kent markası olarak tanzim edildiği düşünülmektedir (Şekil 9). Sekiz farklı şekilde tasarlanan logoda farklı renkler kullanılarak, her logonun içerisine de kentin en önemli sekiz farklı değerleri yerleştirilmiştir. Logo; kente ait değerleri, sembolleri, renkleri ve görseelliği başarılı bir şekilde yansıtmaktadır. Logodaki "G" harfi kentin baş harfine vurgu yapmaktadır. Kentin gastronomik yönüne dikkat çekmek için mevcut olan sekiz logodan farklı olarak bir logo daha kullanılmıştır. Bu logonun daha sade olduğu görülmektedir. Logoda kentin 2015 yılından beri Unesco'nun yaratıcı kentler ağına dahil edildiği başarılı bir şekilde vurgulanmaktadır. Logodaki "G" harfi hem kentin baş harfini hem de kentin gastronomi kenti olduğunu anlatmaktadır. Bu yönü ile Gaziantep'in, kendisini zengin mutfak kültürü ile tanıtmaya çalıştığı anlaşılmaktadır. Logodaki sarı ve turuncu tonları kentin en önemli sembolleri olan Antep fıstığı, baklava ve kebabı çağrıştırmaktadır. Logodaki geometrik poligonal yapı ise, farklı şekillerde dilimlenerek sunulan baklavayı çağrıştırmaktadır. Logodaki UNESCO ibaresi, kentin gastronomi alanında dünyanın yaratıcı şehirler ağına dahil edilen bir gastronomi kenti olduğu başarılı bir şekilde göstermektedir.





Şekil 9: Gaziantep'in Logoları

Hatay'ın kent, valilik ve büyük şehir olmak üzere üç adet logosu bulunmaktadır (Şekil 10). Kent logosu mozaik sanatından esinlenerek çok kültürlülüğü vurgulamaktadır. Logoyu ortadan iki parçaya ayıran mavi renkli serbest karakterle yazılan “*Hatay*” yazısı Asi Nehri'nin sıra dışı akışını ve Amanos Dağları'nın sıra dışı dizilişine gönderme yapmaktadır (8 Gündem Tv Haber, 2012). Bu logo aynı zamanda kentin Asya ve Afrika kültürlerini bir arada barındıran medeniyetlerin kesişim yönüne de vurgu yapmaktadır. Logodaki mavi, beyaz, sarı, turkuaz ve diğer renklerle Hatay'ın dinlerin, dillerin, kültürlerin harmanlandığı zengin bir lokasyon olduğuna vurgu yapılmaya çalışılmıştır. Böylece kentin önemli turistik değerleri olan tarih ve kültürün logoya yansıtıldığı anlaşılmaktadır. Logodaki renk cümbüşü mozaikleriyle tanınan kentin önemli sembollerinden olan Hatay Arkeoloji Müzesini de çağrıştırmaktadır. Logoda Hatay'ın “*Ben, sen yok! biz varız!*” sloganının da görsel olarak başarılı bir şekilde yansıtıldığı söylenebilir. Unesco tarafından gastronomi alanında yaratıcı kentler ağına dahil edilen Hatay'ın gastronomi kenti olduğuna vurgu yapan ve kentin gastronomik kimliğinin ortaya koyan semboller logoya yeterince yansıtılmamıştır. Hatay'ın gastronomik zenginliği de logoya yansıtılabilir. Valilik logosunda, Hatay'ın kardeşlik ve barışın diyarı olduğunun ön plana çıkarılmaya çalışıldığı anlaşılmaktadır. Büyükşehir Belediyesi logosunda da kent logosunda olduğu gibi Hatay'ın kültürel mozaigine vurgu yapılmıştır. Zeytin dalı formatında oluşturulan logonun iki yanındaki şekil ve renkler kentin kültürel kimliğinin yanında nispeten gastronomik kimliği hakkında da ipuçları vermektedir.



Şekil 10: Hatay'ın Logoları

### Sonuç ve Öneriler

Turizm ülkesel, bölgesel ve yöresel kalkınmada kullanılan öncü sektörlerden biridir. Turizm pazarından daha fazla pay alabilmek için ülkeler, bölgeler ve turistik destinasyonlar arasında yoğun bir rekabet yaşanmaktadır. Bu rekabet ortamında turizm pazarından daha fazla pay alabilmek için rekabet ortamına uygun planlama yapılmakta ve değişik stratejik hedefler ortaya konulmaktadır. Ortaya konulan stratejik hedeflerden biri de etkileyici marka kimliği oluşturabilmektir. Zira markalama rekabet avantajı sağlayabilen önemli bir enstrümandır. Bir kent turizm pazarında kendini nasıl konumlandırmak istiyorsa buna uygun marka kimliği sunmalıdır. Turizm destinasyonlarının birçoğu birbirine benzer ürünler sunmaktadır. Ancak bir turistik destinasyonu diğerlerinden ayıran en önemli özellik özgünlüğüdür. Bu bağlamda yerel

kaynak ve değerler bir destinasyona özgünlük katan temel bileşenlerdir. Bu temel bileşenlerin kentlerin marka kimliğine yansıtılarak pazarlanması hayati bir konudur. Her kentin taklitçilikten uzak durarak, kendisine özgü değerleriyle marka değeri oluşturabilecek bir kent kimliği oluşturması gerekir.

Kentsel kimlik, bir kalite göstergesi olarak destinasyona değer katmaktadır ve prestij sağlamaktadır. Dünyada global turizm pazarına ayak uydurabilmek için kentlerin markalaşma yönünde yoğun çaba içinde oldukları görülmektedir. Türkiye’de marka değeri olan ancak yeterince değerlendirilemeyen birçok kent bulunmaktadır. Türkiye’deki kentlerin global pazara ayak uydurmaları için boş durmamaları, stratejik hedef belirlemeleri, doğru ve olumlu imaj oluşturabilecek marka kimlikleri oluşturmaları gerekir. Olumlu kentsel imajın turistlerin tercih ve kararlarında önemli rol oynadığı bilinmektedir. Marka kimliği sayesinde turizm pazarından daha fazla pay alınabilir. Marka kimliği, kentleri ziyaret edecek turistlere vaat niteliğinde olduğundan dolayı turistlere doğru mesajlar iletmesi ve arzu edilen imajı oluşturabilmesi gerekir. Bu nedenle kentlerin kullanmış oldukları marka adları, logoları, sembolleri, renkleri ve sloganları birbirini destekleyecek tarzda olmalıdır (Vatan, 2017, s.260). Turizm pazarında marka olmuş ve marka olma yolunda çaba sarf eden kentlerin kendi marka adlarını, logolarını, yerel sembollerini, renklerini ve sloganlarını kent kimliklerine yansıttıkları görülmektedir. Bu araştırmada Türkiye’de en çok turist çeken 10 kentin kent kimlikleri değerlendirilmiştir. Bu kentlerin kent kimliklerinde kullandıkları logo, yerel semboller, renkler ve sloganların içerik analizleri yapılmıştır.

Araştırma bulgularına dayanarak Türkiye’de turistik talebin en fazla olduğu 10 kentin tamamının da özgün değerleriyle turistler tarafından tercih edilebilecek turistik destinasyonlar olduğu söylenebilir. Ancak araştırmada bu kentlerin hak ettikleri marka değerini kent kimliklerine yeterince yansıtamadıkları anlaşılmaktadır. 10 kentin sahip olduğu turizm değerleri birbirinden farklı olmakla birlikte tarihi ve kültürel değerlerin ön plana çıkarılan ortak değerler olduğu görülmektedir. Antalya, Muğla, İzmir ve Aydın’ın tarihi ve kültürel değerlerin yanında deniz turizmi ve doğal güzelliklerine de vurgu yapmaktadırlar. Nevşehir ve Denizli’nin tarihi ve kültürel değerlerin yanında doğal güzelliklerini de ön plana çıkartmaya çalıştıkları görülmektedir. Gaziantep ve Hatay tarihi ve kültürel değerlerinin yanı sıra gastronomik değerlerine de gönderme yapmaktadır.

Ankara, Nevşehir ve Denizli kentlerinin turizm sloganlarına rastlanamamıştır. Turizm sloganı olan kentlerin içinde en çarpıcı sloganın Gaziantep’in “*şimdi Gaziantep’e gitme zamanı*” isimli sloganının olduğu, sonraki en etkileyici sloganın Antalya’nın kongre turizm sloganı olan “*All in Antalya: Bizde her şey var*” olduğu düşünülmektedir. İstanbul’un sloganında İstanbul’un Asya ve Avrupa kıtalarında bulunmasına vurgu yapılarak “*two tale of cities: iki şehrin öyküsü*” sloganı kullanılmıştır. Muğla’nın sloganının çok uzun, karmaşık ve akılda kalıcı olmadığı görülmektedir. Muğla için daha sade ve akılda kalıcı bir slogan düşünülmelidir. İzmir ve Aydın’ın sloganlarının turistik açıdan ilgi çekici olmadıkları söylenebilir. Hatay’ın “*ben, sen yok! biz varız*” sloganı kentin farklı dil, din, kültür özelliklerine sahip olan halkının birlikte kardeşçe yaşayabildiğine kültürel mozaikliğine ve çok çeşitliliğine vurgu yapmaktadır.

Araştırma bulgularına göre, İstanbul’un en dikkat çekici sembolleri arasında Ayasofya, Sultan Ahmet Cami ve lale; Antalya’nın Yivli Minare ve güneş; Muğla’nın güneş deniz ve yel değirmenleri; İzmir’in Saat Kulesi ve Celsus Kütüphanesi, Ankara’nın Anıtkabir, Atakule ve Hitit Güneşi; Nevşehir’in peribacaları ve Hacı Bektaş Külliyesi; Aydın’ın efe ve Apollon Tapınağı; Denizli’nin Pamukkale ve Denizli Horozu; Gaziantep’in baklava ve Antep Fıstığı; Hatay’ın künefe, Saint Pierre Kilisesi ve Arkeoloji Müzesi bulunmaktadır. 10 kentin logolarına bakıldığında kent, valilik ve belediye logolarında aynı sembollerin ve birbirine yakın olan renklerin kullanıldığı ancak logolarda bir kompozisyon bütünlüğün sağlanamadığı

görülmektedir. Kentin marka değerlerini ortaya koyacak ortak bir logoya ihtiyaç olduğu anlaşılmaktadır. Zira kent logolarının kentin marka değerine, imajına ve kent kimliğine katkısının olması gerekir. Kent logoları kentin özgün sembolleri, sloganları ve renkleriyle desteklenerek güçlendirilebilir.

Araştırma kapsamında bazı önerilerde bulunulmuştur. Son yıllarda Türkiye aleyhinde oluşturulan olumsuz algı ve politik nedenlerden dolayı turist sayısında önemli azalmalar yaşanmaktadır. Bu olumsuzluklara karşı, çağdaş ve özgün marka kent kimliği ve güncel sloganlarla olumlu sonuçlar alınabilir. Nitekim Türkiye 2017 yılında “*tam zamanı*”, “*komşunu da al gel*” gibi sloganların da etkisiyle bir önceki yıldan daha fazla turist çekebilmiştir. Türkiye’de 81 ilde üniversiteler bulunmaktadır. Kentsel marka kimliği oluşturma aşamasında, üniversitelerdeki markalama konusunda çalışan bilim insanları, valilik, belediye, kalkınma ajansları, sivil toplum örgütleri vb. paydaşlarla işbirliği yapılarak profesyonel tasarımcılardan destek alınabilir. Yapılacak beyin fırtınası sonucu, kent kimliğinde hangi logonun, hangi yerel değerlerin, hangi sembollerin, hangi renklerin ve hangi sloganın kullanılacağı belirlenebilir. Belirlenen tasarımlar yerli halk, yerli ve yabancı turistler üzerine yüz yüze veya on-line olarak bir ön teste tabi tutularak nasıl algılandığı değerlendirilebilir. Bu değerlendirmeler dikkate alınarak daha kaliteli, kente marka değeri katabilecek akılda kalıcı ve çağdaş tasarımlar tercih edilebilir.

Bu araştırmadan valilikler, belediyeler, üniversiteler, akademisyenler ve konu ile ilgili araştırmacıların faydalanabileceği varsayılmaktadır. Yerel yönetimleri ve yöre halkını da kent kimliğinin önemi konusunda bilinçlendirebilir. Onlara kendi öz değerlerini markalaştırarak daha prestijli turistik bir ürün duruma getirebilme bilincini sağlayabilir.

Araştırma Türkiye’de en çok turist çeken 10 kentin kent kimlikleri bir arada değerlendirilerek, kent kimliğinin önemi vurgulanmaya çalışılmıştır. Bundan sonraki araştırmalarda bu kentlerin kent kimlikleri ve marka değerleri tek tek ayrıntılı olarak değerlendirilebileceği gibi turistlerin bu kentlerin kent kimliklerini nasıl algıladıkları, oluşturulmak istenen imajla algılanan imajın aynı olup olmadığı araştırılabilir. Bu 10 kent ile dünyada en çok turist çeken Bagkong, Londra, Paris, Dubai, New York gibi kentlerin kent kimlikleri ve marka değerleri kıyaslanabilir. Ayrıca Türkiye’deki diğer illerin kent kimlikleri ve marka değerleri üzerine de araştırmalar yapılabilir.

## Kaynakça

- Aaker, D.A. (2009). *Güçlü markalar yaratmak*. (E. Demir, Çev.) İstanbul: Mediacat Yayıncılık.
- Ashworth, G. & Kavaratzis, M. (2009). Beyond logo: Brand management for cities. *Journal of Brand Managements*, 16(8), 520-531, doi: 10.1057/palgrave.bm.2550133.
- Bahar, O. & Kozak, M. (2006). *Turizm ekonomisi*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Bayraktaroğlu, A.M. & Çalış, E. (2010). Amblem ve logo tasarımında yalınlaştırmalar. *Art-e Sanat Dergisi*, 3(6), 1-22.
- Bircan, B. (2016). *Marka kimliği kişiliği ve imajı: Apple ve Samsung üzerine bir araştırma*. Yayınlanmamış yüksek lisans tezi, Beykent Üniversitesi, İstanbul.
- Çakıcı, A.C. & Aksu, M. (2007). Çekim yeri seçiminde grup etkisi: Yerli turistler üzerine bir araştırma. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 18(2), 183-194.
- Çamdereli, M., Varlı, M., Varlı, Z. & Gürer, M. (2006). Kentsel kimlik göstergeleri olarak kent logoları. *II. Uluslararası Halkla İlişkiler Sempozyumu*, 235-280. Erişim Tarihi: 25.04.2018. <https://www.researchgate.net/publication/236905822>.
- Çeken, B., Akengin, G. & Yıldız, E. (2016). Logo değişiminin kurumsal kimlikle bağlantısı: 2015 yılında kimlik tazeleyen marka yörsan örneği. *İdil Dergisi*, 5(25), 1401-1411.
- Encycloepedia of Tourism, (2017). Erişim Tarihi: 20.04.2018. [https://link.springer.com/referenceworkentry/10.1007/978-3-319-01669-6\\_51-1](https://link.springer.com/referenceworkentry/10.1007/978-3-319-01669-6_51-1).
- Framke, W. (2002). The destination as a concept: A discussion of the business-related perspective versus the socio-cultural approach in tourism theory. *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*, 2(2), 92-108.
- Fojtik, J. & Somogyi, A. (2008). *Destination marketing and development opportunities for micro- regions the case of the sarköz wedding show*. Erişim Tarihi: 20.04.2018. [https://www.researchgate.net/profile/Janos\\_Fojtik/publication/242519829\\_Destination\\_Marketing\\_and\\_Development\\_Opportunities\\_for\\_Micro-gions\\_The\\_Case\\_of\\_the\\_Sarkoz\\_Wedding\\_Show/links/54dce2620cf282895a3b2f8c.pdf](https://www.researchgate.net/profile/Janos_Fojtik/publication/242519829_Destination_Marketing_and_Development_Opportunities_for_Micro-gions_The_Case_of_the_Sarkoz_Wedding_Show/links/54dce2620cf282895a3b2f8c.pdf).
- Giritlioğlu, İ. & Avcıkurt, C. (2010). Şehirlerin turistik bir ürün olarak pazarlanması, örnek şehirler ve Türkiye'deki şehirler üzerine öneriler (Derlemeden oluşmuş bir uygulama). *Adıyaman Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 3(4), 74-89.
- Hem, L.E. & Iversen, N.M. (2004). How to develop a destination brand logo: A qualitative and quantative approach. *Skandinav Journal of Hospitality And Tourism*, 4(2), 83-106, doi:10.1080/15022250410003852.
- Iliachencko, E. Y. (2005). Exploring culture, history and nature as tourist destination branding constructs: The case of a Peripheral Region in Sweden, in the VIII Nordic-Scottish

- conference on rural and regional development in association with the 14th Nordic symposium in tourism and hospitality, 22-25 Sept.
- İçli, G.E. & Çopur, M.E. (2008). Pazarlama iletişimde renklerin rolü. *Trakya Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 10(1), 22-33.
- Jefkins, F. (1995). Kurum kimliği. (A. Okay, Çev.) *Marmara İletişim Dergisi*, 9, 33-40.
- Kapferer, N.J. (1998). *Strategic brand management*. London: Kogan Page.
- Karadağ, A. & Koçman, A. (2007). Coğrafi çevre bileşenlerinin kentsel gelişim süreci üzerine etkileri: Ödemiş (İzmir) örneği. *Ege Coğrafya Dergisi*, 16, 3-16.
- Kaypak, Ş. (2013). Küreselleşme sürecinde kentlerin markalaşması ve marka kentler. *Çukurova Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 14(1), 335-355.
- Keller K.L. (2003). *Strategic brand management. building, measuring, and managing brand equity* (2nd edn.). New Jersey: Prentice Hall.
- Keş, Y. & Kurt, S. (2015). Küresel düzeyde kültürel bir tanıtım ve marka aracı olarak turizm logoları. *Medeniyet Sanat, İMÜ Sanat ve Tasarım Fakültesi Dergisi*, 1, 91-114.
- Kotler, P. & Gertner, D. (2002 ). Country as a brand, product and beyond: A place marketing and brand management perspective. *Journal of Brand Management*, 9(4-5), 249 -261.
- Kotler, P. (2016). *A'dan Z'ye pazarlama*. (A.K. Baykal, Çev.) İstanbul: Mediacat Yayıncılık.
- Knap, E.D. (2003). *Marka aklı*. (A.T. Aktuna, Çev.) İstanbul: Mediacat Yayıncılık.
- Kurumsal Kimlik Klavuzu, *Hatay*. Erişim Tarihi: 28.04.2018. [https://www.dogaka.gov.tr/Icerik/Dosya/www.dogaka.org.tr\\_6\\_MC1H53TI\\_Hatay\\_Marka\\_Kent\\_Konseyi\\_Kurumsal\\_Kimlik\\_Klavuzu.pdf](https://www.dogaka.gov.tr/Icerik/Dosya/www.dogaka.org.tr_6_MC1H53TI_Hatay_Marka_Kent_Konseyi_Kurumsal_Kimlik_Klavuzu.pdf).
- Kuşakçıoğlu, A. (2003). *Marka kimliği, kurum kimliği ve aralarındaki bağlantı*. Yayınlanmamış yüksek lisans tezi. Ankara Üniversitesi, Ankara.
- Kültür ve Turizm Bakanlığı, *Türkiye Turizm Stratejisi 2023* (2007). T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı Yayınları, Yayın No: 3085.
- Kozak, N. (2012). *Turizm pazarlaması* (4. Baskı). Ankara: Detay Yayıncılık.
- Lee, J. & Back, K. (2010). Reexamination of attendeebased brand equity. *Tourism Management*, 31(3), 395-401, doi:10.1016/j.tourman.2009.04.006
- Mazlum, Ö. (2011). Rengin kültürel çağrışımları. *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 31, 125-138.
- Meyers, H.M. & Lubliner, M.J. (2003). *Başarılı ambalaj başarılı pazarlama*. (Z. Üsdiken, Çev.) İstanbul: Rota Yayınları.

- Miličević, K., Mihalić, T. & Sever, I. (2017). An investigation of the relationship between destination branding and destination competitiveness. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 34(2), 209-221, doi: 10.1080/10548408.2016.1156611
- Özer, Ö. (2012). Destinasyon tercihinde pazarlama karması bileşenlerinin rolü: Dalyan örneği. *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 4(1), 163-182.
- Öztürk, G. (2006). Logonun kurumsal kimlik üzerine etkisi. *İstanbul Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 5(9) Bahar, 1-17.
- Saeedi, H. & Hanzae, K.H. (2018). The effect of heritage image on destination branding: An Iranian perspective. *Journal of Heritage Tourism*, 13(2), 152-166. doi:10.1080/1743973X.2016.1264958.
- Olalı, H. (1990). *Turizm politikası ve planlaması*. İstanbul: İşletme Fakültesi Yayını, No:228.
- Qu, H., Kim, L. & Im, H.H. (2011). A model of destination branding: Integrating the concepts of the branding and destination image. *Tourism Management*, 32(3), 465-476. doi:10.1016/j.tourman.2010.03.014.
- Perry, A. & Wisnom, D. (2003). *Markanın DNA'SI*. (Z. Yılmaz, Çev.) İstanbul: Mediacat Yayıncılık.
- Rainisto, S.K. (2003). *Success factors of place marketing: a study of place marketing practices in Northern Europe and the United States*. Unpublished doctoral dissertation, Helsinki University, Helsinki Finland.
- Rızaoğlu, B. (2004). *Turizm pazarlaması* (4. Baskı). Ankara: Detay Yayıncılık.
- Şengel, Ü., İbiş, S., Zengin, B. & Batman, O. (2014). Turistik destinasyon seçiminin demografik özelliklere göre belirlenmesi: Yerli turistler Üzerine bir araştırma. 15. *Ulusal Turizm Kongresi*, 521-533.
- Vatan, A. (2017). 2016 yılında en çok turist çeken 10 şehrin marka kimliklerine yönelik bir inceleme. 18. *Ulusal Turizm Kongresi*, 253-263.
- Visitturkeyforhealthcare (2010). *İllere göre turist sayısı*. Erişim Tarihi: 20.03.2018. <http://www.visitturkeyforhealthcare.com/154-illere-gore-turist-sayisi-2010.html>.
- Yaman, F. (2014). Reklamlarda kullanılan renkler ve gazete reklamlarının nitel analizi. *İletişim, Kuram ve Araştırma Dergisi*, 38, 45-56.
- Yenipınar, U. & Bayram, O. (2016). Destinasyon markalaşmasında yerel simgelerin logo ve amblemlerde kullanılması. *Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi*, 13(1), 28-46.
- Yıldırım, A. & Şimşek, H. (2011). *Sosyal bilimlerde nitel araştırma yöntemleri* (8. Tıpkı Basım). Ankara: Seçkin Yayıncılık.

---

Yıldız, B.S. (2013) *Konaklama işletmelerinde markalaşma ve turistlerin satın alma tercihleri üzerindeki etkileri: Antalya'daki zincir konaklama işletmelerinde bir uygulama*. Yayınlanmamış doktora tezi, Balıkesir Üniversitesi, Balıkesir.

8 Gündem Tv Haber (2012). *Hatay halkının seçtiği Hatay il logosu kabul edildi*. Erişim tarihi: 21.04.2018. <http://8gunhaber.com/haber/1491/hatay-halkinin-sectigi-hatay-il-logosu-kabul-edildi.html>.

---

# HISTORY



## Şer'iyye Sicillerine Göre Ayıntab'da (Gaziantep) Ailenin Demografik Yapısı: Eş ve Çocuk Sayıları (1839-1876)\*

### Demographic Family Structure in Ayıntab (Aintap) according to Court Records: Number of Spouses and Children (1839-1876)

Yıldıray YILDIRIM\*\*

#### Öz

Tanzimat, Osmanlı toplumu açısından büyük değişim ve dönüşümlerin başlangıcı sayılsa da bu; ilkin daha ziyade merkezi bir çerçevede idari alanda gerçekleşmiştir. Dolayısıyla merkezde başlayan uygulamaların Osmanlı taşrasında, yüzlerce yıllık gelenek ve dini inançlar çerçevesinde oluşan aile yapısı üzerinde fazla bir etkisinin olduğu söylenemez. Özellikle evlilik konusunda başlık parası ve kadının ailesine verilen çeşitli hediyeler gibi dini hükümler dışındaki uygulamalar, tüm yasaklara rağmen devam etmiştir. Bu çalışmada, Tanzimat Dönemi'nde (1839-1876) parçası olduğu Osmanlı Devleti'ndeki genel aile yapısı ile aşağı yukarı aynı özellikleri yansıtan Ayıntab'da ailelerin eş ve çocuk sayılarının tespit edilmesi ve çıkan sonuçların hem Osmanlı Devleti'nin genel aile yapısıyla hem de kaza ile ilgili daha önce yapılan çalışmalarla karşılaştırılması amaçlanmıştır. Konu, kaza merkezinde meskun olan Müslim-gayrimüslim topluluklarına ait ve dönemi kapsayan 144 ile 148 nolu beş adet sicilde yer alan toplam 282 adet tereke kaydı ile sınırlandırılmıştır. Kaynakların değerlendirilmesi sonucunda Ayıntab'da çok eşlilik oranları tespit edilmiş ve bunun nedenleri üzerinde durulmuştur. Çocuk sayılarında ise Müslüman aileler ile gayrimüslim ailelerin çocuk sayıları ayrı ayrı tespit edilerek gruplar arasında farklılıklar ve ortalama her ailenin sahip olduğu çocuk sayıları değerlendirilmeye çalışılmıştır.

**Anahtar Kelimeler:** Ayıntab (Gaziantep), Tanzimat, Aile.

#### Abstract

Even though Tanzimat was considered as a great the turning point for Ottoman society, it was initially embodied in a more central frame in administrative circles. Thus, these practices initially started in the center could hardly had any remarkable effect on family structure kneaded by centuries of traditions and religious beliefs in Ottoman rural areas. Especially, except religious verdicts, marital traditions such as bride token and the gifts given to bride's family were carried on despite all prohibitions. This study primarily aims to investigate the number of spouses and children in Ayıntab which was a perfect sample of traditional Ottoman family structure in Tanzimat period (1839-1876). Secondly, this study also targets to compare the results with previous related studies in Ayıntab and general structure of Ottoman family in the period. The topic was limited by 282 estate records found in 5 court records numbered as 144 and 148 covering the period in the city center populated by Muslims and non-Muslims. The results revealed polygamy rates in Ayıntab and its reasons were discussed. Regarding number of children, any significant difference between Muslim and non-Muslim were also investigated by scrutinizing average number of children families had.

**Keywords:** Ayıntab (Aintap), Tanzimat, Family.

#### Giriş

Günümüzde, Akdeniz ile Güneydoğu Anadolu Bölgesi'nin birleştiği noktada yer alan Gaziantep'in büyük bir bölümü Akdeniz Bölgesi'nin doğu kesiminde yer alırken, bir bölümü de Güney Doğu Anadolu Bölgesi'nin batısında bulunmaktadır. Şehrin merkezinde yer alan kalenin bulunduğu höyük üzerinde yapılan kazılarda, şehrin tarihinin M.Ö. 5600 senesine kadar gittiği ve bu tarihten M.Ö. X. yüzyıla kadar bölgenin sürekli iskân halinde olduğu anlaşılmıştır (Akpolat, 2010, s. 15). İlk çağlarda Ayıntab'ın adına rastlanılmamakla birlikte, bölge merkezinin Ayıntab'ın 10-12 km kuzeyinde bulunan Dülük (Dolice) olduğu bilinmektedir (Özdeğer, 1996, s. 466). Selefkos/Selevkos takvimiyle 800, miladi 499 yıllarına denk gelen bir depremde, Dülük Kalesi ve Kasabasının harap olması neticesinde 527-565 yılları arasında buranın yerine Ayıntab Kalesi inşa edildi (Özdeğer, 1988b, s. 3). İslamiyetin ortaya çıkmasının ardından Müslümanlar ile Doğu Roma arasındaki mücadelelere sahne olan Ayıntab; Dülük,

\* Bu makale, Karadeniz Teknik Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü'nde 2017 yılında sunulan "*Tanzimat Döneminde Ayıntab'ın (Gaziantep) Sosyal ve Ekonomik Yapısı (1836-1876)*" adlı doktora tezinden üretilmiştir.

\*\* Dr. Öğr. Üyesi, Bayburt Üniversitesi, İnsan ve Toplum Bilimleri Fakültesi, Tarih Bölümü.  
yildirim@bayburt.edu.tr.

Merziban (Merziman), Raban ve Tilbaşâr kaleleri ile birlikte 636 senesinde İslam topraklarına dahil oldu (Darkot ve Dağlıoğlu, 1961, s. 65). Abbasiler, 750 yılında Emevilerin egemenliğine son verdi. Bu sırada Ayıntab bölgesi Araplar ile Bizans arasındaki mücadelelere sahne olmaya devam etti ve bölge kısa bir süreliğine yeniden Bizans egemenliğine geçti. Daha sonra Harun Reşit, 782 yılında bölgeyi yeniden İslam topraklarına kattı. Özdeğer çalışmasında bölgenin merkezi olarak, Dülük'ün yerini yavaş yavaş Ayıntab denilen kale ve çevresinin almaya başlamasının muhtemelen bu tarihten itibaren olduğunu ifade etmektedir (Özdeğer, 1996, s. 466) ki Haleb vilayet salnamelerinde yer alan aşağıdaki bilgiler de bu yöndedir. Buna göre:

Ayıntâb şehrinin bânî ve tarih-i binası hakkında bir güne ma'lûmat-ı tarihiyyeye zafer-yâb olunamadıysa da hîn-i feth-i İslâm'da nâmının gayr-i mezkûr olması ve ancak ehl-i salîb muhârebâtından bahs olan tarihlerde ahyânen vârid-i mevki'-i tezkâr olmakla beraber vaktiyle ol-havalinin merkezi olan Dülük Kasabası'nın 800 tarihine toğru vukû' harâbiyetiyle nevbet-i merkeziyetin Ayıntâb'a intikal eylediği mahalli mahkeme-i şer'iyyesi sicillâtından istifade olunması cihetle Ayıntâb'ın şöret ve ma'muriyetinin tarih-i mezkûrden ibtidâ eylediği der-kârdır. (Salnâme-i Vilâyet-i Haleb, H.1300, s. 82).

Salnamede yer alan bu bilgi Özdeğerin, Dülük'ün 800'lere kadar bölgenin merkezi olduğu fakat bu dönemde Müslümanlar ile Hristiyanlar arasında yaşanan mücadelelerde buranın harap olması neticesinde, bölge merkezinin Ayıntab'a kaydığı tahminini kuvvetlendirmektedir. Bu tarihten sonra genellikle İslam devletlerinin egemenliğinde kalan Ayıntab, 20 Ağustos 1516 tarihinde Yavuz Sultan Selim tarafından Osmanlı Devleti'ne dahil edilerek, önce Vilayet-i Arab ve ardından da Zulkadiriye Eyaletine bağlı bir sancak merkezi haline getirildi (Gökhan, 2000, s. 61-65). 1830 tarihinde Haleb Eyaleti'ne sancak olarak bağlanan Ayıntab, 1865 tarihine kadar bu durumunu korudu ve bu tarihte Haleb merkez sancağına bağlı bir kaza olarak yeniden teşkilatlandırıldı (Şıvgın, 1997, s. 67-69).

Ayıntab, doğu-batı, kuzey-güney yol kavşağında ve İpek Yolu üzerinde bulunmasından dolayı hem devletler arasındaki mücadelelerde çoğu kez yıkımlara uğramış hem de yine konumu nedeniyle ticaretin sağladığı avantajlar sayesinde hızla toparlanmış ve sürekli gelişmişti. XIX. yüzyılda ticaretin liman kentlerine kaymasına rağmen Ayıntab önemini korumuş, özellikle Doğu Akdeniz'deki İskenderun ve Lazkiye (Selvi Ünlü, 2009, s. 6-8) gibi liman kentlerinin hinterlandında olması sayesinde iç bölgede kalan şehirlerin aksine gelişmeye devam etmişti. Diğer taraftan İslam topraklarına dahil edilmesinin ve Türk hakimiyetine girmesinin ardından klasik bir Türk-İslam şehri kimliği kazanmıştı. XIX. yüzyıla kadar ticaret ve anayolların yakınında bulunan merkezlerde doğal olarak tüccar ve zanaatkârların sayıları ve buna bağlı olarak da nüfus arttı (Faroqhi, 2010, s. 52-53). Dolayısıyla bir şehrin gelişmişliğini gösteren en önemli kıstaslardan biri o merkezin nüfusedir. Ayıntab'ın Osmanlı Devleti'ne dahil olduğu süre boyunca nüfusunun sürekli artış göstermesi bu gelişmişliği doğrulamakla birlikte incelenen dönemdeki şehir nüfusunun Haleb'e bağlı sancak ve kazalardaki nüfusla karşılaştırılması da aynı sonucu vermektedir. Örneğin Ayıntab, 1868-69 yılında Halep'e bağlı kazalar içerisinde Halep merkez kazası ile Antakya ve Kilis kazalarından sonra dördüncü en kalabalık yerleşim birimiydi. Fakat daha sonra 1869-70 yılında Antakya'dan (45.477), 1870-71 yılında ise Kilis'ten (54.451) daha yoğun bir nüfusa sahip konuma gelen Ayıntab (57.960), Halep merkez kazanın (81.866) ardından ikinci en kalabalık kaza olmuştu. Bu sonuca Halep'e bağlı sancak statüsünde olan Maraş (48.882) ve Urfa (54.585) sancakları da dahildir. Bu tarihte Halep vilayetinin toplam nüfusu 391.969'du ve Ayıntab bu nüfusun yaklaşık %15'ini oluşturmaktaydı (Salnâme-i Vilâyet-i Haleb, H.1300. s. 81; Eroğlu, Babuçoğlu, ve Köçer, 2007, s. 176-182).

### Ayıntab'da Ailenin Genel Durumu

Bir toplumun en küçük sosyal birimini oluşturan aile, geniş anlamda evlilik, akrabalık veya evlat edinme yoluyla birbirlerine bağlı olan fertlerin tamamını kapsayan (Öztürk, 1991, s. 15), dar anlamda ise anne, baba ve evlenmemiş çocuklardan oluşan ve boşanma ile de son bulan

hukuki bir müessesedir (Türkdoğan, 1991, s. 26). Osmanlı Devleti'nde ve onun bir parçası olan Ayıntab'da aile yapısı, eski Türk örf ve adetleri ile İslam aile hukukunu temel alarak teşekkül etmiştir (Çakır, 2010, s. 4). Ailenin oluşumunun ilk aşaması nişanlanmadır. Nişanlanma İslam hukukunda bir evlenme vaadinden ibaret olmakla birlikte buna "hıtbe" (Aydın, 2001, s. 273), nişanlı erkeğe "hâtıb", nişanlı kadına ise "mahtûbe" denilirdi (Cin ve Akgündüz, 2011, s. 496). Osmanlı Döneminde ise bu kişilere aday anlamına gelen "namzed" denilmiştir (Ortaylı, 1991, s. 76). Nişanlılık süresinde herhangi bir sorun yaşanmaz ise taraflar resmi olarak nikahlanırlar ve böylece evlilik gerçekleşmiş olurdu. İki karşı cinsin sürekli olarak birlikte yaşamak istemelerinin örf, âdet veya kanunca tanınması anlamına gelen evliliğin gerçek amacı, bir aile kurmak ve bu aile içinde nesli sürdüreceği bir çocuk sahibi olmaktı. Ayrıca evliliğin kanunda öngörülen şartlar çerçevesinde ve nikahın sürekli olması amacıyla yapılmış olması gerekmektedir (Üçok ve diğerleri, 1996: s. 88; Can, 1991: s. 789).

İslam hukukunda nikah akdi, iki şahit huzurunda yerine getirilmektedir. Toplumda aileye verilen önemden kaynaklı olarak insanlar nikaha dini ve hukuki bir önem vermişler ve zorunlu olmamakla birlikte, bu akdin dini ve hukuki yönünü bilen bir hukukçu veya din adamı tarafından gerçekleştirilmesine özen göstermişlerdir. Osmanlı Devleti'nde de bu nedenle nikahlar mahkemelerde hâkimler tarafından kıyılarak (Aydın, 2001: s. 288), sicile kaydedilir ve hüccet-i nikah denilen bir belge düzenlenirdi. Fakat nikah için mahkemeye başvurmanın pratik zorluklarından dolayı zamanla kadılar, mahalle veya köy imamlarına izinname denilen evlendirme izni vermişler ve nikahlar genellikle imamların huzurunda gerçekleştirilmiştir (Üçok Mumcu, ve Bozkurt, 1996, s. 96). Nikahın tescil edilmesi esaslı Tanzimat Dönemi'nden hemen sonra, H.1289/M.1881 tarihli Sicil-i Nüfus Nizamnamesi ile yürürlüğe girmiş ve sonraki hukuki düzenlemelerde de bu durum teyit edilmiştir (Cin ve Akgündüz, 2011, s. 489).

Yukarıda açıklanan durumlara bağlı olarak Ayıntab'da incelediğimiz döneme ait şer'iyeye sicillerinde mahkemede kıyılan sadece iki adet nikah kaydına rastlanmakla birlikte, bu kayıtlardan biri Ayıntab'a ait olmayıp, Birecik ahalisinden Şeyh Müslim bin Cafer ile Fatma bint-i Ahmed adlı kişilere aittir (GŞS, No.146, s. 283). Diğer kayıt ise 13 Cemazeyilahir 1285/01 Ekim 1868 tarihli olup Döne bint-i Süleyman ile Mehmed bin Hasan arasında yapılan akd-i nikah işlemidir. Ancak bu belgede mahalle belirtilmemiştir (GŞS, No.147, s. 161).

Bunların dışında nikah işlemiyle ilgili tüm kayıtlarda, kadılar tarafından bazı mahalle ve köy imamlarına nikah kıymaları için izinname verildiği görülmektedir. Tanzimat'ın son dönemlerine rastlayan bu kayıtlardan 148 nolu şer'iyeye sicilinde, tamamı H.1291/M.1874 yılına ait toplam 239 adet kayıt bulunmaktadır (GŞS, No.148, s. 58-59, 165-270). Evlilik izni için tutulan kayıtlarda, çok küçük farklılıklar dışında, standart bir yapı bulunmaktadır. Mahalle veya köy imamlarına verilen bu izinlerden birer örnek verilecek olursa;

"Kürkcüyân Mahallesi İmâmı Efendi ba'de's-selâm inhâ olunur ki mahallenizde sâkine Fâtıma bint-i Ahmed nâm seyyibenin (dul kadın) mâni-i şer'isi yok ise işbu tâlibi olan Ali bin Mehmed nâm kimesneye velisi izni ve tarafeyn rızâları ve mehr-i müeccel ve muaccel nizâmisi tesmiyesiyle inde's-şühûd akd-i nikâh eyleyesiniz ve's-selâm" (04 Cemazeyilevvel 1291/19 Haziran 1874) (GŞS, No.148, s. 234).

"Büyük Kızılhisâr Karyesi İmâmı Efendi ba'de's-selâm inhâ olunur ki karyenizde sâkine Hadîce bint-i Mustafa nâm bâkirenin mâni-i şer'isi yok ise işbu tâlibi Osman bin Ali nâm kimesneye velisi izni ve tarafeyn rızâları ve mehr-i müeccel ve mehr-i muaccel nizâmisi tesmiyesiyle lede's-şühûd akd-i nikâh eyleyesiniz ve's-selâm" (03 Rabiulahir 1291/20 Mayıs 1874) (GŞS, No.148, s. 203).

Bu iki belge karşılaştırıldığında kayıtların yerleşim biriminin ve evlenecek kişilerin isimleri dışında aynı şekilde tutulduğu anlaşılmaktadır.

Evliliğin resmi boyutu dışında her toplumda olduğu gibi Osmanlı toplumunda da örfi uygulamalar bulunmakta ve bunun başında da düğün ve onunla ilgili yapılanlar gelmekteydi. Düğün, taraflar açısından oldukça maliyetli bir iş olduğundan bazen evliliğin gecikmesine dahi neden olabilmekte ve evlilik gelenekleri toplumda sorunlar yaratabilmekteydi. Bunun farkında olan Tanzimat Dönemi yöneticileri, geleneksel evliliği düzenleyen bazı ferman ve tenbihlerle sorunları çözmeyi düşünmüşlerdi (Ortaylı, 1991, s. 77-78). Tanzimat Dönemi'nin hemen başında Cemazeyilevvel 1260/Mayıs-Haziran 1844 tarihinde bir ferman yayınlanmıştı. Bu ferman Ayıntab'a gönderilmiş ve 23 Cemazeyilahir 1260/10 Temmuz 1844 tarihiyle sicile kaydedilmiştir. Fermána göre: Bakire kızların, baba ve akrabaları tarafından 30 yaşına kadar evlendirilmedikleri, eşi vefat etmiş olan dul kadınların da aynı şekilde kocaya verilmedikleri, yapılan yakınma ve şikayetlerden anlaşılmaktadır. Bu nedenle reşid olan kızların ve dulların kendi arzusuyla evlenme başvurularının yerine getirilmesi, şer'i engeli bulunmayan evlenmelerin baba ve akrabaları tarafından engellenmesinin önüne geçilmesi ile başlık gibi örfi uygulamaların kaldırılması ve ebeveynlere bu gibi ödemelerin yapılmaması emredilmiştir (GŞS, No.144, s. 159; Ortaylı, 1991, s. 78). Fakat, 10 Ramazan 1267/09 Temmuz 1851 tarihli belgede, Şehreküstü Mahallesi'nden Arab Hüseyin bin Mehmed, eşinin erkek kardeşi Şaban'a dava açarak dava tarihinden beş sene önce eşi Ayyuş'u kendisiyle evlendirdikleri sırada kayına hukuka aykırı olarak, yemeklik adıyla 2.550 kuruş verdiğini ve bunu geri almak istediğini beyan etmiştir. Şaban ise bunu inkar ederek, parayı kız kardeşinin mehri olarak aldığını belirtmiştir. Şahitlerin beyanı sonrasında Şaban haklı bulunarak aklanmış ve dava kapanmıştır (GŞS, No.145, s. 25). Bu davada böyle bir para alınmadığı kararı verilmiş olsa da örfi uygulamanın devam ettiği anlaşılmaktadır.

23 Rabiulevvel 1279/18 Eylül 1862 tarihinde yukarıda bahsedilen fermanın uygulanmasıyla ilgili tenbihler yayınlanmıştır. Tenbihlerin yayınlanması da fermanla belirtilen hususların hayata geçmediğinin bir göstergesidir. Bu tenbihlerde; düğünlerde israf yasaklanmış, başlık kaldırılmış, mehr miktarları evlenecek kişilerin gelir seviyesine göre; fakirler için 100, orta sınıf için 500 ve zenginler için 1.000 kuruş olarak tespit edilmiş, damadın düğünden sonra eşinin akrabalarına hediye vermesi kaldırılmış ve düğünler de üç sınıfa ayrılarak, her birinde ne kadar masraf yapılacağı belirtilmiştir. Bahsedilen ferman ve tenbihlerinin örfi uygulamaları ortadan kaldırdığı söylenemese de bunlar, yöneticiler tarafından evliliği kolaylaştırma adına belli bir çaba sarfedildiğini ortaya koymaktadır (Ortaylı, 1991, s. 78).

Aile, büyükbaba, büyükanne ve evli oğulları ile bunların eş ve çocukları, şayet aynı hanede ikamet ediyorsa geniş veya büyük aile, sadece anne-baba ve evlenmemiş çocuklardan oluşuyorsa çekirdek aile olarak tanımlanmaktadır. Osmanlı Devleti'nde üç kuşağın bir arada yaşadığı geniş aile tipinin yaygın olduğu ifade edilmekle birlikte (Ortaylı, 1991, s. 74), kırsaldan şehirlere gelen ve şehir hayatına adapte olan geniş ailelerin parçalanarak çekirdek ailelere dönüştüğü de savunulmuştur (Yazan, 1991, s. 66). Fakat Ortaylı, haneyi meydana getiren nüfusun beş kişi civarında olduğunu belirtmekle birlikte, bunun bağımsız bir aile olduğunu düşünmenin hatalı olacağını, ailenin genellikle bir avlunun etrafındaki konutlarda yaşadığını (Ortaylı, 1991, s. 74), dolayısıyla şehirlerde de geniş aile tipinin hâkim olduğunu ifade etmektedir. Ortaylı'nın dediği gibi Ayıntab şehrinde Osmanlı Döneminden kalan tarihi evlerin çoğu ortasında "hayat" denilen, avlunun etrafında bulunan konutlardan oluşmaktadır. Bu çerçevede Tanzimat Dönemi'nde, aşağıda detaylı olarak değerlendirilen, şer'iyye sicillerinde kaza merkezinde bulunan evli erkek-kadın ve Müslümanlar-gayrimüslimlere ait tereke kayıtlarına göre Ayıntab'da her aile, ortalama 2,93 çocuğa sahip bulunmaktadır (Bkz. Tablo 3). Anne-baba ile çocuk sayıları toplandığında Ayıntab'da bir ailenin Osmanlı Devleti'nin genelinde olduğu gibi ortalama, yaklaşık beş kişiden oluştuğu anlaşılmaktadır. Ayrıca bu çocuklardan yaklaşık yarısı (%53,4) erkek olduğundan ve evlenen erkek çocukların aynı hanede yaşadıkları ve ortalama her ailenin üç çocuğu bulunduğuna göre, mimari olarak

her hanede yaşayan kişi sayısı yaklaşık 10 kişi civarında olmalıdır. Tanzimat Döneminin hemen sonrasında çıkarılan H. 1308 (M. 1890-91) tarihli Halep vilayet salnamesinde yer alan bilgilerde, Ayıntab'da bulunan hane sayısı 6.950, nüfus ise 80.938 olarak verilmiştir (Salname, H.1308, s. 165-167). Bu rakamlara göre her hanede yaklaşık 11,65 kişinin yaşadığı sonucu ortaya çıkmaktadır. O halde hem mimari yapıya hemde yukarıdaki verilere dayanarak, Ayıntab'da üç neslin aynı hanede yaşadığı geleneksel aile tipinin hakim olduğunu söylemek mümkündür.

### **Çok Eşlilik (Polijini/Poligami, Teaddüd-i Zevcât)**

Bir kişinin aynı anda birden fazla kişiyle evli olması durumunu Poligami terimi ifade etmekle birlikte, terimin tanımında cinsiyet farkı bulunmamaktadır. Kadının birden fazla eş almasına "poliandri", erkeğin birden fazla eş almasına ise "polijini" denmektedir (Eyce, 2000, s. 225). Poliandri, polijini ile kıyaslanmayacak derecede seyrek görülen bir evlenme şekli olması (Kurt, 1999, s.183) ve pek çok toplumda rastlanan durumun daha çok erkeklerin çok eş alması (Öksüz, 2005, s.54) dolayısıyla polijini yerine çalışmalarda daha ziyade poligami terimi yaygın olarak tercih edilmiştir.

İncelenen dönemde Ayıntab halkı Yahudiler, Hristiyanlar ve Müslümanlar olmak üzere üç temel unsurdan oluşmaktaydı. Yahudilik ve Hristiyanlıkta ilk başlarda hukuken bir engelle karşılaşmayan çok eşlilik, Yahudilerde XI. yüzyılda alınan bir kararla yasaklanırken, Hristiyanlarda önce Doğu Roma İmparatoru I. Justinianos (527-565) döneminde (Kurt, 2013, s. 108), sonra XII. yüzyılda kilisenin aldığı kararlarla yasaklanmış olsa da bu yasaklar fiili olarak çok eşliliği engelleyememiştir (Tabakoğlu, 1992, s. 93). Tanzimat dönemini kapsayan Ayıntab şerhiye sicillerinde yer alan 27 evli erkek gayrimüslime ait terekenin sadece ikisinde iki eş kaydı bulunmakla birlikte, kayıtlarda bu kişilerin ilk eşlerinin daha önce ölmüş olması, (GŞS, No.147, s. 248,250) tamamının tek eşli olduğu sonucunu ortaya koymaktadır. Dolayısıyla bu tarihlerde Ayıntab'daki gayrimüslim halkta çok eşliliğe rastlanmadığı anlaşılmaktadır.

Müslümanlarda ise İslamiyet'in gerekli şartlarına riayet edilmesi durumunda erkeklerin dörde kadar eş alabilmesi, yanlış bir algı olarak Müslümanlarda ve Türklerde çok eşliliğin yaygın olduğu izlenimini doğurmuştur (Kurt, 2013, s. 108). Oysa İslamiyet'te çok eşlilik teşvik edilmemekle birlikte dört eşle sınırlandırılmıştır. Nisa suresi 3. ayette belirtildiği üzere (Bkz. <http://kuran.diyaret.gov.tr>, Nisa Suresi, 3. Ayet) İslam dini, bunun bir emir değil bir izin olduğunu, hastalık gibi durumlarda ve birinci eşin rızasıyla mümkün olabileceğini belirtmiştir (Öksüz, 2005, s. 55) Bu konuda dikkat edilmesi gereken husus bunun bir kural değil zorunlu durumlarda bir çıkış yolu olduğudur. (Yetişgin ve Özdamar, 2016, s.227) Ayrıca çok eşlilik Türk toplumunda yaygın bir uygulama olmadığı gibi saygıyla da karşılanmamıştır. Bazı bölgelerdeki Türk topluluklarında bu duruma hemen hemen hiç rastlanılmadığı gibi, Osmanlı Dönemi Anadolu'sunda da dar bir kesime has kalmıştır (Ortaylı, 2009, s. 107). XVI. yüzyılın sonlarında Osmanlı Devleti'ni ziyaret eden Alman Protestan papazı Salomon Schweiger de "Türkler ülkelere; karıları da onlara hükmeder. Türk kadınları kadar gezen, eğlenen yoktur. Aynı şekilde çok karılığa da rastlanmaz. Herhalde bu işi denemiş dert ve masrafa neden olduğunu anlayıp vazgeçmişler." ifadesi bu durumun yabancı bir gözle tespit edilmesi bakımından önemlidir (Ortaylı, 1991, s. 75; Türkdöğün, 1992, s. 54).

Osmanlı toplumunda çok eşliliğin yaygın olmadığını tespit etmekte kullanılan en önemli kaynak şüphesiz tereke defterleridir. Çünkü bu belgelerde, ölen erkeğin eş veya eşleri, çocukları ve mirastan pay alacak olan diğer yakınları isimleriyle birlikte teker teker kayıt altına alınmıştır. Bu kayaklardan yararlanılarak yapılan bazı çalışmalara göre Osmanlı toplumunda genel olarak yaklaşık %5-%12 arsında çok eşlilik durumuna rastlanıldığı sonucu tespit edilmiştir (Aydın, 2001, s. 291). Aile konusu üzerine yapılan birçok çalışmada bu sonucu görmek mümkündür.

Örneğin; Özdeğer'in XVII. yüzyılda Bursa'yı konu alan çalışmasında, (Özdeğer, 1988a, s. 50) 1.092 erkekten sadece 51'i yani %4,5'inin, Erten'in XVIII. yüzyılın ilk yarısında Konya'yı konu alan çalışmasında (Erten, 2001, s. 59) 1367 erkekten 170'i yani %12,4'ünün, Demirel, Gürbüz ve Tuş'un çalışmalarında, (Demirel, Gürbüz ve Tuş, 1992, s. 102) 981 erkekten sadece 94'ü yani %9,59'unun, Özlü'nün 1741-1889 tarihlerini kapsayan ve Göynük'ü konu alan çalışmasında toplam 229 evli ve dul müslüman evli erkekten sadece 3'ü yani %1,3'ünün (Özlü, 2006, s.82) çok eşli olduğu anlaşılmaktadır. İncelediğimiz döneme ait çalışmalarda ise Bursa'yı konu alan ve Tanzimat Dönemine ait Kurt'un çalışmasında, (Kurt, 2013, s. 117) 361 erkekten sadece 8'i yani %2,2'sinin ve yine Tanzimat Döneminin ilk yıllarına ait Sivas'ı konu alan Şahin'in çalışmasında, (Şahin, 2012, s. 1298) 90 erkekten 13'ü yani %14,4'ünün, Ekin'in 19. Yüzyılı kapsayan ve Kocaeli'yi konu alan çalışmasında (Ekin, 2017, s.922) 145 evli müslüman erkekten sadece 3'ü yani %2,1'inin çok eşli olduğu tespit edilmiştir. Bu veriler göstermektedir ki Osmanlı Devleti'nin hiçbir zamanında ve bölgesinde çok eşlilik yaygın bir uygulama olmamıştır.

Doğrudan Ayıntab ile ilgili yapılan çalışmalarda ise çok eşlilik oranları XVI. yüzyılın ortalarında %11,6 (Çakır, 2010, s. 9), XVII. yüzyılın ikinci yarısında %17,9 (Kıvrım, 2007, s. 383), XVIII. yüzyılın ilk yarısında %16 (Çınar, 2000, s. 157-158) ve XVIII. yüzyılın ikinci yarısında ise şehir merkezinde 722 tek eşli erkeğe karşılık 66 kişinin de çok eşli olduğu yani %8,4 (Özlü, 2002, s. 16-19) oranında çok eşliliğe rastlandığı tespit edilmiştir.

Bu çalışmada ise 1839-1876 yılları arasını ihtiva eden sicillerde yer alan toplam 178 evli Müslüman erkeğe ait tereke kaydı değerlendirmeye alınmıştır. Kayıtlarda bu kişilerden altısının çocuğu olmasına rağmen eşlerinden bahsedilmemiştir (GŞS, No.144, s. 95; GŞS, No.145, s. 121; GŞS, No. 146, s. 141, 196; GŞS, No.148, s. 197, 205, 265). Bunlar, ya boşanmış ya da eşleri kendilerinden önce vefat etmiş olmaları nedeniyle tek eşli statüsünde değerlendirilmiştir. Ayrıca beş kişiye ait kayıta: Mehmed Eyüb Efendi bin Hacı Emin Ağa'nın kebîr ve gaib olan oğlu Mehmed Emin ölen eşi Mine Hatun'dan, sağîre kızı Fatma hayattaki eşi Hadice'den ve sağîr oğlu İsmail de cariyesinden (GŞS, No.145, s. 70); Torak Ali'nin kebîr oğulları Ahmed, Ali ve Mehmed ölen eşinden, sağîr oğulları Torak, Mustafa, Ahmed ve sağîre kızı Gürci hayattaki eşi Ayyuş bint-i Ali'den (GŞS, No.146, s. 196); Hacı Ahmed bin Abdullah'ın üç oğlu ve bir kızının hepsi ölen eşi Fatma Hatun'dan (GŞS, No.146, s. 18); Mehmed Ali bin Ali'nin tek oğlu ölen eşi Halime'den (GŞS, No.147, s. 145) ve Demirci Mahmud oğlu el-Hac Mahmud bin Mahmud'un kebîr oğlu Hasan ve kebîre kızları Şems ve Elif ölen eşinden, sağîr oğlu Mahmud ve sağîre kızları Zennub ve Münevver'in hayattaki eşi Yuma bint-i Ahmed'den (GŞS, No.148, s. 85) olduğu bilgileri mevcuttur. Bu bilgiler çocukların doğum sıralamasında büyük olanların ölen eşten, küçüklerin ise hayattaki eşten veya çocukların tamamının ölen eşten olduğu şeklinde bir düzeni göstermektedir ki bu da bizleri kişilerin ilk eşleri öldükten sonra ikinci evliliklerini yapmış oldukları düşüncesine sevk etmektedir. Bundan dolayı bu kişilerin tamamının tek eşli statüsünde değerlendirilmesi uygun görülmüştür. Aynı şekilde iki kişiye ait terekede ise kaydedilen üç eşten birinin ölmüş olduğu anlaşılmıştır (GŞS, No.145, s. 33; GŞS, No.146, s. 304). Sonuçta bu kişiler, her halükarda çok eşli statüsünde yer aldığından iki eşli olarak kabul edilmiştir.

Yukarıdaki kriterler çerçevesinde yapılan değerlendirme sonucunda 178 evli Müslüman erkekten 150'sinin 1 (%84,3), 25'inin 2 (%14) ve 3'ünün de 3 (%1,7) eş almış olduğu anlaşılmaktadır ki toplamda %15,7 olan bu sonuçlar, yüz yıl içerisinde Ayıntab'da birden çok eşle evlenenlerin oranlarında yapının hemen hemen aynı kaldığı ve şehirle ilgili daha önceki çalışmalarda da olduğu gibi bu dönemde de Osmanlı Devleti geneli için verilen ortalamadan daha yüksek olduğunu ortaya koymaktadır. Ayrıca bu veriler 178 Müslüman erkeğin, toplamda 209 kadınla evli olduğunu göstermektedir.

Yapılan tasnif sonucunda aşağıda kişilerin servet durumuna göre eş sayıları tablo halinde verilmiştir. Ayrıca 19. yüzyıl öncesi döneme ait ailelerle ilgili çalışmalarda servet dilimleri oluşturulurken genellikle aile gelirleri standart bir rakam aralığıyla ifade edilmiştir. (Bkz. Düzbakar, 2008, s. 89; Özlü, 2006, s. 85-86). Fakat Tanzimat Dönemi'nde ülkenin tamamında yüksek bir enflasyon yaşandığından, (Pamuk, 2013, s. 181) enflasyonu devre dışı barakmak amacıyla, servet dilimi oluşturulurken onar yıllık dönemlerdeki kişilere ait servetin ortalaması alınmıştır. Alınan ortalamalar sonucunda aile başına ortalama servet 1840-50 yılları arasında 3.144, 1850-60 yılları arasında 6.838, 1860-70 yılları arasında 16.371 ve 1870-1876 yılları arasında 18.376 kuruş olarak tespit edilmiştir. Verilerin doğruluğunu bu döneme ait menzil fiyatlarındaki artış da göstermektedir. Örneğin Cevizlice mahallesinde ilk dönemde bir evin ortalama değeri 1.400 kuruş iken son dönemde 6.100 kuruş olmuştur (GŞS, No 144-148 ilgili tereke kayıtları). Bu yöntem ile elde edilen sonuçlar orta dilimi oluştururken veriler 2,5'e bölünerek elde edilen rakamların katlarından her bir dilim oluşturulmuştur.

**Tablo 1:** Kişilerin servet durumuna göre eş sayıları

| Servet Dilimi   | Tek Eşli     | İki Eşli   | Üç Eşli     | TOPLAM      |
|-----------------|--------------|------------|-------------|-------------|
| Çok Düşük       | 96           | 12         | 0           | 108         |
| Düşük           | 25           | 3          | 0           | 28          |
| Orta            | 8            | 2          | 1           | 11          |
| Yüksek          | 4            | 1          | 0           | 5           |
| Çok Yüksek      | 17           | 7          | 2           | 26          |
| <b>TOPLAM</b>   | <b>150</b>   | <b>25</b>  | <b>3</b>    | <b>178</b>  |
| <b>Oranları</b> | <b>%84,3</b> | <b>%14</b> | <b>%1,7</b> | <b>%100</b> |

Tablo 1'deki verilere bakıldığında, öncelikle birden fazla eşle evlilik ile servet arasında doğrudan bir bağın olmadığı görülmektedir. Özellikle iki eşli olanların 17'si orta ve düşük, üç eşli olanların biri ise orta gelir grubu içerisinde. Ayrıca gelir seviyesi ortalamasının üstünde olan 31 kişi içerisinde 21 kişi tek eş almayı tercih etmiştir. O halde gelir durumu ile eş sayısı arasında doğrudan bir ilişki olduğu söylenemez. Ancak, gelir seviyesi yüksek olan kişilerin din ve hukuk kuralları çerçevesinde birden fazla eş alma konusunda daha rahat oldukları, yine tablodan anlaşılabilir.

Çok eşli olanlarla ilgili bir diğer değerlendirme de bu kişilerin Osmanlı toplumunda, el-hac, seyyid, şerif, efendi, çelebi, şeyh, ağa, bey ve paşa gibi itibar sahibi olan kişiler olduğudur (Demirel, vd., 1992: s. 103-104). Ayıntab ile ilgili tereke kayıtlarında da çok eşli olanların 11'inde ağa, şeyh, el-hac ve molla gibi unvanlara rastlanılmıştır.

Yukarıdaki dar anlamda anne, baba ve evlenmemiş çocuklardan oluşan aile olarak yapılan tanımlamada, ailenin tam olarak oluşmasının çocuğun olmasıyla mümkün olduğu sonucu ortaya çıkmaktadır. Özellikle ataerkil toplum yapısının özelliğinden dolayı, soyun devamı açısından erkek çocuk son derece önemlidir ve bu durum Türklerde de aynı şekilde geçerli olmuştur. Örneğin, Dede Korkut hikayelerinin birinde:

Bayındır Han'ın yılda bir verdiği ziyafet sırasında Oğuz beylerini konuklarken, "Gene ziyafet verip aygır, deve, koç kırdırdı. Bir yere ak otağ (çadır), bir yere kızıl otağ, bir yere kara otağ kurdu. Kimin ki oğlu, kızı yok, kara otağa kondurun, kara keçeyi altına döşeyin, kara koyun yahnisinden getirin, yerse yesin, yemezse kalsın gitsin. Oğlu olanı ak otağa, kızı olanı kızıl otağa kondurun. Oğlu kızı olmayanı Allah lanetlemiştir, biz dahi lanetleriz. (Akyüz, 2013, s. 10)

ifadeleri kullanılmıştır. Dolayısıyla Türk töresi çocuğun ve özellikle erkek çocuğun Türk ailesinde önemli olduğunu vurgulamaktadır. Bu nedenle, tereke kayıtlarına bakarak çok

eşle yapılan evliliklerden hangilerinin çocuğa özellikle erkek çocuğa sahip olma gerekçesiyle yapıldığı değerlendirilebilmektedir.

**Tablo 2:** Çocuk sahibi olmak için yapılan çok eşli evlilikler

| İsim  | Eş sayısı | Çocuk Sayısı |     |        | Tereke Miktarı Kuruş | Servet Dilimi | Sicil ve Sayfa Nr. |
|---|-----------|--------------|-----|--------|----------------------|---------------|--------------------|
|   |           | Erkek        | Kız | Toplam |                      |               |                    |
| Cabbar Hacı Hüseyin bin Mehmed Tahir  | 3         | 0            | 0   | 0      | 15.354               | Orta          | 148/90             |
| El-Hac Ali bin Seyyid Mehmed  | 2         | 0            | 0   | 0      | 35.268               | Çok Yüksek    | 145/88             |
| Hacı Mehmed Ağa ibn-i İbrahim   | 2         | 0            | 1   | 1      | 4.964                | Çok Düşük     | 147/149            |
| Hacı Mahmud ibn-i Şeyh Mehmed   | 2         | 0            | 5   | 5      | 18.059               | Orta          | 147/30             |
| Karaboyur bin İbrahim bin Abdullah  | 2         | 1            | 0   | 1      | Borçlu               | Çok Düşük     | 145/198            |
| Mehmed bin Ahmed  | 2         | 1            | 0   | 1      | 1.678                | Çok Düşük     | 148/17             |
| İbrahim ibn-i Yusuf   | 2         | 1            | 2   | 3      | 630                  | Çok Düşük     | 144/215            |
| Bukruzkade Şeyh Mustafa bin Medarık Ağa                                     | 2         | 1            | 2   | 3      | 3.484                | Çok Düşük     | 145/72             |
| Çopur bin Mustafa   | 2         | 1            | 5   | 6      | 920                  | Çok Düşük     | 145/99             |
| Molla Mehmed bin Mehmed   | 2         | 1            | 4   | 5      | 11.900               | Düşük         | 147/190            |
| Ömer Mustafa bin Mehmed   | 2         | 1            | 1   | 2      | 8.000                | Orta          | 145/122            |
| Harat el-Hac Maho bin Mehmed  | 2         | 1            | 1   | 2      | 9.609                | Yüksek        | 146/144            |
| Yılançı Oğlu Ali ibn-i Hacı Mehmed  | 2         | 1            | 1   | 2      | 18.371               | Çok Yüksek    | 144/121            |
| Bekmezci Hacı Osman bin Hasan   | 2         | 1            | 3   | 4      | 26.067               | Çok Yüksek    | 146/225            |
| Bazzade Ahmed Hamdi Efendi ibn-i Ahmed Hamdi Efendi ibn-i el-Hac Ali Efendi | 2         | 1            | 3   | 4      | 171.271              | Çok Yüksek    | 146/38             |

Tablo 2’de hiç çocuğu ve erkek çocuğu olmayanlar ile tek erkek çocuğu olan toplam 15 çok eşli erkeğe yer verilmiştir. Tablodan anlaşılacağı üzere 15 kişiden sadece biri üç eşli olup diğerlerinin tamamı iki eşlidir ve üç eşli olan kişi ile iki eşlilerden bir kişinin hiç, iki kişinin ise erkek çocuğu olmamıştır. Geriye kalan 11 kişinin ise eşlerinin sadece birinden erkek çocuk dünyaya gelmiştir.

Kurt, Bursa sicillerine dayanarak yaptığı çalışmada “*bir çocuğa sahip olmak için ikinci evliliğini yapanların bulunduğu düşünülmeyle beraber, birden fazla kadınla evli olanların çoğunun, sadece çocuk sahibi olma arzusuyla böyle bir evliliği gerçekleştirdiği sonucuna varılamaz*” (Kurt, 2013, s. 108), Demirel, Gürbüz ve Tuş ise birkaç sicile dayanarak yaptığı çalışmada “*...çok eşli evliliklerde temel sebep öncelikle evlat sahibi olma isteği gibi görünüyor. Evlatları kız olanlar arasında ise erkek evlat sahibi olma arzusu birden fazla eşle evlenmenin diğer bir sebebini teşkil etmektedir*” (Demirel ve diğerleri, 1992: s. 106) şeklinde görüş belirtmektedirler. Bu iki ifade ve tablodaki bilgiler ortak değerlendirildiğinde, kişilerin çok eşle evlenmeyi tercih etmelerinde, tek neden olmamakla birlikte, neslin devamı açısından erkek çocuğa sahip olma isteğinin oldukça etkili olduğu anlaşılmaktadır. Tablodaki veriler çok eşli olan 28 kişiden 15’inin (kendi içerisinde %53,6) çocuk veya erkek çocuk sahibi olmak amacıyla çok eşliliği tercih ettiği sonucunu ortaya koymaktadır ki bu oran Ayıntab’daki çok eşlilik nedenleri arasında çocuk sahibi olma gerekçesini ilk sıraya taşımaktadır.

### Ailelerin Çocuk Sayıları

Çocuk aile yapısının en önemli unsurlarından biridir. Özellikle erkek çocuk neslin devamı açısından çok büyük önem taşımaktadır ki yine yapılan değerlendirmede çok eşliliğin temel nedenlerinden biri olarak karşımıza çıkmaktadır.

Osmanlı toplumunda çok çocuklu aile sayıları fazla değildir. Klasik dönemde aile nüfusunun ortalaması anne-baba ile birlikte beş kişiyi dahi bulmamaktadır. Ailelerin çocuk



sayılarına bakıldığında en fazla tek çocuklu ailelerin bulunduğu ve çocuk sayısı arttıkça, bu çocuklara sahip olan aile sayısının azaldığı görülür (Tabakoğlu, 2003, s. 152). Yani çocuk sayısı ile bu çocuklara sahip olan aile sayıları arasında ters bir orantı mevcuttur. Tablo 3'e bakıldığında Ayıntab'da da Müslüman ailelerde durumun bundan farklı olmadığı görülmektedir.

Osman Devleti'nde aile hakkında yapılan çeşitli çalışmalarda, ailelerin çocuk sayıları hakkında aşağı yukarı benzer oranlar verilmektedir. Örneğin; XVI. yüzyılın ikinci yarısı ile XIX. yüzyılın ilk yarısını kapsayan döneme ait bir çalışmada (Demirel, vd., 1992: s. 101-118) Müslüman ailelerin 2,31, gayrimüslim ailelerin 2,49 ve ailelerin genel ortalamada 2,33 oranında çocuk sahibi olduğu tespit edilmiştir. Ayıntab şehrinin de içinde bulunduğu bu çalışmada sondaj usulüyle şehirde yaşayan 22 erkek ve 14 kadın Müslüman tereke kaydı değerlendirilmiş ve ortalama çocuk sayısı 2,57 olarak tespit edilmiştir. XVIII. Yüzyılın ilk yarısında Ankara üzerine yapılan bir çalışmada müslüman aileler anne-baba ile birlikte 4.4, gayrimüslim ailererde ise 4.6 olarak tespit edilmiştir (Demirel, 1990, s. 953). Yine 1741-1889 yıllarını kapsayan ve Göynük üzerine yapılan bir çalışmada tüm ailelerin ortalaması anne-baba ile birlikte 4,8 olarak tespit edilmiştir (Özlu, 2006, s. 82). Bu verilerden de anlaşılacağı gibi Osmanlı Devleti'nde ailelerin nüfusu 5'i dahi bulmamaktadır.

Doğrudan Ayıntab ile ilgili çalışmalarda ailelerin ortalama çocuk sayıları, XVI. yüzyılda 45 evli veya dul erkeğin terekesine göre yapılan değerlendirmede 2,8 (Çakır, 2010, s. 10) olarak belirlenirken, XVII. yüzyılın ilk yarısında, 105 kayıttan yararlanılarak yapılan çalışmada ortalama 2,85 (Canbakal, 2009, s. 225), XVIII. yüzyılın ilk yarısında, 422 tereke kaydına dayanılarak yapılan çalışmada ise hamile olanlar dışarıda bırakıldığında ve kadınlar temel aile birimi kabul edildiğinde 2,68 erkekler temel aile birimi kabul edildiğinde ise 2,93 (Çınar, 2000, s. 164) ve XVIII. Yüzyılın ikinci yarısında 1.000 civarında tereke kaydından yararlanılarak yapılan çalışmada anne-baba ile birlikte aile nüfusu 4.4 (Özlu, 2002, s. 22) olarak tespit edilmiştir.

Çalışmamızda, XIX. yüzyılda Tanzimat Dönemine ait kaza merkezi ile ilgili 282 tereke kaydından yararlanılarak değerlendirme yapılmıştır. Evli Müslüman-gayrimüslim ile erkek-kadınlara ait kayıtların; 178'i erkek (%63,1), 73'ü kadın (%25,9) olmak üzere toplam 251'i Müslümanlara (%89), 28'i erkek (%9,9), 3'ü kadın (%1,1) olmak üzere toplam 31'i gayrimüslimlere (%11) aittir. Aşağıda bu kayıtlardan yararlanarak oluşturulan Tablo'3'te Müslümanlar, erkek ve kadın olarak ayrı ayrı değerlendirilmiştir. Ancak gayrimüslimlerde, kadınlara ait tereke sayısı üç olup bunların da sadece birinin çocuk sahibi bulunmasından dolayı gayrimüslimler birleşik olarak verilmiştir. Ayrıca Müslüman erkeklere ait 11 terekede ölen kişinin geride bıraktığı eşi hamile olduğundan, bunların da çocuk sayıları içerisinde yer verilmesi uygun görülmüştür.

**Tablo 3:** Yıllara göre ailelerin çocuk sayıları

| Tarih     | Millet   | Çocuk Sayısına Göre Aile Sayıları |    |    |    |    |   |   |   |   |   |    |    | Toplam Aile | Toplam Çocuk | Ortalama |
|-----------|----------|-----------------------------------|----|----|----|----|---|---|---|---|---|----|----|-------------|--------------|----------|
|           |          | 0                                 | 1  | 2  | 3  | 4  | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 | 15 |             |              |          |
| 1840-1850 | M. Erkek | 2                                 | 4  | 5  | 3  | 2  | 1 | - | - | - | - | -  | -  | 17          | 36           | 2,12     |
|           | M. Kadın | 1                                 | -  | 3  | -  | 1  | - | - | - | - | - | -  | -  | 5           | 10           | 2,00     |
|           | G.Müslim | 1                                 | 2  | 2  | 1  | -  | - | - | - | - | - | -  | -  | 6           | 9            | 1,50     |
| 1850-1860 | M. Erkek | 2                                 | 10 | 14 | 13 | 13 | 5 | 5 | 1 | 2 | 1 | 1  | -  | 67          | 226          | 3,37     |
|           | M. Kadın | 3                                 | 13 | 7  | 3  | -  | 1 | - | - | - | - | -  | -  | 27          | 41           | 1,52     |

|                     |          |           |           |           |           |           |           |           |          |          |          |          |          |            |            |             |
|---------------------|----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|----------|----------|----------|----------|----------|------------|------------|-------------|
|                     | G.Müslim | 2         | -         | 3         | 3         | 1         | 3         | 1         | 1        | 1        | -        | -        | -        | 15         | 55         | 3,67        |
| 1860-1870           | M. Erkek | 3         | 1         | 1         | 3         | 8         | 6         | 4         | -        | -        | 2        | -        | -        | 38         | 126        | 3,32        |
|                     | M. Kadın | 1         | 9         | 5         | 3         | 3         | -         | -         | -        | -        | -        | -        | -        | 21         | 40         | 1,90        |
|                     | G.Müslim | -         | -         | 1         | -         | -         | 1         | -         | -        | -        | -        | -        | -        | 2          | 7          | 3,50        |
| 1870-1876           | M. Erkek | 3         | 0         | 10        | 6         | 10        | 7         | 3         | 5        | -        | -        | -        | 2        | 56         | 206        | 3,68        |
|                     | M. Kadın | 3         | 6         | 6         | 3         | 1         | 1         | -         | -        | -        | -        | -        | -        | 20         | 36         | 1,80        |
|                     | G.Müslim | -         | -         | -         | 3         | 2         | 2         | 1         | -        | -        | -        | -        | -        | 8          | 33         | 4,13        |
| <b>TOPLAM</b>       | M. Erkek | 10        | 5         | 30        | 25        | 33        | 19        | 12        | 6        | 2        | 3        | 1        | 2        | 178        | 594        | 3,34        |
|                     | M. Kadın | 8         | 8         | 21        | 9         | 5         | 2         | -         | -        | -        | -        | -        | -        | 73         | 127        | 1,74        |
|                     | Müslüman | 18        | 3         | 51        | 34        | 38        | 21        | 12        | 6        | 2        | 3        | 1        | 2        | 251        | 721        | 2,87        |
|                     | G.Müslim | 3         | 2         | 6         | 7         | 3         | 6         | 2         | 1        | 1        | -        | -        | -        | 31         | 104        | 3,35        |
| <b>Genel Toplam</b> |          | <b>21</b> | <b>65</b> | <b>57</b> | <b>41</b> | <b>41</b> | <b>27</b> | <b>14</b> | <b>7</b> | <b>3</b> | <b>3</b> | <b>1</b> | <b>2</b> | <b>282</b> | <b>825</b> | <b>2,93</b> |

Tablo 3'e göre Ayıntab'da ailelerin, sahip olunan çocuk sayıları bakımından, Osmanlı toplumunun genel yapısıyla örtüştüğü görülmektedir. Ailelerin sahip olduğu çocuk sayıları arttıkça, bu çocuklara sahip olan aile sayısı azalmaktadır. Yani Osmanlı Devleti'nin genel yapısında olduğu gibi çocuk sayısı ile bu çocuklara sahip olan aile sayıları arasında ters bir orantı mevcuttur. Tüm aileler içerisinde en büyük grubu %23 ile tek çocuklu aileler oluştururken, bunu %20,2 ile iki, %14,5'er ile üç ve dört çocuklu aileler takip etmektedir. Yine tablodan, gayrimüslim ailelerin Müslüman ailelere göre daha kalabalık bir aile nüfusuna sahip oldukları anlaşılmaktadır.

Terekelerdeki bilgiler doğrultusunda Ayıntab'da ailelerinin toplam çocuk sayıları değerlendirildiğinde, 251 Müslüman ailesinin, 11'i anne karnında, 374'ü erkek, 336'sı kız olmak üzere toplam 721, gayrimüslim 31 ailenin ise 61'i erkek, 43'ü kız olmak üzere toplam 104 çocuğu bulunmaktadır. Genel olarak ise 282 ailenin, 11'i anne karnında, 435'i erkek, 379'sı kız olmak üzere toplam 825 çocuğu mevcuttur. Bu sonuçların yüzdelik oranları ise Müslüman ailelerin sahip olduğu çocukların %52,7'si erkek, %47,3'ü kızlardan, gayrimüslim ailelerin %58,7'si erkek, %41,3'ü kızlardan oluşmaktadır. Genel olarak ise ailelerin sahip olduğu çocukların %53,4'ü erkek, %46,6'sı kızlardan meydana gelmektedir. Bu veriler hem gayrimüslimlerin Müslümanlara oranla daha fazla erkek nüfusa sahip olduklarını hem de genel olarak Ayıntab'da erkek nüfusun yoğunlukta olduğunu göstermektedir.

Bu veriler ışığında Ayıntab'da her Müslüman ailesinde 2,87, gayrimüslim ailesinde 3,35 çocuk olmak üzere, ortalama her ailede 2,93 çocuk bulunduğu sonucunu vermektedir ki bu, XVIII. yüzyılda yapılan çalışmada verilen oranla aynıdır. O halde Ayıntab'da aile üye sayıları açısından, bir asır içerisinde yapının aynı kaldığı sonucunu ortaya çıkarmaktadır.

Çok eşli ailelerden dolayı Müslüman ailelerinin toplam ebeveyn sayısı 533 olduğundan Müslüman ailelerin 5,00; gayrimüslim ailelerin 5,35 kişilik ortalama bir aile nüfusuna sahip olduğu anlaşılmaktadır. Genel olarak ise anne-babayla birlikte Ayıntab'da ailenin ortalama nüfusu 5,04 kişiden oluşmaktadır. Ayrıca grupların ortalama çocuk sayılarına bağlı olarak Ayıntab'da Müslüman ailelerin %35,27, gayrimüslimlerin %67,74, genel olarak ise %38,66'lık bir doğal nüfus artış oranının olduğu anlaşılmaktadır.

Müslümanlara ait terekeler kendi içerisinde incelendiğinde ise dikkati çeken bir durum da kadın ve erkeklere ait ortalama çocuk sayılarındaki büyük farktır. Kadınlar vefat ettiklerinde ortalama 1,74, erkekler vefat ettiklerinde ise ortalama 3,34 oranında çocuk sahibi oldukları görülmektedir. Bu, erkeklerin çocuk oranının, kadınların çocuk oranlarına göre hemen hemen iki kat daha fazla olduğu sonucunu ortaya koymaktadır. Bu duruma, erkeklerin eşleri öldükten



|               |           |           |           |           |           |           |           |          |          |          |          |          |            |
|---------------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|----------|----------|----------|----------|----------|------------|
| <b>Toplam</b> | <b>21</b> | <b>65</b> | <b>57</b> | <b>41</b> | <b>41</b> | <b>27</b> | <b>14</b> | <b>7</b> | <b>3</b> | <b>3</b> | <b>1</b> | <b>2</b> | <b>282</b> |
|---------------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|----------|----------|----------|----------|----------|------------|

Hiç çocuğu olmayan aileler hariç, servet miktarı ortalamanın altında olan ailelerde, servet miktarı ile çocuk sayısı arasında bir bağ olduğu görülmektedir. Bu grupta yer alan ailelerde en yoğun grubu tek çocuklu aileler oluştururken, çocuk sayısı arttıkça aile sayısı düzenli olarak azalmaktadır. Fakat orta ve üstünde servete sahip olan ailelere bakıldığında, bunlarda belirli bir düzen olmadığı, tablonun tamamına bakıldığında, birden çok eşle evlenenlerde olduğu gibi, çocuk sayılarında da ailelerin tamamının, servetlerine göre karar vermediği anlaşılmaktadır. Örneğin en düşük servet diliminde çocuklu 165 aileden 5 ve üzeri çocuğu olan 31 aile (bu gruptaki çocuklu aileler içerisinde %18,79'u) bulunurken, en üst grupta 5'in altında çocuğu olan 19 aile (bu gruptaki çocuklu aileler içerisinde 76'sı) bulunmaktadır ki bu ailelerin yaklaşık dörtte üçünü kapsamaktadır. Dolayısıyla bu veriler, ekonomik seviyesi düşük olan aileler geçim sıkıntısından dolayı daha az çocuk sahibi olmayı tercih ettikleri fakat ailelerin çocuk sayısına sadece ekonomik gerekçelerle karar vermediği sonucunu ortaya çıkarmaktadır.

### Sonuç

Yapılan bu çalışma Tanzimat Döneminde Ayıntab'da ailenin, Osmanlı Devleti'ndeki genel aile yapısı ile örtüştüğünü ve önceki dönemlerle yapılan karşılaştırmalarla geleneksel yapısını koruduğunu ortaya çıkarmaktadır. Bu dönemde devlet yöneticileri tarafından, örfi uygulamalar arasında yer alan maddi yükümlülüklerin, evliliğin gerçekleşmesini engellememesi veya gecikmesine neden olmaması için bir takım tedbirler alınmaya çalışılmıştır. Fakat toplumun tarihi süreç içerisinde uygulayageldiği geleneklerinden bir anda vazgeçmesinin hem bu konudaki tenbihlerden hem de bazı mahkeme kayıtlarından mümkün olmadığı sonucuna ulaşılmaktadır. Aile tipi bakımından, gerek Osmanlı Döneminden kalan konutların yapısı gerekse o döneme ait hane ve nüfus verilerinin karşılaştırılması, Ayıntab'da geniş aile tipinin hakim olduğunu ortaya koymaktadır. Ayıntab'da %15,7 gibi ülkenin geneline dair yapılan çalışmalardan daha fazla bir oranda çok eşlilik tespit edilmekle birlikte, incelenen belgelerden bunun en önemli gerekçesinin, ailelerin çocuk sahibi, özellikle de erkek çocuk sahibi olma isteğinden kaynaklandığı anlaşılmıştır. Ayıntab'da aileler, çocuk sayıları bakımından kalabalık bir nüfusa sahip değildir. Yapılan tespitlerde en yoğun grubu tek çocuklu ailelerin oluşturduğu ve çocuk sayıları arttıkça bu çocuklara sahip olan aile sayısının azaldığı görülmüştür. Özellikle dar gelirlili aileler genellikle daha az sayıda çocuk sahibi olmayı tercih ederken, ailelerin tamamı ekonomik gelirlerine göre buna karar vermemiştir. Kayıtlardan gayrimüslimlerin Müslüman ailelerine göre daha kalabalık bir aile nüfusuna sahip oldukları ve genel olarak Ayıntab'da her ailenin ortalama 2,93 oranında çocuk sahibi olduğu tespit edilmiştir ki bu oran bir önceki yüzyıla ait yapılan çalışmalardaki oranla aynıdır. Bu veriler ailelerin gerek çok eşlilik gerekse çocuk sayısı bakımından yaklaşık yüzyıllık bir sürede yapının aynı kaldığını ve ortalama her ailenin beş kişilik bir nüfustan oluştuğunu ortaya koymaktadır.

### Kaynakça

#### Arşiv Belgeleri

144 Nolu Gaziantep Şer'iyye Sicili.

145 Nolu Gaziantep Şer'iyye Sicili.

146 Nolu Gaziantep Şer'iyye Sicili.

147 Nolu Gaziantep Şer'iyye Sicili.

148 Nolu Gaziantep Şer'iyye Sicili.

*Salnâme-i Vilâyet-i Haleb.* (H.1300). Haleb: Haleb Vilâyeti Matbaası.

*Salnâme-i Vilâyet-i Haleb.* (H.1308). Haleb: Haleb Vilâyeti Matbaası.

#### Tetkik Eserler

Akpolat, M. S. (2010). *Gaziantep kalesi*. Ankara: Bilgesu Yayıncılık.

- Akyüz, Y. (2013). *Türk eğitim tarihi*. Ankara: Pegem Akademi.
- Aydın, M. A. (2001). *Türk hukuk tarihi*. İstanbul: Beta Basım.
- Can, M. (1991). Hukuk ve nikâh. *Türk aile ansiklopedisi. Cilt 3*, (ss. 789-795). Ankara: TC. Başbakanlık Aile Araştırma Kurumu Başkanlığı.
- Canbakkal, H. (2009). *17. yüzyılda Ayntâb Osmanlı kentinde toplum ve siyaset*, İstanbul: İletişim Yayınları.
- Cin, H. ve Akgündüz, A. (2011). *Türk hukuk tarihi*. İstanbul: Osmanlı Araştırmaları Vakfı.
- Darkot, B. ve Dağlıoğlu, H. T. (1961). Ayıntab. *İslam ansiklopedisi. Cilt 2*, (ss. 64-67). Ankara: Milli Eğitim Basımevi.
- Demirel, Ö., Gürbüz, A. ve Tuş, M. (1992). Osmanlılarda ailenin demografik yapısı. *Sosyo-kültürel değişme sürecinde Türk ailesi. Cilt 1*, (ss. 97-161), Ankara: Başbakanlık Aile Araştırma Kurumu.
- Ekin, Ü. (2017). 19. yüzyılda Kocaeli Sancağı'nda çok eşlilik olgusu. *Uluslararası Gazi Süleyman Paşa ve Kocaeli Tarihi Sempozyumu-III*. (ss. 919-926), Kocaeli: Kocaeli Büyükşehir Belediyesi, Kültür ve Sosyal İşler Dairesi Başkanlığı Yayınları.
- Eroğlu, C., Babuçoğlu, M. ve Köçer M. (2007). *Osmanlı vilâyet salnâmelerinde Halep*. Ankara: Global.
- Erten, H., (2001). *Konya Şer'iyye Sicilleri Işığında Ailenin Sosyo-Ekonomik ve Kültürel Yapısı (XVIII. Y.Y. İlk Yarısı)*. Ankara: Kültür Bakanlığı.
- Faroqhi, S. (2010). *Osmanlı kentleri ve kırsal hayatı*. (E. S. Özcan, Çev.), Ankara: Doğu Batı Yayınları.
- Gökhan, İ. (2000). Gaziantep ve yöresinin Osmanlı hakimiyetine geçmesi. Y. Küçükdağ (Ed.), *Osmanlı döneminde Gaziantep sempozyumu*. (ss. 59-65), Gaziantep: Arsan Basım.
- Kurt, A. (2013). *Bursa sicillerine göre Osmanlı ailesi (1839-1876)*. Ankara: Sentez Yayıncılık.
- Ortaylı, İ. (1991). Osmanlı toplumunda ailenin yeri". *Türk aile ansiklopedisi. Cilt 1*, (ss. 74-79). Ankara: TC. Başbakanlık Aile Araştırma Kurumu Başkanlığı.
- Ortaylı, İ. (2009). *Osmanlı toplumunda aile*. İstanbul: Timaş Yayınları.
- Özdeğer, H. (1988a). *1463-1640 yılları Bursa şehri tereke defterleri*. İstanbul: Bayrak Matbaacılık.
- Özdeğer, H. (1988b). *Onaltıncı asırda Ayıntâb livâsı*. İstanbul: Bayrak Matbaacılık.
- Özdeğer, H. (1996). Gaziantep. *TDV İslam ansiklopedisi. Cilt 13*, (ss. 466-469). İstanbul: TDV Yayınları.
- Öztürk, H. (1991). Türklerde aile ve ahlâk telâkkileri. *Türk aile ansiklopedisi. Cilt 1*, (ss.12-21) Ankara: TC. Başbakanlık Aile Araştırma Kurumu Başkanlığı.
- Pamuk, Ş. (2013). *Osmanlı-Türkiye iktisadi tarihi 1500-1914*. İstanbul: İletişim Yayınları.
- Şıvgın, H. (1997). *19. yüzyılda Gaziantep*. Ankara: Gaye Matbaacılık.
- Tabakoğlu, A. (1992). Osmanlı toplumunda aile. *Sosyo-kültürel değişme sürecinde Türk ailesi. Cilt 1*. (ss. 92-96). Ankara: Başbakanlık Aile Araştırma Kurumu.
- Tabakoğlu, A. (2003). *Türk iktisat tarihi*. İstanbul: Dergâh Yayınları.
- Türkdoğan, O. (1991). Aile sosyolojisi modeli. *Türk aile ansiklopedisi, Cilt 1*, (ss. 24-36). Ankara: TC. Başbakanlık Aile Araştırma Kurumu Başkanlığı.
- Türkdoğan, O. (1992). Türk ailesinin genel yapısı. *Sosyo-kültürel değişme sürecinde Türk ailesi. Cilt 1*, (ss.29-66), Ankara: Başbakanlık Aile Araştırma Kurumu.
- Üçok, C., Mumcu, A. ve Bozkurt, G. (1996). *Türk hukuk tarihi*. Ankara: Savaş Yayınevi.
- Yazan, Ü. M. (1991). İslam'da aile ve çağdaş İslam ülkelerinde aile yapısı. *Türk aile ansiklopedisi. Cilt 1*, (ss. 62-73). Ankara: TC. Başbakanlık Aile Araştırma Kurumu Başkanlığı.

### Makaleler

- Çakır, İ. E. (2010). 16. yüzyılda Ayntab şehrinde ailenin demografik yapısı (1539-1576). *Gaziantep Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi. Cilt 9(1)*, ss. 1-17.

- Demirel, Ö. (1990). 1700-1730 tarihlerinde Ankara'da ailenin niceliksel yapısı. *Bellekten. Cilt LIV*(211), ss. 945-961.
- Düzbakar, Ö. (2008). Osmanlı toplumunda çok eşlilik: 1670-1698 yılları arasında Bursa örneği. *OTAM. (23)*, ss. 85-100.
- Eyce, B. (2000). Tarihten günümüze Türk aile yapısı. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler MYO Dergisi. (4)*, ss. 223-243.
- Kıvrım, İ. (2007). XVII. yüzyılda Gaziantep şehrinde ailenin oluşumu (1650-1700). *Selçuk Üniversitesi Türkiyat Araştırmaları Dergisi. (22)*, ss. 357-392.
- Kurt, A. (1999). Dini kaynakların çokeşliliğe ilişkin görüşleri ve Osmanlılarda çokeşlilik. *Uludağ Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi. Cilt 8*(8), ss.183-214.
- Öksüz, M. (2005). 18. yüzyılın ikinci yarısında Trabzon kadı sicillerinde aile kurumunun oluşumuna yönelik kayıtlar. *Karadeniz Araştırmaları Dergisi. (7)*, ss. 45-59.
- Özlu, Z. (2006). Terekeler ışığında Göynük'te aile. *Akademik Araştırmalar Dergisi. (29)*, ss. 81-102.
- Selvi Ünlü, T. (2009). Bir İskeleden Liman Kentine Doğu Akdeniz'in Önemli Bir Limanı Olarak On Dokuzuncu Yüzyılın İkinci Yarısında Mersin'de Mekansal Gelişim. *Planlama Dergisi. Cilt 3*(4), ss. 5-26.
- Şahin, Z. (2012). 1839-1841 Yıllarında Osmanlı Ailesi: Sivas Örneği. *Batman Üniversitesi Yaşam Bilimleri Dergisi. Cilt 1*(1), ss. 1295-1304.
- Yetişgin, M. ve Özdamar, T. (2016). XX. yüzyılın başlarında Osmanlı Devletinde aile kurumu: Besni örneği. *KSÜ Sosyal Bilimler Dergisi. Cilt 13*(1), ss. 219-240.

#### **Diğer Kaynaklar**

- Çınar, H. (2000). *18. yüzyılın ilk yarısında Ayıntab Şehri'nin sosyal ve ekonomik durumu.* (Yayınlanmamış Doktora Tezi), İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Nisa suresi 3. ayet*, Erişim tarihi: 15.05.2018, <http://kuran.diyanet.gov.tr/mushaf/kuran-meal-2/nisa-suresi-4/ayet-1/diyanet-isleri-baskanligi-meali-1>
- Özlu, Z. (2002). *Kassam defterlerine göre XVIII. yüzyılın ikinci yarısında Gaziantep.* (Yayınlanmamış Doktora Tezi), Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.

# Kerim Fırat'ın "Adsız Kahramanlar" İsimli Tefrikası Çerçevesinde Milli Mücadele'de Antep Savunması Aintab Defense During The National Struggle Within The Framework Of Kerim Fırat's "Unnamed Heroes" Feuilleton

Mustafa Murat ÇAY\*

## Öz

Siverekli Öğretmen Kerim Fırat, Urfa Mücadelesi sırasında ihtiyat subayı idi. İşgal günleriyle birlikte, bu heyecanı yaşamış bir fert sıfatıyla, Milli Mücadele'de faaliyetlerine şahit olduğu rütbeli-rütbesiz kahramanları gelecek nesillere aktarmayı kendisine görev addetmiştir. Bu görevi üzerinde taşıyan bir öğretmen ve yazar olarak, Urfa Savaşı'ndan Yapraklar adlı eserinde, bölgede verilen mücadeleyi resmetmiştir. Kendi ifadeleriyle, yine Antep savunmasında "hizmetleri geçmiş vatan evlatlarını anmak, onları Türk Tarihi'ndeki şanlı yerlerine teslim etmek gayesiyle", Yeni Gaziantep Gazetesi'nde 7 Ocak 1943 ile 16 Nisan 1943 tarihleri arasında, Adsız Kahramanlar adı altında bir tefrika kaleme almıştır. Adı geçen tefrikada, mücadelelerinden bahsettiği kahramanların şahsında, isimleri bilinmeyen veya unutulmuş olan çok sayıda Türk evladının mücadelesini birleştirmiştir. Bu çalışmada -malumun ilanından ziyade- bir Kuva-yı Milliye reisi veya kumandan olmayan; bu sebeple isimlerine pek rastlanılmayan ancak Antep savunmasına önemli ölçüde katkıda bulunan Adsız Kahramanların verdiği mücadele ortaya konmuştur.

**Anahtar Kelimeler:** Milli Mücadele, Antep, Fransa, İngiltere, İstiklal Harbi.

## Abstract

Kerim Fırat, who was a teacher from Siverek, was a reserve officer during the Urfa Struggle. Through the occupation days, as being a live character of this experience, he considered to deliver the National Struggle's high-ranking or gradeless heroes' deeds that he witnessed to the future generations. As being a teacher and a writer carrying this duty on him, he depicted the struggle held throughout the region in his work. The Recollections from the Urfa War with his own words, "for the purpose of commemorating the patriotic heroes in Aintab Defense and putting them to their glorious places in Turkish History" he wrote up a feuilleton calling Unnamed Heroes between January 7, 1943 and April 16, 1943 in New Gaziantep Newspaper. In the forenamed feuilleton, he defragmented Turkish men in the struggle of the patriots whose names were either forgotten or not known. In this study, noticing more than known, the services of Unnamed Heroes who were not commanders or chieftains, so whose names were not encountered much but contributed a lot in the Aintab Defense were dealt.

**Key words:** National Struggle, Antep, France, England, War of Independence.

## Giriş

26 Ağustos 1071 tarihinde, Hristiyan Batı dünyasına karşı kazanılan ilk Müslüman-Türk zaferinden sonraki yaklaşık altı asırlık mücadelede, sürekli savunma durumunda olan Hristiyan Batı Dünyası, üzerine gelen bu dalgayı durduramamış; bu sebeple yeni belirlediği stratejiler Şark Meselesinin temelini oluşturmuştur. Zamana ve mekâna bağlı olarak değişik şekillerde tarif edilen Şark Meselesinin temelinde, Hristiyan-Türk veya Avrupa-Türk ilişkileri yatmaktadır. Şark Meselesi kavramı zamanla Osmanlı Devleti'nin önce Balkanlar'dan, daha sonra da Anadolu'dan atılarak parçalanması anlamını kazanmıştır (Doğan, 2017).

Sanayi İnkılabı ile birlikte Avrupa'da hız kazanmış olan askerî, siyasî ve ekonomik rekabet; Avrupalı güçleri, sömürge topraklarında çeşitli çatışmalara sevk etmiştir. Bu çatışmaların yoğunluk kazandığı en önemli coğrafya, şüphesiz Osmanlı Devleti topraklarında yer alan Ortadoğu'dur. Gerek boğazlar, gerek petrol kaynakları ve sömürge yolları konusunda stratejik öneme sahip bu topraklar, Avrupalıların işgal politikalarında en ciddi unsuru teşkil etmiştir. Günümüzde de bu çatışmaların farklı boyutlarda ancak değişik stratejilerle devam ettiğini görmekteyiz.

30 Ekim 1918 tarihli Mondros Mütarekesi, her ne kadar bir silah bırakışması olsa da dönem itibarıyla Şark Meselesinin nereye vardığını; getireceği şartlarla da nereye

---

\*Dr. Öğr. Üyesi, Gaziantep Üniversitesi, Nizip Eğitim Fakültesi, Temel Eğitim Bölümü  
mmuratcay1903@yandex.com.

vardırılacağına bir tezahürü olmuştur. Mütareke esaslarını büyük cüretkârlıkla bir kenara atıp Anadolu topraklarını dizayn etmeye kalkışma hareketi, emperyalist anlayışın doğal karakteri olarak karşımıza çıkmaktadır. Ancak işgal kuvvetleri kendilerine karşı millî bir direnişin başlatılıp, azimle devam ettirileceğini pek hesaba katmamışlardı. Mareşal Fevzi Çakmak Paşa bir konuşmasında, "Mondros Mütarekesi'nden sonraki dönemde bir uçaktan Anadolu'ya baksaydınız pırıl pırıl yanan çoban ateşleri görürdünüz" (Tunaya, 1981, s. 37) demekle, Anadolu'da Türk Milleti tarafından yakılan istiklâl ve istikbâl meşalesine dikkat çekmiştir. Güneydoğu Anadolu'da özellikle Antep, zor şartlar altında vermiş olduğu mücadele dolayısıyla TBMM tarafından Gazilik unvanıyla takdir edilirken (Başbakanlık Cumhuriyet Arşivi, nu.30-18-1-1/2-33-12), işgal kuvvetleri içerisinde görev yapmış bir kumandan nazarında da yine Fransızların Verdun'u olarak vasıflandırılmıştır (Abadie, 2012). Ancak çatışmaların şiddetini betimlemek amacıyla bile olsa; Antep Savunmasını, nitelik ve nicelik bakımından Verdun'a benzetmek, çok vicdanlı bir tavır olarak değerlendirilmemiştir (Toksoy, 1938a).

İşgal altında bulunan tüm yerlerde yediden yetmişe savunucular, bağımsızlık mücadelesinde kendilerinden sonra gelecek nesillere yol gösterici olacak vasıfta gayret sarf etmişlerdir. Arif Nihat Asya'nın Bir Bayrak Rüzgâr Bekliyor isimli şiirinde belirttiği üzere, Türk Milleti için bir Meçhul Asker den ziyade, binlerce Mehmet'ten söz edilebilir.

### **İngiliz İşgali Sırasında Gelişmeler**

30 Ekim 1918 tarihinde imzalanan Mondros Mütarekesi, bütün Suriye'yi İtilaf Devletlerinin işgaline terk etmiş fakat Antep, bu işgal sınırının dışında kalmıştır. Ancak çok geçmeden İngilizler, Antep'i mütareke şartlarına uymadan (Lohanizade, 1989) 15 Ocak 1919 tarihinde 13. Süvari Tugayı, 5. Tümen, güçlü bir istihkâm müfrezesi, bir topçu bataryası, bir otomatik makineli tüfek kıt'ası ve toplamda 2.000 askerle işgal etmişlerdir (Abadie, 2012). Ayrıca Fransızların Kilikya'yı işgali de aynı hukuksuzluk içinde değerlendirilmiştir.

Antep Savunması'na, millî bir direniş hareketi niteliği kazandıran gelişmeler, Fransız işgali döneminde meydana gelmiştir (Askeri Tarih Belgeleri Dergisi, 2012). İngiliz işgali sırasında çok şiddetli olaylar yaşanmamış olsa da meşhur İngiliz siyaseti, her zaman ve şartta devreye girmiştir. Kışı geçirmek ve aç kalan hayvanlarını otlatmak maksadıyla şehre girdiklerini söyleyen İngilizler, hemen o günden başlayan şiddetli bir korkutma siyaseti gütmüşlerdir. İngiliz işgal kuvvetleri, 23 Ocak 1919 tarihinde bir miktar askerle hükümet konağını basarak Antep'in eşraf ve münevverlerinden tehlikeli gördüklerini tutuklamışlardır. İşgallerine karşı olası bir direniş hareketinin organizasyonunu engellemek için Hükümet Konağı'na topladıkları kişileri, aileleriyle görüşmelerine bile izin vermeyerek önce Halep'e daha sonra da Mısır'a sürmüşlerdir. İşgalin ikinci günü makineli tüfeklerle donatılmış bir bölük, yine konağı abluka altına alarak Ermenilerin tehciri ile ilgili bütün belgelere el koymuştur (Toksoy, 1938a). İngilizler, bu faaliyetlerinin yanı sıra Amerikan Koleji'ni ve çevresindeki Ermeni evlerini karargâh haline getirmişlerdir. Bu gelişmeler üzerine Antep'iler, işgali mütareke hükümlerini bozduğu gerekçesiyle protesto etmişlerdir (Ünler, 1969).

İngilizlerin bir diğer önemli uygulaması da halkın elindeki silahların toplanmasıdır (Büyükoğlu, 2012). 12 Mart'ta sıkıyönetim ilan ederek, şehirde ne kadar silah varsa 24 saat içinde İngiliz İşgal Kuvvetleri Kumandanlığına teslim edilmesini, aksi takdirde kimde silah bulunursa derhal idam edileceğini açıklayan beyannameler yayınlamışlardır. Yapılan teslimatlar neticesinde, halkın elinde bir fişek dahi kalmamıştır. Ancak Ermenilerin Kolej Müdürü olan Mr. Meril, Antep'te daha 26 bin silah olduğunu İngilizlere ısrarla belirtmiştir (Lohanizade, 1989). Türkler, ekmek bıçaklarına kadar ellerindeki kesici ve patlayıcı malzemeleri İngilizlere teslim etmek zorunda bırakılmışlardır. Ayrıca İngiliz makamları, 15 Mart 1919'da 15 gün dükkân kapatma ve sokağa çıkma yasağı koymuşlardır (Ünler, 1969).



Bütün toplantılar yasaklanmış, dükkânlardaki etler kokmuş, sebzeler çürümüş ve bozulmuştur. Bu baskı, 31 Mart 1919 tarihinde son bulmuş ancak işgalin ağırlığıyla birlikte, eziyet ve baskılar, Türkler arasında büyük bir tepkiye sebep olmuştur. İngiliz Sıkıyönetiminin bir işe yaramadığı, İngiliz İşgal Kuvvetleri Komutanına Sohta Osman<sup>1</sup> tarafından atılan bir kurşunla anlaşılmış ve sıkıyönetim kaldırılarak halk, kendi haline bırakılmıştır (Göğüş, t.y.).

Halktaki potansiyel direnme gücünü ve Ermenilerin kışkırtmalarının doğurabileceği olumsuzlukları görmeye başlayan İngilizler, idare şekillerini değiştirmek zorunda kalmışlardır. Bu sebeple Ermeniler ve Türkler arasında ayırım yapmayan bir yönetim şeklini tercih etmişlerdir. Mahallî teşkilata karışmamışlar, Osmanlı memurlarını yönetimlerinde serbest bırakmışlar ve resmî dairelere Türk bayrağı çekilmesine engel olmamışlardır (Ünler, 1969). Aslında bu eylem, daha önce bahsi geçen geleneksel İngiliz siyasetinin bir gereği olmuştur. İngilizlerin Maraş'a gelişlerini anlatan Mehmet Cebe, o sıralarda Maraş'a giden Postacı Halil Ağa adında emekli bir jandarmanın kendisine şunları söylediğini nakletmiştir:

Hiç düşünme ve müteessir olma muallim efendi. Bugün bu toprakları işgal eden İngilizlerin siyasetini büyüklerimizden dinlemiştim. Onlar, müstemleke yapmak istedikleri yerlere, ora halkının mizacına uygun kuvvetler gönderdiler. Maraş'a da Hint Müslüman askerleri gönderiyorlar. Böylece halkın efkârını okşamak ve İngiliz hükümetinin sözde adil idare güdeceğini onlara anlatmak istiyorlar. Ama bu gayret ve emelleri boşa gidecektir. Çünkü Maraşlılar esir ettikleri başka halka benzemez, İngilizler, bir memleketi tamamıyla esaret altına almaya karar verdikleri zaman bu işi başarmak için hiç acele etmezler. Tıpkı bir verem hastalığı gibi davranırlar. Verem mikropları nasıl girdikleri bir vücudu içten içe sararsa bu yolu izlerler. Hastalığın bütün vücudu istedikleri gibi sardığını hissettikleri zaman, umumi efkârın uyduğuna kanaat getirdiklerinde, o zaman rahatça işlerini görür, adeta insanı gülererek öldürürler. Fakat onlar bu çevrede istedikleri yaradılıştaki kimseler bulamayacaklardır. Maraşlılar milliyetlerini ve dinlerini seven, namuslarıyla hür yaşamak isteyen insanlardır. Göreceksin zaman gelince Maraşlılar varlıklarını göstereceklerdir. Yalnız, bir rehber ihtiyaçları var. Acaba milletin selamete çıkmasına çalışacak ve doğru yolu gösterecek bir çoban yıldızı çıkmayacak mı? (Akbiyik, 1999, s. 7-8).

İngilizler, esasen işgallerine karşı bir direnişin olacağından şüphe etmemişlerdir. Hesaplarına göre, Musul ve çevresinde rahat etmek için Fransızları Anadolu'da kendi başlarına bırakmanın yeterli olacağını düşünmüşlerdir. Stratejilerine göre Fransızların, süreç içinde Ermeni unsurunu kullanmalarının Türklerde tepkinin şiddetlenmesine sebep olacağını ve bu suretle Fransızların büyük bir hengâmenin içine düşeceğini hesaplamışlardır. Geçen süre içerisinde İngiliz siyasetini doğrulayan gelişmeler yaşanmıştır. Böylece Fransa, İngiltere tarafından büyük bir tuzağın içine çekilmiştir. Nitekim 15 Eylül 1919 tarihinde imzalanan Suriye İtilafnamesi, bu oyunun bir sonucu olarak karşımıza çıkmıştır (Budak, 2003).

İngilizler, işgalleri sırasında Antep'te halkın asayişe önem verdiğini, Türklerin gayrimüslim vatandaşlara herhangi bir zararı olmadıklarını görmüşlerdir. 23 Kasım 1919 tarihinde gerçekleştirilen Fransız işgalini protesto mitinginde, İngilizlerin işgali sonlandırıp çekilmelerine de atıf yapılmıştır. Açıklamalarda, mütarekenin imzasından iki ay sonra sebepsiz yere işgal edilen Antep'in %90'ının Türk ve Müslüman olduğu; İngilizlerin bunu göz önünde bulundurarak kıt'alarını geri çekmesinin, halkın bağımsızlığına ve haklarına saygı gösterdiklerinin bir delili olduğu vurgusu yapılmıştır (Büyükoğlu, 2012). Mitingde konuşan Antep Belediye Reisi M. Lütfi Bey de Wilson Prensiplerine dikkat çekerek, hiçbir işgalin kabul edilemeyeceğini, isteklerinin konferansa bildirilmesini insanlık ve medeniyet adına rica etmiştir (Lohanizade, 1989).

### **Fransız İşgali Sırasında Gelişmeler**

Antep'te çatışmaların şiddetlenmesine ve savunmanın bir harbe dönüşmesine sebep olan gelişmeler, Fransızların işgali sırasında yaşanmıştır. Her ne kadar işgallerin

<sup>1</sup> Antep ağzında Sohta da denir. Dedesi, Mazmahor köyünün sahibi olan Sohtaoğlu Hacı Ahmet Ağa'dır.

hukuksuzluğu üzerinde durulursa da asıl mesele, Ermenilerin, Fransızlar öncülüğünde yapmış oldukları faaliyetler olmuştur. Suriye İtilafnamesi gereğince Antep'ten İngilizlerin çekilmeye başlaması üzerine halk, endişeye düşmüştür. Fransızların Adana ve çevresinde yaptıkları katliamların tesiri, Antep'te de hissedilmiştir (Büyükoğlu, 2012). Daha önce işgal etmiş oldukları Adana vilâyetinde, halka yapmadıkları zulüm, işkence kalmadığı ve bilhassa gönüllü Ermeni askerlerinin bu hareketlerde başı çektiği yönünde bilgiler gelmesi, halktaki endişeleri arttırmıştır. Bu bilgilerden dolayı, İngilizlerin çekileceği yerlere Fransızların geleceği haberi yayılınca halk, bu söylentiden kolera giderse veba gelecek diyerek daha çok karamsarlığa düşmüştür (Lohanizade, 1989). Antepliler endişeli bir şekilde beklerken, el değişimi 29 Ekim 1919 tarihinde gerçekleşmiştir. Kilikya'dan başlayarak İngilizlerin bulunduğu yerlere Fransızlar yerleşmiş ve İngiliz birlikleri 5 Kasım'da Antep'i terk etmişlerdir. Fransız kuvveti, İngiliz kuvvetlerine oranla çok az ve zayıf görüldüğünden Ermeni Lejyonuna çağrı yapılmıştır (Abadie, 2012). Bu gelişme, Türklerin endişelerini haklı çıkarmış ve tepkilerini arttırmıştır. Ekim ayında Antep'e gelen Fransız-Ermeni Alayı komutanı Albay Saint Marie, İngilizlerden idareyi teslim almıştır. 5 Kasım 1919 tarihinde Ermeni gönüllülerinden kurulu Fransız birlikleri Antep'e girdiğinde ise şehrin batı ve güneybatı taraflarında ikamet eden Ermeniler, bu gelişmeye oldukça sevinmişlerdir (Üzel, 1952).

