

NIŞANTAŞI ÜNİVERSİTESİ SOSYAL BİLİMLER DERGİSİ	NIŞANTAŞI UNIVERSITY JOURNAL OF SOCIAL SCIENCES
SAHİBİ / PROPRIETOR: Prof.Dr. Abdullah BAYRAM (Nişantaşı Üniversitesi adına / On Behalf of Nişantaşı University)	YAYIN KURULU PUBLISHING BOARD: Prof.Dr. Abdullah BAYRAM Doç.Dr. Neşet HİKMET Doç.Dr. Serap İNCAZ Yrd.Doç. Dr. Ayşen Buket ARBATLI Yrd.Doç. Dr. Berna Aksoy ÖZCAN Yrd.Doç. Dr. Efe ARIK Yrd.Doç. Dr. Funda YALIM Yrd.Doç. Dr. İbrahim S. KARAKADILAR Yrd.Doç.Dr. Barış BAŞARAN Yrd.Doç.Dr. Yılmaz AYDIN
EDİTÖRLER KOMİTESİ / EDITORIAL COMMITTEE: Prof.Dr. Abdullah BAYRAM Doç.Dr. Serap İNCAZ Yrd.Doç.Dr. Barış BAŞARAN Yrd.Doç.Dr. İ. Sarper KARAKADILAR	DANIŞMA KURULU / ADVISOR COMITTEE: Prof.Dr. Ahmet KIZIL Prof.Dr. Ali Rıza ABAY Prof.Dr. Alparslan AÇIKGENÇ Prof.Dr. Berdal ARAL Prof.Dr. Cemal ŞANLI Prof.Dr. Mehmet KARA Prof.Dr. Musa TAŞDELEN
EDİTÖR YARDIMCILARI / VICE EDITORS: Arş.Gör. Hazar DÖRDÜNCÜ Arş.Gör. İlyas TURĞAY	
İNGİLİZCE REDAKSİYON / ENGLISH REDACTION: Öğr.Gör. Sinan AŞÇI	
YAYIN SEKRETERİ / PUBLISHING SECRETARY: Kübra AYDIN	

Nişantaşı Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi yılda iki kez yayımlanan, bilimsel hakem kurulu olan bir yayındır. Sosyal Bilimler Dergisi'nde yayımlanan makalelerdeki düşünce ve görüşler sadece yazarların kişisel görüşleri olup, hiçbir şekilde Sosyal Bilimler Dergisi'nin veya Nişantaşı Üniversitesi'nin görüşlerini ifade etmez. Her hakkı saklıdır.

ISSN: 2147-5121

Nişantaşı Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü
Abdi İpekçi Cad. No 89 Bayrampaşa 34030 - İSTANBUL
Tel : 0 (212) 210 1010, Faks : 0 (212) 565 2525
E-posta: sbd@nisantasi.edu.tr

Kapak Tasarımı: Öğr.Gör. Fidel DURU (Grafik Tasarımı Programı)

ISSN: 2147-5121

T.C.
NIŞANTAŞI ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER DERGİSİ



NIŞANTAŞI UNIVERSITY
JOURNAL OF SOCIAL SCIENCES

Cilt Volume: 1 Sayı Number: 2 Yıl Year: 2013 Güz Fall

KAPSAM / SUBJECTS

İktisadi, İdari ve Sosyal Bilimler

- İşletme Yönetimi / Business Management
- Siyaset Bilimi ve Kamu Yönetimi / Political Sciences and Public Administration
- İktisat ve Ekonomi Politik / Economics and Political Economy
- Uluslararası İlişkiler / International Relations
- Uluslararası Ticaret ve Lojistik Yönetimi / International Trade and Logistics Management
- Finans ve Bankacılık / Finance and Banking
- Turizm ve Otel İşletmeciliği/ Tourism and Hotel Management
- Psikoloji / Pyschology
- Sosyoloji / Sociology
- Sosyal Hizmet / Social Work
- Sağlık Yönetimi / Health Management
- Halkla İlişkiler ve Reklam / Public Relations and Advertising
- Üretim ve Teknoloji / Production and Technology

İletişim, Sanat ve Tasarım

- Radyo – TV – Sinema / Radio – TV - Cinema
- Gazetecilik / Journalism
- TV Haberciliği ve Programcılığı / TV Reporting and Programming
- Fotoğrafçılık / Photography
- İletişim Tasarımı / Communication Design
- Görsel İletişim Tasarımı / Visual Communication Design
- Çizgi Film ve Animasyon Tasarımı / Animation Design
- Tekstil ve Moda Tasarımı / Textile and Fashion
- Endüstriyel Ürün Tasarımı / Industrial Design
- Tiyatro ve Sahne Sanatları / Theatre and Performing Arts
- Gastronomi ve Mutfak Sanatları / Gastronomy and Culinary Arts
- Plastik Sanatlar / Plastic Arts

Diğer Dallar

- Hukuk / Law
- Tarih / History
- Türk Dili ve Edebiyatı / Turkish Language and Literature
- İngiliz Dili ve Edebiyatı / English Language and Literature

Editörden

Nişantaşı Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisinin Saygıdeğer Okurları,

Dergimiz sosyal bilimlerin bütün alanlarında yaptığı nitelikli yayınlarla akademik alana katkı sağlamak amacıyla yayın hayatına başlamış olup, disiplinlerarası olduğu kadar uzmanlaşmış çalışmaları da kabul etmektedir. Dergimiz, iktisadi, idari, sosyal, iletişim, sanat ve tasarım alanlarında; ayrıca hukuk, tarih, Türk dili ve edebiyatı, İngiliz dili ve edebiyatı gibi diğer dallarda da, ülkemizdeki nitelikli yayın eksikliğini bir nebze de olsa gidermek doğrultusunda oluşturulmuştur. Ülkemizde sosyal bilimlerin yerleştirilmesi ve küresel ölçekteki çalışmalarla ilişkilendirilmesi Nişantaşı Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi'nin bir diğer temel amacıdır.