5 Kasım'da İngilizlerin son müfrezesi Antep'i terk ederken, Fransızların bir kısmı da şehre girmiştir. Başta Antep Garnizonuna ayrılan Fransız birlikleri, Ermeni Millî Karargâhı, Saint Marie komutasındaki 412. Afrika Avcı Taburu ve Ermeni Alayı'nın 3. Taburu, Piyade Alayı'nın bir takımından teşekkül etmiştir. Firar etmiş olan Ermeniler, lejyonlar halinde Adana'da toplanmış; bir süre sonra Fransızlar tarafından Urfa, Antep ve Maraş'a gönderilerek Türklere karşı saldırı girişiminde bulunmuşlardır. Galip devletlerin bir amacı da bu bölgede bir Ermenistan hükümeti kurmak olmuştur. Bunun için de Antep'e Ermeni göçmenler getirilmiştir (Doğanay, 1965). Abadie ise (2012, s.29), işgaller esnasında Mustafa Kemal Paşa'nın tavrı ile ilgili olarak şunları ifade etmiştir:

Mustafa Kemal Paşa, bütün Fransız heyetlerine karşı çok nazik ve iyi davranıyordu. Ama sonradan elde ettiğimiz bazı belgeler, O'nun gerçekte bize karşı çok düşmanca duygular beslemekte olduğunu göstermiştir. İngilizlere karşı dostane davranıyor, Amerikalıların yardımlarını ve iyiliklerini şükranla karşılıyor ama Kilikya'daki Fransız mandasını peşinen reddediyor, orada sadece bir etki sahasını kabul ediyor ve bir Ermeni Milli Alayı'nın oluşmasını ya da olası bir Ermeni gücü kullanımını istemiyordu.

Picaut ile görüşmeler sonucunda alınan söze göre Fransızlar, Urfa, Maraş ve Antep'te Müslüman ahaliye hiçbir surette zarar vermeyeceklerini vadetmişlerdir. Ancak kısa sürede bunun bir oyalama taktiği olduğu anlaşılmıştır. Bu yüzden millî müfrezelerin süratle oluşturulması yolunda azamî gayret sarf edilmesi ve ahalinin de Millî Mücadele adına aydınlatılması için gereken çalışmaların titizlikle yapılması istenmiştir (Harp Tarihi Vesikaları Dergisi, 1956). Bu gelişmeler yaşanırken Mustafa Kemal Paşa, özellikle Müslüman ahalinin moralinin yüksek tutulması konusu üzerinde durmuştur (HTVD, 1956). 29 Ekim günü, 13. Kolordu Kumandanı Ahmet Cevdet Bey, Fransız işgal kuvvetleri kumandanına bir telgraf yazarak işgali protesto etmiştir (Büyükoğlu, 2012).

1 Kasım 1919 tarihinde Antepliler, şehre gelen Fransız kuvvetleri kumandanlığına verdikleri protestoda, Anteplilerin bu işgale tahammülleri olmadığını, bundan dolayı işgalden geri durmalarını istemişlerdir. Saint Marie'ye verilen bu protestonun bir sureti de İstanbul hükümetine gönderilmiştir. 13 Aralık 1919 tarihinde ise General Querette'nin Antep, Maraş ve Urfa sancakları ahalisine yönelik beyannamesinde; halka ve mallarına hürmet edileceği belirtilmiş, uzun harp yıllarından sonra oluşan sulh devresinde namuslu olanların Fransa tarafına geçmesi istenmiştir. Querette'nin "namuslu olanlar" sözüne dikkat edilmelidir. Zira burada namuslu olmanın ölçütü, işgallere boyun eğmek olarak görülmüştür. Mustafa Kemal

Paşa ise adı geçen üç sancak ahalisinin bu beyannameyi protesto etmelerini istemiştir (HTVD, 1956). Gelişmeler, işgaller karşısında Kuva-yı Milliye'nin faaliyete geçirilmesini gerekli kılmıştır.

Heyet-i Temsiliye'nin talimatı üzerine, Antep'te Müdafaa-i Osmanî Cemiyeti'nin gelişmesi ve güçlenmesi için çalışmalar hızlandırılmıştır (Büyükoğlu, 2012). Ancak işgale karşı Kuva-yı Milliye ile karşılık verilmesi bildirildiği halde, ilk etapta herhangi bir teşebbüste bulunulmamıştır. Askerlik Şubesi Reisi, halkın heyecanlı olmasına rağmen, gayret içinde olmadıkları için bir teşebbüs yapamayacaklarını 13. Kolordu Kumandanı Ahmet Cevdet Bey'e bildirmiştir (Büyükoğlu, 2012). Halk üzerindeki bu durgunluğun önemli bir sebebi, eldeki silahların daha önceden İngilizler tarafından toplanmış olması ve halkın savunmasız bırakılması olarak değerlendirilebilir. Heyet-i Temsiliye Reisi Mustafa Kemal Paşa'nın Fransızlara karşı gerçekleştirilecek olan mücadele tarzı hakkında ilgili birliklere gönderdiği talimata, I. ve XV. Kolordular ile 61. Tümen kumandanının verdikleri karşılıklarda, harekâtın uygun olacağı konusunda hemfikir oldukları görülmektedir (HTVD, 1956). Henüz 1 Aralık 1919 tarihinde bizzat Mustafa Kemal Paşa, Karabekir Paşa'ya göndermiş olduğu bir telgrafta; Kilikya, Urfa, Maraş ve Antep işgaline ve Ermenilerin yaptıkları cinayetlere karşı şiddetle protesto eyleminde bulunulması ve azimli bir şekilde mücadelenin ilan edilmesi hususunu bildirmiştir (Jaeschke, 1971).

Fransızların teşebbüste bulunduğu hemen her hareket, halkın şiddetli tepkisiyle karşılanmıştır. Bunlardan ilki, 5 Kasım 1919 tarihinde Ermeni bir tercümanla Antep'e inen bir Fransız subayının, Akyol Camii üzerine çekilen bir Türk bayrağını orada bulunan bir Türk polisine zorla indirtmesi olmuştur. Bu olay, halkta büyük bir infiale yol açmıştır. Zorla olsa da bayrağı indiren polis derhal görevden alınmış ve yaşananlar, Fransızlar nezdinde de protesto edilmiştir. 8 Kasım 1919 tarihinde Türklerin gösterdiği birkaç protestodan sonra Fransız Komutanlığı, Ermeni Alayı'na bağlı kıtaları Antep'ten çekme girişiminde bulunmuştur (Abadie, 2012). Ancak bunun geçici bir uygulama olduğu, 10 Kasım 1919 tarihinde Ermeni askerleriyle Türk polisleri arasında çıkan şiddetli bir çatışma neticesinde anlaşılmıştır.

Antep halkı üzerinde infiale yol açan ikinci olay ise, 21 Ocak 1920 tarihinde meydana gelmiştir. Genç yaşlarda bir Türk çocuğu (Şehit Kamil), annesine saldırmaya kalkan sarhoş Fransız askerlerine karşılıklıta bulunmuş, çıkan arbedede Fransız askerlerinin süngüleriyle hayatını kaybetmiştir. Bu olay, Hâkimiyet-i Milliye gazetesinde yer almıştır (Hakimiyet-i Milliye, 11 Şubat 1920). Halkın şiddetli tepkisini bastırmak adına Saint Marie, Cemiyet-i İslamiye'nin toplantı yaptığı Nakşibendi Tekkesi'ne gelerek, suçluların şiddetle cezalandırılacağını söylemiştir. Şehit Kamil'in babasına iki yüz altın lira tazminat vermek teklifinde bulunmuş ancak "Ben oğlumu para ile satamam, oğlum din ve millet yolunda öldü. Milletim sağ olsun, onun intikamını alacaktır" cevabıyla karşılaşmıştır (Ünler, 1969, s.28). Bu olay üzerine dükkânlar günlerce kapalı kalmıştır. Bir kısım gençler, Fransızlara hücum edilmesini istemişlerse de Heyet-i Merkeziye bunun için daha erken olduğunu belirtmiştir. Protestolar yapılırken, doğrudan Fransız kuvvetleri suçlanmamış, olaylarda baş sorumluların Ermeniler olduğu özellikle vurgulanmıştır. (Lohanizade, 1989).

### **İşgaller Karşısında Milli Teşkilatlanma**

Anadolu ve Rumeli Müdafaa-i Hukuk-ı Milliye Cemiyeti, işgaller karşısında bütün il ve ilçelerde şubeler açılması ve Misak-ı Milli'nin hayata geçirilmesi için valilere, mutasarrıflara genelgeler göndermiştir. Ancak Antep ve çevresinde, henüz İngiliz işgali sırasında Cemiyet-i İslamiye adında bir teşkilatın varlığı bilinmektedir (Öztürk, 1994).

Cemiyet-i İslamiye, Türklerin hak ve menfaatini savunmak üzere memleketin eşraf, ayân ve ulemâsından önde gelenler tarafından kurulmuştur. Cemiyet, Müdafaa-ı Hukuk Cemiyeti adını alana kadar müstakil olarak Türklere yapılan tecavüzlere, haksız muamelelere

karşı durmuş, zaman zaman protestolarla açıktan mücadele etmiştir. İşgal kuvvetleriyle Türkler arasında olaylar çıktığında derhal toplanabilen Cemiyet üyeleri, toplantılarını Nakşibendi Tekkesi'nde yapmıştır. Fakat İngiliz işgali süresince bu cemiyetin yoğun bir faaliyeti görülmemiştir. Bunda, İngilizlerin kullanmış olduğu taktik etkili olmuştur. Çünkü işgalci yönetim, çatışmalardan olduğunca uzak durmaya gayret göstermiştir. Stratejileri gereği çatışma ortamına çekilecek olanlar, yukarıda daha önce değinildiği üzere, Fransız kuvvetleri olmuştur. Fransız işgaliyle ve Ermeni taşkınlıklarıyla birlikte cemiyet, kendini göstermeye başlamıştır. Bu cemiyetin kuruluşu, 1895 yılında hayata geçirilen Maarif-i Mahallîyye ve 1911'de kurulan Ayn'ül Maarif Cemiyetine kadar uzanmaktadır (Gürsel, 1993).

Bir yanda, Millî Mücadele hareketini çekingenlikle karşılayan çevreler, diğer yandan İstanbul'un propagandasından etkilenenler ile savaştan bir hayli yorgun düşmüş olanlar, adeta bu cemiyette uzlaşmışlardır. İttihat ve Terakki'nin önemli isimlerinden Ahmet Muhtar Göğüş'ün de bu örgüte dâhil olması ile cemiyetin kent içi savaşın başlangıcına kadar, oldukça geniş bir işbirliği platformu sağladığı üzerinde yorumlar vardır. Ayrıca Müdafaa-i Hukuk Cemiyeti'nin, özellikle ilk zamanlarda yer altı faaliyetlerini bu kuruluşun sağladığı perdeleme ile daha kolay sürdürdüğü de bir hakikat olarak göze çarpmaktadır (Güngör, 2004).

İşgallere karşı yapılacak mücadelede, Kuva-yı Milliye'yi etken kılma görüşü ekseninde Antep bölgesinde de derhal Kuva-yı Milliye birlikleri kurulmasına başlanmıştır. Daha önce faaliyette bulunmuş olan Cemiyet-i İslamiye, adı değiştirilip Müdafaa-ı Hukuk Cemiyeti adını almış, böylece genelde yapılan mücadeleyle bir uyum sağlanmıştır. Gerek şehir içindeki gerek civar köylerdeki milis kuvvetleri, Kuva-yı Milliye adı ile Müdafaa-ı Hukuk Cemiyeti'ne bağlanmıştır. Teşkilat üyeleri takma ad kullanmış ve toplantılar gizli olarak geceleri yapılmıştır. Teşkilatın başında Tahrirat Müdürü Ragıp Bey yer almıştır. Jandarma Yüzbaşısı Esat Bey ve diğer üyelerin gayreti ile teşkilat faaliyetleri geniş bir alana yayılmıştır. Eşraftan Pazarbaşızade Nuri Bey başkanlığında bir İdare Heyeti kurulmuş ve şehir, savunma bölgelerine ayrılmıştır. Her bölgeye, bölgede sözü geçen birisi reis olarak atanmıştır. Savaşı yönetecek birer yedek subay ile 100 silahlı savaşçı tahsis edilmiş; evler ile yol kavşakları savunma savaşı için uygun hale getirilmiştir. Bir taraftan da civar köy ve kasabalardan bol miktarda silah ve cephane temin edilmiştir (Özdoğan, 1989).

Antep'te bu şekilde Cemiyet-i İslamiyye'nin dağıtılarak Müdafaa-i Hukuk teşkilatlanmasına gidilmesi ve Sivas Kongresi kararlarının ışığında, Kuva-yı Milliye teşkilatının oluşturulması ile direniş çalışmalarının başlaması kolay olmamıştır. Cemiyet içinde bazı üyeler, savunma fikri doğrultusunda yapılan faaliyetlere karşı çıkmışlardır. Ancak bunlar kısa sürede tasfiye edilmişlerdir. Cemiyetin, çalışmalarını gizli sürdüren Müdafaa-i Hukuk grubunun ve Kuva-yı Milliye'nin eylemlerine örtü görevini yerine getirmesi de bir kısım üyeleri korkutmuştur. Bu durum, iki başlı yönetim tehlikesini oluşturduğu gibi bazı yeni görüş ayrılıklarını da ortaya çıkarmıştır. Böyle bir ortamda, Kemalist çizgideki teşkilatlanma çalışmaları, çoğu yabancı bir kısım kamu görevlisi ve bir iki eski İttihatçı tarafından gizlice yürütülmüştür (Güngör, 2004). Çizgi iyice belirdikten sonra Antep halkı, milliyetçi ve muhalif olmak üzere ikiye ayrılmıştır. Bu ayrımında muhalifler, Mutasarrıf Celal Bey de dâhil olmak üzere çoğu Antep ileri gelenleriyle, âlimleri ve bunların etrafında olan bir takım akılsız cahiller olarak nitelendirilmiştir. Milliyetçilerin ise halktan ve hakiki âlimlerden meydana gelmiş olduğu sıkça vurgulanmıştır. Milliyetçi kanadın başkanlığına o sıralarda Antep milletvekilliğine seçilmiş bulunan Ahmet Muhtar Bey getirilmiştir.

Sivas'ta bulunan Mustafa Kemal Paşa'nın talimatı üzerine, Ragıp Bey tarafından vücuda getirilen ilk millî teşkilatın çekirdek kadrosunun birinci görevi, Sivas'ta bulunan Heyet-i Temsiliye ile haberleşmek, merkez ve çevre idare heyetlerine talimat vermek, milli teşkilatın genişlemesine çalışmak, gelecekte olması beklenen harbi sevk ve idare etmektir (Lohanizade, 1989). Başlangıçta gizli olarak kurulan bu cemiyet, zamanla açık surette herkesi

davet etmeye başlamıştır. İhtiyaç duyulan silah ve cephanenin sağlanması için gerekli tedbirleri de almıştır. Diğer taraftan, harp halinde bulunan Maraş'a gerekli olan mühimmat ve erzak desteğini sağlamaya çalışmıştır (Lohanizade, 1989).

Antep ve çevresinde Müdafaa-i Hukuk Cemiyeti'nin resmen kurulduğu tarih, 23 Ekim 1919'dur. Aralık ayında Cemiyet, bütün Türkleri üye olarak kaydetmeyi başarmış, kazalarda şubeler açmış ve bütün köylere çalışmalarını yaymıştır. Cemiyetin Sancak dâhilindeki teşkilatını Heyet-i Merkeziye idare etmiştir. Parola, silahlanmak ve bir silahlı direnmeye hazırlanmak olarak belirlenmiştir. Hemen her Antepli, cemiyetin bu çağrısına elindeki imkânlar ölçüsünde cevap vermiştir. Geceleri kafileler halinde altın para ödenerek Halep'ten satın alınan silahlar, şehre getirilmiş ve gönüllülere dağıtılmıştır. Heyet-i Merkeziye, o sıralarda Mustafa Kemal Paşa'dan aldığı talimatla Pazarcık'a gelen Kılıç Ali Bey'le irtibata geçerek merkezin direktiflerini almıştır. Böylece Heyet-i Merkeziye, Antep ve civarında tek otorite durumuna gelmiştir. Bağlı komisyonlar, kumandanlıklar ve köy Kuva-yı Milliye reislikleri de süratle kurulmuştur. Heyet-i Merkeziye'nin ilk amacı, teşkilat esaslı bir şekilde kuruluncaya kadar, şehir içinde huzur ve asayişin sağlanmasıdır (Ünler, 1969). Bununla birlikte cemiyetin direktifleri dâhilinde faaliyete geçerek önceki yıllarda cephelede savaşmış tecrübeli kişilerin belirlenmesi ve teşkilâtta vazifelendirilmesi, malî vaziyetlerine göre, kimlerin ne kadar silâh ve cephane alabileceğinin tespiti ve harp görmemiş gençlerin ise yetiştirilmesi işleriyle meşgul olmağa başlamıştır.

Ancak halk arasında, Millî Mücadele teşkilâtının kurulması konusunda anlaşmazlıklar çıkmıştır. Bilhassa tahsil görmüş, diğer ifadeyle medreseli veya varlıklı Türk ailelerine mensup kişilerden bir kısmı; böylesi bir ortamda dünyanın en kuvvetli devletlerinden biri olan Fransa'nın modern ordularına silahla karşı koymanın bir intihar olacağını ifade etmiş, düşmanı sulh yoluyla yurttan kovmanın çarelerinin aranması gerektiği fikrini savunmuşlardır. Fakat sulh metinlerinin bir işe yaramadığını bilen, yalnızca silahlı mücadeleyle bağımsız kalılabileceği inancında olan ezici çoğunluk, Kuva-yı Milliye teşkilatında bir araya gelmiştir. Bunu gören medrese kültürlü veya varlıklı aile fertlerinden olanlar, vatan haini olarak suçlanmaktansa, savaşların hiç olmazsa şehir dışında yapılması fikrini ortaya atmışlardır. Ne var ki savunucuların açık arazi savaşında kazanması mümkün değildir. Çünkü elde tüfek ve kamadan başka silah yoktur. Dolayısıyla yoğun bir şekilde tüm enerjisini Batı Cephesi'ne yönelten Türk Ordusu'nu, şehir dışı savaşta gereken desteği vermedi şeklinde değerlendirmek, ileride meydana gelecek hadiselerin de ortaya koyduğu gibi hakkaniyetli olmamıştır. Nitekim öne çıkan fikir, nizamî şekilde kabul edilebilecek bir harbin kesinlikle başarıya ulaşamayacağı yönünde şekillenmiştir.(Yetkin, 1970a). Sonuç itibariyle en mantıklı hareketin, gayrinizamî harple yapılacağı fikri ağırlık kazanmıştır. Zira bu mücadelede kaybın sebebi harp taktiği değil, trajik bir şekilde açlık olmuştur.

Şehir içi mücadelede savunmacılar bir yönüyle, düşman güçlerini şaşırtmayı başarmışlardır. Bu harpte dikkatleri çeken en önemli unsurlardan birisi, savunmacıların ortaya koymuş olduğu istihkâm çalışmalarıdır. Oluşturulan birliklerle şehir içi savaşlar, adeta bir istihkâm harbi<sup>2</sup> şekline dönüştürülmüştür (Yetkin, 1970a). Bu istihkâm faaliyetlerinin mükemmel boyutlara ulaştığının göstergeleri, Antep'in düşüşü sonrasında şehri gezen Fransız kumandanlarının da dikkatlerini çekmiş, bunları yapanların sadece çavuş ve erler olduğuna inanmamışlardır (Göğüş, t.y.). Çevikbaş (1963), Kılıç Ali Bey'in bu istihkâm faaliyetlerinin önemini gösteren bir olayı, şu şekilde aktardığını kaydedecektir:

<sup>2</sup> Antep Harbi sırasında, askerî bir taktik olan istihkâm faaliyetleriyle, yer altında tüneller açıldığı görülmüştür. Savaşın tarafları, kazılan bu tünellerle karşı mevzilere ulaşarak cepheleri ele geçirmeyi amaçlamışlardır. Çatışmalar esnasında taraflar zaman zaman bu tünellerde karşılaşmışlar, yerin üstündeki mücadele adeta yer altına taşınmıştır. Bu konuyla ilgili olarak Kılıç Ali Bey'in yukarıda değinilen anılarına dikkat edilmelidir.

Esas karargâhım Pazarcık'ta olmasına rağmen her zaman Ayıntab'a giderdim. Bir gün Eyüpoğlu Camii yakınında bir odada toplanmıştık. Bir ara yeraltından dum dum diye gelen seslerin sebebinin yanımdaki Kâmil'e sordum. "Bizimkiler ve Fransızlar yer altında kanallar açıyorlar" dedi. Bir anda kanallar birbirine açıldı ve toprak altında, evet toprak altında Gaziantep'linin çarpıştığını gördüm. Bu millet yenilmeyecekti ve yenilemezdi.

Antep Savunması'nda teşkilatlanma ve koordinasyon konusunda en önemli isimlerden birisi şüphesiz Kılıç Ali Bey'dir. Yapılan değerlendirmelerde onun kişiliğinin, Antep'linin ihtiyaçları olan manevî kuvveti bulmalarında ve çok kısa zamanda düşman karşısında teşkilatlanmalarında son derece etkili olduğu vurgulanmıştır. Ömer Asım Bey'in (Halkevi Broşürü, 1938) dediği gibi; millî kuvvetlere "Fransız adını bütün batırarak", "Fransız kurşunu değmez adama" dedirten Antep'linin taşıdığı bu ruh hali olmuştur. Kılıç Ali Bey'in asıl başarısının, bu ruhu uyandırmak olduğu sıkça ifade edilmiştir. Millî Mücadele esnasında genel fikir; kendisinin bir cepheye gelmiş olmasıyla, o cephede başarının yüzde yüz müjdecisi sayılması yönünde şekillenmiştir. Bu fikre göre etrafındakilerin, Kılıç Ali Bey'de normal insanlara benzemeyen mitolojik bir kuvvet hissettikleri görülmektedir. (Halkevi Broşürü, 1938).

Kılıç Ali Bey'in, Antep'i yedi bölgeye ayırarak savunma cepheleri oluşturmasından sonra eli silah tutan Antep'li savunma için teşkilatlanmışlardır. Bu bağlamda Şimşek ve Yıldırım adıyla dörder bölüklü iki millî tabur teşkil edilmiştir (Erendil, 1987c). Bunlardan Şimşek Taburu kısa zamanda dağılmış, Yıldırım Taburu ise Antep Harbi'nin sonuna kadar mücadelesini sürdürmüştür. Bu taburların mevcudu dörder yüz kişiden ibaret olup, çeşitli cins silah taşımaktaydı ancak cephanesi çok sınırlıydı (Lohanizade, 1989). Antep'te millî kuvvetlerden başka; Kilis'te Kâmil Polat, Nizip'te Habeş Efendi, Urfa'da Ali Saib Bey ve Pehlivanzade Nuri'nin milis kuvvetleri işgallere karşı direniş göstermiştir. Bunların, mümkün mertebe bir komuta altında birleştirilmesini tasarlayan Kılıç Ali Bey, bu konudaki çalışmalarıyla Antep'linin savunma gücünü artırmış oldu (Erendil, 1987a). Kılıç Ali Bey, Arslan Bey ile arasındaki son mektuplaşmada şunları dile getirmiştir:

Halka yaptığımız tebliğler çok uygundur. Bu konuda kahramanlık gösterenlerle alçaklık gösterenleri hiçbir zaman unutmayacağım. Herkese hakkı olan şeyi fazlasıyla vereceğim. Düşmanla haberleşmeyi, anlaşmayı, ilişkiyi kesinlikle yasaklıyorum. Bu tip hareketleri vatana ihanet sayar, ona göre uygulama yaparım. Her gece yüzlerce Antep'liyi şehre göndermekteyim, bunları cephelere gönderiniz. Kimseye bu konuda hoşgörülü davranmayın. Baskın ve taarruz hazırlığı da tamamlanmalıdır. Siz herkese sebat ve dayanıklılık telkinine çalışınız, sıkıntı ve zorluk günlerinin çok az kaldığını herkese söyleyiniz. Dayan dayan kardeşim (Lohanizade, 1989, s. 62).

Kılıç Ali Bey, duygularıyla değil, aklıyla hareket etmeyi tercih eden bir karakter olarak karşımıza çıkmaktadır. İçerideki bazı Millî Mücadele karşıtlarına yönelik sergilediği tavır, bu konudaki gerçekçiliğini gözler önüne sermektedir. Millî direnişe karşı duran Polis Başkomiseri Fevzi Bey, bir gece kaçırılarak Dülük mevkiinde bulunan Kılıç Ali Bey'e teslim edilmiş ancak Kılıç Ali Bey; kendisini cezalandırma yoluna gitmemiş, direniş için ikna etmiş ve Kıvılcım adındaki bir müfrezeye komutan olarak tayin etmiştir. Kılıç Ali Bey'in tavrı üzerinde yapılan yorumlarda, o sıralarda millî kuvvetlerin "muharibe çok ihtiyacı olduğu ve Kılıç Ali Bey'in, bir Türk'ün uzun müddet delalette kalmayacağına inandığı ve bu tavrın da sağlam bir teşkilatçılığın gereği olduğu" ifade edilmiştir (Toksoy, 1938b, s.48-49).

10 Mayıs 1920 tarihinde Mustafa Kemal Paşa'dan gelen şifreli bir emir üzerine (Kılıç, 1955) Antep'ten ayrılmak için hazırlığa başlayan Kılıç Ali Bey, etrafa mebusluk için gittiğini yaysa da asıl görevi, Yozgat İsyanını bastırmaktı (Ünler, 1969). Bu suretle Kılıç Ali Bey, 4 Nisan'dan 12 Mayıs'a kadar Antep savunmasında yer almıştır. Otuz dokuz günlük süre zarfında Antep'teki savunmanın en önemli ismi olmuştur. Fakat bu ayrılış, Antep halkında ciddi anlamda bir moral bozukluğuna yol açmıştır. Halkın duyduğu endişeleri gidermek amacıyla Mustafa Kemal Paşa tarafından Antep'e bir telgraf çekilmiştir. Mücadelenin boyutu

ve şahıslarla sınırlı kalamayacağını göstermesi açısından oldukça önemli olan bu telgrafta özellikle şunlar ifade edilmiştir:

Cephenizde birlik ve düzeni sağlamak için gerekli özelliklere sahip bir komutan tayin edilecektir. Aceleye gerek yoktur. Devam eden seçkin ve fedakâr hizmetleri, içinde bulunduğunuz çok önemli ve nazik zamanda şahsiyet ile açıklamak oldukça zararlıdır. Heyetinizin zamanın hassasiyetini ve durumun önemini takdiren şahısla açıklanamayacak vatan hizmetinde kuvvetli bir aşk ve iman ile fedakârlıkta bulunacağına güvenerek sükûnet öneririm (ATBD, 1997, s. 116).

Antep Savunması'nın önemli isimlerinden biri de Özdemir Bey'dir. Suriye'de, Fransız ve İngilizlere karşı başarılı bir şekilde mücadele veren Milis Kaymakamı (Yarbay) Şefik Bey, Özdemir takma adıyla 1920 yılı Haziran ayı sonlarında Antep'e gelmiş, Mustafa Kemal Paşa ile haberleşmiş ve gerekli talimatları almıştır. Antep Müdafaa-i Hukuk Cemiyeti'nin de isteği ile 8 Ağustos 1920 tarihinde, Antep Millî Kuvvetler Komutanlığı görevini üstlenmiştir (Erendil, 1987b). Özdemir Bey'in yanında kâtiplik vazifesini yürütmüş olan Kâmil (Yetkin) Bey (Yetkin, 1958b, s. 6), anılarında onun görevi alması sürecine şu şekilde değinmiştir:

Yer yer vatan aşkıyla yapılan gayretler mevzii kalıyordu. Şahinler ve onun gibi malum ve adsız kahramanların bütün mücadeleleri gazı tükenmiş bir lâmba gibi sönüyordu. Şehirde müdafaayı yapanlar, alelacele vücuda getirilmiş Yıldırım Taburu ve muavin semt halkından kuvvetlerdi. Heyet-i Merkeziye erkânı sivillerden mürekkepti. Aralarında askerliğe vakıf kimseler çok azdı. Heyet-i Merkeziye erkânının ve semt reislerinin millî duygu ile meşbu ve müteharrik olmalarına rağmen, böyle felâket anlarının gerektirdiği askerî kuvvet ve kifayeti kendilerinden istemek insafsızlık olurdu. Çok soğukkanlı, demir bir irade sahibi azimkâr bir idareciye ihtiyaç vardı. İşte Özdemir'e kumandanlığın teslimi bu zorlukların tabii neticesinden ileri geldi.

Özdemir Bey, gerek ortaya koymuş olduğu mücadele şekli gerek yaratılış özellikleriyle, şehir içi çatışmalarda görülen başarılarla önemli rol oynamıştır. Kendisi mükemmel bir organizatör olarak değerlendirilmiştir. İmkânsızlıklara rağmen, bir mermi ve bomba doldurma imalathanesi kurmayı başarması, onun teşkilatçılığının bir eseri olarak kabul edilebilir. Geniş çerçevede ise Antep Müdafaası, Özdemir Bey'in idaresi altında çalışan yüzlerce fedakâr kahramanın eseri olarak nitelendirilmiştir (Yetkin, 1958b).

Kilisli Arslan Bey takma adlı Üsteğmen Ali Rıza Bey de Antep Harbi'nin diğer önemli isimlerinden birisidir. Kılıç Ali Bey ayrıldıktan sonra, bir müddet kumandanlığa vekâlet etmiş, yanına aldığı yedek subaylar ve semt reisleri ile şehir içinde açılan üç cepheyi oluşturmuştur. Bir yandan istihkâm faaliyetlerine başvururken, diğer yandan halka ve savaşıtlara hitaben bildirimler yayınlamıştır (Erendil, 1987c). Askerî ve sivil otoriteyi tek başına kullanan Arslan Bey'in bu dönemdeki çalışmaları, Antep Harbi'nin daha ilk günlerde bir yenilgi ile sona ermesini engellemiştir (Güngör, 2004). Arslan Bey, kaçakların peşine düşülmesinde, cephelerin tutulmasında da yine son derece etkili olmuştur. Çatışmalar esnasında savunanlar arasında zaman zaman bir yılgınlık ve moral bozukluğu olduğu anlaşılmaktadır. Lohanizade (1989, s. 60), bu gibi durumlarda, halka hitaben yazılan beyannamelerden yola çıkarak, Arslan Bey'in liderlik ve teşkilatçılık vasfını şu şekilde açıklamıştır:

Şehir içinde bazı mücahitlerin maalesef saklandığını haber aldım. Bu arkadaşlarıma hiçbir ceza vermeyeceğim, şu kadar ki on iki saat içinde silahlarıyla bana müracaat edeceklerdir. Aksi takdirde evleri bizzat arayarak, aykırı hareket edenleri merhamet göstermeden derhal idam edeceğim. Düşman çok korkaktır, Allah da bizimledir. Korkmaya da gerek yoktur. Namusumuzu ve milli namusumuzu kurtaracak silahlarınızla söylenen zamanda cephede hazır olmanızı hepinizden rica ederim kahraman arkadaşlar.

### **Tefrikada Yer Verilen Kahramanlar ve Hizmetleri**

Mondros Mütarekesi'nin imzalanmasının hemen sonrasında başlayan işgaller karşısında, Anadolu'nun çeşitli yerlerinde bir takım direniş hareketleri kendisini göstermiştir. Antep'te de henüz İngiliz işgali sırasında yoğun bir silahlı mücadeleye girilmesinde de

ilerleyen günlerde kuvvetli bir direncin habercisi olabilecek hadiseler görülmüştür. El değişimi neticesinde, işgalin Fransızlara geçmesiyle ve Ermenilerin de işin içerisine dâhil olmasıyla bölge halkı, büyük bir katliam hareketine maruz kalacağını düşünmeye başlamıştır. Mustafa Kemal Paşa'dan alınan talimatla birlikte, milis kuvvetler hızla teşkilatlandırılmıştır. Daha önce harp tecrübesi olanlar muharip olarak, tecrübesiz çocuk yaştakiler ve kadınlar da ellerinden gelebilecek cephe gerisi yardımlarla bu mücadeleye katılmışlardır.

### **Seyit Ahmet**

Kilis'in Esmegemrik Köyü'nden olan Seyit Ahmet'in Antep'in işgali sırasında yaşının bir hayli ileride olduğu ifade edilmiştir. 120 yaşında vefat ettiği belirtilen Seyit Ahmet (Fırat, 1943a), Antep Savunması sırasında mücadele eden kahramanlar arasında zikredilmiştir. İşgaller sırasında peyderpey yapılan taarruzların son derece şiddetli olduğu, top atışlarının Malatya dağlarından duyulduğu yönündeki iddiadan da anlaşılmaktadır. Seyit Ahmet de taarruzların şiddetlendiği bir gün, köyünün gençlerini toplayarak "Oğullar! Silah namustur. Her erkeğe bir silah gerek" (Fırat, 1943a, s.2) diye seslenmiş, köylüleri savunma savaşı konusunda ikna etmeye ve cesaretlendirmeye çalışmıştır. Bunun üzerine birkaç gün içinde hazırlıklarını tamamlamış, yanına aldığı 20 kadar genç ile birlikte Antep'e gelmiş ve sokak çatışmalarında mücadele etmiştir. Mücadele esnasında yaşının 100'ün üzerinde olduğu ifade edilmiştir (Fırat, 1943a). İleri yaşına rağmen düşmana direnç göstermesi, obüs mermileri altında mücadele etmesi, bir vatanseverlik örneği olarak kabul edilmiştir. Çevre köylüler, Seyit Ahmet'in hatırasına hürmeten, Esmegemrik Köyü'ne sonraki yıllarda Seyit Ahmet Gemriği demişlerdir (Fırat, 1943a).

### **Çardaklı Mustafa Ağa**

Türk Ordusu'nun Birinci Dünya Savaşı'nda elinden gelen tüm gayreti göstermesine rağmen, Osmanlı Devleti'nin imzaladığı Mondros Mütarekesi ile Anadolu toprakları işgalcilere açılmıştır. İşgalciler, kendi aralarında paylaşım hesapları yaparken, asırladır bu topraklarda yaşayan bazı gayrimüslim unsurlar da bağımsız devlet olma hayallerine kapılmışlardır. Bu hayaller işgalciler tarafından beslenmiş, söz konusu unsurlar ise fırsat buldukça birtakım girişimlerde bulunmuşlardır.

Ermeniler, Doğu Anadolu Bölgesi'nde hayal ettikleri müstakil devletleri için güçlü devletlerin himayesi altında faaliyetlerini arttırmışlar, kanun dışı hareketlere başlamışlardır. İşgal komutanlarının ve subaylarının her gece Antep'te ve işgal edilen yerlerde Ermeni evlerinde tertip edilen eğlencelere katıldıkları resmî yazışmalardan ve hatıratlardan anlaşılmaktadır. Ermeniler, arzularına kavuşmak için gün geçtikçe faaliyetlerini arttırmışlar, civar köy ve kasabalarda halk üzerinde baskı oluşturmuşlardır. Çardaklı Mustafa Ağa da bu baskılara maruz kalan bir Türk köylüsüdür. 1942 yılı Haziran ayında kendisiyle görüşen Kerim Fırat, onun hakkındaki izlenimlerini de yazılarına aktarmıştır. Kerim Fırat, iri yapılı vücuduna rağmen mütevazı ve misafirperver bir kişilik olarak tanıttığı Mustafa Ağa ile ilgili olarak; kendisinin Millî Mücadele günlerinde yaptığı fedakârlıklardan bahsedilince mahcup bir halde şunları söylediğini ifade etmiştir:

A Kardaşım! O günlerde ben borçlu idim. Bunu ödemeyi her an namus bilirim. Çok şükür ödemeye çalıştım. Dün olduğu gibi, bugün de yarın da çalışacağım... Bahtiyarım. Çünkü bana Cumhuriyet hükümetinin, aziz milletimin en mesut, en müreffeh günlerini görmekten daha bahtiyarlık olur mu? (Fırat, 1943b, s. 2).

Mustafa Ağa'ya göre bu borç, vatan topraklarına olan kan borcudur. Zaman içinde Trablusgarp'ta, Balkanlar'da, Yemen'de, Sina'da, Filistin'de, Çanakkale'de, Kafkaslar'da verilen mücadelelerde ödenmiş, sıra Anadolu topraklarında ödemeye gelmiştir (Fırat, 1943b). Mustafa Ağa, Antep savunması sırasında yaşadıklarını anlatırken, Çardak Köyü'ne yakın Eğneş denilen bir köyde, Keyvan Ağa adında bir Ermeni'den bahsetmiştir. Ermeniler, İngiliz



ve Fransız işgalleri başlar başlamaz, ahalinin mallarına el koymuştur. Millî Mücadele yıllarında Çardak Köyü, Halfeti kazasına bağlıdır. Kaymakamın, tutuklamak amacıyla Mustafa Ağa'nın üzerine birlik göndermesi üzerine Mustafa Ağa, silahlanarak dağa çıkmıştır. Kendi ifadesine göre, teslim olduğu takdirde Halep'e gönderilecek ve orada öldürülecekti. Hakkında verilen bu hüküm üzerine etrafında toplananların sayısı da artınca Antep Harbi'ni beklemeye başlamış, gelişmeler Mustafa Ağa'yı şehir içi çatışmalarda Millî saflarda bulunmaya sevk etmiştir (Fırat, 1943b).

Mütareke günlerinde Suriye'de hüküm süren Şerif Matar, Nizip'i işgal etmek için harekete geçmiştir. Bunun üzerine Mustafa Ağa, şehrin savunulması için Hacı Mehmet Efendi'den aldığı haber üzerine kırk kadar silahlı genç ile Nizip'e gelmiştir. Antep'te Tekke Şeyhi Mustafa Efendi, Nizip'te Sağır Fevzi Efendi ile Mustafa Ağa'ya bir milis kuvvet teşkil etmesi için haber göndermişlerdir. Ağa'nın çalışmaları sonucunda, civar köylerin de desteğiyle silahlı milis sayısı 80'e ulaşmıştır. Mustafa Ağa etrafında kuvvet toplarken, Nizip İdare Heyeti'nden aldığı bir telgrafta, kendisinin kuvvetleriyle Sinan köyünde Kılıç Ali Bey'e katılması emredilmiştir. Ancak kuvvetleriyle adı geçen köye ulaşmış olan Mustafa Ağa, Kılıç Ali Bey'in orada olmadığını görünce, Hacı Köyü'ne<sup>3</sup> geçmiştir. Hacı Köyü'nde Karayılan ve kuvvetleriyle birleşerek Dülük'e ulaşmıştır. Mustafa Ağa, Dülük'te Halfetili Yasin Kutluğ Bey ile Antep'e girmeyi planlanmıştır. Burada öncülük vazifesi kendisine verilmiştir. Mustafa Ağa ve beraberindekiler Tabakhane yolu ile Antep'e girdiklerinde, yeni bir talimatla Akçakoyunlu'ya geçmiştir. Millî kuvvetler bu şekilde sevk edilirken Fransızlar, Akçakoyunlu'dan Antep'e takviye kuvvetleri göndermek için harekete geçmiştir. Nizip Millî Taburu, Birecik Millî Bölüğü, Kâhta ve Samsat Millî Müfrezeleri ile 9. Alay'ın 1. Tabur'u ve 24. Alay'ın 3. Tabur'u Nafak Boğazi'nda düşmanı karşılamışlardır (Türk İstiklal Harbi, 2009). Sacur Köprüsü'nde Fransızlarla akşama kadar çetin bir mücadeleye girilmiştir. Fransız birliklerini yenilgiye uğratmak üzereyken, keşfe çıkan bir Fransız savaş uçağının üzerlerine ateş etmeleriyle, millî kuvvetlerin direnci kırılmış, bunun üzerine karanlıktan yararlanarak Şibip köyüne çekilmişlerdir. Millî kuvvetlerin bu şekilde geri çekilmesi neticesinde Fransız kuvvetleri, ricate (geri çekilme) katılmayan Millî kuvvetleri de top ateşi ile dağıtarak Antep'e girmiştir (Üzel, 1952). Bu çatışmalar esnasında Mustafa Ağa'nın başında yer aldığı grupta iki kişi şehit düşmüş, üç kişi de yaralanmıştır. Çatışmaların şiddetine rağmen Mustafa Ağa, son bir hamle ile Fransız tarafında kalan yaralıları kurtarmayı başarmıştır (Fırat, 1943b).

### **Fedai Ökkaş**

Antep Savunması'nda, dikkat çekilmesi ve unutulmaması gereken en önemli noktalardan birisi de bu mücadeleyi çoğunlukla fakir Türk köylüsünün gerçekleştirdiğidir (Pekdoğan, 2014). Yazışmalarda, özellikle zenginlerin hepsi olmasa da çoğunun şehir dışına çıkmaya çalıştığı ve bir takım yollarla firarların gerçekleştiği anlaşılmaktadır. Şehrin zengin ve ileri gelenlerinden birçoğu çevre kasaba ve şehirlere hatta Fransızların elinde bulunan Halep'e gitmişlerdir.

Şehirde kalan bazı ileri gelenler ile diğer halkın aile fertlerinin dışarı çıkmalarına izin verilmesi ise savaşımlar arasında kötü bir etki yapmıştır. Antep'te hiç mal ve mülkleri olmadığı halde, kendileri vatan ve millet yolunda savaşırken, servet sahiplerinin savaş alanı dışında oturup mücadeleye seyirci kalmaları, savunmacıları üzmüştür. Bu kırgınlıkları, subayların ve ileri gelen savaşçıların aracılığı ile yatıştırılmıştır. Gelişmeler üzerine Heyet-i Merkeziye tarafından şehirden sadece, savaşa yaramayan kadın, çocuk ve ihtiyarların çıkmasına; eli silah tutan, savaşabilenlerin ise şehir içinde kalmalarına karar verilmiştir. Aileleri dışarı çıkanların, şehirde kalanların işlerine harcanmak üzere -malî güçleri

<sup>3</sup> Günümüzde Gaziantep İlinin Oğuzeli İlçesinde yer alan Yeşildere Mahallesi.

nispetinde- bir miktar para ödenmesine savaşılar ikna edildi ise de ailesini bırakıp gelmek üzere şehirden çıkanlardan hiç geri dönmeyenler de olmuştur (Öztürk, 1994). Meselenin başka bir boyutu; sonraki yıllarda da yokluğun ve sefaletin, mücadele esnasında kahramanlıklar ortaya koyan fertlerin peşini bırakmamasıdır. Bu örneklerden birisi de Fedai Ökkaş'tır. Gazhane'deki bekçi kulübesinde kendisiyle görüşen ve Antep Savunması'ndaki kahramanlıklarını anlatmasını isteyen Kerim Fırat'a Fedai Bey'in ilk sözü şöyle olmuştur:

Yanımda nasıl çalıştığımı, neler yaptığımı anlatanlar oldu mu ruhum sıkılır, üzüntü duyarım. Üç defa sorup yazmak istediler, söylemedim. Fakat siz de benim gibi o kara günlerde çalıştığınız için size söyleyeceğim (Fırat, 1943c, s. 2).

Özdemir Bey'in ve bölük kumandanlarının Fedai Bey'i yakından tanıdıkları, kendisinin verilen görevi hiç tereddüt etmeden kabul ettiği ve derhal yerine getirdiği ifade edilmektedir. Bu sebeple kendisine Fedai isminin lâıyk görüldüğü söylenmiştir (Fırat, 1943c). Fedai Bey, savunma hatlarının büyük çoğunluğunda görev almış ancak onun en çok Çınarlı Cephesi'nde verdiği mücadele vurgulanmıştır. Zira Çınarlı Cephesi'ndeki çatışmalar, Antep Harbi'nin bir anlamda özü olarak değerlendirilmiş, sokak çatışmalarının ağırlık merkezi olarak bu cephe kabul edilmiştir. Hatta önemini vurgulamak için Çınarlı Cephesi'ne Çanakkale'deki Arıburnu adının verildiği bilinmektedir (Lohanizade, 1989). Fransız kuvvetleri, özellikle gece saatlerinde en çok Çınarlı ve Kozanlı bölgelerine taarruz etmişlerdir. Bu cephenin batısı ve güneyi Fransızların hâkimiyetinde olduğundan, Fransızlar ile Ermeniler daima bu bölgeyi tehdit etmiş, Türk kuvvetlerini tamamen bu bölgeden çıkarmak istemişlerdir. Mıntıka Kumandanı Kamil Efendi, bizzat başlarında bulunmak suretiyle personele siper ve mazgallar yaptırmış, geceleri ise sabaha saatlerine kadar çalışmak suretiyle yığınak yaptırmakla meşgul olmuştur.

Çınarlı Camii karşısında Fransız işgalindeki bulunan evler, yapıları itibariyle dayanıklı olduklarından her iki taraf için de önem teşkil etmiştir. Bu sebeple evlerin yıkılması, her şeyden önce kuvvetlerin mevzilerini kaybetmesi demek olduğundan savaşın tarafları, binaları yıkmak için taarruzlarını bu cepheye yönlendirmişlerdir. Kılıç Ali Bey ile Antep'e gelen Maraşlılar, Antep evlerini Maraş Harbi'ndeki kendi ahşap evlerine benzeterek düşmanın işgal ettiği evleri yakabileceklerini düşünmüşlerdir. Bunun üzerine Çınarlı Cephesi'ne görevlendirilen Maraşlılar, buradaki birliklerle beraber Ermenilerin konuşlandığı bir eve yağlı paçavralar atarak ve yangın tulumlarıyla gaz sıkarak yakmaya çalışmışlar ve kısmen ahşap olan bir evin bazı kısımlarını yakmayı başarabildilerse de sert taşlardan yapılmış bu evlere istenilen zararı verememişlerdir (Güngör, 2004).

Şehrin aralıksız bombardımanla düşürülemeyeceğini anlamış olan Fransızlar, kuvvetli bir taarruzla doğrudan şehre girmeye karar vermişlerdir. Taarruz iç cephenin kilit noktası olan Çınarlı Cephesi için planlanmıştır. Çınarlı mevzileri, şehri güneyden kuzeye kesen iç cephe hattının kuzey ucundan batıya kıvrılan kısmının uç noktasındaki Çınarlı Camii ile batısındaki Katolik Kilisesi'ne 30 metre mesafedeki Nikogosyan Ermeni Okulu arasında bulunmaktadır. Şiddetli çatışmalara sahne olan ve çok sayıda zayıt verilen bu cephede, müstahkem mevkiilerde nöbetçilerin sıklıkla değiştirilmesi gereği doğmuştur. Fransızlar, 5 Ekim 1920 Cuma günü, önce cami çevresinde tahkim edilmiş olan Türk evlerini topçu ateşiyle tahrip edebilecek bir yerde konuşlandıktan sonra hücumla geçmişlerdir. Atılan top mermileri dolayısıyla ortaya çıkan zehirli gazın verdiği zararlara değinilen hatıratlarda, çatışmaların zaman zaman son derece şiddetli hale geldiği vurgulanmış; okul binasının ve caminin tahrip edildiği, camiye ismini veren asırlık çınarların dahi yok edildiği özellikle belirtilmiştir (Lohanizade, 1989).

Fransız taarruzunun artması karşısında Millî kuvvetlerin savunmayı bırakmadıkları görülmüştür. Fransız kuvvetleri, düşüncelerinin tam aksine kuvvetli bir direnişle karşılaşınca, birçok kayıp vererek çekilmek zorunda kalmışlardır. 14 Ekim 1920 tarihinde taarruzu

yenilemelerine rağmen sonuç değişmemiştir. Fransızlar, üç-dört kadar subayla birlikte 50'den fazla zayıt vermişler ve çok sayıda yaralı bırakmışlardır (Saral ve Saral, 1970). Bu suretle Çınarlı taarruzlarında tam bir yenilgiye uğrayan Fransızlar, şehrin ne bombardımanla ne de kuvvetli bir hücumla ele geçirilemeyeceğini anlamışlardır. Fransız komuta kademesi, nihai başarının, ancak şehri kuşatmayla beraber aç bırakmak suretiyle kazanılabileceği fikrinde birleşmiştir. Ancak Fransızların mevcut kuvvetleriyle kuşatmanın gerçekleşmesi mümkün olmadığından takviye kuvvetlerin Antep'e getirilmesine karar vermişlerdir.

Fransız kuvvetlerinin taktik değiştirmesi karşısında Türk kuvvetleri açısından durum, son derece zorlaşmıştır. Şehrin batısı, güney ve doğusu Fransız kuvvetleri tarafından tamamen çevrilince dışarıyla bağlantı, sadece kuzey yönünden ve ancak geceleri sağlanabilmiştir (Öztürk, 1994). Bu sebeple bölgeye Millî kuvvetlerin sızma hareketiyle intikali planlanmıştır. Sızma hareketine girişen bu kuvvetler içinde Fedai Bey de görev almıştır. Ancak savunucuların nereden ve nasıl geldiği anlaşılamayan kurşunlarla vurulduğu görülmüş, bunun sebebinin de yine Fedai Bey tespit etmiştir. Fedai Bey'in tespitine göre; savunucuların hedef haline gelmesinde Fransızların mazgallar arkasından tuttıkları aynalar etkili olmuştur. Tecrübesi sayesinde aldığı tedbirlerle, daha fazla zayıt verilmesini önlemiş olan Fedai Bey, başından geçen bir hadiseyi şöyle anlatmıştır:

Bir gece tam seher vakti idi. Düşman ateş yakarken Ermeni fedailerini şöyle bağırdılar: "Burası bizim için Ermenistan, sizin için mezaristan olacaktır. Muhammediniz, Aliniz nerededir? Çağırın sizi kurtarsın; kızlarınızı hazırlayınız". Bu sözlere dayanmadım (Fırat, 1943c, s. 2).

Bu sahne üzerine Fedai Bey, iki bomba alarak minareye çıkmış ve kendi deyişimiyle birisini Muhammed'in, birisini Ali'nin aşkına atmıştır. Bu hareketi neticesinde bir müddet ateş kesilmiş fakat sabah saatlerinde düşman yoğun makineli ateşiyle minareyi yıkmayı başarmıştır. Birkaç gün içerisinde yaşanan çatışmalar dolayısıyla, okul binasındaki nöbetçiler yerlerini terk etmişlerdir. Geçici olarak bölük kumandan vekili olarak görev yapan Maraşlı Nuri Efendi de dâhil olmak üzere, herkeste bir ümitsizlik belirmiştir. Bu durumu gören Fedai Bey, takımdan güvendiği sekiz kişiyi çağırarak ve çatışmaya girmek üzere harekete geçmiştir. Okul binasına ulaşmayı başaran Fedai Bey, düşmanın tahliye edildiğini hissetmediğini, kendisinin bir ses bombası, arkadaşlarının da verilen emir üzerine beşer mermi attıklarını ve bu şartlar altında baskını gerçekleştirdiklerini belirtmiştir. Fedai Bey'in bu hareketi, savunuların morallerini tekrar kazanmalarını sağlamış ve kendisi, Merkez Kumandanı Arslan Bey tarafından ödüllendirilmiştir. Fedai Bey, bu ödülün Arslan Bey tarafından gözlerinden öpülmesi, kendisine bir poşu ve bir tabaka tütün verilmesi olduğunu belirtmiştir.

Çınarlı'ya yapılan taarruz, Fransızların planladıkları şekilde sonuçlanmamıştır. Millî kuvvetlerin direnişi karşısında Fransızlar, Antep'in düşüşüne kadar bir daha bu cepheye taarruz edememişlerdir. Hatıratlarda Mahmut Hoca'nın kullanmış olduğu, daha önce İngilizlerden ganimet olarak alınmış olan Yıldırım Yusuf adında bir makineli tüfeğin, Fransız kuvvetlerinin ilerleyişini engellemede önemli rol oynadığı özellikle vurgulanmıştır. İngilizlerden kalma şekliyle kullanılırken, fişeği bitince ıskartaya çıkan bu tüfek, Antep'li Hacı Abduh Ağa'nın oğlu Yusuf Usta'nın marifetiyle Türk fişeği atacak hale getirilmiştir. Böylece Yusuf'un ismi tüfeğe, tüfeğin sıfatı da Yusuf'a verilmiş ve tüfek, Yıldırım Yusuf adını almıştır (Lohanizade, 1989).

Fransızlar, şehri ancak kuvvetli bir kuşatma neticesi meydana getirecekleri açlıkla ele geçirmeyi planlamışlardır. Zaman ilerledikçe Fransızların planı, kendileri açısından olumlu neticeler vermeye başlamıştır. Siviller ve Millî kuvvetler, kuşatmanın ve açlığın getirmiş olduğu şartlar sebebiyle son derece zor bir durumla karşılaşmışlardır. Moral bozukluğunun savunma savaşını akamete uğratacağını düşünen Bölük Kumandanı Mustafa Bey<sup>4</sup>, Boyacı

<sup>4</sup> Millî Mücadele sonrasında Hususi Muhasebe Varidat Müdürü olarak görev yapmıştır.

Camii'nde yaptığı toplantıda son söz olarak milislere; "Dinini, Milletini, Vatanını seven, bu gece, bu saatte ölmek isteyen karşıma dikilsin" diyerek çağrıda bulunmuştur (Fırat, 1943c, s. 2). Bu sözler üzerine Fedai Bey, kendisini takip eden takımıyla beraber, Mustafa Bey'in emri altına girmiştir. Oluşturulan birliğin sağ tarafında Mustafa Yavuz, sol tarafında Kartal Bey'in bölükleri ile kendi takımının başında Ali Nadi Bey olacak şekilde tertibat alınmıştır. Yapılan istişare sonucunda sabahın erken saatlerinde taarruza geçilmiştir.

Çatışmalarda Fransız kuvvetleri, Türk kuvvetlerine karşı tüfek bombaları kullanmıştır. Bu taarruz şekli, savunucuları oldukça zor duruma düşürmüştü; Fransız tel örgüleri kesileceği sırada Kolej'den, Mardin Tepe'den atılan top mermilerine maruz kalınca da geri çekilmeleri gerekmiştir. Bu suretle Türk kuvvetleri çok sayıda kayıp vermiştir. Bölük Kumandanı Mustafa (Yavuz) şehit düşmüş, Fedai Bey ise sağ ayağından yaralanmıştır. Yarası çok ağır olmadığından evde tedavi gördüğü bir sırada, arkadaşları kendisini ziyarete gelmişlerdir. Kale'nin üzerine çekilen beyaz bayrağı gösterip, "Biz ne olacağız?" diyen arkadaşlarına şu cevabı vermiştir: "Şimdiye kadar korkmadan kanımızı akıttık. Eğer ölmek mukadderse yine şerefle ölürüz".(Fırat, 1943c, s. 2).

Fedai Okkaş'ın kahramanlıklarını bölük kumandanı Ali Nadi Bey'in yanı sıra Antep halkının da doğruladığını vurgulamış olan Kerim Fırat; Fedai Bey'in, sergilemiş olduğu kahramanlığın bir nişanesi olarak kendisine İstiklâl Madalyası'nın layık görüldüğünü belirtmiştir. Kerim Fırat ayrıca Fedai Bey'in İstiklâl Madalyası'nı Tahrirat Kaleminden almaya giderken, masraf olarak istenen 5 lira için "Dört mevsimde 4 lirayı bir arada bulamadım ki madalyamı kurtarayım!" dediğini de sözlerine eklemiştir (Fırat, 1943c, s. 2).

### **Küçük Ali'nin Karası**

Antep'te dönem itibariyle Ermenilerin yoğunlukla yaşadıkları mahallelerden birisi de Kozanlı Mahallesi'dir. Burada yaşanan bazı istenmeyen olaylara asıl adı Abdülkadir olan, çevrede ise Küçük Ali'nin Karası olarak bilinen gencin müdahale ettiği ifade edilmiştir (Fırat, 1943d). Küçük Ali'nin Karası, işgal sırasında gerek Kozanlı gerek şehrin diğer cephelerinde Fransız kuvvetlerine karşı mücadele etmiş, Çıksorut hareketinde şehit olmuştur.

Çıksorut'ta verilen mücadele, Antep'te cereyan eden harplerin en çetini ve en kanlısı olarak kayıtlara geçmiştir. Öyle ki; bu taarruz hareketinde 472 şehit, 72 yaralı verilmiştir. Çok sayıdaki kayıplardan dolayı savunanlar, kuşatmaya dayanamayacakları hissine kapılmışlar, bir huruç hareketi yapmağa karar vermişlerdir (Şapolyo, 1957). Kumandanlardan Hayri Bey (Dişçi Hayri Altunöz) ve Külekçi Sabit Ağa, Kerim Fırat'a Küçük Ali'nin Karası hakkında önemli bilgiler vermişlerdir. Verilen bilgilere göre; çatışmaların şiddetlendiği bir sırada Kolej mevkiinden hareket ederek Eski Fırka Binası'na kadar ilerlemeyi başaran bir Fransız zırhlı aracının imha edilmesinde, Küçük Ali'nin Karası'nın rolü olmuştur (Fırat, 1943d).

Antepliler bir taraftan düşmanla, diğer taraftan açlıkla mücadele etmek zorunda kalmışlardır ki, hatıratlarda vurgulandığı üzere en zoru açlık olmuştur. Şehrin Fransızlar tarafından kuşatılması esnasında hayvanlar da insanlar gibi açlığın pençesine düşmüştür. Yazıcık semtinde gece sokağa çıkan bir çocuk aç bir köpeğin saldırısına uğramış, sesine koşan annesi, çocuğunu parçalanmış bir vaziyette bulmuştur (Ünler, 1958). Açlıkla baş edilemeyince şehrin dışına çıkılmasından başka bir çare kalmamıştır (TİH, 2009). Dışarıdan beklenen yardım da istenilen şekilde gerçekleşmemiş, millî kuvvetlerin düzenli orduyla arasındaki koordinasyon da gayet ilkel bir biçimde güvercinlerle sağlanmaya çalışılmıştır (Şapolyo, 1957).

Gaziantep savunmasının son günlerinde, şiddetli kış şartları etkisini göstermiş, bunu bir fırsat olarak değerlendirmiş olan Fransızlar, top atışlarını arttırmışlardır. Antep'te açlık her şeye hâkim bir duruma gelmiştir. Nüfus başına elli dirhem ekmek verilmiş ve bu ekmek

zerdali çekirdeğinden, melengiçten yapılmıştır. Ölen beygir ve eşekler ise ahali arasında paylaşılmıştır. Heyet-i Merkeziye, bu durum karşısında bir açlık beyannamesi yayınlamış, dışardaki birliklerden son defa yardım istemiştir. Savunanlar, bekledikleri yardımın yapılamaması üzerine şehri terk etmek zorunda kalmışlardır. İlk huruç hareketi, dışardaki birlikler tarafından desteklenmediğinden başarısızlığa uğramış, savunanlar 110 şehit, 200 yaralı vermişlerdir. 7 Şubat 1921 tarihinde son defa şanslarını denemişlerdir. Başta Özdemir Bey olduğu halde düşmanın çok yakınından kuşatma hattının dışına çıkılmaya çalışılmıştır. Antep, tüm bu olumsuzluklara rağmen savunulmuş olsa da açlığa baş eğmek zorunda kalmıştır (Göğüş, 1958).

31 Ocak 1921 gecesi, Türk Tepe'den Özdemir Bey tarafından verilen işaretle diğer semtlerden yükselen tekbir sesleri eşliğinde, çıkış gerçekleştirilmeye çalışılmıştır. Anteplilerin çıkış hareketi sırasında ise Fransız kuvvetleri saldırılarına devam etmişlerdir. Ancak savunanlar tel örgülere yaklaşmışlar ve bir kısım siperleri ele geçirmeyi başarmışlardır. Kolej ve Mardin Tepe'den açılan düşman topçu ateşiyle birlikte Millî Kuvvetler iki ateş arasında kalmıştır. Bu esnada verilen zayıt 300 gibi yüksek bir rakama ulaşmıştır. Yoğun ateşe rağmen Millî Kuvvetler, düşmana taarruz etmeye devam etmiştir. Ancak sabahın yaklaşmasıyla, tehlike daha büyük bir hal almıştır. Millî kuvvetlerin gündüz buldukları yerlerde kalamayacakları, böyle olduğu takdirde doğrudan uzun menzile sahip topların hedefi haline gelecekleri düşünülmüştür.

Çok sayıda ölü ve yaralı bırakılması üzerine, Özdemir Bey'in talimatıyla Millî Kuvvetler, taarruzu yarıda keserek şehre çekilmişlerdir. Düşman siperlerinin önünde bırakılan ölülerin sayısı fazla olmakla birlikte, yaralı olarak kurtarılabilenlerin de tanınmayacak durumda oldukları ifade edilmiştir. Bu durumda olanlar, akrabaları tarafından güçlükle teşhis edilebilmişlerdir. Kozanlı Cephesi'nde mücadele etmiş olan Abdülkadir'in kardeşi Mehmet Ali<sup>5</sup> ise, kardeşini bir işaretten teşhis edebilmiştir. Fırat'a (1943d, s. 2) göre, "fazilet ve feragatin bir timsali olan Küçük Ali'nin Karası (Abdülkadir), aldığı şehadet rütbesinin en ulvi ve ilahi güzelliğiyle vatan ve millet aşkının, namus ve din sevgisinin destanını, mütebessim çehresine yazdığı asil kan ile Türk Milleti'ne, Türk Tarihi'ne bir şan ve şeref yaprağı daha armağan etmiştir".

### **Ali Osman**

Mağarabaşı savunucularının önemli isimlerinden biri olarak kabul edilen Ali Osman, Koçoğlan'ın Ali Osman olarak da tanınmaktadır (Fırat, 1943e). Mağarabaşı olarak isimlendirilen bölge, uçak ve tanklarla gücü artırılmış olan kalabalık Fransız birliklerinin yoğun topçu ateşine maruz kalmıştır. Buna rağmen Fransızların, acele ile oluşturulan bu yeni cephede kayda değer bir başarı elde edememeleri, Antep'in harp sonuna kadar savunma savaşlarında gösterdiği üstün başarının ilk güven verici örneği olarak değerlendirilmiştir (Güngör, 2004).

Fransızlar, hiç olmazsa Antep'in bir kısmını ele geçirmek maksadıyla, en zayıf yeri olan doğu cephesinden taarruz yapmayı planlamışlardır (Saral ve Saral, 1970). Bu taarruz için topçu ateşi yanında iki tankın desteğinde, 400 kişilik bir Fransız kuvveti, Nizip yolu üzerinden şehrin doğu cephesine planlanan taarruzu gerçekleştirmişlerdir (Erendil, 1987c). 26 Nisan 1920 sabahı, şehrin doğu kısmını kuşatan Albay Normand birlikleri, Mağarabaşı semtini aralıksız bir şekilde 3 saat bombalamıştır. Albay Normand'ın kuvvetleri, 7.5'lük seri atışlı bir batarya ile Yordanfil denilen küçük çapta bir batarya ve çok sayıda makineli tüfek ateşi ile düşman avcı hattında şehrin kenar mahallelerine kadar sokulmuş ve bazı evlere girmişlerdir (Üzel, 1952).

<sup>5</sup> Sonraki yıllarda Camlı Kahve'de garsonlukla geçimini sağlamıştır.

Hıyamlı Mustafa ile Bostancı Ayvaz isimli iki milis, evden eve geçmek suretiyle süngü ile verdikleri mücadeleyle Türk mevzilerine gelenleri püskürtmüşlerdir. Ali Osman, Abdullah Efendi ve bir arkadaşıyla topçu ateşine karşılık verebilecek bir yerde, zor şartlar altında mücadele etmişler, ancak küçük ve büyük çapta top mermilerinin hedefi haline gelmekten kurtulamamışlardır. Ayrıca cepheyi yarmak için iki Fransız zırhlı otomobili de taarruza destek vermiştir. On metre yakına kadar gelme başarısını gösteren bu zırhlılardan biri, gösterilen mukavemet neticesinde tahrip edilmiş, diğeri ise çekilmek zorunda bırakılmıştır (Lohanizade, 1989). Bu topların ve makineli silahların karşısında, savunucular sadece tüfekte karşılık verme imkânına sahiptiler. Eli silah tutanlar, şehit düşenlerle yaralıların tüfeklerini alarak çarpışmayı sürdürmüşlerdir (Fırat, 1943e).

Albay Normand, Mağarabaşı semtini daha zayıf tahmin ettiği için buradan taarruza geçerek şehre girmek istemiştir. Ancak kuvvetli bir direnişle karşılaşınca, planları alt üst olmuştur (Fırat, 1943e). Müfide Ferit Tek (1957, s.9), bir yazısında Antep çarpışmaları ekseninde bu güç kıyaslamasını, şu şekilde açıklamıştır: "Karşılarında yalnız bir avuç insan vardı. Evet, silahsızdılar, müdafaasızdılar, azdılar, evet bir avuçtular fakat bir avuç Türk'tüler". Tek'e göre; bir kumandanın özelliklerinden birisi de karşısındaki kuvvetin maddî olduğu kadar manevî kuvvetini ölçmek ve ona göre hareket etmektir. Ancak Normand, kuvvetlerinin maddî üstünlüğüne güvenmiş, savunanların asıl gücü olan manevî kudretini hesaba pek katmamıştır. Dolayısıyla kendisine olan yüksek özgüveni, hiç ummadığı bir mukavemetle karşılaşmasına yol açmıştır (Tek, 1957).

Ali Osman, şiddetli top atışlarının yapıldığı bölgeyi karanlık çökünceye kadar müdafaa etmiş, olduğu yeri terk etmemiştir. Ertesi gün ikinci bir zırhlı gelerek, Türk kuvvetlerinin tahrip ettiği zırhlıyı yedekleyerek götürmüştür. Siperlerin sağında ve solunda patlayan top mermileri, Ali Osman ve arkadaşlarını yıldırmamış, aksine onların mücadele azim ve kararlılığını arttırmıştır. Mağarabaşı Harbi, yukarıda da özellikle vurgulandığı üzere, Antep'in en önemli harplerinden birisidir. 12 Aralık 1920 tarihinde Özdemir Bey tarafından bildirilen harp raporu, harbin boyutunu açıklamaktadır. Buna göre, Mağarabaşı'ndaki cephenin ön ve arka siperlerine, obüs ve sahra topu olmak üzere 400'ü aşkın Fransız atışı yapılmış, dört saat kadar süren çatışmalarda, 200 metreye kadar sokulan düşman birlikleri bozguna uğratılmıştır. Düşman kuvvetleri, çatışmalar sırasında şehre ve cephelere 1.000 kadar muhtelif çapta top mermisi atmıştır. Saldırının devamında, bir düşman uçağı oldukça alçaktan uçarak siperleri bombalamış ancak Türk ateşiyle vurularak Sarımsak Tepe arkasına inmek zorunda kalmıştır (ATBD, 1997). Buradaki mücadelenin önemi, Fransızların akşama kadar aralıksız hücum etmesine, her tarafı yakıp yıkmasına rağmen, savunma gücünün karşısında geri çekilmeye mecbur kalmasından kaynaklanmaktadır.

Kerim Fırat'ın millete ve vatana kan borcunu ödeme gayretiyle yola çıkanları kaleme aldığı yazılarında, dikkat çektiği önemli bir nokta daha vardır ki; dönem itibariyle gazilerin manevî anlamdaki kazançlarına rağmen, maddî anlamda pek iç açıcı durumda olmamalarıdır. Bu bir şikâyetten ziyade, durum tespiti olarak ortaya konmuştur. Ali Osman ve vatana sevgilerini karşılıksız olarak sergileyen adsız kahramanların, ömürlerinin sonlarına yaklaştıkları dönemdeki halleri, Kerim Fırat'ın satırlarında şu şekilde betimlenmiştir:

Şimdi Mağarabaşı'nın adsız kahramanlarından olan Ali Osman'ın bütün istikbali geride kalmış; sefalet ve ıstırahın ışıkları, karanlık ve rutubetli odasını çınlatmaktadır. Evet! Hayat ve hakikat... Dün bir aslan, bir kahraman, bir cengâver, dev gibi olan bu mübarek adam, bugün beli bükülmüş, gözleri görmeyen bir zavallı... Avuçlarını açamayan bir merhamet dilencisini andıran bir iskeletten başka bir şey değildir. Bu görünmez ve çekilmez mukadderatın bir üvey evladı olan Ali Osman, üvey ananın yumrukları altında gözlerini kaybeden öksüz bir çocuğun Allah'a giden feryadı gibi sesini kimseye işittirememektedir. Ali Osman'a bütün Antepliler şehadet etmekte, O'nun kahramanlığını takdir ve sitayişle yâd etmektedirler. Bu kahramanın, şu son günlerde artan buhran dolayısı ile bir lokma ekmeğe

muhtaç olduğunu öğrendim. Sayın Gaziantep'linin ve Belediye'nin dikkat nazarlarını çekmeyi bir borç bilirim (Fırat, 1943e, s. 2).

### Melek Hüseyin

Antep Savunması esnasında yaşanan olayların en dramatik olanı, mücadelenin son safhalarına doğru şehrin çektiği açlık sıkıntısıdır. Bir taraftan açlık bütün şiddetini arttırmış, diğer taraftan Fransızlar, ellerindeki üstün silah kuvvetini kullanarak şehri tahrip etmişlerdir. On bir ay devam eden bu çatışmalarda, Fransız birliklerinin nüfuz ve kudreti, az sayıya ve yetersiz donanımına sahip Millî Kuvvetleri yerlerinden sökmemiştir (Fırat, 1943f). İşgalcilerin deyişiyle Antep, adeta bir Verdun halini almıştır.

Mücadele esnasında savunanların Fransız taarruzlarına direnç göstermelerinde, Özdemir Bey'in etkisi olmuştur. Kendisine dışarıdan yardım yapılamayacağını bildiren telgraflara ve bu sıkışık duruma rağmen Özdemir Bey, mücadeleden vazgeçmeyi düşünmemiştir. Antep, on bir ay süren İstiklâl Mücadelesinin en son gününü yaşadığında dahi Özdemir Bey, kendisine posta güverciniyle gelen haberi gizlemeye çalışmıştır. Ancak rızası olmadığı halde, dışarıdaki Türk birliklerinden gelen ısrarcı talimat dolayısıyla, huruç hareketine karar verilmiştir. Son derece tehlikeli sonuçlar doğurabilecek bu hareket için yer tespit etmiş, mıntika ve semt kumandanlarına Nurgana'ya gelen erzakın şehre getirilmesi için yapılacak olan huruç hareketinin emrini vermiştir (Fırat, 1943f). Türklerin yürüyüşü esnasında ise düşman saldırıları artarak devam etmiştir.

Söz konusu edilen hattı ilk etapta geçmeyi ve düşman mevzilerine bomba atmaya başaran, Melek Hüseyin adında bir Türk genci olmuştur. Melek Hüseyin'in hikâyesini, o sıralarda cephe kumandanı olan Hüseyin İncö, Kerim Fırat'a şu şekilde aktarmıştır:

Melek Hüseyin, hakikaten melek tabiatlı, melek huylu bir gençti. Orta boylu, sakın, ağırbaşlı, gözü pek bir civanmertti. Onu hangi yere göndersem yok demezdi. Kendisine çok itimadım vardı. Bostancı Mahallesindedir. Birinci Salavat yokuşunda şiddetli ateş yağmuru altında tırmanıyoruz. Ben mahiyetimdeki mücahitlerin cesaretlerini arttırmak için düşman bozuldu, kaçıyor diyerek ileriye atıldım. Beni ilk takip eden Melek Hüseyin idi. Önümüzde, sağ ve solumuzda patlayan bombaların ışığı, makineli tüfek namlusundan çıkan ateş huzmesi, ilerisini bize göstermeye yardım ediyordu. Düşman siperine yaklaşmıştık. Patlayan bombalar taşlar gibi ayaklarımızın altından fırlıyordu. Biz bazen yere yatarak, bazen yıldırım süratiyle ileriye atılıyorduk. Bu sırada Melek Hüseyin bana: "Ağam sen şu makineli tüfeğe bak" dedi. Sol tarafıma dönüp bakarken Melek, yayından fırlayan bir ok gibi birden sıçrayarak elindeki bombasını tam makineli tüfek yuvasına fırlattı ve yere düştü. Bomba patladı, makineli tüfek de sustu. Düşman siperlerine girerken Melek Hüseyin'in düşman siperlerinin on metre ilerisinde şehit düştüğünü gördüm. Siperler içinde süngüler karanlığı yırtmaya ve parçalamaya başladı. Düşmanı temizledik. İkinci salavat yokuşundaki düşman siperleri bir hamlede işgal edilerek Nurgana'ya vardık. Düşmanın muhasara hattını bu suretle yardım ve çıktık (Fırat, 1943f, s. 2).

### Sonuç

Millî Mücadele, Türk Milleti'nin tarihi süreç içerisinde sergilemiş olduğu askerî başarılarının tebarüz ettiği, yakın tarihin en önemli hadisesidir. Ortaya konulan İstiklâl Mücadelesi, emperyalist güçlere karşı girişilen bir direniş hareketi olarak kaydedilmiştir. Mondros Mütarekesi ile başlayan işgaller sürecinde, Anadolu'nun her köşesinde bu direniş kendisini göstermiş, şehirlerden köylere varıncaya kadar millî kuvvetler içerisinde birçok kahraman Türk evladı mücadele etmiştir. İngiliz ve Fransızlar arasında yapılan paylaşımın birlikte, Güneydoğu Anadolu'da söz sahibi olduklarını iddia eden işgalciler, bölgede hiç beklemedikleri bir şekilde mukavemetle karşılaşmışlar, maddî ve manevî büyük kayıplar vererek, işgal ettikleri Anadolu topraklarını terk etmek zorunda kalmışlardır.

Maraş, Urfa ve Antep başta olmak üzere, Türkiye'nin en stratejik noktalarında verilen mücadele, emperyalizm kışkıracısındaki diğer milletlere de örnek teşkil etmiştir. Antep'teki direnişin son safhasında baş gösteren açlığın getirmiş olduğu zorluklarla beraber, Batı

Cephesi'ne ağırlık verilmesi dolayısıyla istenen yardımların yapılamaması konusunda, savunucuların şehir dışındaki ordu birlikleri ile yazışmaları, hadiselerin trajik bir hale gelmiş olduğunun en bariz kanıtıdır. 22 Kasım 1920 tarihinde, yani şehrin tesliminden iki buçuk ay önce, şehrin dışındaki Fırka Kumandanı Selahaddin Adil Paşa'dan gelen bir mektupta şunlar ifade edilmiştir:

Uzun bir müddet için bizlerden bir imdat ve yardım beklemeyiniz. Çünkü kuvvetlerimizin büyük bir kısmı dağılmış, elimizde pek az bir kuvvet kalmıştır. Ermenilerin katliam yapmalarına meydan vermeyecek şartlar içinde, şehri düşmana teslim etmekte size bir mesuliyet terettüp etmez. Antep'in mukadderatı müdafinin fikrine kalmış bir şeydir.

Ancak Özdemir Bey, bu ifadeler karşısında direnişten vazgeçmeyi düşünmemiştir (Can, 1951). Özdemir Bey ve savunucuların sağlam iradeleri karşısında bu tarz mektupların tesirini izale etmek için, ümit verici mektuplar da gönderilmiştir. Ancak acı son, tüm şiddetiyle kendisini göstermiştir. Özellikle iâşe sıkıntısıyla ilgili olarak Özdemir Bey, İncözade Hüseyin, Attarzade Abdullah Hasan, Uncuzade Mehmet ve Alivelizade Ali Ragıp Beyler'in 6-7 Ocak 1921 tarihinde 2. Kolordu Komutanlığı'na yazdığı yazı şu ifadelerle son buluyordu: "Bu günden başlayarak bir hafta içinde yeni bir askerî harekâtın başlatılmasını İslamiyet, Türklük ve Vatanseverlik adına arz ederiz" (Güngör, 2004, s. 286).

Şehrin hemen her yerinde açlık, insanlık dışı manzaralara sebebiyet vermiştir (Yakar ve Pusat, 2014). Muharebelerde ise şehir harap olmuş, 30.000 nüfustan geriye 20.000 kişi kalmıştı. Büyük Millet Meclisi, tüm olumsuz şartlara rağmen savunmadan vazgeçmeyen bu şehre, Gazilik unvanını vermiştir. Fransız Doğu Ordusu Komutanı ise Antep'in teslimini, sayı üstünlüğüne rağmen çetin düşman yenilmiştir şeklinde yayınladı. Oysa Abadie (2012), savunmayı övmüş, bu savunmanın, Türk kuvvetlerinin üstün moralinden, istiklâl azim ve iradesinden ileri geldiğini ifade etmiştir. Sonuç itibarıyla, halk tarafından savunulan bir şehrin, Antep kadar dayandığı tarihte az görülecek bir örnek olarak kayıtlara geçmiştir (Belen, 1973). Bu mücadelede, gerek komuta kademesinde gerek millî kuvvetlerde ismi geçen savunucuların yanı sıra, yüzlerce adsız kahramanın gayretleri vardır.

### Kaynakça

- Hakimiyet-i Milliye*, 11 Şubat 1920.
- Harp Tarihi Vesikaları Dergisi (1956, Mart). E.U Basımevi, 5(15), Ankara .
- Türk İstiklal Harbi (2009). *Güney cephesi. C.4. Genelkurmay Askeri Tarih ve Stratejik Etüt Başkanlığı*. Ankara.
- Askeri Tarih Belgeleri Dergisi (1997, Haziran). Genelkurmay ATASE Başkanlığı Yay., 46(104) Ankara.
- Askeri Tarih Belgeleri Dergisi (ATBD). (2012, Ocak). Genelkurmay ATASE Başkanlığı Yay., (128) Ankara.
- Başbakanlık Cumhuriyet Arşivi (1920). Kararlar Dairesi Başkanlığı. (nu.30-18-1-1/2-33-12).
- Abadie, M. (2012). *Antep ve dört kuşatma (1920-1921)*. (K. Öztaş, Çev.) Gaziantep: YCM Yayınları.
- Akbıyık, Y. (1999). *Milli mücadelede güney cephesi (Maraş)*. Ankara: Kültür Bakanlığı Yayınları.
- Belen, F. (1973). *Türk kurtuluş savaşı*. Ankara: Başbakanlık Basımevi.
- Budak, M. (2003). *İdealden gerçeğe- misak-ı milli'den Lozan'a dış politika*. İstanbul: Küre Yayınları.
- Büyükoğlu, Y. (2012). *Milli mücadele döneminde Güneydoğu Anadolu*. Bursa: Ekin Yayınları.
- Can, F. (1951). Gaziantep müdafaası ve Selahaddin Adil (Paşa). *Tarih Dünyası*, 3(24), 1014-1017.



- Çevikbaş, U. (1963). Ali Kılıç. *Gaziantep Kurtuluş Dergisi*, 4(4), 23.
- Doğan, O. (2017). *Atatürk ilkeleri ve inkılap tarihi*. Kayseri: Not Yayınları.
- Doğanay, B. (1965). Şehir dışı savaşımdan anılar. *Gaziantep Kültür Dergisi*, 8(92), 23-24.
- Erendil, M. (1987a). Gaziantep savunması. *Kemalist Ülkü* (223), 15-16.
- Erendil, M. (1987b). Gaziantep savunması. *Kemalist Ülkü* (225), 15-16.
- Erendil, M. (1987c). Gaziantep savunması. *Kemalist Ülkü* (226), 27-28.
- Fırat, K. (1940). *Urfa savaşı'ndan yapraklar*. Gaziantep: CHP Basımevi.
- Fırat, K. (1943a, Ocak 11). Adsız Kahramanlar, *Yeni Gaziantep Gazetesi*, 191/2
- Fırat, K. (1943b, Ocak 28). Adsız Kahramanlar, *Yeni Gaziantep Gazetesi*, 196/2
- Fırat, K. (1943c, Şubat 4). Adsız Kahramanlar, *Yeni Gaziantep Gazetesi*, 198/2
- Fırat, K. (1943d, Mart 16). Adsız Kahramanlar, *Yeni Gaziantep Gazetesi*, 209/2
- Fırat, K. (1943e, Mart 23). Adsız Kahramanlar, *Yeni Gaziantep Gazetesi*, 211/2.
- Fırat, K. (1943e, Nisan 2). Adsız Kahramanlar, *Yeni Gaziantep Gazetesi*, 214/2.
- Fırat, K. (1943f, Nisan 9). Adsız Kahramanlar, *Yeni Gaziantep Gazetesi*, 216/2.
- Fırat, K. (1943f, Nisan 16). Adsız Kahramanlar, *Yeni Gaziantep Gazetesi*, 218/2.
- Göğüş, A. İ. (1958). Savunmanın son günleri. *Gaziantep Kültür Dergisi* (3), 3.
- Göğüş, M. O. (t.y.). *Gaziantep savaşı'ndan notlar*. Gaziantep: Yayıncı Belirtilmemiş.
- Güngör, M. B. (2004). *Antep harbi*. İstanbul: Eren Yayınları.
- Gürsel, A. (1993). *Gaziantep savunması'nda Şahinbey'in yeri (1919-1920)* (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Hacettepe Üniversitesi, Atatürk İlkeleri ve İnkılap Tarihi Enstitüsü, Ankara.
- Halkevi, G. (1938). *Ali Kılıç-erkinlik savaşı kağırmanlarından*. Gaziantep: Gaziantep Halkevi Dil, Edebiyat, Tarih Şubesi Yayınları.
- Jaeschke, G. (1971). *Kurtuluş savaşı ile ilgili İngiliz belgeleri*. (C. Köprülü, Çev.) Ankara: Türk Tarih Kurumu Yayınları.
- Kılıç, A. (1955). *Kılıç Ali hatıralarını anlatıyor*. İstanbul: Sel Yayınları.
- Lohanizade, M. N. (1989). *Hubb-i istiklalın abidesi Gaziantep müdafaası*. (M. A. Akidil, Çev.) İstanbul: Kastaş A.Ş Yayınları.
- Özdoğan, T. (1989). Milli mücadelede Gaziantep. *Silahlı Kuvvetler Dergisi*, 108(320), 62-75.
- Öztürk, A. (1994). *Milli mücadelede Gaziantep*. Kayseri: Geçit Yayınları.
- Pekdoğan, C. (2014). *Gazi'den gazi'ye- Mustafa Kemal ile muhaberat*. Ankara: Şahsi Yayın.
- Saral, A. ve Saral, T. (1970). *Vatan nasıl kurtarıldı?* Ankara: Türkiye İşbankası Kültür Yayınları.
- Şapolyo, E. B. (1957). *Kuva-yı milliye tarihi*. Ankara : Ayyıldız Matbaası.
- Tek, M. F. (1957). Gaziantep'in düşmesi. *Gaziantep Kültür Dergisi* (2), 8-9.
- Toksoy, A. E. (1938a). Gaziantep müdafaası. *Resimli Ay* (30), 70-82.
- Toksoy, A. E. (1938b). Gaziantep müdafaası. *Resimli Ay* (31), 45-49.
- Tunaya, T. Z. (1981). *Devrim hareketleri içinde Atatürk ve Atatürkçülük*. Ankara: Turhan Kitabevi.
- Ünler, A. N. (1958). Açlık devresinden acı hatıralar. *Gaziantep Kültür Dergisi* (3), 8.
- Ünler, A. N. (1969). *Türk'ün kurtuluş savaşında Gaziantep savunması*. İstanbul: Kardeşler Matbaacılık.
- Üzel, S. (1952). *Gaziantep savaşının içyüzü*. Ankara: Doğu Ltd. O. Matbaası.
- Yakar, H. İ. ve Pusat, G. (2014). *Antep savunması askeri işe defterleri*. Gaziantep: Şehitkamil Belediyesi Kültür Yayınları.
- Yetkin, H. (1970). *Şahin Bey*. Gaziantep: Gaziantep Kültür Derneği Yayınları.
- Yetkin, K. (1958). Gaziantep harbini idare eden teşkilatımız. *Gaziantep Kültür Dergisi* (3), 6-7.

# Selçuklularda Vuku Bulan Taht Kavgaları Üzerine Bir Değerlendirme (Melikşah Dönemi Taht Kavgaları 1072-1092)

## An Appraisal of the Throne Fights in the Seljuks (Throne Fights in the Meliksah (Malik Shah) Period, 1072-1092)

Abdullah BAYINDIR\*

### Öz

Tarih boyunca toplumsal yapı içerisinde yöneten ve yönetilen sınıfların oluşumu siyasal ve sosyal alanlarda yapılan çalışmalarla ortaya konmaya çalışılmıştır. Ancak devlet yönetiminde erk sahibi olan yönetici sınıfla buna tabi olan halkı anlayabilmek için, devlet içerisindeki iktidar mücadelesini de anlamak gerekiyor. Bu nedenle Selçuklu Devleti'ndeki iktidar mücadelelerini anlamak için dönemin şartları göz önünde tutularak halkın yaşam tarzı ve sosyo-kültürel yapısını da anlamak gerekir. Buradan hareketle taht kavgalarını anlatmadan önce eski Türklerdeki hâkimiyet anlayışını ve Selçuklu Devleti'nin yönetim anlayışını da etraflıca ele almak gerekiyor. Selçuklu Devleti üzerinden hareketle, eski Türklerde devlet yapısı, devlet anlayışı ve bu yapının oluşumuna etki eden süreçte ortaya çıkan taht kavgalarının sebeplerini de incelemek ayrıca dönemin daha iyi anlaşılmasını sağlayacaktır.

**Anahtar Kelimeler:** Selçuklu, Melikşah, Taht Kavgaları, İktidar, Kut.

### Abstract

It has been attempted to reveal the formation of the ruling and ruled classes within social structure by the studies in political and social disciplines all throughout history. Nonetheless, it is essential to understand the power struggle within the state so as to evaluate the nature of the ruling class, which exerts control over the administration of state, and the common people who are subject to it. Therefore, it is essential to consider the people's lifestyles and socio-cultural formation in view of the state of affairs during the period in order to grasp the power struggles in the Seljuk State. The notion of reign in the Turks and the concept of governance in the Seljuk State should be discussed in details before elucidating the fights over the throne. In view of the Seljuk State, examining the state structure, the concept of governance and the emergence of the throne fights in the formation of this structural organisation of the Turks will allow a better understanding of the era.

**Key Words:** The Seljuks, Meliksah, Fights for the Throne, Governance, Kut.

### Giriş

Devlet toplum üzerinde hâkimiyet kuran, hukuki bağlamda emretme hak ve yetkisine sahip olan yüksek bir sosyal ve siyasal düzen bütünüdür<sup>1</sup>. İbn-i Haldun, “*Ortaçağ devletleri, asabiyet yönü kuvvetli olan kavimlerce şiddet, kuvvet ve saldırganlıkla elde edilerek kurulurdu. Devletin ömrü, devleti kuran kavmin nüfus bakımından azlık, çokluk ve niteliklerini muhafaza etmeleriyle doğru orantılıydı.*”<sup>2</sup> olarak belirtmiştir. Selçukluların kuruluş dönemi için bu kısımlarda bahsedilen unsurlar açıkça görülmektedir.

Hükümdar kavramı ise taht sahibi, bir ülkeyi tek başına yöneten, gücü elinde bulunduran devlet başkanı anlamına gelir. Türklerde devlet ve hükümdarlık anlayışı oldukça eskiye dayanır ve birbiriyle ayrılmaz bir bütünlük içindedir. Devlet ve hükümdarlık kurumu gelenek olarak çeşitli iç ve dış mücadeleler ile günümüze kadar gelen önemli kavramlardır.

Türk Devletleri'nin tarihi incelendiğinde egemenlik kaynağının Tanrı olduğu görülmektedir. Buna göre Tanrı, egemenliği doğrudan değil bir vasıta aracılığı ile kullanır. Bu vasıtanın ise Türk Kağanı olduğu bilinir. Bu durumda ‘*devleti idare etme gücü ve yetkisi*’, Tanrı tarafından Türk Kağanına verilir. Bu hükümdarlığın Tanrı tarafından verildiğinin kanıtıdır.

\* Dr. Gaziantep Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü. [bayindirabdullah27@gmail.com](mailto:bayindirabdullah27@gmail.com).

<sup>1</sup> İbrahim Kafesoğlu, *Türk milli kültürü*, İstanbul, Ötügen yay., 2000, s. 248; Nur Vergin, *Siyasetin sosyolojisi kavramlar, tanımlar, yaklaşımlar*, İstanbul, Doğan kitap, 2008, s. 30-32; Mehmet Altay Köymen, “Selçuklu devri hukuku”, *Türk dünyası tarih dergisi*, Ankara, Haziran 1992, 66, s. 10-11.

<sup>2</sup> Sezgin Kızılcıkelik, *Sosyoloji tarihi I-İbni Haldun, Machiavelli, Montesquieu ve Rousseau'nun Sosyal teorileri*, Ankara, Anı yay., 2006, s. 47-49.

Türk Kağanı ise kendisini Tanrı tarafından özellikle seçilmiş, doğuştan bazı olağanüstü güç ve yetkilerle ödüllendirilmiş bir kişi olarak görür ve kabul eder.

Tanrı'nın Türk Kağanına bahsettiği bu üstün güç, nitelik ve yetkiler, Göktürk yazıtlarında, "kut" (siyasi iktidar), "ülüg veya ülüş" (kısmet, nasip, pay) ve "küç" (güç) gibi kavramlar olarak belirtilmiştir. Böylece, Türk Kağanına "kut" niteliği ile hükmetme ve hükümdarlık güç ve yetkisi Tanrı tarafından bahşedilmekte ve kendisi siyasi iktidara sahip kişi olarak devletin başına geçmekteydi. Türk Kağanı "ülüg veya ülüş" niteliğiyle ise Türk ülkesinde bolluk ve bereket yaratılmasına vesile olmaktadır. Böylece Tanrı, Türk Kağanına "iktisadi güç" kazandırmaktaydı. Tanrı'nın Türk Kağanına bahsetmiş olduğu son nitelik "küç" ise Türk Kağanının savaş yeteneğini arttırmakta ve ona zaferler kazandırmasını sağlamaktaydı. Bu bilgilere dayanarak söylenebilir ki, Eski Türk devletlerinde, Türk hükümdarları, Tanrı tarafından seçilen ve üstün niteliklere sahip kişiler olarak bilinirler.

Hükümdarlık ise hanedan üyeleri arasında birinden diğerine kan yoluyla geçen bir gelenektir. Buna göre bütün hanedan üyeleri iktidar üzerinde eşit haklara sahip olur. Ancak Tanrı iradesini, hükümdarlığa en çok layık ve yetenekli olan hanedan üyesi üzerinde kullanır. Buna göre iktidar için yapılan mücadeleler sonucunda tahtı ele geçiren hanedan üyesi, Tanrı'nın iradesi tarafından hükümdarlığa seçilmiş kişi olarak kabul edilir. Dolayısıyla eski Türk devletlerinde hanedan üyeleri arasında hükümdarlık için yapılan taht mücadeleleri kaçınılmaz ve meşru bir olay olarak görülmektedir. Mevcut hükümdarın henüz tahtta iken şehzadelerinden birini veliaht olarak ilan etmesi ve bu şehzadenin tahta çıkması dahi hanedan üyeleri arasında oluşabilecek taht kavgalarına engel olamamıştır. Çünkü diğer şehzadeler veliaht olarak ilan edilen şehzadenin kendilerinin hakkını gasp ettiği duygusuna kapılmış ve isyan faaliyetlerinde bulunmuştur. Bu nedenle tahta geçen yeni hükümdarın diğer hanedan üyeleri üzerinde otorite kurması ve düzeni sağlaması çoğu zaman uzun ve zorlu bir mücadeleyi gerektirmiştir. Tahtta hakkı olduğunu düşünen diğer hanedan üyelerinin ve onları destekleyen kitlelerin susturulması ise sadece devletin başına dirayetli ve yetenekli bir hanedan üyesinin geçmesi ile mümkün olabilir.

Türk egemenlik anlayışının doğal sonucu olarak ortaya çıkan taht mücadeleleri incelendiğinde bu konunun hem olumlu hem de olumsuz taraflarının olduğu görülür. Yaşanan taht mücadeleleri uzun ve yıpratıcı bir süreç olsa dahi, devletin idaresinin hanedan üyeleri arasından en dirayetli ve yetenekli olana geçmesi, devletin ve toplumun lehine olan bir durumdur. Bu mücadelelerden dolayı devletin güçten düşüp zayıflaması ise yaşanan bu taht mücadelelerinin olumsuz tarafı olmuştur. Zaten genel anlamda bakıldığında eski Türk devletlerinin dışardan gelen darbelerle değil iç müdahaleler sonucunda yıkıldığı anlaşılıyor. Taht kavgaları da iç müdahalelerin başında gelmektedir. Başlı başına bir sorun teşekkül eden bu duruma yani eski Türk devletlerinde tahta geçecek hükümdarın belirlenmesinde birçok yöntem uygulanmış fakat bu kesin ve belirli bir kurala bağlanamamıştır.

### **İdari Teşkilatın Kurulması, Gelişmesi ve Şekillenmesi**

Selçukluların, Dandanakan zaferinden sonraki durumları tam bir devlet niteliğinde olup atılan adımlar ve icraatlar bu minval üzerine kurulmuştur. Bu açıdan bakıldığında, Dandanakan zaferi sonrası, Gazne topraklarında resmen bir Selçuklu Devleti'nin kurulmuş olması, aynı zamanda Horasan'ın yalnızca fiili olarak değil, resmi manada da Gaznelilerin elinden çıktığını gösterir<sup>3</sup>.

<sup>3</sup> Zafer sonrası artık bir devlet kurduklarından emin olan Selçuklunun üç reisi Tuğrul Bey, Çağrı Bey ve Musa İnanç Yabgu ögle vakitlerine doğru atlarından inerek Tanrıya bu kutlu günü onlara bahsettiği için secdeye varıp dua etmişlerdir. Bkz. Osman Turan, *Selçuklular tarihi ve Türk-İslam medeniyeti*, İstanbul, Ötüken yayınları, s. 106; Köymen, *Selçuklu devri Türk tarihi*, s. 53.

Savaşın hemen sonrasında Selçuklu tahtına oturan<sup>4</sup> Tuğrul Bey devrinde, diğer beylerin de onayıyla, Türkistan hanlarına, Karahanlı hükümdarlarına Buhara'da ki Ali Tekin'in oğullarına, Börü Tekin (Böriteğin)'e ve İran'daki Kâkuyi Emiri Alâüddevle Muhammed'e Tuğrul Bey'in imzasını taşıyan mektuplar (fetihnameler) gönderilir. Bu mektuplarla Gazneliler karşısında galip geldiklerinden başka artık Selçukluların devlet niteliğinde tanınmasına dair durumları ibraz edilmiştir<sup>5</sup>.

Selçuklu beyleri daha sonra aynı ay içerisinde Merv'de Tuğrul Bey'in konuşması ile açılan büyük bir kurultay toplamışlardır. Toplanan bu büyük kurultayda çok önemli kararlar alınmıştır<sup>6</sup>. Tuğrul Bey'in önderliğinde yürütülen kurultayda alınan kararlardan dikkat çekici olanı; Abbasi Halifesi Kaim bi-Emrillah'a detaylı anlatımlar içeren ve Abbasi Halifeliği tarafından tanınmalarını vurgulayan bir mektubun gönderilmiş olmasıdır<sup>7</sup>.

Gönderilen bu mektup, Selçuklu elçisi Abu İshak al-Fuka'i ile Bağdat'a iletilmiştir. Mektupta özellikle, Gazne Sultanı Mahmud ve oğlu Mesud dönemlerinde kendilerine karşı yapılan zulümlerden ve fenalıklardan bahsederken, bu durum karşısında Horasan büyüklerinin onları muhafaza ve himaye ettiklerini, kendilerini savunmak maksadı ile savaştıklarından başka, neticede olarak da zafer kazandıklarını anlatarak Abbasi Halifesini bilgilendirmişlerdir<sup>8</sup>. Ayrıca mektupta, kendilerinin paşazade yani Afrasyab, Oğuz Han soyundan olduklarını; ama Gaznelilerin köle zade olduklarını, Selçukluların merhametli olduklarını, zulmü kaldırıp adaleti getirdiklerini ve Selçuk oğullarının eskiden beri halifeliğe bağlı, saygılı ve sadık olduklarını yazmışlar; aynı zamanda küffara karşı cihat ve gazaya devam edeceklerini belirtmişlerdir<sup>9</sup>.

Selçuklular, bu büyük kurultayda devletin taksimine dair önemli kararlar da almışlardır. Yine kurultayda alınan önemli kararlardan birinde devlet (ülke) ve ileriki zamanlarda fethedilecek yerler ile ilgili olarak, Türk devlet geleneğine göre; Selçuklu başbuğları arasında taksim edilmesi uygun görülerek bölüştürme işlemi gerçekleştirilmiştir<sup>10</sup>. Yine bu cümleden

<sup>4</sup> Zafer haberi Selçukluların savaş öncesi güvenli bölgeye gönderdikleri ağırlıklarına ulaşınca herkes savaş meydanına akın etmiştir. Burada kurulan bir çadıra kurulan tahta oturtulan Tuğrul Bey Horasan Emir'i olarak kabul edilmiş ve bütün beyler tarafından selamlanarak saygı görmüştür. Köymen, *Selçuklu devri Türk tarihi*, s. 53; Turan, *Selçuklular tarihi ve Türk İslam-medeniyeti*, s. 106.

<sup>5</sup> Turan, *Selçuklular tarihi ve Türk İslam-medeniyeti*, s. 106; Kafesoğlu, *Selçuklular ve Selçuklu tarihi üzerine araştırmalar*, s. 27; Köymen, *Selçuklu devri Türk tarihi*, s. 53; Ali Öngül, *Selçuklular tarihi I büyük Selçuklular, Irak, Kirman ve Suriye Selçukluları*, s. 15; ali Sevim & Erdoğan Merçil, *Selçuklu devletleri Tarihi siyaset, teşkilat ve kültür*, s. 34.

<sup>6</sup> Bu kurultaya sırasıyla Çağrı Bey, Tuğrul Bey, Yabgu (Musa İnanç), ordu kumandanları ve reşit olan bütün hanedan mensupları katılmıştır. Dikkat çeken diğer bir hususta Yabgu'nun üçüncü dereceye düşmesi Çağrı Bey'in ise birinci dereceyi almış olmasıdır. Bkz. Köymen, *Selçuklu devri Türk tarihi*, s. 54.

<sup>7</sup> Kafesoğlu, *Selçuklular ve Selçuklu tarihi üzerine araştırmalar*, s. 27; Köymen, *Selçuklu Devri Türk tarihi*, s. 54.

<sup>8</sup> Turan, *Selçuklular tarihi ve Türk İslam-medeniyeti*, s. 106-107.

<sup>9</sup> Gönderilen fetihnamelerin baş kısmında Türklerin hâkimiyet simgelerinden olan *ok* ve *yay* yer alır. Ayrıca Selçuklu tuğrası ve *Tuğra Divanı* müessesesi buradan gelir. Dikkati çeken diğer bir nokta büyük Selçukluların kullanmış oldukları resmi vesikalarda görülen bu hâkimiyet âlâmetleri Türkiye Selçuklularında görülememekle beraber Osmanlı padişahlarının isimleri *ok* ve *yay* biçiminde muhteşem tuğraları teşkil eder. Bkz. Turan, *Selçuklular Tarihi ve Türk İslam-Medeniyeti*, s. 107; Sevim & Merçil, *Selçuklu Devletleri Tarihi Siyaset, Teşkilat ve Kültür*, s. 33; Turan, "Eski Türklerde okun hukuki bir sembol olarak kullanılması", *Ankara, Belleten*, 1945, C. 19. S. 35, s. 305-319; Kafesoğlu, *Selçuklular ve Selçuklu tarihi üzerine araştırmalar*, s. 27; Köymen, *Selçuklu devri Türk tarihi*, s. 54; Öngül, *Selçuklular Tarihi I büyük Selçuklular, Irak, Kirman ve Suriye Selçukluları*, s. 15.

<sup>10</sup> Selçuklular devlet statüsünden evvel kabile tarzı bir teşekkül halinde bulunurken Musa İnanç Yabgu hukuken devletin reisi konumunda görünmekte fakat fiiliyatta kabileyi Tuğrul Bey yönetir. Burada dikkati çeken asıl nokta Selçukluların devlet teşekkülü kazandıktan sonraki devlet idare sistemlerindeki değişikliklerdir. Tuğrul Bey sultan ilan edilerek hem fiiliyatta hem de hukuken devletin reisi konumuna yükselmiştir. Rivayetlere göre Tuğrul Bey Oğuz Han ve Cengiz Han'a dayandırılan birkaç okun kolaylıkla kırılabilir fakat birlik olunursa bu durumun çok daha zor olduğu misalini anlatmış ve birlik olmanın önemini vurgulamıştır. Bu durum karşısında

hareketle Göktürklerde ve Karahanlılarda olduğu gibi Selçuklularda da devlet, hukuki bakımdan hanedan mensuplarının ortak malı sayılması anlayışına dayalı olarak, devletin taksim uygulaması bu anlayış çerçevesinde gerçekleştirilmiştir<sup>11</sup>.

Buna göre; Ceyhun ile Gazne arasındaki bölge (Serahs ve Belh şehirlerinin bulunduğu yer) merkezi Merv olmak kaydıyla ve Batı yönündeki fetihleri üstlenecek olması sebebiyle Melik unvanı konumundaki ordu komutanı Çağrı Bey'e taksim edilmiştir. Yine başkenti Herat olmak kaydıyla; Bust, İsfizar ve Sistan havalisine kadar uzanan bölgeler, fetih faaliyetlerinde bulunmak suretiyle Musa İnanç Yabgu'ya<sup>12</sup> ve başkenti Nişabur olan Irak ve Garp bölgesini de devletin fiilen ve hukuken sultanı konumundaki Tuğrul Bey'e<sup>13</sup> verilmek sureti ile taksim edilmiştir<sup>14</sup>.

Ayrıca hanedanın ikinci derecesinde bulunan ve kendilerine muhtariyet verilmeyen Selçuklu şehzadelerinden olan İbrahim Yınal Kuhistan'a Arslan Yabgu'nun oğlu Kutalmış Gurgan (Cürcan) ve Damgan'a, Çağrı Bey'in oğlu olan Kara Arslan Kavurd Bey ise Kirman bölgesine tayin edilmişlerdir<sup>15</sup>.

Yeni kurulmuş olan Selçuklu Devleti bu üçlü taksime göre ayrılmıştır. Çağrı Bey ve Musa İnanç Yabgu, kendi hâkimiyet bölgelerinde öncelikle Tuğrul Bey'in adı olmak sureti ile adlarına hutbe okutup, para bastırabilecekleri gibi kapılarında günde üç defa nevbet (bando)<sup>16</sup> çaldırabilecekler, bunun yanı sıra başlarında hükümdarlık simgelerinden olan çetr (şemsemizalle)<sup>17</sup> taşıyabileceklerdir<sup>18</sup>. Nitekim her ikisi de Tuğrul Bey'e kati surette tabi olacaklardır. Diğer taraftan kendilerine muhtariyet yetkisi verilemeyen hanedanın ikinci dereceden şehzadeleri doğrudan Tuğrul Bey adına bu işlemleri yapacaklardır. Netice itibari ile devletin merkezinde bulunan Tuğrul Bey'e feodal bir bağ şeklinde bağlanan devlet, bu şekilde taksim edilmiştir<sup>19</sup>.

### Yönetim Ve Tahta Geçiş Süreçleri

Eski Türk devletlerinin en önemlisi olarak kabul edilen Selçuklu Devletinin tarihine bakıldığında ise, dönemin şartlarına göre tahta geçişlerde farklı uygulamalar görülmüştür.

diğer beyler Tuğrul Bey'e hak vererek ona söz vermiş ve birlik olacaklarını belirtmişlerdir. Turan, *Selçuklular tarihi ve Türk İslam-medeniyeti*, s. 106-109.

<sup>11</sup> Kafesoğlu, *Selçuklular ve Selçuklu tarihi üzerine araştırmalar*, s. 26-27; Turan, *Selçuklular tarihi ve Türk İslam-medeniyeti*, s. 106-109; Bahattin Ögel, *İslamiyetten önce Türk kültür tarihi*, Ankara, TTK, 2014, s. 134-136.

<sup>12</sup> Kaynaklardan edinilen bilgilere göre Musa İnanç Yabgu ile oğlu Hasan kendi hisselerini birbirine karıştırdıkları ve bazen de Musa İnanç Yabgu'nun Hasan adıyla zikredildiğini yazar. Bu durum İnanç Yabgu'nun oğlu Hasan'ın kudreti ile alakalı bir durum olarak yorumlanmıştır. Turan, *Selçuklular tarihi ve Türk İslam-medeniyeti*, s. 106-109.

<sup>13</sup> Tuğrul Bey kendisine düşen Irak tarafına geçerken yanında hanedanın ikinci derecesinde bulunan Anne bir kardeşi olan İbrahim Yınal, Çağrı Bey'in oğlu Yakuti ve Arslan Yabgu'nun oğlu Kutalmış bulunuyordu. Bu şehzadelere ayrıca muhtariyet verilmemiş hepsi yetkilendirildikleri bölgelerde sultan Tuğrul'un emri altında hareket etmişlerdir. Köymen, *Selçuklu devri Türk tarihi*, s. 54.

<sup>14</sup> Öngül, *Selçuklular tarihi I büyük Selçuklular, Irak, Kirman ve Suriye Selçukluları*, s. 15; Sevim & Merçil, *Selçuklu devletleri tarihi siyaset, teşkilat ve kültür*, s. 34; Köymen, *Selçuklu devri Türk tarihi*, s. 53-55.

<sup>15</sup> Kafesoğlu, *Selçuklular ve Selçuklu tarihi üzerine araştırmalar*, s. 27; Turan, *Selçuklular tarihi ve Türk İslam-medeniyeti*, s. 106-107.

<sup>16</sup> Nebbet-hane tarafından beş namaz vaktinde hükümdarın saray kapısı veya saltanat çadırı, üç gündüz namaz vaktinde ise, tabi hükümdarlar ve daha küçük devlet ileri gelenlerinin ikametgâhları önünde çalınan özel bir musiki parçası. Bkz. Erdoğan Merçil, (2007). *Selçuklular'da hükümdarlık alâmetleri*, TTK, Ankara, s. 116-123.

<sup>17</sup> Şemse-mizalle; Güneşten muhafaza için baş üstünde tutulan güneşlik ve şemsiye ile çadır manasındadır. Bkz. Merçil, (2007). *Selçuklular'da hükümdarlık alâmetleri*, s. 103-116.

<sup>18</sup> Öngül, *Selçuklular Tarihi I büyük Selçuklular, Irak, Kirman ve Suriye Selçukluları*, s. 15; Turan, *Selçuklular Tarihi ve Türk İslam-medeniyeti*, s. 107-109.

<sup>19</sup> Sevim & Merçil, *Selçuklu devletleri tarihi Siyaset, Teşkilat ve Kültür*, s. 34; Köymen, *Selçuklu devri Türk tarihi*, s. 53-55; Kafesoğlu, *Selçuklular ve selçuklu tarihi üzerine araştırmalar*, s. 26-27.

Selçuklu dönemi esas alınmak suretiyle bahsi geçen bu uygulamaları şöyle belirlemek mümkündür: Devlet kurucusu olarak tahta çıkmak, veliyaht tayin edilmek suretiyle tahta çıkmak, kuvvet ve mücadele yöntemiyle tahta çıkmak, devlet adamlarının ve komutanların seçim ve tercihi ile tahta çıkmak ve kendisine uyulan hükümdarın menşuru ve onayı ile tahta çıkmak.

Tahta geçmede başvuru bu yöntemler birbiriyle kıyaslandığında Selçuklu Devletinde tahta geçmede uygulanan en önemli yöntem diğer eski Türk egemenlik anlayışlarında olduğu gibi “kuvvet ve mücadele” ile tahta çıkmaktır. Bu mücadele en çok hanedan üyeleri arasında yaşanmış ve birbirlerine karşı isyan faaliyetleri başlatmalarına sebep olmuştur.

Tarihe bakıldığında pek çok devlete sahip olan Türklerin yine tarih boyunca kurmuş olduğu, şüphesiz en önemli devletlerden biri olan Selçuklu Devleti dönemindeki hanedan mensupları arasındaki taht mücadeleleri derinlemesine incelendiğinde, yaşanan taht kavgalarının asıl sebeplerini görmek daha kolay olacaktır<sup>20</sup>.