Dergimizin 2013 Haziran sayısında; "*Aile İçi atışma, şiddet ve Farkındalık*" konusu ile ilgili makaleler yayınlanmış olduğu halde, bu sayıda tematik değil disiplinlerarası makaleler kabul edilmiş ve yayınlanmıştır.

İlginize teşekkür eder, yeni sayı için makalelerinizi bekleriz.

Saygılarımla.

Doç. Dr. Serap İNCAZ
Nişantaşı Üniversitesi
Sosyal Bilimler Dergisi Editörü

BU SAYININ HAKEMLERİ / REFREES OF THIS ISSUE

Prof.Dr. Ali Rıza ABAY	Yalova Üniversitesi (Sosyal Hizmet)
Prof.Dr. Cemal ŞANLI	Nişantaşı Üniversitesi (Ekonomi)
Prof.Dr. Güler ALKAN	İstanbul Üniversitesi (Deniz Ulaştırma. İşletme Müh.)
Prof.Dr. Merih PAYA	İstanbul Üniversitesi (İktisat)
Prof.Dr. Zafer TUNCA	İstanbul Kültür Üniversitesi (İktisat)
Prof.Dr. Yılmaz GÖBENEZ	Nişantaşı Üniversitesi (İşletme)
Doç.Dr. Bayram ÜNAL	Niğde Üniversitesi (Sosyoloji)
Doç.Dr. Emine UÇAR İLBUĞA	Akdeniz Üniversitesi (Radyo, TV ve Sinema)
Doç.Dr. Ender ASYALI	Dokuz Eylül Üniversitesi (Gemi Makineleri İşletme Müh.)
Doç.Dr. Özcan ARSLAN	İstanbul Teknik Üniversitesi (Deniz Ulaştırma. İşletme Müh.)
Doç.Dr. Serap İNCAZ	Nişantaşı Üniversitesi (Uluslararası Ticaret ve Lojistik)
Yrd.Doç.Dr. Arzu TUNCER	Nişantaşı Üniversitesi (Siyaset Bilimi ve Kamu Yön.)
Yrd.Doç.Dr. Bahar BİLEN	Nişantaşı Üniversitesi (Muhasebe ve Finansal Yönetim)
Yrd.Doç.Dr. Barış BAŞARAN	Nişantaşı Üniversitesi (Sosyal Hizmet)
Yrd.Doç.Dr. Berna AKSOY ÖZCAN	Nişantaşı Üniversitesi (Uluslararası İlişkiler)
Yrd.Doç.Dr. Billur ŞENİĞNE	İstanbul Kültür Üniversitesi (İktisat)
Yrd.Doç.Dr. Davut İBRAHİMOĞLU	Nişantaşı Üniversitesi (Sosyal Hizmet)
Yrd.Doç.Dr. Dikran ZENGİNKUZUCU	Nişantaşı Üniversitesi (Siyaset Bilimi ve Kamu Yönetimi)
Yrd.Doç.Dr. Efe ARIK	Arel Üniversitesi (Sosyoloji)
Yrd.Doç.Dr. Erkan Turan DEMİREL	Fırat Üniversitesi (İşletme)
Yrd.Doç.Dr. Filiz ÇELİK	Nişantaşı Üniversitesi (Yeni Medya)
Yrd.Doç.Dr. Funda YALIM	Nişantaşı Üniversitesi (İletişim Tasarımı)
Yrd.Doç.Dr. Gözde DEDEOĞLU	Nişantaşı Üniversitesi (Radyo, TV ve Sinema)
Yrd.Doç.Dr. Gülsüm KORALTÜRK	İstanbul Üniversitesi (Deniz Ulaştırma. İşletme Müh.)
Yrd.Doç.Dr. Hakan ÖZDEN	Nişantaşı Üniversitesi (Uluslararası İlişkiler)
Yrd.Doç.Dr. İ.Sarper KARAKADILAR	Nişantaşı Üniversitesi (Uluslararası Ticaret ve Lojistik)
Yrd.Doç.Dr. İsak PARDO	Nişantaşı Üniversitesi (Psikoloji)
Yrd.Doç.Dr. Jale BALABAN	Anadolu Üniversitesi (İletişim Tasarımı ve Yönetimi)
Yrd.Doç.Dr. Kemal ER	Nişantaşı Üniversitesi (Sosyal Hizmet)
Yrd.Doç.Dr. Murat DEMİR	Nişantaşı Üniversitesi (Yeni Medya)
Yrd.Doç.Dr. Nil MUTLUER	Nişantaşı Üniversitesi (İletişim Tasarımı)
Yrd.Doç.Dr. Serkan ÇANKAYA	İstanbul Ticaret Üniversitesi (Bankacılık ve Finans)
Yrd.Doç.Dr. Sibel FÜGAN VAROL	Nişantaşı Üniversitesi (Yeni Medya)
Yrd.Doç.Dr. Yılmaz AYDIN	Nişantaşı Üniversitesi (Ekonomi)