### Melikşah Devri Taht Kavgaları

Sultan Alparslan 1072 tarihinde vefat ettikten sonra daha önceden veliyaht tayin etmiş olduğu henüz 18-20 yaşlarındaki oğlu Melikşah Selçuklu tahtına geçmiştir<sup>21</sup>.

Melikşah daha küçük yaşlarda babası Alparslan tarafından oldukça iyi bir şekilde eğitilmiş olup aynı zamanda zeki, çevik ve cesur bir kişiliğe sahiptir. Vezir Nizamülmülk ile o genç yaşlarında birçok başarılı faaliyetlerde bulunmuştur. Melikşah'ın bu meziyetlerini göz ardı etmeyen Sultan Alparslan, Melikşah'ın kendisinden büyük kardeşleri olmasına rağmen onu çok küçük yaşlardan beri veliyaht olarak göstermektedir<sup>22</sup>. Kaynaklardan edinilen bilgilere göre Sultan Alparslan, Melikşah'ı tahtın varisi göstererek ailesi içerisindeki düzeni, ahengini bozmak istememiş ve kendi ölümünden sonra Türk devletlerindeki malum hâkimiyet geleneği icabı ortaya çıkabilecek kardeş kavgasının önüne geçmek istemiştir. Bu sebeptendir ki, defalarca yinelediği veliyahtlığı meselesini, Malazgirt zaferinden sonra da tekrarlamıştır<sup>23</sup>.

Nitekim Sultan Alparslan'ın vasiyetini yerine getirmek amacıyla Melikşah'ın Selçuklu tahtına çıkışında vezir Nizamülmülk'ün oldukça önemli katkılarının olduğu bilinmektedir. Bu bağlamda bakıldığında Melikşah'ın tahta çıkış sürecinde, kendisine en büyük tehlikenin amcası Kavurd Bey'den geldiği görülmektedir. Öyle ki daha önce kardeşi Alparslan'ın, Selçuklu hükümdarlığını tanımadığını bildiren Kavurd Bey, yeğeni Melikşah'ın tahta çıkışını da tanımadığını duyurmuş, bu durum kargaşaya neden olmuştur. Kavurd Beyin, kardeşi Alparslan döneminden bu yana Selçuklu hükümdarı olmak gibi bir hayali bulunmaktadır ve bu hayalini gerçekleştirmek için gerek Alparslan döneminin ilk zamanlarında gerekse Alparslan'ın ölümünden hemen sonra isyan girişiminde bulunmuştur. Yeğenin hükümdarlığını da tanımama gerekçesi olarak, Melikşah'ın henüz çok genç yaşta olmasını, kendisinin ise deneyimli, tecrübeli ve yaşının olgun olmasını göstermektedir. Melik Kavurd'un öne sürdüğü

<sup>20</sup> Bkz. Abdullah Bayındır, (2017) “Selçuklularda saltanat mücadeleleri”, (Yayımlanmamış doktora tezi), *Gaziantep üniversitesi sosyal bilimler enstitüsü*. Gaziantep.

<sup>21</sup> Melikşah'ın 6 Eylül 1055-1056 tarihlerinde doğduğu bilinmektedir. Bkz. Merçil, *Müslüman-Türk devletleri tarihi*, s. 55; Sevim & Merçil, *Selçuklu devletleri tarihi siyaset, teşkilat ve kültür*, s. 96; Kafesoğlu, *Selçuklu tarihi*, s. 41; Yusuf Küçükdağ & Caner Arabacı, *Selçuklular ve Konya, Mikro Yayınları, Konya, 1999*, s. 50.

<sup>22</sup> Sultan Alparslan Melikşah'ın veliyahtlığını Maveraünnehir seferine (1072) giderken yaralandığında da yinelemiştir. Öngül, *Selçuklular tarihi I büyük Selçuklular, Irak, Kirman ve Suriye Selçukluları*, s. 71; Sevim & Merçil, *Selçuklu devletleri tarihi siyaset, teşkilat ve kültür*, s. 1150-1151.

<sup>23</sup> Yazıcı, *İlk Türk-İslam devletleri tarihi*, s. 223; Kafesoğlu, *Selçuklular ve Selçuklu tarihi üzerine araştırmalar*, s. 224-225.

bu gerekçenin dışında asıl güvendiği nokta ise Selçuklu ordusundaki bazı emirlerin kendisine destek verip tahta geçmesi için tahrik etmesinden kaynaklanmaktadır<sup>24</sup>.

Nitekim Kavurd Beyin kendince geçerli sebeplerinden dolayı isyan girişiminde bulunup, ülke içerisinde kargaşa çıkarması Melikşah'ı zor durumda bıraktığı da bir gerçektir. Ortaya çıkan bu siyasi kargaşa esnasında Vezir Nizamülmülk, Melikşah tarafını tutmuş ve Selçuklu tahtına onu çıkarmak için elinden geleni yapmıştır<sup>25</sup>. Diğer taraftan Sultan Alparslan'ın ölümü ile durumdan faydalanmak isteyen Karahanlılar ve Gaznelilerin de Kavurd Beyin isyanıyla aynı tarihlerde Selçuklu sınırlarına saldırılarda bulunduğu bilinmektedir<sup>26</sup>.

### **Melikşah-Kavurd Mücadelesi ve Kavurd'un Sonu (1073)**

Sultan Alparslan'ın ölümünden sonra devlet ileri gelenleri onun vasiyetini yerine getirmek için toplanmış ve 24 Kasım 1072 tarihinde Selçuklu Devleti tahtına Melikşah'ı oturtmuşlardır<sup>27</sup>. Bunun dışında Sultan Alparslan ölmeden önce kardeşi Kavurd'un yaptıklarına karşı yine de onu düşünerek, Kirman ve Fars bölgesinin hâkimiyetini ve oğlu Melikşah'a bağlı hüküm sürmesi vasiyet edilmiştir. Yine Alparslan oğlu Melikşah'a amcası Kavurd'a çok fazla güvenmemesi gerektiğini de vasiyet etmiştir<sup>28</sup>.

Buna rağmen kardeşi Alparslan'ın ölümü üzerine Selçuklu tahtı için yeni bir fırsatın doğduğunu düşünen Melik Kavurd, o esnada Umman'da iken derhal harekete geçmiş ve Tuğrul Beyin ölümü ile yarıda kalan arzusunu bir kez daha denemek adına her türlü tehlikeyi de göze alarak mevsimin uygun olmamasına rağmen Kirman'a doğru yola çıkmıştır<sup>29</sup>. Melik Kavurd'un Umman'dan Kirman'a geçişi esnasında birçok gemisi parçalanmış, birçok askeri boğularak birçoğu da soğuktan donarak ölmüştür. Nitekim bütün bu zaiyata rağmen Kavurd Bey, fırsatı elden kaçırmak istememiş, tüm gücüyle tahtı ele geçirmek için mücadelesine devam etmiştir<sup>30</sup>.

Melik Kavurd'un isyan etmesindeki temel sebep malumdur ki, Selçuklu tahtına kendisinin oturması gerektiği düşüncesidir. Diğer yandan henüz 18 yaşında olan Melikşah'ın bilgisiz ve tecrübesiz olduğunu düşünen Kavurd, kendisi gibi hanedan mensubu olan ve gayet tecrübeli ve olgun birinin tahtta olması gerektiğini düşünmektedir<sup>31</sup>.

Bu bağlamda hareket eden Melik Kavurd, Rey ve Hamedan arasında yaşayan Türkmenlerin yardımını almak üzere emrindeki 2 bin atlı ve 4 bin yayadan oluşan kuvvetiyle beraber devletin merkezi Rey'i ele geçirmek üzere derhal yola çıkmıştır. Nitekim Kavurd bu hamleyi yaparken diğer taraftan Melikşah ve Nizamülmülk Selçuklu Devleti'nde oluşabilecek tehlikeyi görerek Melik Kavurd'dan gelebilecek ciddi tehlikeleri önlemek için harekete geçmiş

<sup>24</sup> Öngül, *Selçuklular tarihi I büyük Selçuklular, Irak, Kirman ve Suriye Selçukluları*, s. 72; Köymen, *Selçuklu devri Türk tarihi*, s. 69-71.

<sup>25</sup> Kirman Selçukluları'nın melik'i Kavurd Bey, kardeşinin ölümünü fırsat bilerek yıllardır aklında olan Selçuklu hükümdarlığını ele geçirmek amacıyla derhal harekete geçmiş ve isyan girişiminde bulunmuştur. Kavurd'un isyan girişimi, ilgili bölümde detaylı şekilde anlatılacaktır. Kafesoğlu, *Sultan Melikşah Devrinde Büyük Selçuklu İmparatorluğu*, s. 19-20; Turan, *Selçuklular tarihi ve Türk İslam-medeniyeti*, s. 197; Kafesoğlu, *Selçuklular ve Selçuklu tarihi üzerine araştırmalar*, s. 223-224.

<sup>26</sup> Kafesoğlu, *Selçuklular ve Selçuklu tarihi üzerine araştırmalar*, s. 224; Sevim & Merçil, *Selçuklu devletleri tarihi siyaset, teşkilat ve kültür*, s. 99-101.

<sup>27</sup> Ahmed bin Mahmud, *Selçukname I*, s. 117-118; İbnü'l-Esîr, X, s. 81-82; Sevim & Merçil, *Selçuklu devletleri tarihi siyaset, teşkilat ve kültür*, s. 100-101; Merçil, *Kirman Selçukluları*, 1980, s. 29-30.

<sup>28</sup> İbnü'l-Esîr, X, s. 80-81; Öngül, *Selçuklular tarihi I büyük Selçuklular, Irak, Kirman ve Suriye Selçukluları*, s. 71-72; Merçil, *Kirman Selçukluları*, 1980, s. 44-45.

<sup>29</sup> Kaynaklarda Melik Kavurd'un isyan ettiği mevsim hakkında çelişkiler bulunmaktadır. Bazı kaynaklar bahar ayını işaret ederken bazı kaynaklar ise kış aylarını göstermektedir. Bu konuda Bkz. Merçil, *Kirman Selçukluları*, 1980, s. 48-50.

<sup>30</sup> Sevim & Merçil, *Selçuklu devletleri tarihi siyaset, teşkilat ve kültür*, s. 99; Öngül, *Selçuklular tarihi I büyük Selçuklular, Irak, Kirman ve Suriye Selçukluları*, s. 71-72.

<sup>31</sup> Turan, *Selçuklular tarihi ve Türk İslam-medeniyeti*, s. 197.

devletin merkezine ondan evvel varmışlardır<sup>32</sup>. Melikşah ve Nizamülmülk, Kavurd'un planını bozarak bahsi geçen Türkmenleri yanlarına çekmişlerdir. Bunun için de Sultan Alparslan'ın Rey Kalesi'nde bulunan hazinesinden 500 bin altın, 5 bin elbise ve çeşitli silahları Türkmenlere dağıtıp onları kendi saflarına çekmeyi başarmışlardır. Nitekim planı bozulan Kavurd Bey, Melikşah'tan sonra geldiği Hamedan bölgesindeki Türkmenlerin desteğinden mahrum kalmıştır<sup>33</sup>.

Nihayet amca yeğen yanındaki kuvvetlerle birlikte Nisan -Mayıs 1073 yılında karşı karşıya gelmişlerdir. Yaşanan çetin ve acımasız savaşın ardından Melik Kavurd'un kuvvetleri dağılmış ve Melikşah karşısında daha fazla tutunamamıştır. Hal böyle iken Kavurd canını kurtarmak için Hamedan Dağına doğru çekilmiştir<sup>34</sup>.

Melikşah'ın kuvvetleri savaş sonrası geride kalan Kavurd'un mallarını yağma ederken Melikşah'ın yanına gelen bir köylü, Kavurd'un ve oğlunun yakın bir köyde saklandığını söylemesi üzerine, Melikşah Emir Temirel kumandasında gönderdiği bir miktar kuvvetle onu esir almıştır. Melik Kavurd bu süreç boyunca birçok kez yalvarmasına ve af dilemesine rağmen bu isteği dikkate alınmamıştır<sup>35</sup>.

Kaynaklar esir alınan Kavurd'un öldürülmesi ile ilgili farklı rivayetler aktarmaktadırlar. Bu kaynaklardan bazıları Kavurd'un zehirlenerek öldürüldüğünü aktarırken bazıları ise kut anlayışına uygun olarak yayının kirişi ile boğdurularak öldürüldüğünden bahsetmektedir<sup>36</sup>.

Yine kaynaklara göre Sultan Melikşah, Veziri Nizamülmülk ile yaptığı bir konuşmada; amcanın baba yarısı olduğunu bu sebepten ötürü onu öldürmek istemediğini dile getirmiştir. Nitekim Vezir, eğer o senin yerinde olsaydı seni affetmezdi, sözüne itimat ederek ve amcası Kavurd'un başından beri ülkeyi soktuğu sıkıntıların artık yeterli olduğunu düşünerek Sa'd'ud-Devle Gevherâyin'i yanına çağırtrmış ve Melik Kavurd'un öldürülmesini emretmiştir. Emri alan Gevherâyin beraberinde tek gözü kör bir Ermeni ile Kavurd'un yanına gitmiş, Kavurd onları görünce, ne için geldiklerini anlayarak, artık hükümdarlık iddiasında bulunmayacağını, isyan etmeyeceğini ve sahip olduğu bütün mallarla beraber şehir ve kaleleri Sultana bırakacağını söylemiş, kendisinin de mescitte oturup, dünyadan göç edinceye kadar Allah'a tövbe etmekle meşgul olacağını dile getirmiştir. Nitekim onun bu yalvarışları fayda etmemiş, rivayete göre tek gözlü Ermeni kendi yayının kirişi ile Kavurd'u boğarak öldürmüştür<sup>37</sup>.

Yine kaynakların aktardığı başka bir rivayete göre de Kavurd Nisan -Mayıs 1073 tarihinde Hamedan'a götürülüp Ebu Hâsim Caferî'nin evinde hapsedilmiştir. Birkaç gün sonra Melikşah bu eve gelmiş ve Kavurd'un yanına Kıpçaklardan birini göndermiştir. Kavurd bu adamı gördüğü zaman ne için geldiğini anlayınca biraz beklemesini istemiş, iki rekât namazını kıldıktan sonra hazır bekleyen Kıpçak ile baya bir boğuşmanın ardından kuvvetli olan Kıpçak üstün gelerek onu yayının kirişi ile boğmuştur<sup>38</sup>.

Anlatılan rivayetler birbirine benzemekle birlikte birinde Ermeni bir kölenin diğerinde ise Türk asıllı bir kölenin Melik Kavurd'u öldürmesi dikkat çekicidir. Başka bir rivayette ise Kavurd'un yakalandıktan sonra kahrından dayanamayıp zehir içtiği ve öldüğü şeklindedir<sup>39</sup>.

<sup>32</sup> Merçil, *Kirman Selçukluları*, 1980, s. 74-75.

<sup>33</sup> Ahmed bin Mahmud, *Selçukname I*, s. 120; Kafesoğlu, *Sultan Melikşah devrinde büyük Selçuklu İmparatorluğu*, s. 19-21.

<sup>34</sup> Öngül, *Selçuklular tarihi I büyük Selçuklular, Irak, Kirman ve Suriye Selçukluları*, s. 73.

<sup>35</sup> Sevim & Merçil, *Selçuklu devletleri tarihi siyaset, teşkilat ve kültür*, s. 102.

<sup>36</sup> Reşidü'd-din Fazlullâh, s. 120.

<sup>37</sup> Köymen, *Selçuklu devri Türk tarihi*, s. 70-71; Merçil, *Kirman Selçukluları*, 1980, s. 75.

<sup>38</sup> Sevim & Merçil, *Selçuklu devletleri tarihi siyaset, teşkilat ve kültür*, s. 102.

<sup>39</sup> Bahsi geçen iddianın, Vezir Nizamü'l-Mülk'ün kendisinden "ikta, nanpare ve cameği" gibi tahsisatlarının arttırılmasını, aksi takdirde Kavurd'un saflarına geçeceklerini belirten bazı ordu mensuplarına karşı söylediği



Anlatılan bu hususların hepsi arasındaki benzer yönün Kavurd'un anılan tarihte öldürülmüş olduğu ve burada Melikşah'ın artık taht için mücadele eden bir hanedan üyesinin hayatına son vermek istemesidir. Konu tartışmaya açık olmakla beraber elde edilen kaynakların gösterdiği kadarıyla da Melik Kavurd'un öldürülme hadisesi bu şekilde gerçekleşmiştir.

Öte yandan Kavurd'un isyanında yanında olan ve savaş sonrası esir düşerek gözlerine mil çekilen çocuklarının sayısı hakkında da kaynaklarda farklı bilgiler mevcuttur. Buna göre bazı kaynaklar yedi çocuğunun da savaşa katıldığını belirtirken, başka bir kaynakta ise iki çocuğunun öldüğünü, üçünün ise kör edildiğini aktarmaktadır.

Netice itibari ile Melikşah saltanatının ilk yıllarında karşılaştığı babası Alparslan döneminden kalma amcası Kavurd'un da saltanat mücadelesindeki yerine son vermiştir. Nitekim saltanat mücadeleleri bununla bitmemiş, Kavurd'un akabinde ortaya çıkan kardeşi Tekiş'in saltanat mücadelesi de Sultan Melikşah'ı oldukça uğraştırmıştır.

### **Melikşah-Melik Tekiş Mücadelesi 1081-1085**

Şihâbüddeve Tekiş (Tokiş)'de Sultan Alparslan'ın çocuklarından olup aynı zamanda Selçuklu tahtında hak sahibi olan bir Meliktir. Melikşah'ın Sultanlığı döneminde ona Belh ve Toharistan bölgeleri ikta olarak verilmiştir<sup>40</sup>.

Sultan Melikşah tahta geçip Kavurd meselesini hallettikten sonra kardeşi Tekiş (Tokiş)'in hem de iki defa 1081 ve 1085'de isyanı ile karşılaşmıştır. Tekiş'in isyan etmesindeki sebeplere bakıldığında, Selçuklu Devleti tahtına geçmek niyetinde olmadığı, ama Horosan'da müstakil bir devlet kurma niyetiyle hareket ettiği anlaşılmaktadır<sup>41</sup>.

Bu bağlamda Sultan Melikşah, 1074-1075 yılında akrabalarını ziyaret maksatlı Herat'a geçmiştir. Bu sırada Belh'de bulunan Melik Tekiş haberi alınca Sultanın huzuruna gelip itaatini arz etmiş ona saygısını göstermiştir. Melikşah'da Tekiş'in bu hareketine karşılık ona bağışlarda bulunarak hil'atler vermiştir. Daha sonra Tekiş görev yeri olan Belh'e dönmüştür<sup>42</sup>.

Buna mukabil Rey'e dönen Sultan Melikşah ordu denetlemesinde bulunduğu Ocak-Şubat 1081 tarihinde şüphelendiği, Türk kıyafetleri içerisinde bulunan 7 bin Ermeni asıllı Selçuklu askerini ordudan ihraç edilmesi için emir vermiştir. Nitekim Sultan, bu askerlerin ihracını emrettiği zaman Vezir Nizamülmülk, "ordudan çıkarılanların askerlik dışında hiçbir mesleklerinin olmadığını, eğer bunlar ordudan ihraç edilecek olursa içlerinden birini seçip, işte Sultan budur demeyeceklerini nereden bilebiliriz. Bu takdirde onlarla uğraşmak durumunda kalırız ve bu durumda da ödediğimiz ücretin kat kat fazlasını onları itaat altına almak için harcarız" diyerek durumun vehametini dile getirmiştir.<sup>43</sup> Fakat Sultan, vezirinin sözlerini dinlemeyerek bu askerleri ordudan atmıştır. Ordudan uzaklaştırılan bu Ermeni asıllı askerler, Busenç (Venec) şehrinde bulunan Tekiş'in yanına gidince Tekiş bunları kabul etmiş ve gücüne güç katmıştır. Ermeni askerlerin Tekiş'in emrine girmesiyle işlerin seyri değişmeye başlamış eli daha da güçlenen Tekiş kendi hâkimiyetini kurmak için zaman kollamaya başlamıştır.

Nitekim aradan çok bir zaman geçmeden tezahür eden olaylar Vezir Nizamülmülk'ü haklı çıkarırcasına gelişmeye başlamıştır. Böylelikle ihraç edilen askerleri de itaatine de alan Tekiş güçlenerek her hanedan üyesinin gönlünde yatan Selçuklu hükümdarı olma hayalini

ifade edilmektedir. Bkz. Taneri, Aydın, "Büyük Selçuklu İmparatorluğunda vezirlik", Ankara, *Ankara üniversitesi tarih araştırmaları dergisi*, 1963, 5(8), ss.75-186.

<sup>40</sup> Köymen, *Selçuklu devri Türk Tarihi*, s. 70-71; Sevim & Merçil, *Selçuklu devletleri tarihi siyaset, teşkilat ve kültür*, s. 144; Turan, *Selçuklular tarihi ve Türk İslam-medeniyeti*, s. 199.

<sup>41</sup> Öngül, *Selçuklular tarihi I büyük Selçuklular, Irak, Kirman ve Suriye Selçukluları*, s. 107.

<sup>42</sup> Kafesoğlu, *Sultan Melikşah devrinde büyük Selçuklu İmparatorluğu*, s. 57-58; Sevim & Merçil, *Selçuklu devletleri tarihi siyaset, teşkilat ve kültür*, s. 144.

<sup>43</sup> İbnü'l-Esîr, x, s. 113; Sevim & Merçil, *Selçuklu devletleri tarihi siyaset, teşkilat ve kültür*, s. 144.

gerçekleştirmek için harekete geçmiştir. Bu suretle hızlı bir şekilde hareket ederek Merv-i Rud, Merv-i Şahican ve Tirmiz gibi şehirlere girmiş buralara hâkim olmuştur<sup>44</sup>. Ayrıca Horasan bölgesine de hâkim olmak isteyen Tekiş, Nişabur'u da ele geçirmek amacıyla hareket etmiştir.

İşte Sultan Melikşah'ın Ermeni askerleri ordudan ihraç etmesi bir yerde de Tekiş'in isyan etme sebebi olmuştur. Bu bağlamda Melik Tekiş'in isyan haberleri dalga dalga yayılmaya başlamış ve haberler Melikşah'a ulaştığında büyük bir yanlış yaptığı düşüncesiyle pişmanlık yaşamıştır. Fakat son pişmanlığın fayda vermeyeceğini düşünen Sultan Melikşah, Tekiş'in isyanını bastırmak için derhal harekete geçmiştir. Bu minvalde süratle hareket ederek Tekiş'ten önce Nişabur'a girmiş ve buradaki hâkimiyetini ortaya koymuştur. Melikşah'ın Nişabur'u ele geçirdiği haberini alan Tekiş ise ilerlemekten vazgeçerek Tirmiz şehrinde konaklamak zorunda kalmıştır<sup>45</sup>.

Durum bu şekilde olunca Melikşah, kardeşini 1081-1082 yılında Tirmiz'de kuşatma altına alarak onu buraya kıstırmıştır<sup>46</sup>. Bu durum karşısında yapacak bir şey bulamayan Tekiş, almış olduğu esirleri serbest bırakarak Sultandan af dileğinde bulunmuştur. Kaynakların bizlere aktırdığına göre olayın iç yüzü şu şekilde gelişmiştir. Sultan Melikşah'ın şehri kuşattığı haberi yayılınca, Tekiş'in askerleri mallarını, erzaklarını ve koyunlarını dağların sarp bölgelerine saklamışlar fakat Sultanın ordusu tarafından bu mallar kısa süre içerisinde bulunarak el konulmuştur. Bu durum Tekiş'in ordusu içerisinde büyük yankı uyandırmış ve çalkantıya sebep olmuştur. Askerlerin Melik Tekiş'e karşı cephe almasına sebep olan bu mal kaybı karşısında askerler Tekiş'in üzerine saldırarak derhal Sultan ile anlaşmaya varmasını talep etmişlerdir. Hatta onu daha da zorlayarak eğer Sultan ile barış yapmazsa ordudan ayrılıp Melikşah'a katılacaklarını söyleyerek tehdit vari konuşmalar bile yapılmışlardır. Bu zorlamalara daha fazla dayanamayan Melik Tekiş, Sultana mektup yazarak ona itaatlerini bildirip barış teklifinde bulunmuş, Melikşah da bazı şartlar ileri sürerek Tekiş'in itaatini kabul etmiştir<sup>47</sup>.

Diğer bir rivayete göre de Sultan Melikşah, Tekiş'e Tirmiz'den çıkıp daha önce kendisinin olan Belh'e razı olmasını ve gelip kendisiyle görüşmesini istemiştir. Fakat Tirmiz'den çıkma şartını kabul eden Tekiş, can korkusuyla Sultanla görüşme şartını kabul etmemiştir. Öte yandan bir hanedan üyesi ve kardeşi olan Tekiş'i daha fazla sıkıştırıp onu rencide etmek istemeyen, aynı zamanda kendi itibarını da yitirmek istemeyen Sultan Melikşah, bir miktar Türkmen kuvvetini Tirmiz'de bıraktıktan sonra İsfahan'a doğru hareket etmiştir<sup>48</sup>.

Sultan Melikşah, kardeşi Tekiş'in 1080-1081 tarihlerinde girişmiş olduğu isyan neticesinde ona dokunmamış ve yönetiminde bulunduğu yerde kalmasına izin vermiştir. Nitekim aradan henüz birkaç yıl geçmişken Melik Tekiş'in tekrar isyana kalkıştığı görülmektedir. Kaynaklar, Tekiş'in ikinci isyanını, tıpkı Melik Kavurd gibi yakınındaki adamların etkisinde kalarak çıkarttığını aktarmaktadır<sup>49</sup>. Bu bağlamda ilk isyan girişiminin ardından Sultan Melikşah ile barış yapan Tekiş'in bu hamlesini, içinde bulunduğu zor şartlardan kurtulmak için zaman kazanma yöntemi şeklinde yorumlayabiliriz. Nitekim ilk isyanından sonra sessiz sedasız duran Melik Tekiş'in fırsatını bulduğu ilk anda meydana çıkması bu yorumu güçlendirmektedir. Bu da Sultan Melikşah'ın 1084-1085 yıllarında Musul'a gittiği esnada boşluktan fırsat bularak isyan eden Tekiş'in hakkında yapılan bu yorumları

<sup>44</sup> Bundârî, s. 69-70; Merçil, *Büyük Selçuklu devleti siyasi tarihi*, s. 79-80.

<sup>45</sup> Öngül, *Selçuklular tarihi I büyük Selçuklular, Irak, Kirman ve Suriye Selçukluları*, s. 107.

<sup>46</sup> Bundârî, s. 70; İbnü'l-Esîr, X, s. 113; Merçil, *Büyük Selçuklu devleti siyasi tarihi*, s. 80; Sevim & Merçil, *Selçuklu devletleri tarihi siyaset, teşkilat ve kültür*, s. 145.

<sup>47</sup> İbnü'l-esîr, X, s. 113; Öngül, *Selçuklular tarihi I büyük Selçuklular, Irak, Kirman ve Suriye Selçukluları*, s. 107; Bundârî, s. 70.

<sup>48</sup> Ahmed bin Mahmud, *Selçukname I*, s. 138-139.

<sup>49</sup> Sevim & Merçil, *Selçuklu devletleri tarihi siyaset, teşkilat ve kültür*, s. 145.

doğrulamaktadır<sup>50</sup>. Nitekim Sultan Melikşah, 1084-1085 yılında Musul bölgesinde iken Tekiş ikinci kez isyan etmiştir. Mervu'r-Rud ve Mervu's- Şahcan'dan, Serahs'a kadar olan bölgeyi ele geçiren Tekiş, Serahs kalesini kuşatmış ve burada konuşlanmıştır<sup>51</sup>.

Gerçekliği kesin olmamakla beraber başka bir rivayete göre ise Tekiş, Mervu'r-Rud'da konaklamış ve şehri yağmalayarak harap etmiş, yine Mervu's- Şahcan'a geçmiş burada bulunan halk onu şehre almayınca bazı hileler yaparak şehre girmiştir. Şehri yağmalatıp harap eden Tekiş, rivayetlere göre Müslüman ahaliye de pek çok zulüm ve fenalıklar yapmıştır<sup>52</sup>.

Öte yandan Serahs, Mesud bin Yahız et-Türkmanî isimli bir yöneticinin elinde bulunmakta ve gayet müstahkem bir şekilde idare edilen bir şehir olarak bilinmektedir<sup>53</sup>. Nitekim sağlam bir yönetime ve sıkı korunaklı bir kaleye sahip olan şehir, Tekiş tarafından abluka altına alınmış hatta Serahs kalesi üzerinde yoğunlaşan Tekiş'in kuvvetleri, burada Mesud'u köşeye sıkıştırmışlardır. Nitekim Serahs kalesi fazla dayanamayarak düşmek üzereyken Nişabur'da bulunan Nizamülmülk'ün adamlarından Ebu'l-Fütûh et-Tûsi ile Horasan Amîdi Ebu Ali bir plan yaparak onu devreye sokmuşlardır. Plana göre Nizamülmülk'ün yazısını taklit ederek onun ağzıyla Ebu'l-Fütûh'un Mesud bin Yahız'a bir mektup yazmasını kararlaştırmışlardır. Buna göre *Bu mektubu şu gün Rey'den yazıyorum. Yarın sana doğru geliyoruz. Kaleyi muhafaza et. Falanca düşman üzerine ani bir gece baskını düzenleyeceğiz.*<sup>54</sup> İçerikli bir mektup yazılmış ve mektubu güvenli bir şekilde götürmesi için bir casus bulup ona bol miktar para vermiş ve Tekiş'in tarafına göndermişlerdir<sup>55</sup>. Nitekim casus Tekiş'in keşif birlikleri tarafından fark edilip yaklanmış ve onun yanına götürülmüştür. Defalarca işkenceye maruz kalan casus ölüm cezası ile korkutularak konuşturulmuş ve mektubu Tekiş'e vermiştir<sup>56</sup>. Casus planlandığı gibi görevini yerine getirmiş ve kendisinin Sultan ile Nizamülmülk'ün huzurundan ayrıldığını, Melikşah'ın da ordusuyla birlikte Rey'den yola çıktığını söylemiştir. Huzurundakiler ve Tekiş bu sözleri duyup mektubu da okuyunca derhal Serahs önüne kurdukları kuşatmayı kaldırıp geri çekilmişlerdir. Öyle ki çadırlarını, hayvanlarını ve çeşitli malzemelerini dahi almadan kaçan Tekiş ve adamları Melikşah'tan oldukça korkmaktadırlar. Öte yandan kuşatmanın kaldırıldığını gören Mesud, adamları ile Tekiş'in geride bıraktığı mallarını yağmalamışlardır. Melikşah'dan korkarak kaçan Tekiş, Merv'e sığınmayı amaçlamışsa da halk onu kabul etmemiş kale kapılarını kaptarak bir müddet direnmişlerdir. Bu durumda Merv'e giremeyen Tekiş, ikinci bir seçenek olarak Venec kalesine çekilmek durumunda kalmıştır<sup>57</sup>.

Bu olaylar vuku bulurken Sultan Melikşah, beraberinde: Artuk, Bozan, Porsuk, Kumaç ve Ayaz gibi Selçuklu Devleti'nin ileri gelen emirleri ile beraber süratle Musul'dan ayrılarak önce Rey'e, daha sonra da kısa süre içinde Nişabur'a ulaşmıştır<sup>58</sup>. Emir Bozan komutasındaki Sultanın öncü kuvvetleri de Serahs'a geldikten sonra. Burada Mesud bin Yahız, Bozan ve

<sup>50</sup> Mevdûdî, *Selçuklular tarihi I*, s. 270; Turan, *Selçuklular tarihi ve Türk İslam-medeniyeti*, s. 199.

<sup>51</sup> Öngül, *Selçuklular tarihi I büyük Selçuklular, Irak, Kirman ve Suriye Selçukluları*, s. 107.

<sup>52</sup> Ahmed bin Mahmud, *Selçukname I*, s. 143-144.

<sup>53</sup> Sevim & Merçil, *Selçuklu devletleri tarihi siyaset, teşkilat ve kültür*, s. 145; Merçil, *Büyük Selçuklu devleti siyasi tarihi*, s. 79-80.

<sup>54</sup> Öngül, *Selçuklular tarihi I büyük Selçuklular, Irak, Kirman ve Suriye Selçukluları*, s. 108.

<sup>55</sup> İbnü'l-Esîr, X, s. 126.

<sup>56</sup> Bundârî, s. 70-71; İbnü'l-Esîr, X, s. 127.

<sup>57</sup> Mevdûdî, *Selçuklular Tarihi I*, s. 270-271; İbnü'l-Esîr, X, s. 128; Müneccimbaşı, I, s. 55-56; Bundârî, s. 70-71; Kafesoğlu, *Sultan Melikşah devrinde büyük Selçuklu İmparatorluğu*, s. 58-59; Öngül, *Selçuklular tarihi I büyük Selçuklular, Irak, Kirman ve Suriye Selçukluları*, s. 108.

<sup>58</sup> Ahmed bin Mahmud, *Selçukname I*, s. 144-145; Öngül, *Selçuklular tarihi I büyük Selçuklular, Irak, Kirman ve Suriye Selçukluları*, s. 108; Sevim & Merçil, *Selçuklu devletleri tarihi siyaset, teşkilat ve kültür*, s. 145.

Porsuk'un askerleri birleşerek Tekiş'i takibe başlamışlardır. Nihayet Tekiş, 2 Ekim 1085 tarihinde sığınmış olduğu Venec kalesinden direnmesine rağmen çıkarılmıştır<sup>59</sup>.

Sultan Melikşah kardeşi tutuklanıp esir alınca onun hemen öldürülmesi emrini vermemiştir. Onun yerine gözlerine mil çektirilen kardeşine merhamet edip affetmiştir<sup>60</sup>. Melikşah kardeşi Tekiş'i saltanat mücadelesinden uzaklaştırmak adına yaptığı bu cezalandırma ile onu Dâmegân'daki Fîruzkuh kalesine göndermiş ve hayatının sonuna kadar burada tutsak kalmasını emretmiştir. Böylelikle önemli bir sorundan kurtulmuş olan Melikşah batıda yürütmüş olduğu fetih hareketleri esnasında kendisine engel olan kardeşini de etkisiz hale getirerek rahat hareket etme imkânına sahip olmuştur<sup>61</sup>.

Tüm bu durumlardan sonra Melikşah, Melik Tekiş'in yönetiminde bulunan bölgeye oğlu Ahmed'i görevlendirmiştir. Öte yandan Sultan Melikşah, kardeşi Tekiş'i affederek ikinci kez örnek davranış sergilemiştir.

Yine bu bağlamda Melik Tekiş'in ölümü, Sultan Melikşah'ın ölümünden sonra Selçuklu tahtına geçen Sultan Berkyaruk, yani yeğeni tarafından olmuştur. Melikşah'ın emriyle gözlerine mil çektirilip hapse atılan Tekiş'i, Berkyaruk Sultan olunca buradan çıkarıp Bağdat'a getirilmiştir. Gözleri kör olsada sonuçta Tekiş, hanedan üyesi olduğu için tekrar bir isyan girişiminde bulunmasın diye Berkyaruk onu gittiği her yere yanında götürmüştür. Rivayetlere göre bir müddet sonra Tekiş'in Belh ve Toharistan'a dönme niyetinde olduğunu ayrıca Tutuş ile mektuplaşmalarını fark eden Sultan Berkyaruk, babası Melikşah kadar merhamet göstermeden Mart-Nisan 1094 tarihinde Sâmera'da Tekiş'i ve oğlunu Türk töresi gereğince yaylarının kirişi ile boğdurarak öldürtmüştür. Tekiş'in cesedi Bağdat'ta defnedilmiştir<sup>62</sup>.

Yine Sultan Melikşah döneminde değinilecek önemli mevzulardan bir diğeri de Nizamülmülk ile arasındaki anlaşmazlıktır<sup>63</sup>. Öyle ki Nizamülmülk yıllarca vezirliğini yaptığı Selçuklu Devleti'nin, sultandan sonraki en önemli mevkideki adamıdır. Diğer bir deyişle: Sultan Alparslan devrinin başlangıcından beri 30 seneye varan süre zarfında devlette kendisine sarsılmaz bir mevki yapan Nizamülmülk, bu avantajını kullanarak birçok yakın akrabasını devletin önemli mevkilerine yerleştirmiş ve kendi otoritesini elden kaybetmemek için 20 bin kişilik özel askerlerden (Gulâmlar)'dan<sup>64</sup> oluşan askerlerini ülkenin çeşitli yerlerinde vazifelendirmiştir<sup>65</sup>. Nizamülmülk'ün kendi otoritesini ve yetkilerini korumak için diğer devlet adamlarına göz açtırmaması kıskançlığa ve düşman kazanmasına sebep olmuştur. Bu yüzden sürekli Sultan Melikşah'a, Nizamülmülk aleyhinde şikâyetlerde bulunuyorlardı. Gitgide artan bu şikâyetler, Sultanın eşi Terken Hatun tarafından da değerlendirilmeye başlayınca Sultan, Nizamülmülk ile arasına mesafe koymuştur. Burada Terken Hatunun, Nizamülmülk'e karşı düşmanca tavırlar içerisine girmesinin sebebi, Sultan Melikşah'ın veliahdının kimin olacağı

<sup>59</sup> Ahmed bin Mahmud, *Selçukname I*, s. 148; Sevim & Merçil, *Selçuklu devletleri tarihi siyaset, teşkilat ve kültür*, s. 146.

<sup>60</sup> İbnü'l-Esîr, X, 128; Mevdüdi, s. 271.

<sup>61</sup> Ahmed bin Mahmud, *Selçukname I*, s. 149-150.

<sup>62</sup> İbnü'l-Esîr, X, 128; Ahmed bin Mahmud, *Selçukname I*, s. 149-150; Öngül, *Selçuklular tarihi I büyük Selçuklular, Irak, Kirman ve Suriye Selçukluları*, s. 149.

<sup>63</sup> Sevim & Merçil, *Selçuklu devletleri tarihi siyaset, teşkilat ve kültür*, s. 159-165; Öngül, *Selçuklular tarihi I büyük Selçuklular, Irak, Kirman ve Suriye Selçukluları*, s. 129.

<sup>64</sup> Gulâm sistemi ile ilgili olarak, sistemin uygulanmasına dair Müslüman Türk devletlerinde çeşitli araştırmalar mevcuttur. Bu araştırmalara göre; *esir veya köle olarak hizmete alınan kimselerin, kabiliyetleri ve aldıkları eğitim neticesinde kazandıkları becerileri doğrultusunda başta ordu olmak üzere çeşitli devlet hizmetlerinde isdiham edilmesi suretiyle işleyen mekanizma*'ya verilen isimdir. İslam medeniyetine has bir kurum olarak ortaya çıkan sistem ilk olarak Hz. Ömer döneminde başlamış ve bunu takip eden Emeviler ve özellikle Abbasiler döneminde gelişip olgunlaşmış ve buradan da tüm İslam devletlerinde idari ve askeri yapının vazgeçilmez bir unsuru olmuştur. Bkz. Erkan Göksu, *Türkiye Selçuklularında ordu*, Ankara, TTK, 2010, s. 26-33.

<sup>65</sup> Kafesoğlu, *Sultan Melikşah devrinde büyük Selçuklu İmparatorluğu*, s. 197.

meselesidir<sup>66</sup>. Netice itibariyle, Sultan Melikşah'ın 1092'de Bağdat'a üçüncü kez gidişi esnasında Nihavend yakınlarında Sihne denen yerde konakladıkları bir gün, Bâtını fedaisi Ebû Tahir Arrani adındaki Deylemlî bir genç tarafından hançerlenerek öldürülmüştür<sup>67</sup>. Nizamülmülk'ün cenazesi İsfahan'da yaptırılan Türbe-i Nizam'a defnedilmiştir (14 Ekim 1092)<sup>68</sup>.

Devlet için birçok faydalı işler yapan ve Sultan Melikşah'ın ilk günlerinden beri yanında olan ayrıca Melikşah'ın yaptığı fetih politikaları ve devlet teşkilatlanmasında önemli fikir sahibi olan Nizamülmülk'ün öldürülmesinin ardından büyük bir yasa giren Müslümanlar çok üzölmüşlerdir. Nitekim Nizamülmülk'ün yerine vezir olarak Tacülmülk Ebul Ganaim getirilmiştir<sup>69</sup>.

Bu gelişmelerden sonra, Sultan Melikşah yoluna devam ederek Bağdat'a geçmiştir (28 Ekim 1092). Burada daha önceden kızını verdiği Halife Muktedi ile anlaşmazlığa düşen Melikşah şehri terk etmesini istemiştir tam bu sırada şehirden ayrılmak için hazırlık yapan Halife, Sultanın ölüm haberini alınca Bağdat'ta kalmıştır. Kaynaklardan anlaşıldığı kadarıyla Sultan Melikşah, Halifeye şehri terk etmesini emrettikten sonra ava gitmiştir. Av sırasında hastalanan Sultan, Bağdat'a dönmüştür. Nihayet Nizamülmülk'ün öldürülmesinden 35 gün sonra henüz 38-40 yaşında iken hastalıktan kurtulamayarak vefat etmiştir (19 Kasım 1092)<sup>70</sup>. Terken Hatun tarafından ölümü gizlenen Sultan için Türk töresi gereği atların kuyruğu kesilmemiş, gözyaşı dökülmemiştir. Bu durum Sultan Melikşah'ın suikast sonucu öldürülmüş ihtimalini de kuvvetlendirmektedir. Nitekim bir süre Bağdat'ta kalan cenaze daha sonra İsfahan'a nakledilerek kendisi için yaptırdığı türbeye defnedilmiştir<sup>71</sup>.

Nitekim Melikşah'ın ölümü ile ilgili kaynaklarda farklı bilgiler bulunmakla beraber Sultanın öldürülmüş olabileceği ihtimali de çok kuvvetli bir görüştür. Halife Muktedi ile anlaşmazlıkta olan Sultan, aynı zamanda Nizamülmülk taraftarlarınca da suçlu bulunduğu için zehirlenerek öldürülmüş olabileceği kuvvetle muhtemeldir. Diğer taraftan kendi oğlunu sultan yapmak niyetinde olan Terken Hatun tarafından zehirlenerek öldürülmüş olması da bu görüşler içerisinde en kuvvetli olanıdır<sup>72</sup>.

<sup>66</sup> Sultan Melikşah'ın kendisinden sonra veliaht olarak tayin ettiği *Ahmet* ve *Davut* adındaki oğulları öldüğü sultana veliaht olarak öne çıkan iki tane aday bulunmaktadır. Bunlardan birisi Melikşah'ın amcası Yakuti'nin kızı Zübeyde hatundan doğan *Berkyaruk*'tur. Ki yaşça büyük olduğu için Nizamülmülk bu adayı desteklemektedir. Karşı taraftan ise ikinci aday olarak Terken Hatun'un oğlu *Mahmut* bulunmaktadır. Haliyle Terken Hatun oğlunu desteklediği için Nizamülmülk ile araları açılmış ve birbirine düşman olmuşlardır. Bkz. Sevim & Merçil, *Selçuklu devletleri tarihi siyaset, teşkilat ve kültür*, s. 164; Kafesoğlu, *Sultan Melikşah devrinde büyük Selçuklu İmparatorluğu*, s. 199-200.

<sup>67</sup> İbnü'l-Esir, V, s. 360- VIII, s. 444; er-Râvendî, I, s. 132, Reşidüddîn, s. 134, Münecimbaşı, I, s. 61; Küçükdağ & Arabacı, *Selçuklular ve Konya*, s. 54.

<sup>68</sup> Nizamülmülk'ün Batını fedaisi tarafından hançerlenerek öldürölme sebebi; Hasan Sabbah ve taraftarlarını ortadan kaldırmak için mücadele etmesidir. Ve nitekim Hasan Sabah bu baskılardan kurtulmak için adamlarından Ebul Tahir'i görevlendirerek suikast sonucu onu öldürtmüştür. Bkz. Sevim & Merçil, *Selçuklu devletleri tarihi siyaset, teşkilat ve kültür*, s. 165-166; Kafesoğlu, *Sultan Melikşah devrinde büyük Selçuklu İmparatorluğu*, s. 203; İbnü'l Esir, X, s. 40.

<sup>69</sup> Sevim & Merçil, *Selçuklu devletleri tarihi siyaset, teşkilat ve kültür*, s. 166-167; Öngöl, *Selçuklular tarihi I büyük Selçuklular, Irak, Kirman ve Suriye Selçukluları*, s. 136.

<sup>70</sup> Sevim & Merçil, *Selçuklu devletleri tarihi siyaset, teşkilat ve kültür*, s. 168-171; Küçükdağ & Arabacı, *Selçuklular ve Konya*, s. 54-55.

<sup>71</sup> Öngöl, *Selçuklular tarihi I büyük Selçuklular, Irak, Kirman ve Suriye Selçukluları*, s. 138.

<sup>72</sup> Kaynaklara göre zehirleme olayı Melikşah'ın hizmetkârlarından *Hurdik* tarafından gerçekleştirilmiştir. *Hurdik* kulak karıştırıcı aletini zehirlemiştir ve sultan da bunu kullanınca birkaç gün içerisinde hastalanarak ölmüştür. Daha fazla bilgi için Bkz. Mateos, s. 178; Sevim & Merçil, *Selçuklu devletleri tarihi siyaset, teşkilat ve kültür*, s. 168-172.

Sultan Melikşah gerek Müslüman gerekse Hristiyan tarihçi ve araştırmacı yazarlar tarafından daima övgülere layık görülmüş bir hükümdardır. Bu tarihçilerin naklettiklerine göre; Melikşah'ın hükümdarlık yılları genel bir huzur, adalet ve güvenliği yüksek yıllar olarak geçmiştir. İyi niyetli ve hoşgörü sahibi olan Sultanın döneminde yollar güvenli hale getirilmiş, insanlar rahatlıkla ticaret yapabilmiş, halk huzur içerisinde ve bereketli yıllar geçirmiştir. Birçok önemli fetihler yaparak ülke sınırlarını Çin'den, Boğaziçi'ne, Kafkaslardan Yemen ve Aden'e kadar genişleten Sultan Melikşah, arkasında oldukça güçlü ve büyük bir devlet ile: Berkyaruk, Muhammed Tapar, Sencer ve Mahmud adında dört oğul bırakmıştır. Nitekim onun da babası gibi erken yaşlarda ölümü, Selçuklu Devleti'nin kaderini oldukça etkileyen bir olay olmuştur<sup>73</sup>.

**Tablo 1:** Büyük Selçuklu sultanları

|   |                                    |           |
|---|------------------------------------|-----------|
| 1 | Sultan Tuğrul Bey bin Mikhâil      | 1040-1063 |
| 2 | Sultan Alparslan bin Çağrı Bey     | 1063-1072 |
| 3 | Sultan Melikşah bin Alparslan      | 1072-1092 |
| 4 | Sultan Berkyaruk bin Melikşah      | 1092-1104 |
| 5 | Sultan Muhammed Tapar bin Melikşah | 1105-1118 |
| 6 | Sultan Sencer bin Melikşah         | 1119-1157 |

**Kaynak:** Öngül, *Selçuklular tarihi I büyük Selçuklular, Irak, Kirman ve Suriye Selçukluları*, s. 519.

### Sonuç

Devlet yapısında ortaya çıkan siyasi dalgalanmaları açıklayabilmek için merkezi hükümete karşı girişilen isyan hareketlerinin nedenlerini, geliştikleri sosyal ve siyasi ortamı, devletin gidişatına etkileri ve doğurdukları sonuçları iyi bilmek gerekir. Örneğin Selçuklu hanedan üyelerinin sık sık kendi aralarında çatışmaya girmesi devleti zamanla yıpratana ve ilerlemesine, kökleşmesine engel olan bir boyut kazanmıştır. Zira bir devletin sürekliliğinin ve güçlü bir otorite oluşturmasının önündeki engellerden en önemlilerinden birisi, iktidara karşı yapılan isyan girişimleridir.

Bahsi geçen taht mücadelelerinden bazıları kısa vadede sonuçlanırken, bazılarıysa uzun sürmüş ve devlete ciddi zararlar vermiştir. Genellikle hükümdarın ölümünden sonra ortaya çıkan bu mücadeleler, kardeşler arasında yaşanmakla kalmayıp, tahtın diğer varislerinin de dâhil olmasıyla devlet otoritesine ciddi zararlar vermiştir. Gerek siyasi tahrikler gerekse dini etkenlerin fitilini ateşlediği bu mücadeleler, Selçuklu Devleti'nin kısa zamanda çökmesine ve dağılmasına sebep olmuştur.

### Kaynakça

- Ahmed Bin Mahmud, (2011). *Selçukname*, Haz. Erdogan Merçil, İstanbul, Bilge kültür sanat, 344 s.
- Bayındır, A. (2017). "Selçuklularda saltanat mücadeleleri", (Yayımlanmamış doktora tezi), *Gaziantep üniversitesi sosyal bilimler enstitüsü*. Gaziantep.
- Bundâri, El-Feth Ali bin Muhammed, *Zübdetü'n-Nusra ve Nuhbetü'l-Usra*, Çev., Kıvameddin Burslan, *Irak ve Horasan Selçukluları tarihi*, İstanbul. (1943).
- er-Râvendî, Muhammed bin Ali bin Süleyman, *Râhat-üs-Sudûr ve Ayet-üs-Sürûr (Gönüllerin Rahatı ve Sevinç Alâmeti)*, Çev., Ahmed Ateş, TTK, Ankara, 1999, c.1, 238 s.
- Göksu, E. (2010). *Türkiye Selçuklularında ordu*, Ankara, TTK, 469 s.
- İbnü'l Esir, *el Kâmil fi't -Tarih*, Haz., Carolus Johannes Tornberg, Beyrut 1966; Çev., Abdülkerim Özyayın, c.V-VIII-IX-X-XII, İstanbul, 1987.
- Kafesoğlu, İ. (2014). *Selçuklular ve Selçuklu tarihi üzerine araştırmalar*, İstanbul, Ötüken yayınları, 376 s.

<sup>73</sup> Sevim & Merçil, *Selçuklu Devletleri Tarihi Siyaset, Teşkilat ve Kültür*, s. 173; Kafesoğlu, *Selçuklular ve Selçuklu Tarihi Üzerine Araştırmalar*, s. 234.

- , (2000). *Türk milli kültürü*, İstanbul, Ötüken neşriyat, 466 s.
- , (2014). *Sultan Melikşah devrinde büyük Selçuklu devleti*, İstanbul, Ötüken neşriyat, 239 s.
- Kızılcılık, S. (2006). *Sosyoloji tarihi İbni Haldun, Machiavelli, Montesquieu ve Rousseau'nun sosyal teorileri*, Ankara, Anı yayımları, 456 s.
- Köymen, M. A. (1989). *Selçuklu devri Türk tarihi*, Ankara, TTK, 310 s.
- , (Haziran 1992). "Selçuklu devri hukuku", *Türk dünyası tarih dergisi*, 66, s. 25.
- Küçükdağ, Y. & Arabacı, C. (1999). *Selçuklular ve Konya*, Mikro yayımları, Konya, 336 s.
- Merçil, E. (1989). *Kirman Selçukluları*, Ankara, TTK, 266 s.
- , (2007). *Selçuklular'da hükümdarlık alâmetleri*, Ankara, TTK, 283 s.
- , (2014). *Büyük Selçuklu devleti siyasi tarihi*, Ankara, Nobel akademik yayıncılık, 156 s.
- , (1991). *Müslüman-Türk devletleri tarihi*, Ankara, TTK, 411 s.
- Mevdûdî, *Selçuklular tarihi I*, Çev., Ali Genceli, İstanbul, Hilal yayımları, 1971, 276 s.
- Müneccimbaşı Ahmed b. Lütfullah, *Câmiu'd-Düvel: Selçuklular tarihi I (Horasan-Irak, Kirman ve Suriye Selçukluları)*, Der. Ali Öngül, İzmir, Akademi kitbevi yayımları, 2000, 271 s.
- Ögel, B. (2014). *İslamiyetten önce Türk kültür tarihi, (Orta Asya kaynak ve buluntularına göre)*, Ankara, TTK, 455 s.
- Öngül, A. (2014). *Selçuklular tarihi I büyük Selçuklular, Irak, Kirman ve Suriye Selçukluları*, İstanbul, Çamlıca yayımları, 545 s.
- Reşidü'd-din Fazlullâh, *Cami'ü't-Tevârih (Zikr-i Târih-i Âl-i Selçûk)*, Çev., Erkan Göksu-H.Hüseyin Güneş, Bilge kültür sanat yayımları, İstanbul, 2014, 208 s.
- Sevim, A. & Merçil, E. (2014). *Selçuklu devletleri tarihi siyaset, teşkilat ve kültür*, Ankara, TTK, 768 s.
- Taneri, A. (1963). "Büyük Selçuklu imparatorluğunda vezirlik", Ankara, *Ankara üniversitesi tarih araştırmaları dergisi*, 5(8), ss.75-186.
- Turan, O. (1945). "Eski Türklerde okun hukuki bir sembol olarak kullanılması", *Belleten*, Ankara, TTK, 19(35), ss, 305-319.
- , (2003). *Selçuklular tarihi ve Türk-İslam medeniyeti*, İstanbul, Ötüken yayımları, 542 s.
- Vergin, N. (2008). *Siyasetin sosyolojisi kavramlar, tanımlar, yaklaşımlar*, İstanbul, Doğan kitap, 352 s.
- Yazıcı, N. (?). *İlk Türk-İslam Devletleri tarihi*, Ankara, Türkiye diyanet vakfı yayımları, 2014, 447 s.

# **BUSINESS**



# Tedarikçi Kalite Yönetiminin Performans Üzerindeki Etkisinin Yapısal Eşitlik Modeli İle Analizi\*

## Analysis of the Effect of Supplier Quality Management on Performance by Structural Equation Model

Bülent YILDIZ\*\*

Mehmet AYTEKİN\*\*\*

Öz

Bu çalışmada tedarikçi kalite yönetimi, ürün dizaynı, proses yönetimi ile kalite verisi ve raporlamanın birbirleri arasındaki ilişkiler araştırılmıştır. Ayrıca bu faktörlerin ürün ve proses inovasyon performansı üzerindeki etkisi incelenmiştir. Bu amaçla İstanbul Sanayi Odası'nın 2015 yılında ilan ettiği Türkiye'nin ilk 1000 sanayi firması araştırmanın ana kütlesi olarak belirlenmiştir. 203 firmadan anket yöntemi ile elde edilen veriler yapısal eşitlik modeli ile analiz edilmiştir. Analiz neticesinde tedarikçi kalite yönetiminin proses yönetimi, ürün dizaynı ile kalite verisi ve raporlamayı pozitif yönde anlamlı olarak etkilediği bulgusuna ulaşılmıştır. Ürün dizaynı ile kalite verisi ve raporlamanın ürün inovasyon performansını pozitif yönde anlamlı olarak etkilediği tespit edilmiştir. Proses yönetiminin proses inovasyon performansını anlamlı olarak etkilediği sonucu elde edilmiştir.

**Anahtar Kelimeler:** Kalite yönetimi, İnovasyon performansı, Firma performansı

### Abstract

In this study it is investigated the relations between supplier quality management, product design, process management, quality data and reporting. In addition, the effects of these factors on product and process innovation performance are examined. For this purpose, the Istanbul Chamber of Industry declared 1000 as Turkey's first industrial company in 2015 has been identified as the universe of research. The data obtained by the questionnaire method from 203 firms were analyzed by the structural equation model. As a result of the analysis, it was found that suppliers' quality management significantly affected the process management, product design, quality data and reporting positively. Product design and quality data and reporting have been found to significantly influence product innovation performance in the positive direction. The result is that process management significantly impacts process innovation performance.

**Keywords:** Quality management, Innovation performance, Firm performance

### Giriş

Toplam Kalite Yönetimi (TKY) üretilen ürünlerdeki kalitenin artırılması, üretimdeki hataların ve israfın önlenmesi, ürün üretimindeki maliyetlerin düşürülmesi, müşteri memnuniyetinde sürekliliğin sağlanması gibi faydalar sağlamaktadır (Öztürk, 2013, s. 15). TKY, müşteri odaklı yönetim anlayışı olarak da bilinmektedir ve asıl amacı; müşterilerin istek ve beklentileri doğrultusunda ürün kalitesinin ve verimliliğinin artırılmasıdır. (Işığışık, 2005, ss. 21-22).

Globalleşmenin etkisi, teknolojinin hızla ilerlemesi, müşteri ihtiyaç ve beklentilerindeki değişimlerin artması, rekabet boyutundaki farklılaşmalar, yönetim biçimlerinin de değişimine yol açarak TKY' nin doğmasına neden olmuştur. TKY' nin etkisi son yıllarda daha fazla kendini göstermiş ve organizasyonun bütün evrelerinde uygulanma zorunluluğu hissedilmiştir.

\*Bu çalışma Bülent YILDIZ'ın hazırlamış olduğu "Toplam Kalite Yönetimi Uygulamalarının İnovasyon ve Firma Performansı Üzerindeki Etkisinde Çevresel Dinamizmin Düzenleyici Rolü" başlıklı Doktora Tezi çalışmasından faydalanılarak hazırlanmıştır.

\*\* Dr. Öğretim Üyesi, Kastamonu Üniversitesi, dr.yildiz.bulent@gmail.com.

\*\*\* Dr. Öğretim Üyesi, Gaziantep Üniversitesi, aytekin@gantep.edu.tr.

Rekabet avantajı sağlayabilmek için imalat sanayinde faaliyet gösteren firmaların TKY uygulamaları ile inovasyona önem vermeleri gerekmektedir. Yapılan araştırmalar TKY uygulamalarının inovasyon performansı üzerinde etkili olduğunu göstermiştir. İnovasyon performansı da işletme performansını pozitif yönde etkilemektedir. Bu nedenle üretim firmaları performanslarını arttırabilmek için TKY uygulamaları ile inovasyona gereken önemi vermelidir. Bu sayede ürün ve proses inovasyon performanslarını arttıracak ve neticede rekabet avantajı sağlayarak işletmelerinin finansal ve müşteri performanslarını yükselteceklerdir.

Bu çalışmada TKY unsurlarından tedarikçi kalite yönetiminin ürün dizaynı ve proses yönetimi üzerindeki etkisi ile proses yönetimi, ürün dizaynı ve kalite verisi ve raporlamanın inovasyon performansı üzerindeki etkisi araştırılmıştır. Ayrıca çalışmada inovasyon performansının firma performansı üzerindeki etkisi de incelenmiştir.

### **Kuramsal Çerçeve**

Bu bölümde öncelikle TKY uygulamalarından tedarikçi kalite yönetimi, proses yönetimi, ürün dizaynı ile kalite verisi ve raporlama kavramları açıklanmıştır. Ardından ürün ve proses inovasyon performansı kavramlarına değinilmiştir.

### **Toplam Kalite Yönetimi Uygulamaları**

#### **Tedarikçi kalite yönetimi**

Genellikle müşterilerin sürekli değişen talepleri ve bitmeyen sorunlarıyla kontrol edilen rekabetçi üretim ortamında firmaların hayatta kalmak, tedarik zincirlerini geliştirmek ihtiyaç duyulan kalitede, makul fiyatla ve zamanında teslimat konularında güvenilir tedarikçilere ihtiyaçları bulunmaktadır. Maliyetleri memnuniyetinin sağlanması ve iyi kalitede ürün üretilmesi için tedarikçi seçimi ciddi öneme sahiptir. Artık firmalar, müşteri tatmini için, tedarikçilerini de tıpkı kendileri gibi kaliteden taviz vermeyenler arasından seçmelidirler (Russell ve Taylor, 2009, s. 67).

Bir ürün hammaddeden nihai tüketiciye doğru ilerledikçe tüm katma değer sürecine baktığımızda tedarik zincirinde kalite kavramı ortaya çıkmaktadır. Bu, bir bakıma, bir değişim zinciridir. Tüm paydaşlara fayda sağlayan bir inovasyon fırsatları zinciri olan tedarik zincirinde bazı bağlantılar bulunmaktadır ve her bağlantı; ürün veya hizmetin zincir boyunca ilerleyerek nihai müşteriye ulaşmasını sağlayan müşteri-satıcı ilişkisini temsil etmektedir. Her ara yüzde kalite gereksinim ve ihtiyaçları bulunmaktadır (Madu, 1998, s. 280).

Tedarikçiler, bir ara mal veya nihai ürün tedarik ederek bir şirketin başarısında kritik bir rol oynamaktadır. Bir şirket, kendi hammaddelerini veya nihai ürünlerini yurt içinde veya yurtdışında dış kaynak kullanımına karar verdiğinde, bir dizi kritere dayanarak en iyi tedarikçileri ve ortakları arar. Tedarikçi seçiminin amacı, ürün ve hizmetleri doğru fiyat ve kabul edilebilir kalite düzeyleriyle sağlayabilen tedarikçileri belirlemektir (Uluskan vd., 2016, s. 93).

Geleneksel TKY öncelikli olarak iç süreç kontrol ve iyileştirme üzerine odaklanır ve bu odak tipik olarak, işletmenin entegrasyonu ve pazarlama, tasarım, materyaller, satın alma, üretim ve yönetim gibi tüm organizasyonel fonksiyonları birleştirmeye yönelik iç tedarik perspektifinden kaynaklanır. Bir şirketin çıktı için kullanacağı girdiler olan mamul malzeme ve parçalar zayıfsa bitmiş ürünlerin kalitesi iyi olamaz. Bir firma tedarikçilerin mal ve hizmetlerini satın aldığında, satın alma, teslimat ve kullanım sürecinde öngörülemeyen olaylar meydana gelebilir. Beklenmedik olayların olasılığı, bir kuruluşun kaliteli ürünler üretme ve iş hedeflerine ulaşma kabiliyetini tehlikeye atabilecek bir bütün olarak belirsizlik unsurunu

ortaya çıkarır. Tedarik zincirlerinde kalite ile ilgili riskler vardır, çünkü tedarikçiler kalite standartlarına uygun parçalar ve materyaller tedarik etmekte yetersiz kalabilmektedirler. Tedarikçi kalite problemleri - veya hatta kalite problemleri şüphesi - gecikmelere neden olabilir ve eğer kalite problemleri zamanında yakalanmazsa, daha sonra maliyetli geri çağırımlarla sonuçlanabilir (Zu ve Kaynak, 2012, s.426).

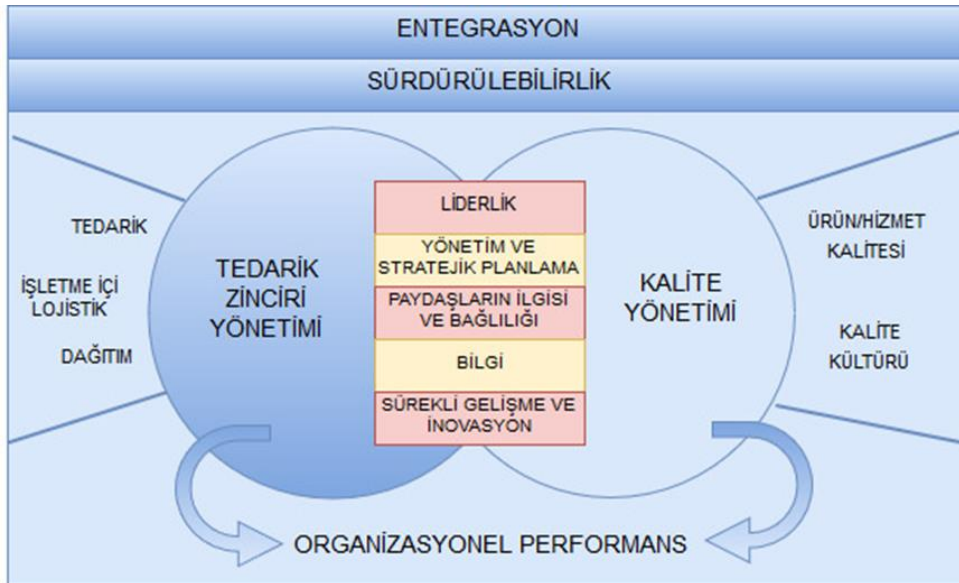
Tedarikçilerin seçimi, maliyetlerin azaltılması ve yeterli düzeyde tatmin edici müşterilerin temin edilmesinde çok önemli bir rol oynamaktadır. Organizasyonlar artık müşterileri memnun etmek için tedarikçilerin kendileri gibi kaliteye bağlı olduklarından emin olmalıdırlar (Awoku, 2012, s. 5).

Firmalar için önemli hedeflerden birisi de geliştirilmiş ürün kalitesidir. İş ortaklarının, ürün geliştirmenin ilk aşamalarından itibaren bilgi paylaşımları gerekir. Bir ortaklık ilişkisi içindeki tedarikçilerin ürün kalite planlama sürecine katılmalarına izin verilmesi ve teşvik edilmesi önerilmektedir. Bu etkileşim sayesinde önemli maliyet tasarrufları sağlayacak süreçler veya belirlenmiş tasarım değişiklikleri gerçekleştirilebilir. Geliştirilmiş kalite, tedarikçinin kalite sistemlerinin analizi yoluyla da elde edilir. Kalite sistemi denetimleri sayesinde, tedarikçi iyileştirme fırsatları tanımlanır ve bu zorlukların üstesinden gelmek için tedarikçi ile birlikte çalışmak hem üretici firmalara hem de tedarikçilerine fayda sağlayacaktır (Pekar, 1995, s. 40).

Tedarikçi kalite yönetimi, yakın ilişkilerin gelişmesini, karşılıklı güveni ve tedarikçilerle üreticilerin beraber büyümesini içermektedir (Gotzamani ve Tsiotras, 2001,s.1336). Tedarik Zinciri Kalite Yönetimi (TZKY), değer yaratmak ve pazardaki ara ve nihai müşterilerin memnuniyetini sağlamak amacıyla ürünleri, hizmetleri ve süreçleri ölçmeye, incelemeye ve devamlı iyileştirmeye yönelik tedarik kanalındaki tüm ortak kurumları içeren iş süreçlerinin biçimsel koordinasyonu ve entegrasyonudur (Robinson ve Malhotra, 2005, s. 319).

Tedarikçi kalitesini yönetmek, tedarikçilerle sürekli kalite iyileştirme ve işbirliğine dayalı ittifak için proaktif bir yaklaşımdır. Tedarikçi ile ilgili özellikler kalite süreçlerini doğrudan etkilemektedir (Chin vd., 2006, s.762).

Tedarik zinciri yönetimi ve kalite yönetimi ilişkisi Şekil 1’de verilmiştir.



Şekil 1: Tedarik Zinciri Yönetimi ve Kalite Yönetimi İlişkisi Kaynak: (Fernandes vd., 2017, s. 58)

## Proses yönetimi

Proses yönetimi, süreçlerin tasarımı, kontrolü ve geliştirilmesi olarak tanımlanmaktadır (Jones ve Linderman, 2014, s. 336). Proses yönetimi, sistematik dokümantasyonunu ve kritik süreçlerin ve ürün kalitesinin kontrolünü içerir (Gotzamani ve Tsiotras, 2001,s.1334). Proses yönetimi, bir kuruluşun herhangi bir ürün ya da hizmeti nasıl tasarlayıp sunduğuyla ilgilendir. Üretim ve tedarikçilerle olan ilişki yönetimini kapsayan teslimat gereksinimlerini birbirine entegre eder. Deming (1986)'in belirttiği üzere, kalitede iyileştirme, sürecin bütünüyle alınması ve kontrolüyle gerçekleşir. TKY teorisine göre, proses yönetimi, sadece bir organizasyonun ürün ve hizmetlerini iyileştirmekle kalmayıp aynı zamanda tüm şirketlerin karlılık, pazar payı ve müşteri tatminini de artırır (Mojtahedzadeh, 2014 ,s. 93).

Proses yönetimi, belirsizliği ortadan kaldırmak, atıkları ve yeniden çalışma sayısını azaltmak üzere üretim süreçlerini yalınlaştırmaya odaklanarak envanter yönetimine de destek verebilir. Özellikle ürün gerekliliklerinin ve spesifikasyonlarının daha net anlaşılması konusunda tedarikçilerle çalışma esnasında kurumlara yardım etmektedir, çünkü gereken malzemelerin kalitesi netlik kazanmakta ve zamanında teslimat sağlanmaktadır. Dolayısıyla proses yönetimi, kaliteli malların zamanında teslimat imkânını artırarak ve emniyet stoklarının kullanımını veya azalmasını sağlayarak kurumların envanter yönetimini iyileştirmelerine imkan verebilir (Baird vd., 2011, ss. 795-796).

Proses yönetimi, firmanın ürün ve hizmetleri nasıl tasarladığı ve tanıttığı ile ilgilenebilir. Tedarikçilerle ilişki yönetimini içeren üretim ve teslimat gereksinimlerini de entegre etmektedir. Pek çok kuruluş, prosesi yeniden tasarlama ve yeniden yapılandırma yoluyla performansta büyük iyileşme sağlamıştır (Hassan vd., 2013, s. 4).

Proses yönetimi, önerilen teori bağlamında, metodolojik yaklaşımları insan kaynakları yönetimi ile birleştiren bir dizi uygulamayı bir araya getirmekte ve bunlar, ürün ve hizmetler üreten prosesleri yönetmek ve geliştirmek için uygulanmaktadır (Anderson ve Schroeder, 1994, s. 487).

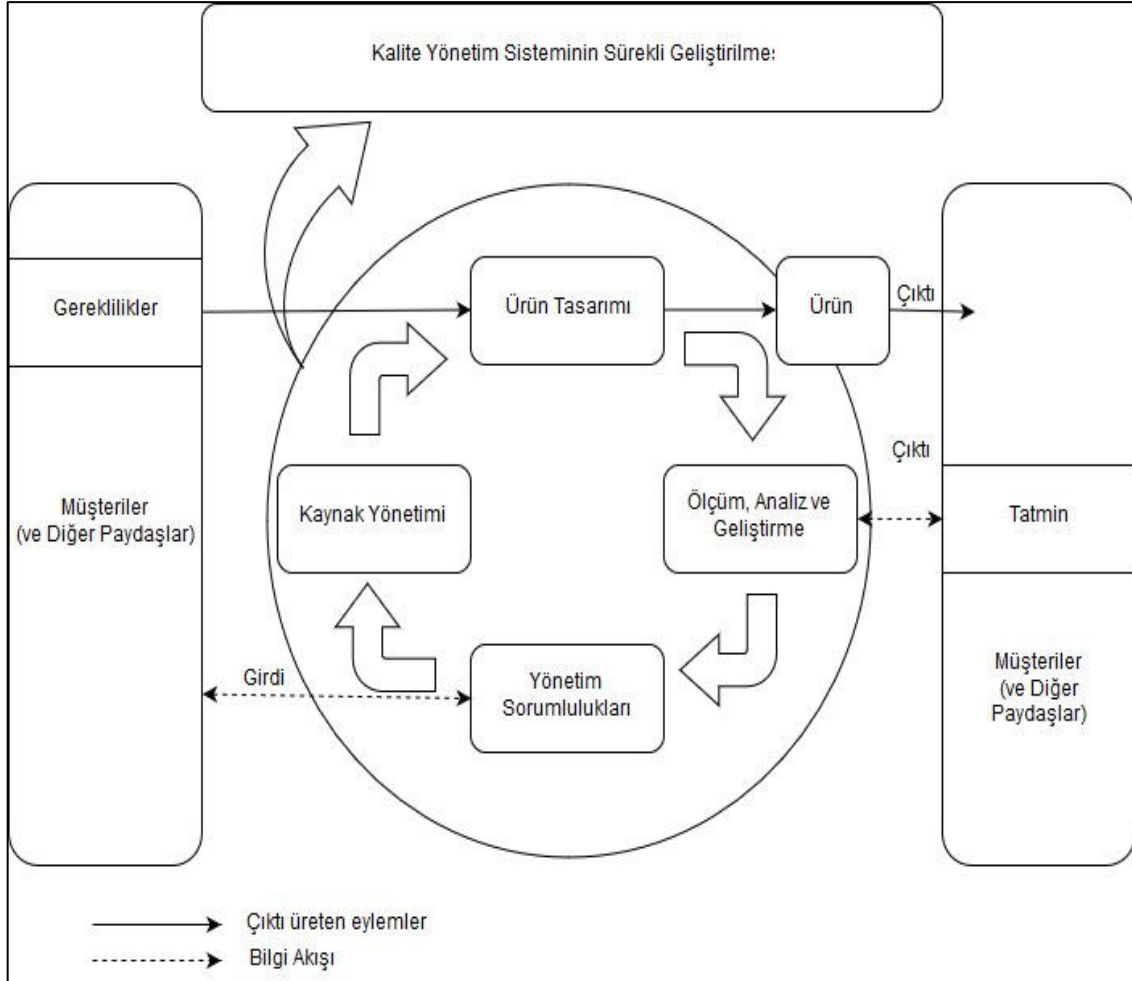
Prosesler öyle sistematik ve iyi entegre edilmiştir ki değişim ciddi anlamda daha fazla maliyetli olur; proses yeniden tasarımı daha yavaştır ve belki yeni teknoloji veya piyasa gereksinimlerindeki değişimler tarafından hızlandırılabilir; değişim direnci, ekonomik yıpranma ya da devrimsel değişime neden olabilir; aşırı yüksek üretkenlik peşinde olan şirketler, esnekliği ve inovasyon kapasitesini kaybetme pahasına bunu başarmış olabilirler. Ürün yaşam döngüsü yerine oturdukça maliyet minimizasyonu vurgulanır, ürünler standart hale gelir ve rekabet fiyata kayar; üretim, verimlilik ve ölçek ekonomileri üzerine odaklanır; büyük çapta değişiklikler maliyetlidir ve hem ürün hem de proses için bir sistem odağı gerektirir; bu aşamada inovasyonlar genellikle Ar-Ge grubu veya bir ekipman tedarikçisi gibi problemlere yeni teknolojik bakış açılarıyla yaklaşan kişiler tarafından hızla artırılır ve geliştirilir (Utterback ve Abernathy, 1975 akt. Leavengood, 2011, s. 46).

Kalite, endüstriyel donanımın karakteristiği ve bir gereğidir. Örneğin, sıklıkla parçalanmış makinaların olduğu bir fabrika tabanı, istenilen hassasiyet seviyelerinde veya faaliyetin gerektirdiği tekdüzelikte çalışmayan makineler, kalite açısından heterojen ürünler üretme eğilimine sahip genel üretim sistemleri, üretimde kalitesizliğin bir ifadesidir. Dolayısıyla, operasyonların yönetimi ve kalite kontrolü, üretimde kaliteyi yaratmak ve kontrol etmek için kullanılan araçlardır. Üretim kalitesinin tanımlanabileceği çeşitli boyutlar olabilir, bunlardan bazıları (Tapiero, 1996, s.6-7);

- Üretim sürecini kontrol altında tutma isteği, yani önceden belirlenmiş ve kabul edilmiş üretim standartlarına göre çalışma,

- Ürün veya maddelerin hatasız olarak üretilebileceği üretim süreci isteği,
- Üretim sürecinin değişkenliğini koruma (ve/veya azaltma) isteği, yani süreç tekrarını koruyarak istikrarsızlığı sınırlama.

Proses temelli bir kalite yönetim sistemi modeli Şekil 2’de verilmiştir.



**Şekil 1:** Proses Temelli Bir Kalite Yönetim Sistemi Modeli **Kaynak:** (ISO 9000:2005, 2005, s. 3)

### Ürün dizaynı

Yaşadığımız çağın bilgi-üretim yapısında esas katma değer genellikle üretim aşamasında değil, tasarım aşamasında oluşmaktadır. Tasarım süreci, ürünün ilk tahayyül edilme aşamasından soyut tasarımına, yani tüm teknik ve estetik ayrıntılarının belirlenmesine; prototip üretiminden çoğaltılma teknolojisinin tasarımına kadar uzanan süreci belirlemektedir. Bu süreç genelde yeniliklerin ve yaratıcılığın yer aldığı bir süreçtir (MÜSİAD, 2017,s.88).

Ürün dizaynı, kalite spesifikasyonları ve belli tavırlara yönelik fonksiyonel ihtiyaçlar için müşteri tahmin ve beklentilerini sağlayan bir faktör olarak tanımlanmaktadır. Ürün dizaynının en önemli hedeflerinden biri kaliteli ürün geliştirilmesidir. Diğer bir yandan, ürün dizaynının birinci ve en önemli fonksiyonu, şirkete rekabet avantajı kazandırmak ve bu avantajı körüklemektir. Ayrıca, ürün dizaynı, ürün kalitesinin geliştirilmesinde temel taşı

niteliğindedir. İyi bir ürün dizaynı daha iyi bir performansa yol açar ve bu faktör kaliteyi arttırmaya büyük ölçüde katılır. (Mojtahedzadeh, 2014, s. 106).

Ürün dizaynı, ürünün imal edilebilirliği konusunda üretim ekibi, ürün özellikleri konusunda ise müşteriler de dahil olmak üzere, tüm sürecin içinden kişiler içerdiğinden üretim sürecinin en önemli boyutlarından biridir. Örneğin, pazarlama müdürlerinin, piyasası olan ürün sağlaması ve satın alma yöneticilerinin üretime uygun parçaları garantilemesi gibi (Chong ve Rundus, 2004, s. 157).

Kalite için asıl karar verici olan müşterilerdir. Bu bakımdan, müşteri odaklılığı benimsemiş ve müşterilerine kaliteli ürün sunmayı amaçlayan işletmelerin sadece üretimdeki hataları düzeltmesi, spesifikasyonlara uygunluğu benimsemesi, ürünlerle ilgili şikayetleri giderme yoluna gitmesi yeterli olmayacaktır. Müşterilerin ihtiyaçlarını giderecek ve onlara çekici gelecek yeni ürünler tasarlamak, müşterilerin değişen taleplerini sürekli izleyerek tasarımlarında buna uygun yenilikler yapmak ve hatta sadece müşterilerdeki değişimleri takip etmek değil aynı zamanda müşterilerin ifade edemediği ihtiyaçlarını bile öngörüp ona göre tasarımlar yapmak günümüzde işletmeler için çok önemli bir hale gelmiştir (Ersoy ve Ersoy, 2015, s. 27).

Ürünler ile prosesler arasında fark gözetmeden kalite hakkında konuşmak yanlış olur; proses kalitesini ürün kalitesiyle eşit tutmak fazla kısıtlayıcı olacaktır. Proses kalitesi ürün kalitesinden daha fazlasını ifade etmektedir. Proses kalitesi yöntem, ürün kalitesi ise etkinlik, minimum maliyet gibi alınan sonuçlardan biridir (Conti, 2012, s. 14).

Sürekli iyileştirme, TKY için büyük bir itici güçtür. Sürekli gelişme, bir organizasyonu, paydaşların beklentilerini karşılamada daha etkin olmanın yollarını bulabilmek için hem analitik hem de yaratıcı kılmaktadır. Gelişim olmazsa tüm sistemlerin performansı durgunlaşacaktır (Kongpichayanond, 2013, ss. 28-29). Kalite, sürekli iyileştirmeyi gerektirmektedir. Sürekli iyileştirme ürün ve proseslerin iyileştirmesi ile sınırlı kalmayıp, organizasyondaki her şeyin iyileştirilmesini kapsamaktadır. Bu nedenle kapsamına sıfır hata ve eğitim de girmektedir (Kıngır, 2013, s. 54).

### **Kalite verisi ve raporlama**

Veri ve bilgi kalitesi günümüzün dijital çağındaki bir kurum için en rekabetçi avantajlardan biridir. Düşük veri kalitesi, bir takım cephelerde kayıplara neden olmakta, yüksek veri kalitesi ise, gelişmiş iş faaliyetlerini desteklemekte, bakım görevleri, riskler ve iş performansı üzerinde önemli bir etkiye sahip olmaktadır (Madhikermi vd., 2016, s. 145).

Müşteri tatmini, kalite maliyeti, hata oranları, arıza ve hurda miktarı ve bunun gibi verilerin zamanında toplanması ve raporlanması kalite iyileştirme çabalarının zeminidir. Zamanında toplanma, bulunabilirlik ve kaliteli veri kullanımı gibi unsurlar tedarikçi kalite yönetiminde, tasarım geliştirme ve ekip performansının geliştirilmesi hususunda ehemmiyet taşır (Rashid ve Aslam, 2012 ,s. 314).

TKY uygulamasında kalite verileri ve raporlama, kalite verilerinin toplanma, izlenme ve kaliteyi iyileştirme hedefleri için kullanılma düzeyini ifade etmektedir. Kalite verileri ve raporlama yeniden çalışma yapma, hurda ve garanti maliyetleri gibi düşük kalite maliyetine ilişkin sistematik bilgiler hakkındaki denetim çizelgelerini kullanarak ürün tasarımını kolaylaştırır. Ayrıca kalite verileri düzeltme gerektiren alanlarda yönlendirme sağlayarak çalışanlara yardım eder (Baird vd., 2011, s. 793).

Müşteri memnuniyeti, kalite maliyetleri, hata oranları, yeniden çalışma, kusurlar, hurda vb. kalite ile ilgili verilerin zamanında toplanması ve raporlanması, kalite iyileştirme çabalarının temelidir. Organizasyonların sadece kendi süreçleri hakkında bilgi toplamak ve

işlemekle kalmayıp aynı zamanda tedarik zincirinin diğer üyeleri hakkında da bilgi toplamaları gerekmektedir. Bu, tedarik zincirinin herhangi bir aşamasında karşılaşılabilecek sorunların tanımlanabilmesi için gerekmektedir. Tedarikçinin kalite yönetimi, tasarım iyileştirme ve takım performansının iyileştirilmesinde verilerin zamanında toplanması, bulunabilirliği ve kalite verilerinin kullanılması önemlidir. Gerekli bilgiler paylaşılmadan tedarik zinciri boyunca kalite elde edilemez (Aslam, 2012, s. 314).

Kalite verisi ve raporlama için istatistiksel kontrol önemli bir yere sahiptir. İstatistiksel yöntemleri kullanmak için öncelikle verilerin doğru olarak toplanması gerekmektedir. Doğru verilerle elde edilmeyecek görüşler kalite için bir anlam ifade etmeyecektir. Verilerin toplanmasında aşağıdaki hususlara dikkat edilmelidir (Ertuğrul, 2014, s. 180):

- Verilere kesinlikle kişisel yorumlar katılmamalı, veriler gerçekçi olmalıdır.
- Veriler değerlendirme için yeterli oranda toplanmalıdır.
- Veriler amaca uygun toplanmalıdır.
- Verilerin ne zaman, nerede ve kim tarafından toplandığı bilinmelidir.

Verilerin toplanması kadar örnekleme yapılması, verilerin derlenmesi ve doğru analiz yöntemleri ile analiz edilmesi de önemlidir. Verilerdeki etkin geri dönüşü sağlamak için bunların formüllere yerleştirilmesi yeterli değildir. İşlemin tamamı, dikkatli bir şekilde veri toplama planlaması, istatistiksel sonuçlar çıkarmak için verilerin analizi ve orijinal teknik sorunun cevabını değiştirmek için geçiş yapılmasını içermelidir. Bütün bunları başarmak için izlenmesi gereken temel adımlar şu şekilde sıralanabilir (Juran ve Godfrey, 1999, ss. 1179-1181):

- Mühendislik problemi bildirisini istatistiksel yöntemlerle değerlendirebilecek belirli bir ifadeye çevirmek için yeterli arka plan bilgisi toplayın.
- Verilerin toplanmasını planlayın.
- Verileri toplayın.
- Verileri analiz edin.
- Asıl teknik sorunun değerlendirilip değerlendirilmediğini veya istatistiksel yöntemlere uyacak şekilde değiştirildiğini belirlemek için veri analizinin sonuçlarını gözden geçirin.
- Sonuçları sunun.
- Belirli sorunun sonuçlarının diğer sorunlara uygulanıp uygulanmadığını veya veri ve hesaplamaların diğer sorunlara yararlı bir girdi olup olamayacağını belirleyin.

### **İnovasyon Performansı**

Son yıllarda, rekabet ettikleri dinamik ortam nedeniyle performans ölçümüne önemli derecede ilgi gösteren kurumların sayısı giderek artmaktadır. Birçok şirketin aynı stratejileri benimsediği veya ürünlerinin veya hizmetlerinin benzer olduğu değişen bir pazarda uzun süreli performans göstermenin en önemli yolu ise inovasyon yapmaktır (Ivanov ve Avasilcai, 2014, s. 397).

İnovasyon, dahilen üretilen veya satın alınan bir cihazın, sistemin, politikanın, programın, prosesin ya da hizmetin organizasyona adaptasyonudur. İnovasyon tiplerini sınıflayan en geleneksel tipoloji, ürün inovasyonu ve proses inovasyonudur. Ürün inovasyonları, harici bir kullanıcı veya pazar ihtiyaçlarını karşılamak için sunulan yeni ürünler veya hizmetlerken, süreç yenilikleri ise giriş malzemeleri, görev tanımları, iş ve bilgi akışı mekanizmaları ve bir hizmet ya da ürün meydana getirmek için kullanılan ekipmanlar gibi bir kuruluşun üretim veya hizmet operasyonlarında kullanılan yeni unsurlardır. Ürün inovasyonları bir farklılaşma stratejisiyle aynı hızda seyrederken proses inovasyonları düşük

maliyetli bir stratejinin etkin şekilde uygulanmasına destek olmaktadır (Zeng vd., 2017, s. 244).

İnovasyon, yenilikçi firmaların yöneticileri tarafından sınıflandırılır. Bir firmaya göre pazarda satılabilen yeni veya iyileştirilen malları ürün inovasyonları iken üretim tekniklerindeki değişimler proses inovasyonlarıdır. Bununla birlikte bu yaklaşım makroekonomik düzeyde bir şey ifade etmez. Bir firmanın ürün olarak düşündüğü bir yenilik başka bir firma için kolaylıkla bir süreç olabilir. Bir imalat makineleri üreticisi tarafından üretilen ve bir otomobil firması tarafından kullanılan bir robot, imalat makineleri üreticisine göre bir ürün inovasyonu iken diğer firmaya göre bir süreç inovasyonudur (Simonetti vd., 1995, s. 79).

İnovasyon performansı çalışanların yeteneklerine bağlıdır ve kurumda olması gereken geniş katılım, TKY ilkelerinin uygulanmasıyla desteklenir. Birçok inovasyon organizasyonel amaçları henüz gerçekleştirememektedir. Bazı nedenler liderliğin yetersiz olması, iletişim, yetkilendirme ve ekiplere katılım gibi şirket içi nedenlerdir. Ayrıca yenilik yapanlar ile müşterilerin bakış açıları arasındaki uyumsuzluk, fikirlerin taklidi, rekabet gücü ve devlet düzenlemeleri gibi şirket dışı nedenler de inovasyonun başarısızlığına neden olabilmektedir. Bu amaçla inovasyon yapma eğilimi olan kurumlar ideal TKY standartlarını uygulamak için belirleyecekleri stratejiler ve planlanacak prosedürler hakkında iyice düşünülmelidir. Bunun sonucunda kurumun genel performansı, özellikle inovasyon performansına yönelik yeteneği gelişir (Aoun ve Hasnan, 2013, s. 239).

Bu çalışmada inovasyon performansı kapsamında ürün ve proses inovasyon performansına değinilmiştir.

### **Ürün İnovasyon Performansı**

Ürün inovasyonu, pazar ihtiyaçlarını karşılamayı hedefleyen yeni bir ürünün pazara sunulmasıdır. Ürün inovasyonunun genellikle, bir firmada organizasyonel yapının, süreçlerin, ürünlerin ve faaliyetlerin temel rekabet gücü ögesi olarak görülmektedir (Ilori vd., 2017, s. 104). Ürün inovasyonu, yeni fikirleri ve bilgileri başarılı bir şekilde ve sonuna kadar kullanmayı içerir. Bu nedenle orjinallik ve kullanma unsurlarını beraberinde getirir (Alegre vd., 2006, s. 334).

Ürün inovasyonu; pazar ihtiyaçlarını karşılamayı hedefleyen yeni bir ürünün veya hizmetin pazara sunulmasıdır (Ilori vd., 2017, s.104). Ürün inovasyonu, yeni fikirleri ve bilgileri başarılı bir şekilde ve sonuna kadar kullanmayı içerir. Bu nedenle orjinallik ve kullanma unsurlarını beraberinde getirir Ürün inovasyonu, rekabet avantajı elde etmede, firmanın karlılığını artırma ve büyümesinde önemli katkı sağlamaktır. (Salomo vd., 2007, 285). Ürün inovasyonu eski sorunlara yeni çözümler sunar; mevcut yetenekler, kaynaklar ve varlıklardan faydalanmak için yeni fırsatlar oluşturur; eskimiş ürünlerin sistematik olarak değiştirilmesi yoluyla sürdürülebilir sonuçlar sağlar; ve sürdürülebilir bir gelecek için yeni yetenekler ve kaynaklar meydana getirir (Raney, 2008, s.8).

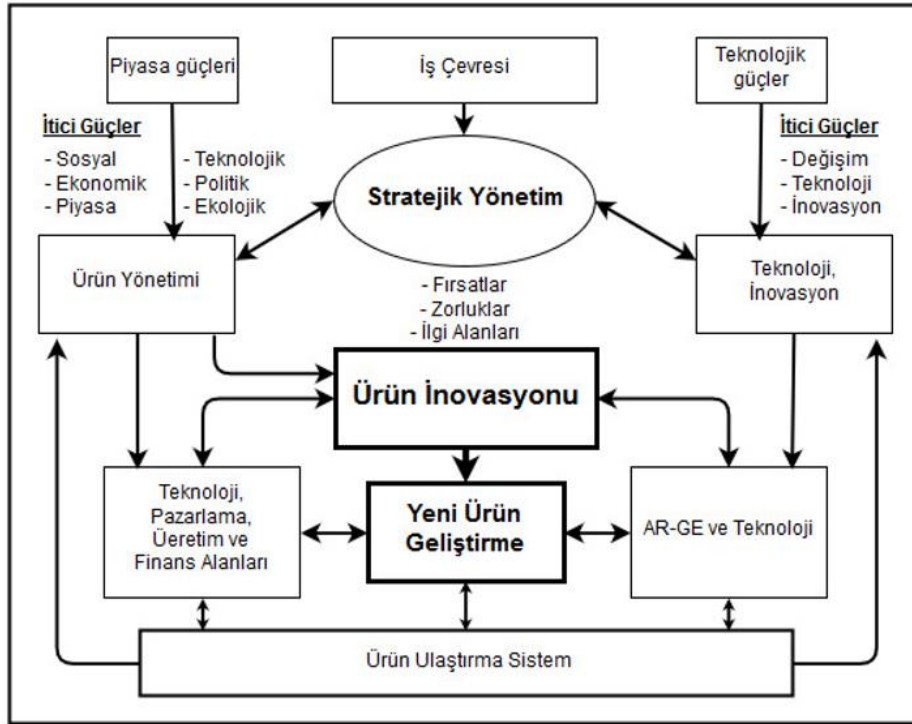
Ürün inovasyonuna girme ihtiyacı, şirketlerin sektörlerinde yıkıcı değişikliklerle ayak uyduramadıklarında ve önemli bir düşüş tehdidi ile karşı karşıya kaldıkları zaman giderek önem kazanmaktadır ki bu değişim de genellikle radikal teknolojik gelişmelerle ilişkili olmaktadır (Salomo vd., 2007, ss. 285-286).

Ürün inovasyon performansı firmanın karlılık, satış hacmi, gelir hedefleri, yeni ürün ve hizmetler için ürün inovasyon yatırımının geri dönüşümünü gösteren önemli bir göstergedir (Chen vd., 2015, s. 643).



Ürün inovasyonu, bir organizasyonun yeni fikirleri ve ürünleri verimli bir şekilde benimseme ve inovasyon kapasitesinin başarılı bir şekilde oluşturmalarına yardımcı olabilecek ürün ve süreçlerle ilişkili güncel ve ilgili bilgileri edinme becerisidir. Tedarikçilerden sağlanan ürün bilgisi, üreticilerin ürün inovasyon performansını kolaylaştırabilir. Çünkü üreticiler yeni pazar taleplerini karşılamak için tedarikçilerden yeni sağlanan ürün bilgilerini elde edip kullanabilirler (Chang, 2017:132).

Ürün inovasyonunun temel unsurları Şekil 2’de verilmiştir. Şekil 2 ürünlerin inovasyonuna ve ilişkilerin alt kümelerine dayanan ana güçlerin basitleştirilmiş bir görünümünün unsurlarını vermektedir.



Şekil 2: Ürün İnovasyonunun Temel Unsurları Kaynak: (Rainey, 2008, s. 9)

### Proses İnovasyonu Performansı

Proses inovasyonu, bir ürünün yapılış yönteminde yapılan değişiklikler (Enginoğlu, 2015, s. 23) olarak da tanımlanmaktadır. Proses inovasyonu, tedarikçiden nihai müşteriye kadarki sürecin yepyeni yöntemlerle yapılmasını ve bu sayede maliyetleri düşürerek verimliliği arttırmayı hedefleyen tüm yenilikçi uygulamaları içermektedir (Kılıç, 2013, ss. 65-66).

Proses inovasyonu işletmelere hammadde ve zaman tasarrufu sağlayarak maliyetlerin düşürülmesi, kalitenin iyileştirilmesi ve rekabet üstünlüğü meydana getirmesi gibi faydalar sağlamaktadır (Ise, 1995,s.41). Proses inovasyonu verimliliği, çalışanların memnuniyetini ve üretkenliği küçük çapta iyileştirmeye teşvik eder veya personelin çalışma şeklini tamamen değiştirmeden maliyeti en az düzeye indirir (Shan vd., 2016, s. 3).

Proses inovasyonu, işletmenin verimliliğini artırmak, müşteri memnuniyetinde sürekliliği sağlamak amacıyla çalışma prosesini yeniden tasarlamayı ve/veya iyileştirmeyi amaçlamaktadır. Bu sayede proseslerde yeni ve iyileştirilmiş çalışma yöntemleri yer alacaktır. Bu da firmanın faydasını en üst düzeye çıkarmasını sağlayacaktır. Aynı zamanda mevcut bir prosesin değiştirilmesi veya yeni bir prosesin oluşturulması planlanarak üretimin etkinliğinin ve verimliliğinin iyileştirilmesine odaklanılır (Shan vd., 2016:3).

Ürün ve proses inovasyonları sıklıkla örgütsel rekabetçiliğe ve büyümeye farklı şekillerde katkıda bulunan ayrı fenomenler olarak düşünülmektedir. Ürün yenilikleri, müşterilerin yeni ürün veya yöneticilerin yeni pazarları yakalama isteğine yönelik talebine cevap vermek için takip edilirken, teslimat sürelerini kısaltmak veya işletme maliyetlerini azaltmak için proses yenilikleri takip edilir (Damanpour, 2010, s.996).

Proses inovasyonuna örnek olarak pazara sunulan otomatik erişte pişirme makineleri, balya şeklinde paketlenen kollu ürünler, tasarımda üç boyutlu modelleme, satışa ve hizmete yönelik e-ticaret sitesi ve düşük maliyetli üretim sistemleri verilebilir (Kim, 2010, s.23).

Dünyada proses inovasyonu ile ilgili olarak; Ups ve Toshiba firmalarının Ups'in lojistik kolu olan Ups Tedarik Zinciri Çözümleri'ndeki teknisyenlerin, kargo şirketinin teslim ağında bulunan bozuk Toshiba dizüstü bilgisayarları tamir etmesini kararlaştırmaları, bu anlaşmanın Toshiba'nın servis zamanını azaltması ve Ups'in yeni bir gelir akışı elde etmesi; Toyota'nın meşhur "yalın" üretim sisteminin, sarfiyatı ve aşırılığı zaltarak şirketin her yerinde şaşırtıcı verimlilik ve sürekli üretim ile süreç ilerlemelerini teşvik etmesi; Ikea'nın, bölge ya da ülke ayrımı yapmaksızın parçalar halinde satılıp sonradan birleştirilen mobilyaları geliştirmesi, nereden alındığına bakılmaksızın ürünlerinde aynı donanım ve talimatları bulundurması ve bu şekilde şirketin iç üretim süreçlerini kolaylaştırması; Fedix'in başarısız ya da gecikmiş teslimatlara neden olan müşteri hareketlerinin neler olduğunu öğrenmesi ve bu veriyi kullanarak müşterilerinin hizmet kullanmalarını kolaylaştırmak için özellikle çeşitlerde, paketlemelerde ve çevrim içi arayüzlerde basitlik üzerinde durması; Method'un "yeşil kaynak kullanımı" adını verdiği bir yöntemle ürünlerini yaparken çevresel etkilerini izlemek için tedarikçiler ve üreticilerle çalışıp, aynı zamanda üretim süreçlerinin su, enerji ve malzeme verimliliğini artırmak için en iyi uygulamaları tespit etmesi örnek olarak verilebilir (Keeley vd., 2015).

### **Değişkenler Arasındaki İlişkiler ve Hipotezlerin Kurulması**

#### **Tedarikçi Kalite Yönetimi İle Proses Yönetimi, Ürün Dizaynı ve Kalite Verisi ve Raporlama İlişkisi**

Zayıf çalışan bir tedarik zinciri, zayıf ürün kalitesi, yüksek işletme maliyetleri, geç teslimatlar ve fazla stok gibi istenmeyen sonuçlara neden olabilir. TZKY'de yüksek performans elde etmek için şirketlerin tedarik zinciri üyelerini geniş bir operasyon yelpazesine entegre etmeleri gerekir. Dolayısıyla TZKY'nin başarısı için tüm tedarik zinciri üyelerinin ve kanallar arası yönetimin katılımı ve operasyonel taahhüdü önemlidir (Sila vd., 2006, s. 495).

Tedarikçi kalite yönetimi organizasyonel süreçlerin iyileştirilmesine yardım eder. Tam zamanında üretim yaklaşımının uygulanmaya başlamasıyla birlikte alıcılar, tedarikçilerden yüksek kalitede ve az miktarda malzemeyi sıklıkla sağlamalarını talep etmektedir. Tedarikçilerin üstün kalite sunmaları ve kurulum sürelerini kısaltmaları gerekmektedir. Bu çalışmalar alıcıların yalnızca süreçlerde değil, aynı zamanda stok maliyetlerinde değişkenliği en aza indirmelerini sağlar (Kim, 2010, s. 49).

Bir firma imalatın her aşamasında kaliteyi garantilemelidir. Öncelikle, etkin tedarikçi yönetimi, kaliteli parça tedarikinin zeminini oluşturmalıdır. Tedarikçi ilişkilerinin geliştirilmesi, hem alıcının hem de satıcının performansını artırır. Bu amaçla, tedarikçilerden gelen malzeme, süreç değişkenliği ve dolayısıyla proses yönetimi üzerinde pozitif bir etkiye sahip olabilecek alıcı spesifikasyonlarına ve kalite standartlarına cevap verebilmelidir. Bu bakış açısı, tedarikçi yönetiminin proses yönetimi ile ilgili olabileceğine işaret eder (Tari vd., 2007, s. 489). Nihai üründe kaliteyi sağlayabilmek için tüm tedarik zincirinin aynı kaliteye

sahip olması gerekmektedir. İstenen kalite özelliklerine sahip sürekli hammadde tedariki, kalite ile ilgili maliyetleri azaltmaya da yardımcı olmaktadır (Aslam, 2012, s. 313).

Diğer taraftan ise firmalar ürün geliştirme sürecini daha hızlı öğrenmek ve hızlandırmak üzere tedarikçilerden faydalanabilir ve odak firma ile tedarikçi ağı arasında olan ve birlikte evrimleşen bir ilişkide oluşturulan kaynakları baz alabilir (Köhler vd., 2012, s. 1346). Tedarikçiler, birçok önemli tasarım kararı verilmeden önce katılım sağlayacak ve bu da becerilerini geliştirmelerinde ve sonradan istenilen ürünü üretmelerinde etkili olacaktır (Woodside, 2005, s. 10). Başarılı ilişkiler tedarikçileri, alıcı firmanın ürünlerinin tasarımına katılmaya teşvik eder ve tedarikçilere, ürünü basitleştirme konusunda öneri sunma şansını verir. Başarılı ilişkiler ayrıca alıcıların en verimli şekilde kullanılabilen malzemeleri ve parçaları temin etmelerine yardım edebilir (Kaynak, 2003,s.417). Küçük bir tedarikçi tabanının korunması tedarikçiyi, ürün dizaynı ve kalitesi taahhüdünü geliştirmesi konusunda teşvik eder. Böylece ürün kalitesi ve alıcıların verimliliği artar. Bu nedenle tedarikçi kalitesine odaklanmanın ürün dizaynını geliştirmesi beklenir (Baird vd.,2011, s. 794).

Ürün geliştirme süreçlerinde tedarikçilerle olan ilişkilere ilk kez otomotiv sektöründe ve Japonya'daki elektronik sektöründe önem vermeye başlanmıştır. Ham madde tedarikçilerinin ve bağlı kuruluşların bu ürünlerde uzman olmaları ve sektörlerinde "orijinal niteliklerin" kullanımına teşvik etmeleri halinde önemli ölçüde yeni fikirler üretilmektedir (Fernandes vd., 2014, s. 581).

Bunların yanı sıra, tedarikçiler tarafından gerçekleştirilen kalite testleri verileri gereklidir. Tedarikçilerin kritik bileşenler üzerinde yürüttükleri proses kontrol istatistikleri ve tedarikçiler tarafından yapılan spesifik testlerin sonuçları ve kontrolleri de gereklidir (Forza ve Filippini, 1998, s. 3). Kalite bilgisini toplama ve analiz etme, kalite yönetiminde önemli bir faktördür. Tedarik zinciri yönetiminde; tedarik zinciri üyeleri arasında bilgi paylaşımı anahtar bir rol oynamaktadır. Alıcılar tedarikçilerin performansını değerlendirip izleyebildikleri için kalite verileri ve raporlamanın kullanımı, TKY'ni geliştirmek için gereklidir. Tedarikçilerin performansını ölçmek ve geri bildirim sağlamak tedarikçilerin performansını arttırmaktadır (Kaynak ve Hartley, 2008, s. 473).

Eğer tedarikçiler, iç kalite verilerini alıcılar ile paylaşmaya istekli olurlarsa, alıcılar tedarikçilerin kalite yönetimi yeteneğini ve davranışlarını doğru bir şekilde değerlendirmek için gerekli bilgilere sahip olacak ve bu değerlendirmeyi nispeten düşük maliyetli bir şekilde yapabileceklerdir. İki taraf arasında açık iletişim ve işbirliği olduğunda, alıcılar kaliteyi yönetmede tedarikçilerin fiili davranışlarını gözlemleyip ve değerlendirip, tedarikçilere teknik yardım sağlamak gibi davranış temelli yaklaşımlara yatırım yapmaya daha fazla olanak bulacaktır (Zu ve Kaynak, 2012, s. 432).

Ou, Liu, Hung ve Yen (2010), Tayvan endüstrisi üzerinde yaptıkları bir çalışmada tedarikçi yönetiminin proses yönetimi ve tasarım yönetimini pozitif anlamlı etkilediği sonucuna ulaşmışlardır.

Petersen, Handfield ve Ragatz (2003), otomotiv / ulaşım (18); petrol / madencilik (16.67); sanayi ürünleri (13.25); tüketici ürünleri (12); telekomünikasyon (9.6); elektronik (9.6); havacılık (4.8); bilgisayar (4.8); ilaç (3.6); ambalajlama (2.4); tekstil (1.2); kimya (1.2); yarı iletkenler (1.2); ofis mobilyaları (1.2) sektörlerinden olmak üzere toplam 84 imalat firması üzerinde yaptıkları araştırma neticesinde, tedarikçilerin yeni ürün geliştirme ekiplere katılımı genellikle yeni ürün geliştirme ekip hedeflerine daha yüksek bir başarı sağlayacağı, bir tedarikçinin yeni bir ürün geliştirme ekibinin gerçek bir üyesi olarak katılımı, özellikle bir teknoloji oluşum aşamasında olduğu durumlarda, en üst seviyede fayda sağlayacağı bulgularına ulaşmışlardır. Araştırma sonuçlarına göre yeni ürün geliştirme sürecine tedarikçilerin katılımını sağlamadan önce potansiyel tedarikçinin seçilmesi gerektiği, bu

seçimin güvenilirliği kanıtlanmış tedarikçilerden başlayarak yapılması gerektiği, tedarikçilerin göreceli düzeydeki deneyimleri ve teknoloji kullanma seviyeleri ile yeni ürün geliştirmedeki uzmanlıklarının bu seçimde önemli olduğu önerilerinde bulunmaktadır.

Fynes, Voss ve de Búrca'nın (2005) İrlanda'da elektronik sektöründe faaliyet gösteren 200 tedarikçi firma üzerinde yaptıkları çalışmada yapısal eşitlik modeli kurup analiz etmişler ve analiz neticesinde tedarikçi ilişkileri kalitesinin ürün dizaynını ve ürün dizaynının da müşteri memnuniyetini pozitif yönde anlamlı olarak etkilediği sonucuna ulaşmışlardır.

Baird vd. (2011), Avustralya'da 364 firmadan anket yöntemi ile elde ettikleri verileri yapısal eşitlik modeli ile analiz ettikten sonra kalite verisi ve raporlamanın tedarikçi kalite yönetimi ile ürün dizaynını; tedarikçi kalite yönetiminin ürün dizaynı ve proses yönetimini pozitif yönde anlamlı olarak etkilediği neticesine ulaşmışlardır.

Kuramsal çalışma ve literatür taraması neticesinde aşağıdaki hipotezler kurulmuştur.

H1: Tedarikçi kalite yönetimi proses yönetimini pozitif yönde anlamlı olarak etkiler.

H2: Tedarikçi kalite yönetimi ürün dizaynını pozitif yönde anlamlı olarak etkiler.

H3: Tedarikçi kalite yönetimi kalite verisi ve raporlamayı pozitif yönde anlamlı olarak etkiler.

### **Proses Yönetimi, Ürün Dizaynı, Kalite Verisi ve Raporlama İle İnovasyon Performansı İlişkisi**

TKY'nin felsefesinde sürekli iyileştirme ve geliştirme olduğundan organizasyonların kalitede başarı sağlayabilmeleri için inovasyona ve kalitenin yeni fikirlerle sürdürülmesine önem vermeleri hayati bir konudur (Öztürk, 2013, s. 15). TKY'nin inovasyona katkısı çoğunlukla, sürekli iyileştirme ile ilgilidir. Bu uygulama, süreçlerde gerekli değişiklikleri belirleyerek organizasyon içindeki bilgi birikiminin geliştirilmesine yardımcı olur. Takım çalışması, çalışanların yetkilendirilmesi ve çalışanlar arasında fikir paylaşımı nihayetinde inovasyonla sonuçlanır (Honarpour vd., 2016, s. 4).

İnovasyon performansı, proses iyileştirme tasarımından olumlu etkilenmektedir. Bazı yeni ürünler, radikal bir yeniden tasarlama veya yeni bir işlem gerektirmeyen ancak mevcut süreçlerde iyileştirmelere ihtiyaç duyan mevcut platformların üzerine kurulmuştur. Proses tasarımı yeniliği destekleyen radikal teknoloji değişiklikleri için gereklidir ve yenilikçi tesislerin rekabetçi kalması için şarttır. Artan süreç iyileştirmeleri, yeni tasarlanmış bir prosesin bir imalat ortamına aktarılması veya ölçeklendirilmesi sırasında faydalı olabilir. Süreç iyileştirme ve tasarım uygulamaları, yeniliği teşvik etmek için gerekli olan esnekliği ve deneyi desteklemektedir (Jones ve Linderman, 2014, ss. 339-340).

Prajogo ve Sohal (2003) tarafından, Avustralya'da imalat yapan ve imalat yapmayan şirketler bünyesinde çalışan 194 yöneticiyle yapılan bir ankette ürün kalitesi ve ürün inovasyon performansı arasında önemli ölçüde pozitif korelasyon olduğu ortaya çıkmıştır.

Zehir vd. (2012), yaptıkları çalışmada, yönetimin liderliği, personel yönetimi, yönetim sistemi yaklaşımı, tedarikçi yönetimi, proses yönetimi, müşteri odaklılık, sürekli iyileştirme faktörlerinden oluşan TKY uygulamalarının firmaların inovasyon ve kalite performanslarını pozitif yönde anlamlı olarak etkilediği bulgusuna ulaşmışlardır.

Perez-Arostegui vd. (2013), İspanya'da önde gelen 230 firmadan elde ettikleri veriler ile yapısal eşitlik modeli tekniği ile analiz gerçekleştirmiş ve analiz neticesinde firmaların, liderlik, stratejik planlama, müşteri odaklılık, bilgi ve analiz, insan kaynakları yönetimi, proses yönetimi ve tedarikçi yönetimi boyutlarından oluşan kalite yönetimi uygulamalarının

ürün ve proses inovasyonu boyutlarından oluşan inovasyon performansını pozitif yönde anlamlı olarak etkilediği sonucuna varmışlardır.

Fernandes vd. (2014), Portekiz’de 218 ISO 9001 sertifikasına sahip firmadan anket yöntemi ile elde ettikleri verileri regresyon analizi ile analiz ettikten sonra sürekli iyileştirme ve ürün dizaynının ürün inovasyonunu pozitif anlamlı etkilediği bulgusuna ulaşmışlardır.

Kafetzopoulos, Gotzamani ve Psomas (2013), Yunanistan’da imalat ve hizmet sektöründe faaliyet gösteren 433 firmadan anket tekniği ile topladıkları verileri yapısal eşitlik modeli yöntemi ile analiz ettikten sonra liderlik ve üst yönetimin desteği, çalışan eğitimi ve gelişimi, bilgi ve öğrenme, proses yönetimi ile müşteri odaklılık boyutlarından oluşan kalite yönetiminin ürün ve proses inovasyonunu pozitif anlamlı olarak etkilediğini tespit etmiştir.

Kuramsal çalışma ve literatür taraması sonucu aşağıdaki hipotezler kurulmuştur.

H4: Proses yönetimi proses inovasyon performansını pozitif yönde anlamlı olarak etkiler.

H5: Ürün dizaynı ürün inovasyon performansını pozitif yönde anlamlı olarak etkiler.

H6: Kalite verisi ve raporlama ürün inovasyon performansını pozitif yönde anlamlı olarak etkiler.

### **İnovasyon Performansı İle Firma Performansı İlişkisi**

Ürün inovasyonu, firmaların anormal düzeyde kar etmelerini sağlayarak ve firmalara yeni pazarlara ve sektörlerle girme kanalını sunarak kritik bir rol oynamaktadır. Bu özellik genel olarak inovasyonun ana unsurudur (Chen vd., 2015, s. 647). Ürün inovasyonu pazar payını artırır. Müşteri tercihlerini karşılayan yeni ürünler, firmaların pazar payını etkilemektedir. Rakiplerinden önce pazara yeni ürünler getiren firmalar rakiplerinden daha yüksek pazar payına sahip olmaktadır. Ayrıca, müşteri ihtiyaçlarına hizmet eden başarılı yeni ürünler, müşteri memnuniyetini de artırmaktadır (Hoonsopon ve Ruenrom, 2012, s. 258).

İnovasyon arzusu fazla olan firmalar genellikle daha üstün performans gösterirler çünkü değişen çevre koşullarına cevap vermede ve rekabet avantajı sağlayan yeni yeterlilikler geliştirmede başarılıdırlar. İnovasyon, şirketlerin performansını belirlemedeki en önemli değişkendir (Ferreira ve Cardoso, 2014, s. 17).

Hoonsopon ve Ruenrom (2012), Baer ve Frese (2003), Camisón ve Villar-López (2014), Liu ve Tsai (2009) çalışmaları inovasyonun firma performansını anlamlı olarak etkilediğini göstermektedir.

Kuramsal çalışma ve literatür taraması neticesinde aşağıdaki hipotezler kurulmuştur.

H7: Proses inovasyon performansı müşteri performansını pozitif yönde anlamlı olarak etkiler.

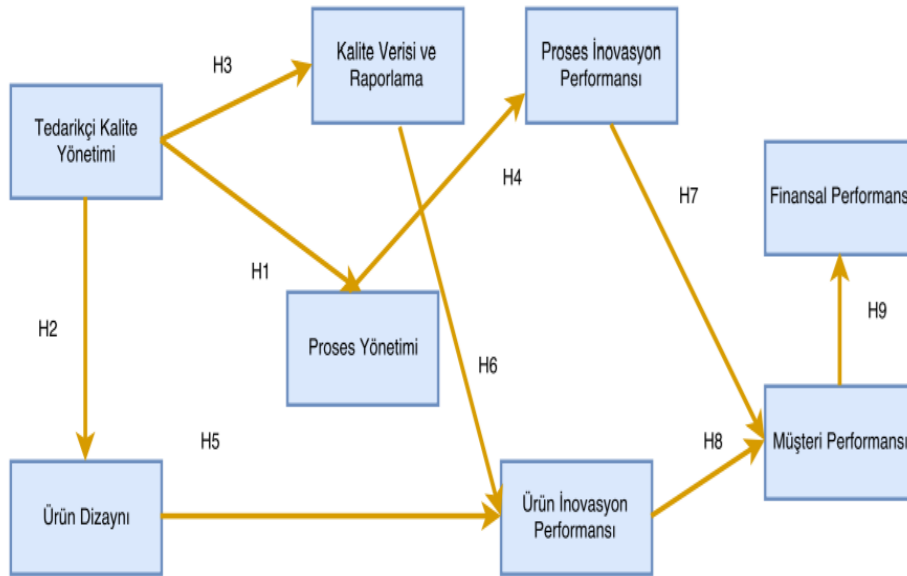
H8: : Ürün inovasyon performansı müşteri performansını pozitif yönde anlamlı olarak etkiler.

H9: Müşteri performansı finansal performansı pozitif yönde anlamlı olarak etkiler.

### **Araştırmanın Yöntemi**

#### **Araştırmanın Modeli**

Araştırmanın modeli Şekil 3’de verilmiştir.



Şekil 3: Araştırmanın Modeli

### Araştırmanın Değişkenleri ve Pilot Çalışmanın Yapılması

Araştırma için kullanılan tedarikçi kalite yönetimi, proses yönetimi, ürün dizaynı ile kalite verisi ve raporlama ölçekleri Kim'in (2010) çalışmasından alınmıştır. Ürün inovasyon performansı ile proses inovasyon performansı ölçekleri Prajogo ve Sohal'ın (2006) çalışmasından alınmıştır. Finansal performans soruları Kaynak (2003) ve Patyal ve Koilakunta'nın (2017) çalışmalarından uyarlanmıştır. Müşteri performansı soruları Hwang vd. (2015), Kafetzopoulos vd. (2013), Kafetzopoulos vd. (2015) ve De Guimarães vd. (2016) çalışmalarından faydalanılarak hazırlanmıştır.

Araştırmanın orijinal ölçekleri öncelikle alanının uzmanı tarafından Türkçe'ye çevrilmiştir. Ardından maddelerin İngilizce ve Türkçeleri alanında uzman beş akademisyene gönderilmiş ve görüş istenmiştir. Uzman görüşleri neticesinde ölçek maddelerinin nihai hali ile çalışmada kullanılan ölçeklerin yapı geçerliği ve güvenilirliğini test etmek amacıyla Gaziantep, Kahramanmaraş ve Şanlıurfa illeri organize sanayi bölgesinde faaliyet gösteren 170 firmadan elde edilen veriler ile pilot çalışma yapılmıştır. Pilot çalışma neticesinde ölçeklerin yapı geçerliği ve güvenilirliği sağlanmıştır.

### Araştırmanın Evren ve Örneklemi

Araştırmanın evrenini İstanbul Sanayi Odasının 2015 yılında ilan etmiş olduğu Türkiye'nin ilk 1000 sanayi firması oluşturmaktadır. Araştırmanın örneklemi ise çalışmaya katılan 203 firma oluşturmaktadır.

Araştırma verileri Haziran 2017 ile Eylül 2017 tarihleri arasında toplanmıştır. İlk olarak firmaların mail adreslerine Kalite Müdürü, Ar-Ge Müdürü ve Pazarlama Müdürü dikkatine olmak üzere bir ön yazı ile hem maile anket formu eklenerek hem de survey.com anket linki belirtilerek mail gönderilmiştir. İlk etapta 69 firmadan geri dönüş sağlanmıştır. Geri dönüş oranının düşük olması nedeni ile çalışmaya katılmayan firmalar telefon ile aranarak çalışmanın öneminden bahsedilmiş ve destekleri istenmiştir. Telefon aramaları sonucu cevaplayan firma sayısı 179'a yükselmiştir. Ağustos 2017 tarihinde ise İstanbul,

Kocaeli, Gaziantep ve Kahramanmaraş illerinde bulunan bazı firmalara ziyaretler gerçekleştirilmiştir. Neticede 203 firmadan geri dönüş sağlanmıştır.

### Ölçeklerin Yapı Geçerliliği ve Güvenilirliği

Ölçeklerin yapı geçerliliği ve güvenilirliğini test etmek amacıyla öncelikle keşfedici ve doğrulayıcı faktör analizleri yapılmış ardından da güvenilirlik analizi yapılmıştır.

Keşfedici faktör analizi sonucu elde edilen faktör yükleri Tablo 1’de verilmiştir.

**Tablo 1:** Döndürülmüş Bileşenler Matrisi

| <b>Tedarikçi Kalite Yönetimi Maddeler</b>  | <b>Faktör Yükleri</b> |
|--|-----------------------|
| TEKY1: Firmamız tedarikçilerle uzun süreli ilişkileri korur.   | .679                  |
| TEKY2: Firmamız kalite yönetimini uyguladığından bu yana tedarikçi sayısını azaltmıştır.                                     | .606                  |
| TEKY3: Firmamız performansını artırmak için tedarikçileri seçerken, fiyat veya teslimat hızından ziyade kaliteye önem verir. | .765                  |
| TEKY4: Firmamız performansı artırmak için tedarikçileri kaliteye, teslimat performansına ve fiyata göre değerlendirir.       | .807                  |
| TEKY5: Firmamızın kapsamlı bir tedarikçi derecelendirme sistemi vardır.  | .810                  |
| TEKY6: Tedarikçilerimiz ürün/hizmet geliştirme sürecine dahildir.  | .757                  |
| <b>Proses Yönetimi Maddeler</b>  | <b>Faktör Yükleri</b> |
| PY1: Çalışmaların denetim ve kontrolü, bilgi sistemleri ile entegre yapılmaktadır.   | .821                  |
| PY2: Genellikle günlük üretim hedeflerimize ulaşırız.  | .818                  |
| PY3: Çalışma süreçlerimiz otomatize edilmiştir.  | .895                  |
| PY4: Kalite kontrol teknikleri, süreçlerde değişkenliği azaltmak için kullanılır.  | .797                  |
| <b>Ürün Dizaynı Maddeler</b>   | <b>Faktör Yükleri</b> |
| ÜD1: Firmamız yeni ürünü piyasaya sürmeden önce dizaynını detaylı olarak gözden geçirir.                                     | .754                  |
| ÜD2: Departmanlarımız ürün geliştirme sürecinde birlikte yer alır.   | .844                  |
| ÜD3: Yeni ürünlerde kalite düzeyi; maliyet veya zaman (teslimat tarihi, çizelge vb.) hedeflerine göre belirlenir.            | .802                  |
| ÜD4: Verimlilik, ürün dizayn süreci boyunca göz önünde bulundurulur.   | .789                  |
| <b>Kalite Verisi ve Raporlama Maddeler</b>   | <b>Faktör Yükleri</b> |
| KVR1: Firmamızda hata ve özür oranlarına, kusurlara ve firelere ait kalite verileri mevcuttur.                               | .834                  |
| KVR2: Hata ve özür oranlarına, kusurlara ve firelere dair kalite verileri güncel tutulmaktadır.                              | .929                  |
| KVR3: Kalite verileri (fireler, ıskartalar ve hatalar gibi) kalite yönetim aracı olarak kullanılır.                          | .913                  |
| KVR4: Kalite prosedürleri, veri toplama sürecinin güvenilirlik ve gelişimini sağlamaya uygundur.                             | .860                  |
| <b>Ürün İnovasyon Performansı Maddeler</b>   | <b>Faktör Yükleri</b> |
| Üİ1: Firmamızın ürünlerindeki yenilik (değişiklik) düzeyi, sektöre göre ...  | .812                  |
| Üİ2: Yeni ürünlerimizde son teknolojilerin kullanım düzeyi, sektöre göre...  | .795                  |
| Üİ3: Yeni ürün geliştirme sürecimizin hızı, sektöre göre...  | .844                  |
| Üİ4: Firmamızın pazara sunduğu yeni ürün sayısı, sektöre göre...   | .845                  |
| Üİ5: Pazarda ilk olan yeni ürün (pazara ilk giren ürün) sayımız, sektöre göre...   | .796                  |
| <b>Proses İnovasyon Performansı Maddeler</b>   | <b>Faktör Yükleri</b> |
| Pİ1: Firmamızın teknolojik açıdan rekabet edebilme düzeyi sektöre göre...  | .814                  |
| Pİ2: Süreçlerimizde en son teknolojik yenilikleri kullanma hızımız,  | .920                  |

|  |                       |
|--|-----------------------|
| sektöre göre...  |                       |
| PI3: En son teknolojinin süreçlerimizde kullanım yenilik seviyesi, sektöre göre...   | .896                  |
| PI4: Süreçlerimizde, tekniklerimizde ve teknolojiadaki değişim hızı, sektöre göre... | .869                  |
| <b>Müşteri Performansı Maddeler</b>  | <b>Faktör Yükleri</b> |
| MP1: Son üç yıla göre müşteri memnuniyeti artmıştır.                                 | .811                  |
| MP2: Müşteri şikayetlerine cevap verme süresi azalmıştır.                            | .725                  |
| MP3: Müşterilerin firmaya bağlılığı artmıştır.                                       | .900                  |
| MP4: Müşterilerin markalarımıza karşı sadakati artmıştır.                            | .889                  |
| MP5: Müşterilerimiz gözünde ürünlerimizin güvenilirliği artmıştır.                   | .889                  |
| <b>Finansal Performans Maddeler</b>  | <b>Faktör Yükleri</b> |
| FP1: Son üç yıla göre karlılığımız artmıştır.  | .904                  |
| FP2: Satışlarımız yükselmiştir.  | .872                  |
| FP3: Pazar payımız artmıştır.  | .890                  |
| FP4: Yatırımlarımızın getirisi artmıştır.  | .800                  |

KFA neticesinde tedarikçi kalite yönetimi ölçeği için KMO değeri 0,835,  $p=0,000$  olarak ve toplam açıklanan varyans % 64,919 olarak elde edilmiştir. Proses yönetimi ölçeği için KMO değeri 0,808,  $p=0,000$  olarak ve toplam açıklanan varyans % 69,468 olarak elde edilmiştir. Ürün dizaynı ölçeği için KMO değeri 0,764,  $p=0,000$  olarak ve toplam açıklanan varyans % 63,686 olarak elde edilmiştir. Kalite verisi ve raporlama ölçeği için KMO değeri 0,818,  $p=0,000$  olarak ve toplam açıklanan varyans % 78,268 olarak elde edilmiştir. Ürün inovasyon performansı ölçeği için KMO değeri 0,851,  $p=0,000$  olarak ve toplam açıklanan varyans % 67,026 olarak elde edilmiştir. Ürün inovasyon performansı ölçeği için KMO değeri 0,827,  $p=0,000$  olarak ve toplam açıklanan varyans % 76,700 olarak elde edilmiştir. Müşteri performansı ölçeği için KMO değeri 0,862,  $p=0,000$  olarak ve toplam açıklanan varyans % 71,529 olarak elde edilmiştir. Finansal performans ölçeği için KMO değeri 0,821,  $p=0,000$  olarak ve toplam açıklanan varyans % 75,239 olarak elde edilmiştir. Elde edilen sonuçlar ölçeklerin faktör analizi için uygun olduğunu göstermektedir.

KFA'dan sonra ölçekler için DFA yapılmıştır. DFA analizi sonucu elde edilen uyum iyiliği değerleri Tablo 2'de verilmiştir.

**Tablo 2:** DFA Uyum İyiliği Değerleri

| Değişken                     | X <sup>2</sup> | df | CMIN/df | GFI   | CFI   | TLI   | RMSEA |
|------------------------------|----------------|----|---------|-------|-------|-------|-------|
| Tedarikçi Kalite Yönetimi    | 12.704         | 8  | 1.588   | 0.981 | 0.988 | 0.978 | 0.054 |
| Proses Yönetimi              | 0.115          | 2  | 0.057   | 1,00  | 1,00  | 1,00  | 0,00  |
| Ürün Dizaynı                 | 1.99           | 1  | 1.99    | 0.995 | 0.996 | 0.977 | 0.07  |
| Kalite Verisi ve Raporlama   | 0.15           | 1  | 0.15    | 1,00  | 1,00  | 1,00  | 0,00  |
| Ürün İnovasyon Performansı   | 8.791          | 4  | 2.198   | 0.984 | 0.99  | 0.976 | 0.077 |
| Proses İnovasyon Performansı | 2.657          | 2  | 1.329   | 0.993 | 0.999 | 0.996 | 0.04  |
| Müşteri Performansı          | 4.676          | 4  | 1.169   | 0.991 | 0.999 | 0.997 | 0.029 |
| Finansal Performans          | 0.601          | 1  | 0.601   | 0.999 | 1.000 | 1.005 | 0,00  |

DFA sonucu ölçeklerin uyum iyiliği değerlerini sağladığı ve iyi uyum gösterdiği görülmektedir.



KFA ve DFA sonrasında ölçekler için güvenilirlik analizi yapılmış ve analiz sonuçları Tablo 3’de verilmiştir.

**Tablo 3:** Güvenilirlik Analizi

| Değişken                     | Cronbach Alpha Katsayısı | Madde Sayısı |
|------------------------------|--------------------------|--------------|
| Tedarikçi Kalite Yönetimi    | .827                     | 6            |
| Kalite Verisi ve Raporlama   | .907                     | 4            |
| Ürün Dizaynı                 | .807                     | 4            |
| Proses Yönetimi              | .853                     | 4            |
| Finansal Performans          | .892                     | 4            |
| Müşteri Performansı          | .898                     | 5            |
| Ürün İnovasyon Performansı   | .875                     | 5            |
| Proses İnovasyon Performansı | .902                     | 4            |

Güvenilirlik analizi sonucu ölçeklerin yüksek güvenilirliğe sahip olduğu bulgusuna ulaşılmıştır.

### Araştırmanın Bulguları

Bu kısımda öncelikle araştırmaya katılan firmalara ait bazı demografik bulgular aktarılmıştır. Ardından korelasyon analizine ilişkin bulgular verilmiş ve son olarak da araştırma hipotezlerini test etmek amacı ile yapılan yapısal eşitlik modeli analizi sonuçlarına değinilmiştir.

Araştırmaya katılan firmaların 70’i İstanbul, 28’i Gaziantep, 18’i İzmir, 12’si Bursa, 12’si Kocaeli, 11’i Ankara, 10’u Kahramanmaraş, 6’sı Denizli, 5’i Adana, 5’i Konya, 3’ü Aydın, 3’ü Manisa, 2’şer firma Balıkesir, Kayseri, Kütahya ve Tekirdağ, 1’er firma ise Antalya, Bolu, Elazığ, Erzurum, Isparta, Mersin ve Tokat illerinde faaliyet göstermektedir. 43 firmanın ana faaliyet alanı gıda, 39 firmanın tekstil, 19 firmanın plastik/kimya, 16 firmanın makine, 14 firmanın inşaat, 8 firmanın metal, 5 firmanın kablo, 5 firmanın ambalaj, 4 firmanın mobilya, 3’er firmanın faaliyete alanları çimento, elektrik, elektronik/bilgisayar, enerji, ilaç, kağıt, maden ve otomotiv, 2’şer firmanın faaliyet alanları alüminyum, ankastre ve hijyen ürünleri, 1’er firmanın ise faaliyet alanları akü, beton, beyaz eşya, deterjan, döküm, haddecilik, jeneratör, lastik, temizlik, tencere, transformatör, yapı malzemeleri ve yem sanayisidir.

Korelasyon analizine ilişkin bulgular Tablo 4’de verilmiştir.

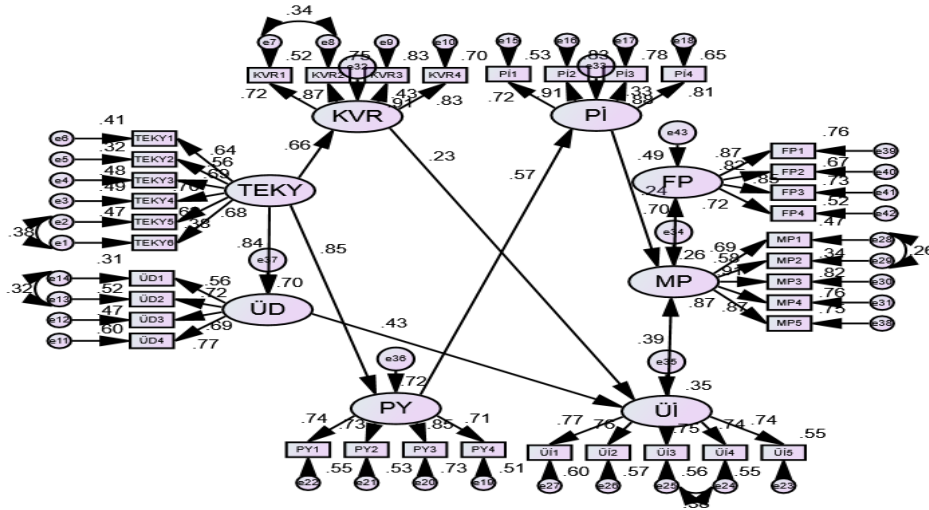
**Tablo 4:** Korelasyon Analizi

|      | TEKY   | PY     | ÜD     | KVR    | ÜİP    | PIP    | FP | MP | Std. Sapma | Ort.   |
|------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|----|----|------------|--------|
| TEKY | 1      |        |        |        |        |        |    |    | .64538     | 3.8732 |
| PY   | ,646** | 1      |        |        |        |        |    |    | .68608     | 4.0316 |
| ÜD   | ,579** | ,610** | 1      |        |        |        |    |    | .66365     | 4.1178 |
| KVR  | ,575** | ,569** | ,448** | 1      |        |        |    |    | .72659     | 4.1968 |
| ÜİP  | ,502** | ,418** | ,346** | ,335** | 1      |        |    |    | .75872     | 3.6667 |
| PIP  | ,542** | ,440** | ,350** | ,407** | ,672** | 1      |    |    | .75872     | 3.8845 |
| FP   | ,632** | ,531** | ,563** | ,448** | ,461** | ,514** | 1  |    | .77704     | 4.0380 |

|    |        |        |        |        |        |        |        |   |        |        |
|----|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|---|--------|--------|
| MP | ,564** | ,518** | ,548** | ,422** | ,452** | ,423** | ,681** | 1 | .72336 | 4.0747 |
|----|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|---|--------|--------|

Korelasyon analizi sonucu değişkenler arasında aynı yönde 0,01 anlamlılık düzeyinde anlamlı bir ilişki olduğu tespit edilmiştir. Ayrıca verilerin normal dağılıma sahip olup olmadığını test etmek amacıyla basıklık ve çarpıklık değerlerine bakılmıştır. Basıklık ve çarpıklık değerleri -2 ile +2 arasında tespit edildiğinden verilerin normal dağılıma sahip olduğu bulgusuna ulaşılmıştır. Değişkenlerin ortalama değerlerine bakıldığında en yüksek ortalamanın kalite verisi ve raporlamaya ait olduğu ve en düşük ortalamanın da ürün inovasyon performansına ait olduğu görülmüştür.

Araştırma hipotezlerini test edebilmek amacıyla yapısal eşitlik modeli kurulmuştur. Model Şekil 4’de, yapısal model uyum iyiliği değerleri Tablo 5’de ve yapısal model regresyon ağırlıkları Tablo 6’da sunulmuştur.



Şekil 4: Yapısal Eşitlik Modeli

Tablo 5: Yapısal Eşitlik Modeli Uyum İyiliği Değerleri

|                        | X <sup>2</sup> | df  | CMIN/df | CFI  | TLI | RMSEA |
|------------------------|----------------|-----|---------|------|-----|-------|
| Yapısal Eşitlik Modeli | 1016.902       | 568 | 1.79    | 0.91 | 0.9 | 0.063 |

Yapısal eşitlik modeli kabul edilebilir uyum iyiliği değerlerini sağlamakta ve iyi uyum göstermektedir.

**Tablo 6:** Yapısal Eşitlik Modeli Regresyon Ağırlıkları

| Test Edilen Yol              |      | Tahmin                       | Std. Hata | Kritik Oran | P     |       |
|------------------------------|------|------------------------------|-----------|-------------|-------|-------|
| Proses Yönetimi              | <--- | Tedarikçi Kalite Yönetimi    | 0.846     | 0.126       | 7.275 | ***   |
| Ürün Dizaynı                 | <--- | Tedarikçi Kalite Yönetimi    | 0.837     | 0.119       | 7.467 | ***   |
| Kalite Verisi ve Raporlama   | <--- | Tedarikçi Kalite Yönetimi    | 0.659     | 0.101       | 6.586 | ***   |
| Proses İnovasyon Performansı | <--- | Proses Yönetimi              | 0.573     | 0.083       | 6.444 | ***   |
| Ürün İnovasyon Performansı   | <--- | Ürün Dizaynı                 | 0.433     | 0.13        | 4.093 | ***   |
| Ürün İnovasyon Performansı   | <--- | Kalite Verisi ve Raporlama   | 0.233     | 0.119       | 2.551 | 0.011 |
| Müşteri Performansı          | <--- | Proses İnovasyon Performansı | 0.24      | 0.107       | 2.307 | 0.021 |
| Müşteri Performansı          | <--- | Ürün İnovasyon Performansı   | 0.395     | 0.09        | 3.513 | ***   |
| Finansal Performans          | <--- | Müşteri Performansı          | 0.702     | 0.107       | 8.713 | ***   |

Yapısal eşitlik modelinin analizi sonucunda tedarikçi kalite yönetiminin proses yönetimi, ürün dizaynı ve kalite verisi ve raporlamayı pozitif yönde anlamlı olarak etkilediği; proses yönetiminin proses inovasyon performansını pozitif yönde anlamlı olarak etkilediği; ürün dizaynı ile kalite verisi ve raporlamanın ürün inovasyon performansını pozitif yönde

anlamli olarak etkilediği; proses inovasyon performansi ile ürün inovasyon performansinin müşteri performansını pozitif yönde anlamli olarak etkilediği; müşteri performansının finansal performansi pozitif yönde anlamli olarak etkilediği bulgularına ulaşılmıştır. Analiz sonucunda araştırma hipotezleri desteklenmiştir.

Tedarikçi kalite yönetiminin kalite verisi ve raporlama, ürün dizaynı ve proses yönetimi üzerindeki anlamli etkisi kuramsal açıdan beklenen bir durumdur. Kalite odaklı tedarikçiler ile çalışılması kalite ile ilgili verilerin düzenli olarak tutulmasına önemli katkılar sağlayacaktır. Firmanın kalite politikalarına adapte olmuş olan bir tedarikçi firmanın ne tür bilgilere ihtiyacı olacağını bilecek ve bu doğrultuda gerekli verileri firma ile paylaşacaktır. Bu durum da firmanın kalite ile ilgili verileri elde etmesini ve raporlamasını kolaylaştıracaktır. Tedarikçi kalite yönetimi aynı zamanda firmaların kalite odaklı ürün dizaynı faaliyetlerine katkı sağlayacaktır. Yeni ürün tasarımlarından yeterli kaliteyi yakalayabilmek için tedarikçilerin önemli katkısı bulunmaktadır. Aynı şekilde ürün dizaynlarına uygun ve değişen kalite şartlarının gerekliliğine uygun olarak yapılan proses yönetimi faaliyetlerinde tedarikçi kalite yönetiminin önemli katkısı bulunmaktadır.

Ürünlerdeki sorunların çoğu, ürünlerin ya da üretim sürecinin zayıf tasarımından kaynaklanmaktadır. Üretim süreci hammaddenin başlangıcında başlar. Dolayısıyla, odak firma, son müşteriye teslim edilen ürünün kalite parametrelerini kontrol eden tek varlık değildir. Son müşteriye teslim edilen son ürün, müşteriler, tedarikçiler, mühendisler ve tasarım ekibi, vb. tüm tedarik zinciri ortakları tarafından yapılan çabaların ürünüdür. Tüm pay sahipleri arasındaki tasarım aşamasında iletişim, sonraki tasarım değişikliklerini azaltabilecek ve yeni ürünler için başarı oranını artırabilecektir (Aslam, 2012, s. 313).

Proses yönetimi ve ürün dizaynının ürün inovasyonu performansi üzerindeki anlamli etkisi yine beklenen bir durumdur. Zira ürün dizaynı çalışmaları ve ürün dizaynına uygun olarak prosesde yapılan iyileşmeler ürün yeniliğini etkileyecektir. Ürünlerde yapılan yeni tasarımlar inovasyonu tetikleyen bir unsurdur. Ürünlerde inovasyonu gerçekleştirebilmek için ise üretim proseslerinin yapılması planlanan inovasyona göre geliştirilmesinin gerekliliği kaçınılmazdır. Kalite ile ilgili verilerin elde edilmesi ve düzenli olarak raporlanması ürün çalışmalarındaki süreci yakından takip etme olanağı sunacaktır. Bu durumda ürün yeniliklerine olumlu katkı sağlayacaktır.

Şirketlerin asıl amacı kar elde etmektir fakat bunu gerçekleştirebilmek için önceliklerinin müşteri memnuniyeti olması gerekmektedir. Firmaların inovasyon yapmalarındaki asıl gaye de budur. Bu nedenle müşteri ihtiyaç ve beklentilerine uygun olarak gerçekleştirilen inovasyon faaliyetleri müşteri performansını da olumlu olarak etkileyecektir. Memnun olan müşteriler firmaya sadık hale gelecek ve bu sadakatte müşteri performansını artıracaktır. Müşteri performansındaki artış satışlara etki edecek ve nihayetinde firmanın finansal performansında yükselme ile sonuçlanacaktır.

Analiz sonucunda standardize edilmiş beta katsayısı değerlerinde en yüksek değere sahip olanların tedarikçi kalite yönetiminin ürün dizaynı ve proses yönetimi üzerindeki etkisi ile müşteri performansının finansal performans üzerindeki etkisinin analizi sonucu elde edilen katsayı tahmin değerleri olduğu görülmektedir. Bu sonuç ürün dizaynı ve proses yönetiminin büyük oranda tedarikçi kalite yönetimi tarafından açıklandığını ve finansal performansın da yüksek oranda müşteri performansi tarafından açıklandığını göstermektedir. En düşün standardize edilmiş beta katsayısı tahmin değerlerinin ise kalite verisi ve raporlamanın ürün inovasyon performansi üzerindeki etkisi ile proses inovasyon performansının müşteri performansi üzerindeki etkisinin analizi neticesinde elde edildiği görülmektedir. Bu bulgu ürün inovasyon performansının kalite verisi ve raporlama tarafından açıklanma düzeyinin

daha düşük olduğunu ve müşteri performansının da proses inovasyon performansı tarafından açıklanma seviyesinin düşük olduğunu göstermektedir.

### Sonuç

Bu çalışmada İstanbul Sanayi Odasının 2015 yılında ilan etmiş olduğu Türkiye'nin ilk 1000 sanayi firması içinde yer alan 203 firmadan elde edilen veriler ile toplam kalite yönetimi boyutlarında yer alan tedarikçi kalite yönetiminin proses yönetimi, ürün dizaynı ve kalite verisi ve raporlama üzerindeki etkisi ile proses yönetiminin proses inovasyonu, ürün dizaynı ve kalite verisi ve raporlamanın ise ürün inovasyonu üzerindeki etkisi araştırılmıştır. Ayrıca inovasyon performansının müşteri performansı üzerindeki etkisi; müşteri performansının da finansal performans üzerindeki etkisi araştırılmıştır.

Kurulan yapısal eşitlik modeli analiz edildikten sonra tedarikçi kalite yönetiminin proses yönetimi ve ürün dizaynı üzerindeki etkisi ile kalite verisi ve raporlama üzerindeki etkisi doğrulanmıştır. Ürün dizaynı ve kalite verisi ve raporlamanın ürün inovasyon performansı üzerindeki etkisi ile proses yönetiminin proses inovasyon performansı üzerindeki etkisi tespit edilmiştir. Proses ve ürün inovasyon performanslarının da müşteri performansını anlamlı olarak etkilediği bulgusu elde edilmiştir. Son olarak da müşteri performansının finansal performans üzerindeki etkisine ulaşılmıştır.

Analiz sonuçları imalat firmalarının tedarikçi ilişkilerine azami önem vermeleri gerektiğini göstermektedir. Tedarikçilerle sadece maliyet açısından değil kalite ve teslimat hızı açısından da ilişki kurulmalıdır. Firmalar çok sayıda tedarikçi ile çalışmak yerine az sayıda tedarikçi ile kazan kazan ilkesinden hareketle uzun süreli ve kalite odaklı bir işbirliği kurmayı tercih etmelidir. Bu sayede müşteri beklentilerine uygun olarak yeni ürünler tasarlamak için gerekli olan zemini kurmuş olacaklardır. Müşteri ihtiyaçlarına uygun ürün dizaynı yapmak için üretim proseslerinde düzenlemelere gidilmesi gerekmektedir. Tedarikçi kalite yönetiminin ise bunu gerçekleştirebilmek için çok önemli bir yeri bulunmaktadır. Bu sayede ürün dizaynında yapılan değişiklikler firmaların ürün inovasyon kabiliyetini de artıracaktır. Ürün inovasyonları ile müşteri beklentilerini karşılayan firmaların müşteri performansları artış gösterecektir. Neticede firmanın ürünlerine sadık müşteriler olacağından müşteri performansındaki artış firmaların finansal performanslarını da olumlu etkileyecektir. Kalite verisi ve raporlama da ürün inovasyonu için önem arz etmektedir. Kalite ile ilgili verilerin doğru olarak tutulması ve düzenli olarak raporlanması ürün kalitesinin ve ürün dizaynı sürecinin yakından takip edilmesine olanak sağlayacaktır. Ayrıca raporlama departmanları arası iletişimi de sağlamlaştıracağından bir ürün ile ilgili yapılması planlanan yenilikler için farklı departmanlardan geri bildirim alınmış olacaktır.

Günümüz rekabet ortamında müşteri isteklerine uygun ürün tasarlamak ve üretmek firmaların olmazsa olmazıdır. Ürün dizaynında müşteri isteklerini karşılayabilmek için müşterilerle kurulacak ilişkinin kalitesi de önemli rol oynamaktadır. Ürün dizaynında yapılması düşünülen bir değişikliğinin o ürünü kullanacak olan müşteriye sorulması en doğru yoldur. Bu sayede ürün değişikliği için katlanılan maliyetin karlılığa dönüştürülmesi mümkün olacaktır. Bu amaçla imalat firmaları müşterileri ile düzenli bir ilişki kurmalı, mevcut kullandıkları ürünlerle ilgili şikayet ve değişiklik taleplerini düzenli olarak elde etmeli ve ürün dizaynı kararlarını bu geri dönüşleri göz önünde bulundurarak vermelidir. Bu sayede ürün dizaynında yapılacak olan değişiklik o ürünü üretmek için proses yönetiminde yapılması gereken değişiklik için de fikir oluşturacaktır. Proses yönetiminde yapılan yenilikler yeni ürünler üretilmesine de olanak sağlayacak ve firmaların ürün inovasyon performansını olumlu etkileyecektir. Bütün bunlar müşterilerden elde edilen bilgiler doğrultusunda yapılmış olduğundan ürün inovasyonu müşteri performansını da olumlu etkileyecektir. Proses inovasyon performansında meydana gelen artış daha kaliteli ürünler üretilmesine olanak

sağlayacağından kalite performansını iyileştirme olanağı sağlayacaktır. Kalite performansında meydana gelen artış ise rakiplere göre daha kaliteli ürün üretilmesini sağlayacağından dolayı satışları artıracak, yatırımların getirisini artıracak ve neticede de firmaların finansal performanslarında artış göstermelerine olanak sağlayacaktır. Bu nedenle finansal performanslarını artırarak daha fazla kar elde etmeyi planlayan firmaların öncelikle müşteri ilişkilerine önem vermeleri, müşterilerden elde ettikleri bilgiler doğrultusunda ürün dizaynı ve proses yönetimlerini gözden geçirmeleri ve iyileştirmeler yapmaları, bu sayede inovasyon ve firma performanslarını artırmaları kaçınılmazdır.

Bu çalışmada TKY kritik başarı faktörlerinden tedarikçi kalite yönetimi, kalite verisi ve raporlama, ürün dizaynı ve proses yönetiminin birbirleri arasındaki ilişkiler ve bu ilişki neticesinin ürün ve proses inovasyon performansına olan etkisi ve nihayetinde müşteri ve finansal performansa olan etkisi incelenmiştir. Tedarikçi kalite yönetimi ile ürün ve proses inovasyonun literatürde hala güncelliğini koruduğu göze alındığında bu konularda farklı çalışmalara olan ihtiyaç da devam etmektedir. Tedarikçi kalite yönetiminin ürün inovasyonu üzerindeki etkisinde ürün dizaynının aracılık rolünün bulunup bulunmadığının araştırılması, tedarikçi kalite yönetiminin proses inovasyonu üzerindeki etkisinde proses yönetiminin aracılık rolünün bulunup bulunmadığının araştırılması, tedarikçi kalite yönetiminin kalite performansı ve/veya firma performansı üzerindeki etkisinde inovasyonun aracılık rolünün olup olmadığının araştırılması, inovasyonun performans üzerindeki etkisinde müşteri memnuniyetinin aracılık rolünün analiz edilmesi, tedarikçi kalite yönetiminin inovasyon ve kalite performansı üzerindeki etkisinde alıcı-tedarikçi ilişkisinin düzenleyici rolünün analiz edilmesi literatüre önemli katkılar sağlayacaktır. Tedarikçi kalite yönetiminin tedarikçi inovasyonu üzerindeki etkisi de yine araştırılması gereken konular arasında yer almaktadır. Bu çalışma büyük ölçekli imalat firmaları üzerinde yapılmıştır. Aynı çalışmanın hizmet sektöründe de, özellikle otel ve hastane, yapılması literatür açısından önem arz etmektedir.

### Kaynakça

- Alegre, J., Lapiedra, R. & Chiva, R. (2006). A measurement scale for product innovation performance. *European Journal of Innovation Management*, 9(4), 333–346.
- Anderson J.C. & Schroeder R.G., (1994). A theory of quality management underlying the Deming management method. *Academy Management Review* 1994, Vol. 19. No. 3, 472-509.
- Aoun, M. & Hasnan, N. (2013). Lean production and TQM: Complementary or contradictory driving forces of innovation performance? *International Journal of Innovation Science*, 5(4), 237–252.
- Aslam K.R.M.M.H. (2012). Business excellence through total supply chain quality management, *Asian Journal on Quality*, Vol. 13 Iss 3 pp. 309 – 324.
- Awoku R.Y. (2012). *An empirical study on quality management practices, organization performance and suppliers' selection in southern Minnesota manufacturing firms.* (Yayımlanmamış doktora tezi). Minnesota State University.
- Baer, M. & Frese, M. (2003). Innovation is not enough: Climates for initiative and psychological safety, process innovations, and firm performance. *Journal of organizational behavior*, 24(1), 45–68.

- Baird, K., Jia Hu, K. & Reeve, R. (2011). The relationships between organizational culture, total quality management practices and operational performance. *International Journal of Operations & Production Management*, 31(7), 789–814.
- Camisón, C. & Villar-López, A. (2014). Organizational innovation as an enabler of technological innovation capabilities and firm performance. *Journal of business research*, 67(1), 2891–2902.
- Chang J. (2017). The effects of buyer-supplier's collaboration on knowledge and product innovation. *Industrial Marketing Management* 65 (2017) 129–143.
- Chen, Y., Wang, Y., Nevo, S., Benitez-Amado, J. & Kou, G. (2015). IT capabilities and product innovation performance: The roles of corporate entrepreneurship and competitive intensity. *Information & Management*, 52(6), 643–657.
- Chin K.S., Yeung I.K. & Pun K.F., (2006), Development of an assessment system for supplier quality management, *International Journal of Quality & Reliability Management*, Vol. 23 Iss 7 pp. 743 – 765.
- Chong, V. K. & Rundus, M. J. (2004). Total quality management, market competition and organizational performance. *The British accounting review*, 36(2), 155–172.
- Conti, T. (2012). *Building total quality: a guide for management*. Springer Science & Business Media.
- Damanpour F. (2010). An Integration of Research Findings of Effects of Firm Size and Market Competition on Product and Process Innovations. *British Journal of Management*, Vol. 21, 996–1010 (2010).
- De Guimarães, J. C. F., Severo, E. A., Dorion, E. C. H., Coallier, F. & Olea, P. M. (2016). The use of organisational resources for product innovation and organisational performance: a survey of the Brazilian furniture industry. *International Journal of Production Economics*, 180, 135–147.
- Deming, W. E. (1986). *Out of the crisis*, Massachusetts Institute of Technology. Center for advanced engineering study, Cambridge, MA, 510.
- Enginoğlu, D. (2015). *İnovasyon yönetimi ve AR-GE* (1. bs.). Ankara: Nobel Akademik Yayıncılık.
- Ersoy, M. S. & Ersoy, A. (2015). *Kalite Yönetimi, Toplam Kalite Yönetimi ve Kalite Denetimi* (2. bs.). Ankara: İmaj Yayınevi.
- Ertuğrul, İ. (2014). *Toplam kalite kontrol kalite güvenliği ve ISO 9000 standartları toplam kalite yönetimine ilişkin bir işletme uygulaması* (3. bs.). Bursa: Ekin Yayınevi.
- Fernandes, A. A. C. M., Lourenço, L. A. N. & Silva, M. J. A. M. (2014). Influence of quality management on the innovative performance. *Revista Brasileira de Gestão de Negócios*, 16(53), 575–593.
- Fernandes, A. C., Sampaio, P., Sameiro, M. & Truong, H. Q. (2017). Supply chain management and quality management integration: A conceptual model proposal. *International Journal of quality & reliability management*, 34(1), 53–67.

- 
- Ferreira, V. H. & Cardoso, R. (2014). The relation between quality management and innovation performance in the textile sector in Portugal. *Journal of global business and technology*, 10(2), 13.
- Forza, C. & Filippini, R. (1998). TQM impact on quality conformance and customer satisfaction: a causal model. *International journal of production economics*, 55(1), 1–20.
- Fynes, B., Voss, C. & de Búrca, S. (2005). The impact of supply chain relationship quality on quality performance. *International journal of production economics*, 96(3), 339–354.
- Gotzamani, K. D. & Tsiotras, G. D. (2001). An empirical study of the ISO 9000 standards' contribution towards total quality management. *International Journal of Operations & Production Management*, 21(10), 1326–1342.
- Hassan M., Hassan S., Shaukat S. & Nawaz M.S. (2013). Relationship between TQM Elements and Organizational Performance: An Empirical Study of Manufacturing Sector of Pakistan. *Pakistan Journal of Commerce and Social Sciences* 2013, Vol. 7 (1), 01-18
- Honarpour, A., Jusoh, A. & Md Nor, K. (2016). Total quality management, knowledge management, and innovation: an empirical study in R&D units. *Total Quality Management & Business Excellence*, 1–19.
- Hoonsopon, D. & Ruenrom, G. (2012). The impact of organizational capabilities on the development of radical and incremental product innovation and product innovation performance. *Journal of Managerial Issues*, 250–276.
- Hwang, D., Yang, M. G. M. & Hong, P. (2015). Mediating effect of IT-enabled capabilities on competitive performance outcomes: An empirical investigation of ERP implementation. *Journal of Engineering and Technology Management*, 36, 1–23.
- Ilori, A. B., Lawal, A. & Simeon-Oke, O. O. (2017). Innovations and innovation capability in palm kernel processing industry in southwestern Nigeria. *International Journal of Innovation Science*, 9(1), 102–114.
- Ise, M. (1995). Entrepreneurial Innovation: Beyond Schumpeter. *Creativity and Innovation Management*, 4(1), 40–44.
- Işığınçok, E. (2005). *Toplam Kalite Yönetimi Bakış Açısıyla İstatistiksel Kalite Kontrol* (1. bs.). Bursa: Ezgi Kitabevi.
- Ivanov, C.-I. & Avasilcăi, S. (2014). Performance measurement models: an analysis for measuring innovation processes performance. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 124, 397–404.
- Jones, J.S.L. & Linderman, K. (2014). Process management, innovation and efficiency performance: The moderating effect of competitive intensity. *Business Process Management Journal*, 20(2), 335–358.
- Kafetzopoulos, D., Gotzamani, K. & Psomas, E. (2013). Quality systems and competitive performance of food companies. *Benchmarking: An International Journal*, 20(4), 463–483.
-



- Kafetzopoulos, D., Gotzamani, K. & Gkana, V. (2015). Relationship between quality management, innovation and competitiveness. Evidence from Greek companies. *Journal of Manufacturing Technology Management*, 26(8), 1177–1200.
- Kaynak, H. (2003). The relationship between total quality management practices and their effects on firm performance. *Journal of operations management*, 21(4), 405–435.
- Kaynak, H. & Hartley, J. L. (2008). A replication and extension of quality management into the supply chain. *Journal of Operations Management*, 26(4), 468–489.
- Keeley, L., Pikkel, R., Quinn, B. & Walters, H. (2015). *İnovasyonun on tipi* (1. bs.). Ankara: Nobel Akademik Yayıncılık.
- Kılıç, S. (2013). *İnovasyon ve İnovasyon Yönetimi* (1. bs.). Ankara: Seçkin Yayıncılık.
- Kıngır, S. (2013). *Toplam kalite yönetimi* (3. bs.). Ankara: Nobel Akademik Yayıncılık.
- Kiernan, M. J. (1996). Get innovative or get dead. *Business Quarterly*, 61(1), 51–58.
- Kim, D. Y. (2010). *The Impact of Quality Management Practices on Innovation*. (Yayımlanmamış doktora tezi). Carleton University.
- Kongpichayanond, P. (2013). *Penceived relationship among knowledge management, total quality management, and organization innovation performance: a Thai study*. (Yayımlanmamış doktora tezi). University of Minnesota.
- Köhler, C., Sofka, W. & Grimpe, C. (2012). Selective search, sectoral patterns, and the impact on product innovation performance. *Research Policy*, 41(8), 1344–1356.
- Leavengood, S. A. (2011). *Identifying best quality management practices for achieving quality and innovation performance in the forest products industry*. (Yayımlanmamış doktora tezi). Portland State University, Engineering Management.
- Liu, P.-L. & Tsai, C.-H. (2009). Research on the influences of new product design and new product development process management on new product development performance in Taiwan's industries. *Asian Journal on Quality*, 10(1), 89–106.
- Madhikermi, M., Kubler, S., Robert, J., Buda, A. & Främling, K. (2016). Data Quality Assessment of Maintenance Reporting Procedures. *Expert Systems with Applications*, 63, 145–164.
- Madu, C. N. (1998). *Handbook of Total Quality Management* (1. bs.). USA: Springer Science Business Media B.V.
- Mojtahedzadeh, R. (2014). *The Effect of Quality Culture and Organisational Performance in Iran Car Manufacturing Companies*. (Yayımlanmamış doktora tezi). Multimedia University Malaysia.
- Müsiad (2017). *Değer tabanlı teknolojik dönüşüm. MÜSİAD 2017 Raporu*. İstanbul.
- Ou, C. S., Liu, F. C., Hung, Y. C. & Yen, D. C. (2010). A structural model of supply chain management on firm performance. *International Journal of Operations & Production Management*, 30(5), 526–545.
- Öztürk, A. (2013). *Kalite Yönetimi ve Planlaması* (1. bs.). Bursa: Ekin Yayınevi.

- 
- Patyal, V. S. & Koilakuntla, M. (2017). The impact of quality management practices on performance: An empirical study. *Benchmarking: An International Journal*, 24(2), 511–535.
- Pekar, J. P. (1995). *Total quality management: Guiding principles for application*. American Society for Testing and Materials.
- Perez-Arostegui, M. N., Sousa, R. & Montes, F. (2013). Quality Management practices, absorptive capacity and innovation performance.
- Petersen, K. J., Handfield, R. B. & Ragatz, G. L. (2003). A model of supplier integration into new product development. *Journal of product innovation management*, 20(4), 284–299.
- Prajogo, D. I. & Sohal, A. S. (2003). The relationship between TQM practices, quality performance, and innovation performance: An empirical examination. *International journal of quality & reliability management*, 20(8), 901–918.
- Prajogo, D. I. & Sohal, A. S. (2006). The relationship between organization strategy, total quality management (TQM), and organization performance—the mediating role of TQM. *European Journal of Operational Research*, 168(1), 35–50.
- Prajogo, D. I. & Sohal, A. S. (2006). The integration of TQM and technology/R&D management in determining quality and innovation performance. *Omega*, 34(3), 296–312.
- Rainey, D. L. (2008). *Product innovation: leading change through integrated product development*. Cambridge University Press.
- Rashid, K. & Haris Aslam, M. M. (2012). Business excellence through total supply chain quality management. *Asian Journal on Quality*, 13(3), 309–324.
- Robinson, C. J. & Malhotra, M. K. (2005). Defining the concept of supply chain quality management and its relevance to academic and industrial practice. *International Journal of Production Economics*, 96(3), 315–337.
- Russell, R. S. & Taylor, B.W. (2009). Operations management creating value along the supply chain.
- Salomo, S., Weise, J. & Gemünden, H. G. (2007). NPD planning activities and innovation performance: the mediating role of process management and the moderating effect of product innovativeness. *Journal of product innovation management*, 24(4), 285–302.
- Shan, A. W., Ahmad, M. F. & Nor, N. H. M. (2016). The Mediating Effect of Innovation between Total Quality Management (TQM) and Business Performance. IOP Conference Series: Materials Science and Engineering . IOP Publishing. (C. 160, s. 012011)
- Sila, I., Ebrahimpour, M. & Birkholz, C. (2006). Quality in Supply Chains: An Empirical Analysis. *Supply Chain Management: An International Journal*, 11(6), 491–502.
- Simonetti, R., Archibugi, D. & Evangelista, R. (1995). Product and process innovations: how are they defined? How are they quantified? *Scientometrics*, 32(1), 77–89.
-

- Singh, P. J. & Smith, A. J. (2004). Relationship between TQM and innovation: an empirical study. *Journal of Manufacturing Technology Management*, 15(5), 394–401.
- Tapiero, C. s. (1996). *The management of quality and its control*. Chapman & Hall.
- Tari, J. J., Molina, J. F. & Castejon, J. L. (2007). The relationship between quality management practices and their effects on quality outcomes. *European journal of operational research*, 183(2), 483–501.
- Uluskan M. Joines A J.A. & Godfrey B. , (2016), Comprehensive insight into supplier quality and the impact of quality strategies of suppliers on outsourcing decisions , *Supply Chain Management: An International Journal*, Vol. 21 Iss 1 pp. 92 – 102
- Utterback, J. M. & Abernathy, W. J. (1975). A dynamic model of process and product innovation. *Omega*, 3(6), 639–656.
- Woodside, A. R. (2005). *Managing Product Inoovation* (C. 13). Advances in Business Marketing and Pruchaising.
- Yılmaz, H. (2015). *Stratejik İnovasyon Yönetimi* (1. bs.). İstanbul: Beta Basım.
- Zehir, C., Ertosun, Ö. G., Zehir, S. & Müceldilli, B. (2012). Total quality management practices' effects on quality performance and innovative performance. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 41, 273–280.
- Zeng, J., Zhang, W., Matsui, Y. & Zhao, X. (2017). The impact of organizational context on hard and soft quality management and innovation performance. *International Journal of Production Economics*, 185, 240–251.
- Zu, X. & Kaynak, H. (2012). An agency theory perspective on supply chain quality management. *International Journal of Operations & Production Management*, 32(4), 423–446.

# Ürün Yeniliği Performansına Etki Eden Değişkenler Üzerine İSO 1000'de Bir Araştırma<sup>1</sup>

## A Research in ICI 1000 on Variables That Affect Product Innovation Performance

Özlem YAŞAR UĞURLU\*

### Öz

Bu araştırmanın amacı, öğrenme odaklı örgüt kültürü, formal örgütsel yapı gibi örgüte ait değişkenler ile işletmelerin faaliyette buldukları sektördeki rekabet yoğunluğu ve pazar dalgalanmasını ifade eden ve örgüt dışı bir unsur olarak araştırmaya dahil edilen çevresel dinamizmin ürün yeniliği performansına etkisini saptamaktır. Bu amaç doğrultusunda İSO (İstanbul Sanayi Odası) 1000 listesi içinde yer alan 405 üretim işletmesinden 120 tanesinin yöneticilerine anket uygulanmıştır. Elde edilen veriler SPSS ve SmartPLS yapısal eşitlik modellemesi programı ile analiz edilmiştir. Analiz sonucunda öğrenme odaklı örgüt kültürü, formal örgüt yapısı ve çevresel dinamizmin ürün yeniliği performansını pozitif yönde etkilediği saptanmıştır.

**Anahtar Kelimeler:** Ürün yeniliği performansı, formal örgüt yapısı, öğrenme odaklı örgüt kültürü, çevresel dinamizm.

### Abstract

The aim of this research is to determine the impact of learning-oriented organizational culture, formal organizational structure and environmental dynamism on product innovation performance of businesses. For this purpose, a questionnaire was applied to the managers of manufacturing firms included within the Istanbul (Istanbul Chamber of Industry) 1000 list (N:120). The obtained data were analyzed by SPSS and SmartPLS structural equation modeling program. As a result of the analysis, it has been determined that learning-oriented organizational culture, formal organizational structure and environmental dynamism affect product innovation performance positively.

**Key Words:** Product innovation performance, formal organizational structure, learning-oriented organizational culture, environmental dynamism.

### Giriş

Pazar alanındaki yoğun rekabet organizasyonları rekabet avantajını arttırmak ya da elde tutmak için farklı yollar araştırmaya zorlamaktadır. Örgütlerin rekabet avantajı elde edebilmelerini sağlayan en önemli unsurlardan biri yenilik yapabilme becerisidir. Bir işletme yenilik yaparak geniş bir ürün yelpazesine sahip olabilir, karını yükseltebilir ve değerini maksimize edebilir, örgütsel yaratıcılığını artırır, donanımlı işgücünü işletmeye çekebilir ya da elinde tutabilir ve sağlıklı bir örgütsel iklim oluşturabilir. Bilgiyi ve teknolojik becerileri başarılı bir biçimde sentezleyen örgütler yeni ürün, hizmet ve süreç yaratma konusunda daha başarılı olmakta ve diğer örgütlere göre rekabet üstünlüğünü daha kolay elde etmektedir (Seyrek vd, 2007; Hult vd, 2004; Batmaz ve Özcan, 2008; Motwani vd, 1999).

İşletmelerde çok çeşitli yenilik faaliyetleri yer almaktadır. Bunların en önemlilerinden biri de ürün yeniliğidir. Ürün yeniliği bugün en başarılı işletmelerin arkasındaki itici güçtür. Ürün yeniliği, işletmelere önemli bir rekabet avantajı sağladığı gibi uyum ve yenilenme gibi örgütsel süreçlerin de merkezinde yer almaktadır (Brown ve Eisenhardt, 1995, s.374). Ürün yeniliğinde temel amaç, teknolojik açıdan radikal olarak yeni veya yavaşça gelişmiş yeni ürünleri pazara sunmaktır. Ürün yeniliği, teknoloji ve pazardaki değişimlerin işletmenin

<sup>1</sup> Bu çalışma yazarın "Örgütsel Öğrenme Yeteneğinin Ürün Yeniliği Performansına Etkisi: Üretim İşletmelerinde Bir Araştırma" başlıklı doktora tezinden üretilmiştir.

\* Dr. Öğr. Üyesi, Gaziantep Üniversitesi, İİBF, İşletme Bölümü, yasar@gantep.edu.tr

varlığını tehdit etmesine engel olarak uzun süre mevcudiyetini korumasını sağlar (Durna, 2002, s.67). Araştırmacılar, ürün yeniliği üzerinde artan yönetsel vurguya ürün yeniliği başarısının öncülleri ile ilgili olarak yapılan çalışmalar ile karşılık vermektedir (Henard ve Syzmanski, 2001, s.362).

Literatüre bakıldığında araştırmacıların yeniliği etkileyen faktörleri örgüt içi ve örgüt dışı faktörler olarak değerlendirdiği görülmektedir. Örgütün sahip olduğu stratejik düşünce biçimi, büyüklüğü, bir ağa bağlı olup olmaması, örgüt kültürü gibi unsurlar yenilik çalışmalarını etkileyen örgüte ait değişkenler olarak ele alınmaktadır. Örgüt faaliyette bulunduğu çevreye ait özellikler, piyasa yapısı, müşteri ve tedarikçilerin beklentileri gibi unsurlar ise işletmenin yenilik çalışmalarına yön veren dışsal faktörler olarak değerlendirilmektedir (Motwani vd., 1999; Yeung, 2007).

Bu bağlamda, Türkiye’de faaliyette bulunan üretim işletmelere yönelik yapılan bu araştırmanın temel amacı, öğrenme odaklı örgüt kültürü, formal örgütsel yapı gibi örgüte ait değişkenler ile işletmelerin faaliyette buldukları sektördeki rekabet yoğunluğu ve pazar dalgalanmasını ifade eden ve örgüt dışı bir unsur olarak araştırmaya dahil edilen çevresel dinamizmin ürün yeniliği performansına etkisini saptamaktır. Bu amaç doğrultusunda ISO (İstanbul Sanayi Odası) 1000 içinde yer alan 120 üretim işletmesi yöneticilerine anket uygulanmış ve elde edilen veriler SPSS ve SmartPLS yapısal eşitlik modellemesi programı ile analiz edilmiştir. Bu araştırmanın günümüz iş dünyasında sıkça vurgu yapılan yenilik kavramına farklı bir bakış açısı kazandıracağı, hem yenilik performansını artırmak isteyen işletmeler için hem de bu alandaki araştırmacılar için yeni bir model önermesi nedeniyle katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

### Kavramsal Çerçeve

Yenilik kavramı bilimsel olarak ilk defa iktisat literatüründe 1912 yılında Schumpeter’in İktisadi Gelişme Teorisi adlı kitabında ele alınmıştır. İşletme literatürüne yenilik kavramı, Muse ve Kegerreis tarafından 1969 yılında Ar-Ge çalışmalarının ve yeni ürünlerin işletmelerin pazarlama faaliyetlerinin başarısı üzerindeki etkilerini inceleyen bir araştırma ile girmiştir. Bu çalışmada, yenilik kavramı “yeni ürün geliştirme” olarak değerlendirilmektedir (Şahin, 2009, s.260).

Schumpeter’in girişimcilik ve yenilik üzerine söylemleri yenilik teorilerini büyük ölçüde etkilemiştir. Schumpeter, “Theory of Economic Development” isimli eserinde, ‘girişimci ruhlu yeni firmaların daha az yenilikçi olanları yerlerinden ederek, yani bir *yaratıcı yıkıma* (creative destruction) neden olarak ekonomik gelişmenin hızını arttırdığını savunmaktadır. Schumpeter, “Capitalism and Democracy” adlı eserinde ise, büyük ve kemikleşmiş şirketlerin değişime direndikleri için, girişimcilerin yeni firmalar kurup yenilikçi aktivitenin artmasına neden olduklarını belirtmiştir. Schumpeter’e göre, girişimcilerin işlevi, bir buluşu ya da daha genel olarak uygulamaya konmamış bir teknolojik olanağı kullanarak, yeni bir ticari ürün ortaya çıkarmak, ya da mevcut bir ürünü yeni bir biçimde üretmek için üretim biçimini reforme etmek veya yenilemektir (Tanrıseven, 2004, s.55).

Yenilik kavramı literatürde temelde aynı ifadelerle tanımlanmaya çalışılmıştır. Garcia ve Calantone, (2002, s.112), yeniliği yeni fikirleri kullanarak veya mevcut bilgileri çok farklı yollarla uygulayarak ticari bir yarara dönüşen önemli değişiklik sağlama olarak tanımlanmaktadır. Atik’e (2005,s.5) göre yenilik, “süreç olarak bir fikri, pazarlanabilir bir ürün ya da hizmete, yeni ya da geliştirilmiş bir imalat veya dağıtım yöntemine dönüştürmeyi” ifade eder. Amerikan Ulusal Bilim Kurulu yeniliği, bilginin ürünlere, süreçlere, sistemlere ve hizmetlere dönüşümü olarak ifade etmiştir. Bu tanımdan yola çıkarak yeniliğin temel unsurları, bilgi, yetenekli işgücü ve uygun örgütsel yapı olarak sıralanabilir (Atik, 2005, s.5).

Amabile ve arkadaşları (1996, s.1155) yeniliği, yaratıcı fikirlerin örgüt içinde başarılı bir şekilde uygulanması olarak tanımlamıştır. Thompson'a göre yenilik yeni fikirlerin, süreçlerin, ürünlerin ve hizmetlerin üretilmesi, kabul görmesi ve uygulanmasıdır (Yeung vd, 2007, s.2462; Oskarsson, 2003, s.3). Schumpeter yenilik (innovation) kavramını, buluşların yeni ticari ürün ve hizmetler yaratılması amacıyla kullanımı şeklinde tanımlamaktadır. Ona göre yenilik unsuru, mal ve hizmetler için talep yaratılmasında itici bir güçtür (Kirchhoff, 1994, s.415).

Yenilik çalışmaları ile ilgili literatürde, işletmelerdeki yenilik faaliyetleri iki temel başlık altında toplanmıştır. Yenilik faaliyetlerinin ilki, işletmenin sunduğu ürün ve hizmetlerde, ikincisi de bu ürün ve hizmetlerin yaratılma ve sunulma biçimlerindedir. Bu iki grup, ürün ve süreç yenilikleri olarak adlandırılmaktadır. Süreç yenilikleri bir endüstri, örgüt veya departman için yeni olan, girdileri, çıktılara dönüştürmede kullanılan teknolojiye araç, cihaz ve bilgi olarak tanımlanmaktadır (Damanpour, 1991,s.556). Ürün yenilikleri ise müşterilerin faydası için üretilmiş ürün ve hizmetleri kapsamaktadır (Seyrek vd, 2007, s.18).

Bir işletmenin imal ettiği ürünlerdeki ya da sunduğu hizmetlerdeki değişim ürün yeniliği olarak adlandırılmaktadır. Batmaz ve Özcan (2008, s.46), bir fikrin üretim süreci sonunda pazarlanabilir, yeni/geliştirilmiş ürün, yöntem ya da hizmete dönüştürülmesini ürün yeniliği olarak tanımlamaktadır. Ürün yeniliği; yeni bir ürün/ hizmet ya da mevcut bir ürün veya hizmetin yaşam süresini ve rekabet gücünü arttıran bir ilerleme olarak ifade edilmekte; hem yeni mal ve hizmetlerin pazara sunumunu hem de mevcut mal ve hizmetlerin işlevsel veya kullanıcı özelliklerinde yapılan önemli iyileştirmeleri kapsamaktadır (Durna, 2002, s.66; Özen ve Bingöl, 2007, s.402).

Bu araştırmada işletmelerin gösterdiği ürün yeniliği performansı bağımlı değişken olarak ele alınmaktadır. Ürün yeniliği performansı çok boyutlu bir kavramdır. Araştırmacılar, farklı araştırma odaklarına dayanan çeşitli performans değerlendirme ölçütleri kullanmışlardır. Hsu ve Fang (2008) çalışmalarında yeni ürün geliştirme performansını pazar performansı, finansal performans, müşteri ve ürün performansı bağlamında incelemiştir. Bu çalışmada ürün yeniliği performansı yeniliğin etkililiği ve yeniliğin etkinliği boyutlarıyla ölçülmektedir. Her iki boyut da yenilik araştırmalarında geniş bir şekilde tartışılmaktadır. Yeniliğin etkililiği, bir yeniliğin başarı derecesini yansıtmaktadır; yeniliğin etkinliği ise, yeniliğin başarısı için ortaya konan çabayı yansıtmaktadır (Alegre ve Chiva, 2008, s.317).

Ürün yeniliğinin etkililiği, OECD-EUROSTAT tarafından 1997 yılında yenilik araştırmalarında daha fazla homojenliği ve kıyaslanabilirliği kolaylaştırmak adına ürün yeniliğinin etkililiğini ölçen bir ölçek geliştirmiştir. Günümüzde bir çok yenilik anketinde kullanılan ve literatür tarafından da onaylanan bir ölçektir. Ürün yelpazesinin genişlemesi, ürünlerin pazar payı ve yeni pazarlara açılma gibi yeniliğin pazar performansını ölçen unsurlardan oluşmaktadır (Alegre ve Chiva, 2006, s.334).

Ürün yeniliğinin etkinliği, yenilik projesi için harcanan maliyet ve zamanla açıklanmaktadır. Yeni ürün geliştirme süresince harcanan zaman ve maliyet hem objektif olarak hem de subjektif olarak ölçülmektedir. Yeni ürün geliştirme programlı bir problem çözme süreci olarak ele alınmaktadır. Performans ölçütleri olarak ürün geliştirme sürecinin verimliliğinin önemine vurgu yapılmakta ürün geliştirme hızı ve maliyeti ön planda tutulmaktadır (Alegre ve Chiva, 2006, s.335).

Bu bağlamda bu araştırmada ürün yeniliği performansına etki eden değişkenler öğrenme odaklı örgüt kültürü, formel örgüt yapısı gibi örgüt içi faktörler olarak işletmenin faaliyette bulunduğu çevresel dinamizm ise örgüt dışı bir faktör olarak belirlenmiştir. Alt başlıklarda ilgili değişkenler ve ürün yeniliği performansı ile olan ilişkisine yönelik literatür özetlerine yer verilmiştir.

## Öğrenme Odaklı Örgüt Kültürü ve Ürün Yeniliği Performansı İlişkisi

Örgütsel öğrenme yeteneğinin örgüt içinde geliştirilmesini ve yenilik yapabilme becerisini etkileyen önemli unsurlardan biri de öğrenmeye olanak veren bir örgüt kültürüdür. Yönetimin uzun dönemli amaçlara ulaşmada öğrenmeyi temel bir etken olarak görmesi ve bunu da çalışanlara benimsetmesi gerekir. Öğrenme ve yenilik odaklı bir örgüt kültürünün en önemli özellikleri katılım, tutarlılık, adaptasyon yeteneği ve bir misyona sahip olmasıdır. Bütün örgütlerin ve içindeki birimlerin açıkça tanımlanmış bir amaca ihtiyacı vardır. Çalışanların bu amaçları iyice anlaması ve örgütün amaçlarına ulaşabilmesi için kendi çalışmalarının ne ölçüde katkı sağlayacağını bilmeleri gerekir (Goh ve Richards, 1997, s.577; Denison ve Mishra, 1995, s.214). Tüm çalışanlarca benimsenen ve paylaşılan örgütsel misyon ve vizyon, mevcut durum ve vizyon arasındaki farkın daha iyi anlaşılmasına ve farkı daha etkin ve etkili bir biçimde kapatmak için çalışmaya sevk eder (Goh ve Richards, 1997, s.577). Adaptasyon yeteneği örgütün sürekli değişime açık olmasını ve kendini yenileyebilme özelliğini ifade etmektedir (Jerez-Gomez vd., 2005, s.282). Bilgi yaratmaya, yenilikçiliğe ve uyuma vurgu yapan bir örgüt kültürü işletmenin öğrenme yeteneği üzerinde olumlu bir etkiye sahiptir (Phromket ve Ussahawanitchakit, 2009, s.9).

Öğrenme, çevrenin gözlemlenmesi ve örgütsel etkileşim yoluyla gerçekleşmektedir. Yenilik söz konusu olduğunda, teknolojik değişim, müşteri talebinin ve rekabet ortamının belirsizliği önemli çevresel faktörlerdir. Bu bağlamda, öğrenme odaklı bir organizasyon, yenilik yeteneğini üç şekilde geliştirebilir. İlki, en ileri teknolojilere sahip olma ve bu teknolojileri yenilik yaparken kullanma; ikincisi, müşteri ihtiyaçlarını tahmin edebilecek ve kavrayacak yeteneğe ve bilgiye sahip olarak, gelişmekte olan pazar fırsatlarını değerlendirme; üçüncüsü ise, örgütün kendini öğrenmeye adayarak rakiplerine göre daha fazla yenilik yapabilme yeteneğine sahip olmasıdır. Böyle bir örgütün temel özelliği pazardaki rakiplerinin eylemlerini izleyerek, rakiplerin güçlü ve zayıf yönlerini saptaması ve sadece rakiplerin başarılarından değil başarısızlıklarından da ders alması ve öğrenmesidir. Tüm bunlar yüksek bir yenilik becerisinin gelişmesine katkı sağlayacaktır. Yeni ürün geliştirme süreci sürekli bir örgütsel yenilenmeye gereksinim duymaktadır (Calantone vd, 2002, s.517).

Örgütlerde uygun bir öğrenme ortamının varlığı sürekli gelişimi olağan kılar, başarı ve etkili uygulamaların yaygınlık kazanmasını ve herkes tarafından benimsenmesini sağlar, yaratıcılığı, yeniliği ve uyarlanabilirliği artırır (İpek, 2004, s.69).

Bu bağlamda araştırmanın birinci ve ikinci hipotezi aşağıdaki gibidir:

*H1: Öğrenme odaklı bir örgüt kültürü, ürün yeniliği etkililiği üzerinde pozitif yönde bir etkiye sahiptir.*

*H2: Öğrenme odaklı bir örgüt kültürü, ürün yeniliği etkinliği üzerinde pozitif yönde bir etkiye sahiptir.*

## Formel Örgüt Yapısı ve Ürün Yeniliği Performansı İlişkisi

Örgütsel yapı türleri ile ilgili olarak literatür incelendiğinde Burns ve Stalker'ın mekanik-organik örgüt ayrımının araştırmacılar tarafından sıkça kullanıldığı dikkati çekmektedir. Organik örgüt, esnek, informal, bireylere duruma göre yetkinin verildiği örgütleri tanımlarken; mekanik örgüt tam tersi bir biçimde bürokrasinin ağır bastığı, esnek olmayan sınırları belli, formal bir örgüt yapısını tanımlamaktadır. Literatürde, yenilik ve yapı ile ilgili ortaya konan ampirik çalışmalar incelendiğinde birçok araştırmacının esnek (organik) örgüt yapısına ait özelliklerin yenilik üzerinde pozitif bir etkiye sahip olduğu sonucuna ulaştığı (Damanpour, 1991; Oskarsson, 2003; Johnson vd., 1997) gözlenmektedir.

Esnek örgüt yapısı, örgüt üyeleri tarafından algılanan karar alma süreçlerine katılım düzeyini etkilemektedir. Hiyerarşi düzeylerinin açık ve kesin olarak tanımlanmadığı bu örgüt yapısı ile yenilik sürecine katılım ve aktif rol alma arasında pozitif bir ilişki bulunmaktadır. Damanpour'a göre (1991) esnek örgüt yapısı ile yenilik pozitif yönde birbiri ile ilişkilidir çünkü; katılımcı iş çevresi örgütsel üyelerin farkındalığını, bağlılığını ve katılımını artırarak yeniliği kolaylaştırmaktadır (Johnson vd., 1997, s.324).

Bürokratik örgüt yapıları iş tanımlarının ve gereklerinin açık ve net bir şekilde politikalara, kurallara ve geleneklere kodlandığı örgüt yapılarını ifade etmektedir. Bürokratik örgüt yapılarında örgüt üyelerinin kendi görev ve sorumluluklarını yerine getirirken kullanacağı özgürlük alanı azdır. Damanpour'a göre (1991), bürokratik örgüt yapısı iş kurallarına yönelik fazla vurgusu nedeniyle yeni fikirlerin ve davranışların cesaretlendirildiği, kaliteli bir iletişimin var olduğu açık bir iklimin açığa çıkmasına engel olduğu için yenilik ile arasında negatif yönde bir ilişki vardır (Johnson vd., 1997,s.325).

Ancak Nayır ve Tamm (2010:372), işletmenin yaptığı yenilik türüne göre örgütsel yapının etkisinin değişeceğini öne sürmektedir. Yazarlara göre yenilikçi ürün geliştirmek belirli disiplin içinde belirli problem çözme aşamalarından geçerek ortaya çıkmaktadır. Örgütün bu süreçte karşılaştığı bilinmezliklere karşı kontrol sağlayabilmesi için örgütte belli örgütsel ve teknolojik mekanizmaların kurulması gerekmektedir. Bu anlamda merkezi karar alma, yazılı kurallar ve normlar gibi özelliklere sahip olan formalleşme derecesi yüksek örgütlerde ürün yeniliği düzeyinin daha yüksek olacağı ileri sürülmektedir.

Zahra ve George (2002:194), esnek örgüt yapısının fikirlerin değişimi için uygun olduğunu, ancak sosyal ağlar üzerinden gerçekleştirilen informal bir paylaşım yerine bir koordinatör gözetiminde gerçekleştirilen formal bir sosyal bütünleşmenin daha etkin olacağını ileri sürmektedir. Formal bir sosyal bütünleşme, firma içinde bilginin dağıtımını kolaylaştırdığı gibi yorumları toplama ve eğilimleri tanımlamayı da kolaylaştırabilir.

Bu bağlamda araştırmanın üçüncü ve dördüncü hipotezleri de aşağıdaki gibidir:

*H3: Formel örgüt yapısı, ürün yeniliği etkililiği üzerinde pozitif bir etkiye sahiptir.*

*H4: Formel örgüt yapısı, ürün yeniliği etkinliği üzerinde pozitif bir etkiye sahiptir.*

### **Çevresel Dinamizm ve Ürün Yeniliği Performansı İlişkisi**

İşletmenin kendi iç dinamikleri dışında, çevresel koşullar da işletmeyi yenilik yapmaya itebilir. Rekabet, işletmeleri yenilikçi olmaya iten en önemli unsurlardan biridir. Pazar üstünlüğünü koruyarak, pazardaki payını kaybetmek istemeyen işletmeler yenilikçi olmak zorundadır. Rekabetle birlikte, teknolojideki ilerlemelerle yaşanan değişimler, sosyo-kültürel değişimin tüketici davranışlarına ve tercihlerine yansması, işletmelerin yenilik performanslarını gözden geçirmeye zorlamaktadır.

İşletmelerin faaliyette bulunduğu endüstri yapısına ait özellikler işletmelerin karar ve süreçlerini etkileyen önemli bir değişken olarak değerlendirilmektedir. Örgütün yenilik performansı ile faaliyette bulunduğu sanayi çevresi arasında bir ilişki olduğu literatürde yer alan ampirik çalışmalarla da ortaya konmuştur (Amabile vd., 1996; Sinkula vd., 1997; Calantone vd., 2002; Oskarsson, 2003). Bu çalışmada endüstri yapısına ait özellikler, pazar dalgalanması ve rekabet yoğunluğunu içeren bir değişken olarak çevresel dinamizm adı altında belirlenmiştir.

Pazar dalgalanması, tüketicilerin niteliğinde ve tercihlerinde meydana gelen değişimler olarak tanımlanmaktadır. Birçok sektörde müşterilerin daha bilinçli olması ve değişen zevkleri ürün çeşitliliğine ve ürünlerdeki farklılıklara karşı duyarlı olmalarına yol açmıştır. Bir pazardaki hızlı değişimler, kısalan ürün yaşam süreleri, ürün yeniliği için çeşitli



fırsatlar yaratmaktadır. Ürün tercihlerinin sürekli değiştiği, alıcıların sürekli yeni ürün arayışında olduğu ve yeni alıcıların düzenli olarak giriş yaptığı bir çevrede, sanayi işletmelerinin üstün performans elde edebilmek için yenilik aktivitelerine katılmaları oldukça önemlidir (Hult vd., 2004, s.432). Dalgalanması yüksek olan bir pazarda faaliyet gösteren bir işletme durağan pazar koşullarında faaliyette bulunan bir işletmeye göre ürünlerini piyasa beklentileri doğrultusunda daha hızlı modifiye edebilecek ve değişen müşteri beklentileri ile uyumlaştıracaktır. Araştırmacılara göre işletmenin faaliyette bulunduğu çevrede pazar dalgalanması ne kadar fazla ise yeniliğe duyulan ihtiyaç o kadar fazla olacaktır (Kessler ve Chakrabarti, 1996, s.1157; Santos-Vijande ve Alvarez- Gonzalez, 2007, s.519).

Rekabet yoğunluğu bir işletmenin karşı karşıya kaldığı rekabet derecesi olarak tanımlanmaktadır. Başarılı bir şekilde yeni ürün geliştirme işletmenin faaliyette bulunduğu çevredeki rekabetin özelliklerine bağlıdır (Hult vd., 2004, s.432). Rekabet işletmenin yeniliğe uyum sağlama potansiyelini artırmaktadır (Kimberly, 1981, s.699). Bir firmanın ekonomik çevresindeki rekabet yoğunluğu arttıkça ürün geliştirme hızı da artmaktadır (Kessler ve Chakrabarti, 1996, s.1156). Dinamizm, işletmelerin faaliyette bulunduğu çevredeki değişimin oranı olarak algılanmakta, belirsizliğin temel bir unsuru olarak değerlendirilmektedir. Dinamizm, adaptasyon gerektirir ve başarılı bir adaptasyonda etkili öğrenmenin gereklerinden biridir. İşletmenin faaliyette bulunduğu çevrenin dinamik ve rekabet yoğun olması yenilik performansını artırmaktadır (Bessant vd., 2003, s.19).

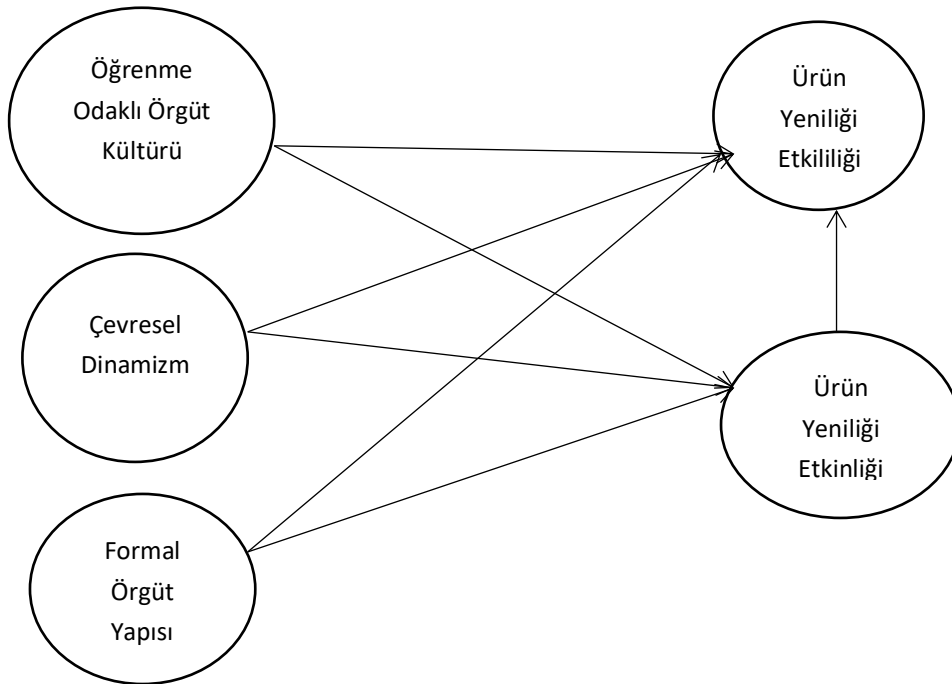
Bu bağlamda araştırmanın beşinci, altıncı ve yedinci hipotezleri ve hipotezler bağlamında geliştirilen kavramsal modeli aşağıdaki gibidir:

*H5: Çevresel dinamizm, ürün yeniliği etkililiği üzerinde pozitif bir etkiye sahiptir.*

*H6: Çevresel dinamizm, ürün yeniliği etkinliği üzerinde pozitif bir etkiye sahiptir.*

*H7: Ürün yeniliği etkinliği, ürün yeniliği etkililiği üzerinde pozitif bir etkiye sahiptir.*

**Şekil 1:** Araştırmanın Kavramsal Modeli



## Metodoloji

### Araştırmanın Kapsamı

Araştırmanın amacı doğrultusunda öğrenme odaklı örgüt kültürü, formel yapı ve çevresel dinamizmin ürün yeniliği performansı (ürün yeniliği etkililiği ve etkinliği) üzerinde bir etkiye sahip olup olmadığını belirlemek amacıyla İstanbul Sanayi Odası'nın 2008 yılı verilerine göre Türkiye'nin en büyük ilk 1000 işletmesi arasında yer alan ve İstanbul merkezli olarak üretim faaliyetinde bulunan 405 işletme ile saha araştırması yapılması planlanmıştır. Aşağıdaki tabloda örneklem kapsamındaki firmaların sektörlere göre dağılım sayıları ve her bir sektörden anket uygulanan firma sayısı ile 31'li NACE Kodlarının açıklaması verilmektedir. Bu bağlamda her sektörde yer alan işletmelerin %30'una tabakalı örnekleme yapılarak, tesadüfi olarak seçilecek şirketlerin sayısı belirlenmiştir.

**Tablo 1:** 31'li Nace Kodlarına Göre Sektörlerin Dağılımı ve Firma Sayıları

| NACE KODU | NACE Açıklaması   | Sektörde Bulunan İşletme Sayısı | %30 Tabakalı Örnekleme İle Anket Uygulanan İşletme Sayısı |
|-----------|---|---------------------------------|---|
| DA        | Gıda ürünleri, içecek ve tütün imalatı                              | 49                              | 14  |
| DB        | Tekstil ve tekstil ürünleri imalatı                                 | 72                              | 21  |
| DC        | Deri ve deri ürünleri imalatı                                       | -                               | -   |
| DD        | Ağaç ürünleri imalatı   | 5                               | 1   |
| DE        | Kağıt hamuru, kağıt ve kağıt ürünleri imalatı; Basım ve yayım       | 22                              | 7   |
| DF        | Kok kömürü, rafine edilmiş petrol ürünleri ve nükleer yakıt imalatı | 11                              | 3   |
| DG        | Kimyasal madde ve ürünler ile suni elyaf imalatı                    | 44                              | 13  |
| DH        | Plastik ve kauçuk ürünleri imalatı                                  | 22                              | 7   |
| DI        | Metalik olmayan diğer mineral ürünlerin imalatı                     | 33                              | 10  |
| DJ        | Ana metal ve fabrikasyon metal ürünleri imalatı                     | 69                              | 21  |
| DK        | Makine ve teçhizat imalatı  | 48                              | 14  |
| DL        | Elektrikli ve optik donanım imalatı                                 | 10                              | 3   |
| DM        | Ulaşım araçları imalatı   | 20                              | 6   |
| DN        | Başka yerde sınıflandırılmamış imalatlar                            | -                               | -   |
|           | TOPLAM  | 405                             | 120   |

### Araştırmanın Yöntemi

Araştırma verilerinin toplanmasında anket yöntemi kullanılmıştır. Tabakalı örnekleme ile belirlenen ve tesadüfi olarak seçilen 120 şirketin üst düzey yöneticilerinden (Genel müdür, genel müdür yardımcısı, AR-GE müdürü vd.) randevu alınmıştır. Bu şekilde her işletmeden

bir üst düzey yönetici ile yüz yüze görüşerek, yüz yüze görüşme imkanı bulunmayan yöneticilerle e-posta ve telefon yoluyla anket yapılmıştır.

Anket toplamda 35 sorudan oluşmaktadır. Ankette yer alan soruların 8 adeti çoktan seçmeli, 27 adeti de likert ölçeklidir. Anketin oluşturulmasında literatürde yer alan geçerliliği ve güvenilirliği kanıtlanmış ölçekler kullanılmıştır. Ankette yer alan ölçekler aşağıda belirtildiği gibidir:

- Ürün yeniliği performansı ölçeği iki boyuttan oluşmaktadır: yeniliğin etkililiği, bir yeniliğin başarı derecesini yansıtmaktadır; yeniliğin etkinliği, yeniliğin başarısı için ortaya konan çabayı yansıtmaktadır. Ürün yeniliği ölçeği Alegre ve Chiva (2008)'in "Assessing The Impact of Organizational Learning Capability on Product Innovation Performance: An Empirical Test" adlı makalesinden alınmıştır. Ölçek daha önceki akademik çalışmalarda da kullanılmıştır (Valle ve Avella, 2003; Alegre vd. 2006).

- Örgüt yapısının belirlenmesine yönelik olarak Naman ve Slevin (1998)'in "Entrepreneurship and the concept of fit: a model and empirical tests" adlı çalışmasında yer alan ölçek kullanılmıştır. Ölçekte mekanik örgüt yapısını tespit etmeye yönelik yargılar yer almaktadır.

- İşletmelerin öğrenme odaklı bir örgüt kültürüne sahip olup olmadıklarını saptamak amacıyla Denison ve Mishra (1995)'nin "Toward a Theory of Organizational Culture and Effectiveness" isimli makalesinde yer alan örgüt kültürü ölçeğinden yararlanılmıştır.

- Ankette işletmenin faaliyette bulunduğu sektör yapısına ait özelliklerin etkisini ölçmeye yönelik pazar dalgalanması, rekabet yoğunluğunu içeren çevresel dinamizmi saptamak amacıyla Slater, Olson ve Hult (2006)'un "stratejik eğilimin strateji oluşturma yeteneği-performans ilişkisine etkisi" adlı çalışmasında kullanılan ölçekten yararlanılmıştır.

### Araştırmanın Bulguları

Anket çalışması sonucunda tabakalı örneklem sayısına uygun olarak toplam 120 adet geçerli anket elde edilmiştir. Anket verileri SPSS programı ile değerlendirilerek demografik verilere ilişkin istatistiksel sonuçlar Tablo 2'de belirtilmiştir. Buna göre ankete katılan işletme yöneticilerinin birçoğu insan kaynakları ve AR-GE departmanının başında bulunmaktadır. Bu pozisyonları sırasıyla genel müdür ve yönetim kurulu üyesi pozisyonları takip etmekte ve büyük bir çoğunluğu 5 ile 15 yıl arasında yöneticilik görevini üstlenmektedir. Ankete katılan işletmelerin büyük bir çoğunluğu en az 15 yıldır bulunduğu sektörde faaliyet göstermekte ve yine en az 250 kişiye istihdam sağlamaktadır. Ankete katılan işletmelerin neredeyse tamamına yakınında formal olarak oluşturulmuş bir AR-GE departmanı vardır ve yine yarısından fazlası Tekmer, Tübitak, Teknokent gibi bir teknoloji geliştirme kurumu ile işbirliği içindedir. Buna bağlı olarak ankete katılan işletmelerin son beş yılda geliştirdikleri patent faydalı model sayısı da yüksek kabul edilebilecek bir düzeydedir. Son beş yılda geliştirilen yeni ürünlerin işletme satışlarına katkısı da büyük bir çoğunlukta %50 ve %60 dolayındadır.

**Tablo 2:** Firmalara İlişkin Sosyo-demografik Bilgiler

| Faaliyet Süresi | N (Sayı) | % (Yüzdelerik Dağılım) |
|-----------------|----------|------------------------|
| 1-5 yıl         | 3        | 2,5                    |
| 10-14 yıl       | 5        | 4,2                    |
| 15-19 yıl       | 17       | 14,2                   |
| 20 yıldan fazla | 95       | 79,2                   |

| <b>İstihdam</b>   | <b>N</b> | <b>%</b> |
|---|----------|----------|
| 50-149  | 1        | 0,8      |
| 150-249   | 16       | 13,3     |
| 250 ve üzeri  | 103      | 85,8     |
| <b>Pozisyon</b>   | <b>N</b> | <b>%</b> |
| Yönetim Kurulu Üyesi  | 17       | 14,2     |
| Genel Müdür   | 19       | 15,8     |
| AR-GE Müdürü  | 34       | 28,3     |
| İKY   | 48       | 40,0     |
| Kalite Müdürü   | 2        | 1,7      |
| <b>Yöneticilik süresi</b>   | <b>N</b> | <b>%</b> |
| 5 yıldan az   | 17       | 14,2     |
| 5-9   | 48       | 40,0     |
| 10-14   | 19       | 15,8     |
| 15-19   | 17       | 14,2     |
| 20 yıldan fazla   | 19       | 15,8     |
| <b>Teknoloji geliştirme kurumuna bağlı faaliyette bulunma durumu</b>              | <b>N</b> | <b>%</b> |
| Evet  | 69       | 57,5     |
| Hayır   | 51       | 42,5     |
| <b>Son beş yılda alınan patent/faydalı model sayısı</b>                           | <b>N</b> | <b>%</b> |
| 5'ten az  | 10       | 8,3      |
| 5-10  | 17       | 14,2     |
| 11-15   | 6        | 5,0      |
| 15-20   | 69       | 57,5     |
| 20'den fazla  | 18       | 15,0     |
| <b>Formal Ar-GE departmanı</b>  | <b>N</b> | <b>%</b> |
| Evet  | 103      | 85,8     |
| Hayır   | 17       | 14,2     |
| <b>Son beş yıl içinde geliştirilen yeni ürünlerin işletme satışlarına katkısı</b> | <b>N</b> | <b>%</b> |
| %10'dan az  | 8        | 6,7      |
| %15-20  | 9        | 7,5      |

|               |    |      |
|---------------|----|------|
| %25-35        | 7  | 7,5  |
| %40-50        | 6  | 5,0  |
| %50-60        | 60 | 50,0 |
| %60'tan fazla | 30 | 25,0 |

### Korelasyon analizi ve tanımlayıcı istatistikler

Aşağıdaki Tablo 3’de değişkenlere ait tanımlayıcı istatistikler ve korelasyon değerleri yer almaktadır. Tablo incelendiğinde değişkenlerin aritmetik ortalamalarının 4’e yakın olduğu görülmektedir. Değişkenler arasındaki korelasyon katsayılarına bakıldığında ise değişkenler arasında pozitif yönlü doğrusal ilişkiler olduğu dikkati çekmektedir. Buna göre en düşük ilişki formel örgüt yapısı ile öğrenme odaklı örgüt kültürü arasında iken ( $r: 0,219$ ), en yüksek ilişkinin ise ürün yeniliği etkililiği ile etkinliği arasında olduğu ( $r:0,711$ ) olduğu gözlemlenmiştir.

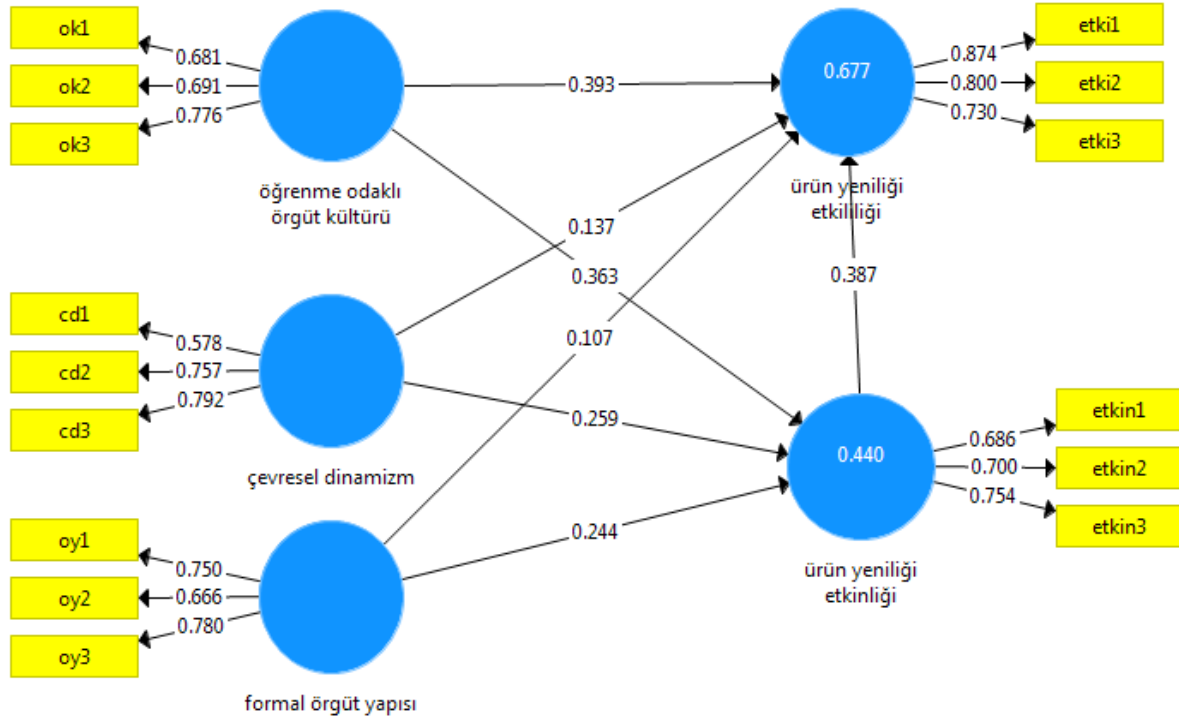
**Tablo 3:** Korelasyon Matrisi

| Değişkenler                     | Ortalama | S.S.  | 1       | 2       | 3       | 4       |
|---------------------------------|----------|-------|---------|---------|---------|---------|
| 1. Formel Örgüt Yapısı          | 3,93     | 0,543 |         |         |         |         |
| 2. Öğrenme Odaklı Örgüt Kültürü | 3,96     | 0,515 | 0,279** |         |         |         |
| 3. Çevresel Dinamizm            | 3,88     | 0,517 | 0,369** | 0,447** |         |         |
| 4. Ürün Yeniliği Etkililiği     | 3,85     | 0,589 | 0,419** | 0,696** | 0,531** |         |
| 5. Ürün Yeniliği Etkinliği      | 3,99     | 0,502 | 0,426** | 0,537** | 0,533** | 0,711** |

\*\* Korelasyonlar 0,01 düzeyinde anlamlıdır.

### Ölçeklerin Geçerliliği ve Güvenirliği

PLS yapısal eşitlik modelinin sonuçları iki aşama şeklinde değerlendirilmektedir. İlk aşama modelin geçerlilik ve güvenilirliğinin saptanması, ikinci aşama ise değişkenler arası ilişkiler ve bunların anlamlılık değerlerine bakılarak, hipotezlerin kabul ya da ret durumlarının belirlenmesi şeklindedir (Toklu vd., 2016). PLS yapısal eşitlik modelinin güvenilirlik ve geçerliliğini belirlemek için ilk önce madde güvenilirliğine (indicator reliability) bakılmalıdır. Bunun için tüm gizil (latent) değişkenlerin dışsal (outer) yüklerine ve bu yüklerin karelerine bakılır. Yüklerin karelerinin 0.70’den büyük olması madde güvenilirliğinin sağlandığı anlamına gelmektedir. Ancak AVE değerini düşürmemesi şartıyla, yüklerinin karesi 0.40 ve üzeri olan maddeler de modelde bırakılabilir veya bu koşulu sağlamayan maddeler modelden çıkartılır (Hulland, 1999). Modelin yapı güvenilirliği ve geçerliliğini belirlemek için Cronbach alfa, bileşik güvenilirlik ve AVE değerlerine bakılmalıdır. İç tutarlılığı (internal consistency) gösteren Cronbanh alfa ve bileşik güvenilirlik değerlerinin 0.60 değerinin üstünde olması bu koşulun sağlandığını gösterir. Modelin yakınsama geçerliliğini (convergence validity) gösteren AVE (ortalama açıklanan varyans) değerinin de 0.50 ve üzeri olması gerekmektedir (Bogazzi ve Yi, 1988). Modelin ayrışma geçerliliği (discriminant validity) için Fornel- Larcker kriteri kullanılmaktadır. Bu kriterin sağlanması için her bir gizil değişkenin AVE değerlerinin kare kökünün, değişkenler arasındaki korelasyon katsayılarından büyük olması gerekmektedir (Fornell ve Larcker, 1981). Modelin değerlendirilmesinde son olarak da gizil değişkenler arasında eşdoğrusallık (collinearity) olup olmadığı belirlenmelidir. Bunun için YIF (variance inflation factor- varyans şişkinlik faktörü) değerlerine bakılır. YIF değerinin 5’den küçük olması değişkenler arasında eş doğrusallık olmadığını göstermektedir (Hair vd., 2011).



Şekil 2: PLS Model Tahmini

PLS algoritması maksimum tekrarlama sayısı 300 ve durma kriteri 7 olacak şekilde çalıştırıldıktan sonra ortaya çıkan sonuçlar değerlendirilmiştir. Oluşan son PLS model tahmini Şekil 2’de gösterilmektedir. Şekil 2’de modelde bulunan her bir değişkenin maddeleri ve bunların yükleri, değişkenler arasındaki yolların t değerleri ve endojen (çıktı) değişkenlerine ait  $R^2$  değerleri gösterilmektedir. Modelin madde güvenilirliği, içsel tutarlık, yakınsama geçerliliği ve eş doğrusallık değerleri Tablo 4’de gösterilmektedir.

Tablo 4: Ölçüm Modelinin Değerlendirilmesi

| Gizil Değişken               | Maddeler | Yükler | Yüklerin Karesi | Cronbach Alfa | Bileşik Güvenilirlik | AVE   | VIF   |
|------------------------------|----------|--------|-----------------|---------------|----------------------|-------|-------|
| Formel Örgüt Yapısı          | OY1      | 0.750  | 0.781           | 0.668         | 0.777                | 0.539 | 1.187 |
|                              | OY2      | 0.666  | 0.582           |               |                      |       |       |
|                              | OY3      | 0.780  | 0.459           |               |                      |       |       |
| Öğrenme Odaklı Örgüt Kültürü | OK1      | 0.681  | 0.799           | 0.635         | 0.760                | 0.514 | 1.134 |
|                              | OK2      | 0.691  | 0.714           |               |                      |       |       |
|                              | OK3      | 0.776  | 0.659           |               |                      |       |       |
| Çevresel Dinamizm            | CD1      | 0.578  | 0.646           | 0.636         | 0.755                | 0.511 | 1.158 |
|                              | CD2      | 0.757  | 0.777           |               |                      |       |       |
|                              | CD3      | 0.792  | 0.591           |               |                      |       |       |
| Ürün Yeniliği Etkililiği     | Etki1    | 0.874  | 0.628           | 0.723         | 0.845                | 0.646 | 1.314 |
|                              | Etki2    | 0.800  | 0.522           |               |                      |       |       |
|                              | Etki3    | 0.730  |                 |               |                      |       |       |
| Ürün Yeniliği Etkinliği      | Etkin1   | 0.686  | 0.898           | 0.617         | 0.757                | 0.510 | 1.201 |
|                              | Etkin2   | 0.700  | 0.915           |               |                      |       |       |
|                              | Etkin3   | 0.754  | 0.534           |               |                      |       |       |

Tablo 4 incelendiğinde tüm madde yüklerinin 0.60'dan, yüklerin karelerinin de 0.40'dan büyük olduğu, bu sayede madde güvenilirliği kriterinin sağlandığı görülmektedir. Modeldeki tüm değişkenlerin Cronbach alfa ve bileşik güvenilirlik değerlerinin 0.60 üzeri olması iç tutarlılığın ve AVE değerlerinin de 0.50 eşik değerinin üzerinde olması, yakınsama geçerliliğinin sağlandığını göstermektedir. VIF değerlerinin 5'in altında olması da modelde eş doğrusallık probleminin olmadığını göstermektedir. Modelin ayrışma geçerliliğine ait veriler Tablo 5' de gösterilmiştir.

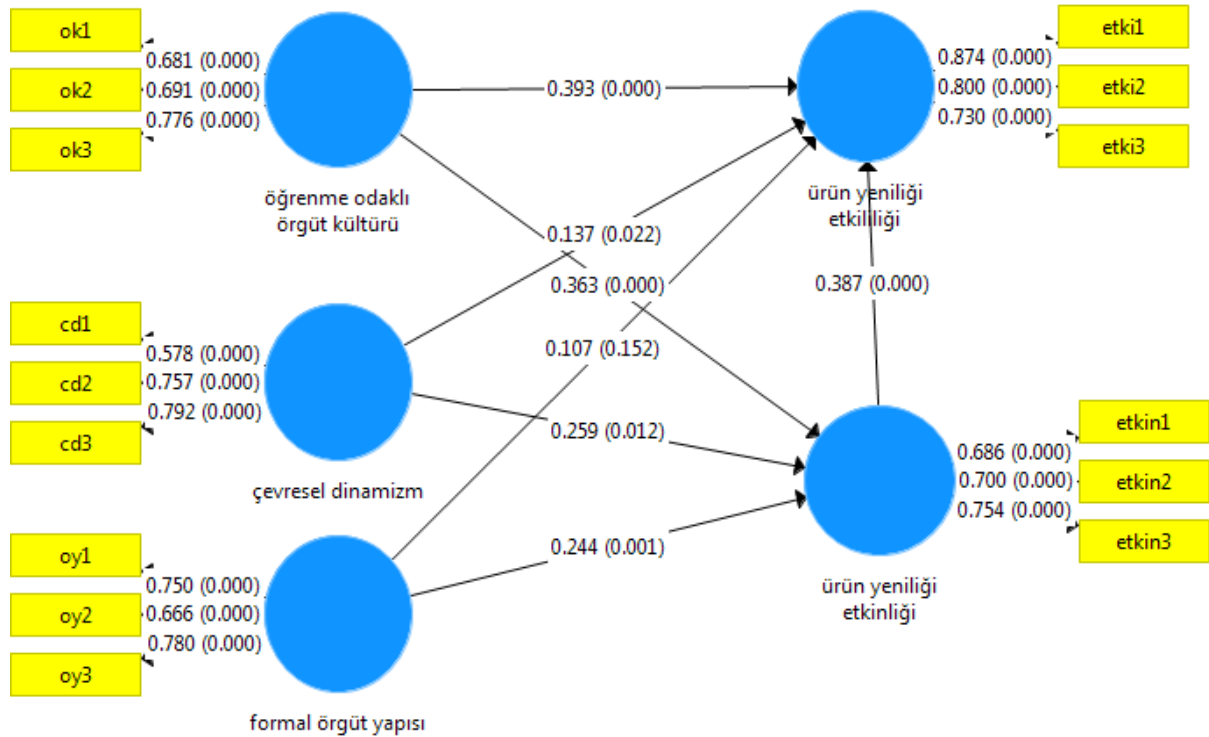
**Tablo 5:** Fornell-Larcker Kriteri Sonuçları

|                                     | <b>Formel Örgüt Yapısı</b> | <b>Çevresel Dinamizm</b> | <b>Öğrenme Odaklı Örgüt Kültürü</b> | <b>Ürün Yeniliği Etkililiği</b> | <b>Ürün Yeniliği Etkinliği</b> |
|-------------------------------------|----------------------------|--------------------------|-------------------------------------|---------------------------------|--------------------------------|
| <b>Formel Örgüt Yapısı</b>          | <b>0,734</b>               |                          |                                     |                                 |                                |
| <b>Çevresel Dinamizm</b>            | 0,365                      | <b>0,715</b>             |                                     |                                 |                                |
| <b>Öğrenme Odaklı Örgüt Kültürü</b> | 0,268                      | 0,472                    | <b>0,717</b>                        |                                 |                                |
| <b>Ürün Yeniliği Etkililiği</b>     | 0,431                      | 0,563                    | 0,699                               | <b>0,804</b>                    |                                |
| <b>Ürün Yeniliği Etkinliği</b>      | 0,436                      | 0,519                    | 0,550                               | 0,721                           | <b>0,714</b>                   |

Tablo 5 incelendiğinde her bir gizil değişkenin AVE değerlerinin kare kökünün (0.734, 0.715, 0.717, 0.804, 0.714) her bir değişkenin diğer değişkenlerle arasındaki korelasyon katsayılarından (tabloda değişkene ait AVE değerinin kare kökünün altındaki ve yanındaki hücrelerdeki sayılar) büyük olduğu görülmektedir. Bu durum da modelin Fornell-Larcker kriterin sağlayarak, ayrışma geçerliliğine sahip olduğu anlamına gelmektedir.

### **Araştırma Hipotezlerinin Test Edilmesi**

Yapısal eşitlik modelinin uygunluğunun değerlendirilmesinin ardından ikinci aşama, modele ait hipotezlerin test edilmesidir. Bunun için modeldeki hipotezleri temsil eden, girdi ve çıktı değişkenleri arasındaki okların yol katsayıları, t değerleri ve anlamlılık (p) değerlerine bakılır. Değişkenler arasındaki yol katsayılarının 0.01 veya 0.05 düzeyinde anlamlı olması hipotezin kabul edildiğini göstermektedir. SmartPLS3 programındaki Bootstrapping prosedürü yardımıyla elde edilen modele ait yol katsayıları ve anlamlılık değerleri şekil 3'de gösterilmektedir.



Şekil 3: Yol Katsayıları ve p değerleri

Modelin değerlendirilmesinde önemli olan başka bazı değerlerinde kontrol edilmesi gerekir. Bunlar; modelin açıklama gücü  $R^2$ , kestirim uygunluğu  $Q^2$  ve etki büyüklüklerini gösteren  $f^2$  ve  $q^2$  değerleridir.  $Q^2$  değeri Smart PLS3 programındaki Blindfolding prosedürü yardımıyla hesaplanır.  $f^2$  değeri  $R^2/1-R^2$ ,  $q^2$  değeri de  $Q^2/1-Q^2$  formülleriyle hesaplanır. Çıktı değişkenlerine ait bu değerler Tablo 6'da gösterilmektedir.

Tablo 6: Modelin Açıklama, Kestirim ve Etki Büyüklük Değerleri

| Çıktı Değişkenler        | $R^2$ | $Q^2$ | $f^2$ | $q^2$ |
|--------------------------|-------|-------|-------|-------|
| Ürün Yeniliği Etkililiği | 0.667 | 0.394 | 2.003 | 0,650 |
| Ürün Yeniliği Etkinliği  | 0.440 | 0.190 | 0,785 | 0,234 |

Tablo 6 incelendiğinde  $R^2$  değerlerinin ürün yeniliği etkililiği için 0.667, ürün yeniliği etkinliği değişkeni için 0,440 olduğu görülmektedir.  $R^2$  değerinin 0.25 zayıf, 0.50 orta, 0.70 ve üstü olması güçlü açıklama gücü anlamına geldiği için, her iki değişken içinde orta açıklama gücüne sahip olduğu görülmektedir. Tüm çıktı değişkenlerinin  $Q^2$  değerlerinin sıfırdan büyük olması modelin kestirim uygunluğunun olduğunu göstermektedir.  $f^2$  ve  $q^2$  değerleri 0.02 zayıf, 0.05 orta ve 0.7 üstü yüksek olarak değerlendirildiğinden, ürün yeniliği etkinliği değişkeninin 0.234 olan  $q^2$  değerinin zayıf, diğer tüm  $f^2$  ve  $q^2$  değerlerinin orta ve yüksek etki büyüklüğüne sahip olduğu görülmektedir (Hair vd. 2011).

Şekil 3 incelendiğinde, ikinci dereceden bir model olan ürün yeniliği etkililiği değişkeniyle, öğrenme odaklı örgüt kültürü (0.393,  $p < 0.00$ ) ve çevresel dinamizm (0.137,  $p < 0.05$ ), ürün yeniliği etkinliği (0.387  $p < 0.00$ ) değişkenleri arasındaki yol katsayıları istatistiksel olarak anlamlı olduğu için H1, H5 ve H7 hipotezleri kabul edilmiştir. Ürün yeniliği etkililiği değişkeniyle, formel örgüt yapısı değişkeni (0.107,  $p > 0.05$ ) arasındaki yol



katsayısı istatistiksel olarak anlamsız olduğu için H3 hipotezi reddedilmiştir. Ürün yeniliği etkinliği değişkeniyle, öğrenme odaklı örgüt kültürü (0.363,  $p < 0.00$ ) ve çevresel dinamizm (0.259,  $p < 0.05$ ), formel örgüt yapısı (0,244  $p < 0,05$ ) değişkenleri arasındaki yol katsayıları istatistiksel olarak anlamlı olduğu için H2, H4 ve H6 hipotezleri kabul edilmiştir. Yapısal eşitlik modeli yol katsayılarının anlamlılık sonuçları ve hipotezlerin kabul durumları Tablo 7'de özetlenmektedir.

**Tablo 7:** Yapısal Eşitlik Modeli Yol Katsayılarının Anlamlılık Sonuçları

| Hipotez | Yol   | Yol Kat. | t     | p     | Sonuç |
|---------|---|----------|-------|-------|-------|
| H1      | Öğrenme Odaklı Örgüt Kültürü-> Ürün Yeniliği Etkililiği | 0,393    | 5,961 | 0,000 | Kabul |
| H2      | Öğrenme Odaklı Örgüt Kültürü-> Ürün Yeniliği Etkinliği  | 0,363    | 4,933 | 0,000 | Kabul |
| H3      | Formal Örgüt Yapısı-> Ürün Yeniliği Etkililiği          | 0,107    | 1,381 | 0,152 | Red   |
| H4      | Formal Örgüt Yapısı-> Ürün Yeniliği Etkinliği           | 0,244    | 3,496 | 0,001 | Kabul |
| H5      | Çevresel Dinamizm-> Ürün Yeniliği Etkililiği            | 0,137    | 2,332 | 0,022 | Kabul |
| H6      | Çevresel Dinamizm-> Ürün Yeniliği Etkinliği             | 0,259    | 2,535 | 0,012 | Kabul |
| H7      | Ürün Yeniliği Etkinliği-> Ürün Yeniliği Etkililiği      | 0,387    | 5,337 | 0,000 | Kabul |

### Sonuç

İşletmelerin dinamik iş çevresinde rekabet avantajı elde edebilmeleri, karşı karşıya kaldıkları problemleri etkin bir şekilde çözebilmelerine, fırsatları ve tehditleri proaktif bir şekilde görebilmelerine, mevcut bilgiyi korumalarına ve yeni bilgi üreterek inovatif fikirler yaratmalarına bağlıdır. Tüm bu faktörler bir işletmenin yenilik yapabilme becerisine sahip olması ile uygulamaya dönüşmektedir.