İÇİNDEKİLER / CONTENTS

Sayfa No

Halkoymasını Yeniden Düşünmek Dikran M. ZENGİNKUZUCU	1-21
Yeni İletişim Çağında Halkla İlişkilerde Reklam Ve Propagandanın Konumlandırılması Mehmet Nizar ASLAN	22-37
KOBİ'lerin Rekabet Edebilirlik Sorunlarına Yönetmelik-Örgütsel Yapılanmalar Temelinde Çözüm Arayışları Necmettin ÖZEL	38-54
Küresel Markaların Reklamlarında Kültürel Soyutlamadan Faydalanılması Ve Coca-Cola Ramazan Ayı Reklam Afişleri: Bir Alan Çalışması Fidel DURU, Ş. Esin ERBEN	55-76
Wohlfahrtstheoretische Analyse Des Brain Drain Aus Der Sicht Der Entwicklungsländer Yılmaz AYDIN	77-95
Medyada Kadına Yönelik Şiddet Haberleri Ali KORKMAZ	96-112
Gemiadamı Arz-Talebinin İncelenerek Gelecekteki İstihdam Ve Eğitimin Planlanması Orhan GÜNEL, Özcan ARSLAN	113-128
Aile Danışma Merkezleri Yönetmeliği'ne Eleştirel Bir Bakış Ve Bazı Öneriler Süleyman DOST, Hikmet TOKGÖZ	129-136
E-Ticaret Sektöründe Entelektüel Sermayenin Ölçülmesi, Raporlanması Ve Muhasebeleştirilmesi: Amazon.Com İşletmesi Üzerine Bir Araştırma Cevdet KIZIL, Naim Onur ERZİN, Erman Çağatay KARA	137-158
Okullarda Bilgi Yönetimi Süleyman GÖKSOY	159-176
“Adil Hükümdar” Ve “Prens” Eserleri Bağlamında İbn Zafer Ve Machiavelli Arasında Dönemsel Bir Karşılaştırma Canan ÖZCAN	177-191
Deniz Taşımacılığının Deniz Ekonomisi Açısından Değerlendirilmesi Serap İNCAZ	192-209

HALKOYLAMASINI YENİDEN DÜŞÜNMEK

Yrd. Doç. Dr. Dikran M. ZENGİNKUZUCU*

Özet

Türkiye Cumhuriyeti Anayasası, yalnızca Anayasa değişiklikleri için referandum düzenlemektedir. Ancak, gerek güncel tartışmalar gerekse de yeni Anayasa hazırlama çalışmaları çerçevesinde, halkoylaması tekrar gündeme gelmiştir. Halkoylaması seçmenlerin kendisini doğrudan ilgilendiren konular ya da siyasalar hakkında oy kullanması yoluyla temsili demokraside karar alma sürecine katılımını sağlayan bir yöntemdir. Halkoylamasının yasal ve uygulamaya yönelik çerçevesini çizerken, çoğulcu demokrasiyi destekleyen ve siyasal katılımı teşvik eden bir yaklaşım esas olmalıdır. Bu makale, önde gelen demokratik ülkelerdeki halkoylamasının hukuksal çerçeveleri ve usullerini inceleyerek Türkiye Anayasal Sistemi için önerilerde bulunmayı amaçlamaktadır.

Anahtar Kelimeler: Halkoylaması, referandum, plebisit, halk girişimi, temsili democracy, siyasal katılım.

RETHINKING REFERENDUM

Abstract

The Constitution of the Republic of Turkey regulates referendum only for constitutional amendments. However, as a result of actual discussions and the process of new Constitution preparation, referendum came into question once more. The referendum enables citizens to take part in the decision making process of representative democracy by allowing them to vote on issues or policies concerning them directly. It is essential to maintain an approach that encourages political participation and supports pluralist democracy while the legal and operational framework of the referendum is being designed. This article aims to formulate proposals for the Turkish Constitutional System by analyzing the legal framework and procedural elements of referendum in consolidated democracies.

Key Words: Popular vote, referendum, plebiscite, citizen initiative, representative democracy, political participation

* Nişantaşı Üniversitesi İktisadi, İdari ve Sosyal Bilimler Fakültesi Siyaset Bilimi ve Kamu Yönetimi Bölümü, dikran.zenginkuzucu@nisantasi.edu.tr.

Giriş

İstanbul’da, Taksim Gezi Parkı ve çevresinin yeniden düzenlenmesi ile ilgili çalışmalara karşı protestoların ardından çözüm için hükümetin getirdiği bir öneri hem halk hem de akademik ve hukuk çevrelerinde yeni bir tartışmanın yaşanmasına yol açtı. Başbakan Recep Tayyip Erdoğan’ın, 12 Haziran 2013 tarihinde, bir heyetle yapmış olduğu görüşmenin ardından ilk önce konunun İstanbul halkına referanduma götürülebileceği açıklandı¹. Ardından, bunun bir “plebisit” olacağı söylendi² ve bunun belediyelerin özellikle verilen kararlarda halkın görüşüne başvurulmuş mini halkoylamalarının olduğu belirtildi³.