Bu bağlamda bu araştırmada işletmelerin ürün yeniliği performansına etki ettiği düşünülen örgüt içi ve dışı değişkenlerin saptanması amaçlanmıştır. Araştırma anketinin cevaplanması için işletmelerin yönetim kurulu üyesi, genel müdür, AR-GE müdürü, insan kaynakları müdürü ve genel müdür gibi üst düzey yöneticileri ile görüşülmüştür. Bu nedenle ankete verilen yanıtların işletmeyi yakından tanıyan, örgüt yapı ve süreçlerine hakim, örgüt kültürünü benimseyen, işletmenin faaliyette bulunduğu çevreyi ve özelliklerini yakından tanıyan kişilerce verilmesi, anket sonuçlarının değerlendirilmesi noktasında oldukça önemli bir unsurdur.

Araştırmaya katılan işletmelerin faaliyette buldukları sektörde oldukça köklü bir geçmişe sahip oldukları görülmüştür. Söz konusu işletmelerin oldukça önemli bir çoğunluğu, 250 ve daha fazla sayıda kişiye istihdam olanağı tanıyan büyük ölçekli işletmelerdir.

Ürün yeniliği performansı açısından duruma bakıldığında; yeniliğin etkililiği olarak adlandırılan yeniliğin başarı derecesi ve yeniliğin etkinliği olarak adlandırılan yeniliğin başarısı için ortaya konan çaba yönünden araştırmaya katılan işletmelerin kendilerini rakiplerinden daha iyi konumda gördükleri saptanmıştır. Ankete katılan işletmelerin neredeyse tamamı işletme bünyesinde formel bir AR-GE departmanı oluşturmuştur. Yine işletmelerin yarısından fazlası bir teknoloji geliştirme kurumu ile ya geçmişte işbirliği içinde bulunmuş ya da halen ortak bir projeyi birlikte yürütür durumdadır. Araştırmaya katılan işletmelerin son beş yılda aldıkları patent faydalı model sayısı da azımsanmayacak

niteliktedir. Tüm bu faktörlerin işletmelerin ürün yeniliği performansına etki ettiği ve rakiplerine karşı rekabet avantajı kazandırdığı düşünülmektedir.

Araştırmaya katılan işletmelerde öğrenme odaklı bir örgüt kültürünün varlığından söz etmek mümkündür. Öğrenme odaklı örgüt kültürünün ürün yeniliği performansı üzerinde olumlu bir etkiye sahip olduğu yapılan yol analizi ile ortaya konmuştur. İşletmede, çalışanların bazı karar alma süreçlerine katılması, işbirliği ve dayanışma ruhunun var olması, işletmenin değişime ve yeniliğe açık olması, ortak bir anlayışın geliştirilmesi, örgütün temel hedef ve vizyonun çalışanlarca benimsenmesi ürün yeniliği performansını olumlu yönde etkilemektedir. Öğrenme odaklı örgüt kültürü ve ürün yeniliği performansı bağlamında elde edilen araştırma sonuçları literatür ile benzerlik göstermektedir (Jerez-Gomez vd., 2005; Phromket ve Ussahawanichthakit, 2009).

Formal örgüt yapısı ve ürün yeniliği etkililiği (yeniliğin başarı derecesi) arasında istatistiksel olarak anlamlı bir sonuç bulunamazken, formal örgüt yapısının ürün yeniliği etkinliği (yenilik için harcanan çaba) üzerinde pozitif bir etkiye sahip olduğu yol analizi ile ortaya konmuştur. Fomal örgüt yapısı ve yenilik araştırmalarına bakıldığında araştırmacıların bir kısmı formal yapının yenilik üzerinde negatif bir etkisi olacağını savunurken (Damanpour, 1991; Johnson, 1997) bir kısmı da tam tersi olarak süreci daha hızlı ve düzenli bir şekilde işleteceğinden pozitif etkiye sahip olduğunu vurgulamaktadır (Zahra ve George, 2002). Nayır ve Tamm (2010) ise ürün yeniliği performansının formal bir örgüt yapısına ihtiyaç duyduğunu ileri sürmekte ve bu durumu araştırma sonuçlarıyla da doğrulamaktadır.

Araştırmaya katılan işletmelerin faaliyette buldukları endüstri yapısına ait özellikler ile ilgili değişkenlerin ortalamalarına bakıldığında çevresel dinamizmin yüksek olduğu bir ortamda işletmelerin faaliyetlerini yürüttükleri görülmektedir. Böylesi bir çevrede faaliyette bulunmak, araştırmaya katılan işletmelerin ürün yeniliği performanslarını artırmalarını sağlamaktadır. İşletmelerin faaliyette buldukları çevreye ait özellikler ile ürün yeniliği performansı boyutları arasında yapılan yol analizi sonuçları da bu pozitif etkiyi doğrulamıştır. Araştırmanın bu bölümünden elde edilen sonuçlar literatürdeki bir çok araştırma ile paralellik göstermektedir (Hult vd., 2004; Kimberly, 1981; Bessant vd., 2003; Amabile vd., 1996).

Araştırma bulgularına dayanarak işletmelerin ürün yeniliği performanslarını artırmak için formal bir örgüt yapısı oluşturmaları, örgütsel öğrenmeye ve bilgi paylaşımına olanak veren bir örgüt kültürü tesis etmeleri gereğinin ortaya çıktığı söylenebilir. Ancak bu sonuçların araştırma örneklemindeki işletmelerin özellikleri ile de bağlantılı olabileceği kısıtı da dikkate alınmalıdır.

Araştırmanın ilgili yazına ve uygulayıcılara yönelik en önemli katkısı, özellikle formal örgütsel yapı ve ürün yeniliği ilişkisi bağlamında farklı bir örneklem ile yeni bir bakış açısı kazandırmasıdır. Bununla birlikte ürün yeniliği performansını artırmak veya daha da iyileştirmek isteyen işletmeler için bir model önerisi sunmasıdır.

Araştırmacılar bu çalışmanın önerdiği modeli küçük işletmelerde ya da farklı sektör (hizmet) ve örneklemlerde test edebilir. Ayrıca modele farklı örgüt içi ve örgüt dışı değişkenler eklenerek, bu değişkenlerin model üzerindeki etkisi ölçülebilir.

### Kaynakça

- Alegre, J., Lapiedra, R. & Chiva, R. (2006). A Measurement scale for product innovation performance. *European Journal of Innovation Management*, 9 (4), 333–346.
- Alegre, J. & Chiva, R. (2008). Assessing the impact of organizational learning capability on product innovation performance: An empirical test. *Technovation*, 28, 315–326.
- Amabile, T.M., Conti, R., Coon, H., Lazenby, J. & Herron, M. (1996). Assessing the work environment for creativity. *Academy of Management Journal*, 39 (5), 1154–1184.

- Atik, H. (2005). *Yenilik ve ulusal rekabet gücü*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Bagozzi, R. P., & Yi, Y. (1988). On the evaluation of structural equation models. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 16(1), 74–94. <https://doi.org/10.1007/BF02723327>
- Batmaz, N. ve Özcan, A. (2008). Yeniliği etkileyen unsurlar ve toplumsal refah ilişkisi. *International Journal of Economic and Administrative Studies*, 1 (1), 43–66.
- Bessant, J., Kaplinsky, R. & Morris, M. (2003). Developing capability through learning networks. *TMSD*, 2 (1), 19–38.
- Brown, S.L. & Eisenhardt, K.M. (1995). Product development: Past research, present findings, and future directions. *Academy of Management Review*, 20 (2), 343–378.
- Calantone, R.J. Çavuşgil, T. S., & Zhao, Y. (2002). Learning orientation, firm innovation capability, and firm performance. *Industrial Marketing Management*, 31, 515–524.
- Damanpour, F. (1991). Organizational innovation: A meta-analysis of effects of determinants and moderators. *Academy of Management Journal*, 34 (3), 555–590.
- Denison, D.R. & Mishra, A.K. (1995). Toward a theory of organizational culture and effectiveness. *Organization Science*, 6 (2), 204–223.
- Durna, U. (2002). *Yenilik yönetimi*. Ankara: Nobel Yayınları.
- Fornell, C., & Larcker, D. F. (1981). Evaluating structural equation models with unobservable variables and measurement error. *Journal of Marketing Research*, 18(1), 39. <https://doi.org/10.2307/3151312>.
- Garcia, R. & Calantone R. (2002). A critical look at technological innovation typology and innovativeness terminology: A literature review. *The Journal of Product Innovation Management*, 19 (2), 110–132.
- Goh, S. & Richards, G. (1997). Benchmarking the learning capacity of organizations. *European Management Journal*, 15, 575–583.
- Hair, J. F., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2011). PLS-SEM: Indeed a silver bullet. *The Journal of Marketing Theory and Practice*, 19(2), 139–152. <https://doi.org/10.2753/MTP1069-6679190202>
- Henard, D.H. & Szymanski, D.M. (2001). Why some new products are more successful than others?. *Journal of Marketing Research*, 38 (3), 362–375.
- Hulland, J. S. (1999). Use of partial least squares (PLS) in strategic management research: A review of four recent studies. *Strategic Management Journal*, 20(4), 195–204.
- Hult, G.T.M., Hurley, R.F. & Knight, G.A. (2004). Innovativeness: its antecedents and impact on business performance. *Industrial Marketing Management*, 33, 429–438.
- Hsu, Y.H. & Fang, W. (2008). Intellectual capital and new product development performance: the mediating role of organizational learning capability. *Technological Forecasting and Social Change*, <http://dx.doi.org/10.1016/j.techfore.2008.03.012>, 1–14.
- İpek, C. (2004). Öğrenen örgütler ve örgüt kültürü. K. Demir ve C. Elma (Ed.) *öğrenen örgütlerin dinamikleri (51–92)*. Ankara: Sandal Yayınları.
- Jerez-Gomez, P., Cespedes-Lorente J. & Vale-Cabrera R. (2005). Organizational learning and compensation strategies: evidence from the Spanish chemical industry. *Human Resource Management*, 44 (3), 279–299.
- Johnson, J.D., Meyer, M.E., Berkowitz, J.M., Ethington C.T. & Miller, V.D.(1997). Testing two contrasting structural models of innovativeness in a contractual network. *Human Communication Research*, 24 (2), 320–48.
- Kessler, E.H. & Chakrabarti, A.K. (1996). Innovation speed: a conceptual model of context, antecedents, and outcomes. *The Academy of Management Review*, 21(4), 1143–1191.
- Kimberly, J.R. & Evanisko, M.J. (1981). Organizational innovation: the influence of individual, organizational, and contextual factors on hospital adoption of technological and administrative innovations. *The Academy of Management Journal*, 24 (4), 689–713.

- Kirchhoff, A.B. (1994). Entrepreneurship economics. W.D. Bygrave (Eds.) *The portable MBA in entrepreneurship* (410–436). New York: Wiley&Sons Inc.
- Motwani, J., Dandridge, T., Jiang, J. & Soderquist, K.(1999). Managing innovation in French small and medium-sized enterprises. *Journal of Small Business Management*, 37 (2), 106–114.
- Naman, J.L. & Slevin, D.P. (1998). Entrepreneurship and the concept of fit: a model and empirical tests. *Strategic Management Journal*, 14 (2), 137–154.
- Nayır, Z.D. & Tamm, U. (2010). Örgütlerde formalizasyon yenilik yapabilme yeteneğine engel oluşturur mu? bankalarda yenilik boyutları. 18. *Ulusal Yönetim ve Organizasyon Kongresi*, 20–22 Mayıs, Adana, 372–378.
- Oskarsson, G. (2003). The antecedents and process of innovation. *The IV Conference in Social Sciences*, University of Iceland, February 21–22, 1–14.
- Özen, Ü. ve Bingöl, M. (2007). İşletmelerde bilişim teknolojileri ve yenilikçilik: Erzurum, Erzincan ve Bayburt'taki KOBİ'lerde bir araştırma. *Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 10 (2), 399–417.
- Phromket, C. & Ussahawanitchakit, P. (2009). Effects of organizational learning effectiveness on innovation outcomes and export performance of garments business in Thailand. *International Journal of Business Research*, 9 (7), 6–31.
- Santos- Vijande, M.L. & Alvarez-Gonzalez, L.I. (2007). Innovativeness and organizational innovation in total quality oriented firms: the moderating role of market turbulence. *Technovation*, 27, 514–532.
- Seyrek, İ.H., Akgün, A.E. & Özer, G. (2007). Süreç yeniliği yapan takımların öğrenmesine etki eden faktörler ve yenilik çalışmasının başarısına etkileri. *Gaziantep Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 6 (1), 17–31.
- Sinkula, J.M., Baker W.E. & Noordewier T.A. (1997). Framework for market-based organizational learning: linking values, knowledge, and behavior. *Journal of Academy Marketing Science*, 25 (4), 305– 18.
- Slater, S. F., Olson, E. M. & Hult, G.T. (2006). The moderating influence of strategic orientation on the strategy formation capability-performance relationship. *Strategic Management Journal*, 27, 1221–1231.
- Şahin, A. (2009). Mersin'de faaliyet gösteren küçük ve orta büyüklükteki işletmelerin yenilik faaliyetlerinin ölçülmesi. *Doğuş Üniversitesi Dergisi*, 10 (2), 259–271.
- Tanrısever, N. H. (2004). *Avrupa Birliğinde girişimciliğin teşvik edilmesi için izlenen politikalar ve Türkiye'deki politikaların Avrupa Birliği uygulamalarına uyumu*. Avrupa Birliği Genel Sekreterliği, Sektörel ve Bölgesel Politikalar Dairesi, Uzmanlık Tezi, Ankara.
- Toklu, İ. T., Ustaahmetoğlu, E., & Öztürk Küçük, H. (2016). Tüketicilerin coğrafi işaretli ürün algısı ve daha fazla fiyat ödeme isteği: yapısal eşitlik modellemesi yaklaşımı. *Yönetim ve Ekonomi*, 23(1), 145–161.
- Yeung, A.K., Ulrich, D.O., Nason, S.W. & Glinow, M.A. V. (1999). *Organizational learning capability*. New York: Oxford University Press.
- Valle, S. & L. Avella. (2003). Cross- Functionality and leadership of the new product development teams. *European Journal of Innovation Management*, 6 (1), 32–47.
- Zahra, S.A. & George, G. (2002). Absorptive capacity: a review, reconceptualization, and extension. *Academy of Management Review*, 17 (2), 185–203.

# Annelerin ve Hamilelerin Organik Gıda Satın Alma Davranışları

## Mother's and Pregnant's Organic Food Purchasing Behaviors

Nur ÖZER CANARSLAN\*

Canan YILMAZ UZ\*\*

### Öz

Son yıllarda, özellikle tarım alanındaki yeni üretim tekniklerinin özellikle insan sağlığının üzerindeki olumsuz etkileri, tüketici tercihlerini değiştirmiş, alışverişte daha doğal gıdaların tercih edilmesine vesile olmuştur. Tüketici talebinde yaşanan bu değişim, dikkatleri organik gıda üzerine çekmiş, özellikle tüketici açısından incelenmesini gerekli kılmıştır. Nitekim, bu talep artışıyla beraber, organik gıda tüketim davranışlarıyla ilgili yerli ve yabancı literatürde araştırma sayısında artış olmuştur. Yapılan araştırmaların pek çoğunda organik ürün satın alanların genellikle çocuk sahibi kadınlar olduğu görülmüştür. Bu çalışmada literatürdeki diğer çalışmalardan farklı olarak sadece annelerin ve anne adaylarının (hamilelerin) organik gıdalara yönelik algılarının, satın alma sebeplerinin, satın alma engellerinin ve ödeme istekliliklerinin belirlenmesi amaçlanmıştır. Araştırma verileri anket yöntemi ile toplanmış, anket uygulaması sosyal medyada gerçekleştirilmiştir. Araştırmanın örneklemini, daha önce en az bir kere organik gıda satın almış 601 anne veya anne adayı katılımcı oluşturmuştur. Araştırma sonuçlarına göre katılımcıların en çok tükettiği organik gıdanın yumurta olduğu ortaya çıkmıştır. Araştırma değişkenlerinin katılımcıların demografik özelliklerine göre farklılaşp farklılaşmadığı Kruskal Wallis testi ile test edilmiş ve anlamlı farklılıklar tespit edilmiştir. Katılımcıların ödeme isteklilikleri koşullu değerlendirme yöntemi ile hesaplanmış, yumurta için %131, salça için %132, kavanoz maması için ise %175 ödeme isteğinde artış belirlenmiştir.

**Anahtar Kelimeler:** Organik gıda, Ödeme istekliliği, Anne tüketiciler

### Abstract

In recent years, the negative effects of new production techniques in agriculture, especially on human health, have changed consumer preferences and have led to the preference of more natural foods for shopping. This change in consumer demand has attracted attention to organic food, especially in terms of consumers. As a matter of fact, with the increase of this demand, the number of researches in domestic and foreign literature about organic food consumption behavior has increased. Most of the researches have found that organic product buyers are usually children-owned women. In this study, unlike other studies in the literature, it is aimed to determine the perceptions, purchasing causes, purchasing barriers and willingness to pay only for mother and mother candidates (pregnant women). The research data were collected by the questionnaire method and the questionnaire was performed in the social media. The sample of the study consisted of 601 mothers or mothers candidates who had previously bought organic food at least once. Results show that the most consumed organic food by research participants is egg. The Kruskal Wallis test was used to test whether the research variables differed according to the demographic characteristics of the participants and significant differences were found. Participants' willingness to pay was calculated by the contingent valuation method, with an increase of 131% for eggs, 132% for tomato paste, 175% for jar baby food.

**Keywords:** Organic food, Willingness to pay, Mother consumers

### Giriş

Nüfusun günden güne artmasıyla beraber tüketici talebi de artmakta, bu da piyasalarda arz-talep dengesinin oluşmasını zorlaştırmaktadır. Tarım alanında artan talebe en kısa zamanda ve en uygun şekilde yanıt vermek isteyen işletmelerin başvurduğu yapay gübreler, pestisitler, büyüme hormonları gibi maddeler kısa vadede verimi artırma açısından çözüm odaklı gibi görünseler de, uzun vadede bu maddelerin insana, hayvanlara ve çevreye verdiği telafisi zor zararlar olumlu yanlarını gölgede bırakmaktadır. Son yıllarda artan bir şekilde görülen insan sağlığındaki bozulmalar, çeşitlenen hastalıklar, yaşanan çevre tahribatı son derece dikkat çekmiş ve buna alternatif çözümler aranmaya başlanmıştır. Bu arayış, ortaya organik tarımı çıkarmıştır (Bozyiğit, Doğan, 2015, s.33).

\* Dr. Öğretim Üyesi, Anadolu Üniversitesi, Açıköğretim Fakültesi, nurozer@anadolu.edu.tr

\*\* Dr. Öğretim Üyesi, İskenderun Teknik Üniversitesi, Sivil Havacılık Yüksekokulu, canan.yilmazuz@iste.edu.tr

Organik tarım 1980 yılından itibaren tüketicilerin artan talebi ile aile işletmeciliğinden çıkarılarak ticari bir boyut kazanmış, ABD ve AB ülkelerinde uygulanmaya başlanmıştır (Turhan, 2005). Organik tarım, Gil vd. (2000, s.208) tarafından; “doğal dengeyi bozmayan, çevreyi kirletmeyen, insanlarda ve diğer canlılarda zararlı etki yapmayan, üretimden tüketime kadar her aşaması kontrollü ve sertifikalı temiz ürünleri üretmeyi amaçlayan bir tarımsal üretim metodu” şeklinde tanımlanmıştır. Çalışmalar da organik ürünlerin kirletici içermemesi nedeniyle sağlık ve çevre üzerinde olumlu etkilere sahip olduğu yönündedir (Gottschalk ve Leistner, 2013).

Konvansiyonel tarım ve tarım ürünlerinin verdiği zararlar, organik tarım ve organik ürünlere olan ilgiyi arttırmış ve bunları tüketici gözünde değerli kılmıştır (Sarıkaya, 2007). Son yıllarda çevre konusunda getirilen yeni kural ve düzenlemeler ve organik tüketici sayısında meydana gelen artış da bu durumun bir sonucu olarak nitelendirilmektedir (Güven ve Pekmezci, 2015). Gıda sektöründe yaşanan skandallar ile çevre ve sağlıkla ilgili endişelerin artması nedeniyle tüketicilerin genetiği değiştirilmiş ürünler ve türevleri gibi kimyasal ve katkı maddelerinin kullanılmadığı garanti edilen ürünlere yönelmeye başladığı ve bu kitlenin yeşil ya da organik tüketici kitlesi olarak adlandırıldığı ifade edilmektedir (Karabaş ve Gürler, 2012).

Organik gıda talebinde yaşanan artışla beraber literatürdeki organik gıda tüketimi konulu araştırmalar da makalenin kavramsal çerçeve kısmında detaylandırılacağı üzere çeşitlenerek artmıştır. Araştırmaların pek çoğunda ortak olarak tipik bir organik gıda tüketicisinin çocuk sahibi, kadın ve 20-40 yaşlarında olduğu belirtilmiştir (Sabuncu, 2013, s.1; Kılıç vd., 2014, s.58; Davies vd., 1995, s.19). Sadece bu kitleyi derinlemesine inceleyen bir araştırmaya ise literatürde rastlanmamıştır. Literatürdeki bu boşluktan yola çıkarak bu araştırmada sadece anneler ve birer anne adayları olan hamileler hedeflenmiştir. Çalışmanın bu kısmından sonra açıklamalarda anne kavramı hem çocuk sahibi olanları, hem de hamileleri içerecek şekilde kullanılacaktır.

Bu çalışmada organik gıda satın alan annelerin genel profillerinin belirlenmesi, organik gıda satın alma davranışlarının, organik gıdalara yönelik algılarının, satın alma sebeplerinin, satın alma engellerinin ve ödeme istekliliklerinin belirlenmesi amaçlanmıştır. Bu doğrultuda aşağıdaki araştırma sorularına cevap aranacaktır:

- Organik gıda satın alan anneler kimlerdir? (Yaş ortalamaları, yaşadıkları bölge, yerleşim türleri, öğrenim durumları, gelirleri, çocuk sayıları, organik gıda alışveriş sıklıkları, aldıkları organik gıda türleri, bilgi kaynakları)
- Organik gıda satın alma sebepleri nelerdir?
- Daha fazla organik gıda satın almalarını engelleyen sebepler nelerdir?
- Organik gıdalara daha fazla ödemek istemekteler mi? İstiyorlarsa ödeme isteği artış yüzdeleri ne kadardır?

Araştırma amaçları ve soruları doğrultusunda makalenin ilerleyen kısımlarında öncelikle yerli ve yabancı literatürdeki organik gıda satın alma nedenleri, organik gıda satın alma engelleri ve organik gıda tüketici profiliyle ilgili kavramsal çerçeve sunulmuştur. Daha sonra araştırma yöntemi açıklanmış, araştırma bulgularına yer verilmiş ve son olarak da araştırma sonuçları tartışılarak önerilerde bulunulmuştur.

### **Kavramsal Çerçeve**

#### **Organik Gıda Satın Alma Nedenleri**

Organik pazar, dikkat çekici bir büyüme sağlayan, gıda endüstrisindeki en fazla büyüyen pazarlardan biri olarak kabul edilmektedir (Hughner vd., 2007). Organik gıdalar, daha

sağlıklı, daha güvenli ve daha çevre dostu olduğu kadar, bazı tüketiciler tarafından daha besleyici olarak da algılanmaktadır. Önceki çalışmalar, tüketicilerin daha yüksek kaliteli ve tadı daha iyi olan organik gıdaları “sertifikalandırılmış güvenli ürün” olarak algılamalarının yanı sıra, bu gıdalara daha yüksek fiyat ödemeye gönüllü olduklarını göstermiştir (Chen ve Lobo, 2012).

Piyasada organik tarım ve organik gıdalara yönelik birçok bilgi mevcut olup, söz konusu bilgiler kimi zaman doğruyu yansıtmamaktadır. Bu durum karşımıza organik gıda satın alımını etkileyen bir unsur olarak çıkmaktadır. Tüketiciler de, organik gıdalla ilgili deneyim ve bilgi düzeyi açısından farklılaşabilmekte; farklı deneyim düzeyine sahip tüketiciler de, organik gıdaları farklı algılayabilmektedir (Zanoli ve Naspetti, 2002). Bu algılar, organik gıda satın alma niyetini etkileyen organik tüketme tutumu üzerinde bir etkiye sahiptirler (Lee ve Yun, 2015). Bütün bu faktörlerin satın alım ve tüketimi etkilemesinin yanı sıra, faydacı ve hedonik tutumların aynı zamanda organik gıda tüketimini etkilediği görülmektedir (Batra ve Ahtola, 1991; Babin, Darden ve Griffin, 1994; Voss, Spangenberg ve Grohmann, 2003; Wirtz ve Lee, 2003; Snepenger, Murphy, Snepenger ve Anderson, 2004, akt., Nasir ve Karakaya, 2013, s. 295). Organik gıda tüketimi ile ilgili çalışmaların bir kısmı (Magnusson vd., 2001; Lea ve Worsley, 2005; Liljenstolpe, 2011; Shepard, vd., 2005; Michaelidou ve Hassan, 2008; Hoefkens vd., 2009, akt. Nasir ve Karakaya, 2014, s. 297) organik gıdaların daha sağlıklı ve emniyetli olma özelliklerinden dolayı faydacı; bir kısmı da daha lezzetli olmalarından dolayı da hedonik duyguları tatmin ettiğini göstermiştir (Aertsens vd., 2009, akt., Nasir ve Karakaya, 2014, s. 297).

Organik ürün tüketimini etkileyen faktörlere baktığımızda karşımıza genel olarak sağlıkla ilgili endişeler, çevreyle ilgili endişeler, gıda güvenliği, etik kaygılar ve değer yapısı gibi motivasyonlar çıkmaktadır (Honkanen vd., 2006; Padel ve Foster, 2005; Yiridoe vd., 2005). Güven ve Pekmezci (2015) de yaptıkları çalışmada tüketicilerin organik ürün seçiminin ahlaki ve duygusal faktörlere, bireyin inanç ve değerlerine, yaşam tarzlarına, değer güdümlü tüketici davranışları ve satın alma davranış modellerine bağlı olduğunu dile getirmişlerdir. Honkanen vd. (2006)’ne göre tüketicilerin organik ürün seçimini etkileyen faktörlerin başında normlar yer almaktadır. Norm, bireyin çevresinin durumunun bilincinde olması, mevcut durumu değiştirmek için kendisine birtakım sorumluluklar yüklemesi ve harekete geçmesi ile verdiği/vereceği zararların sonuçlarını tahmin etmesi olarak açıklanmaktadır (Honkanen vd., 2006). Böylece tüketici değerlerinin, tüketicilerin organik gıda algılarını etkilemesinde önemli bir yeri olduğu (Dreezensvd, 2005; Vindigni vd., 2002; Chrysohoidis ve Krystallis, 2005; Grankvist, vd., 2007; Arvola, vd., 2008; Krystallis vd., 2008; Aertsens, Verbeke, Mondelaers ve Van Huylenbroeck, 2009) görülmektedir. Dreezens vd. (2005) de, organik gıdaların, bütün insanların refahı, doğayı koruma, evrensellik gibi değerlerle ilişkili olduğunu belirtmişlerdir.

Organik ürünlere olan talep, dünya çapında çarpıcı bir şekilde artmaktadır. Küresel organik gıda pazarının 2015-2020 yılları boyunca %16’nın üzerinde bir yıllık büyüme oranına sahip olacağı öngörülmektedir (PRnewswire, 2016). Du vd. (2017, s. 190)’ne göre tüketiciler, organik ürünleri sadece fonksiyonel ihtiyaçlarını (örn, s. sağlık, beslenme) karşılamak için değil, kendi kimliklerini ortaya koymak ve temel değerlerini açıklamak için de kullanırlar. Schifferstein ve Ophuis (1998, s. 119)’un belirttiği gibi organik tüketim, “yaşam biçiminin bir parçasıdır” ve bir ideolojiden kaynaklanmaktadır ve kişiliği, tutumu ve tüketim davranışlarını etkileyen belirli bir değerler sistemine bağlıdır. Sonradan, bazı araştırmalar, organik tüketimi, tüketicilerin daha yüksek düzeyde kişilik ve sosyal kimlikle ilgili ihtiyaçlarına bağlamışlardır (Bartels ve Reinders, 2010; Dean, Raats ve Shepherd, 2012; Krystallis, Vassallo ve Chrysohoidis, 2012, akt. Du vd., 2017, s. 190).

Hughner (2007), önceki çalışmaları gözden geçirmiş ve organik gıda tüketicilerinin güdüleyicileri olarak, sağlık, çevre, gıda güvenliği ve hayvan refahı, yerel ekonomiyi destekleme arzusu ve sağlıklı bir yaşam tarzı, nostalji merakı, moda takibi olduğunu belirtmiştir. Aertsens vd. (2009) ise, organik gıda tüketim dürtülerini, güvenlik, hedonizm, dürtü, evrensellik, kendi kendini yönetme, yardımseverlik, uyum ve güç olarak belirtmiş ve bunları değer olarak nitelendirmiştir.

Literatürde organik ürünlerin tercih edilme sebepleri incelendiğinde ilk sırada sağlıkla ilgili faydaları yer almaktadır (Shaharudin vd., 2010; Özçelik ve Uçar, 2008; Lodorfos ve Dennis, 2008; Padel ve Foster, 2005; Radman, 2005; Wier ve Calverley, 2002).

Liu (2007), sağlığın, tüketici tutumu üzerinde önemli bir etkisinin olduğunu ortaya çıkarmıştır. Salleh vd. (2010), sağlık değişkeninin, Malezya’da tüketicilerin organik gıda tüketimine karşı pozitif bir etkisinin olduğunu bulmuşlardır. Makatouni (2002), sağlık faktörünün, tüketicinin organik ürün satın alma niyetini etkileyen en önemli değişken olduğunu belirtmiştir. Kim ve Chung (2011), sağlık farkındalığının, tüketicilerin satın alma davranışlarını etkilemede en önemli faktör olduğunu dile getirmiş, sağlıkla ilgili farkındalığın düşük olduğu yerlerde de tüketici satın alma niyetinin düşük olduğu sonucuna ulaşmışlardır (akt. Singh ve Verma, 2017, s. 475).

Yapılan çalışmaların çok büyük bir kısmı, “sağlığı” organik gıda satın almada temel neden olarak görmekte (Tregear vd., 1994; Huang, 1996; Hutchins ve Greenhalgh, 1997; Schifferstein ve Ophuis, 1998; Chinnici vd., 2002; Zanolli ve Naspetti, 2002) ve tüketicilerin, organik gıdaları, geleneksel gıda üretiminde kullanılan kimyasallardan korunma arzusu nedeniyle satın almalarını (Ott, 1990; Jolly, 1991; Wilkins ve Hillers, 1994) açıklamaktadır.

Literatüre göre; sağlık, lezzet, çevre dostu olma, hayvan refahı gibi etik yönler, organik gıda tüketiminde dört temel motivasyondur (Aertsens vd., 2009). Bazı tüketiciler, sağlık gibi egoist açılardan motive olurken, bazıları da çevreyi koruma gibi özgeci (altruistic) açıdan güdülenmektedirler; fakat çoğu tüketici için, bu ikisinin bileşimi söz konusudur (Padel ve Foster, 2005; Padilla-Bravo, vd., 2003, akt. Höfer vd., 2015, s. 1529).

Çoğu çalışma, tadın, organik gıda satın alımında önemli bir kriter olduğunu da dile getirmiştir (Roddy vd., 1996; Schifferstein ve Ophuis, 1998; Magnusson vd., 2001’den akt. Hauhner vd., 2007).

Hill ve Lyncheaun (2002), medyadaki gösterimlerin fazla olmasından, organik gıdaların medyada fazla yer kaplamasından, promosyonel kampanyaların artmasından ve organik gıdalardaki yüksek fiyatlardan dolayı bazı insanların organik gıdaları “modaya uygun” olarak algıladıklarını dile getirmiştir. Ayrıca Chinnici (2002), organik gıdaları, temelde meraktan satın alan bir tüketici segmenti olduğunu ortaya çıkarmıştır. Chinnici vd. (2002, s. 194), organik ürün tüketimini, geçmişin içtenliği/samimiyeti ve tadıyla bağdaştıran bir “nostaljik” segment olduğunu iddia etmiştir (Hughner, vd., 2007, s. 10).

Tregear vd. (1994), organik gıda talebini ortaya çıkarmak amacıyla yaptıkları araştırmada tüketici tutum ve motivasyonu, ürün bulunabilirliği ve perakende seçeneklerinin önemli birer faktör olduklarını ortaya çıkarmışlardır. Davis vd. (1995)’e göre, organik gıda ve satın alma niyeti; çevre ve sağlık bilinci, güvenlik ve kalite endişesi ve beslenme ile ilgili değerler, tat/lezzet, tazelik ve fiyat önemli birer belirleyicidirler (Misra ve Singh, 2016, s. 2312).

### **Organik Gıda Satın Alımını Engelleyen Nedenler**

Bilinen birçok avantajına rağmen, organik gıda satın alımını engelleyen bazı durumlar söz konusu olabilmektedir. Organik gıdaların yüksek fiyatı, satın alımındaki temel engel olarak



gösterilmektedir (Byrne, vd., 1992; Tregear, vd., 1994; Roddy, vd., 1996; Magnusson vd., 2001; Zanolı ve Naspetti, 2002). Gelirin, satın alma sürecindeki rolü dikkate alındığında, ürün fiyatlarının satın almada bir bariyer olarak görülmesi, şaşırtıcı olmamaktadır. Organik ürünün bulunabilirliğinde yaşanan sıkıntılar, satın alınmasında bir engel teşkil etmektedir (Jolly, 1991; Davies vd., 1995; Fotopoulos ve Krystallis, 2002; Vindigni vd., 2002; Zanolı ve Naspetti, 2002; Lea ve Worsley, 2005). Gelişen teknoloji ile birlikte satın alma süreç ve metodlarının değişmesi, alışverişin büyük bir zaman ve enerji kaybı yaşanmadan yapılabilmesine olanak tanımaktadır. Bu değişime hızlı bir şekilde adapte olan tüketici, kendisine aynı ya da benzer bir alışveriş imkânı sunulmayan hallerde, satın alımından vazgeçebilmektedir. Bu nedenlerin yanı sıra, mevcut geleneksel gıdalardan duyulan memnuniyetin, organik satın almada temel bir engel olduğu düşünülmektedir (Roddy, vd., 1994, akt. Hughner, vd., 2007). Bazı çalışmalar, alışkanlıkların, organik gıda satın almanın önünde bir bariyer olabileceğini ortaya çıkarmıştır (Magnusson vd., 2001; Tsakiridou vd., 2008). Tüketicilerin organik gıda etiketlemesine ve sertifikasyon sürecine olan güvensizlikleri, organik gıda alımındaki diğer bir engel olarak görülmektedir (Yiridoe, vd., 2005; Lea ve Worsley, 2005; Pader ve Foster, 2005). Organik gıda araştırması için harcanan zaman, satın almadaki diğer bir engel olarak belirtilmiş (Jolly, 1991), bilgi kaynağı olarak görülen promosyonel kampanyaların azlığının, organik gıda tüketimi ve yayılımında önemli bir dezavantaj olduğu ortaya çıkarılmıştır (Krytallis, vd., 2006, akt., Nasir ve Karakaya, 2013, s. 295).

Tüketicilerin büyük bir kısmı (%85) organik ürün fiyatlarını diğer ürünlerin fiyatlarına göre daha pahalı bulmaktadırlar. Seçer (2010) Adana ilinde yürüttüğü çalışmada tüketicilerin (%43,1) organik ürün tüketmelerini engelleyen en önemli unsurun fiyat olduğunu saptamıştır. Dağıstan vd., (2010) Hatay ili merkez ilçede yaşayan tüketicilerin organik tarım ürünlerine olan talep ve eğilimlerinin belirlenmesi amacıyla 442 tüketici ile anket çalışması yapmışlardır. Çalışma bulgularına göre organik ürün tüketmeme nedenleri arasında bilgi eksikliği ve ürün fiyatlarının ilk sırada yer alan faktörler olduğu saptanmıştır. Sarıkaya (2007), çalışmasında tüketicilerin %48,2'sinin organik ürün fiyatının satın alma tercihlerinde önemli olduğu sonucuna ulaşmıştır. Aynı şekilde Karabaş ve Gürler (2010) tüketicilerin organik ürün satın almamasında etkili olan en önemli faktörün ürünlerin pahalı olması sonuca ulaşmışlardır.

Türkiye'nin farklı bölgelerinde, özellikle İstanbul, Ankara ve İzmir gibi büyük illerde, organik tarım ve gıda ürünleri pazarlarının yoğunlaştığı tespit edilmiştir. Türkiye genelinde ise tüketicilerin organik tarım ve gıda ürünü satın alma alışkanlığının yaygın olmadığı görülmüştür. Akgüngör vd. (2010) ve Dağıstan vd. (2010) bunun başlıca nedenlerini tüketicilerin organik üretim konusunda yeterli bilgiye sahip olmamaları ve fiyatı pahalı bulmaları olarak belirtmişlerdir.

Fiyat dışında üretimin az olması, memnuniyetsizlik, güven, bilgi ve algılanan değer eksikliği tüketicilerin organik ürünlere ulaşmasını engellemektedir (Thompson, 1998; Hürriyet Haber, 2014; Honkanen vd., 2006; Padel ve Foster, 2005; Yeşil Tüketim Araştırması, 2010; Yeşil Tüketim Araştırması, 2012).

Özellikle eğitim düzeyi yüksek olan tüketiciler, organik ürünlerin standartlara uygun üretildiği konusunda şüphe duymakta ve organik ürünlere güvenmediği için satın almayı reddetmektedir (Karabaş ve Gürler, 2012). 2012'de yapılan bu araştırmanın sonuçlarına göre; gelir yükseldikçe organik ürün tüketimi artmamaktadır. Ancak, bu konuda da çelişkili çalışma sonuçlarına rastlanmıştır. İnsanların gelir ve eğitim düzeyi yükseldikçe sağlıklı ürün tüketimine yöneldikleri bazı çalışmalar tarafından desteklenmektedir (Gil vd., 2000; Lohr, 2003). Dolayısıyla ekonomik nedenlerin, organik ürün tüketmemede en önemli faktör olamayacağı açıktır. Tüketiciler, organik ürün tüketmemede ikinci önemli faktörün yaklaşık %40 oranında bilgi eksikliği ve güven ortamının oluşmaması faktörlerinin birlikte etkisinin olduğunu belirtmişlerdir (Karabaş ve Gürler, 2012).

## Organik Gıda Tüketici Profili

Organik gıda satın alımı, sadık olma eğilimi gösteren, çevre bilinci olan müşterilerin bir yaşam tarzı olarak düşünülmektedir. Organik gıda satın alanların, çoğunlukla kadın oldukları görülmektedir (Thompson, 1998; Yiridoe vd., 2005; Costa vd., 2014). Davies vd. (1995)'nin yaptığı çalışmanın sonucuna göre, hane geliri izin verdiği müddetçe, çocuklu kadınlar sadık birer organik gıda alıcısı olmaktadır. Organik satın alımların en fazla yapıldığı yaş aralığı 30-49 olarak belirlenmiş, bunun da birçok çiftin çocuk sahibi olduğu aralığa denk geldiği görülmüştür (Davies vd., 1995, s. 20).

Yaş, medeni durum, çocuk sayısı ve yaşları, eğitim, tüketicilerin organik gıda talebini etkileyen ve açıklayan değişkenlerdir (Thompson, 1998). Erkeklerin, market alışverişinde kadınlardan daha az sorumlu oldukları ve bu yüzden, organik gıdalarla daha az ilgili ve gıdalar hakkında daha az bilgili oldukları belirtilmiştir. (Hilverda, vd., 2016, s. 2943). Thompson ve Kidwell (1998)'in organik ürün alıcılarının sosyo-demografik profillerini inceledikleri çalışmalarında, bütün çalışmaların organik ürün alıcılarının genelde kadın olduğu ve bunların erkeklere göre daha sık ve daha fazla miktarda alışveriş yaptıkları görülmektedir. Yaş, organik ürün alımında rol oynamamaktadır, fakat ailede çocuğun varlığı önemli bir rol oynamakta, organik gıda satın alımını olumlu etkilemektedir (Özgülven, 2012, s. 662).

Hutchins ve Greenhalgh (1995), organik gıda satın alanları incelemiş ve bunlar için sağlık ve çocukların en önemli nedenler olduğunu dile getirmişlerdir. Davis vd. (1995)'ne göre, satın alma güdülerini; beslenmeyle ilgili değerler, tat, tazelik ve fiyat gibi belirli ürün özellikleri olduğu kadar, çevresel bilinç ve sağlık bilinci, güvenlik gibi güdülerdir.

Tipik bir organik gıda tüketicisi, 30-40 yaşlarında, çocuk sahibi, orta-üst gelir grubuna mensup ve kadın olarak tanımlanmaktadır (Sabuncu, 2013, s.1). Gil vd. (2000, s.207), sağlık ve çevreyle ilgili endişesi olanların daha çok organik ürün tercih ettiğini, genelde organik et, sebze ve meyve gibi ürünlerin tercih edildiğini ve bu kişilerin daha yüksek fiyat ödemeye istekli olduklarını belirtmektedir. Kılıç vd. (2014, s. 58) de benzer biçimde, organik ürünlerin hedef pazarının 20-40 yaş arası gelir düzeyi yüksek kadınların ve çocuklu müşterilerin oluşturduğu ortaya çıkmıştır.

Bazı çalışmalar, organik gıda alıcılarının, alıcı olmayanlarla kıyaslandığında, daha yüksek gelir düzeyine sahip olduğunu söylemişlerdir (Davies vd., 1995; Govindasamy ve Italia, 1999; Lockie vd., 2002; Roitner-Schobesberger vd., 2008). Daha yüksek yıllık gelir düzeyine sahip tüketicilerin organik gıdalar için daha yüksek fiyat ödemeye istekli oldukları belirtilmiştir (Govindasamy ve Italia, 1999). Diğer taraftan, Fotopoulos ve Krystallis (2002), bazı düşük gelirli insanların daha sıkı birer organik gıda alıcısı olduklarını dile getirmişlerdir.

Sosyo-demografik özellikler, iyi birer tahminci değildirler ancak, iyi eğitilmiş kişilerin, daha sık organik ürün aldıkları yönünde bir literatür oluşmaktadır. Sağlık, güvenlik ve kimyasal gibi istenmeyen, negatif etkisi olan maddelerin azlığı, Polonya'da yapılan bir araştırmada tüketicilerin organik gıda satın alma nedenleri arasında yer almaktadır (Biemans, 2011, s. 134). Organik gıda tüketici profiline bakıldığında, Hughner vd. (2007)'nin, bunları çoğunlukla kadın, çocuklu ve yaşça olgun olarak tanımladıkları görülmektedir (Grubor ve Djokic, 2016, s.165).

Sık sık organik ürün tüketenlerin, orta sıklıkta ya da nadiren tüketenlere göre yüksek fiyat ödeme istekliliği daha fazladır, ancak bu ilişki net olmamakla birlikte, ürünün belirli özelliklerine de bağlıdır (Wier, vd., 2008). Urena vd. (2008) de yüksek fiyat ödeme istekliliğinin, satın alma sıklığına ve cinsiyete bağlı olduğunu vurgulamıştır. Düzenli tüketiciler ve erkeklerin, daha yüksek fiyat ödeyebilecekleri dile getirilmiştir (Biemans, 2011, s. 125).

## Araştırmanın Yöntemi

Araştırma tanımlayıcı bir çalışmadır. Annelerin organik gıda satın alma davranışlarını belirlemeye yönelik tasarlanan veri toplama aracının geliştirilmesinde daha önce yapılmış çalışmalardan, uzman görüşlerinden ve özellikle Mutlu (2007)'nin doktora tezinde kullandığı anket sorularından yararlanılmıştır. Ankette annelerin organik gıdalara yönelik düşüncelerini, bilgilerini, ödeme isteklerini, demografik özelliklerini, organik gıda satın alma davranışlarını ölçmeye yönelik sorular bulunmaktadır. Katılımcıların organik gıda bilgisini, organik gıdaları satın alma nedenlerini ve daha fazla satın almalarını engelleyen nedenleri öğrenmek için hazırlanan sorular 5'li skala şeklinde sorulmuştur (1=Kesinlikle katılmıyorum, 5= Kesinlikle katılıyorum). Araştırma verileri online anket sağlayıcı Qualtrics'de toplanmış olup, SPSS 20.0 paket programı ile analize tabi tutulmuştur.

Anakütle, İnternet kullanan ve en az bir kere organik gıda satın almış tüm anne ve anne adaylarıdır. Anketler araştırmacılar tarafından sosyal medyada anne ve anne adaylarının toplandığı gruplarda paylaşılmış, ayrıca sağlıklı ve organik beslenme konusunda bilgilendirme yapan uzmanlar sosyal medyada takipçilerini ankete yönlendirmiştir. Anket uygulaması 15 Şubat – 8 Mart 2018 tarihleri arasında gerçekleşmiştir. Ankete katılıp çocuğu olmadığını belirten ve daha önce hiç organik gıda satın almadığını belirten 91 katılımcının anketi örneklem dışında kaldıkları için değerlendirmeye alınmamış ve araştırmanın örneklemini 601 anne ve anne adayı oluşturmuştur.

## İstatistiksel analiz

Sıralama ölçeği ile toplanan verilerin analizinde yüzde ve frekans yöntemi, Friedman testi, Kruskal-Wallis analizi kullanılırken, ödeme isteği hesaplamalarında koşullu değerlendirme yöntemi kullanılmıştır.

Tablolarda bağımsız değişkenlerin frekanslarına, yüzde dağılımlarına bakılmış ve Friedman Testi kullanılarak, her bloktaki ifadelerin eşit önemde olup olmadıkları test edilmiştir. Böylece yüzdesel dağılımlarda olabilecek hatalar azaltılarak daha duyarlı bir analiz yapılmıştır.

İkiden fazla grup ortalamalarının karşılaştırılmasında veriler ordinal olarak ölçüldüğü için Kruskal Wallis testi uygulanmış, farklılığın hangi gruptan kaynaklandığının tespiti için çoklu karşılaştırma testlerinden Dunn's testi uygulanmıştır.

## Bulgular

Araştırma konusu annelerin ve hamilelerin temel demografik özellikleriyle ilgili bilgiler Tablo 1'de sunulmuştur.

**Tablo 1:** Katılımcıların temel demografik bilgileri

| Yaş                   | Frekans        | Yüzde        | Yerleşim türü          | Frekans        | Yüzde        |
|-----------------------|----------------|--------------|------------------------|----------------|--------------|
| 18-22                 | 2              | .3           | Büyük şehir            | 467            | 77.7         |
| 23-27                 | 34             | 5.7          | İlçe                   | 85             | 14.1         |
| 28-32                 | 194            | 32.3         | Küçük şehir            | 38             | 6.3          |
| 33-37                 | 230            | 38.3         | Köy-kasaba             | 11             | 1.8          |
| 38-42                 | 106            | 17.6         | Toplam                 | 601            | 100          |
| 43-47                 | 24             | 4.0          | <b>Yaşanılan bölge</b> | <b>Frekans</b> | <b>Yüzde</b> |
| 48 ve üzeri           | 11             | 1.8          | Marmara bölgesi        | 336            | 55.9         |
| Toplam                | 601            | 100.0        | İç anadolu bölgesi     | 90             | 15.0         |
| <b>Öğrenim durumu</b> | <b>Frekans</b> | <b>Yüzde</b> | Ege bölgesi            | 67             | 11.1         |
| İlköğretim            | 8              | 1.3          | Akdeniz bölgesi        | 56             | 9.3          |
| Lise                  | 36             | 6.0          | Güneydoğu anadolu b.   | 29             | 4.8          |
| Önlisans              | 42             | 7.0          | Karadeniz bölgesi      | 16             | 2.7          |
| Lisans                | 347            | 57.7         | Doğu anadolu bölgesi   | 7              | 1.2          |
| Y. Lisans / Doktora   | 168            | 28.0         | Toplam                 | 601            | 100.0        |

| Toplam                            | 601            | 100.0        | <b>Çocuk sayısı</b>             | <b>Frekans</b> | <b>Yüzde</b> |
|-----------------------------------|----------------|--------------|---------------------------------|----------------|--------------|
| <b>Meslek</b>                     | <b>Frekans</b> | <b>Yüzde</b> | Hamile                          | 51             | 8.5          |
| Kamu                              | 197            | 32.8         | 1                               | 369            | 61.4         |
| Özel sektör                       | 155            | 25.8         | 2                               | 148            | 24.6         |
| Serbest                           | 55             | 9.2          | 3                               | 29             | 4.8          |
| Çalışmıyor                        | 194            | 32.3         | 4+                              | 4              | 0.7          |
| Toplam                            | 601            | 100          | Toplam                          | 601            | 100          |
| <b>Aylık ortalama hane geliri</b> | <b>Frekans</b> | <b>Yüzde</b> | <b>En küçük çocuk yaş grubu</b> | <b>Frekans</b> | <b>Yüzde</b> |
| 3000 TL ve altı                   | 46             | 7.7          | Hamile                          | 51             | 8.5          |
| 3001 - 5000 TL arası              | 165            | 27.5         | 0-3 Yaş                         | 384            | 63.6         |
| 5001 - 7000 TL arası              | 122            | 20.3         | 4-6 Yaş                         | 88             | 14.6         |
| 7001 - 9000 TL arası              | 98             | 16.3         | 7-10 Yaş                        | 52             | 8.7          |
| 9000 TL üzeri                     | 170            | 28.3         | 11-17 yaş                       | 19             | 3.2          |
| Toplam                            | 601            | 100          | 18 Yaş Üstü                     | 7              | 1.2          |
|                                   |                |              | Toplam                          | 601            | 100          |

Örnekleme dahil olan 601 katılımcının yaklaşık %70'inin 28-37 yaş aralığında olduğu, %77.7'sinin büyükşehirde yaşadığı, yaklaşık %85'inin lisans ve lisans üstü eğitim seviyesine sahip olduğu, %8.5'inin hamile olduğu, %61.4'ünün tek çocuğa sahip olduğu, %63'ünün en küçük çocuğunun 0-3 yaş grubunda olduğu, yaklaşık %56'sının Marmara bölgesinde yaşadığı, %32.8'inin kamuda görev yaptığı, %32.3'ünün de çalışmadığı tespit edilmiştir.

Araştırmaya konu olan tüketicilerin organik gıda alışveriş profillerini belirlemek amacıyla da Tablo 2 oluşturulmuştur.

**Tablo 2:** Katılımcıların organik gıda alışveriş profilleri

| Mutfak alışverişini kim yapıyor?            | Frekans | %    | İlk defa organik gıda satın alma      | Frekans | %    |
|---|---------|------|---------------------------------------|---------|------|
| Ben (Anne)                                  | 392     | 65.2 | 5 yıldan fazla                        | 221     | 36.8 |
| Bir başkası ile birlikte ben                | 198     | 32.9 | 3-5 yıl arası                         | 162     | 27.0 |
| Başkası                                     | 11      | 1.8  | 1-3 yıl arası                         | 138     | 23.0 |
| Toplam                                      | 601     | 100  | Geçen sene                            | 47      | 7.8  |
| <b>Organik gıda alışveriş sıklığı</b>       |         |      | Toplam                                | 601     | 100  |
| Yılda bir ya da birkaç kez                  | 51      | 8.5  | <b>Satın alınan organik ürün türü</b> |         |      |
| Ayda bir ya da birkaç kez                   | 202     | 33.6 | Yumurta                               | 553     | 92.0 |
| Haftada bir ya da birkaç kez                | 316     | 52.6 | Süt / Süt Ürünleri                    | 472     | 78.5 |
| Günde bir ya da birkaç kez                  | 32      | 5.3  | Taze sebze meyve                      | 426     | 70.9 |
| Toplam                                      | 601     | 100  | Bakliyatlar                           | 377     | 62.7 |
| <b>Organik gıdaları evde kim tüketiyor?</b> |         |      | Tahıllar                              | 369     | 61.4 |
| Ailecek tüketiyoruz                         | 515     | 85.7 | Yağ                                   | 334     | 55.6 |
| Çocuk(lar)ım tüketiyor                      | 80      | 13.3 | Beyaz et                              | 274     | 45.6 |
| Kendim tüketiyorum                          | 5       | 0.8  | Bebek ürünleri                        | 256     | 42.6 |
| Diğer                                       | 1       | 0.2  | Kırmızı et                            | 241     | 40.1 |
| Toplam                                      | 601     | 100  | Bal, reçel, çikolata                  | 230     | 38.3 |
| <b>Satın alma yeri</b>                      |         |      | Kuruyemiş                             | 191     | 31.8 |
| Süpermarket zincirleri                      | 174     | 29.0 | Unlu mamüller                         | 141     | 3.5  |
| Online mağazalar                            | 121     | 20.1 | İçecekler                             | 96      | 16.0 |
| Doğal ürün mağazaları                       | 108     | 18.0 | <b>Bilgi Kaynağı</b>                  |         |      |
| Semt/halk pazarı                            | 108     | 18.0 | İnternet                              | 371     | 61.7 |
| Çiftlik / bahçe                             | 84      | 14.0 | Doktorlar/Uzmanlar                    | 93      | 15.5 |
| Ucuzluk mağazaları                          | 6       | 1.0  | Arkadaş çevresi                       | 73      | 12.1 |
| Toplam                                      | 601     | 100  | 601                                   | 100     | 6.2  |
| <b>Organik gıda logosunu tanıyor mu?</b>    |         |      | TV programları                        | 8       | 1.3  |
| Tanıyor                                     | 378     | 63   | Kitaplar                              | 8       | 1.3  |
| Tanımiyor                                   | 223     | 37   | Diğer                                 | 11      | 1.9  |
| Toplam                                      | 601     | 100  | Toplam                                | 601     | 100  |

Tablo 2'de görüldüğü üzere katılımcıların organik gıda satın alma davranışları farklı açılardan değerlendirildiğinde mutfak alışverişinin %65.2'sinin kendileri tarafından yapıldığı,

%52,6'sının haftada bir ya da birkaç kez organik gıda satın aldığı, %85.7'sinin satın aldığı organik gıdaları ailecek tükettiği, yaklaşık %30'unun süpermarketlerden, %20'sinin online mağazalardan organik gıda satın aldığı, %63'ünün ankette verilen logolar arasından doğru organik gıda logosunu tanıyabildiği, %36.8'inin 5 yıldan uzun süredir organik gıda satın aldığı, %61.7'sinin organik gıdalar hakkında İnternet yoluyla bilgilendiği ortaya çıkmıştır. Satın alınan organik gıda türünün sorulduğu ve birden fazla işaretlemeye izin verilen soruya verilen yanıtlar incelendiğinde ise katılımcıların %92'sinin yumurtayı, %50'den fazlasının yağı, tahılları (makarna, bulgur, un), bakliyatları (nohut, fasülye, mercimek), taze sebze/meyveyi, süt ve süt ürünlerini organik tercih ettiği görülmüştür.

Katılımcıların organik gıdalara ilişkin bilgilerini, satın alma nedenlerini ve daha fazla satın alma engellerini belirlemek amacıyla 5'li skala ölçeği ile (1= Kesinlikle katılmıyorum, 5= Kesinlikle katılıyorum) yöneltilen sorulara verdikleri cevaplar doğrultusunda, organik gıda tüketimleriyle ilgili düşünceleri belirlenmeye çalışılmıştır.

Çalışmanın bu bölümünde katılımcıların organik gıdalarla ilgili ifadelerine verdikleri yanıtların ortalamaları, standart sapmaları, ortalama sıralamalarına ait Friedman testi sonuçları ve Cronbach Alpha değerlerine yer verilmiştir. Friedman testi, birbiri ile ilişkili iki ya da daha fazla değişkene ait dağılımların karşılaştırılarak dağılımlar arasında anlamlı bir fark olup olmadığını test etmek amacıyla kullanılır. Katılımcıların organik gıdalara yönelik tanımlayıcı ifadelerine ilişkin test istatistikleri Tablo 3'de yer almaktadır.

**Tablo 3:** Organik gıdalara yönelik tanımlayıcı ifadelerine ilişkin Friedman Testi istatistikleri

|   | Ort. | Std. Sap. | Ortalama Sıralaması | Friedman Test İstatistiği                                  | Cronbach Alpha |
|---|------|-----------|---------------------|--|----------------|
| Tüm organik ürünler sertifikalanmak zorundadır. | 4,38 | 0,952     | 4.86                | N= 601<br>$\chi^2= 562.61$<br>sd= 6<br>Asymp.<br>Sig =.000 | .847           |
| Sağlığa yararlıdır.                             | 4,28 | 0,793     | 4.58                |  |                |
| Besleyicidir.                                   | 4,28 | 0,738     | 4.53                |  |                |
| Doğal yollarla üretilir.                        | 3,94 | 0,848     | 3.66                |  |                |
| Genleri değiştirilmiş organizmalar içermez.     | 3,89 | 0,947     | 3.62                |  |                |
| Kimyasal ilaçlar ve gübreler içermez.           | 3,88 | 0,911     | 3.54                |  |                |
| Çevreye ve hayvanlara duyarlı üretim yapılır.   | 3,75 | 0,925     | 3.21                |  |                |

Organik gıdalara ilişkin tanımlayıcı ifadelerin yer aldığı ifadelerin Friedman testi sonucunda (Tablo 3) katılımcıların organik gıdaya yönelik bilgileri arasında anlamlı bir farklılık olduğu belirlenmiştir (sig. .000<0.05). Tablo 3'de ifadelerin ortalama sıralaması sütünü incelendiğinde organik gıdalara yönelik öne çıkan ilk üç ifadenin organik gıdaların sertifikalanmak zorunda oldukları, sağlığa yararlı oldukları ve besleyici olduklarıdır. En düşük etki derecesine sahip ifade ise organik gıdaların çevreye ve hayvanlara duyarlı üretildikleri olmuştur. Yedi ifadeye ait Cronbach Alpha güvenilirlik değeri 0.847 olarak bulunmuştur ve bu değer 0.50 üzerinde olduğu için Hair vd. (2005, s.111)'e göre kabul edilebilir sınırlar içerisinde yer almaktadır.

**Tablo 4:** Katılımcıların organik gıda tüketme sebeplerini belirlemeye yönelik Friedman Testi istatistikleri

| Organik gıda tüketiyorum çünkü..                              | Ort. | Std. Sap. | Ortalama Sıralaması | Friedman Test İstatistiği                                    | Cronbach Alpha |
|---|------|-----------|---------------------|--|----------------|
| İleriki nesiller için doğal kaynakları korumak istiyorum.     | 4,66 | 0,605     | 9.79                | N= 601<br>$\chi^2= 2200.79$<br>sd= 12<br>Asymp.<br>Sig =.000 | .808           |
| Organik tarıma ve sürdürülebilirliğe destek vermek istiyorum. | 4,46 | 0,690     | 8.92                |  |                |
| Benim ve/veya ailem için sağlıklı.                            | 4,37 | 0,686     | 8.53                |  |                |
| Yerel/Küçük çiftçiye destek vermek istiyorum.                 | 4,26 | 0,805     | 8.0                 |  |                |

|   |      |       |      |  |  |
|---|------|-------|------|--|--|
| Daha kaliteli buluyorum.  | 4,18 | 0,742 | 7.65 |  |  |
| Daha lezzetli buluyorum.  | 4,01 | 0,868 | 6.91 |  |  |
| Olumlu imajları var.  | 4    | 0,850 | 6.93 |  |  |
| Gıda güvenliğimi garanti ediyor.  | 3,98 | 0,790 | 6.61 |  |  |
| Daha taze buluyorum.  | 3,97 | 0,837 | 6.72 |  |  |
| Uluslararası geleneksel (organik üretim yapmayan) gıda şirketlerine karşıyım. | 3,96 | 1,008 | 6.87 |  |  |
| Üretimde çevre daha az kirleniyor.  | 3,84 | 0,819 | 6.11 |  |  |
| Üretimde hayvanlara daha iyi muamele ediliyor.                                | 3,69 | 0,874 | 5.47 |  |  |
| Çok moda buluyorum.   | 2,38 | 1,102 | 2.49 |  |  |

Tablo 4’de verilen Friedman testi sonucunda katılımcıların organik gıda tüketim sebeplerine ilişkin ifadelerine verdikleri cevapların etki derecelerinin istatistiksel olarak anlamlı bir şekilde farklılaştığı tespit edilmiştir (sig. .000<.05). Tablo 4’den görüleceği üzere organik gıda satın almada etkili en önemli üç faktör ileriye nesiller için doğal kaynakları korumak istemeleri, organik tarıma ve sürdürülebilirliğe destek vermek istemeleri ve organik gıdaları kendileri ve aileleri için sağlıklı bulmaları olmuştur. Organik gıda tüketiyorum çünkü çok moda buluyorum ifadesi ise organik gıda tercihinde en düşük etkiye sahip olmuştur.

Onüç ifadeye ait Cronbach Alpha güvenilirlik değeri 0.808 olarak hesaplanmıştır ve bu değer 0.70’in üzerinde olduğu için Hair vd. (2005)’e göre kabul edilebilir sınırlar içerisinde.

**Tablo 5:** Katılımcıların organik gıdaları daha fazla tüketmelerini engelleyen sebepleri belirlemeye yönelik Friedman Testi istatistikleri

| Organik gıdaları daha fazla alırdım eğer..            | Ort. | Std.Sap. | Ortalama Sıralaması | Friedman Test İstatistiği   | Cronbach Alpha |
|---|------|----------|---------------------|---|----------------|
| Daha ucuz olsalardı.                                  | 4,35 | 0,998    | 10.47               | N= 601<br>x <sup>2</sup> =<br>2200.794<br>sd= 12<br>Asymp.<br>Sig =.000 | .856           |
| Piyasada daha çok bulabilseydim.                      | 4,23 | 0,924    | 10.14               |   |                |
| Daha çok ürün çeşitliliği olsaydı.                    | 4,12 | 0,986    | 9.79                |   |                |
| Gerçekten organik olarak üretildiğine inansam.        | 4,06 | 1,079    | 9.46                |   |                |
| Daha yüksek gelirim olsaydı.                          | 4,04 | 1,118    | 9.34                |   |                |
| Daha fazla mevsimden ürün olsaydı.                    | 3,74 | 1,115    | 8.41                |   |                |
| Medyada daha çok bilgi olsaydı.                       | 3,41 | 1,17     | 7.28                |   |                |
| Daha fazla benim bölgemden ürün olsaydı.              | 3,4  | 1,172    | 7.25                |   |                |
| Organik ürünleri ve logolarını daha iyi tanıyabilsem. | 3,29 | 1,224    | 6.86                |   |                |
| Daha az paketleme içerseydi.                          | 3,21 | 1,144    | 6.54                |   |                |
| Organik ürün aramaya daha çok vaktim olsaydı.         | 3,1  | 1,204    | 6.23                |   |                |
| Daha iyi görünümlü ve lezzetli olsalar.               | 2,67 | 1,149    | 4.83                |   |                |
| Daha uzun süre dayanıklı olsalardı.                   | 2,62 | 1,105    | 4.80                |   |                |
| Daha kısa pişme süresine sahip olsaydı.               | 2,25 | 0,954    | 3.61                |   |                |

Katılımcıların daha fazla organik gıda satın almalarını engelleyen sebeplerin belirlenmesine yönelik verilen ifadelerin Friedman testi sonucuna göre etki dereceleri anlamlı bir şekilde birbirlerinden farklılaştığı tespit edilmiştir (sig. .00<.05). Tablo 5’den görüleceği üzere katılımcıların organik gıdaları daha fazla tüketmemelerinde etki derecesi en yüksek olan sebepler organik gıdaların “ucuz olmamaları”, “piyasada çok bulunmamaları” ve “daha çok ürün çeşitliliği olmaması” olarak belirlenmiştir. Uzun pişme süreleri ise daha fazla satın almalarını engelleyen en düşük etkiye sahip sebep olmuştur. Ondört ifadeye ait Cronbach Alpha güvenilirlik değeri 0.856 olarak bulunmuştur ve bu değer 0.70’in üzerinde olduğu için Hair vd. (2005)’e göre kabul edilebilir sınırlar içerisinde.

## Farklılık Testleri

Katılımcıların demografik özellikleriyle organik gıdalara yönelik ifadelerle verdikleri cevaplar arasındaki farklılık olup olmadığına Kruskal Wallis Testi ile yapılmıştır. Tablo 6’da Kruskal Wallis testi sonuçları verilmiştir.

**Tablo 6:** Organik gıdalara ilişkin tanımlayıcı ifadeler Kruskal Wallis testi (Fark belirlenen değişken ve ifadeler)

|   | Öğrenim Durumu | Gelir | Yerleşim türü | Coğ. Bölge |
|---|----------------|-------|---------------|------------|
| Tüm organik ürünler sertifikalanmak zorundadır. |                | **    | **            |            |
| Besleyicidir.                                   | **             |       |               |            |
| Kimyasal ilaçlar ve gübreler içermez.           |                |       |               | **         |

\*\* : 0.05 düzeyinde anlamlıdır.

Tablo 6’da belirtilen “\*\*\*” işaretleri değişkenler arasındaki farkın istatistiksel olarak anlamlı olduğunu göstermektedir. SPSS programı tarafından hazırlanan Dunn’s testi sonuçlarına göre fark çıkan ifadelerin hangi düzeyleri arasında farklılık olduğu belirlenmiştir.

Kruskal Wallis testi sonucuna göre katılımcıların organik gıdalara ilişkin bilgilerinin yaş, çocuk sayısı ve çocuk yaşına göre farklılık göstermediği, ayrıca “organik gıdalar doğal yollarla üretilir”, “organik gıdalar genleri değiştirilmiş organizmalar içermez” ve “çevreye ve hayvanlara duyarlı üretim yapılıdır” ifadelerinin hiç bir demografik değişkene göre anlamlı farklılık göstermediği tespit edilmiştir.

Katılımcıların öğrenim durumuna göre sadece “organik gıdalar besleyicidir” ifadesinde anlamlı bir farklılığın bulunduğu ( $\chi^2=17.810$ , sig.<.05) görülmektedir. Buna göre katılımcıların öğrenim durumlarına göre organik gıdaları besleyici olarak tanımlamaları farklılaşmaktadır ve farklılık Post Hoc Dunn’s testine göre önlisans mezunu katılımcılar ve y.lisans/doktora mezunları arasında bulunmuştur ve önlisans mezunlarının ortalama puanları daha yüksektir.

Gelir düzeyine göre organik gıda bilgisi Kruskal Wallis testi ile incelendiğinde sadece “tüm organik gıdalar sertifikalanmak zorundadır” ifadesinde anlamlı bir farklılık tespit edilmiştir ( $\chi^2=10.119$ , sig.<.05). Farklılığın Post Hoc Dunn’s testine göre aylık hane geliri 3000-5000 TL arasında olanlar ve 9000 TL ve üzerinde olanlar arasında olduğu ve 3000 – 5000 TL geliri olanların daha yüksek ortalamaya sahip olduğu tespit edilmiştir.

Yerleşim türüne göre “tüm organik gıdalar sertifikalanmak zorundadır” ( $\chi^2= 8.211$ , sig.<.05) ifadesinde istatistiksel olarak anlamlı farklılık tespit edilmiştir. Farklılığın Post Hoc Dunn’s testine göre büyükşehirlerde ve ilçelerde yaşayanlar arasında olduğu ve büyükşehirlerde yaşayanların ortalamasının daha yüksek olduğu tespit edilmiştir.

Yaşanan coğrafi bölgeye göre “organik gıdalar kimyasal ilaçlar ve gübre içermez” ( $\chi^2= 17.822$ , sig.<.05) ifadesinde istatistiksel olarak anlamlı farklılık tespit edilmiştir. Farklılığın Post Hoc Dunn’s testine göre Akdeniz ve Ege bölgeleri arasında olduğu ve Ege bölgesinde yaşayanların daha yüksek ortalamaya sahip oldukları ortaya çıkmıştır.

Katılımcıların organik gıda tüketme sebeplerinin demografik özelliklerine göre farklılıklarının tespiti de Kruskal Wallis testi ile gerçekleştirilmiştir. Tablo 7’de anlamlı farkın tespit edildiği ifadeler ve demografik değişkenler yer almaktadır.

**Tablo 7:** Katılımcıların organik gıda tüketme sebeplerine ilişkin Kruskall Wallis testi (Fark belirlenen değişken ve ifadeler)

|   | Yaş | Öğrenim durumu | Gelir | Yerleşim türü | Coğrafi Bölge | Çocuk yaşı |
|---|-----|----------------|-------|---------------|---------------|------------|
| İleriki nesiller için doğal kaynakları korumak istiyorum.                     |     |                |       |               |               |            |
| Benim ve/veya ailem için sağlıklı.  | **  |                |       |               |               |            |
| Yerel/Küçük çiftçiye destek vermek istiyorum.                                 |     | **             | **    |               |               |            |
| Daha taze buluyorum.  |     |                | **    | **            |               |            |
| Uluslararası geleneksel (organik üretim yapmayan) gıda şirketlerine karşıyım. |     |                |       |               | **            |            |
| Üretimde çevre daha az kirleniyor.  |     |                |       |               |               |            |
| Üretimde hayvanlara daha iyi muamele ediliyor.                                |     | **             |       |               |               |            |
| Çok moda buluyorum.   |     |                |       |               |               | **         |

Kruskall Wallis testi sonucuna göre katılımcıların organik gıdaları tüketme sebeplerine ilişkin ifadelerle verilen cevapların çocuk sayısına göre farklılık göstermediği ve “Organik tarıma ve sürdürülebilirliğe destek vermek istiyorum”, “Daha kaliteli buluyorum”, “Daha lezzetli buluyorum”, “Olumlu imajları var” ve “Gıda güvenliğimi garanti ediyor.” ifadelerinin hiç bir demografik değişkene göre anlamlı farklılık göstermediği tespit edilmiştir.

Katılımcıların yaşlarına göre “Organik gıda tüketiyorum çünkü benim veya ailem için sağlıklıdır.” ifadesinde istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık ( $x^2= 13.134$ , sig.<.05 ) tespit edilmiştir. Farklılığın Post Hoc Dunn’s testine göre 18-22 yaş ve 48 ve üzeri yaş grupları arasında anlamlı olduğu ve 48 yaş ve üzeri grubun daha yüksek ortalamaya sahip olduğu tespit edilmiştir.

Katılımcıların öğrenim durumlarına göre “Yerel/Küçük çiftçiye destek vermek istiyorum”(  $x^2=11.700$ , sig.<.05) ve “Üretimde hayvanlara daha iyi muamele ediliyor” ( $x^2=15.052$ , sig.<.05 ) ifadelerinde istatistiksel olarak anlamlı farklılık tespit edilmiştir. Post Hoc Dunn’s testine göre her iki ifade için de lise ve y.lisans/doktora mezunları arasında anlamlı olarak farklılığın mevcut olduğu ve lise mezunlarının daha yüksek ortalamaya sahip olduğu tespit edilmiştir.

Katılımcıların aylık hane gelirlerine göre “Yerel/Küçük çiftçiye destek vermek istiyorum” ( $x^2= 16.277$ , sig.<.05 ) ve “Daha taze buluyorum” ( $x^2= 15.754$ , sig.<.05 ) ifadelerinde istatistiksel olarak anlamlı farklılık tespit edilmiştir. Post Hoc Dunn’s testine göre “Yerel/Küçük çiftçiye destek vermek istiyorum” ifadesi için “9000 TL ve üzeri” aylık hane gelirene sahip olanlarla “3001-5000TL arası” aylık hane gelirene sahip olanların ve “5001-7000 TL arası” aylık hane gelirene sahip olanların anlamlı olarak farklılaştığı ve 9000 TL ve üzeri gelire sahip olanların daha düşük ortalamaya sahip olduğu tespit edilmiştir. “Daha taze buluyorum” ifadesi için ise “9000 TL ve üzeri” aylık hane gelirene sahip olanlarla “3001-5000 TL arası” aylık hane gelirene sahip olanların arasında anlamlı olarak farklılığın olduğu ve yine “9000 TL ve üzeri” gelire sahip olanların daha düşük ortalamaya sahip olduğu tespit edilmiştir.

Yerleşim türüne göre sadece “Daha taze buluyorum” ( $x^2= 13.056$ , sig.<.05) ifadesinde istatistiksel olarak anlamlı farklılık tespit edilmiştir. Farklılığın Post Hoc Dunn’s testine göre büyükşehirler ile ilçeler ve küçük şehirlerde yaşayanlar arasında olduğu ve büyükşehirlerde yaşayanların ortalamasının daha düşük olduğu tespit edilmiştir.

Yaşanan coğrafi bölgeye göre sadece “Uluslararası geleneksel (organik üretim yapmayan) gıda şirketlerine karşıyım” ( $x^2= 19.845$ , sig.<.05) ifadesinde istatistiksel olarak anlamlı farklılık tespit edilmiştir. Farklılığın Post Hoc Dunn’s testine göre Güneydoğu Anadolu



bölgesi ile Akdeniz ve Ege bölgeleri arasında olduğu ve Güneydoğu Anadolu bölgesinde yaşayanların daha düşük ortalamaya sahip oldukları ortaya çıkmıştır.

Sahip olunan en küçük çocuk yaşına göre sadece “Organik gıda tüketiyorum çünkü çok moda buluyorum” ( $x^2=12.749$ , sig.<.05 ) ifadesinde istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık tespit edilmiştir. Farklılığın Post Hoc Dunn’s testine göre hamileler ve en küçük çocuğu 7-10 yaş arasında olanlar arasında olduğu ve hamilelerin daha yüksek ortalamaya sahip oldukları ortaya çıkmıştır.

Tablo 8’de Kruskall Wallis testi sonucunda katılımcıların organik gıdaları daha fazla tüketmeme sebeplerinin anlamlı farklılaştığı ifadeler görülmektedir.

**Tablo 8:** Katılımcıların organik gıda satın alma engelleri Kruskall Wallis testi (Fark belirlenen değişken ve ifadeler)

|   | Yaş | Gelir | Yerleşim Türü | Coğ. Bölge | Çocuk Sayısı | Çocuk Yaşı |
|---|-----|-------|---------------|------------|--------------|------------|
| Daha ucuz olsalardı.                                  |     |       | **            |            |              |            |
| Piyasada daha çok bulabilseydim.                      |     |       |               |            | **           | **         |
| Daha çok ürün çeşitliliği olsaydı.                    |     |       |               | **         |              |            |
| Gerçekten organik olarak üretildiğine inansam.        | **  |       |               |            |              |            |
| Daha yüksek gelirim olsaydı.                          | **  | **    |               |            |              | **         |
| Daha fazla mevsimden ürün olsaydı.                    |     |       |               |            |              |            |
| Medyada daha çok bilgi olsaydı.                       |     |       |               |            |              |            |
| Daha fazla benim bölgemden ürün olsaydı.              |     |       | **            |            |              |            |
| Organik ürünleri ve logolarını daha iyi tanıyabilsem. | **  |       |               |            |              |            |
| Daha az paketleme içerseydi.                          |     |       |               |            |              |            |
| Organik ürün aramaya daha çok vaktim olsaydı.         |     |       |               | **         | **           |            |
| Daha iyi görünümlü ve lezzetli olsalar.               |     |       |               |            |              |            |
| Daha uzun süre dayanıklı olsalardı.                   |     |       |               |            |              |            |
| Daha kısa pişme süresine sahip olsaydı.               |     |       |               |            | **           |            |

Kruskall Wallis testi sonucuna göre katılımcıların organik gıdaları daha fazla tüketmeme sebeplerine ilişkin ifadelerine verdikleri cevapların öğrenim durumuna göre farklılık göstermediği ve “Daha fazla mevsimden ürün olsaydı”, “Medyada daha çok bilgi olsaydı”, “Daha az paketleme içerseydi”, ve “Daha iyi görünümlü ve lezzetli olsalardı” ifadelerinin hiç bir demografik değişkene göre anlamlı farklılık göstermediği tespit edilmiştir.

Katılımcıların yaşlarına göre “Gerçekten organik olarak üretildiğine inansam” ( $x^2=14.238$ , sig.<.05 ), “Daha yüksek gelirim olsaydı” ( $x^2=24.297$ , sig.<.05 ) ve “Organik ürünleri ve logolarını daha iyi tanıyabilsem” ( $x^2=16.216$ , sig.<.05 ) ifadelerinde istatistiksel olarak anlamlı farklılıklar tespit edilmiştir. Farklılığın Post Hoc Dunn’s testine göre “Gerçekten organik olarak üretildiğine inansam” ve “Daha yüksek gelirim olsaydı” ifadeleri için 28-32 yaş ve 43-47 yaş grupları arasında anlamlı olarak farklılaştığı ve 28-32 yaş grubunun daha yüksek ortalamaya sahip oldukları, “Organik ürünleri ve logolarını daha iyi tanıyabilsem” ifadesi için 23-27 ve 43-47 yaş grupları arasında anlamlı olarak farklılaştığı ve 23-27 yaş grubunun daha yüksek ortalamaya sahip oldukları tespit edilmiştir.

Katılımcıların aylık hane gelirlerine göre “Daha yüksek gelirim olsaydı” ( $x^2=19.204$ , sig.<.05 ) ifadesinde istatistiksel olarak anlamlı farklılık tespit edilmiştir. Post Hoc Dunn’s testine göre 9000 TL üzeri geliri olanlarla 3000-5000 TL arası ve 3000 TL altı maaşı olan

gruplar arasında anlamlı farklılık tespit edilmiş olup 9000 TL ve üzeri maaş alanların daha düşük ortalamaya sahip olduğu ortaya çıkmıştır.

Yerleşim türüne göre “*Daha ucuz olsalardı*” ( $x^2= 13.180$ , sig.<.05 ) ve “*Daha fazla benim bölgemden ürün olsaydı*” ( $x^2= 10.013$  sig.<.05 ) ifadelerinde istatistiksel olarak anlamlı farklılıklar tespit edilmiştir. Post Hoc Dunn’s testine göre her iki ifade için de anlamlı farklılığın büyükşehirlerde ve ilçelerde yaşayanlar arasında olduğu ve ilçe ortalamalarının daha yüksek olduğu tespit edilmiştir.

Yaşanan coğrafi bölgeye göre “*Daha çok ürün çeşitliliği olsaydı*” ( $x^2= 16.720$ , sig.<.05) ve “*Organik ürün aramaya daha çok vaktim olsaydı*” ( $x^2=14.477$ , sig.<.05) ifadelerinde istatistiksel olarak anlamlı farklılıklar tespit edilmiştir. Post Hoc Dunn’s testine göre “*Daha çok ürün çeşitliliği olsaydı*” ifadesi için farklılıkların Doğu Anadolu bölgesi ile Ege ve Karadeniz bölgeleri arasında olduğu Doğu Anadolu bölgesinde yaşayanların daha düşük ortalamaya sahip olduğu, “*Organik ürün aramaya daha çok vaktim olsaydı*” ifadesi için Marmara ve Ege bölgesinde yaşayanlar arasında istatistiksel anlamlı farklılık olduğu ve Marmara bölgesinde yaşayanların ortalamalarının daha düşük olduğu ortaya çıkmıştır.

Sahip olunan çocuk sayısına göre “*Piyasada daha çok bulabilseydim*” ( $x^2= 11.488$ , sig.<.05 ), “*Organik ürün aramaya daha çok vaktim olsaydı*” ( $x^2= 15.165$ , sig.<.05 ) ifadelerinde istatistiksel olarak anlamlı farklılıklar tespit edilmiştir. Post Hoc Dunn’s testine göre farklılığın “*Piyasada daha çok bulabilseydim*” ifadesi için hamileler ile bir ve iki çocuğu olanlar arasında olduğu ve hamilelerin daha yüksek ortalamaya sahip olduğu, “*Organik ürün aramaya daha çok vaktim olsaydı*” ifadesi için anlamlı farklılığın hamileler ve bir, iki, üç çocuğa sahip olanlar arasında olduğu ve yine hamilelerin diğer gruplardan daha yüksek ortalamaya sahip oldukları ortaya çıkmıştır.

Sahip olunan en küçük çocuk yaşına göre “*Piyasada daha çok bulabilseydim*” ( $x^2= 18.837$ , sig.<.05 ), “*Daha yüksek gelirim olsaydı*” ( $x^2= 15.941$ , sig.<.05 ) ve “*Daha çok vaktim olsaydı*” ( $x^2= 17.392$ , sig.<.05 ) ifadelerinde istatistiksel olarak anlamlı farklılıklar tespit edilmiştir. Post Hoc Dunn’s testine göre “*Piyasada daha çok bulabilseydim*” ifadesi için anlamlı farklılığın hamileler ve en küçük çocuğu 0-3 yaş arasında olanlar arasında olduğu ve hamilelerin daha yüksek ortalamaya sahip oldukları, “*Daha yüksek gelirim olsaydı*” ifadesi için 11-17 yaş grubunda çocuğu olanlar ile hamileler ve 0-3 yaş grubunda çocuğu olanlar arasında olduğu ve 11-17 yaş grubunda çocuğu olanların daha düşük ortalamaya sahip olduğu, “*Daha çok vaktim olsaydı*” ifadesi için hamileler ile 4-6 yaş grubunda çocuğu olan ve 11-17 yaş grubunda çocuğu olanlar arasında olduğu ve hamilelerin daha yüksek ortalamaya sahip olduğu ortaya çıkmıştır.

### **Ödeme İsteğinin Hesaplanması**

Wertenbroich and Skiera (2002) ödeme isteğini “Belirli bir miktarda metaya müşterilerin ödemek istediği maksimum fiyat” olarak tanımlamaktadır. Ödeme isteğinin hesaplanmasında literatürde çeşitli yöntemler kullanıldığı görülmektedir. Anket yöntemiyle toplanmış verilerin hesaplanmasında ise “Konjoint analizi” ve “Koşullu değerlendirme yöntemi” kullanılabilir (Wertenbroich ve Skiera, 2002, s.229). Bu çalışmada ödeme isteğinin hesaplanmasında katılımcıların çeşitli organik gıdalara ödemek istedikleri maksimum tutarlar sorularak koşullu değerlendirme yöntemi kullanılmıştır. Koşullu değerlendirme yönteminde katılımcılara doğrudan bir ürüne en fazla ne kadar fiyat verebilecekleri sorulmaktadır (Mitchell ve Carson, 1989, s.2).

Çalışmanın anketinde ödeme isteği ilk olarak “Organik gıda satın almak için daha fazla fiyat öder misiniz?” şeklinde sorulmuştur, katılımcıların verdiği yanıt ortalamaları Tablo 9’da görülmektedir.

**Tablo 9:** Katılımcıların organik gıdalara fazla tutar ödemek isteyip istememeleri

| Organik gıda satın almak için daha fazla tutar öder misiniz? | n   | %    |
|--|-----|------|
| Evet   | 584 | 97.2 |
| Hayır  | 17  | 2.8  |
| Toplam   | 601 | 100  |

Tablo 9’da çalışmaya katılan 601 anne ve anne adayının %97.2 çok yüksek bir oranla organik gıda satın almak için daha fazla tutar ödemeye istekli olduğu görülmektedir. Bir diğer soruda katılımcılara “yumurta”, “salça” ve “kavanoz maması” olarak üç farklı ürün fotoğrafı verilmiş, bu fotoğraftaki ürünlerin konvensiyonel ürün (organik olmayan) oldukları belirtilerek hepsi için ayrı ayrı market fiyatları referans olarak belirtilmiş ve bu ürünlerin organik alternatiflerine maksimum olarak ödeyebilecekleri tutarlar sorulmuştur. Organik gıdalara ödeme isteğindeki yüzde değişim aşağıdaki formüle göre her bir katılımcı için SPSS paket programında hesaplanmıştır.

$$\frac{\text{Maksimum ödeme isteği}_{\text{organik ürün}} - \text{Maksimum ödeme isteği}_{\text{referans ürün}}}{\text{Maksimum ödeme isteği}_{\text{referans ürün}}} = \text{Ödeme İsteği Yüzdesi}$$

Tablo 10’da her bir ürün için tüm katılımcılarda ortalama ödeme isteği oranları verilmiştir.

**Tablo 10:** Her bir organik ürün için tüm katılımcılarda ortalama ödeme isteği oranları

|                | n   | Referans Fiyat | Ortalama Maksimum Ödenmek İstenilen Tutar | Ortalama Ödeme İsteği Oranı |
|----------------|-----|----------------|---|-----------------------------|
| Yumurta        | 575 | 50 Kuruş       | 1.16 TL                                   | % 132.194                   |
| Salça          | 558 | 5 TL           | 11.55 TL                                  | %131.102                    |
| Kavanoz maması | 490 | 2 TL           | 5.50 TL                                   | %175.372                    |

Tablo 10’a göre araştırmanın anne ve anne adaylarından oluşan katılımcıları 50 Kuruşa satın alabilecekleri konvensiyonel bir yumurta yerine %132 daha fazlaya 1.16 TL tutar ödeyerek organik yumurta satın almaya istekli oldukları, 5 TL’lik konvensiyonel bir salça yerine %131 daha fazlaya 11.55 TL tutar ödeyerek organik salça satın almaya istekli oldukları ve 2 TL’ye satın alabilecekleri konvensiyonel bir kavanoz maması yerine %175 daha fazlaya 5.5 TL tutar ödeyerek organik kavanoz maması satın almaya istekli oldukları görülmüştür.

### Sonuç ve Tartışma

Günden güne artan sağlık bilinci çerçevesinde, anne ve anne adaylarının organik ürün satın alma davranışlarının belirlenmesi amacıyla yapılan bu çalışma, tüketici tercihlerinde yaşanan değişimleri açıklamayı hedeflemiştir.

Çalışmaya dahil olan örneklem grubu incelendiğinde, katılımcıların büyük bir kısmının orta yaş grubunu temsil ettiği görülmektedir. Katılımcıların çoğunluğunun büyük şehirlerde yaşayan ve yüksek eğitim seviyesine sahip, yarısından fazlasının da en az bir çocuk sahibi olduğu, küçük bir kısmının da hamile olduğu ortaya çıkmaktadır.

Katılımcıların organik gıda satın alma davranışları değerlendirildiğinde, örneklemin yarısından fazlasının mutfak alışverişini kendilerinin yaptığı ve haftada en az bir kez organik gıda satın aldıkları ve büyük çoğunluğun da alınan bu organik gıdaları ailecek tükettiği görülmüştür. Ankete katılanların büyük bir kısmının ankette verilen logolar arasından doğru organik gıda logosunu tanıyabilmesi, katılımcıların organik gıda konusunda bilinçli olduklarının bir işareti sayılabilir. Organik gıda hakkındaki bilgilere, en fazla internet aracılığıyla ulaşıyor olmasının, örneklem grubunun yaşının internet kullanmaya uygun olmasıyla ilgili olduğu düşünülmektedir.

Çalışmada elde edilen sonuçlara göre anne ve hamile tüketicilerin organik gıdalara ilişkin en çok kabullendikleri bilgilerin tüm organik ürünlerin sertifikalanmak zorunda olduğu, organik gıdaların sağlığa yararlı olduğu ve besleyici olduklarıdır. Konuyla ilgili ulusal ve uluslararası literatür incelendiğinde, aslında organik gıdaların daha sağlıklı ve besleyici olduğuna dair herhangi bir bilimsel kanıt olmamasına rağmen (Williams, 2002; 19), pek çok çalışmada, tüketici algılarının bu yönde olduğuna dair sonuçlara rastlanmıştır. Sağlık bilincinin giderek yaygınlaştığı ve sağlık endişesinin günden güne arttığı bir ortamda, tüketicilerin sertifikalanmış ürünlere olan bakış açılarının bu denli olumlu olması, onları sağlıklı ve besleyici bulmaları anlaşılabilir bir gerekçe olarak görülebilir. İnsan sağlığının yanı sıra, çevresel bilinç ve hayvan refahının organik gıda tüketimi üzerindeki olumlu etkisine literatürde sıklıkla rastlanmasına rağmen, çevre ve hayvan merkezli değerlerin etkisinin, mevcut çalışmada daha düşük olduğu görülmektedir.

Katılımcıların organik gıda satın almaları konusunda etkili olan en önemli üç faktör, ileriki nesiller için doğal kaynakları koruma isteği, organik tarıma ve sürdürülebilirliğe destek vermek ve organik gıdaları kendileri ve aileleri için sağlıklı bulmaları olmuştur. Sağlıkla ilgili faydaların bu denli önem arz ettiği ve tüketicilerin özellikle tarımsal kimyasalların insan sağlığı üzerindeki zararlı etkilerinden kaçınma isteklerinin ciddi boyutlara ulaştığı bir ortamda, organik gıda satın alımını etkileyen en önemli faktörün, doğal kaynakları ileriki nesiller için koruma isteğinin olması, çalışmaya dahil olan örneklem grubunun özgeci (altruistic) yönünün çok güçlü olduğunun bir kanıtı olarak görülmektedir. Organik tarımın insan, hayvan ve çevre merkezli değerlere hitap edip bu duyguları tatmin eden olumlu sonuçlarının varlığı, özellikle mevcut çalışmanın örneklemini oluşturan katılımcıları cezbetmiş, onların insan doğasında varolan egoist duyguları bastırarak daha genel çapta bir bakış açısı kazanmalarını sağlamıştır. Büyük bir kitle tarafından, herhangi birşeye karşı, belirli bir zaman diliminde gösterilen aşırı ilgi anlamına gelen moda kavramının, organik gıda tercihinde en düşük etkiye sahip olması, tüketicilerin gıda tercihlerinde bilinçli davrandıklarının, neyi, hangi amaçla yaptıklarının farkında olduklarının ve herhangi birşeyi kendilerine özgü değerleri yansıtması dolayısıyla satın aldıklarının bir göstergesi olarak kabul edilebilir.

Bilinen bütün olumlu nedenler ve son yıllarda artan önemine rağmen, organik gıda tüketiminin sınırlı miktarda olması, satın alımı engelleyen birtakım faktörlerin olduğuna işaret etmektedir. Bu çalışmada, söz konusu engellere ilişkin elde edilen sonuçlar, mevcut literatürü destekler niteliktedir. Anne ve anne adaylarının organik gıdaları daha fazla tüketmemelerinin ardında yatan en önemli nedenin organik gıdaların yüksek fiyatları olduğu görülmüştür. Fiyat düzeylerinin biraz daha düşük olmasının organik gıda tüketimini arttıracığı aşıkardır. Bunun yanı sıra, piyasada zor bulunabilir olmaları, tüketicilerin bu gıdalara erişimi için ekstra bir güç sarfetmelerine neden olacak, bu da organik beslenmek isteyen tüketicilerin bu arzularını gerçekleştirmelerini zorlaştıracaktır. Organik ürün çeşitliliğinin artması, tüketicilerin daha kolay tercih yapmalarını sağlayacak, sunulan sınırlı alternatifler, organik gıda tüketmek isteyen tüketicilerin önünde bir bariyer olmaktan çıkacaktır.

Çalışmaya katılan anne ve anne adaylarının organik gıda bilgisinin, kendi yaşlarına ve sahip oldukları çocuk sayısı ile bu çocukların yaşlarına bağlı olmadığı görülmüştür. Yaş ve çocuk bilgisi gibi değişkenlerin, annelerin organik gıdalara dair bilgileri üzerinde önemli bir etkiye sahip olması, organik gıda tüketicisi annelerin kategorize edilmesini zorlaştırmış ve organik gıdalara dair bilginin, kişisel olmadığı, konuyla ilgili genel kabul görmüş gerçeklerin olduğu fikrini uyandırmaktadır.

Organik gıdaların besleyicilik özelliklerinin ön lisans mezunları arasında, lisans üstü eğitim seviyesine sahip anne ve anne adaylarına göre daha kabul edilebilir bir bilgi olması, lisans üstü mezuniyeti olan tüketicilerin, daha araştırmacı bir özelliğe sahip olduklarının bir göstergesi olabilir.

Organik gıdaların sertifikalandırılması zorunluluğunun, hane geliri daha düşük tüketiciler tarafından daha çok biliniyor olması, sınırlı bir bütçeye sahip bu tüketicilerin, gelirlerini doğru yerlerde harcama isteği ve titizliği ile bağdaştırılabilir. Büyükşehirlerde yaşayan tüketicilerin, organik gıdaların sertifikalandırılması gerektiği bilgisine, ilçelerde yaşayanlara göre daha vakıf olmaları, organik üretim yerlerinin genellikle büyük şehirlerde olması nedeniyle, tüketicilerin, organik gıda üretim uygulamalarına daha yakın olup bunları yerinde gözlemlene şansına sahip olmalarına ve büyük şehirlerdeki bilgi kaynaklarına erişimin daha kolay olmasına bağlı olabilir. Organik gıdaların kimyasal ilaç ve gübre içermediği bilgisinin, bölgelere göre farklılık göstermesi, yine organik üretimin bazı bölgelerde daha yaygın yapılması ile bağdaştırılabilir.

Çalışmaya katılan anne ve anne adayları arasında genç yaş grubunun, gıdaların gerçekten organik üretilip üretilmediği konusunda şüphe duydukları ve gerçekten organik olarak üretildiklerine inandıkları takdirde daha fazla satın alım yapabilecekleri ortaya çıkmıştır. Gelir seviyesinin daha genç yaşlarda daha kısıtlı olması, bu yaş grubu için organik alışverişin önünde bir engel olarak görülmüş, bu engelin kaldırılması durumunda organik gıda alımının artabileceği sonucuna ulaşılmıştır. Daha yaşlı tüketicilerin organik ürün ve logolarını daha iyi tanıyabildikleri, organik ürün ve logolarının yeterince tanınmamasının, genç tüketicilerin organik gıda alışverişini azaltan bir etmen olarak görülmesine neden olmaktadır. Organik gıda tanıtımının yeterli düzeyde yapılmaması ve hedef kitleye ulaşmada sıkıntı yaşanması, potansiyel tüketicilerin gerçek tüketici konumuna geçmelerini engelleyici bir unsur olmaktadır.

Aylık hane geliri yüksek olan tüketicilerin, hane gelirlerinin artması durumunda, organik gıda alışveriş tutumlarında bir değişiklik söz konusu olmayacağı, daha düşük gelire sahip tüketicilerin ise daha fazla miktarda organik gıda tüketecek olmaları sonucu, gelirin organik tüketim üzerindeki etkisini bir kez daha göstermiştir. Organik gıda üretim maliyetlerinin düşürülüp bu farkın tüketiciye yansıtılabilmesi, organik gıda talebini arttıracak bir etken olabilecektir. İlçelerde yaşayan organik gıda tüketicilerinin, bu ürünleri, daha ucuz olmaları durumunda daha sık tüketecek olmaları, ilçede yaşayanların, organik gıda bütçelerinin büyükşehirlerde yaşayanlara göre daha kısıtlı olduğunu göstermektedir. Bu durum, ilçede yaşayanların, daha sağlıklı ürünleri büyükşehirlerdekilere göre daha kolay bulabilmeleri ve hayatlarına nispeten daha sağlıklı koşullar altında devam edebilmeleri nedeniyle bu tüketicilerin sağlık konusunda daha az endişe etmelerine neden olacak, bu da organik gıda tüketimini bu tüketiciler için, şehirde yaşayanlara göre daha az önemli kılacaktır. İlçede yaşayan tüketicilerin, kendi bölgelerinden olan ürünleri daha fazla tüketmeye meyilli olmaları, yerel tarımı büyükşehirlerde yaşayan tüketicilere göre daha fazla desteklediklerinin bir işareti olarak yorumlanabilir.

Çalışmaya katılan anne adaylarının, organik gıdaların bulunabilirliklerinin artması durumunda, mevcut annelere göre bu gıdaları daha fazla satın alacak olmaları, organik gıdaları temin etme yerleri hakkında henüz tam bir bilgiye sahip olmadıklarını göstermektedir. Organik ürün aramaya daha çok fırsat bulmaları halinde, bu ürünlere olan taleplerinin artacağı sonucu, anne adaylarının konuya ilişkin bilgilerinin yeterli düzeye ulaşmadığı; çocuk sayısının artmasıyla birlikte annelerin konuyla ilgili daha detaylı bilgiye sahip olacaklarını göstermektedir.

11-17 yaş grubunda çocuğu olanların, 0-3 yaş çocuğu olanlara ve hamilelere kıyasla, daha yüksek gelirleri olması durumunda organik gıda tüketimi konusunda değişik bir tutum sergilemeyecekleri sonucu, bu kategorideki tüketicilerin gelirlerinin farklı yerlerde değerlendirildiğini, çocukların büyümesiyle birlikte farklı ihtiyaç kalemleri doğabileceği ve daha yüksek gelir elde edilmesi durumunda çocukların diğer ihtiyaçlarının karşılanabileceği sonucuna ulaşılabilir.

Çalışmaya katılanların çok yüksek bir oranının, organik gıda satın almak için daha yüksek tutar ödemeye istekli olmaları, bu anne ve anne adaylarının organik ürünlerin üretilme metodları hakkında bilgi sahibi olduklarının ve organik ürünlerin hayatlarına nasıl olumlu katkıları olacağına dair farkındalıklarının olduğunun bir göstergesi olarak değerlendirilebilir.

Çalışmaya dahil olan anne ve anne adaylarının, belirli gıdaların organik alternatiflerine ödeyebilecekleri maksimum fiyat sorulduğunda, çocukları doğrudan ilgilendiren ürünlere olan ödeme istekliliğinin çok daha fazla olduğu görülmektedir. Bu durum, çocuk söz konusu olduğunda anne ve anne adaylarının çok daha hassas oldukları ve fiyatı diğer etkenlerden çok sonra değerlendirdiklerine işaret etmektedir.

### Kaynakça

- Aertsens, J., Verbeke, W., Mondelaers, K., & Van Huylenbroeck, G. (2009). Personal determinants of organic food consumption: a review. *British Food Journal*, 111(10), 1140-1167.
- Akgüngör, S., Miran, B., & Abay, C. (2010). Consumer willingness to pay for organic food in urban Turkey. *Journal of International Food & Agribusiness Marketing*, 22(3-4), 299-313.
- Akın, M., Çiçek, R., İnal, M. E., & Toksarı, M. (2010). Niğde ilindeki tüketicilerin sosyo-demografik özellikleri ile organik gıdalara ilişkin tutum ve bireysel değerleri arasındaki farklılığın incelenmesine yönelik bir araştırma. *Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 12(1), 29-56.
- Arvola, A., Vassallo, M., Dean, M., Lampila, P., Saba, A., Lähteenmäki, L., & Shepherd, R. (2008). Predicting intentions to purchase organic food: The role of affective and moral attitudes in the theory of planned behaviour. *Appetite*, 50(2-3), 443-454.
- Biemans-Żakowska, S. (2011). Polish consumer food choices and beliefs about organic food. *British Food Journal*, 113(1), 122-137.
- Byrne, P. J., Toensmeyer, U. C., German, C. L., & Muller, H. R. (1992). Evaluation of consumer attitudes towards organic produce in Delaware and the Delmarva region. *Journal of Food Distribution Research*, 23(1), 29-44.
- Chen, J., & Lobo, A. (2012). Organic food products in China: Determinants of consumers' purchase intentions. The international review of retail, *Distribution and Consumer Research*, 22(3), 293-314.
- Chen, M. F. (2009). Attitude toward organic foods among Taiwanese as related to health consciousness, environmental attitudes, and the mediating effects of a healthy lifestyle. *British Food Journal*, 111(2), 165-178.
- Chinnici, G., D'Amico, M., & Pecorino, B. (2002). A multivariate statistical analysis on the consumers of organic products. *British Food Journal*, 104(3/4/5), 187-199.
- Costa, S., Zepeda, L., & Sirieix, L. (2014). Exploring the social value of organic food: A qualitative study in France. *International Journal of Consumer Studies*, 38(3), 228-237.
- Dağıstan, E., Demirtaş, B., Yılmaz, Y., & Tapkı, N. (2010). Organik ürün tüketim eğilimi. *Türkiye 9. Tarım Ekonomisi Kongresi*. 312-319, Şanlıurfa.
- Davies, A., Titterington, A. J., & Cochrane, C. (1995). Who buys organic food? A profile of the purchasers of organic food in Northern Ireland. *British Food Journal*, 97(10), 17-23.
- Dreezens, E., Martijn, C., Tenbült, P., Kok, G., & De Vries, N. K. (2005). Food and values: An examination of values underlying attitudes toward genetically modified-and organically grown food products. *Appetite*, 44(1), 115-122.

- Durham, C. A. (2007). The impact of environmental and health motivations on the organic share of produce purchases. *Agricultural and Resource Economics Review*, 36(2), 304-320.
- Fotopoulos, C., & Krystallis, A. (2002). Organic product avoidance: Reasons for rejection and potential buyers' identification in a countrywide survey. *British Food Journal*, 104(3/4/5), 233-260.
- Gil, J. M., Gracia, A., & Sanchez, M. (2000). Market segmentation and willingness to pay for organic products in Spain. *The International Food and Agribusiness Management Review*, 3(2), 207-226.
- Gottschalk, I., & Leistner, T. (2013). Consumer reactions to the availability of organic food in discount supermarkets. *International Journal Of Consumer Studies*, 37(2), 136-142.
- Govindasamy, R., & Italia, J. (1999). Predicting willingness-to-pay a premium for organically grown fresh produce. *Journal of Food Distribution Research*, 30, 44-53.
- Grankvist, G., Lekedal, H., & Marmendal, M. (2007). Values and eco-and fair-trade labelled products. *British Food Journal*, 109(2), 169-181.
- Grubor, A., & Djokic, N. (2016). Organic food consumer profile in the Republic of Serbia. *British Food Journal*, 118(1), 164-182.
- Güven & Pekmezci (2015). Tüketicilerin "organik ürünler" e bakışı ve tüketicileri organik ürünlere yönlendiren motivasyonlar. *Hacettepe Üniversitesi Sosyolojik Araştırmalar E-Dergisi*.
- Hair, J. F., Anderson, R. E., Tathan, R.L. Black, W. C. (1995). *Multivariate Data Analysis*. New Jerry: Prentice Hall Publication
- Hill, H., & Lynchehaun, F. (2002). Organic milk: Attitudes and consumption patterns, *British Food Journal*, 104(7). 526-542.
- Hilverda, F., Jurgens, M., & Kuttschreuter, M. (2016). Word associations with "organic": What do consumers think of?. *British Food Journal*, 118(12), 2931-2948.
- Honkanen, P., Verplanken, B., & Olsen, S. O. (2006). Ethical values and motives driving organic food choice. *Journal of Consumer Behaviour*, 5(5), 420-430.
- Von Meyer-Höfer, M., Nitzko, S., & Spiller, A. (2015). Is there an expectation gap? Consumers' expectations towards organic: An exploratory survey in mature and emerging European organic food markets. *British Food Journal*, 117(5), 1527-1546.
- Huang, C. L. (1996). Consumer preferences and attitudes towards organically grown produce. *European Review Of Agricultural Economics*, 23(3), 331-342.
- Hughner, R. S., McDonagh, P., Prothero, A., Shultz, C. J., & Stanton, J. (2007). Who are organic food consumers? A compilation and review of why people purchase organic food. *Journal Of Consumer Behaviour*, 6(2-3), 94-110.
- Hutchins, R. K., & Greenhalgh, L. A. (1997). Organic confusion: sustaining competitive advantage. *British Food Journal*, 99(9), 336-338.
- Hürriyet Haber (2014) <http://www.hurriyet.com.tr/ekonomi/26582521.asp>.
- Jolly, D. A. (1991). Differences between buyers and nonbuyers of organic produce and willingness to pay organic price premiums. *Journal of Agribusiness*, 9(1).
- Karabaş, S., & Gürler, A. Z. (2012). Organik ürün tercihinde tüketici davranışları üzerine etkili faktörlerin logit regresyon analizi ile tahminlenmesi. *Adıyaman Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, ISSN:1308-9196, 5(10), 129-156.
- Kılıç, S., Duman, O., & Bektas, E. (2014). Organik ürünlerin pazarlama stratejileri ve üreticiler üzerinde bir alan araştırması/marketing strategies of organic products and a field research on producers. *Business and Economics Research Journal*, 5(1), 39.

- 
- Krystallis, A., Vassallo, M., Chryssohoidis, G., & Perrea, T. (2008). Societal and individualistic drivers as predictors of organic purchasing revealed through a portrait value questionnaire (PVQ)-based inventory. *Journal of Consumer Behaviour*, 7(2), 164-187.
- Lea, E., & Worsley, T. (2005). Australians' organic food beliefs, demographics and values. *British Food Journal*, 107(11), 855-869.
- Lee, H. J., & Yun, Z. S. (2015). Consumers' perceptions of organic food attributes and cognitive and affective attitudes as determinants of their purchase intentions toward organic food. *Food Quality and Preference*, 39, 259-267.
- Liu, M.E. (2007). *U.S. college students' organic food consumption behaviour*. Dissertation in hospitality administration. Texas Tech University. retrieved from. repositories.tdl.org/ttu-ir/handle/2346/16263?show¼full (Accessed on 12 March 2015).
- Lockie, S., Lyons, K., Lawrence, G., & Mummery, K. (2002). Eating 'green': motivations behind organic food consumption in Australia. *Sociologia ruralis*, 42(1), 23-40.
- Lodorfos, G. N., & Dennis, J. (2008). Consumers' intent: in the organic food market. *Journal of Food Products Marketing*, 14(2), 17-38.
- Lohr, L. (2003). Factors affecting international demand and trade in organic food products. Economic Research Service/USDA. 67-79.
- Magnusson, M. K., Arvola, A., Koivisto Hursti, U. K., Åberg, L., & Sjärdén, P. O. (2001). Attitudes towards organic foods among Swedish consumers. *British Food Journal*, 103(3), 209-227.
- Magnusson, M. K., Arvola, A., Hursti, U. K. K., Åberg, L., & Sjärdén, P. O. (2003). Choice of organic foods is related to perceived consequences for human health and to environmentally friendly behaviour. *Appetite*, 40(2), 109-117.
- Misra, R., & Deepak Singh, D. (2016). An analysis of factors affecting growth of organic food: Perception of consumers in Delhi-NCR (India). *British Food Journal*, 118(9), 2308-2325.
- Mutlu, N (2007). *Consumer attitude and behavior towards organic food: Cross-cultural study of Turkey and Germany*. Unpublished Master's Theses. Universitat Hohenheim, Stuttgart.
- Onyango, B. M., Hallman, W. K., & Bellows, A. C. (2007). Purchasing organic food in US food systems: A study of attitudes and practice. *British Food Journal*, 109(5), 399-411.
- Ott, S. L. (1990). Supermarket shoppers' pesticide concerns and willingness to purchase certified pesticide residue-free fresh produce. *Agribusiness*, 6(6), 593-602.
- Özçelik, A. Ö., & Uçar, A. (2008). Turkish academic staffs' perception of organic foods. *British Food Journal*, 110(9), 948-960.
- Özgüven, N. (2012). Organic foods motivations factors for consumers. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 62, 661-665.
- Padel, S., & Foster, C. (2005). Exploring the gap between attitudes and behaviour: Understanding why consumers buy or do not buy organic food. *British Food Journal*, 107(8), 606-625.
- PRnewswire. (2016). Global organic food market forecast and opportunities, 2020. Available at <http://www.prnewswire.com/news-releases/global-organic-foodmarket-forecast-and-opportunities-2020-300133405.html> accessed December 11.
- Radman, M. (2005). Consumer consumption and perception of organic products in Croatia. *British Food Journal*, 107(4), 263-273.
- Roddy, G., & Cowan, C. A., Hutchinson, G. (1996). Consumer attitudes and behaviour to organic foods in Ireland. *Journal of International Consumer Marketing*, 9(2), 41-63.
-



- Roitner-Schobesberger, B., Darnhofer, I., Somsook, S., & Vogl, C. R. (2008). Consumer perceptions of organic foods in Bangkok, Thailand. *Food Policy*, 33(2), 112-121.
- Sabuncu, İ. (2013). Organik tarımsal üretim, ürün pazarı ve fiyatlandırma. *Uluslararası 2. Helal ve Sağlıklı Gıda Kongresi*, 7-10 Kasım 2013, Konya.
- Salleh, M. M., Ali, S. M., Harun, E. H., Jalil, M. A., & Shaharudin, M. R. (2010). Consumer's perception and purchase intentions towards organic food products: exploring attitude among academician/la perception et l'intention de rachat des consommateurs envers les produits alimentaires biologiques: études sur l'attitude des universitaires. *Canadian Social Science*, 6(6), 119.
- Sarıkaya, N. (2007). Organik ürün tüketimini etkileyen faktörler ve tutumlar üzerine bir saha çalışması. *Kocaeli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 14(7), 110-125.
- Schifferstein, H. N., & Ophuis, P. A. O. (1998). Health-related determinants of organic food consumption in the Netherlands. *Food Quality and Preference*, 9(3), 119-133.
- Seçer, A., Emeksiz, F., & Davran, M. K. (2010). Tüketicilerin organik ürün tüketim kararlarında çevreye duyarlılığın etkisi: Adana ili örneği. *Türkiye IX. Tarım Ekonomisi Kongresi*, Şanlıurfa.
- Shaharudin, M. R., Pani, J. J., Mansor, S. W., Elias, S. J., & Sadek, D. M. (2010). Purchase intention of organic food in Malaysia; A religious overview. *International Journal of Marketing Studies*, 2(1), 96.
- Singh, A., & Verma, P. (2017). Factors influencing Indian consumers' actual buying behaviour towards organic food products. *Journal of Cleaner Production*, 167, 473-483.
- Thompson, G. D., & Kidwell, J. (1998). Explaining the choice of organic produce: Cosmetic defects, prices, and consumer preferences. *American Journal Of Agricultural Economics*, 80(2), 277-287.
- Thompson, G. D. (1998). Consumer demand for organic foods: What we know and what we need to know. *American Journal of Agricultural Economics*, 80(5), 1113-1118.
- Tregear, A., Dent, J. B., & McGregor, M. J. (1994). The demand for organically grown produce. *British Food Journal*, 96(4), 21-25.
- TTsakiridou, E., Boutsouki, C., Zotos, Y., & Mattas, K. (2008). Attitudes and behaviour towards organic products: an exploratory study. *International Journal of Retail & Distribution Management*, 36(2), 158-175.
- Turhan, Ş. (2005). Tarımda sürdürülebilirlik ve organik tarım. *Tarım Ekonomisi Dergisi*, 11(1), 13-24.
- Ureña, F., Bernabéu, R., & Olmeda, M. (2008). Women, men and organic food: Differences in their attitudes and willingness to pay. A Spanish case study. *International Journal of Consumer Studies*, 32(1), 18-26.
- Vindigni, G., Janssen, M. A., & Jager, W. (2002). Organic food consumption: A multi-theoretical framework of consumer decision making. *British Food Journal*, 104(8), 624-642.
- Wertenbroch, K., & Skiera, B., (2002). Measuring consumer willingness to pay at the point of purchase, *Journal of Marketing Research*, 39, Available at SSRN: <http://ssrn.com/abstract=285452>.
- Wier, M., & Calverley, C. (2002). Market potential for organic foods in Europe. *British Food Journal*, 104(1), 45-62.
- Wier, M., Jensen, K. O. D., Andersen, L. M., & Millock, K. (2008). The character of demand in mature organic food markets: Great Britain and Denmark compared. *Food Policy*, 33(5), 406-421.

- Yeşil Tüketim Araştırması (2011). *Sürdürülebilirlik Akademisi*, Schneider Elektrik, Gfk
- Zanoli, R.,& Naspetti, S. (2002). Consumer motivations in the purchase of organic food: A means-end approach. *British Food Journal*, 104(8), 643-653.
- Zinkhan, G. M.,& Carlson, L. (1995). Green advertising and the reluctant consumer. *Journal of Advertising*, 24(2), 1-6.
-

## Post-graduate Theses on Logistics and Supply Chain in Turkey: A Bibliometric Analysis

### Türkiye’de Lojistik ve Tedarik Zinciri Alanlarında Yapılan Lisansüstü Tez Çalışmalarının Bibliyometrik Analizi

İbrahim Halil KORKMAZ \*

Cihan ÇETİNKAYA \*\*

#### Abstract

Turkey’s advantageous location connects Europe with Asia and which has seas from all three sides gives a potential for being the world’s logistics hub. For these reasons enough attention needs to be given to the improvements in logistics and supply chain in Turkey. The purpose of the study is to reveal how the distribution graduate theses in logistics and supply chain prepared in Turkey according to different criteria from 1993 until today. The data of the research were collected from national thesis center and the obtained data were analyzed and some statistics were obtained. According to this, 525 theses are examined according to their degree, status of university, cities they have been prepared for, years, institutes and key words used. It is reached the result that the majority of master and doctorate theses in logistics and supply chain are written in public universities. The three most studied provinces are Istanbul, Izmir and Ankara. It seems that a limited number of theses were made until 2000. Significant increases have been observed in the theses after 2000. In supply chain field, the highest numbers of theses were written in Istanbul Technical University with 57 theses. In logistics field, the Institute of Social Sciences is the first place followed by the Institute of Natural and Applied and Institute of Defense Science. In supply chain field, Institute of Natural and Applied Sciences is the first and the second is Institute of Social Sciences. Most of the theses in supply chain field were about management.

**Keywords** – Bibliometric analysis; doctorate thesis; logistics; master thesis; supply chain.

#### Öz

Türkiye’nin üç tarafı denizlerle çevrili olan ve Asya ile Avrupa kıtalarını birbirine bağlayan avantajlı coğrafi konumu, dünyanın lojistik merkezi olma noktasında ülkeye potansiyel sunmaktadır. Bu nedenle Türkiye’de, lojistik ve tedarik zinciri alanlarına yeterince ilgi gösterilmesi büyük önem arz etmektedir. Bu çalışmanın amacı, Türkiye’de, lojistik ve tedarik zinciri alanlarında 1993 yılından günümüze kadar hazırlanan lisansüstü tez çalışmalarının çeşitli kriterlere göre dağılımını ortaya çıkarmaktır. Araştırma için Ulusal Tez Merkezi’nden elde edilen veri, çeşitli istatistiksel analiz yöntemleriyle incelenmiştir. Bu kapsamda, 525 tez derecelerine, hazırlandıkları üniversiteye, şehire, yıla, enstitüye ve kullanılan anahtar kelimelere göre değerlendirilmiştir. Sonuç itibarıyla lojistik ve tedarik zinciri alanlarında hazırlanan tezlerin büyük bir kısmının devlet üniversitelerinde hazırlandığı tespit edilmiştir. En çok lisansüstü tez çalışması yapılan iller İstanbul, İzmir ve Ankara’dır. Bu çalışmaların az sayıda kısmının 2000 yılından önce yapıldığı görülmektedir. Tedarik zinciri alanında yapılan 57 çalışma ile İstanbul Teknik Üniversitesi, bu alanda en çok çalışma yapılan üniversite olmuştur. Lojistik alanında , en çok lisansüstü çalışma yapılan Sosyal Bilimler Enstitülerini Doğa ve Uygulamalı Bilimler Enstitüleri ve Savunma Bilimleri Enstitüleri takip etmiştir. Tedarik zinciri alanında ise, Doğa ve Uygulamalı Bilimler Enstitüleri birinci sıradayken, ikinci sırayı Sosyal Bilimler Enstitüleri almıştır. Tedarik zinciri alanında hazırlanan tezlerin büyük bir kısmı yönetime ilişkindir.

**Anahtar Kelimeler** – Bibliyometrik analiz; doktora tezi, lojistik, yüksek lisans tezi, tedarik zinciri.

#### Introduction

In the period after the 1950s, most producers focused on mass production systems, with little product and process flexibility as the basic operational strategy, to minimize unit production costs (Özdemir, 2004). During this period, the development of new products was

\* Dr., Gaziantep University, İslahiye Vocational School, E-mail: ihalil@yahoo.com

\*\* Doç. Dr., Adana Science and Technology University Management Information Systems Department, E-mail: cihancetinkaya@gmail.com Dr., Gaziantep University, İslahiye Vocational School, ihalil@yahoo.com

slow and completely dependent on in-house technology and capacity. Bottleneck activities were met with inventories to maintain a balanced line flow, resulting in large investments in semi-finished stocks. In this period, sharing technology and expertise with customers or suppliers seemed too risky and unacceptable. In the same way, it was seen that there was very little interest in cooperation between enterprises and buyer-supplier partnership (Tan, 2001). From the beginning of the 1990s, the situation is now very different. At the heart of business decisions are now customers. Businesses are striving to improve the way in which all members of the value chain, including suppliers, producers, and retailers, collaborate to satisfy their customers. The name of this cooperation period is named Supply Chain Management (Houlihan, 1985).

As a concept that includes all business processes from planning to resource use to production to distribution, supply chain management is about all parties, from the original supplier to the final consumer (Tozanli et. al, 2017). Supply Chain Management is a model that provides regular control and coordination of inter-firm processes, reduces costs, increases quality and speeds up activities. According to this model winners of competition conditions will be companies that can approach new business approaches, work beyond traditional business boundaries, and work closely with business partners to design and manage business processes. They are firms that can leap from the effectiveness to super effectiveness (Hammer, 2001). Sharing information and plans with suppliers and customers can increase chain efficiency and competitiveness. In the changing world, companies are no longer talking about competition among themselves. Competition will now be among the supply chains within firms (Kehoe and Boughton, 2001).

Bowersox (1969) first emphasized the physical distribution phase, which is considered as the first stage of supply chain management. In addition to observing related flows in the context of physical distribution, he suggests that the distribution function will provide a competitive advantage with intra-firm, intra-channel integration. After the introduction of the Material Requirements Planning (MRP) system in the 1970s, managers understood the significant impact of in-process work on the cost of production, quality, new product development and delivery times at delivery. Thus, instead of reducing the cost of each operation, a cost approach has been developed for all logistics services that take the entire system as a whole (Ross, 1998).

Houlihan (1985) has presented a strong approach that considers the supply chain as a single phenomenon, combining the firm's strategic decisions with logistical focus. He thus became the first to use the term supply chain for this system in the literature (Ganeshan et al. 1999). Increasing global competition in the 1980s forced companies in world class to offer reliable products at a lower cost, higher quality and more design flexibility. During this period, the logistics phase, which is now the second stage of supply chain management, has been passed (Metz, 1998). This stage is expressed by Ross (1988) as the integration of logistics. After the mid-1990s, managers realized that goods and services received from suppliers had a significant effect on the ability of the firm's customers to meet their needs. It has become a new success method to deliver products at a cost-effective way when, where, how and at what amount. Thus, they understood that it is necessary to take part in the management of the entire network of upstream companies that provide input to them, as well as the entire network of downstream companies delivering the latest customer products and providing after sales services (Handfield and Nicholas, 1999).

Over the past decade, it has been seen that companies are placing an increasing emphasis on supply chain and logistics so that they can gain competitive advantage in markets. There are a number of examples that companies are making big investments in order to improve their customer satisfaction and internal productivity. In fact, today's competition is

not among individual companies; more and more, there is competition between rival supply chains. Supply chains that add the most value to customers at the lowest cost create a network that increases the earnings of individual companies (Christopher, 1998). Under the success of firms that can survive in the competitive world, it is the efficient design, planning and execution of supply chains. The performance of a supply chain depends on a balance between customer responsiveness and financial efficiency (Chopra and Meindl, 2016).

Infrastructure of logistics industry in Turkey was created in between 1980's and 1990's, with the help of investments into land, air, sea and railway transportation and received its breakthrough in 1990's. By the beginning of 2000's logistics sector in Turkey left behind its infancy and became a dynamic sector, which cooperates with international organizations, opens overseas branches and continuously improves its quality (Babacan, 2003).

Logistics industry has been developing rapidly in recent years, as growth potential it carries in itself, as well as of major importance in many fundamental role to play in achieving economic targets in Turkey. The worldwide volume of logistics services, including transportation, warehousing, packaging, customs clearance and ultimate consumer access, is increasing steadily. Logistics infrastructure seems to be more effective and productive in developed countries' trade activities. The most important goal for the logistics industry in Turkey, in parallel with the economic growth rate, increasing the share of receivables from GNP of developed countries as in the logistics sector and is entered among the top 15 countries in the Logistics Performance Index. In this context, in the Tenth Five-Year Development Plan "ensuring Turkey as a regional power in logistics; lowering logistics costs, improving trade and increasing competition power" determined as the main objective (Ministry of Development, 2013).

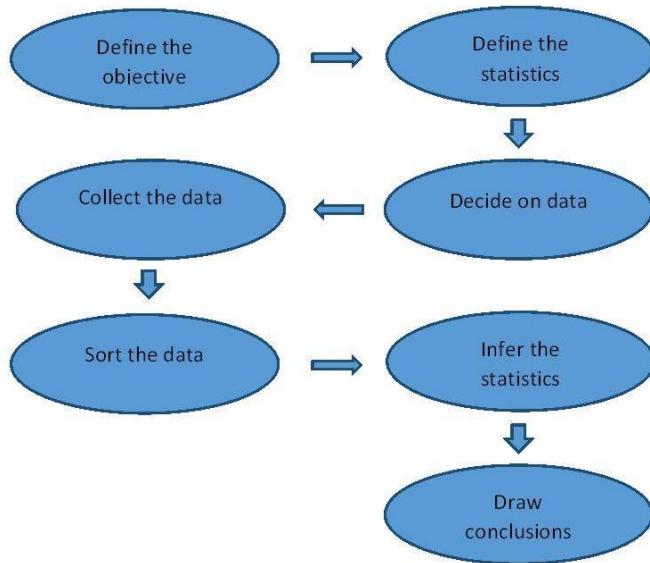
Logistics providing competitive advantages in Turkey, has become an increasingly important sector. Turkey, despite the civil war in Syria crisis and the problems in Europe, has managed to capture the growth in the logistics sector (Afatoğlu, 2013).

Turkey's advantageous location which connects Europe with Asia and which has seas from all three sides gives a potential for being the world's logistics hub. For these reasons enough attention needs to be given to the improvements in logistics and supply chain in Turkey.

The aim of this study is to reveal a general profile of master and doctorate theses and to determine the distribution of the methods used in these theses over the years, which are written in Turkish universities in the field of supply chain and logistics between the years 1993 and 2017. Accordingly, in addition to determining in which years, languages, universities, institutes, cities, status and degrees of theses, the theses are examined in their application areas and in which topics they are concentrated. This research, which allows seeing the master and doctoral theses related to the subject in a collective way, is anticipated to be the guide to future research about supply chain and logistics.

### **Methodology**

The objective of this study is to reveal a general profile of master and doctorate theses about logistics and supply chain from Thesis Center of Turkish Higher Education. The first step is to define the objective of the study. The second step is to define which statistics we need or what will be the output of our study. The third step is to find out which data we need in order to draw the statistics and where we can get them. The next step is to collect the data from the database we have decided on. After that we sort the data with spreadsheet. The sixth step is to infer the statistics from the data collected. And the last step is to draw conclusions about the whole project. These steps can be seen in Figure 1.



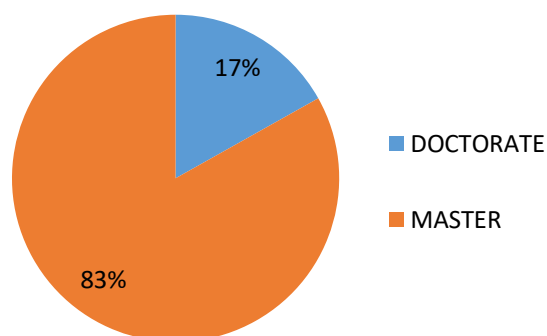
**Figure 1:** Methodology

Bibliometry is the use of mathematical and statistical methods to analyze a discipline using data from the disciplinary publications. The data included in the analysis consist of authors, references, sources, topics, countries or institutions where they were produced, and years of publication. In this sense, a general view of a discipline with bibliometric analysis can be made by examining such data from publications using mathematical and statistical methods (Martinez et. al., 2015). In accordance with the purpose of the study, use of bibliometric analysis method would be appropriate and useful for examining theses written in Turkey in logistics and supply chain areas. Within the scope of the study, SPSS 22 and Excel package softwares were used for the data analysis.

## Findings

### The Distribution of Theses in the Field of Logistics and Supply Chain According to Degree

The distribution of master and doctorate theses between 1993 and 2017 in the field of logistics according to their degrees is shown on the Figure 2.

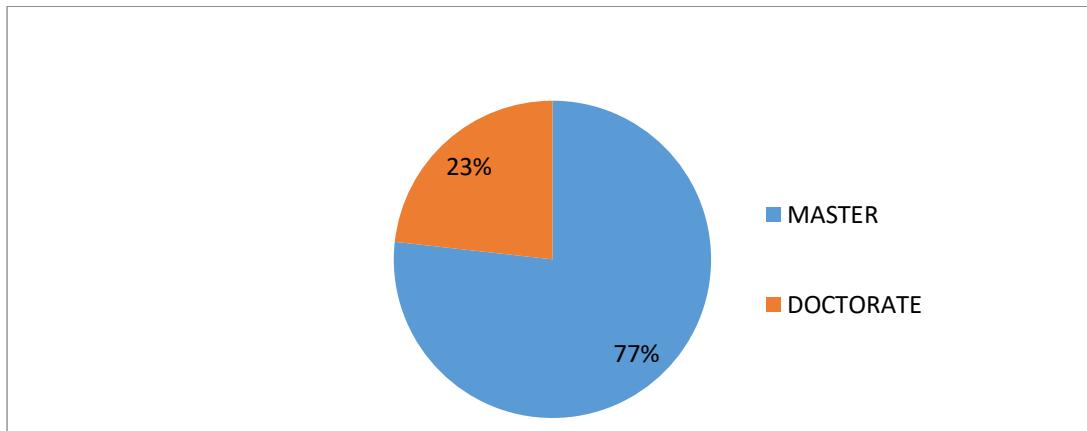


**Figure 2:** Distribution of theses in the field of logistics according to degree

Looking in the Figure 2, it is seen that most of the current theses in the logistics field are composed of master theses. Also in Figure 2 it is seen that 83% of the theses are composed of doctorate theses and 17% of them are master theses. These findings, at the graduate level in the field of logistics in Turkey show clearly that the limited number of studies carried out in the doctorate field. It is thought that the reason that the numbers of the

theses made differ so much according to the degrees is that the majority of the universities provide master education than doctorate education (Ahi and Kıldan, 2013).

The distribution of master and doctorate theses between 1998 and 2017 in the field of Supply Chain according to their degrees is shown on the Figure 3.

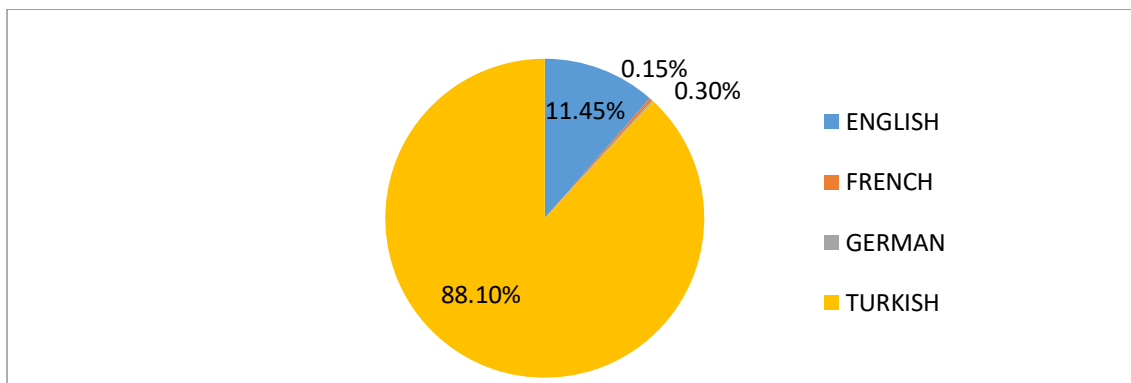


**Figure 3:** Distribution of theses in the field of supply chain according to degree

As in the field of logistics, in supply chain most of the theses are master theses. From the Figure 3 we can see that 77% are master and 23% are doctorate. These findings show clearly that limited number of studies is carried out in doctorate field.

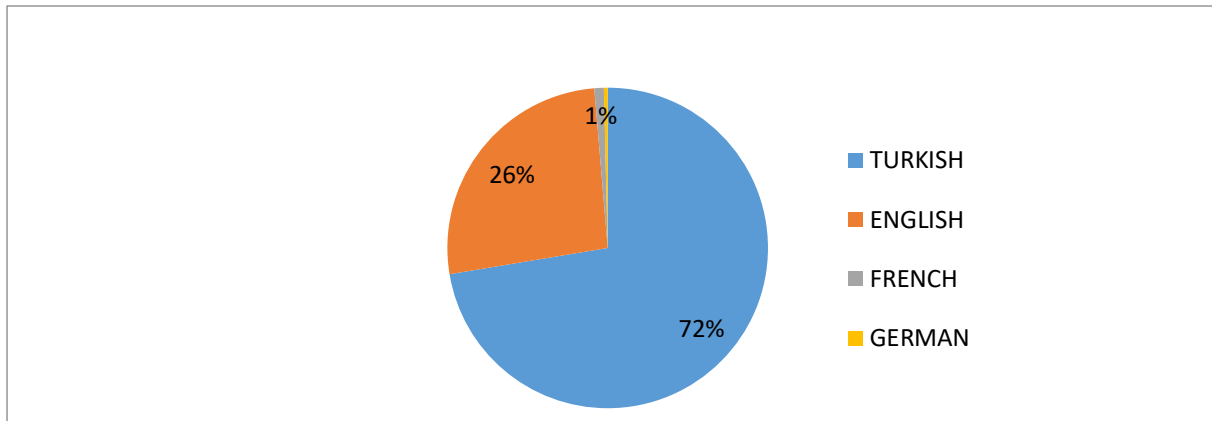
#### The Distribution of Theses in the Field of Logistics and Supply Chain According to Language

In Figure 4, it is shown the distribution of theses in the field of logistics according to language.



**Figure 4:** Distribution of theses in the field of logistics according to language

In the Figure 4, it is found that 88.1% of the theses are in Turkish, 11.45% are in English, and also very low in French and German. It is obtained the result that theses in the field of logistics in Turkey written mostly in Turkish. Other than Turkish, English is the most widely used language in theses. Distribution of theses according to language, in the field of supply chain is shown in Figure 5.

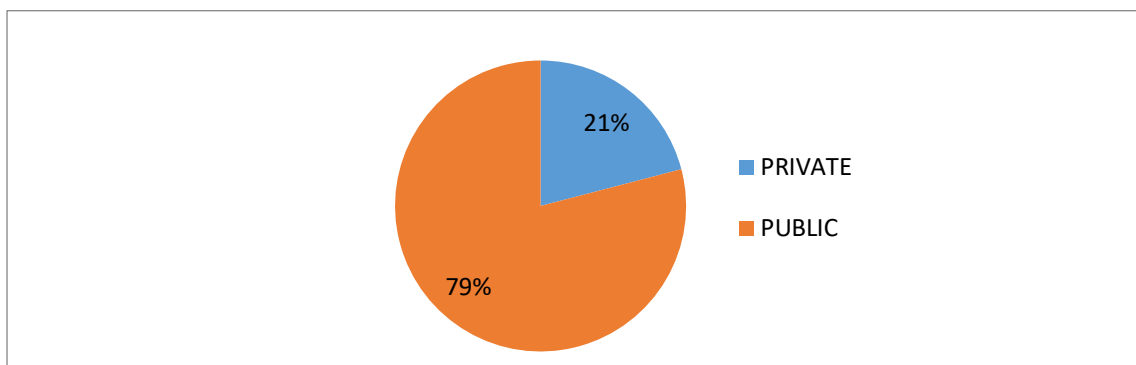


**Figure 5:** Distribution of theses in the field of supply chain according to language

As can be seen in Figure 5, it is found that most of the theses in the field of supply chain are in Turkish and English. 72% of theses in Turkish, 26% in English and 2% of them are in French and German. Although, only 26% of theses are currently in English it is gaining popularity year by year.

### **The Distribution of Theses in the Field of Logistics and Supply Chain According to Status of the University**

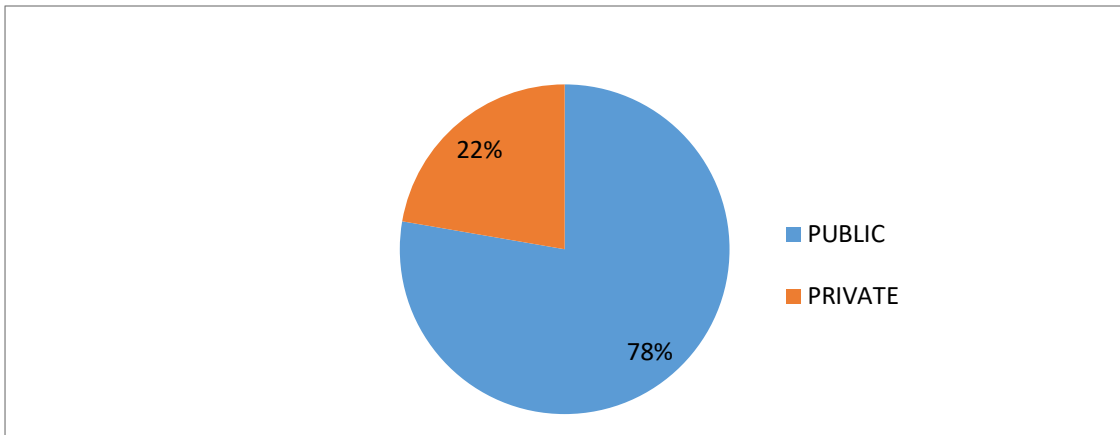
According to the status of the university, the distribution of theses in the field of logistics is given in the Figure 6 below.



**Figure 6:** Distribution of theses in the field of logistics according to status of university

Looking in the Figure 6, it is reached the result that the majority of master and doctorate theses in logistics are written in public universities. According to the obtained graph in Figure 6, 79% of the theses are made in public universities and 21% of theses are made in private universities. It is thought the reasons of theses are mostly carried out in public universities are that the number of these universities is high and the numbers and titles of faculty members are sufficient to open these programs and the infrastructures of existing programs in these universities are established (Ahi and Kıldan, 2013). According to the status of the university, the distribution of theses in the field of supply chain is given in the Figure 7 below.



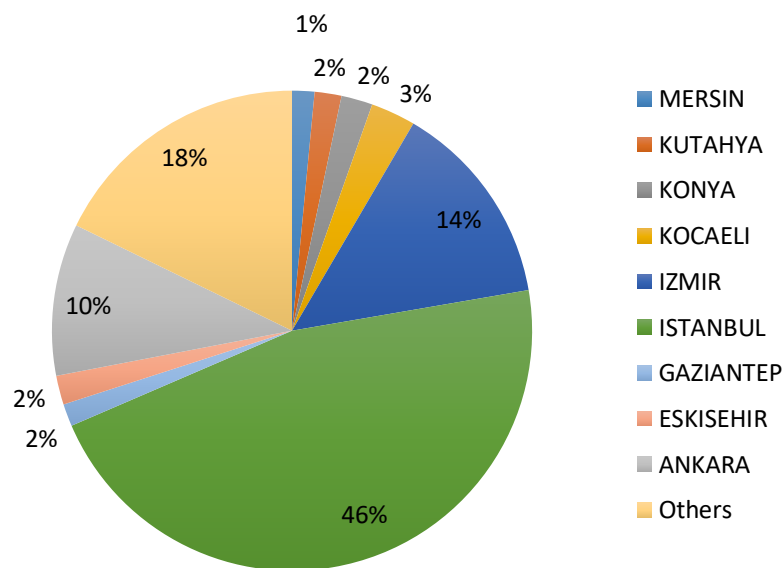


**Figure 7:** Distribution of theses in the field of supply chain according to status of university

From Figure 7, it can be deduced that majority of graduate theses in the field of supply chain are written in public universities. It is seen that 78% of the theses are written in public universities and 22% are in private universities. The reasons for these are the same as in logistics. There are more public universities in Turkey, faculty members are sufficient to open these programs and because private universities are mostly new infrastructures for these programs are not established.

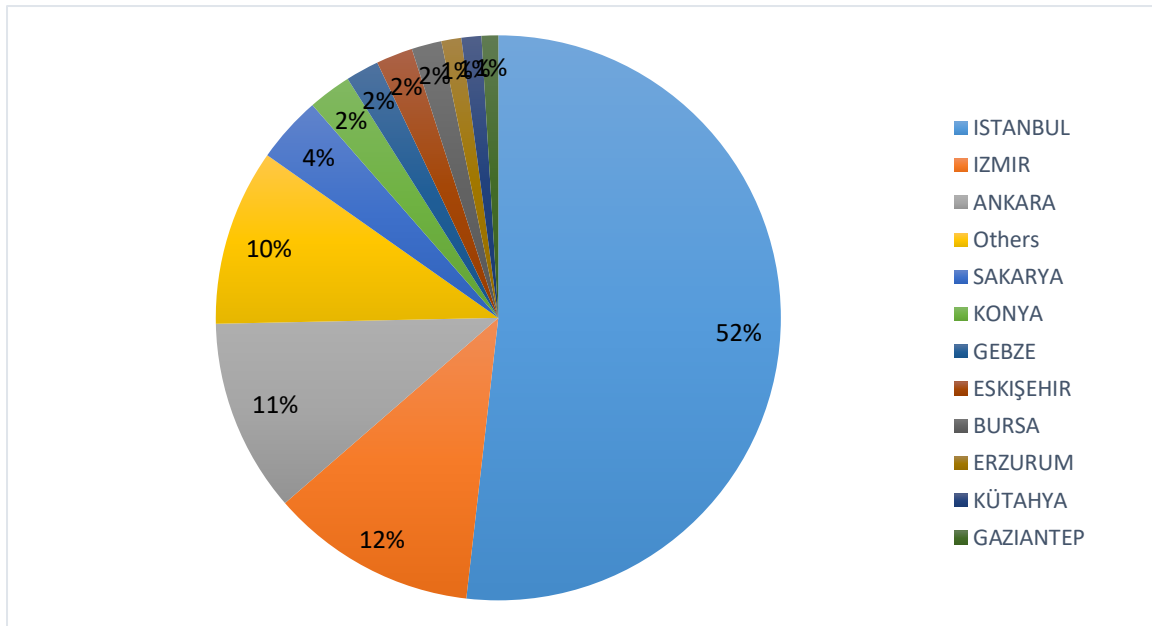
**The Distribution of Theses in the Field of Logistics and Supply Chain According to Cities**

The distribution of theses made in the field of logistics according to cities is shown in the Figure 8 below.



**Figure 8:** Distribution of theses in logistics according to cities

In the Figure 8, it is seen that the majority of theses made in logistics often occurs in some cities of Turkey. The three most studied provinces are Istanbul, Izmir and Ankara. And these 3 cities constitute 70% of the theses written. In addition, very few thesis studies have been conducted in many other cities. And these cities are shown on the chart in the Figure 8 as the others. It is thought the reasons for the theses being mostly written in some cities are that a large part of the logistics industry is located in these cities and the number of universities that includes logistics department is high. The distribution of theses made in the field of supply chain according to cities is shown in the Figure 9 below.

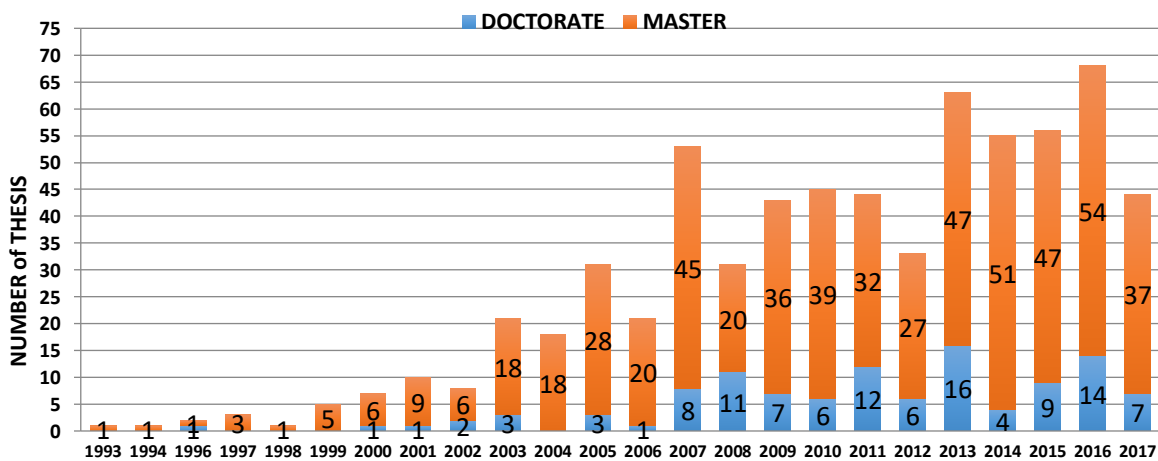


**Figure 9:** Distribution of theses in supply chain according to cities

In the Figure 9, it is seen that the majority of theses made in logistics often occur in few cities of Turkey. Three most studied provinces are the same as in logistics, Istanbul, Izmir and Ankara. About 75% of them are written in these three provinces. And in most of the other provinces very low percentage of theses are written. They constitute 10% of overall theses, they are written as others in the figure. The reason for these is thought that, most of the universities high ranked universities are located in these cities and the demand for supply chain experts are higher in those cities.

**The Distribution of Master and Doctorate Theses in the Field of Logistics and Supply Chain Per Year**

The distribution of master and doctorate theses in the field of logistics between 1993 and 2017 according to years is shown in Figure 10.



**Figure 10:** Distribution of master and doctorate theses in logistics per year

Looking in the Figure 10, it seems that a limited number of master theses were made until 1999. Significant increases have been observed in the theses since 1999. It is noteworthy that the number of theses has decreased again in the following years. It is determined that the highest number of master theses is written in 2016 and this number is 54. It seems that a limited number of doctorate theses were made until 2007. Significant increases are seen in the doctorate theses published together with the year 2007. And it is understood that most number

of the doctorate thesis is published in 2013 as 16. From 1993 to the end of 2017, a total of 664 theses that are 552 master and 112 doctorate theses were published in the national thesis center. Looking at these data, it is noteworthy that logistics theses mainly consist of master theses. The distribution of master and doctorate theses in the field of logistics between 1998 and 2017 is shown in Figure 11.

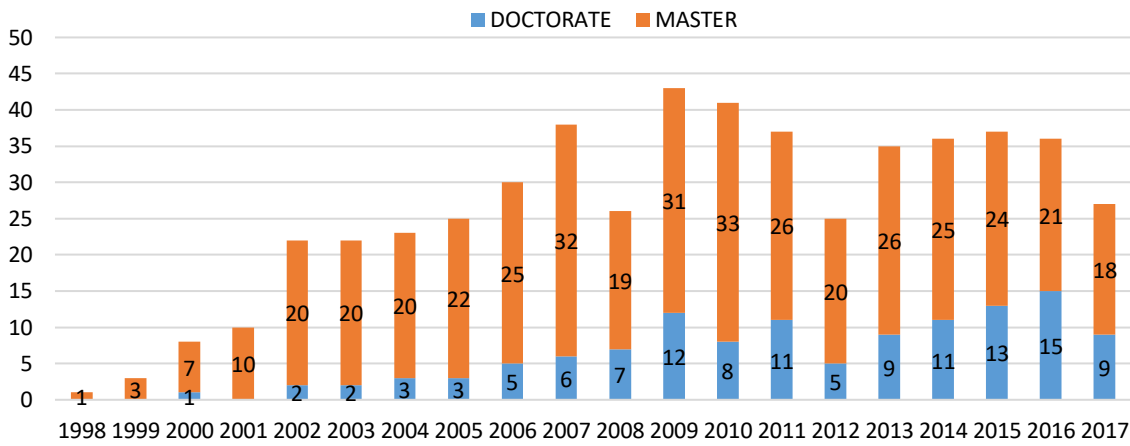


Figure 11: Distribution of master and doctorate theses in supply chain per year

Until the year of 2002 small fraction of master theses were written in the field of supply chain. However there has been an increase in number since then except for the years 2008, 2012 and 2017. Highest number of master theses were written in the year 2010 being 33. Doctorate theses weren't very significant until the year 2007. It also has been growing except for the year 2012. The highest number of doctorate theses were written in the year 2016 being 15. From the year 1998 to 2017 total 525 theses were written, 403 of them being master and 122 doctorate.

### The Distribution of Master and Doctorate Theses in the Field of Logistics and Supply Chain According to Cities

The distribution of master and doctorate theses in the field of logistics according to cities is shown in Figure 12.

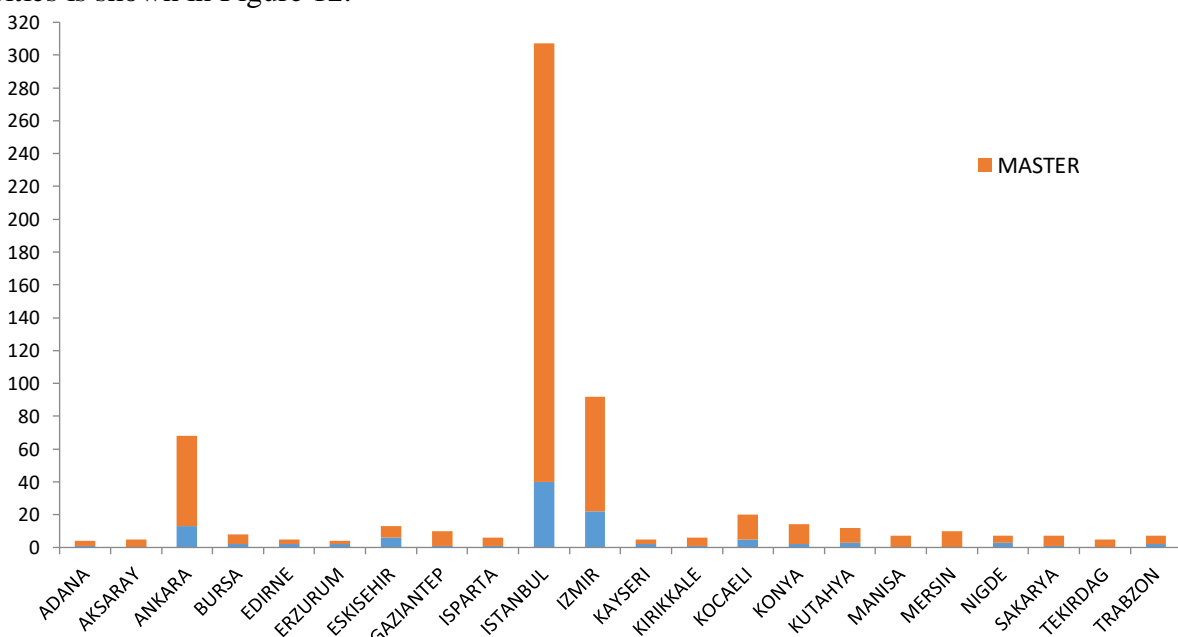


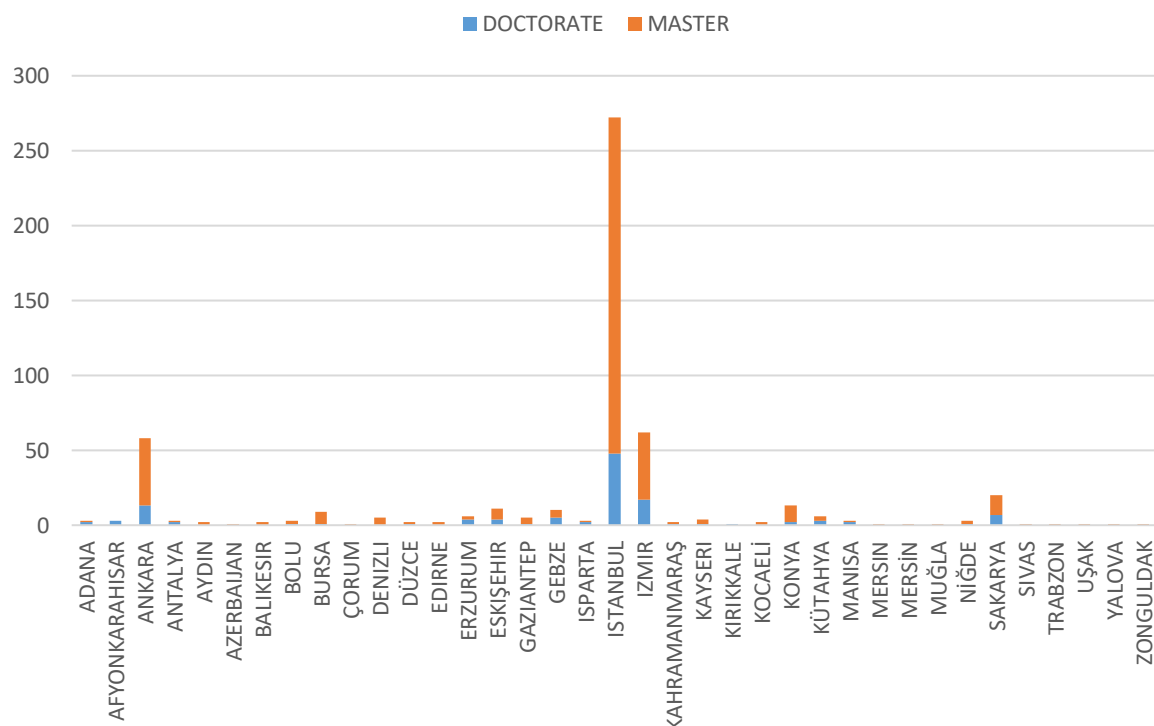
Figure 12: Distribution of master and doctorate theses in logistics according to cities

It is seen that Istanbul, Izmir and Ankara are three provinces in the logistics areas with the most thesis written. And it is seen that Istanbul is the province where most master and doctorate thesis are written. In some cities, the doctorate thesis is not written. It can be obtained the result that most cities have very few theses made in logistics. In Table 1, we can see the top 10 universities with the most number of theses written in the field of logistics. The highest numbers of theses were written in Dokuz Eylül University which is 70. All of them are located in below mentioned three cities Istanbul, Izmir and Ankara.

**Table 1:** Top universities with the total number of theses in field logistics

| UNIVERSITY                    | NUMBER | PERCENTAGE |
|-------------------------------|--------|------------|
| DOKUZ EYLUL UNIVERSITY        | 70     | 10.54      |
| MARMARA UNIVERSITY            | 61     | 9.19       |
| ISTANBUL TECHNICAL UNIVERSITY | 60     | 9.04       |
| ISTANBUL UNIVERSITY           | 33     | 4.97       |
| GAZI UNIVERSITY               | 29     | 4.37       |
| YILDIZ TECHNICAL UNIVERSITY   | 29     | 4.37       |
| TURKISH MILITARY ACADEMY      | 18     | 2.71       |
| BAHCESEHIR UNIVERSITY         | 15     | 2.26       |
| OKAN UNIVERSITY               | 15     | 2.26       |
| BEYKENT UNIVERSITY            | 12     | 1.81       |

The distribution of master and doctorate theses in the field of supply chain according to cities is shown in Figure 13.



**Figure 13:** Distribution of master and doctorate theses in supply chain according to cities

It can be seen from Figure 13 that most of the master and doctorate theses are written in cities Istanbul, Izmir and Ankara. It is noteworthy that in some cities there are no doctorate theses. Also in Table 2, we can see the top 10 universities with the most number of theses written in the field of supply chain. First is Istanbul Technical University with 57 theses. Almost all of them are located in above mentioned three cities Istanbul, Izmir and Ankara.

**Table 2:** Top universities with the total number of theses in field supply chain

| UNIVERSITY                       | NUMBER | PERCENTAGE |
|----------------------------------|--------|------------|
| ISTANBUL TECHNICAL UNIVERSITY    | 57     | 10.86      |
| DOKUZ EYLUL UNIVERSITY           | 43     | 8.19       |
| MARMARA UNIVESRITY               | 39     | 7.43       |
| YILDIZ TECHNICAL UNIVERSITY      | 28     | 5.33       |
| ISTANBUL UNIVERSITY              | 27     | 5.14       |
| GAZI UNIVERSITY                  | 23     | 4.38       |
| BOGAZICI UNIVERSITY              | 22     | 4.19       |
| SAKARYA UNIVERSITY               | 20     | 3.81       |
| BAHCESEHIR UNIVERSITY            | 17     | 3.24       |
| MIDDLE EAST TECHNICAL UNIVERSITY | 16     | 3.05       |

### The Distribution of Master and Doctorate Theses in the Field of Logistics and Supply Chain According to Institute of University

The distribution of master and doctorate theses in the field of logistics according to institutes is shown in Table 3. Master and doctorate theses in the field of logistics were carried out in 11 institutes.

**Table 3:** Distribution of master and doctorate theses in logistics according to the institutes

| Institute  | Doctorate  | Master     | Total      |
|--|------------|------------|------------|
| SOCIAL SCIENCES  | 81         | 320        | 401        |
| NATURAL AND APPLIED SCIENCES                           | 25         | 187        | 212        |
| DEFENSE SCIENCES                                       | 2          | 17         | 19         |
| NAVAL SCIENCES AND ENGINEERING                         | 0          | 8          | 8          |
| MARINE SCIENCES AND MANAGEMENT                         | 1          | 6          | 7          |
| EDUCATION SCIENCES                                     | 1          | 4          | 5          |
| ENGINEERING AND APPLIED SCIENCES                       | 0          | 4          | 4          |
| FOREIGN TRADE  | 0          | 3          | 3          |
| ATATURK'S PRINCIPLES AND HISTORY OF TURKISH REVOLUTION | 0          | 2          | 2          |
| RESEARCH INSTITUTE OF TURKOLOGY                        | 2          | 0          | 2          |
| STRATEGIC RESEARCH                                     | 0          | 1          | 1          |
| <b>Grand Total</b>                                     | <b>112</b> | <b>552</b> | <b>664</b> |

When we look at the completed theses in the field of logistics at the institute level, the Institute of Social Sciences is the first place followed by the Institute of Natural and Applied and Institute of Defense Science. When Table 3 is examined, it is seen that 60.39% of the thesis studies in the field of logistics are carried out in the Social Sciences and 31.92% in the Natural and Applied Science. It is received the result from Table 3 that some institutes only have master theses and some have only doctorate theses. Also it is received that 57.97% of graduate theses and 72.32% of doctoral theses were done at Institute of Social Sciences. The distribution of master and doctorate theses in the field of supply chain according to institutes is shown in Table 4. Master and doctorate theses in the field of supply chain were carried out in 11 institutes.

**Table 4:** Distribution of master and doctorate theses in supply chain according to the institutes

| Institute                        | Doctorate | Master | Total |
|----------------------------------|-----------|--------|-------|
| NATURAL AND APPLIED SCIENCES     | 45        | 212    | 257   |
| SOCIAL SCIENCES                  | 72        | 174    | 246   |
| ENGINEERING AND APPLIED SCIENCES | 1         | 8      | 9     |
| DEFENCE SCIENCES                 | 1         | 2      | 3     |
| AVIATION AND SPACE TECHNOLOGIES  | 1         | 1      | 2     |
| HEALTH SCIENCES                  | 0         | 2      | 2     |
| INFORMATICS                      | 0         | 2      | 2     |
| BUSINESS ADMINISTRATION          | 1         | 0      | 1     |

|                      |            |            |            |
|----------------------|------------|------------|------------|
| EDUCATIONAL SCIENCES | 1          | 0          | 1          |
| STRATEGIC RESEARCH   | 0          | 1          | 1          |
| ABROAD               | 0          | 1          | 1          |
| <b>Grand Total</b>   | <b>122</b> | <b>403</b> | <b>525</b> |

When we look at the completed theses in the field of supply chain at the institute level, the Institute of Natural and Applied Sciences and the Institute of Social Sciences constitute most of the theses with 95.81%. With the total of 52.60% of master theses and 36.88% of doctorate theses Institute of Natural and Applied Sciences is the first in the list. The second is Institute of Social Sciences which has 43.18% of master and 59.02% of doctorate theses. Other institutes consist less than 5% of all theses. Also it can be seen from the table 2b that some institutes have only master theses and some have only doctorate theses.

### **The Distribution of the Most Used Keywords in Theses in the Field of Logistics and Supply Chain**

The distribution of the most used keywords in theses in the field of logistics is seen on Table 5 below. The numbers and probabilities of the 10 most used keywords from total 2964 keywords used in the theses are shown in Table 5.

**Table 5:** Distribution of the most used 10 keywords in theses in the field of logistics

| Key Words                    | Number      | Percentage |
|------------------------------|-------------|------------|
| Logistics                    | 324         | 10.93      |
| Logistic management          | 88          | 2.96       |
| Supply chain management      | 55          | 1.85       |
| Reverse logistics            | 54          | 1.82       |
| Outsourcing                  | 52          | 1.75       |
| Logistic sector              | 40          | 1.34       |
| Third party logistics        | 37          | 1.24       |
| Supply chain                 | 35          | 1.18       |
| Analytical hierarchy process | 32          | 1.07       |
| Transportation               | 25          | 0.84       |
| Others                       | 2222        | 74.96      |
| <b>Total</b>                 | <b>2964</b> | <b>100</b> |

According to Table 5, the logistic word used 324 times in theses is the most used key word. The most used logistics keyword is used at the rate of 10.93%. This is followed by the logistics management key word used 88 times. The second most used logistic management keyword was used at the rate of 2.96%. This number is followed by supply chain management with 55 and reverse logistics with 54. The distribution of the most used keywords in theses in the field of supply chain is seen on Table 6 below.

**Table 6:** Distribution of the most used keywords in theses in the field of supply chain

| Keyword                      | Total       | Percent       |
|------------------------------|-------------|---------------|
| Supply chain management      | 318         | 14.82         |
| Supply chain                 | 277         | 12.91         |
| Performance                  | 89          | 4.15          |
| Logistics                    | 52          | 2.42          |
| Integration                  | 26          | 1.21          |
| Information technology       | 25          | 1.16          |
| Inventory management         | 21          | 0.98          |
| Network design               | 21          | 0.98          |
| Simulation                   | 21          | 0.98          |
| Supplier selection           | 20          | 0.93          |
| Analytical hierarchy process | 18          | 0.84          |
| Supplier management          | 17          | 0.79          |
| Closed loop supply chain     | 14          | 0.65          |
| Automotive sector            | 13          | 0.61          |
| Information sharing          | 12          | 0.56          |
| Enterprise Resource Planning | 10          | 0.47          |
| Computer software            | 9           | 0.42          |
| Construction sector          | 8           | 0.37          |
| Other                        | 1175        | 54.75         |
| <b>Total</b>                 | <b>2146</b> | <b>100.00</b> |

We can draw some conclusions from the table above, such as the most of the theses in supply chain field were about management 14.82%. After that performance was one of the most used keywords 4.15%. It constitutes the terms such as performance measurement and performance evaluation. Supply chain integration and integrated production distribution was also one of the most used keywords 1.21%, meaning that supply chain is evaluated considering also its integration with production. Information technology and Information sharing was also one of the most used keywords highlighting the importance of Information technology in Supply chain network. Other keywords that weren't used a lot are in the field others in the table. They constitute 54.75% of all the keywords. In order to find the most used keywords, proposed algorithm which is given in Appendix has been used. It is written in Visual Basic and used as a macro to Excel.

### Conclusion

This study provides analysis of graduate theses written on logistics and supply chain in Turkey between 1993 and 2017. In this context, the concepts of logistics and supply chain were defined, the historical development of theses written on logistics and supply chain areas in Turkey was examined and analyzed. The results obtained from this study aimed to examine the multidimensional analysis of logistics and supply chain graduate theses in Turkey are summarized as follows.

- It seems that graduate theses written on logistics and supply chains are mostly held at the master level and there is not much theses on this area at the doctorate level. It is thought the reason of that is the majority of the universities provide master education than doctorate education.
- The theses in these areas are mostly written in Turkish and the second most commonly used language is English. Very few theses were found in French and German.
- It is reached as the result that the majority of master and doctorate theses in logistics are written in public universities.
- The majority of theses written on logistics often occur in few cities of Turkey. The three most studied provinces are Istanbul, Izmir and Ankara. These 3 cities constitute more than 70% of the theses written.

- It seems that a limited number of master theses were prepared until 2000. After that year, significant increases have been observed in the theses. It seems that a limited number of doctorate theses were made until 2007. Significant increases are seen in the doctorate theses with the year 2007.
- It is seen that most of the master and doctorate theses written in field logistics and supply chain are written in cities Istanbul, Izmir and Ankara. It is noteworthy that in some cities there are no doctorate theses. It is obtained the result that most cities have very few theses made in logistics and supply chain.
- The highest numbers of theses made in logistics were written in Dokuz Eylül University which is 70. All of theses written in logistics are located in three cities Istanbul, Izmir and Ankara. In supply chain field, the highest numbers of theses were written in Istanbul Technical University with 57 theses.
- It was determined the number of theses written in the field of logistics according to institute level. The Institute of Social Sciences is the first place followed by the Institute of Natural and Applied and Institute of Defense Science. In supply chain field, Institute of Natural and Applied Sciences is the first. The second is Institute of Social Sciences. Other institutes consist less than 10% of all theses in the field of logistics and supply chain. Also it was received that some institutes have only master theses and some have only doctorate theses.
- The logistic word used 324 times is the most used key word in theses of logistics field. This is followed by the logistics management key word used 88 times. This number is followed by supply chain management with 55 and reverse logistics with 54. Most of the theses in supply chain field were about management. After that performance was one of the most used keywords.

### References

- Afatoğlu, A. (2013). Lojistiğin 2013 Atılımı, *Turkishtime*, Mayıs 1-25.
- Ahi, B. & Kıldan, O. (2013). An Overview of Postgraduate Thesis Within The Field of Pre-School Education in Turkey (2002-2011), *Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 1 (27), pp. 23-46.
- Bowersox, D.J. (1969). *Readings in Physical Distribution Management: The Logistics of Marketing*. Eds. Bowersox, D.J., La Londe, B.J., and Smykay, E.W., MacMillan, New York.
- Babacan, M. (2003). Lojistik Sektörünün Ülkemizdeki Gelişimi ve Rekabet Vizyonu, *Ege Akademik Bakış*, 3 (1), İzmir, Türkiye, 10, 8-15.
- Chopra, S. & Meindl, P. (2016). *Supply Chain Management (2th edition)*. Pearson.
- Christopher, M. (1998). Logistic and Supply chain Management. *Financial Times Professional Limited*, 1998, pp. 17-21.
- Ganeshan, R., Jack, E., Magazine, M.J., & et All (1999). Taxonomic Review of Supply Chain Management Research. In: Ganeshan, R, and Magazine, M., (Eds) *Quantitative Models for Supply Chain Management*, Kluwer Academic Dodrecht, The Netherlands.
- Hammer, M. (2001). The Superefficient Company, *Harvard Business Review*, Vol. 79, No.9, p.84.
- Handfield, R. B. & Nicholas, E. L. (1999). *Introduction to Supply Chain Management*, Prentice-Hall, Inc., New Jersey.
- Houlihan, J.B. (1985). International Supply Chain Management, *Internatioanal Journal of Physical Distribution and Materials Management*, Vol.15, No.1, pp. 22-38.
- Kehoe, D. & Boughton, N. (2001). Internet based supply chain management: A classification of approaches to manufacturing planning and control, *Internatioal Journal of Operations & Production Management*, Vol 21, No.4, pp. 516-524.



- Martinez, M. A., Cobo, M. J., Herrera, M. & Herrera-Viedma, E. (2015). Analyzing the scientific evolution of social work using science mapping. *Research on Social Work Practice*, 25(2), 257-277.
- Metz, P.J. (1998), Demystifying Supply Chain Management, *Supply Chain Management Review*, 1998.
- Özdemir, A. İ. (2004). Tedarik Zinciri Yönetiminin Gelişimi, Süreçleri ve Yararları, *Erciyes Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, Sayı: 23, Temmuz-Aralık 2004, pp. 87-96.
- Ross, D.F. (1998). *Competing Through Supply Chain Management: Creating Market-Winning Strategies Through Supply Chain Partnerships*, Kluwer Academic Publishers, Boston.
- T.R. Ministry of Development, (2013). *Onuncu Kalkınma Planı 2014-2023*, Ankara, 1-199.
- Tan, K.C. (2001). A framework of supply chain management literature, *European Journal of Purchasing & Supply Management*, Vol.7, pp. 39-48.
- Tozanlı, O., Duman, G. M., Kongar, E. & Gupta, S. M. (2017). Environmentally Concerned Logistics Operations in Fuzzy Environment: A Literature Survey. *Logistics* 2017, 1 (1), 4, pp. 1-42.

### Appendix

The algorithm to find most used keywords is given below.

Sub MakeWordList()

```
Dim InputSheetAs Worksheet
Dim WordListSheetAs Worksheet
Dim PuncCharsAs Variant, x As Variant
Dim i As Long, r As Long
Dim txt As String
Dim wordCnt As Long
Dim AllWordsAs Range
Dim PC AsPivotCache
Dim PT As PivotTable
```

```
Application.ScreenUpdating = False
```

```
Set InputSheet = ActiveSheet
```

```
Set WordListSheet = Worksheets.Add(after:=Worksheets(Sheets.Count))
```

```
WordListSheet.Range("A1") = "All Words"
```

```
WordListSheet.Range("A1").Font.Bold = True
```

```
InputSheet.Activate
```

```
wordCnt = 2
```

```
PuncChars = Array(".", ",", ";", ":", "!", "#", _
"$", "%", "&", "(", ")", " - ", "_", "--", "+", _
"=", "~", "/", "\", "{", "}", "[", "]", "''", "?", "*")
r = 1
```

# **ECONOMICS**

## Gıda Güvencesizliği, Dış Borç Stoku ve İthalat İlişkisi: Kantil Regresyon Analizi

### The Relationship of the Between Food Insecurity, External Debt Stock and Import: Quantile Regression Analysis

Atilla Ahmet UĞUR\*

Demet ÖZOCAKLI\*\*

#### Öz

Dünyada farkındalığı artan gıda güvencesizliği az gelişmiş ve gelişmekte olan ülkeler için büyük önem arz etmektedir. Son yıllarda bu ülkeler gıda güvencesizliğini azaltma yönünde az da olsa ilerleme kaydetmiştir. Bu ülkelerin gıda ithalatı ve dış borç stoku aynı dönem içerisinde artış trendi içerisine girmiştir. Bu çalışmada uzun dönem dış borç stoku ve gıda ithalatının mal ithalatına oranının gıda güvencesizliğine etkisi 2000-2015 dönemi ve 50 yetersiz beslenme yaygınlığına sahip az gelişmiş ve gelişmekte olan ülke için Kantil Regresyon Yöntemi ile test edilmiştir. Kantil Regresyon Yöntemi ortalama tahmin yöntemlerinin aksine belirlenen kantiller yoluyla bağımlı değişkenin tüm dağılımını ele alarak tüm resmi ortaya çıkartmaktadır. Yapılan analiz sonucunda uzun dönem dış borç stoku ve gıda ithalatının mal ithalatına oranındaki artışın gıda güvencesizliğini genellikle daha gıda güvencesiz ülkelerde daha çok azalttığı ortaya çıkmıştır. Bu sonucun beklentilerle uyumlu olduğu düşünülmektedir.

**Anahtar Kelimeler:** Gıda Güvencesizliği, Dış Borç Stoku, Gıda İthalatı.

#### Abstract

In the world increasing awareness of food insecurity has been of great importance for underdeveloped and developing countries. In recent years these countries have made little progress in reducing food insecurity. External debt stocks and food imports of these countries have been an upward trend during the same period. In this study impact of long term external debt and food imports to merchandise imports on food security was tested with Quantile Regression Method for period 2000-2015 and 50 underdeveloped and developing countries which have undernourishment prevalence. Quantile Regression Method reveals the whole picture by taking the entire distribution of the dependend variable though the determined quantiles contrary to the mean estimation methods. As a result of the analysis, it has been revealed that the increase in the long term external debt stock and food imports to merchandise imports reduced food insecurity in food insecure countries especially. This result is thought to be consistent with expectations.

**Keywords:** Food Insecurity, External Debt Stock, Food Import.

#### Giriş

Neolitik devrim sonrasında bir kısır döngü şeklinde yaşanan gıda krizleri insanlık tarihinde defalarca mahşeri ölümlere neden olmuştur. Gıda arzı artışı her seferinde nüfus artışının gerisinde kalarak insanlığı zor yaşam koşulları içerisine sürüklemiştir. İnsanlığı zorlayan bu yaşam koşullarının aşılması amacıyla 20. yüzyılın başından itibaren dünya gıda sorununun farkındalığı artmaya başlamıştır. Bu sürecin devamında dünya gıda sorunu uluslararası toplantılarda gıda güvencesizliği olarak telaffuz edilmeye başlanmıştır.

Gıda güvencesi kavramı, küresel ölçekteki çeşitli kuruluşlar tarafından ele alınmış ve tanımlanmıştır. Birleşmiş Milletler Gıda ve Tarım Organizasyonuna (FAO) göre gıda güvencesi, “bireysel, ailesel, ulusal, bölgesel ve küresel seviyede; tüm insanların tüm zamanlarda, sağlıklı ve aktif bir yaşam için gıda tercihleri ve menü ihtiyaçlarını karşılaması; besleyici, emniyetli, yeterli gıdaya ekonomik, sosyal ve fiziksel erişim sağlaması” olarak tanımlanmaktadır (World Bank, FAO ve IFAD, 2009, s.11). Gıda güvencesi, içinde birçok göstergesi barındıran çok boyutlu bir kavram olarak ele alınmaktadır. FAO 1990 yılında gıda güvencesinin; kullanılabilirlik (availability), erişim (access), istikrar (stability), faydalanma

\* Gaziantep Üniversitesi, İİBF, İktisat Bölümü, augur@gantep.edu.tr

\*\* Gaziantep Üniversitesi, İİBF, İktisat Bölümü, dmtzckl@gmail.com

(utilization) şeklinde dört boyuttan oluşan bir göstergeler setini tasarımıyarak bu göstergelerin ülkelere göre yıllık verilerini elde etmeye başlamıştır (FAO, 2016). Bu bileşenlerden ilki olan kullanılabilirlik; üretim, stoklar ve ticaret ile ilişkilenen gıdanın fiziksel varlığına işaret etmektedir. Erişim göstergesi, fiyat, gelir ve piyasaya erişime bağlı olarak hane halkının gıdayı elde etme yeteneğine işaret etmektedir. Faydalanma göstergesi, gıdadan alınan besinler ve enerjinin bireysel olarak işlenmesi yeteneğine tekabül etmektedir. Faydalanma göstergesine; menü çeşitliliği, besin emilimi, gıdanın hanedeki tahsisi ve hijyenik hazırlık gibi faktörler katkı yapmaktadır. Son olarak istikrar göstergesi ise, bahsedilen bu üç faktörün (kullanılabilirlik, erişim ve faydalanma) zaman içerisindeki istikrarına tekabül etmektedir (D'Souza ve Jolliffe, 2012, s.6).

Gıda Güvencesi Çalışmaları Merkezi (CSFS), gıda güvencesinin; kullanılabilirlik (availability), erişilebilirlik (accessibility), kabul edilebilirlik (acceptability), yeterlilik (adequacy), bireysel ve kurumsal etkenler (agency) olmak üzere beş temel ilkesi üzerinde durmuştur. CSFS'ye göre, kullanılabilirlik, herkesin her zaman yeterli gıdayı kullanabilmesini; erişilebilirlik, fiziksel ve ekonomik açıdan herkesin gıdaya erişimini; kabul edilebilirlik; kültürel alışkanlıklara uygun, insan onuruna ve insan haklarına zararsız gıdaların teminini, yeterlilik; besleyici, güvenli ve çevresel açıdan sürdürülebilir koşullarda üretilen gıdaya erişimi, bireysel ve kurumsal etkenler ise gıda güvencesi sorumluluğunu üstlenen ve bu konuda politikalar belirleyerek süreçleri yöneten kurumları ifade etmektedir (CSFS, 2015). Ekonomist İstihbarat Birimi (EIU) ise, 2012 yılından itibaren gıda güvencesinin uluslararası anlamda üç boyutunu (gıdanın satın alınması, gıdanın kullanılması ve gıda kalitesi ve güvenliği) ele alarak Küresel Gıda Güvencesi Endeksi'ni (GSFI) oluşturmuş ve endeks değerlerini hesaplamaya başlamıştır.

Gıda güvencesizliği kavramı, içeriği itibariyle çoğunlukla az gelişmiş ve gelişmekte olan ülkeler için önem arz etmektedir. Az gelişmiş ve gelişmekte olan ülkelerdeki yüksek yoksulluk seviyesi gerek gıda üretiminin verimsiz olması nedeniyle ulusal gerekse ithalatı karşılamak için döviz kıtlığı yaşanması nedeniyle uluslararası anlamda gıda arzının yeterli seviyelerde olmaması gibi yapısal birçok faktör bu ülkeleri "gıda güvencesiz" statüsüne mahkûm etmektedir. Bu ülkelerin gıda arzı bileşenleri; gıda üretimi, gıda ithalatı ve gıda yardımları yoluyla karşılanmaktadır. Dolayısıyla gıda ithalatı gıda arzının ve nihai olarak gıda güvencesizliğinin önemli bir göstergesidir.

Az gelişmiş ve gelişmekte olan ülkelerin uluslararası alanda karşılaştıkları en önemli sorunlardan birisi, kuşkusuz ki büyük dış borçlarıdır. Çoğunun tüketim malları ile birlikte kalkınma için gerekli olan hammadde ve yatırım mallarını yurtdışından ithal etme zorunluluğu bu ülkelerin dış kaynak ihtiyacını arttırmaktadır. Sınırlı döviz gelirleri karşısında bu durum aşırı dış borçlanmaya neden olmaktadır. Tablo 1'de verilen az gelişmiş ve gelişmekte olan ülkelerin toplam dış borç stoku analiz edildiğinde dış borcun büyük bölümünün petrol dışı mal ihraç eden ülkelere ait olduğu görülmektedir. Petrol ihracatçıların dış borcu çok daha düşük seviyelerde seyretmektedir. Bunun yanı sıra petrol ihracatçısı ülkelerde gıda güvencesizliği de düşük seviyelerde seyretmektedir. Oysa petrol dışı mal ihraç eden ülkelerde gıda güvencesizliği çok daha yüksek seviyelerde seyretmektedir. Dış borç stoku vadelerine göre incelendiğinde ise uzun vadeli dış borç stokunun çok daha büyük bir paya sahip olduğu görülmektedir. Bu nedenle uygulama kısmında uzun vadeli dış borç stoku ele alınmaktadır.

**Tablo 1:** Az gelişmiş ve gelişmekte olan ülkelerin ihracat kazanç kaynakları ve vadelerine göre toplam dış borçları (Milyar US \$)

|  | 2006  | 2007  | 2008  | 2009  | 2010  | 2011  | 2012  | 2013  | 2014 <sup>2</sup>  | 2015               |
|--|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|--------------------|--------------------|
| Toplam Dış Borç Stoku  | 550.3 | 420.6 | 716.3 | 046.2 | 665.8 | 252.3 | 884.2 | 491.2 | 970.3 <sup>7</sup> | 524.6              |
| Petrol İhracatçıları Dış Borç Stoku  | 47.8  | 205.2 | 261.4 | 282.0 | 346.2 | 456.5 | 607.3 | 768.8 | 817.5 <sup>1</sup> | 890.2              |
| Petrol Dışı İhracatçıları Dış Borç Stoku   | 702.5 | 215.4 | 454.8 | 764.3 | 319.5 | 795.8 | 276.9 | 722.4 | 152.8 <sup>6</sup> | .634. <sup>3</sup> |
| Kısa Vadeli Dış Borç Stoku   | 11.6  | 119.3 | 123.3 | 162.0 | 465.4 | 656.1 | 826.0 | 028.4 | 161.7 <sup>2</sup> | 303.7              |
| Az Gelişmiş Ülkelerde Dış Borç / GSYİH (%)   | 7.0   | 7.4   | 4.3   | 7.2   | 5.5   | 4.0   | 5.1   | 5.7   | 6.1 <sup>2</sup>   | 6.1                |
| Kaynak: IMF (2014). World economic outlook (WEO) legacies, clouds, uncertainties list of tables October, 27-29,31. |       |       |       |       |       |       |       |       |                    |                    |

Tablo 2’de verilen az gelişmiş ve gelişmekte olan bölge grupları incelendiğinde bu grupların dış borçlarının yıllar itibariyle giderek arttığı görülmektedir. 2006-2015 dönemi içerisinde Az Gelişmiş Asya Bölgesinde 3 kat, Latin Amerika ve Karayipler’de 2.5 kat, Orta Doğu ve Kuzey Afrika’da 2 kat, Sahra Altı Afrika’da 2.5 kat dış borç stoku artışı gözlemlenmektedir.

**Tablo 2:** Az gelişmiş ve gelişmekte olan ülkelerin bölgesel gruplara göre toplam dış borçları (Milyar US \$)

|  | 2006 | 2007  | 2008  | 2009  | 2010  | 2011  | 2012  | 2013  | 2014  | 2015  |
|--|------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|
| Az Gelişmiş Asya Dış Borç Stoku                                | 06.6 | 041.3 | 077.3 | 229.4 | 518.2 | 792.3 | 996.2 | 204.7 | 465.5 | 728.3 |
| Latin Amerika ve Karayipler Dış Borç Stoku                     | 93.9 | 14.3  | 78.6  | 007.5 | 198.8 | 360.0 | 523.1 | 665.3 | 791.4 | 925.5 |
| Orta Doğu, Kuzey Afrika, Afganistan ve Pakistan Dış Borç Stoku | 34.7 | 91.9  | 26.9  | 54.6  | 84.6  | 04.1  | 47.5  | 99.7  | 31.2  | 58.9  |
| Sahra Altı Afrika Dış Borç Stoku                               | 85.6 | 06.7  | 18.5  | 41.7  | 68.0  | 95.2  | 27.2  | 51.9  | 91.6  | 38.5  |

Kaynak: IMF (2014). World economic outlook (WEO) legacies, clouds, uncertainties list of tables October, 25.

Bahsi geçen az gelişmiş ve gelişmekte olan bölge grupları yüksek dış borçlar ile mücadele ederken bir yandan da gıda güvencesizliği ile mücadele etmektedir. Afrika ülkeleri perspektifinden konuya bakıldığında gıda krizleri ile borç krizleri birbirini besleyen bir ilişki içerisinde ele alınmaktadır. 1988 yılında yapılan DAWN African Regional Meeting’de tırmanan fiyatlar ve yok olan emtialar ile karakterize edilen gıda krizlerinin borç krizleri ile grift bir şekilde bağlantılı olduğu kabul edilmiştir. Borç krizlerine girilmesinin nedeni olarak alınan kredilerin ödenemeyen borçları olduğu ifade edilmiş ve bu borçların verilme şartları ile kredi verenlerin büyük sorumluluğu da borç krizlerinin nedenleri arasında sayılmıştır (Emeagwali, 1988, s.94). Ayrıca uluslararası toplantılarda G8 ülkeleri, fakir ülkelerin borç hafifletme meselelerine çözüm yolu bulmamakla ve ileri bir adım atmamakla suçlanmaktadır (Watts, 2000, s.408).

Az gelişmiş ve gelişmekte olan ülkelerin gıda güvencesizliği son yıllarda az da olsa bir iyileşme içerisine girmiştir. Bu ülkelerin son yıllarda artan gıda ithalatının bu iyileşme içerisinde büyük bir paya sahip olduğu düşünülmektedir. Afrika ülkeleri perspektifinin aksine son yıllarda artan gıda ithalatı yanında artan dış borç ile azalan gıda güvencesizliği arasında bir bağlantının olabileceği düşünülmektedir. Bu nedenle bu çalışmada dış borçların gıda ithalatı ile birlikte gıda güvencesizliğini nasıl etkilediği üzerinde durulmaktadır. Bu çalışmada gıda güvencesizliğinin dünyada artan önemi doğrultusunda ülkelerin uzun dönem dış borçları ile gıda ithalatının mal ithalatına oranının gıda güvencesizliği üzerindeki etkisinin yönünün ve büyüklüğünün tespit edilmesi amaçlanmıştır. Bu amaç doğrultusunda yetersiz beslenme yaygınlığına sahip olan seçilmiş 50 az gelişmiş - gelişmekte olan ülke ve 2000-2015 dönemi için Kümedenmiş Verilerle Kantil Regresyon Yöntemi ile ekonometrik analiz yapılmıştır. Bu doğrultuda öncelikle literatür kısmında konu ile ilgili yapılan çalışmalar aktarılmıştır. Materyal ve Yöntem kısmında analizde kullanılan veri seti ve kullanılan yöntem hakkında çeşitli bilgiler verilmiştir. Bulgular ve Tartışma kısmında tahmin sonuçları ayrıntılı bir şekilde aktarılmıştır.

### Literatür

Mohamed (2014) gıda fiyat krizlerinin hükümet borcu üzerine etkisini 2000-2012 dönemi için ve Arap Bölgesi'ndeki altı ülkeyi orta düşük ve yüksek gelirli olarak ayırarak ve 2006 gıda krizi sürecinden öncesi ve sonrası için analiz etmiştir. Kriz öncesinde gıda fiyatlarındaki değişimin sadece orta ve düşük gelirli ülkelerin hükümet borçları üzerinde negatif ve anlamlı bir etkiye sahip olduğu tespit edilmiştir. Küresel ekonomik ve gıda krizinden sonra ise düşük GDP artışı, ekonomik istikrarsızlık, açıklar, reel faiz oranı ve işsizlik oranının hükümet borcunun önemli bir belirleyicisi olduğu tespit edilmiştir.

Romanoff (1992) Kuzey Bolivya ormanlarındaki hane halkı üyeleri için gıda güvencesizliği, sosyal katmanlaşma, hane halkı stratejileri ve geçim şartları arasındaki gerginlik üzerine araştırma yapmış ve hane halkı gıda güvencesizliğinin borçluluğa, konut hareketliliğine ve sosyal eşitsizliğe katkı yaptığını ifade etmiştir.

Kirby ve Capps (1994) tüketici taksit kredisindeki trendi 1980 ve 1989 dönemi için incelemiştir. Gıda harcamaları üzerine tüketici taksit kredisinin etkisini değerlendirmek ve belirlemek için Two Equation Recursive Modelini geliştirmiştir. Kredi taksitinin kişisel harcanabilir gelire oranının gıda harcamaları üzerinde pozitif bir etkiye sahip olduğu; uzun dönemde bu orandaki %1'lik bir değişimin kişi başına gıda harcamaları üzerinde % 0.15'lik bir değişime yol açtığı tespit edilmiştir. Bu orandaki bir değişimin gıda harcamalarına yansımalarının altı ay civarında gerçekleştiği belirlenmiştir.

Attwell (2013) Malavi' de 2002 yılında yüzlerce insanı aç bırakan ve ülke çapında binlerce insanın kolera salgınına yenilmesine neden olan gıda krizini, hükümet ve donör ilişkisi objektifi vasıtasıyla ele almıştır. Dünya Bankası desteğiyle tarım sektörünün yeniden yapılandırılması ile başlayan, küçük çiftçiler yoluyla gıda üretimini teşvik eden bir sürecin, uluslararası kreditorlerle kötüleşen ilişkiler neticesinde yaklaşmakta olan kriz karşısında Malavi hükümetinin iktidarsız kalması ile sonuçlandığını vurgulamıştır. Bu durumun borçların ödenmesi için stratejik tahıl rezervlerinin satılmasına, hükümetin dizginleyemediği gıda fiyatlarının zirve yapmasına neden olduğunu ve sonunda durumun daha da kötüleştiğini belirtmiştir. 2002 gıda krizinin bir gıda kıtlığından ziyade gıda fiyatları ve erişimi ile ilgili bir kriz olduğunu ifade etmiştir. Yüksek borçlu fakir ülkeler için gıda krizinin sonuçlarını belirleyen hem olay esnasında ve hem de olaya öncülük ederek politik sorumluluğu paylaşan donör ve kreditorler ile hükümetin ilişkisi olduğunu ifade eden bir argümanı savunmaktadır.

Aker ve Lemtouni (1999) ithalat için elde edilen dövizlere karşılık gelen toplam dış borç servisi yükümlülüklerinin mal ve hizmet ihracatına oranı ile gıda güvencesi arasındaki ilişkiyi Fas için OLS ile analiz etmiştir. Gıda güvencesi ile ithalat için elde edilen dövizlere karşılık

gelen toplam dış borç servisi yükümlülüklerinin mal ve hizmet ihracatına oranı arasında belirsiz bir ilişki olduğu sonucuna ulaşmıştır. Bunun nedenini, bir yanda yabancı paralara erişimin artmasıyla kurun değerlendirilerek ithalatı ucuzlatacağını ve ithalat artışının gıda güvencesini arttıracaklarını, diğer yanda yerli üretimden ithalata kayışın üretimi azaltarak gıda güvencesini olumsuz etkileyeceğini ayrıca döviz erişimini engelleyici politikaların da ithalatı önleyerek gıda güvencesini olumsuz etkileyeceğini ifade ederek açıklamış ve Fas için döviz seviyesinin gıda güvencesini ne yönde etkilediğini tespit etmenin zorluğuna vurgu yapmıştır.

Emeagwali (1988) Tırmanan fiyatlar ve yok olan emtialar ile karakterize edilen gıda krizleri ile borç krizlerinin grift bir şekilde bağlantılı olduğunu ifade etmiştir. Üstelik borç krizlerine girilmesinin nedeninin alınan kredilerin ödenemeyen borçlarından, borçların verilme şartlarından ve kreditorlerin tutumundan kaynaklandığını belirtmiştir.

Yeong, Tey ve Radam (2011) Malezya'nın gıda güvencesi için dolaylı bir maksatla politik etkiler sağlamak adına pirinç ithalatının talep modelini Error Correction Model of Almost Ideal Demand System (ECM-AIDS) ile analiz etmiştir. Model sonuçlarına göre, talep elastikiyetinin, tahmini pirinç ithalatının dar kaynaklı olması gerektiği belirtilmiştir. Böyle ithalat stratejilerinin kriz öncesi modellere benzediği ve kriz öncesi modellerin, 2007/08 gıda fiyat krizleri süresince arz bozulmalarının negatif etkisini hafifletmekte yetersiz kaldığı ifade edilmiştir. Gelecek gıda güvencesi çerçevesi içerisinde pirinç ithalatı ile daha çok ilgilenilmesi gerektiğini ifade etmiştir. Bu nedenle gıda krizlerine dayanıklılığın artırılması için pirinç ithalat kaynaklarının çoklu hale getirilmesi, çeltik ithalatı yapılması gerektiği ifade edilmiştir.

### Materyal ve Yöntem

Kantil Regresyon Yöntemi, bağımlı değişkenin dağılımının kantilleri ile bağımsız değişkenler arasındaki ilişkiyi ayrıntılı bir şekilde ortaya koymakta ve asimetric ağırlıklandırılmış mutlak artık karelerinin minimizasyonuna dayanmaktadır (Saçaklı Saçıldı ve Koşan, 2015, s.163). Kantil Regresyon, bağımlı değişkenin dağılımı hakkında tam bilgi edinilmesini sağlayarak klasik doğrusal regresyon modeli varsayımlarının geçerli olmadığı durumlarda şartlı ortalamaya dayanan En Küçük Kareler Regresyonuna önemli bir alternatif oluşturmaktadır.

Kantil Regresyon ilk olarak Koenker ve Bassett (1978) tarafından ileri sürülmüştür. Koenker ve Bassett (1978) tarafından geliştirilen ve şartlı kantil fonksiyonu olarak tanımlanan kantil regresyonda, En Küçük Kareler Yöntemindeki tek bir değere bağlı şartlı ortalamasının hesaplanması yerine, tüm değerleri içine alan medyan hesaplaması yapılarak tüm resmin görülmesine olanak sağlanmaktadır (Saçaklı Saçıldı ve Koşan, 2015, s.164). Kantil Regresyon Modelinin panel veriye genişletilmiş hali şu şekilde ifade edilmektedir.

$$y_i = x'_{it}\beta_\theta + u_{\theta it}$$

$$Quant_\theta(y_{it}/x_{it}) = x'_{it}\beta_\theta$$

y bağımlı değişkeni, x regresörlerin vektörünü,  $\beta$  tahmin edilen parametrelerin vektörünü, u artıkların vektörünü,  $Quant_\theta(y_{it}/x_{it})$  y'nin x bağımsız değişken vektörüne göre  $\theta$ 'ncü şartlı kantilini ifade etmektedir.

Son zamanlarda önemi gittikçe artan Kantil Regresyon ile ilgili çeşitli yöntemler üzerine birçok araştırmacı (Abrevaya ve Dahl, 2008; Canay, 2011; Galvao, 2008; Geraci ve Bottai, 2007; Koenker, 2004; Lamarche, 2010; Machado, Parente ve Santos Silva, 2011; Powell, 2015; Powell, 2016; Parente ve Santos Silva, 2016; Rosen, 2009) çalışmıştır.

Bu çalışmada kullanılan Kümelenmiş Veriler ile Kantil Regresyon Yöntemi ise Parente ve Santos Silva (2016) tarafından geliştirilmiştir. Bu yöntem, küme içi korelasyona (intra



cluster correlation) robust olan standart hatalarla da tahmin yapan bir yöntem olarak ifade edilmiştir. Başka bir deyişle diğer kantil yöntemlerinde değişen varyans altında standart hatalar asimptotik olarak geçerliken, Parente ve Santos Silva (2016), küme içi korelasyonun varlığında da standart hataların asimptotik olarak geçerli olduğu bir yöntem geliştirmiştir. Bu çalışmada küme içi korelasyon sorunu olması nedeniyle Parente ve Santos Silva (2016)'nın önerdiği clustered standart hatalarla tahmin yapan Kümelenmiş Verilerle Kantil Regresyon Yöntemi (Quantile Regression with Clustered Data) tercih edilmiştir.

Birleşmiş Milletler tarafından belirlenen Milenyum Kalkınma Hedefleri içerisinde yer alan “aşırı açlık ve yoksulluğu ortadan kaldırmak” hedefi doğrultusunda ölçü olarak alınan yetersiz beslenme yaygınlığı verisi bu hedefin gerçekleşip gerçekleşmediğini görmek için Birleşmiş Milletler tarafından üretilen bir veri niteliği taşımaktadır. Bu hedef doğrultusunda her ülkenin nüfusunun 2015 yılına kadar %5 yetersiz beslenme yaygınlığına erişmesi hedeflenmektedir. Dolayısıyla yetersiz beslenme yaygınlığının ülke nüfusunun %5'inin altına inmesi ile o ülke için gıda güvenceli tanımlaması yapılmaktadır. Yetersiz beslenme yaygınlığı verisi Afrika, Asya, Güney Amerika kıtasında bulunan ve %5 ve üzerinde yetersiz beslenme yaygınlığına sahip olan ülkeler için üretilmiştir. Yüksek refah seviyesine sahip Kuzey Amerika, Avrupa ve diğer kıtalarda yer alan gelişmiş ülkeler için bu veri üretilmemektedir. Bu nedenle bu çalışmada yetersiz beslenme yaygınlığı veri setinden özellikle %5'in üzerindeki ülkeler seçilmiştir.

Örneklem, açıklayıcı değişken verilerinin bulunması da göz önünde bulundurularak Birleşmiş Milletler ve Dünya Bankası'nın eşanlı olarak yayınladığı, yetersiz beslenme yaygınlığı verisindeki ülkeler listesinden rastgele seçilen 50 ülkeden oluşmaktadır. Veriler, Birleşmiş Milletler Gıda ve Tarım Organizasyonu (FAO) ve Dünya Bankası veri tabanından elde edilmiştir

Bağımlı değişken olarak, Birleşmiş Milletler tarafından belirlenen Milenyum Kalkınma Hedefleri içerisinde yer alan “aşırı açlık ve yoksulluğu ortadan kaldırmak” hedefi doğrultusunda ölçü olarak alınan yetersiz beslenme yaygınlığı, gıda güvencesizliğini temsilen kullanılmıştır. Açıklayıcı değişkenler ise yetersiz beslenme yaygınlığına sahip olan örneklem içerisinde yer alan ülkelerin toplam dış borç stoklarının % 65-95 oranında uzun dönem borçlardan oluşması nedeniyle uzun dönem toplam dış borç stoku ile gıda ithalatının mal ithalatına oranı olarak belirlenmiştir. Kullanılan açıklayıcı değişkenler logaritması alınarak modele dâhil edilmiştir. Çalışmada kullanılan model aşağıda verilmektedir.

$$U = \beta_0 + \beta_1 \ln \text{LEXD}_{it} + \beta_2 \ln \text{FIMP/TIMP}_{it} + e_{it}$$

Modelde yer alan i indisi (i=1,2,3,...,50) yetersiz beslenme yaygınlığına sahip olan 50 ülkeyi, t indisi 2000-2015 yılları arasını,  $\beta_0$  sabiti,  $\ln \text{LEXD}$  ve  $\ln \text{FIMP/TIMP}$  değişkenlerinden bağımsız oluşan yetersiz beslenme yaygınlığını,  $\beta_1$  sabiti  $\ln \text{LEXD}$ 'de yaşanan %1'lik değişimin yetersiz beslenme yaygınlığı üzerinde oluşturduğu yüzde 1 birimlik etkiyi,  $\beta_2$  sabiti  $\ln \text{FIMP/TIMP}$ 'de yaşanan %1'lik değişimin yetersiz beslenme yaygınlığı üzerinde oluşturduğu yüzde 1 birimlik etkiyi, U yetersiz beslenme yaygınlığının nüfus içerisindeki yüzdesini, LEXD uzun dönem toplam dış borç stokunu, FIMP/TIMP gıda ithalatının mal ithalatına oranını, e hata terimini ifade etmektedir.

Bu çalışmanın amacı, yetersiz beslenme yaygınlığına sahip olan seçilmiş 50 az gelişmiş ve gelişmekte olan ülke ile 2000-2015 dönemi için uzun dönem toplam dış borç stoku ve gıda ithalatının mal ithalatına oranı ile gıda güvencesizliği arasındaki ilişkinin yönünün ve büyüklüğünün Kantil Regresyon Yöntemi ile tespit edilmesi olarak belirlenmiştir. Bu doğrultuda çalışmada 50 ülke ve 2000-2015 dönemi için kullanılan yıllık veriler panel veri analizi için hazırlanmış ve Stata 12 ile analiz gerçekleştirilmiştir.

### Bulgular ve Tartışma

Uzun dönem dış borç stoku (lnLEXD) ve gıda ithalatının mal ithalatına oranı (lnFIMP/TIMP) şeklinde belirlenen açıklayıcı değişkenlerin gıda güvencesizliğini temsil eden yetersiz beslenme yaygınlığı (U) üzerindeki etkisinin analiz edildiği modele ilk olarak aşırı değerlerin varlığını test etmek için Değişen Varyans için Machado - Santos Silva Testi uygulanmıştır. Test sonuçlarına göre belirlenen kantillerde chi2(2) değerlerine göre hesaplanan olasılık değerleri incelendiğinde belirlenen kantiller için boş hipotez reddedilmiş ve değişen varyans olduğu tespit edilmiştir. Test sonuçları Tablo 3'te sunulmaktadır.

**Tablo 3:** Değişen varyans için Machado - Santos Silva test

| Kantiller | chi2(2) istatistik | prob > chi2(2) |
|-----------|--------------------|----------------|
| 0.05      | 48.063             | 0.000          |
| 0.10      | 50.404             | 0.000          |
| 0.15      | 56.234             | 0.000          |
| 0.20      | 82.857             | 0.000          |
| 0.25      | 110.471            | 0.000          |
| 0.30      | 112.547            | 0.000          |
| 0.35      | 118.599            | 0.000          |
| 0.40      | 119.791            | 0.000          |
| 0.45      | 108.505            | 0.000          |
| 0.50      | 97.097             | 0.000          |
| 0.55      | 91.449             | 0.000          |
| 0.60      | 85.958             | 0.000          |
| 0.65      | 86.617             | 0.000          |
| 0.70      | 88.658             | 0.000          |
| 0.75      | 83.064             | 0.000          |
| 0.80      | 84.759             | 0.000          |
| 0.85      | 81.119             | 0.000          |
| 0.90      | 97.906             | 0.000          |
| 0.95      | 89.980             | 0.000          |
| 0.97      | 85.699             | 0.000          |
| 0.99      | 39.312             | 0.000          |

İkinci olarak modele Parente - Santos Silva Grup içi Korelasyon Testi uygulanarak modelde küme içi korelasyonun varlığı test edilmiştir. Test sonuçlarına göre belirlenen kantillerde T değerlerine göre hesaplanan olasılık değerleri incelendiğinde belirlenen kantiller için boş hipotezler reddedilmiş ve küme içi korelasyonun olduğu tespit edilmiştir. Test sonuçları Tablo 4'te sunulmaktadır.

**Tablo 4:** Parente – Santos Silva grup içi korelasyon testi

| Kantiller | T istatistik | prob > T |
|-----------|--------------|----------|
| 0.05      | 35.534       | 0.000    |
| 0.10      | 43.609       | 0.000    |
| 0.15      | 52.098       | 0.000    |
| 0.20      | 52.800       | 0.000    |
| 0.25      | 54.619       | 0.000    |
| 0.30      | 49.543       | 0.000    |
| 0.35      | 50.962       | 0.000    |
| 0.40      | 47.906       | 0.000    |
| 0.45      | 47.733       | 0.000    |
| 0.50      | 44.383       | 0.000    |
| 0.55      | 44.184       | 0.000    |
| 0.60      | 44.123       | 0.000    |
| 0.65      | 43.606       | 0.000    |
| 0.70      | 41.651       | 0.000    |
| 0.75      | 42.430       | 0.000    |
| 0.80      | 45.623       | 0.000    |

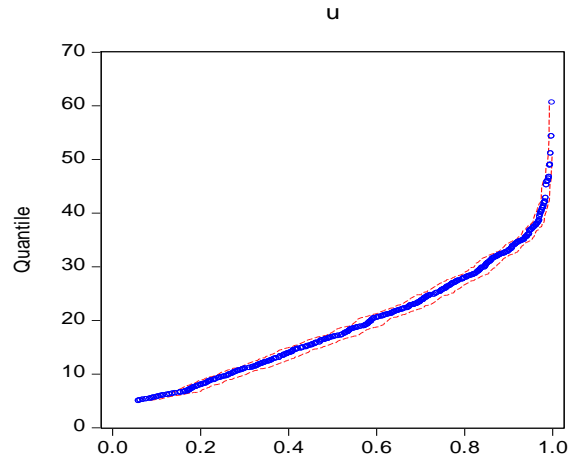
|      |        |       |
|------|--------|-------|
| 0.85 | 43.454 | 0.000 |
| 0.90 | 31.742 | 0.000 |
| 0.95 | 19.027 | 0.000 |
| 0.97 | 12.992 | 0.000 |
| 0.99 | 5.747  | 0.000 |

Tahmin sonuçlarını vermeden önce sırasıyla, modelde kullanılan değişkenlere ait Tanımlayıcı İstatistikler Tablo 5’te, bağımlı değişkenin farklı kantil düzeylerindeki değerlerini gösteren Yetersiz Beslenme Yaygınlığı için Kantil Düzeyleri Grafik 1’de sunulmaktadır.

**Tablo 5:** Tanımlayıcı istatistikler

| Değişkenler               | U        | lnLEXD   | lnFIMP/TIMP |
|---------------------------|----------|----------|-------------|
| Medyan                    | 16.40000 | 22.62770 | 2.601526    |
| Standart Sapma            | 9.948519 | 1.602237 | 0.461743    |
| 800 gözlem bulunmaktadır. |          |          |             |

Grafik 1 incelendiğinde bağımlı değişken olarak kullanılan yetersiz beslenme yaygınlığı değerlerinin 0 ile 1 arasında yer alan her kantil düzeyi itibariyle farklılaştığı görülmektedir.



**Grafik 1:** Yetersiz beslenme yaygınlığı için kantil düzeyleri

Grafik 1’de görüldüğü gibi 0.20 kantil düzeyine %8, 0.40 kantil düzeyine %14, 0.60 kantil düzeyine %21, 0.80 kantil düzeyine %28, 0.90 kantil düzeyine %33, 0.99 kantil düzeyine ise %46 düzeyinde yetersiz beslenme yaygınlığı değeri karşılık gelmektedir. Her kantilin farklı bir değere karşılık gelmesi, bağımlı değişkenin kantil regresyon için uygulanabilir olduğunu göstermektedir. Aksi takdirde bağımlı değişken değerlerinin farklı kantillerde aynı düzeylerde yer alması, kantil regresyon tahmincilerinin aynı değerlere sahip olmasına yani medyan regresyon (En Küçük Kareler Tahmincileri) değerlerine yakınsamasına neden olmaktadır.

Modelde küme içi korelasyonun tespit edilmesi nedeniyle Parente ve Santos Silva (2016) tarafından önerilen Kümelenmiş Veriler ile Kantil Regresyon (Quantile Regression with Clustered Data) tahmini belirlenen kantiller için yapılmıştır. Katsayıların anlamlı farklılıklarının daha net ortaya çıktığı kantillerin tercih edilmesiyle ve özellikle tüm dağılımın tepkisini ölçme düşüncesiyle; 0.05, 0.10, 0.15, 0.20, 0.25, 0.30, 0.35, 0.40, 0.45, 0.50, 0.55, 0.60, 0.65, 0.70, 0.75, 0.80, 0.85, 0.90, 0.95, 0.97, 0.99 kantil düzeyleri için tahmin gerçekleştirilmiştir. Tahmin Sonuçları Tablo 6’da sunulmaktadır.

**Tablo 6:** Kümelenmiş veriler ile Kantil Regresyon tahmin sonuçları

| Bağımlı Değişken: Gıda Güvencesizliğini Temsilen Yetersiz Beslenme Yaygınlığının Nüfus İçerisindeki Yüzdesi (U) |             |            |              |          |                |
|---|-------------|------------|--------------|----------|----------------|
| Kantiller <sup>1</sup>  | Değişkenler | Katsayılar | z istatistik | p >  z   | R <sup>2</sup> |
| 0.05  | lnLEXD      | -0.045     | -0.10        | 0.917    | 0.02           |
|   | lnFIMP/TIMP | 0.513      | 0.34         | 0.733    |                |
| 0.10  | lnLEXD      | -0.106     | -0.16        | 0.876    | 0.03           |
|   | lnFIMP/TIMP | 0.804      | 0.41         | 0.680    |                |
| 0.15  | lnLEXD      | -0.216     | -0.26        | 0.797    | 0.04           |
|   | lnFIMP/TIMP | 0.941      | 0.37         | 0.709    |                |
| 0.20  | lnLEXD      | -0.708     | -0.71        | 0.475    | 0.08           |
|   | lnFIMP/TIMP | 0.735      | 0.29         | 0.773    |                |
| 0.25  | lnLEXD      | -1.190     | -0.92        | 0.357    | 0.12           |
|   | lnFIMP/TIMP | -0.997     | -0.28        | 0.777    |                |
| 0.30  | lnLEXD      | -1.355     | -0.93        | 0.351    | 0.12           |
|   | lnFIMP/TIMP | -1.344     | -0.36        | 0.722    |                |
| 0.35  | lnLEXD      | -1.703     | -1.12        | 0.263    | 0.13           |
|   | lnFIMP/TIMP | -1.841     | -0.45        | 0.653    |                |
| 0.40  | lnLEXD      | -2.723     | -1.91        | 0.056*   | 0.13           |
|   | lnFIMP/TIMP | -4.192     | -0.99        | 0.322    |                |
| 0.45  | lnLEXD      | -2.875     | -2.12        | 0.034**  | 0.13           |
|   | lnFIMP/TIMP | -4.713     | -1.25        | 0.211    |                |
| 0.50  | lnLEXD      | -3.324     | -2.76        | 0.006*** | 0.12           |
|   | lnFIMP/TIMP | -6.214     | -2.14        | 0.032**  |                |
| 0.55  | lnLEXD      | -3.453     | -2.94        | 0.003*** | 0.12           |
|   | lnFIMP/TIMP | -6.089     | -2.10        | 0.036**  |                |
| 0.60  | lnLEXD      | -3.599     | -3.24        | 0.001*** | 0.13           |
|   | lnFIMP/TIMP | -6.091     | -2.26        | 0.024**  |                |
| 0.65  | lnLEXD      | -3.682     | -3.53        | 0.000*** | 0.13           |
|   | lnFIMP/TIMP | -5.586     | -2.08        | 0.038**  |                |
| 0.70  | lnLEXD      | -4.011     | -4.20        | 0.000*** | 0.13           |
|   | lnFIMP/TIMP | -5.278     | -2.07        | 0.039**  |                |
| 0.75  | lnLEXD      | -4.188     | -3.65        | 0.000*** | 0.13           |
|   | lnFIMP/TIMP | -5.307     | -1.95        | 0.052*   |                |
| 0.80  | lnLEXD      | -4.059     | -3.75        | 0.000*** | 0.12           |
|   | lnFIMP/TIMP | -3.956     | -1.45        | 0.147    |                |
| 0.85  | lnLEXD      | -4.123     | -3.78        | 0.000*** | 0.12           |
|   | lnFIMP/TIMP | -3.784     | -1.15        | 0.251    |                |
| 0.90  | lnLEXD      | -4.764     | -4.74        | 0.000*** | 0.12           |
|   | lnFIMP/TIMP | -3.419     | -1.27        | 0.202    |                |
| 0.95  | lnLEXD      | -5.624     | -7.82        | 0.000*** | 0.12           |
|   | lnFIMP/TIMP | -4.170     | -2.70        | 0.007*** |                |
| 0.97  | lnLEXD      | -6.142     | -7.16        | 0.000*** | 0.12           |
|   | lnFIMP/TIMP | -4.452     | -3.12        | 0.002*** |                |
| 0.99  | lnLEXD      | -6.445     | -17.70       | 0.000*** | 0.12           |
|   | lnFIMP/TIMP | -3.597     | -7.36        | 0.000*** |                |

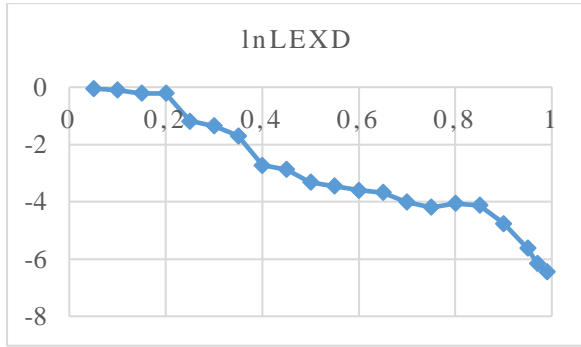
\*%10 \*\*%5 \*\*\*%1 anlamlılık düzeyini ifade etmektedir.

Belirlenen kantil seviyeleri için yapılan Kümelenmiş Veriler ile Kantil Regresyon tahmin sonuçlarına göre uzun dönem toplam dış borç stoku (lnLEXD) 0.05 ile 0.35 kantil aralığında istatistik olarak anlamsız bulunmuştur. Bu aralık örnekleme içindeki ülkeler itibarıyla %15 yetersiz beslenme yaygınlığının altında olduğu yılları kapsamaktadır. Ülkelerin %15 yetersiz beslenme yaygınlığının altında kaldığı yıllar için dış borç stoku/GSMH<sup>2</sup> oranı incelendiğinde

<sup>1</sup> 0.05 kantil seviyesi en gıda güvenceli ülkeleri ifade ederken 0.99 kantil seviyesi ise en gıda güvencesiz ülkeleri ifade etmektedir.

<sup>2</sup> Dünya Bankası verileri kullanılmıştır.

diğer yıllara göre daha düşük olduğu tespit edilmiştir. Bu durum uzun dönem dış borç stokunun 0.05 ile 0.35 kantil aralığındaki anlamsızlığını açıklar niteliktedir. (lnLEXD), 0.40 ile 0.99 kantil aralığında ise istatistik olarak anlamlı bulunmuştur. Bu aralıkta yer alan ve %15 ile %60 arasında yetersiz beslenme yaygınlığına sahip olan ülkeler için dış borç stoku/GSMH oranı oldukça yüksek değerler taşımaktadır. Bu durum uzun dönem dış borç stokunun 0.40 ile 0.99 kantil aralığındaki güçlü etkisini açıklar niteliktedir. lnLEXD değerleri, gıda güvencesizliğini temsilen kullanılan yetersiz beslenme yaygınlığını negatif bir şekilde etkilemektedir. Ayrıca uzun dönem dış borç stokunun gıda güvencesizliği üzerindeki negatif etkisinin en gıda güvenceli ülkelere en gıda güvencesiz olanlara doğru gittikçe artan bir trende sahip olduğu görülmektedir. Bu durumda en gıda güvencesiz ülkelerin büyük dış borç rakamlarına sahip olduğu tespitini yapmak mümkün görünmektedir. Bu trend Grafik 2’de gösterilmektedir.

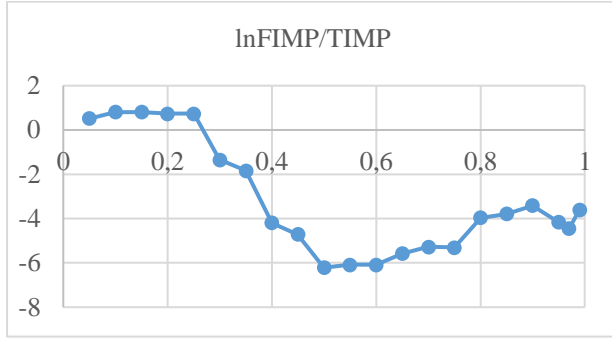


**Grafik 2:** Belirlenen kantiller itibariyle lnLEXD değişkeninin gıda güvencesizliğine etkisi

0.40 kantil seviyesine denk gelen %15 gıda güvencesizliğine sahip olan ülkelere uzun dönem dış borç stokunda yaşanan %1’lik artış, gıda güvencesizliğini %2.7 birim azaltmaktadır. 0.99 kantil seviyesine denk gelen %46 gıda güvencesizliğine sahip olan ülkelere uzun dönem dış borç stokunda yaşanan %1’lik artış, gıda güvencesizliğini %6.4 birim azaltmaktadır. Görüldüğü gibi daha gıda güvencesiz ülkelere dış borç stokundaki artış, gıda güvencesizliğini çok daha güçlü bir şekilde azaltma etkisine sahip olmaktadır.

Gıda ithalatının mal ithalatına oranı (lnFIMP/TIMP), 0.05 ile 0.45 ve 0.80 ile 0.90 kantil aralığında istatistik olarak anlamsız bulunmuştur. 0.05 ile 0.40 kantil aralığındaki %17 yetersiz beslenme yaygınlığının altında yer alan ülkelerin gıda güvencesizliğini ılımlı yaşaması, (lnFIMP/TIMP) oranının gıda güvencesizliğine etkisinin anlamsız çıkması sonucunu desteklemektedir. 0.80 ile 0.90 kantil aralığındaki örneklem ülkeleri için %28 ile %32 oranında yetersiz beslenme yaygınlığına sahip olunan yıllar itibariyle (lnFIMP/TIMP) oranının gıda güvencesizliğine etkisinin anlamsız çıkması, bu aralıkta yer alan Kenya, Mozambik, Kongo Cumhuriyeti, Madagaskar, Sierra Leone, Uganda ve Kamerun gibi ülkelerin gıda üretiminde kendi kendine yeterli olamayan ülkeler olması (www.worldatlas.com) yanında bu ülkelerin (lnFIMP/TIMP) oranının düşük olmasına bağlanmaktadır. (lnFIMP/TIMP) oranının gıda güvencesizliğine etkisi 0.50 ile 0.75 ve 0.95 ile 0.99 kantil aralığında ise istatistik olarak anlamlı bulunmuştur. Bu aralıklarda lnFIMP/TIMP değerindeki değişimlerin gıda güvencesizliğine etkisinin oldukça fazla olduğu görülmektedir. lnFIMP/TIMP değerleri, gıda güvencesizliğini temsilen kullanılan yetersiz beslenme yaygınlığını negatif bir şekilde etkilemektedir. Gıda ithalatının; üretim ve yardımlar yanında gıda arz unsurlarından birisi olması nedeniyle gıda güvencesizliğine azaltıcı yönde bir etki yapması öngörüsü sonuçlarla da tutarlı bulunmaktadır. Gıda ithalatının toplam ithalata oranının gıda güvencesizliği üzerindeki negatif etkili trendi Grafik 3’te gösterilmektedir. 0.50 kantil seviyesine denk gelen %18 gıda güvencesizliğine sahip olan ülkelere gıda ithalatının toplam ithalata oranında yaşanan %1’lik artış, gıda güvencesizliğini %6.2 birim azaltmaktadır. 0.99 kantil seviyesine denk gelen %46 gıda

güvencesizliğine sahip olan ülkelerde gıda ithalatının toplam ithalata oranında yaşanan %1'lik artış, gıda güvencesizliğini %3.6 birim azaltmaktadır.



**Grafik 3:** Belirlenen kantiller itibariyle lnFIMP/TIMP değişkeninin gıda güvencesizliğine etkisi

Tahmin sonuçlarının grafiksel olarak verildiği Grafik 2 ve 3 incelendiğinde belirlenen kantil seviyelerinde tahmin edilen katsayıların oldukça farklılaştığı da görülebilmektedir. Bu durum, ortalama tahmin veren yöntemlere (En Küçük Kareler) nazaran tüm resmi ortaya çıkaran kantil regresyon yönteminin daha avantajlı olduğunu ortaya çıkarmaktadır.

### Sonuçlar

İnsanlık tarihinin başlangıcından itibaren avcılık ve toplayıcılık yapan insanoğlunun her zaman elde etmek için mücadele ettiği gıda, Neolitik Devrim ile yerleşik hayata geçilmesi sonucu nüfusun giderek artması ve gıda üretiminin de geride kalması ile insanlığı tehdit eden bir sorun haline bürünmüştür. Son yıllarda farkındalığı artan gıda sorunu uluslararası çapta gıda güvencesizliği olarak ele alınmaya başlanmıştır. Gıda güvencesizliği ile mücadele eden az gelişmiş ve gelişmekte olan ülkeler aynı zamanda büyük dış borç yükü ve giderek artan gıda ithalatı ile gündeme gelmektedir. Bu çalışmada gıda güvencesizliği ile uzun dönem dış borç ve gıda ithalatının mal ithalatına oranı arasındaki ilişki 50 yetersiz beslenme yaygınlığına sahip olan az gelişmiş ve gelişmekte olan ülke için 2000-2015 dönemi itibariyle test edilmiştir. Kümelenmiş veriler ile Kantil Regresyon Yönteminin kullanıldığı çalışmada ortalama tahmin yerine belirlenen kantil seviyeleri yoluyla uzun dönem dış borç stoku ile gıda ithalatının mal ithalatına oranının gıda güvencesizliği üzerindeki etkisinin tamamının görülmesi amaçlanmıştır. 2000-2015 verileri ve seçilmiş 50 az gelişmiş ve gelişmekte olan ülke örneklemini için yapılan analiz sonuçlarına göre uzun dönem dış borç stokundaki artış anlamlı bulunan bütün kantillerde gıda güvencesizliğini azaltmaktadır. Gıda güvencesizliğinin daha ağır yaşandığı ülkelerde dış borcun gıda güvencesizliğini azaltma etkisi 3 kat artmaktadır. Dış borcu, tüketim malları ithalatı için bir finansman aracı olarak gören bahsi geçen ülkeler için bu sonuç beklentilerle uyumlu görülmektedir. Gıda güvencesizliğini daha ılımlı yaşayan kantil aralıkları için dış borç stokunun gıda güvencesizliğine etkisi anlamsız bulunmuştur. Bu anlamsızlık, kantil aralıklarına denk gelen örneklem ülkelerinin dış borç stoku/GSMH oranının düşük olmasına bağlanmaktadır. Anlamlı bulunan kantil aralıklarında ise dış borç stoku/GSMH oranı oldukça yüksek seviyelerde yer almaktadır. Bu durum uzun dönem dış borç stokunun gıda güvencesizliğine güçlü etkisini açıklar bir nitelik kazanmaktadır. Ayrıca tahmin sonuçları ışığında en gıda güvencesiz ülkelerin büyük dış borç rakamlarına sahip olduğu dikkati çekmektedir. Benzer bir şekilde 0.55 ve 0.75 ile 0.90 ve 0.99 kantil aralıklarında gıda ithalatının mal ithalatına oranındaki bir artış gıda güvencesizliğini azaltmaktadır. Gıda ithalatının; üretim ve yardımlar yanında bir gıda arz unsuru olması nedeniyle bahsi geçen kantil aralığı için gıda ithalatının mal ithalatına oranında yaşanan artışın gıda güvencesizliğini azaltıcı etkisinin beklentilerle uyumlu olduğu görülmektedir. Ayrıca tahmin sonuçlarına göre bazı kantil aralıklarında gıda ithalatının mal ithalatına oranının gıda güvencesizliği üzerinde anlamsız bir etkiye sahip olduğu ortaya çıkmıştır. Gıda güvencesizliğinin daha ılımlı yaşandığı 0.05 ile 0.50

kantil aralığında bulunan anlamsızlık, gıda sorununun pek yaşanmadığı yerlerde gıda ithalatının gıda güvencesizliğine pek etki etmeyeceği fikrini desteklemektedir. Yüksek gıda güvencesizliği yaşayan 0.80 ile 0.90 kantil aralığında bulunan anlamsızlık bu kantildeki ülkelerin gıda üretimi açısından kendine yetersiz olması yanında gıda ithalatının da düşük olması nedeniyle gıda güvencesizliğini etkileyememesine bağlanmaktadır.