Referandum ve plebisit üzerine açılan bu tartışmalar, halkoylamasının⁴ bir demokratik katılım yöntemi olarak Türkiye Anayasa Hukuku ve siyasi hayatı çerçevesindeki yeri, geçmişi, hukuksal çerçevesi, dünyadaki uygulamaların değerlendirilmesi ve bu değerlendirmeler ışığında Türkiye’de halkın siyasi ve toplumsal kararlara katılımında yardımcı olacak çıkarımlar ve öneriler geliştirebilmek için yeni bir fırsat doğurmuştur.

Bu makalenin amacı, başta toplumsal yapısı ve siyasi koşulları göz önünde tutularak Türkiye’de halkoylamalarının temsili demokrasinin kalitesini yükseltici etkisini araştırmaktır. Bu bağlamda, makalenin birinci bölümünde genel olarak halkoylamasının tanımı, çeşitleri, işlevleri ve özellikleri ile halkoylaması hakkında olumlu ve olumsuz görüşlerin tartışılmasının ardından, ikinci bölümde Türkiye’deki halkoylaması mevzuatı, uygulamalar ve katılım incelenecektir. Üçüncü bölümde ise, dünyadaki halkoylaması uygulamaları da göz önüne alınarak Türkiye Anayasal Sistemi ve siyasi hayatının katılımcı ve çoğulcu bir yapıya kavuşmasına katkıda bulunmak amacıyla öneriler geliştirilecektir.

1. Halkoylaması: Tanım, Sınıflandırma ve Etkileri

¹ “Gezi parkı için referandum teklifi”, (2013). http://www.radikal.com.tr/turkiye/gezi_parki_icin_referandum_teklifi-1137397, 29.07.2013.

² “Referandum değil plebisit yapılacak”, (2013). http://www.radikal.com.tr/turkiye/referandum_degil_plebisit_yapilacak-1137512, 17.07.2013.

³ “Hüseyin Çelik: Yargı kararı beklenecek”, (2013). <http://www.ntvmsnbc.com/id/25448949>, 17.07.2013.

⁴ Bu çalışmada “halkoylaması” terimi geniş anlamda her bir konu hakkında halkın oyuna başvurulması olarak kullanılmıştır.

Referandum, yasama faaliyetine ilişkin bir konu ya da siyasanın doğrudan halkın oyuna sunulmasıdır. Seçmenin, yasama organı yerine yasa yapması ya da karar vermesi süreci referandum olarak adlandırılır (La Pergola, 1996: 5). Ancak, ileride değinilecek “halk girişimi” dışında halkın oylayarak yaptığı yasalar ya da aldığı kararlar daha önceden temsili organlar tarafından oluşturulmaktadır. Bu bakımdan, modern anlamıyla referandum temsili demokrasinin yerini alan değil, onu destekleyen ve tamamlayan bir araç olarak görülebilir (Qvortrup, 2005: 9-12). Plebisit ise, ulusal önem taşıyan bir konunun ya da bir kişinin iktidarının veya hükümet programının halk tarafından oylanması için kullanılmaktadır. Bu bakımdan, plebisit ile referandum arasındaki ayrım esasen plebisitte halkın iktidarın getirdiği bir konuyu oylaması ya da iktidar sahibi için bir çeşit güven oylaması yapması, referandumda ise halkın doğrudan ya da temsilcileri aracılığı ile dolaylı olarak oluşturduğu yasa ya da kararı oylaması olarak görülebilir (Green, 2010: 178-200). Plebisit, uygulamalarının genelde iktidar sahibi tarafından güdümlenmelere açık olması nedeniyle çoğunlukla olumsuz anlamda kullanılmakla birlikte demokratik yönetimlerde de başvurulabilen bir yöntemdir⁵. Öte yandan, iktidar sahiplerince güven oylamasına dönüştürülen referandumlar da, bir derecede plebisit anlamı kazanmaktadırlar⁶.

Halkoylamaları konu bakımından sınıflandırıldığında, **kurucu referandum** yeni bir Anayasa'nın kabulü ya da mevcut bir Anayasada değişiklik yapılması, **yasama referandumu** ise olağan bir kanun metninin kabulü ya da iptali ile ilgilidir. Yasama organının kabul ettiği ancak henüz yürürlüğe girmemiş bir kanunun askıya alınması ya da iptali konusunda düzenlenen halkoylaması **iptal edici (halk vetosu)**, yürürlükte olan bir kanunun kaldırılması konusunda yapılan halkoylaması ise **ilga edici** halkoylaması olarak adlandırılır. Uygulama bakımından **zorunlu halkoylaması** belli bir konunun –bir şarta bağlı ya da bağlı olmaksızın- herhangi bir makamın takdirine bakılmaksızın halkoylamasına sunulması, **seçimlik halkoylaması** ise halkoylamasına belli makamların isteğine göre başvurulması durumudur. Sonuçları açısından değerlendirildiğinde **bağlayıcı halkoylaması** sonucu yasama organını ve diğer ilgili makamları hukuki olarak bağlarken **danışma halkoylaması** sonucu, yasama organı ya

⁵ Charles de Gaulle, 1958 Fransız Anayasası'na dayanarak ulusal önemdeki 4 konuyu halkoylamasına götürmüş ve her bir halkoylamasını kendisi için güven oylaması haline çevirmiştir.

⁶ Örneğin, Türkiye'de 1982 Anayasa oylamasını aynı zamanda askeri yönetimin Devlet Başkanı Kenan Evren'in Cumhurbaşkanı olarak görevde kalması oylamasına çevrilmiştir.

da ilgili makamlar açısından bağlayıcı değildir ve uymak kendi takdirlerine bağlıdır. **Halk girişimi** ise belli sayıda vatandaşın yasama organına bir Anayasa ya da yasa önerisinde bulunması ve belli şartlar içerisinde bu önerinin halkoylamasına sunulmasıdır.

Halkoylamalarında, genellikle oylamada çıkan geçerli oyların yarısından fazlasının katıldığı seçenek kazanmış sayılır. Öte yandan, bazı özel durumlar için bazı şartlara bağlı handikaplı halkoylaması⁷ da öngörülmüş olabilir. Bu gibi durumlarda, halkoylamasının geçerli sayılması için belli bir katılım şartı (örneğin toplam seçmenin yarısından fazlası) aranabilir ve katılım bu oranı aşmadığı durumlarda halkoylaması yapılmamış sayılmakta ya da bazen bağlayıcılığı kaybedip danışma niteliğine bürünebilmektedir. Bazı halkoylamalarında ise, halkoylamasına sunulan konunun kabul edilmiş (ya da soruya göre reddedilmiş) sayılması için basit çoğunluk değil, belli bir oy oranının (örneğin bir önceki genel seçimlerdeki geçerli oyların yarısından fazlası, tüm seçmenlerin yarısından fazlası, geçerli oyların üçte ikisi vb.) tutturulmuş olması öngörülmektedir. Bu durumda, basit çoğunluğu yakalasa da öngörülen oy oranını tutturamayan seçenek kabul edilmiş sayılmamakta ya da bazı uygulamalarda bağlayıcılığını yitirip danışma niteliğine bürünmektedir.

Halkoylaması taraftarı yazar ve düşünürler, halkın yasama faaliyetlerine doğrudan katılımının, halkın siyasi konularda eğitimi ve uyanık tutulması gibi yararlarının, meşruiyet ve seçkinci yaklaşımları engelleyicilik gibi etkilerinin olduğunu belirtmektedirler. Öte yandan, birçok yazar halkoylamalarının sakıncaları konusunda ciddi çekinceler ortaya koymuşlardır. Bu çekincelerin en önemlileri olarak halkoylamalarının temsili parlamenter sistemi ve siyasal partilerin işlevlerini zayıflatacağı, yanlış sonuçlara yol açabileceği, sık tekrarlanan halkoylamalarının rejimi yıpratıcı etki yaratabileceği dile getirilmiştir. Bu gibi itirazların yanı sıra halkoylamasının temsili parlamenter sistem içerisinde arz edebileceği başlıca tehlikeler arasında temsili sistemin en önemli işlevlerinden olan farklı görüş ve düşünceler arasında tartışma ve uzlaşma yollarını tıkayabilmesi ve devre dışı bırakabilmesi gösterilmektedir (Morel, 2012: 502-507; Qvortrup, 2005: 44-60). Her biri değerli tüm

⁷ Yazar, geçerlilik ya da sonuç için katılım ya da oy oranı şartı aranan halkoylamaları için “handikaplı” tanımlamasını önermektedir. Handikap, bir halkoylamasının geçerli sayılması ya da halkoylamasına sunulan konunun kabul (soruya göre ret) edilmiş sayılabilmesi için bir oy barajı öngörülmesi ve bu barajın aşılması gereğini ifade etmektedir.

bu itirazların yanı sıra halkoylamasına başvurmanın en ciddi sakıncalarından biri, özellikle çoğulcu demokratik geleneklere sahip olmayan ülkelerde çoğunluğun azınlığa hükmetmesi ve giderek sistemin çoğunluğun diktatörlüğüne dönüşebilme olasılığın artmasıdır.

Tablo 1 - Önde Gelen 25 Demokraside Düzenlenmiş Ulusal Halkoylamaları Sayıları 1940 - 2011 ⁸

	Kurucu Referandum	Yasama Referandumu	Halk Girişimi	1940 - 49	1950 - 59	1960 - 69	1970 - 79	1980 - 89	1990 - 99	2000 - 11	1940 - 2011
Avustralya	X	X		5	1	2	11	6	2		27
Avusturya	X	X					1		1		2
Belçika					1						1
Kanada	X	X		1					1		2
Danimarka	X	X			2	6	3	1	3	2	17
Finlandiya	X	X	X						1		1
Fransa	X	X	X	4	1	4	1	1	1	2	14
Almanya											0
Yunanistan	X	X					1				1
İzlanda	X	X		2						2	4
İrlanda	X	X			1	2	5	4	10	10	32
İsrail	A										0
İtalya	X	X	X	1			3	12	32	26	74
Japonya	X										0
Lüksemburg	X	X	X							1	1
Malta	X	X				1				2	3
Hollanda										1	1
Yeni Zelanda	A	X	X	6	2	6	3	3	8	3	31
Norveç		X					1		1		2
Portekiz		X	X						2	1	3
İspanya	X	X	X				2	1		1	4
İsveç	X	X	X		2			1	1	1	5
Birleşik Krallık	A						1			1	2
A.B.D.											0
İsviçre	X	X	X	17	45	26	86	62	88	113	437
Toplam				36	55	47	118	91	151	166	664

A: İsrail, Yeni Zelanda ve Birleşik Krallığın yazılı bir Anayasası bulunmamaktadır.