Ekonomik değişkenler ile gıda güvencesizliği arasındaki ilişkiyi inceleyen fazla çalışmanın olmaması nedeniyle dar olan literatüre bir katkı sağlamak düşüncesiyle yapılan bu çalışmanın farklı versiyonlarının çalışılması önerilmektedir.

### Kaynaklar

- Abrevaya J. & Dahl C. M. (2008). The effects of birth inputs on birthweight: evidence from quantile estimation on panel data. *Journal of Business and Economic Statistics*, 26(4), 379-397.
- Aker, J. & Lemtouni, A. (1999). A framework for assessing food security in the face of globalization: the case of Morocco. *Agroalimentaria*. 8, 13-26.
- Attwell, W. (2013). When we have nothing we all eat grass: debt, donor dependence and the food crisis in Malawi 2001 to 2003. *Journal of Contemporary African Studies*, 31(4), 564-582.
- Canay, I. A. (2011). A simple approach to quantile regression for panel data. *Econometrics Journal*, 14(3), 368-386.
- CSFS (2015). The five a's of food security. *Centre for Studies in Food Security*, Erişim Tarihi: 23.9.2016, <http://www.ryerson.ca/foodsecurity/our-approach>.
- D'souza, A. & Jolliffe, D. (2012). Food security and wheat prices in Afghanistan: A distribution-sensitive analysis of household-level impacts. Policy Research Working Paper. *The World Bank South Asia Region Economic Policy and Poverty Sector*, Washington DC, 6024, 1-46.
- Emeagwali, G. T. (1988). Development alternatives with women: food and debt crises. *Review of African Political Economy*, 15, 94.
- FAO (2016). Food security indicators. Erişim Tarihi: 28.9.2016, <http://www.fao.org/economic/ess/ess-fs/ess-fadata/en/#.V-u48iiLTIU>.
- Galvao, A. (2008). Quantile regression for dynamic panel data with fixed effects. *Journal of Econometrics*, 164(1), 142-157.
- Geraci, M. & Bottai, M. (2007). Quantile regression for longitudinal data using the asymmetric laplace distribution. *Biostatistics*, 8(1), 140-54.
- IMF (2014). World economic outlook (WEO) legacies, clouds, uncertainties list of tables October, 25-31.
- Kirby, R. & Capps, O. Jr. (1994). Impact of consumer installment debt on food expenditures. *The Journal of Consumer Affairs*, 28(1), 81-95.
- Koenker, R. & Bassett, Jr. G. (1978). Regression quantiles. *Econometrica*, 46, 33-50.
- Koenker, R. (2004). Quantile regression for longitudinal data. *Journal of Multivariate Analysis*, 91(1), 74-89.
- Lamarche, C. (2010). Robust penalized quantile regression estimation for panel data. *Journal of Econometrics*, 157(2010), 396-408.
- Machado, J.A.F., Parente, P.M.D.C & Santos Silva, J.M.C. (2011). QREG2: stata module to perform quantile regression with robust and clustered standard errors. Statistical Software Components S457369, Boston College Department of Economics, revised 16 Jun 2017.
- Mohamed, Hoda Abd El H. A. (2014). The impact of food price crisis on government debt in the Arab Region. *Procedia Economics and Finance*, 14, 253-262. DOI: 10.1016/S2212-5671(14)00710-2

- 
- Parente, P.M.D.C & Santos Silva, J.M.C. (2016). Quantile regression with clustered data. *Journal of Econometric Methods*, 5, 1-15. DOI: 10.1515/jem-2014-0011.
- Powell, D. (2015). Quantile regression with nonadditive fixed effects. Unpublished Paper. *Rand Corporation*, April.
- Powell, D. (2016). Quantile treatment effects in the presence of covariates. Unpublished Paper. *Rand Corporation*. April.
- Romanoff, S. (1992). food and debt among rubber tappers in the Bolivian Amazon. *Human Organization*, Summer, 51, 122-135.
- Rosen, A. (2009), Set identification via quantile restrictions in short panels. *Journal of Econometrics*, 166(1), 127-137.
- Saçaklı Saçıldı, İ. ve Koşan, İ. (2015). Kantil Regresyon Analizi. *Stata ile panel veri modelleri*. (ss.63-64) İstanbul: Der Yayınları.
- Watts, J. (2000). No progress on debt and genetically – modified food. *The Lancet*, 356, 408.
- World Bank, FAO & IFAD (2009). Gender in agriculture sourcebook: agriculture and rural development. *The International Bank for Reconstruction and Development, The World Bank*, Washington DC, 11.
- WorldAtlas. Erişim Tarihi: 24.4.2018, <https://www.worldatlas.com/articles/the-countries-importing-the-most-food-in-the-world>.
- Yeong, J., Tey, S. & Radam, A. (2011). Demand pattern of rice imports in malaysia: implications for food security. *The Science, Sociology and Economics of Food Production and Access to Food*, 3, 253-261.
-



# Avrupa Borç Krizi Çerçevesinde Cesareti Kırılmış İşçi Etkisi ve İlave-İşçi Etkisi<sup>1</sup>

## The Discouraged Workers Effect and The Added Workers Effect in European Debt Crisis

Armağan TÜRK\*

Rengin AK\*\*

### Öz

Avrupa’da yaşanan borç krizinin ülke ekonomileri üzerinde birçok olumsuz etkisi olmuştur. Bu olumsuz etkilerden biride istihdam üzerinedir. Literatürde işgücüne katılma oranı ile işsizlik arasındaki ilişki temelde iki hipotez çerçevesinde incelenmiştir. Bu hipotezler “Cesareti Kırılmış İşçi Etkisi” ve “İlave –İşçi Etkisi”dir. Cesareti kırılmış işçi etkisine göre ekonomik durgunluğun olduğu dönemlerde uzun süredir iş arayan bireylerin iş bulma ümidini yitirmeleri sonucunda emek piyasalarından ayrılacağını öngörmektedir. Bu öngöründe işsizlik oranı azaldığında işgücüne katılma oranının artacağı ya da tersi durumun oluşması beklenmektedir. İlave-işçi etkisi ise yine ekonomik durgunluğun olduğu dönemlerde ailenin geçimini sağlayan kişinin işsiz kalması sonucu diğer aile bireylerinin emek piyasasına katılacağını öngörmektedir. Bu öngöründe işsizlik oranı azaldığında işgücüne katılma oranının da azalacağı ya da tersi durumun oluşması beklenmektedir. Çalışmamızda bu iki etkinin Avrupa borç krizinde seçilmiş Euro bölgesi ülkelerinde (PIIGGS-Portekiz, İrlanda, İtalya, Yunanistan, Birleşik Krallık, İspanya) geçerli olup olmadığı test edilecektir. Çalışmada Break Point Unit Root testi kullanılarak seçilmiş ülkelerde işsizlik oranı ve işgücüne katılma oranlarındaki kırılmalar tespit edilmiştir. Kukla değişkenli modeller yardımıyla yapılan hesaplamalarda, cesaret kırılmış işçi etkisi İrlanda, İngiltere ve Portekiz’de gözlemlenmiştir. İlave işçi etkisi Yunanistan’da açıkça görülmüştür. İtalya ve İspanya’da ilave işçi etkisi, cesaret kırılmış işçi etkisinden daha baskındır. İlave işçi etkisi, yarı zamanlı kadın çalışanlar için hesaplandığında Portekiz, İrlanda, Yunanistan ve Büyük Britanya’da istatistiksel olarak anlamlı hesaplanmıştır. İtalya’da, yarı zamanlı çalışan kadınlarla uzun vadeli işsizlik arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki yoktur. İspanya’da ilave işçi etkisinin zıt ve istatistiksel olarak anlamlı olduğu hesaplanmıştır. Başka bir deyişle, İspanya’da yarı zamanlı çalışan kadınlar ve uzun vadeli işsizlik verilerine göre ilave işçi etkisi yoktur.

**Anahtar Kelimeler:** Cesareti kırılmış işçi etkisi, İlave-işçi etkisi, Avrupa borç krizi.

### Abstract

The debt crisis experienced in Europe has had several adverse effects on economies of countries. Employment is one of the adversely affected areas. The relationship between the labor force participation rate and unemployment is essentially examined within the framework of two hypotheses. These hypotheses are “The Discouraged Worker Effect” and “The Added Worker Effect”. The discouraged worker effect anticipates that workers looking for employment for extended periods of time will withdraw from the labor market due to losing hope in periods of economic recession. According to this hypothesis, it is expected that the labor force participation rate will increase once the unemployment rate decreases and vice versa. The added worker effect anticipates that if the worker who provides the livelihood of the family becomes unemployed, other members of the family will participate in the labor market. According to this hypothesis, it is expected that the labor force participation rate will decrease once the unemployment rate decreases and vice versa. This study aims to test whether these two effects apply to selected Euro zone countries (PIIGGS-Portugal, Ireland, Italy, Greece, Great Britain, Spain) during the European Debt Crisis. In the study, the unemployment rate and labor force participation rates of the selected countries were determined by using the Break Point Unit Root test. In the calculations made with the help of dummy variable models, the effect of discouraged worker was observed in Ireland, Great Britain and Portugal. The added worker effect is clearly seen in Greece. In Italy and Spain, added worker effect is more dominant than discouraged worker effect. The added worker effect is statistically significant in Portugal, Ireland, Greece and the Great Britain when it is calculated for part-time female employees. In Italy, there is no statistically significant relationship between part-time female workers and long-term unemployment. In Spain, added worker effect was found to be opposite

<sup>1</sup> Bu çalışma 3rd International Finan Debt Conference 2016’da sunulan bildiriden türetilmiştir.

\* Dr. Öğr. Üyesi, Bandırma Onyedü Eylül Üniversitesi, İİBF, aturk@bandirma.edu.tr

\*\* Doç.Dr., Kırklareli Üniversitesi, İİBF, rengin\_ak2000@hotmail

and statistically significant. In other words, there is no added worker effect on part-time female workers and long-term unemployment data in Spain.

**Keywords:** Discouraged Worker Effect, Added Worker Effect, European Debt Crisis

## Introduction

Hypotheses of “The Discouraged Worker Effect” and “The Added Worker Effect” are used to explain the relationship between the labor force participation rate and unemployment. The discouraged worker effect is defined as withdrawal of unemployed individuals from the labor market as a result of losing their hope to find employment due to increased unemployment rate and even worse conditions during periods of economic recession (Yamak and Yamak, 1999:17). Another definition is the active population during periods of economic shrinkage who do not look for employment using any channel in spite of being ready to work in case of finding employment due to losing hope and therefore are not included in the definition of the labor force (Turkish Language Association, 2016). The added worker hypothesis is defined as participation of other family members in the labor market during periods of economic recession in order to compensate for the lost income due to unemployment of the primary responsible or the income provider of the family. In this way, an attempt is made to diminish the difference between income and consumption (Gong, 2010, p. 2). Another definition is the temporarily increased labor supply from women with unemployed partners (Lundberg, 1985, p. 11).

If the discouraged worker hypothesis is valid in an economy, a negative relationship is expected between the unemployment rate and the labor force participation rate. In other words, the labor force participation rate will decrease in case of increased unemployment and vice versa. If the added worker hypothesis is valid in an economy, a positive relationship is expected between the unemployment rate and the labor force participation rate. In other words, the labor force participation rate will increase with increased unemployment rate and vice versa. It is noted in the literature that although women and the youth participate in the labor force when the unemployment rate increases, the discouraged worker hypothesis is more dominant (Lundberg, 1985, p. 12).

The discouraged worker hypothesis suggests that the calculated unemployment rate is lower than the actual unemployment during periods of economic recession. This is because those who used to be in the labor market will withdraw from the market with economic recession believing that they have no more chance to find employment. The added worker hypothesis, on the other hand, suggests that the calculated unemployment rate is always higher than the actual unemployment during periods of economic recession. This is because other members of the family enter into labor market due to unemployment of primary income provider. In other words, these individuals would not participate in the labor market if the primary income provider was not unemployed. In short, more than one individual will leave the labor market when a new employment opportunity is created for a single person (Yamak and Yamak, 1999, p. 17).

These two hypotheses may be observed in the same economy at the same time. They may be observed in the same household at the same time as well. When the primary income provider in a household becomes unemployed, individuals may participate in the labor market or stop searching for a job due to economic recession. Similarly, discouraged employment may be observed within a family, whilst added worker effect is observed within another.

## The Literature of the Discouraged Worker Effect and the Added Worker Effect

Although theoretical studies on discouraged worker effect and added worker effect are as old as those on unemployment rate and labor force participation rate, empirical studies are relatively new. Examples related to the subject from countries are not sufficient and the number of empirical studies in terms of economic recession is negligible. The relationship between the

---

increase in labor supply of married women and unemployment of their husbands goes back to the study conducted by Woytinsky in 1942 (Stephens, 2000, p. 1).

Studies on discouraged worker effect focus on elimination of disadvantages caused by this effect. It is emphasized that to determine policies to reduce the number of discouraged workers is important. Such policies will influence behaviors of market participants. The number of jobseekers will increase, the minimum wage (reservation fee) acceptable by workers will increase and the expected labor supply and the expected profits of employers will increase as well. If the density of efficiency is an increasing function, a drop in the welfare payment will reduce the number of discouraged workers and the number of employers participating in the market will increase (MacMinn, 1980, pp. 83-84).

In a study conducted for Canada between 1953-1974, both discouraged worker effect and added worker effect were found to be insignificant for males between 25-44. In addition, a clear yet small discouraged worker effect was found for most gender and age groups (Kuch and Sharir, 1978, pp. 113-115).

Cave (1983) used the properties of rational and hedonic models to develop a structural model for categorical labor force behavior to help explain discouraged worker effect. Accordingly, contradictory pricing strategies such as the minimum wage tend to eliminate supply surplus. This prevents those who have a low probability to find employment from participating in the labor market. With the substitution effect of the wage increase, those who exceed the income effect desire to work more hours, whereas they desire to work less hours in the opposite case. Minimum wage adjustments made after labor markets reach a balance reduces the labor demand. All those who are affected by this reduction in demand are discouraged workers. The author concludes that the number of discouraged workers depends on the efficiency of labor and the substitution flexibility of physical capital (Cave, 1983, pp. 286-299).

Discouraged worker effect was investigated for England in a study covering 1978-1992. It was noted in this study that the satisfaction level of the woman whose husband is employed and the satisfaction level of the woman whose husband is unemployed may be different. Discouraged worker effect and whether there is a descriptive relationship between free times of spouses were tested within this framework. An attempt was made to reflect employment opportunities encountered by all members of the family using local labor markets. It was suggested that spouses have a lower probability of looking for employment in periods of economic crisis and a discouraged worker effect is observed in general. The discouraged worker effect was calculated using the monthly regional unemployment rates in the study. Accordingly, a 1% increase in unemployment reduces the employment of the spouse by 0.8%. One-fourth of this decrease arises from discouragement. This effect was calculated to be stronger for women with unemployed husbands (Bingley and Walker, 2001, pp. 158-171).

Added worker effect and discouraged worker effect were investigated for urban Turkish families between 1988-1994. The effect of the crisis of 1994 on employment choices of spouses was found to be statistically significant. Also, it was concluded that added worker effect was more dominant compared to discouraged worker effect in the period investigated (Başlevent and Onaran, pp. 2003:440).

In a study conducted for Turkey, it was anticipated that macro-shocks seen in periods of adversity such as crisis periods would decrease employment opportunities, disturb working conditions and weaken added worker effect at micro level. It was noted that discouraged worker effect would be triggered as a result (Değirmenci and İlkaracan, pp. 2013:28).

---

Most of the empirical literature on added worker effect focuses labor supply of women who are not participants of the market in the United States. For this reason, added worker effect was calculated to be small or none in initial studies (Bredtmann, 2014:6). In an initial study conducted on the subject in the United States, it was concluded that labor supply of married women depends on two reasons. The first is the long-term income expectation of spouses and the second is the deviation of current income from its normal level. In this context, a significant relationship was found between the decrease in working hours of the male spouse, thus the income, and the participation of the married woman in labor market. The deviation of the current income from its normal level was found to increase labor supply of married women as well (Mincer, 1962, pp. 72-73).

In another regional study for the United States, a significant relationship was found between the increase in unemployment rate of male spouses who provide the household income and the employment of female spouses. The crosstab analysis showed that the probability of married women's participation in labor force is the highest when their spouses are unemployed. Besides, it was found that this phenomenon is more dominant in black and Hispanic families in comparison to white families (Lundberg, 1985, pp. 22-25).

Another study related to added worker effect focuses on the effect of current employment status of the spouse on the woman's participation in labor market, rather than the participation status of women with unemployed spouses. Labor market participation responses of women to the dismissal of the spouse in short and long term were investigated. The relationship between the amount of income loss in case of the spouse's job loss and entry of women into the labor market was examined. It was found in the study that an income loss of 25% and above increases women's entry into the labor market in long term (Stephens, 2000, p. 1).

In a study conducted for a different region of the United States, a strong relationship between the working time of the male spouse and the participation of the female spouse in the labor market could not be found (Heckman, Macurdy, 1980:67). In a study performed for the period between 1980-2000, the probability of added worker effect was found to increase from 4.68% to 8.3% (Mankart, Oikonomou, 2016, p. 48).

Studies related to discouraged worker effect and added worker effect examine the effects of crises and similar cases on labor markets within the framework of these hypotheses. Studies on discouraged worker effect investigate economic reasons behind individuals' losing hope in job search. Such studies focus on reasons behind alienation or complete withdrawal of individuals from labor markets and resulting impacts. Studies on added worker effect mostly focus on the extent to which the female spouse participates in the labor market in case of unemployment of the male spouse. Other than the female spouse, there are studies on the participation of other family members in the labor market as well.

The crisis of 2007 affected many countries in Europe. Economic crisis leads to contraction of the market. As a result of contracted market, the demand in the labor market decreases. Unemployment, which is perceived as a problem by countries, becomes an even more important matter in periods of crisis. The problem of unemployment, the fight against unemployment and similar problems in the labor force market have frequently appeared on the agenda during the crisis experienced in Europe. The present study examines Portugal, Ireland, Italy, Greece, Great Britain and Spain, referred to as PIIGGS countries, which were the most affected countries from the crisis of 2007.

### **European Debt Crisis and PIIGGS Countries**

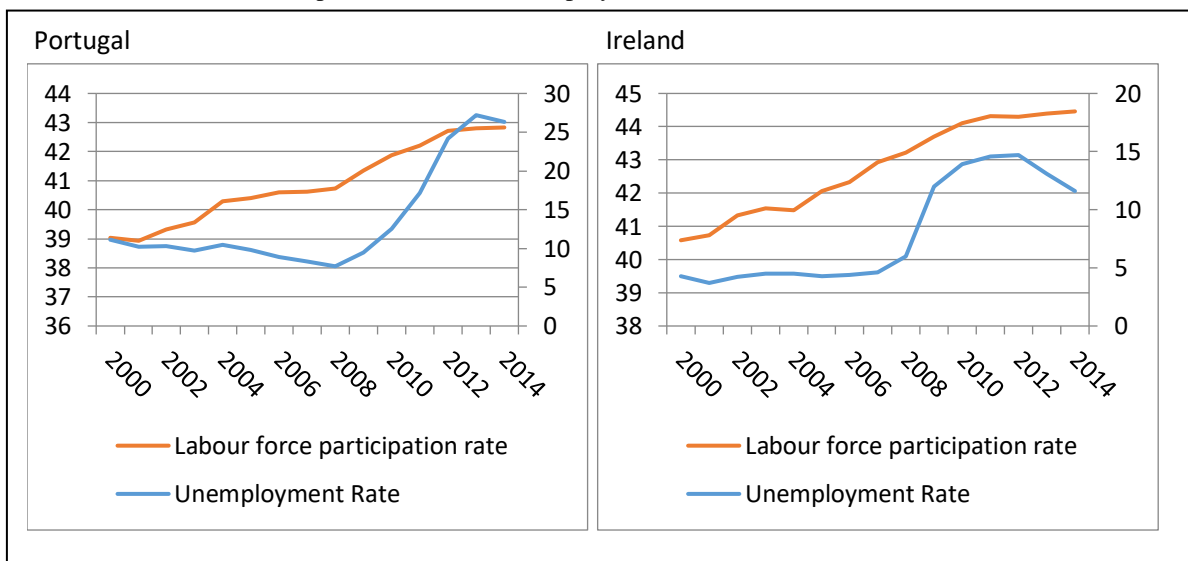
To review basic characteristics of labor markets in PIIGS countries, which are suggested to be the worst affected countries from the European debt crisis, will be very useful to understand discouraged worker effect and added worker effect in these countries. In this context, the most recent developments related to labor market in Portugal, followed by Ireland, Italy, Greece, United Kingdom and Spain can be summarized as follows.

Unemployment in the period after 2000 was deemed reasonable in Portugal, which led to lack of policies produced in relation to this matter. The unemployment statistics which were re-adjusted in 2014 showed that the unemployment rate was higher than thought. The latest statistics published (2016) showed the presence of discouraged unemployment in the country. The worsened perception related to the unemployment rate influenced expectations and increased unemployment and the number of discouraged workers (IMF, 2014, p. 82).

In years after the crisis, the problem of long term unemployment was given great importance in Ireland. Especially construction and manufacturing industries were addressed, which saw a decrease of approximately 50% in employment during the crisis. Another remarkable situation in the country is the increase in employment in health and education industries during the crisis period. Very strict conditions for unemployment benefit in the country are a factor which improves the willingness to job search. The point of giving up on job search (being discouraged) is higher compared to other countries (O,Hogan, 2016).

To solve the problem of unemployment, Ireland placed the technology to the center of the growth process (Solow Growth Model). Efforts were made to improve job creation in older companies and professions. Similarly, Efforts were made to create jobs in newer companies and professions.

**Chart 1:** Labor Force Participation Rates and Unemployment Rates 2000-2014 (1)

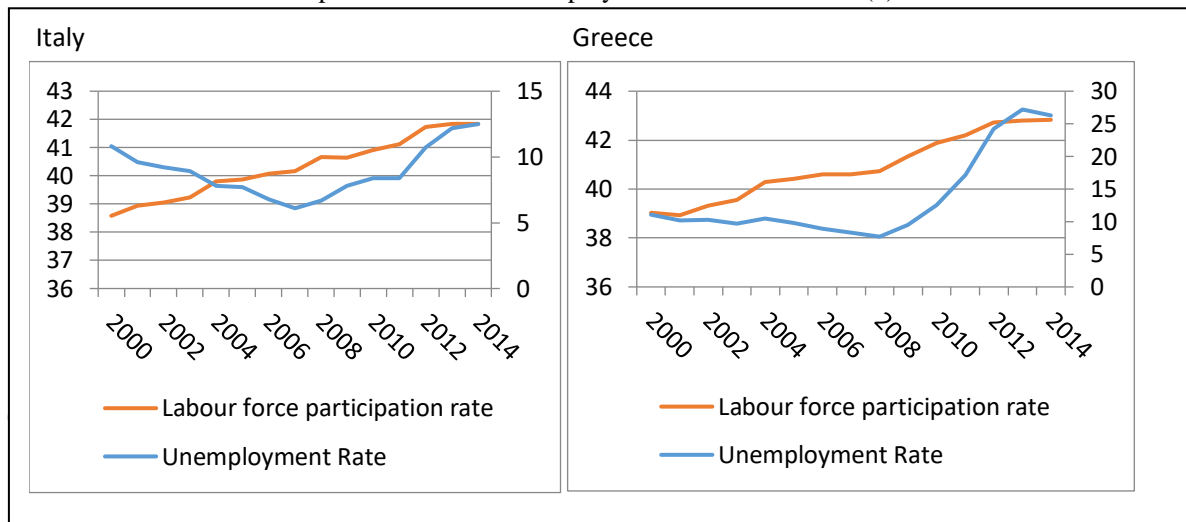


The labor market reform implemented in Italy in 2012 to fight against unemployment involved the protection of workers via permanent contracts. No finding was obtained showing that this implementation reduced unemployment in Italy. Policy makers believe that the permanent protection of workers by the law increases unemployment. The unemployment rate in the country usually follows the EU average. However, there is a considerable difference between the North and the South of the country. The unemployment rate is higher in the North compared to the South by approximately 20% (Piazza and Myant, 2015, p. 15).

Greece was affected more badly from the crisis compared to other countries. The unemployment rate of the country reached record levels. The rate increased even further with the youth unemployment rate. Theoretically, in case of high unemployment, the exchange rate must be adjusted (devaluation) with expanding fiscal and monetary policies which will increase the total demand in the economy. However, implementation of such policies in Greece is prevented due to its membership in the EU (Pettinger, 2014).

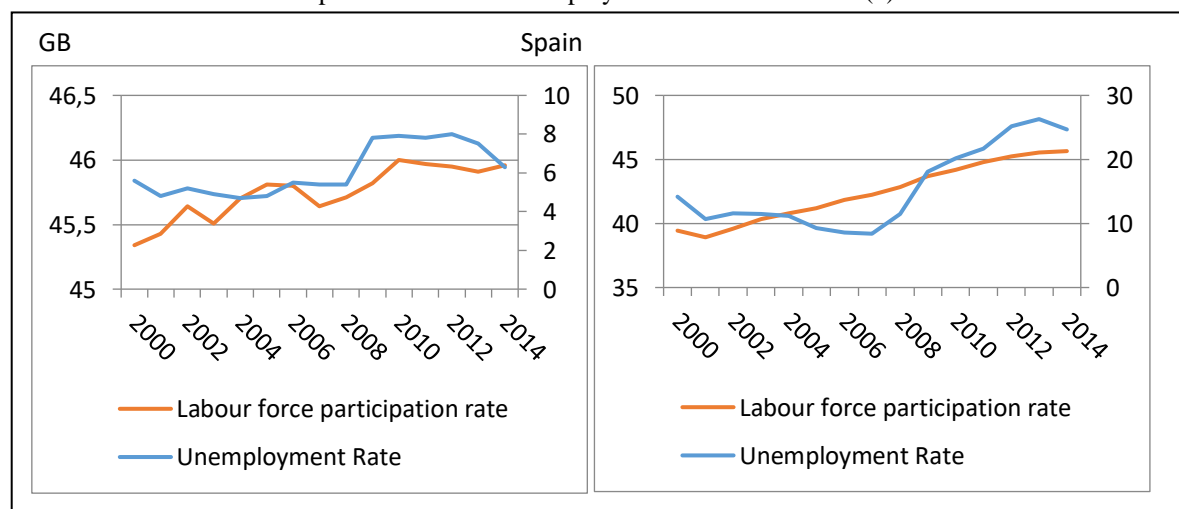
Greek labor markets seems to have a low labor force participation rate for women, a high self-employment rate, a large agricultural sector, albeit shrinking, and a rapidly expanding service industry. Governments mostly preferred to use social funds to eliminate problems in this structure (Papadopoulos, 2016, p. 1).

**Chart 2:** Labor Force Participation Rates and Unemployment Rates 2000-2014 (2)



High employment rates (12%) experienced in the Great Britain in early 1980s dropped to around 5% as a result of the expansion in late 1990s and early 2000s. This meant almost complete employment. In 2008, individuals dismissed due to a deep recession increased the unemployed rate sharply. However, although the recession continued in the period after 2008, the unemployment rate decreased unexpectedly. This was associated with high flexibility of the labor market and encouragement of individuals for job search due to changes in earnings. In this case, one would expect a low discouraged worker effect.

**Chart 3:** Labor Force Participation Rates and Unemployment Rates 2000-2014 (3)



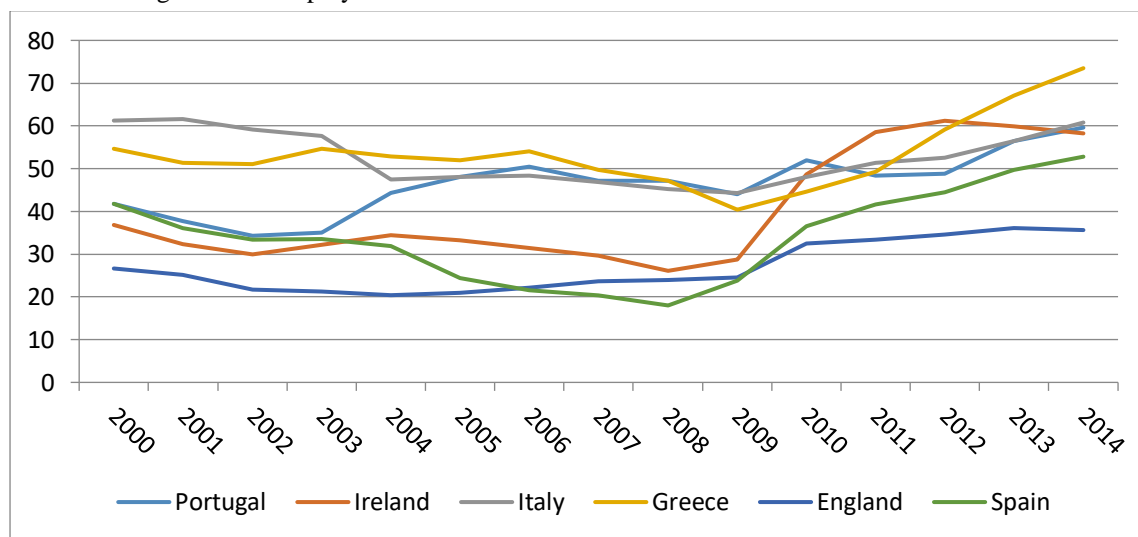
After the crisis of 2007, the recession experienced in the EU affected many countries. Although developments in important economies of the region after the crisis helped reduce unemployment rates, the unemployment rate of 20% in Spain is well above other countries experiencing economic difficulties such as Italy (11%) and Portugal (12%). In addition to the high unemployment rate, another result is the pessimism related to youth unemployment figures (Evias, 2016).

The main reason behind this situation in Spain is very high unemployment benefits, which could not be lowered despite of reforms. High unemployment benefits reduce job search tendencies and cause individuals to shift to discouraged worker statistics. The dual structure in labor markets does not encourage individuals to become continuous workers. 92% of approximately 16 million employment contracts executed in 2015 were temporary employment contracts. One out of every four contracts had a duration of less than seven days (Mount, 2015).

### Discouraged Worker Effect and Added Worker Effect

Discouraged worker effect is usually defined in the literature as elimination of unemployed individuals' desire to participate in labor markets and giving up on job search due to adversities in the economy. Long-term unemployment rates showing individuals looking for employment for over a year in the countries addressed are used for this purpose. Long-term unemployment trends in the selected countries between 2000-2014 can be seen in the chart below.

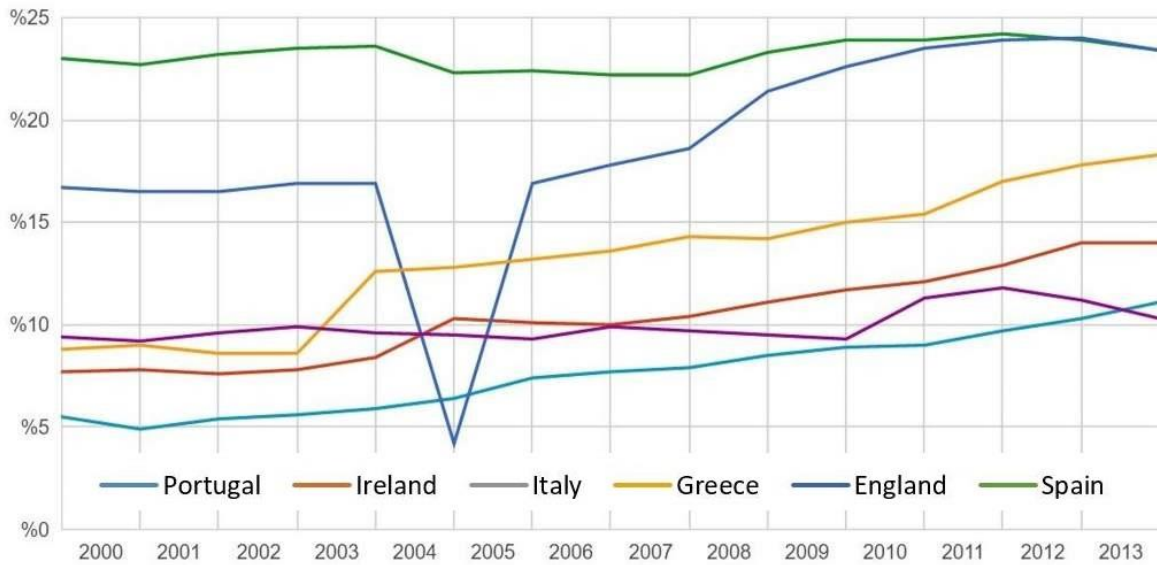
**Chart 4:** Long Term Unemployment Rates of PIIGGS Countries 2000-2014



Although an improvement is observed in Ireland and Great Britain in terms of the long term unemployment rate, the rate continues to increase in Greece, Italy, Portugal and Spain.

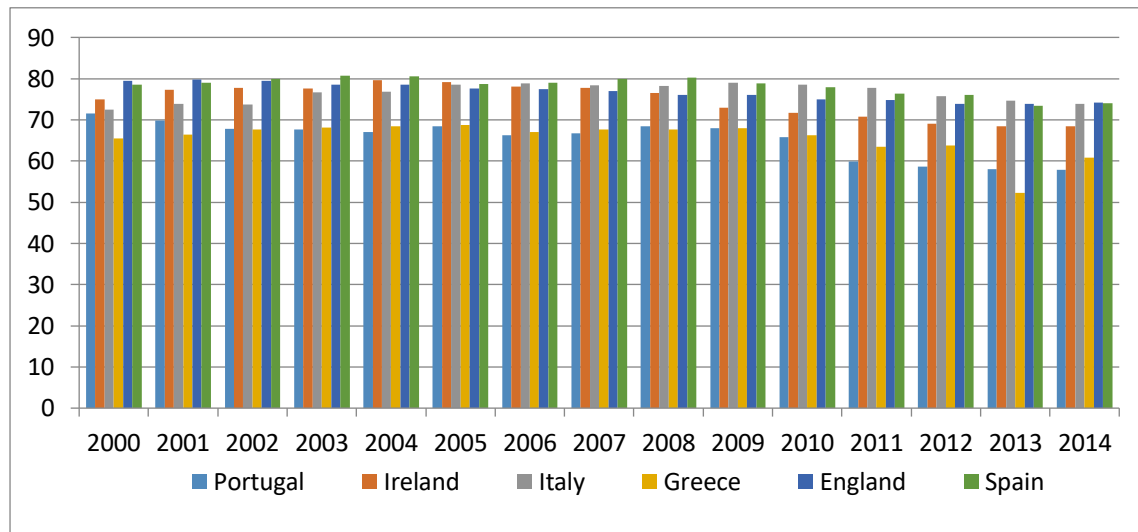
Added worker effect is defined as the participation of the female spouse or other family members in the labor market due to a shrinkage in the economy or decreased income expectation. The labor force participation rate of women and children is used to measure this effect in the literature. Another indicator is the increase in the demand for part-time jobs.

**Chart 5:** Part-time Employment in PIIGGS Countries 2000-2014



The part-time employment, which shows a horizontal progress until 2007, seems to have shown an increasing trend after 2007. A decrease is observed to have started in Portugal, Great Britain and Ireland in terms of part-time employment after 2011. However, this decrease does not seem to take part-time employment to the level before the crisis in these countries. The chart below shows part-time employment for women in the selected countries.

**Chart 6:** Part-time Employment for Women in PIIGS Countries 2000-2014



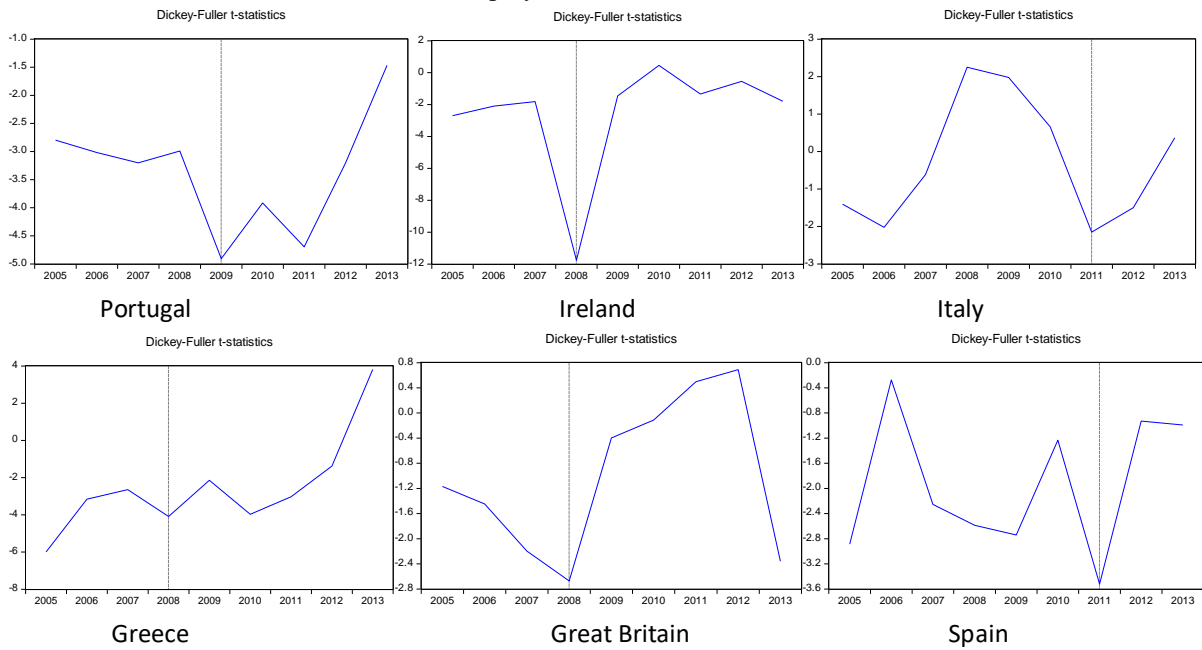
Part-time employment for women did not show a considerable change in Great Britain. This is because of the high overall labor force participation in the country. The largest change in part-time employment for women is observed in Greece. The main reason behind this increase is the severity of crisis in Greece and the traditionally low labor force participation rate of women. The low labor force participation rate of women might have led women to enter into labor markets to maintain expected income during the period of crisis.

### Data and Initial Analysis

Whether the year 2007 constituted a break point in terms of unemployment rates and labor force participation rates was investigated by Break Point Unit Root test in the analysis performed for the selected countries using the data between 2000-2014.

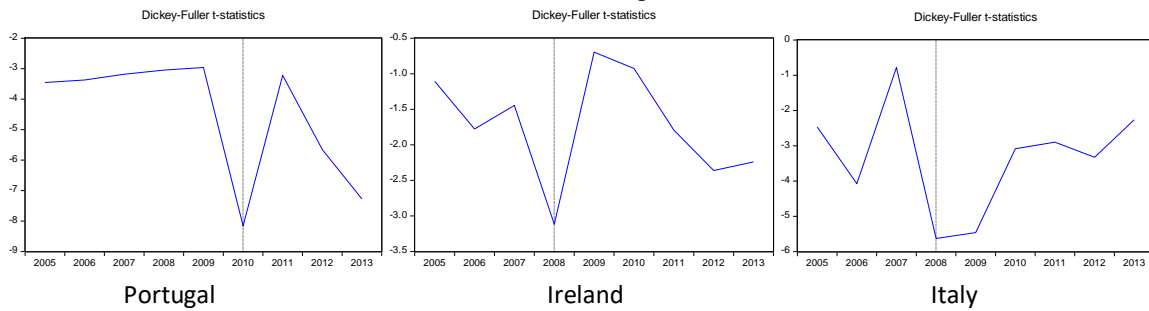


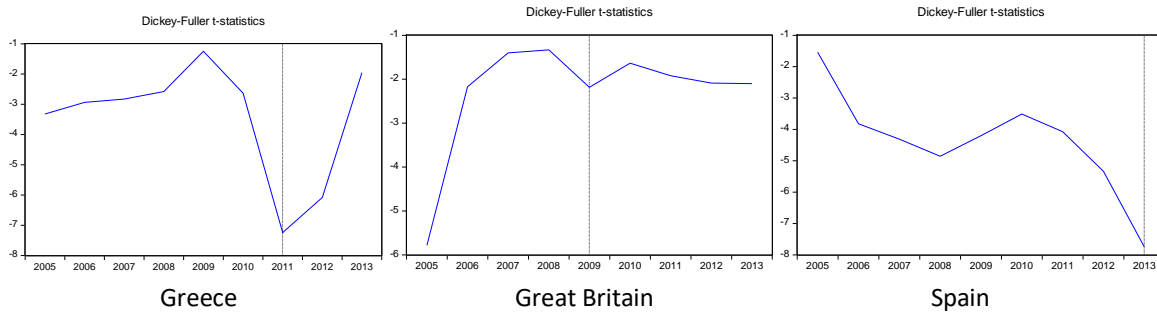
**Chart 7: Break Point Unit Root Tests-Unemployment Rates**



The break point in terms of unemployment rates was found to be 2009 for Portugal, 2008 for Ireland, 2011 for Italy, 2008 for Greece, 2008 for Great Britain and 2008 for Spain.

**Chart 8: Break Point Unit Root Tests- Labor Force Participation Rates**





The results in terms of labor force participation rates were 2010, 2008, 2008, 2011, 2009 and 2013 respectively in the same order.

The expected relationship between the unemployment rate and the labor force participation rate under discouraged worker effect and added worker effect is as follows in the literature.

-Discouraged Worker Effect: Unemployment Rate  $\uparrow$  Labor Force Participation Rate  $\downarrow$ , if the unemployment rate increases, the labor force participation rate is expected to decrease. Or vice versa.

-Added Worker Effect: Unemployment Rate  $\uparrow$  Labor Force Participation Rate  $\uparrow$ , if the unemployment rate increases, the labor force participation rate is expected to increase. Or vice versa.

In the calculations made with the help of dummy variable models, the following results have been reached for the selected countries among the long-term unemployment rates and labor force participation rates. Ireland is calculated as the most corrupt country. Great Britain, Portugal, Italy, Spain and Greece followed Ireland. According to the results, the discouraged worker effect is observed in Ireland, Great Britain and Portugal. The added worker effect is clearly seen in Greece. In Italy and Spain, added worker effect is more dominant than discouraged worker effect. The added worker effect is statistically significant in Portugal, Ireland, Greece and the Great Britain when it is calculated for part-time female employees. In Italy, there is no statistically significant relationship between part-time female workers and long-term unemployment. In Spain, added worker effect was found to be opposite and statistically significant. In other words, there is no added worker effect on part-time female workers and long-term unemployment data in Spain.

The analysis performed for the selected countries yielded the following results.

|                  | Unemployment Rate-Labour force participation rate | Part-time female workers-long-term unemployment |
|------------------|---|---|
| <b>Portugal</b>  | Discouraged worker effect                         | Added worker effect +                           |
| <b>Ireland</b>   | Discouraged worker effect                         | Added worker effect +                           |
| <b>Italy</b>     | Added worker effect > Discouraged worker effect   | statistically insignificant                     |
| <b>Greece</b>    | Added worker effect                               | Added worker effect +                           |
| <b>G.Britain</b> | Discouraged worker effect                         | Added worker effect +                           |
| <b>Spain</b>     | Added worker effect > Discouraged worker effect   | Added worker effect -                           |

The analysis performed for the selected countries showed that discouraged worker effect was more dominant than added worker effect in Portugal, Ireland and Great Britain in the period after the crisis of 2007. It was concluded that added worker effect was more dominant compared to discouraged worker effect in Italy, Greece and Spain.

---

## Conclusion

There are many adversities in the economy which policy makers try to eliminate. In addition to adversities in the economy, policy makers and citizens want to improve the current status as well. Economic growth, increased employment-decreased unemployment, increased foreign trade volume-decreased external deficit and equal income distribution may be listed as main goals for an economy. Among above mentioned goals, increased employment and decreased unemployment constitute the basis of our study. Unemployment is one of the most basic indicators showing the status of an economy. Today, every country gives great importance to unemployment and employment, regardless of development level. Although tools and methods may differ between countries, the main goal is to eliminate unemployment and create employment. Changing production methods associated with developing technology around the world limit the participation of individuals in labor markets. Moreover, the increase in population of a country has a significant effect as well. Higher population growth rates of underdeveloped and developing countries reduce employment opportunities and create unemployment problems in these countries. Although causes of unemployment may differ, its impact on countries is similar. In this study, unemployment and labor force participation rates in PIIGGS countries were examined within the framework of discouraged worker effect and added worker effect, which is not very common in the literature.

In this context, an attempt was made to investigate effects of the crisis of 2007, which started in the United States and spread to Europe, worst affected countries. The relationship between unemployment rates and labor force participation rates in these countries was observed for the crisis and post-crisis periods. It is assumed that the increase in the unemployment rate leads to a decrease in the labor force participation rate under discouraged worker effect in periods of economic recession. On the other hand, the increase in the unemployment rate is assumed to lead to an increase in the labor force participation rate under added worker effect. In our study, it was concluded that added worker effect was more dominant compared to discouraged worker effect in Italy, Greece and Spain, whereas discouraged worker effect was more dominant compared to added worker effect in Portugal, Ireland and Great Britain.

The main purpose of examining these effects and these countries is to investigate fitness levels of unemployment and employment policies implemented by countries in periods of economic recession, as well as to observe these two effects. For example, the fact that the unemployment rate was deemed reasonable and production of appropriate policies was neglected in Portugal might have deepened the problem. To take unemployment figures into account only is not sufficient for countries when making policies related to unemployment and employment. The increase in the number of discouraged workers will decrease the participation in labor markets and also cause a burden on the economy due to unemployment benefits. According to discouraged worker effect hypothesis, the calculated unemployment rate will be lower than the actual unemployment rate. Because economic recession cause individuals in job search to lose their hope and withdraw from labor markets. According to added worker effect hypothesis, on the other hand, the calculated unemployment rate will be higher than the actual unemployment rate. This is because family members with an unemployed main income provider enter into labor markets.

From this perspective, traditional approaches will not allow for successful policies related to unemployment and employment in Portugal and Ireland. It is necessary to develop policies aimed at including discouraged workers in labor markets in these countries. In other countries, it will be more useful to make policies aimed at ensuring continuity of workers in labor markets.

---

---

## References

- Başlevent, C. & Onaran, Ö. (2003). Are Married Women in Turkey More Likely to Become Added or Discouraged Workers?. *CEIS*. Fondazione Giacomo Brodolini and Blackwell Publishing, 439-458.
- Bingley, P. & Walker, I. (2001). Household Unemployment and the Labour Supply of Married Women. *Economica*. Vol. 68, No. 270, 157-185.
- Breadtmann, J. & Otten, S. Rulff, C. (2014). Husband's Unemployment and Wife's Labor Supply – The Added Worker Effect Across Europe. *Ruhr Economic Papers*. 484. RWI, Ruhr-University Bochum. 1-34.
- Değirmenci, S. & İlkaracan, İ. (2013). Economic Crises and the Added Worker Effect in the Turkish Labor Market. The Levy Economics Institute. Working Paper No:774. 1-47.
- Evias, P. (2016). The Mystery of Spain's Perpetual Jobs Problem. *The New York Time*. May 2. <http://www.nytimes.com/2016/05/03/upshot/spains-jobless-numbers-almost-look-like-misprints.html>, (date of access 7.10.2016).
- Gong, X. (2010). The Added Worker Effect and the Discouraged Worker Effect for Married Women in Australia. *IZA Discussion Paper No. 4816*. 1-24.
- Heckman, J.J. & Macurdy, T. E. (1980). A Life Cycle Model of Female Labour Supply. *The Review of Economic Studies*. Vol. 47. No. 1. Econometrics Issue. 47-74.
- IMF (2014). Portugal. IMF Country Report No.14/102. 1-87.
- Kuch, P.J & Sharir, S. (1978). Added- and Discouraged-Worker Effects in Canada: 1953-74. *The Canadian Journal of Economics*. Vol. 11. No.1. 112-120.
- Lundberg, S. (1985). The Added Worker Effect. *Journal of Labor Economics*. 1985. vol. 3. No. 1.
- MacMinn, R.D. (1980). Job Search And The Labor Dropout Problem Reconsidered. *The Quarterly Journal of Economics*. Vol. 95. No. 1. 69-87.
- Mankart, J. & Oikonomou, R. (2016). The Rise of the Added Worker Effect. *Economics Letters* 143. 48–51.
- Mincer, J. (1962). Labor Force Participation of Married Women: A Study of Labor Supply. *Aspects of Labor Economics*. Princeton University Press. 63-105.
- Mount, I. (2015). How Spain Wound Up With One of The Worst Job Markets in The World. *Fortune*. December 1. <http://fortune.com/2015/12/01/spain-job-market/>. (date of access 7.10.2016).
- O,Hagan, J. (2016). Long-term Unemployment a Bigger Problem Than Emigration. <http://www.irishtimes.com/business/economy/long-term-unemployment-a-bigger-problem-than-emigration-1.1704360>.
- Papadopoulos, T. (2000). Integrated Approaches to Active Welfare and Employment Policies Greece. *EUROFOUND*. European Foundation for the Improvement of Living and Working Conditions. 1-27.
- Piazza, G. & Myant, M. (2015). Italy's Labour Market Reforms of 2012: Did They Reduce Unemployment?. *ETUI Working Paper 2015.11*. 1-37.
-

- 
- Pettinger, T. (2014). Policies to Reduce Unemployment in Greece. ECONOMICS. <http://www.economicshelp.org/blog/10284/economics/policies-reduce-unemployment-greece/>. (date of access 7.10.2016).
- Stephens, M. (2000). Worker Displacement and the Added Worker Effect. National Bureau of Economic Research. 1-27.
- TDK (2016). Cesareti Kırılmış Emek. [http://www.tdk.gov.tr/index.php?option=com\\_bts&view=bts&kategori=veritbn&kelimesec=62234](http://www.tdk.gov.tr/index.php?option=com_bts&view=bts&kategori=veritbn&kelimesec=62234), (date of access 25.08.2016).
- Yamak, N. & Yamak, R. (1999). Türkiye’de İşsizlik Oranı İle İşgücüne Katılma Oranı Arasındaki İlişki. *Kamu-İş İş Hukuku ve İktisat Dergisi*. 5(1). 17-27.
-

## E7 Ülkelerinde Finansal Derinleşme ve Yoksulluk İlişkisi:

### Bootstrap Panel Nedensellik Analizi

## Financial Deepening And Poverty Reduction in E7 Countries: Panel Bootstrap Causality

Günay ÖZCAN \*

İbrahim ÖZMEN \*\*

#### Öz

Bu çalışmada, E7 ülkelerinde finansal derinleşme ve yoksulluk arasındaki nedensellik ilişkisinin 2001-2016 dönemleri için araştırılması amaçlanmaktadır. Değişkenler arasındaki nedensellik ilişkisinin test edilmesinde bootstrap panel Granger nedensellik analizi kullanılmıştır. Elde edilen sonuçlar trickle down hipotezinin (damlama hipotezinin) sadece bir ülkede geçerli olduğunu diğer yandan tamamlayıcılık hipotezinin (complementary hypothesis) ise üç ülkede geçerli olduğunu göstermektedir. Bu sonuçlar özel sektör kredilerinden (DC) yoksulluğa doğru tek yönlü, yoksulluktan para arzına (M2Y) doğru tek yönlü nedensellik ilişkisini ifade etmektedir.

**Anahtar Kelimeler:** Finansal derinlik, Yoksulluk, Trickle down, E7 Ülkeleri, Bootstrap panel nedensellik

#### Abstract

In this study, it is aimed to investigate the causality linkage between financial deepening and poverty in the E7 countries for the periods of 2001-2006. The causality linkage the variable was tested using the bootstrap panel Granger causality analysis. The results show that the trickle down hypothesis is valid only in one of the E7 countries, whereas the complementary hypothesis is valid in three of the E7 countries. These results imply one way causality from private sector credits (DC) to poverty and from poverty to money supply (M2Y).

**Keywords:** Financial deepening, Poverty, Trickle down, E7 Countries, Bootstrap panel causality

#### Giriş

Kapsayıcı büyümenin yerine ortaya çıkan yoksullaştırıcı büyüme, içinde bulunduğumuz dönemde alternatif politika arayışları ile ekonomik ve sosyal dengesizlikleri gidermenin yollarını aramaktadır. Bu tartışmanın özünde ekonomik büyüme yer alırken bağlantıda yoksulluk zayıf kalmıştır. Bunun altında yatan etkenler çok çeşitli olmasına rağmen bunlardan birisi de finansal sistemin yoksulluk üzerindeki etkisi gelişmiş ülkelerin günümüze kadar sürüyerek getirebildikleri görece kapsayıcı mali programların iyi analiz edilmemesi veya edilememesidir. Aslında mevcut ekonomik büyüme yerine yoksulluğu azaltıcı ekonomi politikaları gelişmiş ve gelişmekte olan ülkeler açısından oldukça önemlidir. Çünkü ekonomik ilerleme büyümeyi artırırken yoksulların yaşamını daha iyi hale getirmemektedir (Uddin vd. 2014). Kaldor (1957) tarafından geliştirilen tasarrufların olumlu katkısı ile marjinal tasarruf eğiliminden hareketle artan büyüme ile gelir dağılımı arasındaki ilişki güncelliğini korumaktadır. Ancak bu alanda yapılan birçok çalışma artan büyümenin yoksulluğu azaltıcı etkilerine yönelik bu teoriyi destekler nitelikte değildir (Şenses 2014). Örneğin gelir dağılımı ve ekonomik büyüme arasındaki ilişki 1980’li yıllardan 2000’li yıllara kadar farklı bir seyir izlerken 2008 yılındaki ekonomik krizin etkisiyle gelişmiş ülkelerde de olumsuz etkiler ortaya çıkarmıştır. Diğer yandan 2008-2010 dönemlerinde ise gelişmekte olan ülkelerin tamamına yakınında gelir dağılımındaki eşitsizlik azalmıştır (Şenses 2014).

Yoksulluk, gelir eşitsizliği gibi kavramların kullanımı veya politik aktörlerin dikkatini çekmesi ya da ampirik çalışmaların konusunu oluşturması 19. yüzyıla kadar götürülebilir. Yılmaz (2012)’a göre yoksulluğun kavram olarak gündeme gelmesi 1840’lı yıllarda

\* Dr. Öğr. Üyesi, Necmettin Erbakan Üniversitesi, İktisat Bölümü, Konya, gael@konya.edu.tr

\*\* Dr. Öğr. Üyesi, Selçuk Üniversitesi, Maliye Bölümü, ibrahimozmen@selcuk.edu.tr

gerçekleşmiş ve yoksul kitlelerin kontrolü ve dönüşümü için yoksulluk ve istatistik yan yana getirilerek kullanılmaya başlanmıştır. Bu hali ile yoksulluğun tanımlaması Charles Booth (1902)'a aittir. Booth yoksulluğu ifade etmek için yoksulluğun sınırı (line of poverty) kavramını kullanmıştır. Booth' un bu çalışması ile yoksul gelir veya tüketim ya da bunların her ikisi ile ilişkili bir kurum haline gelmiştir. Bu doğrultuda yaşanan kavramsal gelişmelerin büyük bir kısmı 1880'li yıllardaki sosyal reformcular tarafından temelleri atılmış kavramlardır (Yılmaz, 2012).

Diğer yandan finansal gelişme ve ekonomik büyüme arasındaki ilişki hakkındaki çalışmaların tarihi ise 1980'li yıllara denk gelir. Finansal gelişme ve ekonomik büyüme hakkında çok sayıda çalışma bulunmaktadır. Bunun yanı sıra bazı çalışmalar da yoksulluk ve finansal gelişme konusuna odaklanmıştır. Bu bağlamda ekonomik gelişmenin ilerlemesinde finans sisteminin rolü uzun yıllardır tartışılan bir konu olmuştur.

Aslına bakılırsa finansal derinleşmenin ekonomik büyümeye etkilerini araştıran çalışmaların yanında finansal derinleşmenin yoksulluk üzerine etkilerini inceleyen çalışmalar daha sınırlı kalmıştır. Ayrıca, bu tür çalışmalar, finansal derinleşmenin gelişmekte olan ülkelerde yoksulluğun azaltılmasına yol açıp açmayacağı konusunda ampirik açıdan belirsiz ve tutarsız sonuçlar ortaya çıkarmaktadır (Abosedra vd., 2016; Seven ve Coşkun, 2016). IMF, Mali İzleme Raporunda (Fiscal Monitor) (2017), eşitsizlik ve yoksulluk kavramını pek çok kez yana yana getirmiştir. Dünyanın genelinde düşük ekonomik büyüme rakamları bu önemli iki olgunun kaynağı olarak ifade edilmiştir. Diğer yandan eşitsizlik ve yoksulluk kalıcı ve endişe verici konulardır (Seven ve Coşkun, 2016).

Bu yaklaşım iktisat literatüründe birkaç farklı kanal aracılığı ile kendini göstermektedir. Bunlardan ilki; artan servet birikimi sayesinde üst gelir grubundan alt gelir grubuna doğru fon akışı sağlanabilir. Yine artan servet birikimi ile tasarruflar ve yatırımlar arasındaki ilişki sayesinde düşük maliyetli borçlanma yoksullar içinde geçerli olacaktır. İkincisi; yine üst gelir grubunun yarattığı servet birikimi alt gelir grubu için yeni iş alanları yaratacak ve alt gelir grubunun tarım sektöründen farklı alanlarda iş bulmasına yardımcı olacaktır. Üçüncü kanal ise sermaye üzerinden alınan vergilerin azaltılması ile ekonomik faaliyetlerin uyarılmasına, sermaye birikiminin artmasına ve bunun sonucunda emeğin marjinal verimliliğinin artması ile reel ücretlerin artacağı varsayımına dayanmaktadır. Bu varsayım sermayenin üzerinden alınan vergilerin azaltılması ile alt gelir grubunun ücretlerinde artış ortaya çıkacağını ileri sürmektedir (Akıncı, 2015). Benzer durum devletin vergi politikaları ile de açıklanabilir. Üst gelir gruplarının ödedikleri vergiler alt gelir gruplarına kamu harcamaları ile transfer edilmesi ile ortaya çıkacaktır. Bu da alt gelir grubunun üst gelir grubundan sağladığı “trickle down” şeklinde yorumlanabilir.

Politika perspektifi açısından, finansal sektör reformu, Dünya Bankası ve Uluslararası Para Fonu tarafından, mali hizmetlere erişimin zayıf olmaması için politika reçete paketlerinde sıklıkla ele alındığından, finansal derinleşmenin hangi mekanizmalar aracılığıyla yoksulluğun azaltılmasında nasıl ve ne şekilde etkili olacağını bilmek oldukça önemlidir. Yukarıda yer verilen bağlamda bu çalışmada, E7 ülkelerinde (Çin, Hindistan, Türkiye, Endonezya, Meksika, Brezilya ve Rusya) finansal derinleşme ve yoksulluk ilişkisi bootstrap panel Granger nedensellik analizi yöntemiyle 2001-2016 dönemi için incelenmiştir. Çalışmanın ikinci bölümünde finansal derinleşme ve yoksulluk ilişkisinin teorik çerçevesi sunulmuştur. Üçüncü bölümde konu ile ilgili literatürde yer alan bazı çalışmalara değinilmekte, dördüncü bölümde veri seti ve ekonometrik model hakkında bilgi verilmekte, beşinci bölümde ise ampirik bulgular yer almaktadır. Sonuç bölümünde ise bulgular üzerine genel bir değerlendirme yapılmaktadır.

## Teorik Çerçeve

Teorik olarak finansal gelişmenin uzun dönemli büyüme sağlamak için önemli bir mekanizma oluşturduğu ileri sürülmektedir (Levine 2005, Beck vd. 2007). Finansal gelişmenin ekonomik büyüme ve yoksulluğun azaltılmasını nasıl etkileyeceğine dair ilk çalışmalar Beck vd. (2007), Dollar ve Kraay (2002), Jalilian ve Kirkpatrick (2002)'nin çalışmalarıdır (Adonsou ve Slywester, 2016). Ekonomik büyümeden yoksulluğa doğru bu dolaylı etkiye dair literatür genel olarak, etkili bir finansal sisteminin riski azaltabileceği, tasarrufları harekete geçirebileceği, üretken yatırımı teşvik edeceği, uzmanlaşmayı teşvik edeceği, işlem ve bilgi maliyetlerini azaltabileceği üzerine kurulmuştur.

Bu tür kuramsal görüşler birçok çalışma ve geniş ülke grupları için uygulanan ampirik analizlerce desteklenirken (Levine ve Zervos, 1998; Darrat, 1999; Khan vd., 2011), diğer yandan bu çalışmaların ortak yanı para ve yarı para, piyasa kapitalizasyonu ya da özel krediler ve finansal kalınma gibi değişkenleri göz önünde bulundurmakta ve finansal sistem içinde bu değişkenlerin yoksulluğu nasıl etkileyeceği sorusuna yanıt aramaktadır (Adonsou ve Slywester, 2016).

Finansal derinleşmenin yoksulluk üzerinde etkisi doğrudan ve dolaylı olmak üzere iki şekilde ortaya çıkmaktadır. Bunlardan ilki; finansal derinleşme sayesinde sermayenin dolaşımına paralel olarak kredi kısıtlarını kaldırılması ve yoksullara düşük maliyetli kredi sağlanmasına yardımcı olabileceğine yöneliktir (Greenwood ve Jovanovic, 1990). Ancak bu ilişkinin zamanla tersine dönebileceği de Greenwood ve Jovanovic (1990) tarafından vurgulanmıştır. İkincisi ise finansal derinleşmenin ekonomik büyümeyi desteklemesine bağlı olarak yoksulların ekonomik büyümeden fayda sağlayacağına yöneliktir (Jalilian ve Kirkpatrick, 2002). Diğer önemli bir husus ise McKinnon (1973) tarafından ileri sürülen "tamamlayıcılık hipotezidir" (complementary hypothesis). McKinnon (1973)'na göre sermaye birikimi için finansal kanalların da genişlemesi gerekmektedir. Bu yaklaşım bir bakıma parasal genişleme anlamı taşır. Çünkü reel para talebi reel gelir ile pozitif bir ilişki içindedir (McKinnon, 1973) ve likitide kısıtlamalarının yoksulları etkilemesi muhtemeldir (Jeanneney ve Kpodar, 2008).

Yoksulluğun azaltılması tüm ülkeler için özellikle de gelişmekte olan ülkeler için önemli bir konuyu temsil etmektedir. Dünya Bankası ve Uluslararası Para Fonu gibi uluslararası kuruluşlar, kalkınma programlarının çoğunda yoksulluğun azaltılmasına yönelik hedef belirlemiştir. Bu nedenle yoksulluk ile mücadele etmek için büyüme yanlısı politikalara öncelik verilmiştir. Bu politikanın altında yatan sebeplerden birisi de yüksek oranda ekonomik büyüme gösteren ülkelerin yoksulluk oranlarını azaltmayı başardıklarına dair görüşlerdir (Zahanogo, 2017).

Finansal derinleşme ve yoksulluğun azaltılması arasındaki ilişki, son yıllarda hem teorik hem de ampirik çalışmalarda önemli ve tartışmalı bir literatür oluşturmuştur. Bazı çalışmalar, finansal gelişmenin daha fazla girişimcinin finansman elde etmesine izin vererek, yoksullar üzerinde belirli bir etkisi olan sermaye tahsisini geliştirdiğini ve bunun olumlu etki bıraktığını iddia ederken (Jalilian ve Kirkpatrick, 2002; Honohan, 2004; Beck vd., 2007; Odhiambo, 2009a), bazıları da zengin ve politik bağlantılı kişilerin öncelikli olarak finansal sistemdeki gelişmelerden yararlandığını (Singh vd. 2015) ve finansal gelişmenin, finansal krizin ve istikrarsız bir makroekonomik ortamın nedeni olarak tanımlandığını (Kaminsky ve Reinhart, 1999), bunlarında yoksulluğu arttırıcı etkisi olduğunu (Easterly ve Fischer, 2001) iddia etmiştir.

Teorik olarak finansal derinleşme, doğrudan ve dolaylı olarak iki kanal üzerinden yoksulluğu etkileyebilmektedir. İlk kanal finansal gelişmenin yoksulların finansal hizmetlere



erişimini iyileştirerek -doğrudan- yoksulluğu etkilediğini göstermektedir (Odhiambo, 2009b; Pradhan, 2010; Akhter, 2010). İkinci kanal ise finansal derinleşmenin, artan yatırım oranları yoluyla ekonomik büyümeyi teşvik ederek -dolaylı- yoksulluğu etkilediğini göstermektedir (King ve Levine, 1993; Levine 2005). Yani finansal derinleşme ile yoksulluğun azaltılması arasındaki dolaylı bağlantı, finansın ekonomik büyüme üzerindeki etkisiyle gerçekleşmektedir.

Gelişmiş bir finans sektörünün ekonomik büyüme üzerindeki beklenen olumlu etkileri yıllardır araştırılmış ve araştırılmaya devam etmektedir (Schumpeter, 1912; Gurley ve Shaw, 1955; McKinnon, 1973; Shaw, 1973; Galbis, 1977; Pagano, 1993; Gibson ve Tsakalatos, 1994; Levine 2005). Kalkınma teorilerinin ortaya çıkışının ilk dönemlerinde finansal sektörün ekonomik büyüme üzerinde destekleyici bir rolü olmadığı, ekonomik büyüme için sadece teknolojik ilerleme ve iş gücü arzında büyümenin gerektiği ileri sürülmüştür (Solow, 1956). Fakat daha sonra ortaya çıkan içsel büyüme teorisi bu düşüncüyü değiştirmiştir. İçsel büyüme teorisine göre finansal araçlar sermaye hareketliliği ve tasarruf birikimini olumlu yönde etkileyerek teknolojik yenilik ve ekonomik büyümede destekleyici bir role sahiptir (Romer, 1986; Aghion ve Howitt, 1990).

Mevcut araştırmalarda, finansal derinleşmenin büyümeyi iyileştirmesi durumunda, bu durumun yoksulluğu azaltmaya dönüştüğüne dair dolaylı bir varsayım olduğu görülmektedir. Ekonomik büyüme yoksullara iş imkânı ve diğer ekonomik fırsatlar gibi iyileştirici ortamlar sunmaktadır (Todaro, 1997). Bu görüş, Ravallion ve Datt (2002), Mellor (1999), Dollar ve Kraay (2002) ve Fan vd. (2005) gibi bir dizi çalışma tarafından desteklenmiştir. Ayrıca büyümeden kaynaklanan yüksek vergi gelirleri, insan sermayesine daha fazla yatırım yapma olanağı sağlayan devlet sosyal harcamalarında (sağlık, eğitim ve sosyal koruma) bir artışa neden olabilmekte ve sonuç olarak yoksullara fayda sağlamaktadır (Perotti, 1993).

Literatürde yer alan görüşler temelde üçe ayrılabilirken (doğrudan, dolaylı etkiler ve tamamlayıcılık hipotezi) bunlardan ikisi (dolaylı ve doğrudan etkileri) özü itibarıyla George Simmel'in modern toplumun yapısına dair tespitlerini dile getirdiği "trickle down" "damlama" teorisi ile yakından ilgilidir. Simmel'in bu yaklaşımının özü zengin sınıf tarafından kullanılan malların ekonomik koşullar sayesinde zamanla alt sınıflara da yayılacağına yöneliktir (Gültekin, 2007).

### Literatür Taraması

Finansal sektörün gelişmesi ve yoksulluğun azaltılması arasındaki ilişkiyi hem ülke bazında hem de panel olarak inceleyen çok sayıda ampirik çalışma bulunmaktadır. Yapılan analizlerde finansal sektörün olumlu etkileri yanında yoksulların kredilere erişim sağlayamama ve adil gelir dağılımı olmaması gibi durumlardan kaynaklanan finans sektörünün gelişiminin yoksulluğun azaltılmasında herhangi bir etki yaratmadığına dair sonuçlar da bulunmaktadır. Bu bölümde ele alınan değişkenlerin etkileşimine dair bazı çalışmalar ve bu çalışmaların sonuçları irdelenmiştir.

Beck vd. (2004), yaptıkları çalışmada 52 gelişmiş ve gelişmekte olan ülkede finansal gelişme, gelir dağılımı ve yoksulluk ilişkisini incelemiştir. Çalışmada finansal gelişmenin yoksulluğun azalmasına neden olduğunu yönelik sonuçlar elde etmişlerdir.

Quartey (2005), 1970-2001 döneminde Gana'da finansal sektörün gelişimi, tasarrufların harekete geçirilmesi ve yoksulluk arasındaki ilişkiyi incelemiştir ve finansal gelişme göstergesi olarak özel kredilerin GSYH'ye oranı kullanıldığında yoksulluğun azalışında etkili olduğu sonucuna varmıştır.

Jalilian ve Kirkpatrick (2002) ise finansal gelişme ve yoksulluk ilişkisini geliştirmekte olan ülkeler üzerinde incelemişlerdir. Sonuç olarak finansal sektörün büyümesinin dolaylı yolla

yani ekonomik büyümeyi arttırarak yoksulluğun azaltılmasına katkı yaptığı sonucuna ulaşmışlardır. Bu bağlamda düşük gelirli ülkelerde yoksulluğun azaltılması için belirli finansal sektör politikalarının ve programlarının nasıl etkili araçlar olarak kullanılabileceğine ilişkin mikro ampirik araştırmaların olmasının konuya daha iyi odaklanmak açısından sağlam temeller sağlayacağını ifade etmişlerdir.

Beck vd. (2007) finansal sistemdeki gelişimin yoksulların gelirleri ve gelir dağılımı üzerindeki etkisini değerlendirmek için 1960-2005 döneminde 72 gelişmekte olan ülke verilerini ve 1980-2005 döneminde 68 gelişmekte olan ülke verilerini kullanarak yaptıkları çalışmada, finansal gelişmenin en fakir olan grupların gelirlerinin artmasına yardımcı olduğu sonucuna varmışlardır. Çalışmanın bulguları, yoksulların gelirindeki iyileşmenin % 60'ının finansal gelişmenin sonucundaki büyümeden kaynaklandığını, geri kalan % 40'lık kısmının ise finansal gelişmenin yoksulların gelirine doğrudan etkisi olduğu yönündedir.

Odhiambo (2009a), Zambiya'daki finansal derinleşme ve yoksulluğun azaltılması arasındaki ilişkiyi ARDL yöntemini kullanarak 1969-2006 dönemleri için incelemiştir. Değişken olarak özel sektör kredileri ve yurt içi banka varlıkları kullanıldığında finansal derinleşmenin yoksulluğun azalmasına neden olduğunu fakat finansal derinleşme göstergesi olarak M2Y kullanıldığında ters nedensellik olduğunu rapor etmiştir.

Kar vd. (2011a), Türkiye'de 1970-2000 dönemi yıllık verileriyle finansal gelişme, ekonomik büyüme ve yoksulluğun azaltılması ilişkisini incelemişlerdir. Çalışmada finansal gelişme ekonomik büyümeye neden olurken ekonomik büyümenin yoksulluğun azalmasının nedeni olduğu tespit edilmiştir. Kısa dönemde finansal gelişme ile yoksulluğun azaltılması arasında ise çok zayıf bir bağlantı olduğu görülmüştür.

Uddin vd. (2012), Bangladeş'teki finansal gelişme, ekonomik büyüme ve yoksulluğun azaltılması arasındaki ilişkiyi 1975-2011 dönemini kapsayan verileri kullanarak araştırmışlardır. Yapısal kırılmalı ARDL eşbütünlük yaklaşımına dayalı olarak yapılan analizde, bulgular Bangladeş'te finansal gelişme, ekonomik büyüme ve yoksulluğun azaltılması arasında uzun dönemli bir ilişkinin olduğunu ve finansal gelişmenin yoksulluğu azaltmaya yardımcı olduğunu, ancak etkisinin doğrusal olmadığını göstermektedir.

Aşağıda tablo 1'de finansal derinleşme ve yoksulluk arasındaki nedensellik ilişkisini çeşitli dönem, ülke örnekleri ve yöntemlerle ele alan seçilmiş bazı çalışmaların sonuçları gösterilmektedir.

**Tablo 1:** Literatür özeti

| No | Yazarlar         | Dönem     | Ülkeler      | Yöntem                   | FG gösterimi  | Hipotez                  | Nedensellik              |
|----|------------------|-----------|--------------|--------------------------|---------------|--------------------------|--------------------------|
| 1. | Quartey (2005)   | 1970-2001 | Gana         | Granger Nedensellik      | GDS-DC-M2-EX  | FG, PC'yi arttırmaktadır | DC→PC                    |
| 2. | Odhiambo (2009a) | 1969-2006 | Zambia       | VECM-Granger Nedensellik | DC-M2-DM      | FG, POV'u arttırmaktadır | POV→M2<br>DC→PC<br>DM→PC |
| 3. | Odhiambo (2009b) | 1960-2006 | Güney Afrika | VECM-Granger Nedensellik | M2-GDP        | FG, POV'u arttırmaktadır | GDP→POV<br>M2→POV        |
| 4. | Moreno (2011)    | 1970-1990 | 35 GOÜ       | Granger Nedensellik      | M3Y, DC, M2Y  | FG- POV'u arttırmaktadır | M2Y→POV                  |
| 5. | Kar vd. (2011)   | 1970-2007 | Türkiye      | VECM-Granger Nedensellik | GDP-DC-CP-M2Y | FG- POV'u arttırmaktadır | FG→POV                   |
| 6. | Uddin vd. (2012) | 1976-2010 | Bangladeş    | VECM-Granger Nedensellik | DC            | FG-POV'u arttırmaktadır  | DC→POV<br>POV→DC         |

|     |                              |             |                  |                          |                 |                          |                |
|-----|------------------------------|-------------|------------------|--------------------------|-----------------|--------------------------|----------------|
| 7.  | Sehrawat ve Giri (2015)      | 1990-2012   | 11 Güne Asya GOÜ | Granger Nedensellik      | LC- M3Y- CPI-TO | FG- POV' u artırmaktadır | LC→PC          |
| 8.  | Belen ve Karamelik li (2016) | 1987Ç-2015Ç | Türkiye          | Tado-Yamamota            | FIN-GDP         | FG, CON' u artırmaktadır | FIN→CON        |
| 9.  | Abosedra (2016)              | 1975Ç-2011Ç | Mısır            | VECM-Granger Nedensellik | M2Y,DC          | FG-PH' yi azaltmaktadır  | FG↔PH, FG↔PI   |
| 10. | Hicham (2017)                | 1980-2014   | Arap Ülkeleri    | Tado-Yamamota            | KO-FO-TO-GDP    | FG- POV' u artırmaktadır | FG→POV         |
| 11. | Keho (2017)                  | 1070-2013   | 9 Afrika Ülkesi  | VECM-Granger Nedensellik | DC              | FG- PC' yi artırmaktadır | DC→PC<br>DC↔PC |

Not: FG: Finansal gelişme. VECM: Hata düzeltme modeli. GDS: Gayri safi yurt içi tasarruf. DC: Özel sektöre verilen krediler. EX: Döviz kuru. DM: Yerli para ve banka varlıkları. GDP: Real GSYİH. GOÜ: Gelişmekte olan ülke. POV: Kişi başı nihai tüketim harcamaları. POVH: Kişi başı nihai tüketim harcamaları. CP: Özel sektör kredi oranları. LC: Özel sektör kredileri. CPI: Tüketici fiyat indeksi. TO: Ticari dışa açıklık. Ç: Çeyreklik veriler. CON: Yoksulluk azalması. KO: Finansal serbestlik için Kaopen indeksi. FO: Finansal serbestlik için Lane ve Milesi-Ferreti indeksi. PI: Bebek ölüm hızı. PH: Yoksul sayısı.

### Veri ve Model

Çalışmada 2001-2016 dönemleri arasında yıllık veriler kullanılarak E7 ülkelerinde (Çin, Hindistan, Türkiye, Endonezya, Meksika, Brezilya, Rusya) finansal derinleşme ve yoksulluk arasındaki ilişki incelenmiştir. Analizlerde kullanılacak değişkenler belirlenirken, literatürde yaygın olarak kullanılan tanımlar dikkate alınmıştır. Finansal derinlik piyasaların likidite ve boyutu, bireylerin mali hizmetlere erişilebilirliği, finansal kurumların düşük maliyet ve sürdürülebilir gelirleriyle hizmet sağlama kabiliyeti ve sermaye piyasalarının etkinliği olarak ifade edilebilir (Sahay vd., 2015).

**Tablo 2:** Değişkenlerin Açıklaması

| Değişken Simgesi | Açıklaması  | Kaynağı             | Dönemi    |
|------------------|---|---------------------|-----------|
| M2Y              | Parasallaşma oranı                                    | Dünya Bankası (WDI) | 2001-2016 |
| DC               | Özel sektöre verilen yurtiçi kredilerin GSYH'ya oranı | Dünya Bankası (WDI) | 2001-2016 |
| PC               | Kişi başı tüketim harcamalarının GSYH'ya oranı        | Dünya Bankası (WDI) | 2001-2016 |

Bu bağlamda çalışmada finansal derinleşme göstergesi olarak birçok çalışmada kullanılan iki değişken kullanılmıştır. Bunlardan ilki geniş tanımlı para arzının gayri safi yurt içi hasılaya oranı ya da parasallaşma oranı olarak da ifade edilen M2Y'dir (Kar vd., 2011b; Odhiambo, 2009a; Khan vd., 2012). Diğer bir finansal derinleşme göstergesi, özel sektöre verilen toplam yurt içi kredilerin gayri safi yurtiçi hasılaya oranı olan DC'dir (Abdin, 2016; Clarke vd., 2013; Zahonogo, 2017). Bu oran özel sektöre sağlanan finansal hizmetlerin derecesini yansıtmakta ve literatürde yaygın olarak kullanılan bir ölçüttür.

Diğer yandan yoksulluk göstergesi için ise değişik ölçüm yöntemleri olsa da doğrudan yoksulluğu ölçen bir zaman serisini bulmak oldukça güçtür. Deininger ve Squire (1996) ile Lundberg ve Squire (1999), Dollar ve Krayy (2002) yoksul bireylerin sayısının (headcount) yoksulluğu en iyi gösteren değişken olduğunu ileri sürmektedirler. Ancak birçok ülkeye ilişkin bu seriye ait verilerin bulunmaması, araştırmacıları alternatif ölçütlerin geliştirilmesine yöneltmiştir. Bu çerçevede son zamanlarda, güvenilir bir şekilde rapor edilen ve zaman serisi bağlamında oldukça istikrarlı bir yapıya sahip kişi başına tüketim harcamasının GSYH'ye oranının (PC) yoksulluk göstergesi olarak kullanıldığı görülmektedir (Woolard ve Leibbrandt, 1999; Odhiambo, 2008; 2009a; 2009b). Odhiambo'ya (2009a) göre, kişi başına tüketim

harcamaları, Dünya Bankasının “minimum bir yaşam standardını sağlayamama” şeklindeki yoksulluk tanımıyla da uyumludur. Bu nedenlerle çalışmanın bağımlı değişkeni, (PC) olarak tercih edilmiştir.

Çalışmada test edilen modele ait fonksiyon aşağıdaki gibidir:

$$PC = f(M2Y, DC) \quad (1)$$

Eşitlik (1)'de yer alan fonksiyona  $\beta_0$  sabit ve  $\varepsilon_{it}$  hata teriminin de olduğu açık hali Eşitlik (2)'deki gibidir.

$$PC_{it} = \beta_0 + \beta_1 M2Y_{it} + \beta_2 DC_{it} + \varepsilon_{it} \quad (2)$$

Burada  $i=1, \dots, N$  panelde yer alan her bir ülkeyi;  $t=1, \dots, T$  ise zaman kesitini göstermektedir.

### Yöntem ve Bulgular

Küreselleşme sürecinde ülke ekonomilerinin birbirinden etkilenmesi veya ülkelerden birinde ortaya çıkan bir değişikliğin diğerlerini etkileme olasılığı oldukça yüksektir. Bu olgunun ekonometrik yöntemlere aktarılmasında literatürde yatay kesit bağımlılık “cross-section dependency” (CD) testleri kullanılmaktadır. Eşitlik 2'ye yönelik analizlerin ilk aşamasında yatay kesiti oluşturan ülkelere ait seriler arasında yatay kesit bağımlılığının olup olmadığının test edilmesi yer almaktadır. Şayet seriler arasında yatay kesit bağımlılığı varsa, bu durumu göz önünde bulundurmak analiz sonuçlarından elde edilecek bulguları önemli ölçüde etkilemektedir (Breusch ve Pagan, 1980).

Paneli oluşturan seriler arasında yatay kesit bağımlılığının durumu, Berusch ve Pagan (1980)'nin geliştirdiği LM testi ile veya Pesaran (2004)'ün geliştirdiği CD testleri ile araştırılmaktadır. Söz konusu testler arasındaki farklardan birisi de panelin zaman (T) ve yatay kesit (N) boyutundan kaynaklanmaktadır. Berusch ve Pagan (1980) LM testinde  $T > N$ , Pesaran (2004) CD testi ise  $N/T \rightarrow \infty$ ,  $N > T$  durumlarında, Pesaran (2004) tarafından tekrar geliştirilen CD testi ise  $T \rightarrow \infty$  ya da  $N \rightarrow \infty$ ,  $N > T$ ,  $T > N$  durumlarının her ikisinde de kullanılabilir. Her üç test, grup ortalaması sıfır, bireysel ortalama sıfırdan farklı olduğundan sapmalı olmaktadır (Nazlıoğlu vd., 2011). Pesaran vd. (2008) tarafından geliştirilen  $LM_{adj}$  (sapması düzeltilmiş LM testinde), test istatistiğine varyans ve ortalamanın da eklenmesi ile söz konusu sapma düzeltilmiştir. Bu testlerin hipotezleri; “ $H_0$ : Yatay kesit bağımlılığı yoktur,  $H_1$ : Yatay kesit bağımlılığı vardır” şeklindedir. Bu testlerin her biri oluşturulan regresyon modeli için sonuçlar sağlarken ayrıca her bir seri için de ayrı ayrı test sonuçları sağlayabilmektedir.

Diğer yandan test edilen eşitlik 2'de yer verilen her bir ülkeye ait katsayıların homojen olup olmadığı da oldukça önemlidir. Bu durum takip eden testlerin seçiminde belirleyici olmaktadır. Örneğin yatay kesit bağımlılık testleri değişkenlere uygulanacak birim kök testlerinin seçimi açısından önemli iken değişkenlere ait katsayıların homojen olup olmadıkları da serilere uygulanacak eşbütünleşme testlerinin yorumlanması açısından önem arz etmektedir.

Basit bir ifade ile homojenlik testi; yatay kesitlerden birinde gerçekleşen değişimin diğer ülkeleri aynı düzeyde mi? farklı düzeylerde mi? etkilendiğini test etmektedir. Bu amaçla çalışmada homojenlik testi (Slope Homogeneity Test) veya Delta ( $\tilde{\Delta}$ ) testi olarak da bilinen, Pesaran ve Yagamata (2008) tarafından geliştirilen test kullanılmıştır. Bu yöntem örneklemin büyüklüğüne göre iki farklı test önermektedir.  $\tilde{\Delta}$  testi büyük örneklem için geçerli iken  $\tilde{\Delta}_{adj}$  testi küçük örneklem için önerilmektedir. Bu testlerin hipotezleri; “ $H_0$ :  $\beta_i = \beta$  (Eğim katsayıları homojendir) ve  $H_1$ :  $\beta_i \neq \beta$  (Eğim katsayıları heterojendir)” şeklindedir. Aşağıda tablo 3'de eşitlik 2 için CD ve homojenlik test sonuçlarına yer verilmektedir.

**Tablo 3:** Yatay kesit bağımlılığı ve Homojenite Testleri

| Regresyon Modeli:   |          |          |
|---|----------|----------|
| $\ln Pc_{it} = \beta_0 + \beta_1 \ln M2Y_{it} + \beta_2 \ln DC_{it} + \varepsilon_{it}$ | İst.     | Olasılık |
| <u>Yatay kesit bağımlılık testleri:</u>   |          |          |
| CD <sub>lm1</sub> (BP,1980)   | 29.908   | 0.094    |
| CD <sub>lm2</sub> (Pesaran, 2004)   | 1.375    | 0.085    |
| CD <sub>lm3</sub> (Pesaran, 2004)   | 0.481    | 0.315    |
| LM <sub>adj</sub> (PUY, 2008)   | 5.134*** | 0.000    |
| <u>Homojenite testleri:</u>   |          |          |
| $\tilde{\Delta}$  | 2.985*** | 0.001    |
| $\tilde{\Delta}_{adj}$  | 3.312*** | 0.000    |

Not: \*\*\* istatistiki olarak %1 anlam düzeyini göstermektedir.

Tablo 3’deki test sonuçlarına göre model için yapılacak testlerde “yatay kesit bağımlılığı yoktur” şeklindeki hipotez LM<sub>adj</sub> test sonuçlarına göre reddedilmiştir. Diğer yandan homojenlik testi sonuçlarına göre değişkenlere ait eğim katsayıları heterojendir. Diğer yandan eşitlik 2 de yer verilen her bir değişken için CD test sonuçları regresyon modeli için gerçekleştirilen CD test sonuçlarını teyit etmektedir. Tablo 5’de her bir seri için CD test sonuçlarına yer verilmektedir.

**Tablo 4:** Yatay Kesit Bağımlılık Testleri (Seriler için)

| Test                              | lnPc      |          | lnM2y     |          | lnDc      |          |
|-----------------------------------|-----------|----------|-----------|----------|-----------|----------|
|                                   | İst.      | Olasılık | İst.      | Olasılık | İst.      | Olasılık |
| CD <sub>LM1</sub> (BP,1980)       | 40.401    | 0.007    | 34.302    | 0.034    | 63.665    | 0.000    |
| CD <sub>LM2</sub> (Pesaran,2004)  | 2.994     | 0.001    | 2.053     | 0.020    | 6.583     | 0.000    |
| CD <sub>LM3</sub> (Pesaran, 2004) | -2.199    | 0.001    | -2.195    | 0.014    | -2.633    | 0.004    |
| LM <sub>adj</sub> (PUY, 2008)     | 26.844*** | 0.000    | 23.290*** | 0.000    | 21.862*** | 0.000    |

Not: \*\*\* istatistiki olarak %1 anlam düzeyini göstermektedir.

Tablo 4’e göre tüm değişkenlerin düzey değerleri için H<sub>0</sub> hipotezi güçlü bir şekilde (%1 hata payı düzeyinde) LM<sub>adj</sub> test sonuçlarına göre reddedilmektedir. Bu sonuçlar, paneli oluşturan ülkelere ait her bir seri ile diğer ülkeye ait seriler arasındaki bağımlılığı teyit etmektedir. Bu sonuçlar tahmin edilecek regresyon modeli için yatay kesiti oluşturan ülkelere ait seriler birbirlerinden etkilendiklerini göstermektedir.

Bu çalışmada yatay kesit bağımlılığı ve eğim katsayılarının heterojen olduğu belirlendikten sonra PC, M2Y ve DC arasındaki nedensellik ilişkisini tespit etmek için Kónya (2006) tarafından geliştirilen, yatay kesit bağımlılığını ve eğim katsayılarının heterojen olma ihtimallerini de göz önünde bulunduran bootstrap panel Granger nedensellik testi tercih edilmiştir. Bu yöntemde panelde yer alan her bir ülke için ayrı ayrı Wald test tahminleri yer almaktadır. Bu tahmin yöntemi görünüşte ilgisiz regresyona (SUR) “Seemingly Unrelated Regression” dayanmaktadır. Bu testte çeşitli ön testler gerekmemekte (birim kök ve eşbütünleşme) ve değişkenlerin düzey değerleri kullanılmaktadır (Kar vd., 2011; Menyah vd., 2014). Her bir ülke için tahmin edilen nedenselliğin yönünde ülkelere özgü bootstrap kritik değerleri Wald testlerine dayanılarak test edildiğinden tüm yatay kesitler için ortak bir hipotez gerekmemektedir.

Bu test temelde iki özelliğe sahiptir. Bunlardan ilki, tahmin edilen her bir denklem sistemi önceden belirlenmiş farklı değişkenlere sahip olduğu için hata terimleri eş zamanlı korelasyon içerebilir, bu denklem kümeleri ise SUR sistemidir. İkinci ise, paneldeki her bir ülkeye ait bootstrap kritik değerleri kullanıldığı için sistemin durağan olmasına gerek yoktur (Kar vd. 2011b). Tablo 5 ve 6'de bu teste ait sonuçlar ayrı ayrı gösterilmektedir.

**Tablo 5:** Bootstrap panel Granger nedensellik sonuçları: M2Y ve PC

| Ülkeler   | H <sub>0</sub> : M2Y nedeni değildir PC'nin |                        |        |        | H <sub>0</sub> : PC nedeni değildir M2Y'nin |                        |        |        |
|-----------|---|------------------------|--------|--------|---|------------------------|--------|--------|
|           | Wald Testi                                  | Bootstrap Kritik Değer |        |        | Wald Testi                                  | Bootstrap Kritik Değer |        |        |
|           |   | %1                     | %5     | %10    |   | %1                     | %5     | %10    |
| Çin       | 0.00  | 26.012                 | 10.230 | 6.861  | 25.39                                       | 70.246                 | 52.832 | 42.459 |
| Hindistan | 11.16*                                      | 22.717                 | 14.154 | 9.764  | 0.347                                       | 17.242                 | 10.980 | 8.322  |
| Türkiye   | 4.93  | 14.903                 | 7.374  | 5.123  | 19.51***                                    | 13.419                 | 8.443  | 6.562  |
| Endonezya | 0.19  | 5.439                  | 2.515  | 1.778  | 1.44  | 4.995                  | 2.903  | 2.915  |
| Meksika   | 5.28  | 16.772                 | 8.886  | 5.786  | 32.78***                                    | 17.568                 | 10.559 | 7.892  |
| Brezilya  | 0.00  | 99.760                 | 59.586 | 43.887 | 1.13  | 93.527                 | 58.323 | 43.468 |
| Rusya     | 0.41  | 50.541                 | 21.815 | 13.448 | 16.14                                       | 65.707                 | 41.573 | 31.389 |

Not: Maksimum gecikme uzunluğu 3 olarak belirlenmiş ve Akaike bilgi kriteri tercih edilmiştir. Kritik değerler 1000 bootstrap'a dayanmaktadır. \*, \*\* ve \*\*\* istatistiki olarak %10, %5 ve %1 düzeylerini göstermektedir.

Tablo 5'da yer verilen sonuçlar genel olarak finansal derinleşme ve yoksulluk arasındaki ilişkide E7 Ülkelerinin tamamında "trickle down" hipotezi için geçerli olmadığını göstermektedir. Diğer yandan bu sonuçlar kimi E7 Ülkeleri için finansal derinleşme ve yoksulluk arasındaki nedensellik yönü hakkında bilgiler sunmaktadır. Bunlar arasında Hindistan için M2Y'den PC'ye (M2Y→PC) doğru tek yönlü bir nedensellik tespit edilmiştir. Hindistan için elde edilen sonuçlar IMF'nin Mali İzleme Raporunda (2017) ifade edilen sonuçlar ile aynı yöndedir. Buna ek olarak yoksulluktan finansal derinleşmeye (PC→M2Y) doğru Türkiye ve Meksika da tek yönlü bir nedensellik ilişkisi tespit edilmiştir. Hindistan'a ait sonuçlar % 10 anlamlılık düzeyinde Türkiye ve Meksika için ise % 1 anlamlılık düzeyinden nedensellik ilişkisi istatistiki olarak anlamlıdır.

**Tablo 6:** Bootstrap panel Granger nedensellik sonuçları: DC ve PC

| Ülkeler   | H <sub>0</sub> : DC nedeni değildir PC'nin |                        |         |         | H <sub>0</sub> : PC nedeni değildir DC'nin |                        |         |         |
|-----------|--|------------------------|---------|---------|--|------------------------|---------|---------|
|           | Wald Testi                                 | Bootstrap Kritik Değer |         |         | Wald Testi                                 | Bootstrap Kritik Değer |         |         |
|           |  | %1                     | %5      | %10     |  | %1                     | %5      | %10     |
| Çin       | 3.98                                       | 19.094                 | 11.226  | 7.840   | 8.32*                                      | 15.807                 | 9.969   | 7.942   |
| Hindistan | 37.06**                                    | 40.530                 | 21.432  | 26.246  | 0.84                                       | 12.210                 | 8.480   | 6.520   |
| Türkiye   | 12.52                                      | 45.205                 | 26.052  | 21.799  | 2.22                                       | 25.610                 | 17.607  | 13.767  |
| Endonezya | 2.46                                       | 22.864                 | 11.921  | 8.976   | 7.22                                       | 59.191                 | 38.739  | 31.121  |
| Meksika   | 2.33                                       | 41.273                 | 26.517  | 18.717  | 5.13                                       | 55.542                 | 33.038  | 25.730  |
| Brezilya  | 22.50                                      | 234.133                | 135.502 | 101.769 | 17.00                                      | 299.564                | 156.765 | 112.652 |
| Rusya     | 26.79                                      | 66.670                 | 37.138  | 28.378  | 12.88                                      | 57.641                 | 31.301  | 26.364  |

Not: Maksimum gecikme uzunluğu 3 olarak belirlenmiş ve Akaike bilgi kriteri tercih edilmiştir. Kritik değerler 1000 bootstrap'a dayanmaktadır. \*, \*\* ve \*\*\* istatistiki olarak %10, %5 ve %1 düzeylerini göstermektedir.

Tablo 6'de yer verilen sonuçlar da genel olarak finansal derinleşme ve yoksulluk arasındaki ilişkide E7 Ülkelerinin tamamında trickle down hipotezinin geçerli olmadığını göstermektedir. Bunun yanı sıra elde edilen sonuçlar finansal derinleşme ve yoksulluk arasındaki nedensellik yönü hakkında kimi ülkeler için bilgiler sunmaktadır. Hindistan için DC'den PC'ye (DC→PC) doğru tek yönlü bir nedensellik tespit edilmiştir. Hindistan için elde edilen sonuçlar IMF'nin Mali İzleme Raporunda (2017) ifade edilen sonuçlar ile aynı yöndedir. Buna ek olarak yoksulluktan finansal derinleşmeye (PC→DC) doğru Çin de tek yönlü bir

nedensellik ilişkisi tespit edilmiştir. Hindistan'a ait sonuçlar % 5 anlamlılık düzeyinde, Çin için ise % 10 anlamlılık düzeyinden nedensellik ilişkisi istatistiki olarak anlamlıdır.

Her iki tablonun da ortak sonuçlarına bakıldığında Hindistan için finansal derinleşmeden yoksulluğa doğru (M2Y→PC, DC→PC) tek yönlü bir nedensellik ilişkisi gözlenmektedir. Diğer yandan Çin, Türkiye ve Meksika'ya ait sonuçlar tüketim harcamalarının kaynağının artan para talebinden ileri geldiğine dair fikir sunmaktadır. Bu bağlamda bu üç ülkedeki tüketim harcamalarının zorunlu ihtiyaçların karşılanması için kullanıldığına dair savı güçlenmektedir. Yani artan para talebi literatürde yer aldığı hali ile tasarruf, yatırım ilişkisinden kaynaklanan sermaye birikiminin alt sınıflara yayılmasına dair bir sonuç içermemekte tüketime yönelik artan para talebi izlenimi vermektedir. Diğer yandan Çin için elde edilen sonuçlara göre Çin'de tüketim harcamaları özel sektöre verilen kredilerin nedenidir (PC→DC).

Bunlara ek olarak Tablo 5 ve tablo 6'nin bootstrap nedensellik sonuçlarına göre Çin, Türkiye, Endonezya, Meksika, Brezilya ve Rusya'da finansal gelişme yoksulluğu azaltmanın nedeni değildir, bu bağlamda "trickle down" hipotezi geçerli değildir. Bu sonuçlar Çin, Türkiye ve Meksika için artan tüketim talebine dönük olarak artan para talebi aracılığı ile finansal gelişme yaşandığını işaret etmekte ve ele alınan dönem için tamamlayıcılık hipotezini doğrulamaktadır.

### Sonuç

Bu çalışmada finansal derinleşme ve yoksulluk arasındaki ilişki E7 ülkelerinde 2001-2016 dönemleri için bootstrap panel Granger nedensellik testi ile analiz edilmiştir. Bu iki değişken arasındaki ilişkiyi incelerken finansal derinleşmenin ve yoksulluğun göstergesi olarak literatürde kullanılan değişkenler tercih edilmiştir. Bootstrap panel Granger nedensellik testinden önce küreselleşme sürecine bağlı olarak yatay kesit bağımlılık testleri ve hetorejenlik testleri gerçekleştirilmiştir. Çalışmada E7 ülkelerinden her herhangi birinde ortaya çıkan ekonomik şokun diğer ülkeleri de etkilediğine yönelik yatay kesit bağımlılığının geçerli olduğu ve her bir ülkenin bu şoktan farklı etkilendiğini gösteren eğim katsayılarının heterojen olduğuna dair sonuçlar elde edilmiştir. Yatay kesit bağımlılık testinin sonuçları finansal derinleşmenin temel argümanlarından düşük maliyetli kredilerin hareketliğine dair tezini desteklemektedir.

Diğer yandan çalışmada kullanılan nedensellik testinden elde edilen sonuçlarda E7 Ülkelerinden sadece Hindistan da "trickle down" hipotezinin geçerli olduğunu göstermektedir. E7 ülkelerinden diğer 6 ülke için 2001-2016 dönemlerinde "trickle down" hipotezi reddedilmiştir. Buna ek olarak sonuçlar Çin, Türkiye ve Meksika için 2001-2016 dönemlerinde "tamamlayıcılık hipotezinin" geçerli olduğunu göstermektedir. Bu sonuçlar neo liberalizmin görüşü olarak ele alınan finansal derinleşme ve yoksulluk arasındaki ilişkinin E7 ülkeleri için oldukça sınırlı bir düzeyde geçerli olduğunu göstermektedir.

Finansal derinleşme ve yoksulluk arasındaki ilişki hala tartışmaları bir konudur ve bu alanda çalışmaların nitelik ve nicelik yönünden artırılması gerekmektedir. Diğer yandan sadece ekonometrik modeller değil konunun kuramsal boyutunda etkin olan ve yoksulluk ile ilgili sosyoloji tabanlı yaklaşımlar da oldukça önemlidir. Ne de olsa "trickle down" kavramı bir sosyoloğa aittir. Ancak bu çalışmadan elde edilen bulgulardan hareketle sonuç olarak yoksulluğun azaltılması konusunda temel politika sadece finansal derinleşmeye değil, aynı zamanda yoksulluğun azaltılmasında daha sağlam görünen iyi makroekonomik politikalara ve etkin kurumlara dayandırılması gerekmektedir.

### Kaynaklar

- 
- Abdin, J. (2016). Financial development and poverty reduction: Exploring the links between the issues using evidence from Bangladesh. *International Journal of Financial Research*, 7(4), 44-65.
- Abosedra, S., Shahbaz, M. & Nawaz, K. (2016). modeling causality between financial deepening and poverty reduction in Egypt. *Social Indicators Research*, 126(3), 955-969.
- Adonsou, F. D. & Sylwester, K. (2016). Financial development and poverty reduction in developing countries: new evidence from banks and microfinance institutions. *Review of Development Finance*, 6, 82-90.
- Aghion, P. & Howitt, P. (1990). A model of growth through creative destruction. *NBER Working Papers 3223*, National Bureau of Economic Research.
- Akhter, S. (2010). Cross country evidence on the linkages between financial development and poverty. *International Journal of Business and Management*, 5(1), 3-19.
- Akıncı, M. (2015). Bulanık suda balık avlamak: tricle down etkisinin türkiye ekonomisinde bölgeler arası tahmini. *Çalışma ve Toplum Dergisi*, 2015/1, 195-220.
- Beck, T., Demirguc-Kunt, A., & Levine, R. (2004). Finance, inequality, and poverty: cross-country evidence, National Bureau of Economic Research.
- Beck, T., Demirgüç-Kunt, A. & Levine, R. (2007). Finance, inequality and the poor, *Journal of Economic Growth*, 12, 27-49.
- Belen, M. & Karamelikli, H. (2016). Finansal gelişme ve yoksulluğun azalması arasındaki ilişki: ampirik bir inceleme. *Abant İzzet Baysal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 16 (1), 125-141.
- Booth, C. (1902). *Life and labour of the people in London*. 1. Poverty, New York: Augustus M. Kelley Publishers.
- Bresusch T. S. & Pagan, A. R. (1980). A lagrange multiplier test and its applications to model specification in econometrics. *Review of Economic Studies*, 47 (1), 239-253.
- Clarke, G., Xu, L. C., & Zou, H.-F. (2013). Finance and income inequality: test of alternative theories, *Annals of Economics and Finance*, 14, 491-516.
- Darrat, A. F., Abosedra, S. & Aly, H. (2005). Assessing the role of financial deepening in business cycles: the experience of The United Arab Emirates. *Applied Financial Economics*, 15(7), 447-453.
- Deininger K. & Squire, L. (1996). A new data set measuring income inequality. *The World Bank Economic Review*, Washington DC, 10(3), 565-591.
- Dollar, D. & Kraay, A. (2002). Growth is good for the poor. *Journal of Economic Growth*, 7, 195-225.
- Easterly, W. & Fischer, S. (2001). Inflation and the poor. *Journal of Money, Credit and Banking*, 33(2), 160-178.
- Fan, S., Nyanga, D. & Rao, N. (2005). Public investment and poverty reduction in Tanzania, In Development strategy and governance discussion paper 18. Washington, DC: International Food Policy Research Institute.
- Galbis, V. (1977). Financial intermediation and economic growth in less developed countries: a theoretical approach. *Journal of Development Studies*, 13, 58-72.
-



- Gibson, H. D. & Tsakalatos, E. (1994). The scope and limits of financial liberalization in developing countries: a critical survey. *Journal of Development Studies*, 30(3), 578-628.
- Greenwood, J. & Jovanic, B. (1990). Financial development, growth and the distribution of income. *Journal of Political Economy*, 98 (5), 1075-1107.
- Gurley, J. G. & Shaw, E. S. (1955). Financial aspects of economic development. *American Economic Review*, 45, 515-538.
- Gültekin, M. (2007). Georg Simmel'in düşüncesinde modern toplum ve tüketim kültür. *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 6(20), 229-245.
- Hicham, A. (2017). Financial Development and poverty reduction nexus: a co-integration and causality analysis in selected Arabic Countries. *Academic Journal of Economic Studies*, 3(2), 28–35.
- Honohan, P. (2004). Financial development, growth, and poverty: how close are the links? *Policy Research Working Paper No. 3203*. World Bank: Washington, DC.
- International Monetary Fund (2017). Fiscal monitor: tackling inequality, Washington. October.
- Jalilian, H. & Kirkpatrick, J. (2002). Financial development and poverty reduction in developing countries", *International Journal of Finance & Economics*, 7, 97-108.
- Jeanneney, S. G. & Kpodar, K. (2008). Financial development and poverty reduction: can there be a benefit without a cost?. IMF Working Paper No. WP/08/62, International Monetary Fund, Washington, DC.
- Kaldor, N. (1957). A model of economic growth. *The Economic Journal*, 67 (268), 591-624.
- Kaminsky, G. L. & Reinhart, C. M. (1999). The twin crises: the causes of banking and balance of payments problems. *American Economic Review*, 89(3), 473-500
- Kar, M., Ağır, H. & Peker, O. (2011a). Financial development and poverty reduction in Turkey. Department of Economics, Adana, Çukurova University. Turkey.
- Kar, M., Nazlıoğlu, Ş. & Ağır, H. (2011b). Financial development and economic growth nexus in the MENA countries: Bootstrap panel granger causality analysis. *Economic Modelling*. 28, 685-693.
- Keho, Y. (2017). Financial development and poverty reduction: evidence from selected african countries. *International Journal of Financial Research*, 8(4), 90-98.
- Khan, H. G. A., Khan, A. Z., Ahmad, A. & Siraj, A. E. (2011). Financial sector development and poverty reduction. *Global Journal of Management and Business Research*, 11(5).
- Khan, D., Azra, Ahmad, E. & Jan, W. U. (2012). Financial development and poverty alleviation: Time series evidence from Pakistan. *World Applied Sciences Journal*, 18, 1576-1581.
- King, R. G. & Levine, R. (1993). Finance, entrepreneurship and growth. *Journal of monetary Economics*, 32, 513-542.
- Kónya, L. (2006). Exports and growth: Granger casuality analysis on OECD Countries with a panel data approach. *Economic Modelling*, 23, 978-992.
- Levine, R., & Zervos, S. (1998). Stock markets, banks, and economic growth, *The American Economic Review*, 88, 537–558.
- Levine, R. (2005). Finance and growth: Theory and evidence. *Handbook of Economic Growth*. 1, 865-934.

- 
- Lundberg, M. & Squire, L. (1999). *The Simultaneous Evolution of Growth and Inequality*. World Bank. Washington, DC.
- Mckinnon, R. I. (1973). *Money and capital in economic development*, Brookings Institution Press.
- Mellor, J. W. (1999). *Faster, more equitable growth: the relation between growth in agriculture and poverty reduction*, Cambridge: Harvard University Press.
- Menyah, K., Nazlıoğlu, Ş. & Rufael, Y. W. (2014). Financial development, trade openness and economic growth in african countries: new insight from a panel causality approach. *Economic Modelling*, 37, 386-394.
- Moreno, S. P. (2011). Financial development and poverty in developing countries: a casual analysis. *Empirical Economics*, 41(1), 57-80.
- Nazlıoğlu, Ş., Lebe, F. & Kayhan, S. (2011). Nuclear Energy consumption and economic growth in OECD Countries: Cross sectionally dependent heterogeneous panel causality analysis. *Energy Policy*, 39, 6615-6621.
- Odhiambo, N. M. (2008). Financial depth, savings and economic growth in Kenya: A dynamic casual relationship. *Economic Modelling*, 25 (4), 704-713.
- Odhiambo, N. M. (2009a). Financial deepening and poverty reduction in Zambia: An empirical investigation. *International Journal of Social Economics*, 37(1), 41-53.
- Odhiambo, N. M. (2009b). Finance, growth, poverty nexus in South Africa: A dynamic causality linkage. *The Journal of Socio Economics*, 38, 320-325.
- Pagano, M. (1993). Financial markets and growth: An overview. *European Economic Review*, 37, 613-622.
- Perotti, R. (1993). Political equilibrium, income distribution, and growth. *The Review of Economic Studies*, 60(4), 755-776
- Pesaran, H. M. (2004). General diagnostic test for cross section dependence in panels, IZA Discussion Paper 1240, *Institute for the Study of Labor*.
- Pesaran, H. M. (2006). Estimation and inference in large heterogeneous panels with a multifactor error structure, *Econometrica*, 74, 967-1012.
- Pesaran, H. M. & Yamagata, T. (2008). Testing slope homogeneity in large panels. *Journal of Econometrics*, 142, 50-93.
- Pradhan, R. P. (2010). The nexus between finance, growth and poverty in India: The cointegration and causality approach, *Asian Social Science*, 6, 114-122.
- Ravallion, M. & Datt, G. (2002). Why has economic growth been more pro poor in some states of India than others?. *Journal of Development Economics*, 68, 381-400.
- Romer, P. M. (1986). Increasing Returns And Long Run Growth. *The Journal of Political Economy*, 94(5), 1002-1037.
- Sahay R., Cihak, M., N'diaye, P. & Yotros, A. B. (2015). Rethinking financial deepening: stability and growth in emerging markets, IMF Discussion Note. SDN/15/08.
- Schumpeter, J. A. (1912). *The theory of economic development: an inquiry into profits, capital, credit, interest, and the business cycle*, Cambridge: Harvard University Press.
-

- 
- Şenses, F. (2014). Gelir Dağılımı ve yoksulluk: Temel eğilimler, nedenler ve politikalar. kalkınmada yeni yaklaşımlar. A. F. Aysan ve D. Dumludağ (Ed.), *Kalkınmada yeni yaklaşımlar* (ss. 93-121), İstanbul: İmge Yayınları.
- Seven, Ü. & Coşkun, Y. (2016). Does financial development reduce income inequality and poverty? evidence from Emerging Countries. *Emerging Markets Review*, 26, 34-63.
- Shaw, E. S. (1973). *Financial deepening in economic development*. New York: Oxford University Press.
- Singh, R. J. & Huang, Y. (2015). Financial deepening, property rights, and poverty: Evidence from Sub Saharan Africa. *Journal of Banking and Financial Economics*, 1(3)2015, 130-151.
- Solow, R. M. (1956). A contribution to the theory of economic growth. *The Quarterly Journal of Economics*, 70(1), 65-94.
- Todaro, M. (1997). *Economic development* (6th ed.). NY: Addison Wesley Longman Ltd.
- Uddin, G. S., Shahbaz, M., Arouri, M. & Teulon, F. (2014). Financial development and poverty reduction nexus: a cointegration and causality analysis in Bangladesh. *Economic Modelling*, 36, 405-412.
- Uddin, G. S., Kyophilavong, P. & Sydee, N. (2012). The casula nexus of banking sector development and poverty reduction in Bangladesh. *International Journal of Economics and Financial Issues*, 2(3), 304-311.
- Quartey, P. (2005). Financial sector development, savings mobilisation and poverty reduction in Ghana, In UNU WIDER 2005. Research Paper No. 2005/71, Helsinki, Finland: United Nations University.
- Woolard, I. & Leibbrandt, M. V. (1999). Measuring poverty in South Africa, DPRU Working Papers No. 99/33 (October). Development Policy Research Unit, University of Cape Town.
- Yılmaz, Z. (2012). *Yoksulları ne Yapmalı*, Dipnot Yayınları: İstanbul.
- Zahanogo, P. (2017). Financial development and Poverty in developing countries: evidence from sub Saharan Africa. *International Journal of Economics and Finance*, 9(1), 211-220.
-

# Rational Economic Decision Making: The Relevance Among The Axioms of The Theory of Expected Utility

## Rasyonel İktisadi Karar Alma: Beklenen Fayda Teorisi Aksiyomları Arasındaki İlişki

Gelengül KOÇASLAN\*

### Abstract

The theory of expected utility is suggested by John Von Neumann and Oscar Morgenstern in 1944 and has had great currency until today because of its solid and consistent axiomatic structure. The theory explains economic behavior, decision making process, economic preferences and economic choices using the axioms. Although it still prevents its popularity; it has been seriously questioned by several behavioral and experimental research from 1950 because of the apparent difference between reality and the theory. The huge gap between economic behavior in real life situations and theory have been revealed and economists' view has been often criticized for falling short of reality.