(Morel, 2012: 515 – 521)

Dünyanın önde gelen demokratik ülkelerinin halkoylaması düzenlemelerine ve son 70 yıllık deneyimlerine göz atıldığında gelişmiş demokrasilerin 25'inin 18'inde yasama referandumu bulunduğu ve bu ülkelerin üçte birinden fazlasında "halk girişimi"nin düzenlendiği görülmektedir. Bazı ülkeler sık ve düzenli bir şekilde halkoylamasına başvururken bazılarında ise yasama referandumu hiç öngörülmemektedir. Buradan da görülmektedir ki çoğulcu demokrasilerde yasama referandumu ya da halk girişimi düzenlemeleri zorunlu bir gösterge değildir ancak çoğu demokratik ülke siyasal

⁸ Otoriter rejimler (örn. İspanya ve Yunanistan'daki diktatörlük ve cunta dönemleri) altında düzenlenmiş halkoylamaları sayılmamıştır.

sisteminde halkın görüşüne doğrudan başvurma yolu olarak referanduma yer vermiştir.

2. Türkiye’de Halkoylaması Düzenlemesi ve Uygulamaları

2.1. Anayasa’da Halkoylaması Düzenlemesi

Türkiye Anayasal Sistemine halkoylaması 1982 Anayasası ile girmiştir. Ancak bundan önce 1961 ve 1982 Anayasaları’nın kabulü için halkoylamaları yapılmıştır. Halkoylaması Türkiye Anayasal sistemine ilk kez 1982 Anayasası’nın 175. Maddesi ile seçimlik olarak girmiştir. Ardından, 175. Maddeyi değiştiren 17 Mayıs 1987 tarih ve 3361 sayılı Kanun ile halkoylaması Anayasa değişikliklerinde hem seçimlik, hem de zorunlu bir yol olarak benimsenmiştir⁹. 1987 yılındaki değişikliğin ardından, Anayasa değişiklikleri için öngörülen yöntem aşağıdaki gibi Cumhurbaşkanı’na değişiklik kanununu seçimlik ya da zorunlu olarak halkoylamasına sunma yetkisi tanımıştır:

1. Anayasa değişikliği kanunu, Meclis üye tamsayısının beşte üçü ile üçte ikisi arasında bir oyla kabul edilmişse ve Anayasa değişikliği kanunu Cumhurbaşkanı tarafından bir kez daha görüşülmek üzere Meclis’e iade edilmemişse, **zorunlu** olarak halkoylamasına sunulur.

2. Anayasa değişikliği kanunu, Meclis üye tam sayısının en az üçte iki çoğunluğu ile kabul edilmişse, Cumhurbaşkanı değişiklik kanununu bir kez daha görüşülmek üzere Meclis’e iade edebilir, Resmî Gazete’de yayımlatarak yürürlüğe koyabilir ya da **seçimlik** olarak halkoylamasına sunabilir.

3. Cumhurbaşkanı tarafından bir kez daha görüşülmek üzere Meclis’e iade edilen bir Anayasa değişikliği kanunu ikinci görüşmelerde Meclis tarafından üye tamsayısının beşte üçü ile üçte biri arasında bir çoğunluk ile kabul edilirse, Anayasa değişikliği kanunu Cumhurbaşkanı tarafından **zorunlu** olarak halkoylamasına sunulur, üye tamsayısının en az üçte iki çoğunluğu ile kabul edilirse, Cumhurbaşkanı Anayasa

⁹ 1982 Anayasası’nın ilk halinde, Cumhurbaşkanına belli şartlar dâhilinde bir Anayasa değişikliğini seçimlik olarak halkoylamasına sunma yetkisi tanınıyordu. Buna göre bir Anayasa değişikliği Meclis üye tamsayısının üçte ikisi ile yapılabilirdi. Ancak, Cumhurbaşkanı bir Anayasa değişikliği kanununu yeniden görüşülmek üzere Meclis’e iade ettiğinde ve Meclis söz konusu değişiklik kanununu yine üçte iki çoğunluk ile aynen kabul ettiğinde, Cumhurbaşkanı bu Anayasa değişikliği kanununu imzalayıp Resmî Gazete’de yayımlatarak yürürlüğe sokabiliyor ya da halkoylamasına sunma yoluna gidebiliyordu.

değişikliğini Resmî Gazete’de yayımlatarak yürürlüğe girmesini sağlayabilir ya da tüm kanunu veya gerekli gördüğü değişiklik maddelerini **seçimlik** olarak halkoylamasına sunabilir.

Cumhurbaşkanı Anayasa değişikliklerini halkoylamasına sunacağı zaman kanunun altına “halkoyuna sunulmak üzere yayımlanmıştır” şeklinde bir dipnot düşerek Resmî Gazete’de yayımlanmak üzere Başbakanlığa gönderir.

TBMM Anayasa değişikliği kanunlarının kabulü sırasında kabul edilen Anayasa değişikliklerinin halkoylamasına sunulması halinde, hangi değişikliklerin bir paket olarak birlikte, hangi değişikliklerin ayrı ayrı oylanacağını da karara bağlar. Anayasa’nın 175. Maddesi 5. fıkrasındaki “Meclis üye tamsayısının üçte iki çoğunluğu ile kabul edilen Anayasa değişikliğine ilişkin kanun veya gerekli görülen maddeleri Cumhurbaşkanı tarafından halkoyuna sunulabilir” şeklindeki düzenleme Cumhurbaşkanı’na TBMM’de tümüyle halkoylamasına sunulması öngörülmüş olsa dahi, Anayasa değişikliği kanunlarının bütünlüğünü bozup bir kısmını onaylayıp bir kısmını halkoylamasına sunma olanağı tanımaktadır¹⁰.

2.2. Yargı Denetimi

Anayasa’nın 148. Maddesine göre, Anayasa Mahkemesi Anayasa değişikliklerini sadece şekil bakımından inceler ve denetler. Anayasa Mahkemesi’nin denetim yetkisi Anayasa değişikliğinin teklif ve oylama çoğunluğuna ve ivedilikle görüşülemeyeceği şartına uyulup uyulmadığı hususları ile sınırlıdır. Anayasa, değişiklik kanunlarına karşı şekil bakımından itirazlar için de, 10 günlük bir süre sınırı öngörmüştür. Kanunun yayımlandığı tarihten itibaren on gün geçtikten sonra, şekil bozukluğuna dayalı iptal davası açılmaz; def’i yoluyla da ileri sürülemez.

Bir Anayasa değişikliğinin halkoylamasına sunulması halinde, Anayasa Mahkemesi’nin

¹⁰ 2001 yılında Anayasa’nın çeşitli maddelerinin değiştirilmesi hakkında 4709 sayılı Kanun 16 ret oyuna karşın 474 oy ile kabul edilmişti. Bu değişiklik kanunu 35 Madde ve 1 Geçici Maddeden oluşmaktaydı ve 35. Maddesi kanunun halkoylamasına sunulması halinde tümüyle oylanmasını öngörmekteydi. Ancak Cumhurbaşkanı kanunun bir maddesi dışındaki tüm maddelerini onaylarken yalnızca sosyal güvenlik kuruluşlarına ilişkin Anayasanın 86. Maddesi ile ilgili değişiklik maddesini halkoylamasına sunma kararı aldı. Bu durum üzerine, TBMM Anayasa’nın 86. Maddesine ilişkin düzenlemeyi tekrar ele almış ve değişikliğin yeni hali halkoylamasına sunulmadan Cumhurbaşkanı tarafından onaylanarak Resmî Gazete’de yayımlanmıştır.

denetim yetkisi ve zamanlaması yazarlar arasında değişik değerlendirmelere yol açmıştır. Öncelikle, bir Anayasa değişikliği kanununun, TBMM tarafından kabul edilmesinden sonra Cumhurbaşkanı tarafından halkoylamasına sunulması durumunda, halkoylaması öncesi Anayasa Mahkemesi'nin denetim yetkisinin olup olmadığı noktası tartışma konusu olmuştur. Bir görüşe göre, Anayasa'nın 175. Maddesine göre halkoylamasına sunulan Anayasa değişiklikleri yürürlüğe girip girmemesine bakılmaksızın “kanun” olarak adlandırılmakta ve Resmî Gazete’de yayımlanmaları öngörülmektedir. Bu durumda, Anayasa Mahkemesi'nin Resmî Gazete’de yayımlanan Anayasa değişikliği kanununu denetlemesi olanaklıdır (Onar, 1993: 172). Buna karşın, ikinci görüşe göre, halkoyuna sunulan bir Anayasa değişikliğinin henüz yürürlüğe girmemiş olması nedeniyle Anayasa Mahkemesi tarafından denetlenmesi olanaklı değildir. Bir kanun, ancak TBMM tarafından kabul edildikten sonra Cumhurbaşkanı tarafından onaylanıp Resmî Gazete’de yayımlanarak hukuk âleminde doğar. Anayasa değişikliğinin halkoylamasına sunulması durumunda ise, Cumhurbaşkanı değişiklik kanununu nihai olarak onaylamamıştır; onay koşulunun tamamlanması ve değişikliğin yürürlüğe girebilmesi için ikinci koşul olan halkoylamasında kabulü gerekmektedir. Halkoylaması sonuçlanmadan değişikliğin var olup olmayacağı, hukuk âleminde doğup doğmayacağı belli değildir ve hukuk sistemimizde Anayasa Mahkemesi'nin ön denetim usulü yoktur (Aliefendioğlu, 1984: 112; Aydın, 2010: 242-243; Keskinöglü, 2011: 158; Can, 2007: 126-127). Bu görüşe göre, Anayasa'nın 175. Maddesindeki “Anayasa değişikliği kanunu” ibaresi de bir yazım hatasıdır ve doğrusu “Anayasa değişikliği teklifi” olmalıdır (Gözler, 2009: 565).

Türkiye’de halkoylamasına sunulan Anayasa değişikliği kanunlarının, Anayasa Mahkemesi denetimine tabi olması ile ilgili ikinci bir tartışma konusu ise, Anayasa değişikliğinin halkoylaması ile kabul edilmesi durumunda, Anayasa Mahkemesi'nin denetim yetkisinin olup olamayacağı üzerinedir. Halk iradesinin en üstün kurucu iktidar olduğunu ifade eden bir görüşe göre, halkoylaması ile en üst kurucu iktidarın onayı bir Anayasa değişikliğinin o ana kadarki tüm sakatlıklarını ortadan kaldırmaktadır ve bu aşamadan sonra herhangi bir makamın halkın iradesi üzerinde Anayasal denetimi söz konusu olmamalıdır (Özbudun, 2009: 175). Bu görüşün yanı sıra, kurucu iktidar olarak halk ve halkoylamasında iradesine başvuru halkın farklı değerlendirilmesi gerektiğini ifade eden görüşe göre ise, halkoylaması, Anayasa'nın tümüne ilişkin ve

dolayısıyla Anayasal denetim ile ilgili kurucu halk iradesini ortadan kaldırmaz (Can, 2007: 109; Aliefendioğlu, 1984: 112).