This paper provides a detailed description of all of the axioms of the theory of expected utility, reveals the relevance among them and presents a guidance for economic and interdisciplinary research.

**Keywords:** Expected utility theory, economic decision making, axioms, rationality.

### Öz

Beklenen fayda teorisi John Von Neumann ve Oscar Morgenstern tarafından 1944 yılında önerilmiş ve bugüne kadar sağlam ve tutarlı aksiyomatik yapısı nedeniyle büyük rağbet görmüş, geçerlilik kazanmıştır. Bu teori iktisadi davranışı, karar alma süreçlerini, iktisadi tercihleri ve seçimleri aksiyomları kullanarak açıklamaktadır. Her ne kadar popüleritesini korusa da; realite ve teori arasındaki bariz farklılık nedeniyle 1950 yılından sonra çeşitli davranışsal ve deneysel araştırmalarla ciddi biçimde sorgulanmıştır. Gerçek hayattaki iktisadi davranış ve teori arasındaki büyük boşluk açıklanmış ve iktisatçıların görüşü sıklıkla gerçeklikten uzak olmakla eleştirilmiştir.

Bu makale beklenen fayda teorisinin aksiyomlarının tamamının detaylı tanımını sağlamakta, aralarındaki ilişkiyi ortaya çıkarmakta ve iktisadi ve disiplinlerarası araştırmalar için bir kılavuz sunmaktadır.

**Anahtar Kelimeler:** Beklenen fayda teorisi, iktisadi karar alma, aksiyomlar, rasyonelite.

### Introduction

The theory of expected utility is introduced to the literature by John Von Neumann who is a mathematician and Oscar Morgenstern who is an economist in 1944. The theory indeed arises as a finale of a process beginning with mathematician Luca Pacioli, physician, mathematician and astrologer Gerolamo Cardano (*“the book on games of chance”* published posthumously in 1663), mathematicians Blaise Pascal and Pierre de Fermat and proceeding with physicist, mathematician and astronomer Christiaan Huygens, mathematician Nikolaus Bernoulli, mathematician Pierre Reymon De Montmort, mathematician Gabriel Cramer and physicist, mathematician Daniel Bernoulli, mathematician Georges Louis Leclerc Comte de Buffon, mathematician Isaac Todhunter, mathematician and priest William Allen Whitworth, economist John Maynard Keynes and economist Carl Menger (Pacioli, 1494; Ore, 1953; Pascal and de Fermat, 1654; Huygens, 1656; De Montmort, 1713; Cramer, 1728; Bernoulli, 1738; Buffon, 1777; Todhunter, 1865; Whitworth, 1901; Keynes, 1921; Menger, 1934; Bassett, 1987; Dehling, 1997; Stigler, 1999; Székely and Richards, 2004; Pickover, 2009; Peters, 2011; Mukhopadhyay, 2012; Shlesinger, 2012; Garcia, 2013; Salov, 2014; CMU; Britannica).

\* Doç. Dr., İstanbul Üniversitesi, İktisat Fakültesi, İngilizce İktisat Bölümü, kocaslan@istanbul.edu.tr

The theory of expected utility examines economic decision making between risky prospects with single or multidimensional outcomes and has been the major paradigm in economic theory referring to economic behavior under risk since the Second World War and used prescriptively, predictively and descriptively in management science, finance and psychology respectively due to its convenience of mathematical applicability to any type of outcomes besides money (Schoemaker, 1982, p. 530, 531).

The theory of expected utility states that decision makers choose between risky prospects by comparing the expected utility values which are the weighted sums obtained by adding the utility values of outcomes multiplied by their respective probabilities (Mongin, 1998, p. 171). In other words if an outcome  $x$  is suggested with the probability value of  $p_x$  and an outcome  $y$  is suggested with the probability value of  $p_y$ ; then the expected utility of an event  $Q$  is demonstrated as:

$$EU(Q) = x p_x + y p_y$$

Similarly; the expected utility for two-outcome lottery  $L=(P, A, B)$  is:

$$E[U(L)] = PU(A) + (1-P)U(B)$$

where the outcomes and their probabilities are denoted by  $A, B$  and  $P, (1-P)$  respectively (Henderson and Quandt 1980, p. 54 ).

The utility function  $U : P \rightarrow R$  has an expected utility form and it is called von Neumann-Morgenstern (vN-M) expected utility function if there are numbers  $(u_1, \dots, u_n)$  for each of the  $N$  outcomes  $(x_1, \dots, x_n)$  such that for every  $p \in P$ ,  $U(p) = \sum_{i=1}^n p_i u_i$  (Mas-Colell et. al., 1995, p. 173; Muñoz-Garcia, 2017, p. 337; Dierks, 2005, p. 17; Herfert, 2006, p. 18; Levin, 2006, p. 6, 8, 29; Slantchev, 2005, p. 9). Mas-Colell et. al stated expected utility property as a cardinal property of utility functions defined on the space of lotteries and showed that the form of expected utility is preserved only by increasing linear transformations (Mas-Colell et. al. , 1995, p. 173). Von-Neumann-Morgenstern utility function “ $u$ ” with objective probabilities is considered strictly increasing, concave, has at least two continuous derivatives (Kreps, 1990, p. 70, 84) and represents a consistent ranking of lotteries (Mobius, 2008, p. 5; Yanoff, 2012, p. 501).

A utility function is the reflection of individual preferences. Accordingly if  $b \leq a$  then it means that  $u(b) \leq u(a)$ . In a few words; if  $a$  is preferred to  $b$ ; this means that the utility attached to  $a$  is higher than the utility attached to  $b$ . Thus;

$u : A \rightarrow \Re(A, \leq)$  if for all  $a, b \in A \rightarrow a \leq b$  if and only if  $u(a) \leq u(b)$  (Moschandreas, 2000, p. 110, 112; Alchian, 1953; Chakravarty, 2002, p. 32; Friedman and Savage, 1948; Mobius, 2008, p. 4).

The relationship between preferences and the utility function is basically viewed in three concepts;

- 1- if a consumer prefers  $c_1$  to  $c_2$  this means that the utility of  $c_1$  is higher than the utility of  $c_2$  for the mentioned consumer
- 2- if a consumer prefers  $c_2$  to  $c_1$  this means that the utility of  $c_2$  is higher than the utility of  $c_1$  for the mentioned consumer
- 3- if a consumer is indifferent between two consumption bundles this means that the utility of  $c_1$  is equal to the utility of  $c_2$  for the mentioned consumer.

If the preference relations are viewed as strong/strict, weak/nonstrict and indifference then (Shon, 2008, p. 1; Galaabataar and Karni, 2010; Schmeidler, 1971; Dubra, 2011; Karni, 2011, p. 2; Fishburn, 1986, p. 336):

-strong preference relation between risky prospects ( $x_1$  and  $x_2$ ) is denoted by  $x_1 > x_2$  leads to  $U(x_1) > U(x_2)$  where an option/alternative/event/prospect is evaluated more probable than the other.

-weak preference relation includes its symmetric complement “ $\approx$ ” between risky prospects ( $x_1$  and  $x_2$ ) is denoted by  $x_1 \approx x_2$  leads to  $U(x_1) \geq U(x_2)$  where an option/alternative/event/prospect is evaluated as at least as probable as the other and if  $A \approx B$  then either  $A > B$  or  $A \sim B$ .

-indifference preference relation refers to noncomparability between risky prospects ( $x_1$  and  $x_2$ ) is denoted by  $x_1 \sim x_2$  leads to  $U(x_1) = U(x_2)$  where options/alternatives/events/prospects are evaluated equally probable means that there is no significant difference sense between the options thus;

-if neither  $A \approx B$  nor  $B \approx A$  then  $A$  and  $B$  are identified as noncomparable as suggested by Keynes (1929).

-if  $A \sim B$  then neither  $A > B$  nor  $B > A$

- $A \sim B$  if  $A \approx B$  and  $B \approx A$ ,

- $A > B$  if  $A \approx B$  and not  $B \approx A$ .

When the preference relation is denoted by “ $>$ ”; then characteristics of the preferences are summarized below (Fishburn, 1986, p. 336):

- asymmetry; if  $A > B$  then not  $B > A$
- completeness;  $A \approx B$  or  $B \approx A$
- asymmetry; If  $A > B$  then not  $B > A$
- nontriviality;  $S > \emptyset$
- nonnegativity;  $A \approx \emptyset$
- monotonicity; If  $A \supseteq B$  then  $A \approx B$
- inclusion monotonicity; If  $A \supseteq B$ ,  $B > C$  or  $A > B$ ,  $B \supseteq C$  then  $A > C$
- transitivity; If  $A > B$  and  $B > C$  then  $A > C$
- additivity; If  $A \cap C = \emptyset = B \cap C$  then  $A > B \Leftrightarrow A \cup C > B \cup C$
- complementarity; If  $A > B$  then not  $A^c > B^c$

\* $A$  and  $B$  are events,  $\emptyset$  and  $S$  are empty and universal events respectively and  $\emptyset \subseteq A \subseteq S$ .

Unsurprisingly the assumptions of the theory of expected utility, the mathematical structure behind and the theory itself are harmonized with each other. For this reason the utility function is usually mentioned as “von Neumann- Morgenstern utility function” in some of the source books.

If the decision problem is assumed to consist of the set of outcomes, then the preference relation is expected to satisfy the axioms below to be consistent with the theory of expected utility and to be labeled as rational behavior/decision:

- Invariance
- Completeness (Complete-Ordering)
- Transitivity
- Continuity
- Independence
- Complete-Ordering
- Unequal-Probability
- Archimedean
- Monotonicity
- Substitution (Independence of Irrelevant Alternatives)

This paper is organized as follows. In section 2 the axioms of the theory of expected utility are explained in detail. Section 3 presents the relevance among them and section 4 concludes considering the concept of economic rationality.

### **Axioms Of The Theory Of Expected Utility**

The axioms of the theory of expected utility are explained in detail in this section.

#### *Invariance*

According to invariance axiom preference between alternatives is independent of how they are framed. In other words; a rational decision maker's preferences are not affected by the framing of the prospects.

On the other hand there are revealed situations where framing matters. It is proved that framing of a choice problem affects preferences (Tversky and Kahneman, 1981; Kahneman and Tversky, 1984; Tversky and Kahneman, 1986; Kahneman, 2003).

#### *Completeness*

Completeness axiom is also known as "the complete-ordering" axiom. If an individual can make a comparison between alternatives when he/she is asked to make a choice, his/her preferences are said to be complete (Board, 2009, p. 2). According to the completeness any two outcomes, goods or consumption bundles can be ranked or judged by the consumer as  $c_1 \succeq c_2$ ,  $c_1 \preceq c_2$ ,  $c_1 \sim c_2$  or  $(x_1, x_2) > (y_1, y_2)$ ,  $(y_1, y_2) > (x_1, x_2)$ ,  $(x_1, x_2) \sim (y_1, y_2)$  ensuring that all choices can be ordered in a single chain without gaps pairwise comparing the comparability of all prospects (Shon, 2008, p. 2; Dean, 2009, p. 6; Abdellaoui, 2002, p.3).

On the other hand; completeness is difficult to be satisfied if both alternatives are considered good along different dimensions, if they are complicated or very emotional and if there is an addiction to a substance (Dean, 2009, p. 7).

#### *Transitivity*

Outcomes, goods, prospects or consumption bundles can be ordered in a single chain without cycles and can be ranked consistently by the rational consumer according to the transitivity axiom (Abdellaoui, 2002, p. 3). Internally consistent preferences are stated as transitive (Board, 2009, p. 2). Transitivity axiom also implies that the indifference curves don't intersect.

If a, b, c are outcomes, goods or consumption bundles; if a is preferred to b and b is preferred to c then a is preferred to c:

$$a \geq b, \quad b \geq c \quad \Rightarrow \quad a \geq c$$

On the other hand; preferences between similar alternatives leads to failure of transitivity (Dean, 2009, p. 8). Violations of transitivity axiom is revealed by several research (Tversky, 1969; Loomes et. al. , 1991; Tversky, 2004; Birnbaum and Schmidt, 2008; Day and Loomes, 2010).

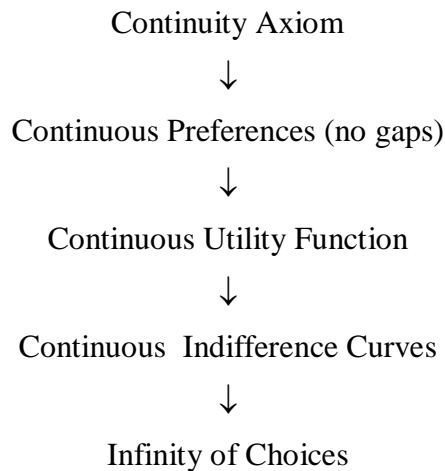
### *Continuity*

Continuity axiom is sometimes called as the Archimedean axiom (Föllmer et. al. , 2016, p. 58, Slantchev, 2005, p. 8; Levin, 2006, p. 5). According to the continuity axiom if  $A > B > C$  then there is some probability  $P$  ( $0 < P < 1$ ) such that the consumer is indifferent between outcome  $B$  with certainty and a lottery that suggests the outcome  $A$  with the probability value of  $P$  and the outcome  $C$  with the probability value of  $1 - P$  (Henderson and Quandt, 1980, p. 53):

$$\text{if } A > B > C \Rightarrow B \sim (P, A, C)$$

When the preference relation between lotteries  $p$ ,  $p'$  and  $p''$  is  $p \geq p' \geq p''$ , then  $\alpha p + (1 - \alpha)p'' \sim p'$  means that if  $p$  is preferred to  $p'$ , a lottery close to  $p$  will still be preferred to  $p'$  (Levin, 2006, p. 5).

Satisfaction of continuity axiom that is accompanied by a continuous utility function, refers to infinity of choices (Mobius, 2008, p. 5; Board, 2009, p. 9):



On the other hand if a consumer is asked to make a choice between two consumption bundles with the goods  $x_1$  and  $x_2$ ; he/she prefers the bundle with the most  $x_1$  and if the two bundles have the same  $x_1$  then he/she prefers the bundle with the most  $x_2$  which is consistent with the lexicographic preferences but contradicts with the continuity axiom (Board, 2009, p. 5, 6).

### *Archimedean*

According to Archimedean axiom for the outcomes preserving the preference relation  $a < b < c$  there is a lottery  $L = \{(a, \alpha), (c, 1 - \alpha)\}$  such that the individual is indifferent between the lottery  $L$  and the outcome  $b$  (Mobius, 2008, p. 6):

$$a < b < c; L = \{(a, \alpha), (c, 1 - \alpha)\} \leftrightarrow L \sim b$$

Archimedean axiom is related to infinite sensitivity of preference judgment (Abdellaoui, 2002, p.3):

$$(P > Q > R) \rightarrow \alpha P + (1 - \alpha)R > Q > \beta P + (1 - \beta)R \text{ for some } \alpha, \beta \in ]0, 1[$$



### *Monotonicity*

The monotonicity axiom verifies that higher utility is preferred and refers to the basic principle of economics “more is better than less”. According to monotonicity axiom more pleasure is derived by consuming more commodities (Shon, 2008, p. 2):

if  $c_1$  and  $c_2$  are consumption bundles and

if  $c_1$  contains more of each commodity than  $c_2$  does  $\rightarrow c_1 > c_2$

then  $c_1$  is preferred to  $c_2 \rightarrow c_1 > c_2$ .

Monotonicity reveals the relevance between lottery preference and probability values (Mobius 2008:6):

if lottery  $L_1$  is preferred to lottery  $L_2$  and if  $\alpha > \beta$  then  $\{(L_1, \alpha) ; (L_2, 1 - \alpha)\}$  is preferred to  $\{(L_1, \beta) , (L_2, 1 - \beta)\}$ .

By the ultimate aim of utility maximization and by monotonicity axiom a homoeconomicus prefers to consume more and if there were no budget limits or diminishing marginal utility; he/she would prefer to continue consuming. As the utility is fixed along an indifference curve and an indifference curve is the representation of different consumption bundle combinations with the same total utility; monotonicity axiom clarifies why indifference curves don't intersect (Board, 2009, p. 7, 9, 13):

-convex indifference curves means that marginal rate of substitution is positive and is decreasing along the indifference curve

-if  $x \succcurlyeq y$  then  $tx + (1 - t)y \succcurlyeq y$  for all  $t \in [0, 1]$  and similarly  $u(tx + (1 - t)y) \geq u(y)$  for all  $t \in [0, 1]$  then preferences are convex

- indifference between  $x$  and  $y$  means preference of the average  $tx + (1 - t)y$  to either  $x$  or  $y$  leads to preference of averages to extremes

-one indifference curve must always lie to the northeast of the other

-an individual will always spend his/her budget

-monotonicity and thus convexity are essential to analyze utility maximization and to solve first order conditions and inflexion points

-if  $u(tx + (1 - t)y) \geq u(y)$  for all  $t \in [0, 1]$  then the utility function is quasi-concave. The quasi-concave shape of the utility function means convex preferences (Dean, 2009, p. 22).

On the other hand; indifference curves don't intersect because of the transitivity axiom as well even if the monotonicity axiom is never assumed.

### *Substitution*

Substitution axiom is also known as the “independence of irrelevant alternatives”. According to substitution axiom if lottery  $L_1$  is preferred to lottery  $L_2$  then any mixture of these lotteries with any other lottery  $L_3$  preserves the same preference order (Mobius, 2008, p. 6):

$$\{(L_1, \alpha) , (L_3, 1 - \alpha)\} \geq \{(L_2, \alpha) , (L_3, 1 - \alpha)\}$$

### *Compound Lottery*

A lottery  $L$  which is demonstrated as  $L = \{(L_1, p_1) , (L_2, 1 - p_1)\}$  or  $L = (L_1, L_1, p_1)$  called as a compound lottery as it includes another lottery or lotteries in it.

If  $L = \{(L_1, p_1), (L_2, 1 - p_1)\}$  or  $L = (L_1, L_2, p_1)$  is a given compound lottery. The lottery  $L$  suggests the lottery  $L_1$  with the probability value of  $p_1$  and lottery  $L_2$  with the probability value of  $1 - p_1$ .

It is important that each compound lottery is equivalent to a simple lottery with the same probability distribution over final outcomes (Mobius, 2008, p. 6) consistent with the basic inference of the theory ignoring the difference between the valuation of monetary gains and losses and only focuses on the final asset position.

#### *Reflexivity*

For any consumption bundles, goods or prospects; one is at least as good as itself. According to the reflexivity axiom, if  $c_i$  is a consumption bundle then:

$$c_i \succeq c_i$$

#### *Independence*

According to independence axiom a rational decision maker's preference shouldn't depend on the "common consequence"  $R$ ; when he/she is asked to make a choice between  $\alpha P + (1 - \alpha)R$  and  $\alpha Q + (1 - \alpha)R$  (Abdellaoui, 2002, p. 3):

$$(P \succ Q, \alpha \in [0, 1]) \rightarrow (\alpha P + (1 - \alpha)R \succ \alpha Q + (1 - \alpha)R)$$

The independence axiom is mentioned as the key axiom and the heart of the expected utility theory. According to the independence axiom individuals ignore the common parts when they are making a choice:

if  $a, b, c$  are different outcomes and the preference between  $a$  and  $b$  is:

$$a \succ b$$

then when the individual is asked to make a choice between these two outcomes presented with the outcome  $c$  in common; the preference order preserves the previous preference relation as:

$$a+c \succ b+c.$$

In other demonstration where probability values are included:

if an individual is asked to make a choice between  $\alpha x + (1 - \alpha)y$  and  $\alpha z + (1 - \alpha)y$ , the common part  $(1 - \alpha)y$  is ignored and the individual considers  $\alpha x$  and  $\alpha z$ . Therefore the independence axiom is usually confused with the substitution axiom.

The independence axiom is also equivalent to having indifference curves that are parallel straight lines leading to preferences representable by a vN-M expected utility function (Levin, 2006, p. 9, 29):

- if  $p \sim p'$ , then by independence  $p \sim \alpha p + (1 - \alpha)p' \sim p'$ , means that indifference curves must be straight lines.
- if indifference curves are not parallel, then  $p' \sim p$  and but  $1/2 p' + 1/2 p'' \succ 1/2 p + 1/2 p''$ .

On the other hand; there is a huge literature reveals the systematic violations of the independence axiom (Kahneman and Tversky, 1979; Holt, 1986; Machina, 1987; Loomes, 1991; Carlin, 1992; Day and Loomes, 2010).

#### *Unequal-Probability Axiom*

According to unequal-probability axiom if the consumer prefers the outcome  $A$  to the outcome  $B$  and  $L_1$  and  $L_2$  are the lotteries that suggest the outcome  $A$  with the probability

value of  $P_1$  and the outcome B with the probability value of  $1-P_1$  and the outcome A with the probability value of  $P_2$  and the outcome B with the probability value of  $1-P_2$  respectively then  $L_2$  is preferred to lottery  $L_1$  if and only if the probability value of  $P_2$  is higher than the probability value of  $P_1$ .

If  $A \succ B$  and  $L_1 = (P_1, A, B)$  and  $L_2 = (P_2, A, B)$  then  $L_2 \succ L_1$  if and only if  $P_2 > P_1$  (Henderson and Quandt, 1980, p. 53).

### The Relevance Among The Axioms

Von Neumann and Morgenstern (1947) suggested that a complete and transitive preference relation  $\succeq$  on  $P$  satisfies continuity and independence if and only if it admits a expected utility representation  $U : P \rightarrow \mathbb{R}$  (Levin, 2006, p. 6, 8, 29). It is also stated that the axioms; completeness, transitivity, independence and Archimedean are necessary and sufficient for a real-valued utility function that is linear in the probabilities, unique up to a positive affine transformation and represents a ranking of exogenously determined preferences to exist (Abdellaoui, 2002, p. 3, 4).

Von Neumann-Morgenstern utility function is unique up to positive linear transformations where  $U^*(x)$  preserves the same preferences with  $U(x)$  as long as  $U^*(x) = aU(x) + b$  for  $a > 0$  and  $b$  (Schoemaker, 1982, p. 531). Any strictly increasing transform of a utility function represents the same preferences with the previous one as a monotonic transformation of a utility function is another strictly increasing utility function thus addition, subtraction, multiplication or taking its logarithm preserves the original utility function (Dean, 2009, p. 20).

Here there are two terms need to be expressed “non-decreasing” and “strictly increasing” regarding to the utility function (Shon, 2008, p. 2):

-a utility function  $U$  is non-decreasing if  $c_1 \geq c_2$  implies  $U(c_1) \geq U(c_2)$  and vice-versa for a non-increasing utility function

-a utility function  $U$  is strictly increasing if  $c_1 > c_2$  implies  $U(c_1) > U(c_2)$  and vice-versa for a strictly decreasing utility function.

In the light of this information, it is concluded that preferences are monotone if and only if the utility function  $U$  is non-decreasing and they are strictly monotone if and only if the utility function  $U$  is strictly increasing.

The connection between continuity and completeness axioms is proved by representing that a nontrivial preorder on a connected topological space is continuous only if it is complete (Schmeidler, 1971, Karni, 2007, Karni, 2011, p. 2). On the other hand a nontrivial preorder on the set of lotteries satisfying the independence and Archimedean axioms can be incomplete although it is stated if a preorder on the set of lotteries which are probability distributions on a finite set of prizes is nontrivial and satisfies the independence axiom then the satisfaction of any two of Archimedean, continuity and completeness imply the third (Dubra, 2011, Galaabataar and Karni, 2010, Karni, 2011, p. 2).

If a decision problem consisting of a finite set of outcomes a preference relation on these outcomes is expected to satisfy completeness and transitivity as two elementary axioms implying individual preferences without gaps and cycles (Mobius, 2008, p. 4). Completeness is applicable by transitivity and a preference relation is expected to satisfy completeness and transitivity axioms at least (Shon, 2008, p. 2). As long as completeness and transitivity are satisfied all equivalent outcomes can be ordered in a strictly increasing chain (Mobius, 2008, p. 4). Once preferences satisfy completeness and transitivity axioms, first order stochastic dominance is implied by independence axiom (Abdellaoui, 2002, p. 3).

If  $\succeq$  is a preference relation satisfies completeness, transitivity and continuity then the indifference curves are parallel straight lines satisfying the independence axiom as well and is representable by a linear or affine utility function in probabilities (Ordoñez, 2007, p. 3):

if  $p < q$ , by monotonicity  $U(p) < U(q)$

↓

for all  $\alpha \in [0, 1]$  and all  $r \in L$ ,  $\alpha U(p) + (1 - \alpha)U(r) < \alpha U(q) + (1 - \alpha)U(r)$  then

↓

independence axiom is satisfied

↓

indifference curves are parallel straight lines.

Linearity in the probabilities is that  $U(\alpha p + (1 - \alpha)p') = \alpha U(p) + (1 - \alpha)U(p')$  holds for every  $p, p'$  and  $\alpha$  means that  $U$  must be constant on the line connecting  $p$  and  $p'$ , then it must have an expected utility form leading to linear indifference curves (Levin, 2006, p. 6, 8, 29):

the linearity of expected utility

↓

parallel straight lines indifference curves

↓

the preferences are representable by an expected utility function

The representativeness of the axioms of the theory of expected by a linear utility function means that a nonlinear utility function is incompatible with the axioms of the theory. Although it is sometimes mentioned that the satisfaction of completeness, transitivity and continuity or completeness and transitivity or completeness, transitivity, independence and Archimedean or substitution, Archimedean and monotonicity is sufficient for preferences to be representable by von Neumann-Morgenstern expected utility function (Board, 2009, p. 8; Abdellaoui, 2002, p. 4; Levin, 2006, p. 5); all of the assumptions are needed to be satisfied in order to determine and model the original preference ordering of a rational decision maker compatible with the theoretical structure of the theory of expected utility

### Conclusion

The theory of expected utility has an extremely consistent structure in itself. All of the axioms are deliberated and designed in a manner to confirm each other. The theme of “economic rationality” is substantiated by this perfectly working mechanism and the concept of economic human; “homoeconomicus” was born. The homo-economicus is portrayed as a rational, unemotional, ultimate utility maximizer equipped with perfect and correct information.

However rationality is found as disorienting due to its theoretical and daily life perception. The conflict arises when a behavior satisfying axioms and thus labeled as “rational” comprehended “irrational” (or vice versa) in individual’s mind. Rational means logical and reasoned. Thus the controversy arises when an economic activity seeming reasonable and logical in daily life isn’t labeled as rational “theoretically” unless it satisfies the axioms of the theory of expected utility. Theoretically an economic behavior or a decision is called as “rational” as long as the axioms of the theory -which are explained in detail

throughout the paper- of the expected utility theory are satisfied. Likewise decision or behavior doesn't meet the axioms is called as "irrational" theoretically. How much or which of the axioms are needed to be satisfied in order to call a decision or a behavior as rational (or irrational) is an other questionable issue.

Although theory's admirable mathematical structure is sometimes attributed to the mathematicians' and physicists' involvement and to the endeavor to substantiate economics as a science; the theory of expected utility is still the basic reference explaining consumer behavior under risk and uncertainty beyond argument. At the same time the theoretical view needs to be improved in a way to meet the needs, to serve the solution of economic problems in everyday life rather than merely meeting the mathematical axioms. Thereby the gap between real life situations and theory decreases and as a basic criticism directed, falling short of reality can be overcome.

### References

- Abdellaoui, M. (2002). Economic rationality under uncertainty. GRID-CNRS, ENS de Cachan.
- Alchian, A. A. (1953). The meaning of utility measurement. *The American Economic Review*, 43(1), 26-50.
- Bassett, G.W. Jr. (1987). The St. Petersburg Paradox and bounded utility. *History of Political Economy*, 19(4), 517-523.
- Bernoulli, D. (1738). Exposition of a New Theory on the Measurement of Risk. *Econometrica*, 22(1): 23 - 36. (Specimen Theoriae Novae de Mensura Sortis. Commentarii Academiae Scientiarum Imperialis Petropolitanae, *Tomus V*, 1738, 175 – 192.)
- Birnbaum, M. H. , & Schmidt, U. (2008). An experimental investigation of violations of transitivity in choice under uncertainty. Kiel Working Paper No. 1396.
- Board, S. (2009). Preferences and utility. Resource document. UCLA. [http://www.econ.ucla.edu/sboard/teaching/econ11\\_09/econ11\\_09\\_lecture2.pdf](http://www.econ.ucla.edu/sboard/teaching/econ11_09/econ11_09_lecture2.pdf). Accessed 28 June 2017.
- Britannica. <https://www.britannica.com/topic/The-Book-on-Games-of-Chance>. Accessed 28 June 2017.
- Buffon, G. L. L. Comte de. ( 1777)ESSAIS d'Arithm'etique morale. In: Histoire Naturelle. Suppl'ement Tome Quatri'eme. *Paris: De l'Imprimerie Royale*, 46 - 124.
- Carlin, P. S. (1992). Violations of the reduction and independence axioms in Allais-Type and common-ratio effect experiments. *Journal of Economic Behavior & Organization*, 19(2), 213-235.
- Carnegie Mellon University. [http://www.link.cs.cmu.edu/15859-s11/notes/Mcfadyen\\_review.pdf](http://www.link.cs.cmu.edu/15859-s11/notes/Mcfadyen_review.pdf). Accessed 28 June 2017.
- Chakravarty S. R. (2002). *Microeconomics*. New Delhi: Allied Publishers.
- Day, B., & Loomes, G. (2010). Conflicting violations of transitivity and where they may lead us. *Theory and Decision*, 68, 233–242.

- 
- Dean, M. (2009). Consumer theory. Resource document. Columbia University. [http://www.columbia.edu/~md3405/IM\\_CT.pdf](http://www.columbia.edu/~md3405/IM_CT.pdf). Accessed 28 June 2017.
- Dehling, H. G. (1997). Daniel Bernoulli and the St. Petersburg Paradox. *Vierde Serie Deel*, 15(3), 223-227.
- de Montmort, P. R. (1713). *Essay d'Analyse sur les Jeux de Hazard*. Paris:Jacque Quillau.
- Dierks, L. H. (2005). Trust as a determinant of consumer behaviour under uncertainty: an empirical analysis of consumers' reactions to a random external shock in Europe. Kiel:Cuvillier Verlag.
- Dubra, J. (2011). Continuity and completeness under risk. *Mathematical Social Sciences*, 61, 80-81.
- Fishburn, P. C. (1986). The axioms of subjective probability. *Statistical Science*, 1(3), 335-345.
- Föllmer, H., & Schied, A. (2011). *Stochastic finance: an introduction in discrete time*. Berlin: de Gruyter.
- Friedman, M. ,& Savage, L. J. (1948). The utility analysis of choices involving risk. *The Journal of Political Economy*, 56 (4), 279-304.
- Galaabataar, T., & Karni, E. (2010). Objective and subjective expected utility with incomplete preferences. Economics Working Paper from the archive of The Johns Hopkins University.
- Garcia, J. A. (2013). A bit about the St. Petersburg Paradox. <http://www.math.tamu.edu/~david.larson/garcia13.pdf>. Accessed 28 June 2017.
- Grüne-Yanoff, T. (2012). Paradoxes of rational choice theory. In S. Roeser, R. Hillerbrand, P. Sandin, M. Peterson (Eds.), *Handbook of risk theory: epistemology, decision theory, ethics, and social implications of risk*, 499-516:London:Springer.
- Henderson, J.M. , & Quandt, R.E. (1980). *Microeconomic theory: a mathematical approach*. Singapore:McGraw –Hill.
- Herfert, M. (2006). *Nonparametric inference of utilites: entropy analysis with applications to consumer theory*. Hamburg :diplom.de.
- Holt, C. A. (1986). Preference reversal and the independence axiom. *The American Economic Review*, 76(3), 508-515.
- Huygens, C. (1657). *De ratiociniis in ludo aleae. (On reckoning at Games of Chance)*. London: T. Woodward.
- Kahneman, D. , & Tversky, A. (1979). Prospect theory: an analysis of decision under risk. *Econometrica*, 47(2), 263-292.
- Kahneman, D., & Tversky, A. (1984). Choices, values, and frames. *American Psychologist*, 39(4), 341-350.
-

- 
- Kahneman, D. (2003). Maps of bounded rationality: psychology for behavioral economics. *The American Economic Review*, 93(5), 1449-1475.
- Karni, E. (2011). Continuity, completeness and the definition of weak preferences. *Mathematical Social Sciences*, 62(2), 123-125.
- Karni, E. (2007). Archimedean and continuity. *Mathematical Social Sciences*, 53(3), 332-334.
- Keynes, J. M. (1921). *A treatise on probability*. London:Macmillan And Co.
- Kreps, D. M. (1990). *A course in microeconomic theory*. USA:Harvester Wheatsheaf.
- Levin, J. (2006). Choice under uncertainty. Resource document. Stanford University. <https://web.stanford.edu/~jdlevin/Econ%20202/Uncertainty.pdf>. Accessed 28 June 2017.
- Loomes, G. (1991). Evidence of a new violation of the independence axiom. *Journal of Risk and Uncertainty*, 4(1), 91–108 .
- Loomes, G., Starmer, C., Sugden, R. (1991). Observing violations of transitivity by experimental methods. *Econometrica*, 59(2), 425-439 .
- Machina, M. J. (1987). Choice under uncertainty: problems solved and unsolved. *The Journal of Economic Perspectives*, 1(1), 121-154.
- Mas-Colell, A. , Whinston, M. D. , Green, J. R. (1995). *Microeconomic Theory*. New York:Oxford University Press.
- Menger, K. (1934). Das Unsicherheitsmoment in der Wertlehre. *Nationaloeken, Journal of Economics*, 5(4), 459 - 485.
- Mobius, M. M. (2008). Motivation and decision theory. Resource document. Tsinghua University. <http://iis.tsinghua.edu.cn/~kenshin/gt/mlecture1.pdf>. Accessed 28 June 2017.
- Mongin, P. (1998). Expected utility theory. In J. B. Davis, D. W. Hands, Uskali Mäki (Eds.), *The Handbook Of Economic Methodology*, 171-178, UK:Edward Elgar Publishing.
- Moschandreas, M. (2000). *Business Economics*. London:Thomson.
- Mukhopadhyay, P. (2012). *An introduction to the theory of probability*. India:World Scientific.
- Muñoz-Garcia, F. (2017). *Advanced microeconomic theory: an intuitive approach with examples*. Cambridge:MIT Press.
- Ordoñez, G. (2007). Notes on decision theory. Resource document. University of Pennsylvania. <https://www.sas.upenn.edu/~ordonez/pdfs/ECON%20201%202007/EU.pdf>. Accessed 28 June 2017.
- Ore, O. ( 1953). *Cardano the gambling scholar*. New Jersey:Princeton University Press.
- Pacioli, F. L. B. (1494). *Summa de arithmetica, geometrica, proportioni et proportionalita*. Venice.
-

- 
- Peters, O. (2011). The time resolution of the St. Petersburg Paradox. *Philosophical Transactions of the Royal Society A. Theme Issue 'Handling Uncertainty in Science*, 1-20.
- Pickover, C. A. (2009). *The math book: from Pythagoras to the 57th dimension, 250 milestones in the history of mathematics*. London: Sterling.
- Salov, V. (2014). "The gibbon of math history". Who invented the St. Petersburg Paradox? Khinchin's resolution. *arXiv:1403.3001v1 [math.HO]*, 1-17.
- Schmeidler, D. (1971). A condition for the completeness of partial preference relations. *Econometrica*, 39(2), 403-04.
- Schoemaker, P. J. H. (1982). The expected utility model: its variants, purposes, evidence and limitations. *Journal of Economic Literature*, 20(2), 529-563.
- Shlesinger, M. F. (2012). Milestones in the history of probability. In L. Cohen, H. V. Poor, M. O. Scully (Eds.), *Classical, semi-classical and quantum noise*, 225-226, London: Springer.
- Shon, J. (2008). More is better an investigation of monotonicity assumption in economics. Resource document. The University of Chicago. <http://www.math.uchicago.edu/~may/VIGRE/VIGRE2008/REUPapers/Shon.pdf>. Accessed 28 June 2017.
- Slantchev, B. L. (2005). Game theory: preferences and expected utility. Resource document. University of California San Diego. <http://slantchev.ucsd.edu/courses/gt/02-preferences-expected-utility.pdf>. Accessed 28 June 2017.
- Stigler, S. M. (1999). *Statistics on the table: the history of statistical concepts and methods*. London: Harvard University Press.
- Székely, G. J. , & Richards, D. St. P. (2004). The St. Petersburg Paradox and the crash of high-tech stocks in 2000. *The American Statistician*, 58(3), 225-231.
- Todhunter, I. (1865). *A history of the mathematical theory of probability: from the time of Pascal to that of Laplace*. London: MacMillan.
- Tversky, A. (2004). Preference, belief, and similarity, selected writings. In E. Shafir (Ed.), *A Bradford Book*. London: The MIT Press.
- Tversky, A. (1969). Intransitivity of preferences. *Psychological Review*, 76(1):31-48.
- Tversky, A. ,& Kahneman, D. (1981). The framing of decisions and the psychology of choice. *Science*, 211(4481), 453-458.
- Tversky, A. , & Kahneman, D. (1986). Rational choice and the framing of decisions, *The Journal of Business*, 59(4), Part 2: The Behavioral Foundations of Economic Theory, 251-278.
-



Von Neumann, J., & Morgenstern, O. (1944). *Theory of games and economic behavior*.  
New Jersey:Princeton University.

Whitworth, W. A. (1901). *Choice and chance*. Cambridge: Deighton, Bell, & Co.

---

# ARCHEOLOGY

# Tatika Erken Tunç Çağı (I-II) Ritüel Uygulamalarının Zooarkeolojik Açından Değerlendirmesi

## Zooarchaeological Evaluation of Ritual Practices from Tatika in Early Bronze Age (I-II)

Derya SİLİBOLATLAZ BAYKARA<sup>1</sup>

### Öz

Bu çalışmada, Tatika Erken Tunç Çağı I-II (ETÇ I-II) mezarlığı ve mezarlarla ilişkili yapıardan ele geçen hayvan kemiği kalıntıları yardımıyla, ölü gömme ve anma ritüellerinin daha iyi anlaşılması hedeflenmektedir. Ilisu ve HES Projesi inşaat sahasındaki kurtarma kazılarında bir tanesi olan Tatika, Dicle vadisinin doğu kıyısında yer alır. Mimari kalıntılardan anlaşıldığı kadarıyla Tatika'da ölü ritüellerine ilişkin uygulamaların yapıldığı belirtilmiştir. Çalışma kapsamında, ölü yemeği artığı olan hayvan kemiği kalıntıları tanımlanmıştır. Böylece, geçmiş dönem Tatika halkı tarafından hangi hayvan türlerinin ölü gömme ve anma törenlerinde sıklıkla tercih edildiği ve diş yaşlandırmasına bakılarak hangi yaş aralığındaki hayvanların kurban edildiği ortaya çıkarılmıştır. Ayrıca iskelet element dağılımı ve kesim / kasaplık izi gibi bilgilere ulaşılmıştır. Tatika mezarlık alanında, duvarların çevresinden ve çukurlardan toplam 1542 hayvan kemiği toplanmıştır. Fauna çoğunlukla evcil memelilerden oluşmuştur; koyun / keçi, domuz ve sığır sayıca en fazla bulunan türlerdir. Yabani hayvanlar az sayıdadır ve geyik, kaplumbağa, kuş ve balık ile temsil edilmektedir. Yaban hayvanlarından en çok geyik türlerinin tercih edildiği belirlenmiştir. Çoğunlukla bebek ve çocuk mezarlarında bulunan geyiklerin özel bir ritüelin parçası olduğu düşünülmektedir. Ele geçen buluntulardan, oldukça sazangillere (*Barbus lacerta*) ait balığın da topluca yenen bir ölü yemeğinin parçası olması muhtemeldir. Çalışmanın sonuçları, Anadolu ve Kuzey Suriye'deki benzer arkeolojik ritüel alanlar ile karşılaştırılmıştır.

**Anahtar Kelimeler:** Tatika, Hayvan Kemiği, Erken Tunç, Ölü Yemeği, Güney Doğu Anadolu.

### Abstract

In this study, it is aimed to better understand dead burials and memorial rituals with the help of animal bones from Tatika Early Bronze Age graveyard. The site of Tatika, located on the eastern bank of the Tigris River and is one of the excavations conducted within the scope of Salvage Project of the Ilisu Dam and HEP Project. As assumed from the architecture was uncovered, Tatika was related with the dead rituals. Within the scope of the study, animal bones, as dead food remains were identified. Thus, the animal preference of past people from Tatika was revealed, and it has also understood age of offering animals from dental ageing. In addition, information about skeletal element distribution and cut marks are obtained. 1542 animal bone fragments were collected from around the walls and pits. Bone assemblages is dominated by domestic animals; sheep, goat, pig and cattle. Wild taxa including deer, turtle, bird and fish are also found, though in low numbers. It has been understood that deer species are mostly preferred within the wild taxa. It is believed that the deer mostly found in baby and / or child graves are part of a special ritual activity. The large size carp fish was probably part of a massively eaten funerary meal. The results from Tatika are then compared with archaeological ritual places at Anatolia and Northern Syria.

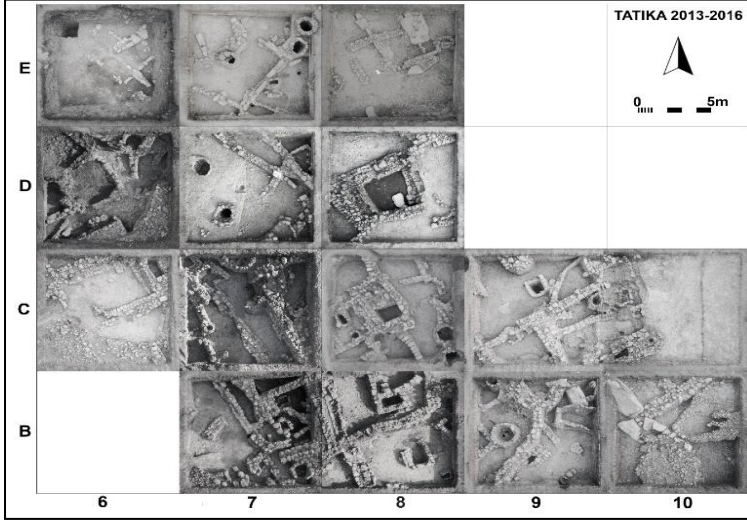
**Keywords:** Tatika, Animal Bones, Early Bronze Age, Funerary Meals, Southeastern Turkey.

### Giriş

Tatika 2008 yılında, Ilisu ve HES Projesi inşaat sahasındaki yüzey araştırmaları esnasında tespit edilmiştir. Ilisu barajı gövde inşaatının yapılmakta olduğu alanda, 2009 yılından beri Mardin Müze Müdürü Nihat Erdoğan başkanlığında oluşturulan bir ekip kurtarma kazıları yürütülmektedir (Resim 1). Tatika Dicle vadisinin güneyinde, Şırnak ili Güçlükonak ilçesine bağlı Koçtepe Köyü yakınındaki düzlükte yer alır (Ökse, vd., 2015, s.60) (Resim 2). Dicle vadisinin bu bölümü, batıdan Mardin Eşiği Dağları, doğudan Hakkâri Dağları'nın batıya uzanan kollarından olan Şeyhomer ve Yazlıca Dağları arasında kalan küçük bir cep ovasıdır. Dicle Vadisinin, Diyarbakır, Batman ve Siirt illerine giren Yukarı Havzası ve Mardin Dağları'ndan güneye akan derelerin oluşturduğu Yukarı Habur havzasının arasında

<sup>1</sup> Dr. Öğrt. Üyesi, Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi, Edebiyat Fakültesi, Antropoloji Bölümü, deryasili@gmail.com

kalmaktadır. Tatika, coğrafi konumu sebebiyle, arasında kaldığı bu iki bölge ile kültürel benzerliğe sahiptir (Ökse, 2017, s.16).



**Resim 1:** 2013-2016 yılları plan kareleri



**Resim 2:** Tatika'nın kuşbakışı görünümü.

Tatika'da bulunan seramiklerin, özellikle Kuzey Mezopotamya'da MÖ 3100-2500 yılları arasında üretilen 'Ninive-5' seramiklerinin erken örneklerine benzerliği tespit edilmiştir. Kuzey Mezopotamya ve Kuzeydoğu Suriye'de yoğunlaşan bu tip kaplar, Ilisu baraj rezervuar alanı kurtarma kazıları kapsamında, Diyarbakır-Batman-Siirt illerine bağlı bölgelerdeki kazılarda çok az ele geçmiştir. Ayrıca Ilisu Baraj inşaat sahasındaki kazılardan da yalnızca Tatika'da bulunmuştur (Ökse, vd. 2015, s.63). Buluntulara göre Tatika mezarlık alanı MÖ 3000-2700 yılları arasına, Yukarı Habur havzasının EJZ 0-2 (Erken Cezire 0-2) ve Dicle havzasının da ETÇ 2-4 (Erken Tunç 2-4) evresine tarihlendirilmiştir (Ökse, 2017).

Tatika'da açığa çıkan mimari, yüzeyin hemen altında bulunan taş duvar kalıntılarıyla temsil edilmiştir. Yapılan kazı çalışmasında bazı temellerin üzerine yerleştirilen ince-uzun kesme taş blokların, üstlerine bir duvarın örülmesi veya dikmelerin yerleştirilmesi için elverişli olmadığı tespit edilmiştir. Neticede temeller üzerinde yüksek duvarların olmadığı ve bunların üstü açık mekânları çevrelediği belirlenmiştir (Ökse, 2017, s.21). Tatika'da konut tarzı olmayan bir yapılaşmanın varlığı, yapıların yüksek duvarlı olmayışı (Ökse, vd. 2015, s.63) ve bunlardan başka duvar taşlarının arasına yerleştirilen ya da dış veya iç yüzlerine yaslandırılan çeşitli mezarların bulunması (Ökse, 2017, s.21) nedeniyle burada günlük yaşamla ilişkili bir mimari

yerine, ölü ritüelleriyle ilgili uygulamaların yapıldığı ve benzerlerine Kuzey Suriye’de rastlanan ritüel amaçlı kullanılmış bir mimariyi işaret ettiği belirlenmiştir. Mezar çevresinden ele geçen hayvan kemiklerinin muhtemelen ölü yemeği artığı ve bulunan çok sayıdaki seramik parçalarının ise ölü gömme ve anma törenlerine katılan kişilerin kullandıktan sonra kırdıkları kaplara ait oldukları belirtilmiştir (Ökse, 2017, s.15).

Tatika’da üç tip mezar bulunmuştur. Bunlar, içlerine hoker pozisyonda yatırılmış bebek ve çocukların bulunduğu basit toprak, çömlek ve taş sanduka mezarlardır. Kazılan on sekiz mezardan ikisi toprak, on üç tanesi çömlek ve üç tanesi de taş sanduka mezardır. Genel olarak bebek ve çocuk gömülerinin fazla olduğu belirlenmiştir. Taş sanduka ve çömlek mezarlardan ise tamamında bebek ve çocuklar bulunmuştur (Ökse, 2017, s.18). Bu dönemdeki mezarlardan hepsinde özellikle küçükbaş hayvanlara ait kemikler bulunmuştur. Gre Virike’de kuzu veya oğlak, Gedikli ve Hayaz Höyük’te koyun veya keçi ve son olarak Oylum Höyük’te az sayıda ele geçen hayvan kemiklerinin varlığı, mezarlara gömü işlemi yapıldıktan sonra hayvan kurban edildiğini göstermektedir (Yılmaz, 2006, s.66).

Bunların dışında Tatika’da çapları 1.50-1.80 m. derinlikleri 0.80-1.30 m arasında değişen dairesel çukurlar bulunmuştur. Bu çukurlar sıva veya moloz taş ile örülmüştür. Boyutları itibari ile depolama amaçlı olamayacağı belirlenen bu çukurların içinden çok sayıda kırık kap ve hayvan kemiği parçaları ele geçmiştir. Bu durum, çukurların ritüel amaçla kullanıldığını düşündürmektedir. Ökse (2017), Tatika’da bazı çukurların içerisinde küllü toprak kalıntılarının bulunması, Eski Ön Asya’da ölü gömme ve anma törenleri esnasında, ölü ruhlarının ve tanrıların ölü yemeğine katılması amacı ile yakılan kokulu ağaç kabuklarını veya tütsüleri ifade ettiği yönünde yorumlamıştır (Ökse, 2017, s.22). Anadolu’da Erken Tunç Çağı’nda I-II (ETÇ I-II) benzer çukurların görüldüğü pek çok yerleşim mevcuttur. Özellikle kül dolgusu, hayvan kemikleri, kırık seramik ve kerpiç parçaları neredeyse tüm çukurların ortak buluntularıdır. Bu çukurların bulunduğu Güneydoğu Anadolu örnekleri arasında Gre Virike en iyi örnektir. Gre Virike’de bulunan çukurların bereket kültü ritüellerinde kullanılan çukurlar olduğu belirtilmiştir. Gedikli’de de tespit edilen çukurların dinsel bir törenin parçası olduğuna kesin bir gözle bakılmaktadır (Türkteki-Başkurt, 2016, s.12).

Erken Tunç Çağı’nda Güneydoğu Anadolu Bölgesi’nde, komşu Suriye ve Mezopotamya kültürlerinin etkisi ile ekonomik ve sosyal gelişmeler yaşanmıştır. Bu gelişmeler sonucunda neredeyse tüm Yakındoğu’da olduğu gibi bu bölge de kentleşme sürecine girmiştir. ETÇ’de yoğun ticari ve kültürel ilişkiler Fırat ve Dicle nehirleri boyunca Güneydoğu Anadolu, Kuzey Suriye ve Mezopotamya Ovası diğer taraftan Doğu Anadolu’ya kadar uzanan geniş bir alanda belli ve ortak kültürlerin yaşadığı bir alan oluşturmuştur (Yılmaz, 2006, s.57). Erken Tunç Çağı’nda nüfusun artışı ve kültürel ilişkilerin önemli bir boyut kazanmasıyla yerleşim merkezlerinin sayısında büyük artışlar olmuştur (Yaylalı, 2008, s.166). Diğer yandan Kuzey Mezopotamya’da (Güneydoğu Anadolu, Kuzey Suriye ve Kuzey Irak) yerleşimler küçük, dağınık köylerden oluşmuştur (Irvine, 2017, s.11).

### **Zooarkeolojik Kalıntıların Değerlendirilmesi**

Tatika mezarlık alanından şu ana kadar çıkarılan ve ETÇ I-II’ye tarihlendirilen hayvan kemikleri, Mardin Müzesi tarafından Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi, Antropoloji Bölümü laboratuvarına gönderilmiştir. Tanımlanabilir malzeme grubu B. Arbuckle’in zooarkeolojik veri sistemi kullanılarak gruplanmıştır (Arbuckle, 2006 s.595-609). Kemikler üzerindeki kesik-yanık izleri ve diğer modifikasyonlar kaydedilmiştir. Kemiklerin tür ve cins tanımlamaları için, M. Stiner’in oluşturduğu görsel koleksiyonlar, çeşitli osteoloji atlasları ve makalelerden faydalanılmıştır (Schmid 1972, Zeder-Lapham 2010, Payne 1985, Hillson 2005, Matsui 2007). Memelilere ait kemiklerin ölçümleri için Von den Driesch’in (1976) osteometri atlası kullanılmıştır. Epifizel kaynaşma durumuna göre yaşlandırma Silver (1969)’a göre yapılmıştır.

Atgillere ait kemiklerin ölçümleri ise Eisenmann'a (2000) göre alınmıştır. Bu çalışmada 'Tanımlanmış Örneklerin Sayısı' (NISP: Number of Identified Species) hesaplama yöntemi kullanılmıştır. Yaşlandırma için Payne (1973) ve Grant (1982)'in diş aşınma tekniği kullanılarak koyunların, keçilerin, domuzların ve sığırların ölüm yaşları hesaplanmıştır.

Tatıka'dan çıkan hayvan kemikleri taş duvarların etrafından ve çukurlardan toplanmıştır. Üç kazı sezonunda (2013-2016 yılları) toplam 1542 kemik, diş ve boynuz kalıntılarına ulaşılmıştır. Toplanan 1471 kemiğin cins ve tür bazında tanımlanması yapılmış olup, 71 tanesi orta boy (koyun, keçi, köpek, domuz, ceylan) ve büyük boy (sığır, eşek, at, deve, kızıl geyik) memeliler grubuna dahil edilerek tanımlanamayan grubu oluşturmuştur (Tablo 1). Kemiklerin korunma durumunun iyi olması fazla sayıda kemiğin tür ve cins açısından tanımlanabilmesine olanak sağlamıştır.

Hayvan kemiği kalıntılarında bakıldığında evcil memeli grubunun faunada oldukça baskın (%97,08) olduğunu görmekteyiz, bunun yanında az sayıda yabancı hayvan da tespit edilmiştir (%2,92). Bu çalışmalar yapılırken cins / tür tanımlaması yapılamayan ancak boyutlarına göre sınıflandırılan orta ve büyük boy memeli grubu hesaplamaya katılmamıştır. Genel olarak faunaya baktığımızda koyun / keçi, domuz ve sığır en çok ele geçen hayvan grubunu oluşturmaktadır. Yabancı hayvanlarından ise en çok geyikler tercih edilmiştir (%3,2). Yabancı hayvanları grubu evcil memelilere göre daha az çeşitlilik göstermektedir.

Faunada etçillere ait bir adet köpek (*Canis familiaris*) tibiası ele geçmiştir. Bulunan bu tibianın proximal ve distal epifizleri kaynaşmamış durumdadır, Silver'e göre epifizler 1,5 yaşından sonra kapanmaktadır. O halde bulunan bu köpeğin 1,5 yaşından küçük olduğunu söylemek mümkündür.

Atgillere (*Equus caballus*, *Equus asinus*, *Equus mulus*) ait faunada yalnızca iki kemik ele geçmiştir. Bulunan kemiklerden bir tanesi radius ve diğeri tibia kemiğidir ve bu kemiklerin kesin olmamakla birlikte eşeğe (*Equus asinus*) ait kemikler olduğu düşünülmektedir. Kemikler tamamen kaynaşmış durumdadır ve buna göre buluntunun 15-18 aylıktan büyük ve yetişkin bireye ait olduğu tespit edilmiştir.

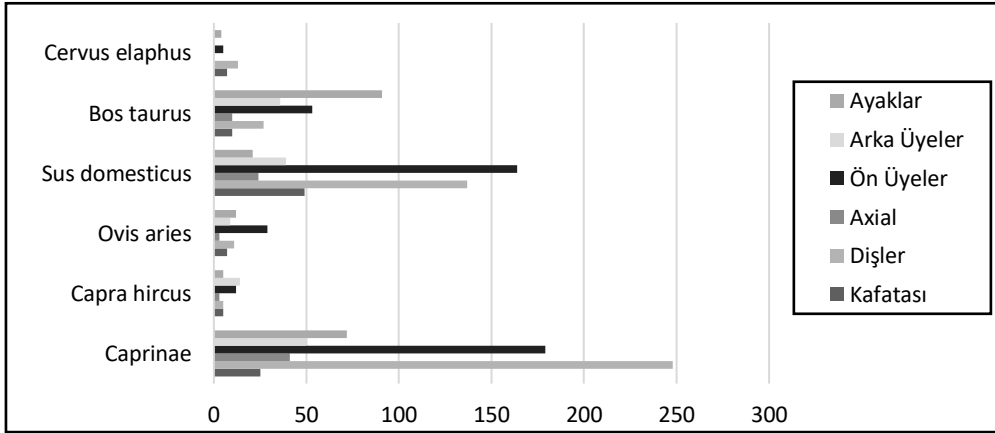
**Tablo 1:** Hayvan türlerinin dağılım tablosu

| Tür İsimleri                | Genel İsimleri | EBA I-II    | NISP %     |
|-----------------------------|----------------|-------------|------------|
| <b>Evcil Memeliler</b>      |                |             |            |
| <i>Bos taurus</i>           | Sığır          | 239         | 15,5       |
| <i>Caprinae</i>             | Koyun / Keçi   | 634         | 41,1       |
| <i>Capra hircus</i>         | Keçi           | 44          | 2,9        |
| <i>Ovis aries</i>           | Koyun          | 71          | 4,6        |
| <i>Sus scrf. domesticus</i> | Domuz          | 437         | 28,3       |
| <i>Canis familiaris</i>     | Köpek          | 1           | 0,1        |
| <i>Equus spp.</i>           | Atgiller       | 2           | 0,1        |
| <b>Yabancı Memeliler</b>    |                |             |            |
| <i>Cervus elaphus</i>       | Kızıl Geyik    | 29          | 1,9        |
| <i>Dama dama</i>            | Alageyik       | 4           | 0,3        |
| <i>Capreolus capreolus</i>  | Karaca         | 1           | 0,1        |
| <b>Diğerleri</b>            |                |             |            |
| <i>Barbus lacerta</i>       | Balıklar       | 2           | 0,1        |
| <i>Testudo sp.</i>          | Kaplumbağalar  | 3           | 0,2        |
| <i>Aves indet.</i>          | Kuşlar         | 4           | 0,3        |
| Orta Boy                    |                | 45          | 2,9        |
| Büyük Boy                   |                | 26          | 1,7        |
| <b>Toplam</b>               |                | <b>1542</b> | <b>100</b> |

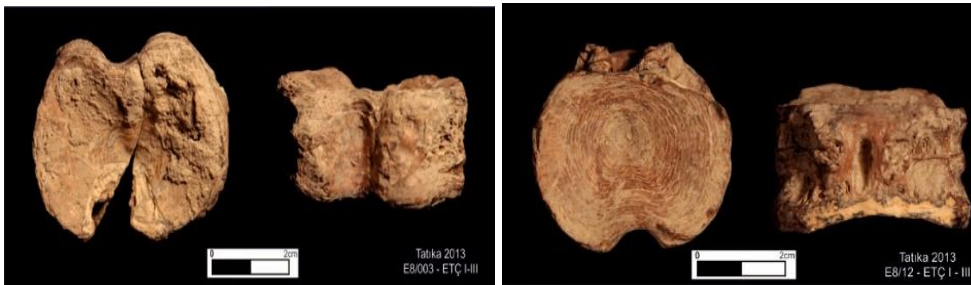
Kuzey Mezopotamya ve Anadolu'da yaşayan üç geyik türü vardır. Bunların hepsi faunada temsil edilmektedir; karaca (*Capreolus capreolus*), kızıl geyik (*Cervus elaphus*) ve

alageyik (*Dama dama*). Tatika mezarlık alanındaki yaban hayvanları geyik türlerinin varlığıyla karakterize edilmiştir. Kızıl geyiklere ait alt ve üst çeneler, ayrıca izole dişler ele geçmiştir. Genel olarak, kızıl geyiğin element dağılımına baktığımızda en fazla cranial kemikleri bulunmuştur (Grafik 1). Bu grubu, boynuzlar, dişler ve çeneler oluşturmaktadır. Bunların dışında 7 adet geyik boynuzu bulunmuştur ve buluntulardan bir tanesi üzerinde kesim izleri mevcuttur. Ele geçen bu boynuzun alet olarak hazırlandığı belirlenmiştir (Resim 1). Ayrıca bir adet sağ radius'un üzerinde kesim izlerine rastlanmıştır. Kızıl geyiğe ait bir adet kaynaşmış scapula, iki tane metacarpal (MC) ve parmak kemikleri ele geçmiştir. Tatika hayvan kemiği buluntuları arasında temsil edilen diğer bir geyik türü ise alageyiktir (*Dama dama*). Bu türe ait iki adet metatarsal (MT) kemiği bulunmuştur ve bunlardan bir tanesinin distal kısmı kaynaşmamıştır. Alageyiğe ait bir adet sol calcaneus ve bir adet proximal kısmı kaynaşmamış sol ulna tespit edilmiştir. Faunada geyik türlerini temsil eden son tür karacadır (*Capreolus capreolus*). Bu türe ait bir adet sol mandibula bulunmuştur. Çoğu geyik türü tepelik ve ormanlık alanlarda yaşadığı düşünüldüğünde geçmiş dönemde Tatika'nın çevresel özellikleri hakkında bir ipucu elde edebiliriz; mezarlık alandan ele geçen bu geyik türlerinin avlanmasında dini, sembolik ve kültürel anlamlar olduğu düşünülmektedir.

Geyikler dışında yabani hayvan faunasında az sayıda kuş, balık ve kaplumbağa yer almaktadır. Kuşlar faunada çok az sayıda temsil edilmektedirler (n: 4). Kuşlara ait kemikler iki humerus, bir ulna ve bir uzun kemikten oluşmaktadır. Kaplumbağalara ait 3 adet kabuk (carapace) bulunmuştur. Bu iki grup faunada sayıca en az buluntu veren gruptur (Tablo 1). E/8 açmasından balıklara ait iki adet vertebra ele geçmiştir. Bu vertebralar oldukça büyük bir tatlı su balığına aittir. Yapılan incelemeler sonucunda bu balık türünün sazangiller familyasından *Barbus lacerta* olduğu anlaşılmıştır (Resim 3) (C. Çakırlar ve M. Yıldırım sözlü görüşme).



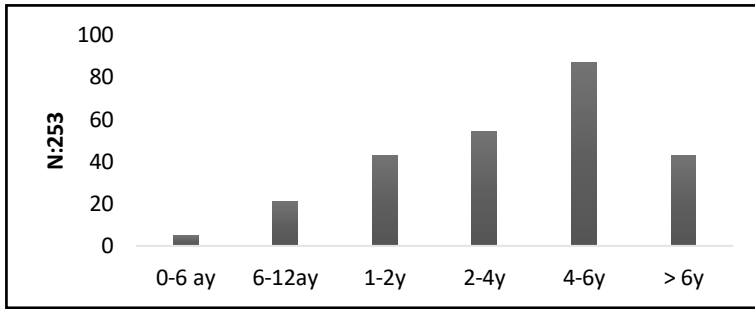
**Grafik 1:** Hayvan iskeletlerinin element dağılımı



**Resim 3:** *Barbus lacerta* omurga kemiği

Tatika mezarlık alanından ele geçen tanımlanmış kemiklere bakıldığında faunada en fazla sayıda bulunan hayvan, koyun (*Ovis aries*) ve keçileridir (*Capra hircus*). Bu grupta toplam 71 koyun ve 44 keçi tanımlanmıştır. Koyun ve keçi kemikleri morfolojik olarak birbirlerine çok benzer oldukları ve arkeolojik alandan bulunan malzeme çoğunlukla kırıklı bir

halde geldiği için koyun-keçi ayırımını doğru bir şekilde yapmak oldukça zordur ve hatta bazı durumlarda mümkün değildir. Bu sebeple 634 kemik koyun / keçi (*Ovicaprine*) olarak sınıflandırılmıştır. Koyunlara ait en fazla radius ve humerus kemikleri bulunmuştur, ayrıca kesim ve kasaplık izlerine de çok sık rastlanmamıştır. Keçilerde ise radius, tibia ve MT kemikleri sayıca fazladır. Koyunlarda olduğu gibi keçilerde de kesim izlerine çok sık rastlanmamıştır. 11 tane koyun / keçi kemiğinde yanık tespit edilmiştir. Koyun / keçi grubunun iskelet elementi dağılımına baktığımızda, tüm elementlerin faunada temsil edildiği görülmektedir (Grafik 4). Ancak alt çene, izole dişler ve ön kol kemikleri diğer iskelet elementlerine göre daha fazla ele geçmiştir. Koyun / keçilerde toplamda 56 kemik üzerinde kesim / kasaplık izi belirlenmiştir. Kesim izlerinin yoğun olduğu iskelet grubu ön kol kemikleridir (humerus ve radius). Kesim izleri bulunan uzun kemiklerin biri hariç büyük bölümünün tamamen yetişkin bireylere ait olduğu tespit edilmiştir. Bunların dışında kemik alet olan veya perdahlanmış kemikler de ele geçen malzemeler arasındadır. Ayrıca koyun / keçi kemiklerinden üretilmiş aletler az da olsa saptanmıştır (n: 8). Kemikler üzerindeki modifikasyonlara dahil edilen bir başka faktör de etçil aktivitesidir; bu modifikasyonlar hayvan kemikleri üzerindeki ve başka hayvanlar tarafından yapılan çiğneme, kemirme veya sindirme izleridir. Tatıka'da toplamda 14 kemiğin üzerinde etçil çiğneme / kemirme izi saptanmıştır. Koyun keçi faunasına ait olan ve D6/012 açmasından ele geçirilen 20 adet yeni doğan (0-2 ay) kemiği saptanmıştır. Koyun / keçiler için diş çıkarma ve aşınma derecelerine bakılarak bunların kesim yaşları belirlenmiştir (Grafik 2) ve bu yaşlandırma için alt çene ve izole dişler kullanılmıştır. Grafik 2 incelendiğinde, en fazla kesimin 4-6 yaş grubunda (34,39%) olduğu görülmektedir. Bu grubu 2-4 yaşındaki hayvanlar (21,34%) takip etmektedir. Faunada az sayıda da olsa kuzu ve oğlakların varlığı görülmektedir (1,98%). Diş aşınma durumuna göre yaş grafiğinden anlaşıldığı kadarıyla koyun ve keçilerin büyük çoğunluğu 2 yaşından büyüktür.

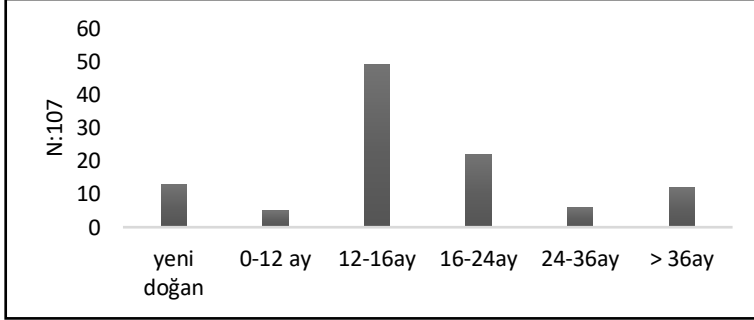


**Grafik 2:** Koyun ve keçilerin altçene ve izole dişlerinden yaşlandırma

Faunada en fazla temsil edilen ikinci hayvan grubunu domuz kemikleri oluşturur (n: 437). Domuzlar için iskelet element dağılımına bakıldığında, sayıları değişkenlik gösterse de tüm iskelet elementleri mevcuttur (Grafik 1). Ancak dağılımda kafatası, çene ve dişlerin sayıca fazla olduğu anlaşılmıştır (n: 177). En az sayıda temsil edilen iskelet grubunu ayak (ön ve arka) kemikleri oluşturmaktadır (n: 55). Buluntular arasında yaban domuzuna (*Sus scrofa*) ait olduğu düşünülen birer adet humerus, astragalus ve tibia kemiği bulunmuştur. Bunlardan humerus ve tibia üzerinde kesim izleri olduğu belirlenmiştir. Boyutları itibariyle büyük olan bu elementlerin yaban domuzuna veya iri bir erkek bireye ait olduğunu söylemek mümkündür. Buluntular arasında az da olsa kemik hastalığına rastlanmıştır. Alt çenede bulunan patoloji, iyileşmiş enfeksiyon sonucunda kemik dokuda bozulma olarak tanımlanmıştır (Resim 4). Buluntular içinde 3 tane yeni doğana ait kemiklerin olduğu anlaşılmıştır. Yanık izlerine faunada genel olarak az rastlanmaktadır ve domuz kemiklerindeki yanık durumu incelendiğinde sadece iki domuz mandibulasında bu izler tespit edilmiştir. Tatıka domuz faunasında toplamda 49 kemik üzerinde çeşitli izlere rastlanmıştır, bunlardan 39 tanesi kesim ve 10 tanesi ise çiğneme izleridir. Kesim izlerinin çoğu ön kol kemikleri üzerinde gözlenmiştir (n: 29). Ayrıca domuzlara ait iki adet işlenmiş (perdahlanmış) olduğu düşünülen kemik bulunmuştur. Bu kemikler yetişkin bir



domuza ait radius ve pelvis kemik parçalarına aittir. Domuzların diş yaşlandırmasına baktığımızda çoğunlukla birinci yıllarının sonunda kesime alındıkları görülmektedir (%45,79). Grafik 3'ü incelediğimizde kesim için genç domuzların tercih edildiğini görmekteyiz, ayrıca yeni doğanlarla (%12,15) 3 yaşından büyük (%11,21) olanların yüzdesi birbirine çok yakındır. Faunada her yaş grubundan domuzlar bulunsa da genel olarak bu hayvanların tam yetişkinliğe ulaşmadan kesildiklerini söylemek mümkündür.



**Grafik 3:** Domuzların altçene ve izole dişlerinden yaşlandırma

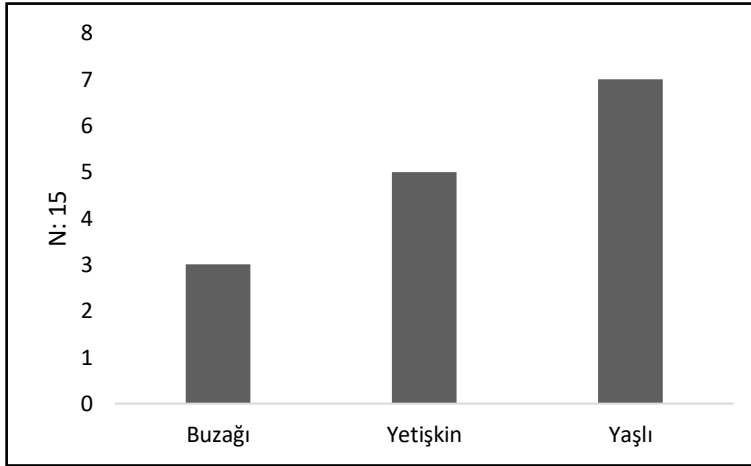


**Resim 4:** Alt çenedeki patoloji ve kesim izi

Sığırlar toplam 239 kemikle faunada üçüncü sırada yer almaktadır. Sığırlar için iskelet element dağılımına baktığımızda ayak (n: 31) ve parmak kemiklerinin (n: 57) fazlaca ele geçtiği anlaşılmaktadır (Grafik 1). Ayak kemiklerinin sıklıkla ele geçmesi bu kemiklerin daha dayanıklı olmaları ile ilgili olmalıdır. Ayak kemikleri dışında sığırlara ait diğer tüm iskelet elementleri farklı oranlarda bulunmaktadır. 50 sığır kemiği üzerinde kesim / kasaplık izine rastlanmıştır ve bu izler özellikle ön kol (n: 12) ve ayak kemiklerinde (n: 23) yoğunlaşmıştır (Resim 5). 11 tane kemikte çiğneme izi mevcuttur ve işlenmiş kemiklerin sayısı 4'tür. Yanık izine ise çok az sayıda rastlanmıştır (n: 4). Uzun kemiklerin epifizlerinin kaynaşma durumuna baktığımızda neredeyse tüm kemiklerin kaynaşmış durumda olduğu görülmektedir. İzole diş ve alt çene buluntularının az olması sebebiyle detaylı bir diş yaşlandırması yapılamamıştır ancak, diş çıkarma ve aşınma durumları göz önüne alındığında, kurban hayvanı olarak yetişkin ve yaşlı bireylerin tercih edildiği anlaşılmıştır (Grafik 4).



**Resim 5:** Sığıra ait üzerinde kesim izi bulunan astragalus



**Grafik 4:** Sığırların altçene ve izole dişlerinden yaşlandırma

### Tartışma

Zooarkeolojik çalışmalar kapsamında yapılan analizler ve tanımlamalar geçmiş dönem toplumlarının hayvancılık aktivitelerini, diyetlerini veya ekonomik organizasyonlarını anlamayı hedefler. Hayvancılık stratejilerini anlamak için, popülasyonda temsil edilen hayvanlar önemlerine göre gruplanır ve bu hayvanların ikincil ürünlerinden ne kadar faydalandığı anlaşılmaya çalışılır. Ancak bazı özel ritüel alanlarda hayvan kemikleri bu anlamların ötesine ulaşır. Zooarkeolojik çalışmalardan yola çıkarak, Tatika ETÇ I-II halkının mezarlık alanında gerçekleştirdikleri ritüel aktiviteleri ortaya çıkarılmıştır.

### Ölüme İlişkin İnanç ve Gelenekler

Eski Ön Asya'da ölü ruhlarının diğer dünyada yaşamaya devam ettiği inancına dayanarak mezarlara yiyecek ve içecek bırakılmış ve ölenler bu şekilde anılmıştır. Mezarların yanlarına açılan çukurların içerisine anma törenleri esnasında kurban edilen hayvanların parçaları bırakılmıştır. Ölü gömme ve anma törenleri esnasında topluca yenen yemeklere 'Ölü Yemeği' denmektedir. Bu, ölümler ile yaşayanların katıldığı son ortak yemek olarak tanımlanmaktadır. Tarihin en eski çağlarından beri toplumlar çeşitli sebeplerle hayvan kurban etmişlerdir. Günümüzde hala insanların kutsal saydığı (yatır ve türbe gibi) mezarların başında kurban kesilmekte ve topluca yemekler yenmektedir (Ökse, 2005, s.2-4).

Bazı avcı toplumlarda hayvan kemiklerine zarar verilmeden saklandığı belirtilmiştir. Benzer durum Anadolu'da da gözlenmektedir; kimi özel kurban ritüellerinde, kurban olarak sunulan hayvan bütün olarak pişirilmekte ve kemiklerine zarar gelmemesine özen gösterilmektedir. Bu durum ölüp dirilme inancı ile bağlantılıdır (Erginer, 1997, s.28). Kurbanın kanı, kemikleri ve yenmeyecek artıklarına Anadolu'da yöresel farklılıklar gösteren işlemler uygulanmaktadır. Bazı topluluklarda kemikler bereket ve uğur getirmesi için ambarlara ve kilerlere gömülürken bazılarında ise kurban kemiklerinin 'kurban kuyusu' olarak adlandırılan kuyulara atıldığı bilinmektedir (Erginer, 1997, s.192).

Erken Tunç Çağı yerleşimlerindeki ölü gömme adetlerinde bir standardizasyon olduğu görülmüştür. Özellikle bebek ve çocuk mezarlarında, hoker ya da yarı hoker pozisyonda ve yan yatırılması, Anadolu'da yerleşim içi mezarlık yapılarının yerini yavaş yavaş yerleşim dışı mezarlıkların almasına rağmen halen bir yaş ve altı bebeklerin mekân içine gömülmeleri, ETC ölü gömme geleneğinin ortak özellikleri arasındadır. Bunlardan başka mezar eşyalarında çok sayıda çanak çömleklerin bulunması, kişisel eşyaların bırakılması ve özellikle çocuk ve bebek mezarlarına bırakılan eşyaların çokluğu da ortak özellikler arasında yer almaktadır (Irvine, 2017, s.36).

### Ölü Ritüelinde Geyik

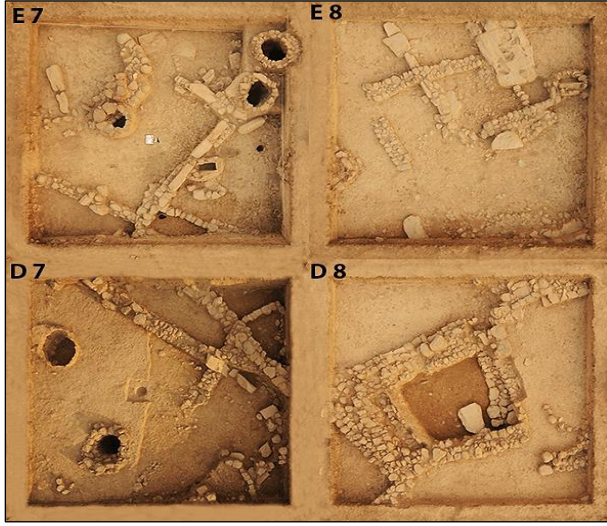
Zooarkeolojik açıdan bakıldığında Tatıka mezarlık alanında ölü ritüellerine katılan geyik türleri içinde en fazla kızıl geyiğe (*Cervus elaphus*) rastlanmıştır. Kızıl geyikler yaşamak için daha çok dağların düzlük olan ve yarı açık ormanlık alanlarını tercih ederken, ala geyikler (*Dama dama*) ağaçların ve çalıkların olduğu açık alanları tercih eder. Son olarak karacalar ise (*Capreolus capreolus*) yaprak döken ormanlık ve açık alanlarda yaşamaktadırlar (De Cupere, 2001, s.56-57). Polen analizi çalışmaları özellikle ETC III'de (MÖ 4500-4000) doğal tahribatın Anadolu'da çok yüksek olduğunu göstermiş (Irvine, 2017, s.12-38) olmasına rağmen burada bulunan geyik kemiklerinden yola çıkarak, Tatıka ve çevresinin günümüzde olduğu gibi, MÖ 3000-2700 yılları arasında da ormanlık alanlara sahip olduğunu söyleyebiliriz.

Tatıka'da bulunan işlenmiş bir geyik boynuzu, bu boynuzların zanaatkarlar için önemli bir hammadde kaynağı olduğunu göstermektedir (Resim 6). Bunun yanı sıra geyikler besin ekonomisine katıldıklarında çok fazla et sağlamaktadırlar. Ancak bu çalışmada geyiklerin sadece et için avlandıklarını söylemek doğru olmaz. Evcil hayvanların aksine geyik eti çok önemli olmalıdır, çünkü geyik avlamak için çok yüksek efor sarf etmek gerekir. Buradaki geyikler ölü gömme ritüellerinde kullanılmışlardır ve faunada az sayıda temsil edilmeleri, her ölen kimse için avlanmadıklarını, ancak özel kişilerin ölüm törenlerinde kurban edildiklerini akla getirmektedir. Bebeklerin gömüldüğü Tatıka E7/8 açmasından 26 adet geyik kalıntısına rastlanmıştır ve bu kemiklerin çoğunluğu kızıl geyiğe aittir (Resim 7) (n: 23). Bu durumda geyik gibi özel av hayvanlarının sıklıkla bebeklere ilişkin ölü ritüellerinde kullanıldıklarını söylemek mümkündür. Ayrıca E8 açmasında Kuzey Mezopotamya'da yaygın olarak kullanılan ve portatif sunak amaçlı olduğu düşünülen kaba, yüksek ayaklı çanaklara rastlanması, buranın ritüel uygulamalardan sonra kalan atıkların toplandığı bir alan olabileceğini düşündürmüştür (Ökse vd., 2014, s.126).

Yukarı Dicle bölgesinde bulunan ve Orta Tunç Çağı'na tarihlenen Hirbemerdon Tepe'de de benzer bir ritüel olarak geyik avcılığı bulunmuştur (Laneri, vd., 2015, s.554). Bunların dışında Erken Tunç alanlarından Titriş Höyük ve Gritille'de de çeşitli geyik türleri faunada temsil edilmişlerdir (Gürgör, 2017, s.150). Tatıka faunasına bakıldığında avcılığın aktif olarak yapılmaması, geyik avcılığının çok özel ve önemli durumlarda yapıldığını akla getirmektedir.



**Resim 6:** *Cervus elaphus*'a ait işlenmiş bir boynuz



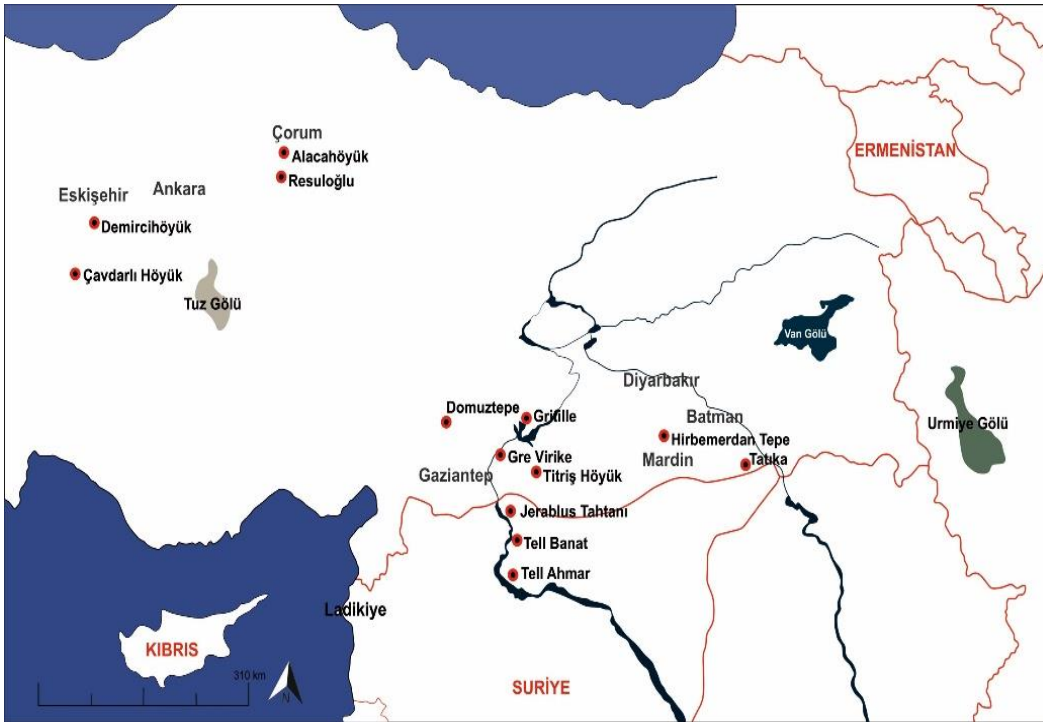
**Resim 7:** Makalede bahsedilen açmalar

### Ölü Ritüelinde Balık

Tatıka mezarlık alanından çok az sayıda balık kemiği bulunmuştur ve bunlar, iki adet vertebra ile temsil edilmektedir. Yapılan incelemeler sonucunda E8 açmasından ele geçirilen bu balık türünün sazangiller familyasından *Barbus lacerta*'ya ait olduğu tespit edilmiştir (Resim 2). Arkeolojik alanlardan toplanan balık kalıntıları oldukça sınırlı sayıdadır, ayrıca balık kemikleri toplansa bile bu malzemenin tür tanımlamaları nadiren yapılabilmektedir. Bunun önemli sebeplerinden bir tanesi elle toplama yapılması ve büyük malzemenin seçilip küçük olan kemiklerin gözden kaçmasıdır. Kuru veya ıslak elek yöntemi veya yüzdürme teknikleri ise daha fazla küçük buluntuya ulaşılmasını sağlamaktadır. Diğer bir faktör de tür tayini yapmak için uygun referans koleksiyonun ve uzman kişilerin olmamasıdır.

Erken Tunç Çağı'nda arkeolojik yerleşimler bereketli olan sulak arazilere yakın yerlere kurulmuşlardır. Bu yüzden yerleşimlerde bulunan balık kalıntılarının az sayıda olması, coğrafik lokasyon düşünüldüğünde tamamen toplama metodu ile ilişkili olmalıdır. Anadolu'da yapılan kazı çalışmalarının birçoğunda elle toplama yapıldığı için Fırat ve Dicle Bölgesi'nden ele geçen balık kemikleri genellikle büyük boy sazangillere aittir (Van Neer, *vd.*, 2017, s.142). Tatıka'da bulunan bu türün coğrafi dağılımı Hazar Denizi, Namak ve Urmiye Gölü Havzaları, Anadolu'da ise Doğu Anadolu, Dicle ve Fırat nehirleridir. Fırat ve Dicle nehirlerinde iki tür sazan

yaşamaktadır, bunlar; *Barbus lacerta* ve *B. l. lacerta*'dır. Bu balık türü oldukça hızlı büyüyen bir balıktır (Khaefi vd., 2017, s.90). Tatika mezarlık alanından bulunan balık vertebraları oldukça iri bir balığı işaret etmektedir. Tatika, Dicle nehrine çok yakın bir yerde bulunmaktadır (Resim 2), bugün köy halkı halen Dicle nehrinden balık avlamaktadır ve elimizdeki büyük balık da geçmişte Tatika halkı tarafından Dicle nehrinden tutulmuş olmalıdır. Buradan yola çıkarak oldukça iri olan bir balığı yakalamanın çok zor olacağı düşünüldüğünde ölü yemeği olan bu balığın özel bir ritüelin parçası olduğunu söylemek mümkündür. Mezarlık alanlarında ve dini ritüel alanlarından ele geçen balık kalıntıları, bu hayvanların çağlar boyunca ritüel amaçlı kullanıldıklarının kanıtıdır. Bunun en eski örneği Güneydoğu Anadolu'da bulunan ve Halaf (MÖ 5555-5537) dönemine tarihlenen Domuztepe yerleşimidir (Resim 8). Buradaki ritüel alanından birkaç balık kemiği bulunmuş, ancak tür tayini yapılamamıştır. Mezopotamya'da yazılı kaynaklarda, seramikler üzerinde ve bazı mühürlerde dinsel törenlerde tanrılara balık sunma sahneleri betimlenmiştir. Balıkların eski çağlardan beri ölü ritüellerinde kullanımı, yeniden doğuş inancıyla bağlantılıdır. Hem Levant hem de Mezopotamya'da birçok arkeolojik alanda ritüel amaçlı balık kullanımı mevcuttur (Van Neer vd., 2005, s.149). Güneydoğu Anadolu bölgesinde yer alan ve ETÇ yerleşimi olan Lidar Höyük'te de sazangiller familyasına ait balık kalıntılarına rastlanmıştır (Gürgör, 2017, s.147).



Resim 8: Makalede bahsedilen arkeolojik alanlar

### Ölü Ritüelinde Koyun ve Keçi

Tatika mezarlık alanında ölü gömme ile ilişkili yeme ve içme ritüellerinde en sık rastlanan hayvan türü koyun ve keçilerdir. Koyun ve keçilerin element dağılımları incelendiğinde altçene, dişler ve ön kol kemiklerinin fazlaca bulunduğunu görmekteyiz. Et yoğunluğu fazla ve az olan grup beraber temsil edilmektedir, böylece bu hayvanların tüm olarak değil de eklemlerinden ayrılarak gömüldüklerini söylemek mümkündür. Kemikler üzerinde kesim / kasaplık izleri de mevcuttur. Benzer buluntular Orta Fırat havzasında Gre Virike II evresinde bulunmuştur. Ortaya çıkan oda mezarlar ve bunlarla ilişkili kurban sunu odalarında genç koyun / keçiye ait olan kafatası, boynuz, kaburga, önkol ve ayak kemikleri ele geçmiştir (Ökse, 2007, s.550). Kaburga ve ayak kemiklerinde çeşitli kesim izlerine rastlanmıştır.

Buluntularda hiç yanık izi olmaması, koyun keçi kemiklerinin mezara yatırıldığını düşündürmektedir.

Kurban edilen hayvanın kemiklerinin mezara konması Eski Yakın Doğu'da yaygın bir gelenektir (Ökse, 2005a, s.41). Gre Virike'nin güneyinde bulunan Jerablus Tahtani'de açığa çıkarılan anıtsal oda mezar 302'de çoğunluğu koyun / keçilere ait hayvan kemikleri ele geçmiştir (Resim 8). Burada da kemikler ayrılmış olup, bazılarının üzerinde kesim ve yanık izlerine rastlanmıştır. Tanımlanan 202 koyun / keçi örneğinden kafatasları ve izole dişler %29, carpal ve tarsaller ise %39 oranında ele geçmiştir (Sang, 2010, s.35). Tell Banat Monument B'den ele geçen buluntularda ise çoğunluk koyun ve keçilerden oluşmaktadır (%80) (Sang, 2010, s.193). Son olarak Suriye'de bulunan Ahmar anıtsal mezarlarında (Hypogeum) çok sayıda koyun ve keçi kemiğine rastlanmıştır. Ancak Ahmar buluntuları incelendiğinde keçilerin sayıca daha üstün olduğu tespit edilmiştir (Sang, 2010, s.191).

Eski Mezopotamya inanışlarına göre keçi kurbanı ölüyü hastalık ve kötülüklerden korumak ve tanrılara adak eti vermek amacı ile yapılmıştır (Yılmaz, 2006, s.66). Koyun ve keçiler için diş yaşlandırmasına baktığımızda hayvanların en fazla 4-6 yaş (%34,39) grubunda kesildikleri görülür; bunu %21,34 oranla 2-4 yaş grubu takip etmektedir (Grafik 1). Hayvancılıkla uğraşan toplumlar için, küçükbaş hayvanların ikincil ürünlerinden (süt, yağ, peynir ve yün gibi) farklı yaşlarda yararlanıldığı için ekonomik açıdan genç bir hayvanı kesmek kârlı değildir. Özellikle amaç sadece et tüketimi ise koyun ve keçiler için optimal kesim yaşı 18-36 aylıktır (2-3 yaş) (Cultraro, 2004, s.4). Grafik 1'de görüldüğü gibi kesime giden hayvanların çoğunluğu iki yaşından büyük yetişkinlerdir. Burada Tatika mezarlık alanında ölü yemeği için yetişkinlerin tercih edilmesi, ekonomik olarak bu hayvanlardan maksimum fayda sağlandıktan sonra ölümlere adandıklarını düşündürmektedir. Yetişkin hayvanların özellikle yünlerinden ve sütlerinden faydalanma çağlarında kurban edildikleri tespit edilmiştir. Ancak, Tatika halkının ölümleri için yetişkin hayvanların yanı sıra genç erişkin koyun ve keçiler etleri için kurban ettikleri de belirlenmiştir. D6/012 açmasında ele geçen yeni doğmuş koyun / keçiye ait ve neredeyse bütüne yakın iskeleti bulunmuştur. Burada bulunan mezar için özel bir ritüel uygulaması yapıldığını söyleyebiliriz. Buna ek olarak E7/007 numaralı mezarda kemikler çömleğin altına yerleştirilmiş ve kafatası gövdeden ayrılarak kemiklerin üzerine konulmuştur (Yayınlanmamış Kazı Raporu). Bu mezarda az sayıda (n: 3) genç koyun / keçi kemiklerine rastlanmıştır. E7/022 numaralı açmadan ele geçen çömlek bebek mezarı içinden yaban keçisine ait olduğu düşünülen kemikler ele geçmiştir. Bu kemikler Tatika halkının koyun ve keçileri sıklıkla ölü yemeklerinde kullandıklarını ve çoğunlukla yetişkin hayvanları tercih ettiklerini, ancak bazı durumlarda özel ritüel uygulamaları yaparak çok genç bireyleri kurban ettiklerini göstermiştir.

### **Ölü Ritüelinde Domuz**

Domuzlardaki kesim ve yanık izlerine genel olarak az sayıda rastlanmaktadır. İskelet element dağılımında ise kafatası ve dişler gibi et yoğunluğu az olan grup dikkat çekicidir. Burada gözlenen durum, koyunlarda olduğu gibi domuzların da kurban edildikten sonra mezarlara bırakılması şeklinde olabilir. Domuzların diş yaşlandırmasına bakıldığında, çoğunlukla birinci yıllarının sonunda kurban edildiklerini görmekteyiz (%45.79). Domuzlar, geçmiş dönem toplumlarının hayvancılık ekonomilerinde özellikle eti için tercih edilen bir hayvan olmuştur. Ayrıca özel bir bakıma ihtiyaç duymamaları ve hızlı üreme yeteneğine sahip olmaları bu sebeplerin başında gelmektedir.

Tatika halkının belli bir yaş aralığındaki domuzları sıklıkla tercih etmesi, düzenli bir kurban sunma aktivitesi ile ilişkili olmalıdır. Yılın belli dönemlerinde ölümler için kurban edilen domuzlar yine mezarlık alanına bırakılmıştır. Bazı Anadolu köylerinde halen yılın belirli zamanlarında mezar üzerinde kurban kesilip kanı mezara akıtıldıktan sonra kurbanın bir parçası

mezar üzerine bırakılmaktadır (Ökse, 2005, s.3). Domuzun ölü ritüellerinde tüketilmesine Jerablus Tahtani anıtsal oda mezar 302'de de rastlanmıştır. Bölgesel olarak zooarkeolojik bilgiler incelendiğinde, Güneydoğu Anadolu bölgesindeki kazılarda domuzun faunada sıklıkla temsil edildiği görülmüştür. Gritille ve Titriş Höyük'te %17,56'lık oranla domuzlar faunada ikinci sırada yer almaktadır (Irvine, 2017, s.83).

### **Ölü Ritüelinde Sığır**

Mezopotamya'da sığır oldukça önemli bir hayvandır ve ikonografilerde tanrılaştırılmıştır. Özellikle Tunç Çağı'nda Anadolu'da sığırlar zenginlikle ilişkilendirilmiştir ve Erken Tunç Çağı'nda politik hiyerarşinin ve elit sınıfın ortaya çıkması ile sığırın önemi Doğu Anadolu'da artmıştır. Sığır sayısındaki artış Tunç Çağları boyunca devam ederken, Geç Tunç Çağı'ndaki politik sistemin çökmesiyle azalmaya başlamıştır. Sığır dağılımı Anadolu'da çevresel özellikler ve yerleşim hiyerarşisine göre değişiklik göstermektedir. Sığırlar günlük su ihtiyaçlarını sağlamak için su kaynaklarına ihtiyaç duyarlar. Arbuckle (2014)'a göre Güneydoğu Anadolu'daki domuz ve sığır yetiştiriciliğinin az olmasının sebebi kurak bir alan olmasıdır. Tunç Çağlarında sığırların ekonomik değerlerinin yanında özellikle elit mezarları için ritüel ve sembolik anlamları da mevcuttur.

Anadolu'da Neolitik Dönem'den itibaren sığırların tanrısalılığı ve gücü temsil ettikleri özellikle mezarlık alanlarından bulunan sığır kemiklerinden bilinmektedir. Buna en iyi örnek, Alacahöyük'teki kral mezarlarında sığır kafatası ve toynaklarının sıra sıra dizilmesidir. Ayrıca İç Anadolu'daki Demircihöyük Erken Tunç Çağı mezarlarına özellikle sığır kemiklerinin bırakılması ve benzerlerinin Resuloğlu ve Çavdarlı Höyük elit mezarlarında görülmesi, sığırın ölü ritüelleri bakımından önemini açıklamaktadır (Arbuckle, 2014, s.280-286). Sığırın özellikle Tunç Çağlarındaki bolluğu, toplumlar için zenginliği ve gücü temsil etmiştir. Bu yüzden özellikle elit mezarlarında ve ritüellerde sığır sıklıkla tercih edilmiştir.

Sembolik anlamının dışında, sığırın önemli bir protein kaynağı olması, etinden, sütünden, iş gücünden ve derisinden faydalanılması onu ekonomik açıdan oldukça önemli bir hayvan yapmaktadır. Tatika mezarlık alanı sığır örneklerine bakıldığında yetişkin hayvanların çoğunlukla tercih edildiği görülmektedir (Grafik 4). Bu da bize, ETÇ Tatika halkının sığırların ikincil ürünlerinden faydalandıktan sonra, bu hayvanları kurban ettiklerini göstermektedir. Sığırlar faunada üçüncü sırada temsil edilmelerine karşın, bir sığırın cinsine göre, otuz koyun kadar et ve süt sağlayabileceğini unutmamak gerekir (Çakırlar, 2015, s.194). Bu da topluca yenen ölü yemeklerinde sığırın daha fazla kişiyi doyurabildiğini gösterir. Bu durumda daha fazla kişinin katıldığı ölü yemeklerinde sığırın tercih edildiğini söylemek mümkündür. Ancak Tatika'da sığır kurbanlarının elit mezarlarla ilişkisi bilinmemektedir. Erken Tunç Çağı'nda Tell Banat'ta açığa çıkarılan White Monument A'dan (mezar odası) çoğunluğu atlara ve sığırlara ait çeşitli hayvan kemikleri ele geçmiştir. Bulunan hayvan türlerine ait detaylı bir bilgi olmamasına rağmen buradaki hayvan kemiklerinin ölü ile ilgili bir ritüelin parçası olduğu belirtilmiştir (Sang, 2010, s.132). Titriş Höyük'te sığırlar faunada %11,5 oranla ikinci sırada yer almaktadır ve sığırların süt ve iş gücü gibi ikincil ürünlerinden faydalandıktan sonra kesime alındıkları belirlenmiştir (Irvine, 2017, s.84).

### **Sonuç**

Anadolu'daki zooarkeolojik çalışmaları incelediğimizde hayvancılık yapan toplumların ekonomilerinin çoğunlukla koyun, keçi, sığır ve domuzla bağlı olduğu görülmektedir. Genel olarak bu çalışma kapsamında incelenen arkeolojik ritüel alanlarında da faunanın benzer olduğu gözlenmiştir. Sıklıkla koyun, keçi, sığır ve domuz gibi temel besin kaynaklarının ölü gömme törenlerinde tercih edilmesindeki amaç, ölen kişinin ruhunun diğer dünyada da bu hayvanlarla beslenmesi olabilir.

Arkeolojik ritüel alanlarından ele geçen hayvan kemiklerinin yoğunluğunu ve çeşitliğini anlamak, düzenli olarak yapılan ölü anma törenlerini anlamak için oldukça önemlidir. Kemikler üzerindeki kesim ve yanık izleri ise kurban edilen hayvanlar için yapılan uygulamaları aydınlatmaktadır. Bunlar mezarlık alanında kurbanın parçalanıp tüketilmesi, orada haşlanarak yenmesi ve kalıntıların mezarlık alanlarına bırakılması, özel kuyulara gömülmesi veya mezara özenle yatırılmaları şeklinde olabilir. Hangi hayvan türü seçilirse seçilsin buradaki amaç ölen kişi için tanrıya sunulan hediye olmuştur ve bu hediye ölü ruhunun diğer dünyadaki yaşamı için hizmet etmektedir. Tatıka mezarlık alanından ele geçen hayvan kemiklerinin bir kısmı bebek ve çocuk mezarları çevresinden toplanmıştır. Geyiklerin ve yeni doğan koyun / keçilerin en çok bebek mezarlarından gelmesi bu mezarlara diğer yetişkin mezarlarından farklı uygulamalar yapıldığını göstermektedir. Bebek ve çocuk mezarlarında yenen ölü yemeklerinin ölümden sonraki yaşamla ilgili olabileceği gibi, yaşayan bebeklerin korunması için de uygulanıyor olmasını akla getirmektedir.

Bugün halen Diyarbakır (Ergani) ve Hakkâri (Çukurca)'da bazı köylerde bir ailede sürekli bebek ölümleri gerçekleştiğinde, aile ölümün geride kalan bebeklere uğramaması için adak sunar ve kurban edilen hayvanların eti dağıtılıp kemikleri mezarlık alanına gömülür, seçilen hayvan ailelerin maddi gücüne göre büyükbaş veya küçükbaş olmaktadır (Y. Sözlü, E. Aydoğmuş ve H. İnal sözlü görüşme). Bu bilgilere göre, halen uygulanan ritüeller aslında eskiden kalan ve günümüze kadar şekil değiştiren inanç ve davranışlardan meydana gelmektedir. Ritüelleri incelemek, geçmiş toplumların düşünsel, sosyal ve kültürel dinamikleri hakkında bilgi vermesi açısından eşsizdir. Tüm bu ritüeller ölüm, ölüm sonrası yaşam ve bu yaşam için yapılan hazırlıkların bir bütünüdür.

### Teşekkür

Bu çalışma kapsamında gerekli malzeme ve arkeolojik bilgileri sağlayan sayın hocam Prof. Dr. A. Tuba ÖKSE'ye ve Mardin Müze Müdürü Nihat ERDOĞAN'a en içten teşekkürlerimi sunarım. Ayrıca arazi ve açmalar ile ilgili sorularımı yanıtlayan alan sorumlusu Onur DİNÇ' e, malzemenin fotoğraflanmasında yardımcı olan Van YYU Antropoloji Bölümü yüksek lisans öğrencilerinden Birkan GÜLSEVEN'e ve Van YYU Arkeoloji Bölümü Araştırma Görevlisi Didem TURAN'a desteklerinden dolayı teşekkür ederim. Ölü yemekleri hakkında köylerindeki yaşlılardan görüş alan Van YYU Antropoloji Bölümü öğrencilerinden Yeter SÖZLÜ, Hakan İNAL ve Erdal AYDOĞMUŞ'a da teşekkür ederim. Özellikle balık kemiklerinin tanımlanması için benimle beraber uğraş veren Van YYU Tıp Fakültesi öğretim üyesi Doç. Dr. Okan ARIHAN'a, Sivas Cumhuriyet Üniversitesi Biyoloji Bölümü Öğretim Üyesi Doktor Mahir YILDIRIM'a ve son olarak Groningen Üniversitesi öğretim üyesi sayın Doç. Dr. Canan ÇAKIRLAR'a bilimsel yardımlarından dolayı teşekkürü bir borç bilirim.

### Kaynakça

- Arbuckle, B.S. (2014). *The Evolution of sheep and goat pastoralism and social complexity in central Anatolia*. Unpublished PhD thesis. Department of Anthropology, Harvard University.
- Arbuckle, B.S. (2014). The rise of cattle cultures in Bronze Age Anatolia. *Journal of Eastern Mediterranean archaeology & heritage studies*, 2(4), 277-297.
- Cultraro, M. (2004). Food to the gods: Animal consumption and ritual activities in the Early Bronze Age Sicily. man and animal in antiquity (Ed. B. Frizell), *Proceedings of the conference at the Swedish institute in Rome, September 9-12, 2002*, 1-10.
- Çakırlar, C., Breider R., Ersoy Y. & Koparal E. (2015). Klazomenai'de zooarkeoloji çalışmaları (2013-2014). *T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı 31. Arkeometri sonuçları toplantısı*, Erzurum, 189-207.



- De Cupere, B. (2001). Evidence of the faunal remains. *Studies in Eastern Mediterranean archaeology IV* (Ed. M. Waelkens), Brepols, Belgium.
- Grant, A. (1982). The use of tooth wear as a guide to the age of domestic ungulates. *Ageing and sexing animal bones from archaeological sites*. (Ed. B. Wilson, C. Grigson, S. Payne), Oxford, British archaeological reports 109, 91-108.
- Gürbüz, E. (1997). *Kurban: kurbanın kökenleri ve Anadolu'da kanlı kurban ritüelleri*. Yapı Kredi Kültür Sanat Yayıncılık, İstanbul.
- Gürgör, İ. (2017). *Paleolitik Çağ'dan günümüze Anadolu zooarkeolojik buluntuları. Basılmamış Yüksek Lisans Tezi. Ankara Üniversitesi sosyal bilimler enstitüsü paleoantropoloji anabilim dalı*.
- Hillson, S. (2005). *Teeth*, Cambridge University press, New York.
- Irvine, B.T. (2017). *An Isotopic Analysis of Dietary Habits in Early Bronze Age Anatolia*. Unpublished Phd Thesis. Department of history and cultural studies of the Freie University Berlin.
- Kansa, S.W. & Campell, S. (2002). Feasting with the dead?-a ritual bone deposit at Domuztepe, South-Eastern Turkey (c.5550 BC). *Proceeding of the 9<sup>th</sup> ICAZ conference: behaviour behind bones*, Durham, 1, 2-13.
- Khalefi, R., Esmaili, H.R., Geiger M. & Eagderi S. (2017). Taxonomic review of the Cryptic *Barbus lacerta* species group with description of a new species (Teleostei: Cyprinidae). *Fish taxa*, 2(2), 90-115.
- Laneri, N. M. Schwart, J. D'Agostino, A., Berthon, R., Hald, M.M. & Marsh A. (2015) Ritual and identity in rural Mesopotamia: Hirbemerdon Tepe and the Upper Tigris River valley in the Middle Bronze Age. *American journal of archaeology*, 119(4), 533-564.
- Matsui, A. (2007) *Fundamentals of zooarcheology in Japan and East Asia*. Kansai process, Japan.
- Ökse, A.T. (2005). Eski Çağdan günümüze ölü gömme ve anma gelenekleri. *Türk arkeoloji ve etnografya dergisi* 5,1-8.
- Ökse, A.T. (2005a). Early Bronze Age chamber tomb complexes at Gre Virike (Period IIA) on the Middle Euphrates. *Bulletin of the American schools of oriental research*, 339, 21-46.
- Ökse, A.T. (2007). Funerary rituals at Gre Virike: 3rd Millennium ritual place in Southeastern Anatolia. *Belkıs Dinçol ve Ali Dinçol'a Armağan VITA Festschrift in Honor of Belkıs Dinçol and Ali Dinçol* (Ed. M. Alparslan, M.D. Alparslan, H. Peker), Ege yayınları, 549-561.
- Ökse, A.T. (2017). Tatıka: Yukarı Dicle havzasında bir ETÇ I-II mezarlığı ve ritüel yapılar. *Anadolu, arkeoloji, zaman ve mekân* (Ed. G. Coşkun), Bilgin kültür sanat yayıncılık, 1, 15-30.
- Ökse, A.T., Görmüş, A., Atay, E., Erdoğan N. & Ünal E. (2014). Ilısu barajı inşaat sahası 2013 kurtarma kazısı. *T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı 36. kazı sonuçları toplantısı*, Gaziantep, 1, 123-137.
- Ökse, A.T., Görmüş, A., Atay, E., Erdoğan N. & Ünal E. (2015). Ilısu barajı inşaat sahası 2014 kurtarma kazısı, *T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı 37. kazı sonuçları sempozyumu*, Erzurum, 1, 59-66.
- Payne, S. (1973). Kill-off patterns in sheep and goats: the mandibles from Aşvan Kale. *Anatolian studies*, 22, 281-303.
- Payne, S. (1985). Morphological distinction between mandibular cheek teeth of young sheep, ovis and goats, capra. *Journal of archaeological science*, 12, 139-147.
- Sang, L. (2010). Burial practices of the third Millennium BCE in the Middle Euphrates region: An interpretation of funerary rituals. *Unpublished Phd Thesis*. Eberhard Karls Universität Tübingen,

- 
- Schmid, E. (1972) *Atlas of animal bones for prehistorians, archaeologist and quaternary geologists*. Elsevier publishing company, Amsterdam.
- Türkteki, M. & Başkurt, R. (2016). Anadolu'da İlk Tunç Çağ sonunda geleneksel bir ritüel uygulaması: Küllüoba kazısı ışığında adak çukurları üzerine bir değerlendirme. *Anatolia*, 42, 1-28.
- Uerpmann, H.P. (1987). *The Ancient distribution of ungulate mammals in the Middle East-fauna and archaeological site in Southwest Asia and Northeast Africa*. Beihefte zum Tubinger atlas des vorderen orientes, Reihe A (Natuwissenschaften) band, 27,173.
- Van Neer, W., Zohar, I & Lerna, O. (2005). The emerge of fishing communities in the Eastern Mediterranean Region: A from Pre-and Protohistoric periods. *Paleorient* 31(1), 131-157.
- Von Den Driesch, A. (1976). *A guide to the measurement of animal bones from archaeological sites: as developed by the Institut für paleoanatomie*. domestifikationsforschung und geschichte der tiermedizin of the University of Munich, 1, Peabody museum press.
- Yaylalı, S. (2007). Doğu Anadolu Erken Tunç Çağ kültürü. *Atatürk Üniversitesi 50. kuruluş yıldönümü arkeoloji bölümü armağanı: Doğu'dan yükselen ışık arkeoloji yazıları* (Ed. B. Can, M. Işıklı), 165-189.
- Yılmaz, D. (2006). Erken Tunç Çağın'da Güneydoğu Anadolu'da oda mezar geleneği. *Anatolia*, 31, 57-69.
-



**P-ISSN: 1303-0094**

**E-ISSN: 2149-5459**