Halkoylamasının, Anayasa değişikliğinin şekil bakımından sakatlıklarını ortadan kaldıracığı kabul edilse dahi, bazı Anayasa Mahkemesi kararlarından¹¹ hareketle, Anayasa Mahkemesi'nin Anayasa'nın felsefesine ve özüne ilişkin denetim işlevi ve yetkisinin sürdüğüne ilişkin görüşler, halkoyunun Anayasa Mahkemesi'nin denetim ve işlevini ortadan kaldırmayacağını söylemektedirler (Aliefendioğlu, 1986: 53-54).¹²

Anayasa Mahkemesi'nin Anayasa değişiklikleri ile ilgili denetim yetki ve görevi, Anayasa'nın 148. Maddesi ve 30 Mart 2011 Tarihli 6216 sayılı Anayasa Mahkemesi Kuruluş ve Yargılama Usulleri Hakkında Kanun'da belirtildiği gibi, Anayasa değişiklik kanununun teklif, oylama çoğunluğu ve ivedilikle görüşülememe şartına uyulup uyulmadığıyla ilgili olarak Anayasa sürecinin TBMM kısmı ile ilgilidir. Ayrıca, halkoylamasına sunulmuş ve kabul edilmiş bir Anayasa değişikliğinin ister şekil, ister esasa girerek Anayasa Mahkemesi tarafından bozulmasının halkoylaması ile kaybedilen zaman ve masraflar göz ardı edilse dahi, ciddi siyasi ve hukuksal sorunlar doğuracağı açıktır. Halkoylamasıyla kabul edilen bir Anayasa değişikliği kanununun, TBMM aşamasındaki bir eksiklik ya da usul hatası nedeniyle Anayasa Mahkemesi tarafından iptal edilmesi, belki de halkoylaması öncesi kolayca giderilebilecek bir hata yüzünden hem boşuna zaman kaybı ve masraf doğuracaktır hem de halk iradesine saygısızlık tartışmaları başlatabilecektir.

Türkiye'nin Anayasal Sisteminde, kanunlar TBMM tarafından kabul edilir ve Cumhurbaşkanı tarafından onaylandıktan sonra Resmî Gazete'de yayımlanarak yürürlüğe girer. Resmî Gazete'de yayımlanması bir kanunun yürürlüğe girmesi ve hukuk âleminde doğması için bir koşuldur. Türkiye'de Anayasa Mahkemesi'nin Anayasa değişiklikleri üzerinde ön denetim yetkisi yoktur. Nitekim Anayasa'nın 148. Maddesi Anayasa değişiklikleri hakkında Anayasa Mahkemesine iptal başvurusunun kanunun yayımlandığı tarihten yani hukuk âleminde doğduktan itibaren 10 gün içerisinde yapılmasını öngörmektedir. Buna karşın, halkoylamasına sunulan Anayasa

¹¹ E: 1970/41, K.1971/37, AYMKD 9: 416 - 429; E: 2008/16, K: 2008/116, AYMKD 45 (2): 1195 - 1253.

¹² Anayasa Mahkemesi'nin şekle ilişkin denetimini esasa yaymasının geniş bir yorum olduğuna ilişkin (Onar, 1993: 138 – 148; Can, 2008: 118 – 120).

değişikliği kanunlarında ise süreç biraz farklı işlemektedir ve yasalaşma mekanizmasının ikiye ayrıldığı görülmektedir. Cumhurbaşkanı, halkoymasına sunacağı Anayasa değişikliği kanununu halkoymasından önce Resmî Gazete’de yayımlattırmaktadır ve Anayasa değişikliği halkoymasında kabul edildiğinde, YSK’nın sonuçları Resmî Gazete’de yayımlamasının ardından Cumhurbaşkanı’nın - yaklaşık altmış gün önce- Resmî Gazete’de yayımlatmış olduğu Anayasa değişikliği kanunu yürürlüğe girmektedir. Anayasa değişikliği kanunu, ister seçimlik, ister zorunlu olarak halkoymasına sunulsun, görev ve işlevleri nedeniyle Cumhurbaşkanı’nın buradaki tasarrufunu sadece bir formalite olarak değerlendirmek doğru olmayacaktır. Her ne kadar Anayasa’nın 175. Maddesi Cumhurbaşkanı’nın Anayasa değişikliği kanununu “halkoyuna sunulmak üzere” Resmî Gazete’de yayımlattığını belirtse de, Anayasa Mahkemesi’nin denetim yetkisi için gerekli koşullardan “yayım” koşulu o anda yerine gelmiş olmaktadır.

Anayasa Mahkemesi de, 31 Mayıs 2007 tarihli 5678 sayılı ve 7 Mayıs 2010 tarihli 5982 sayılı Anayasa değişikliği kanunlarına yapılan iptal başvurularını, değişikliklerin Cumhurbaşkanı tarafından halkoymasına sunulmasına karşın görüşmeyi kabul etmiştir¹³.

2.3. Türkiye’de Anayasa Değişikliği Halkoymaları

1982 Anayasası sonrası Türkiye’de 4 Anayasa değişikliği kanunu halkoymasına sunulmuştur. Bu halkoymalarının ilki 6 Eylül 1987 tarihinde 1982 Anayasası’nda Geçici 4. Madde ile getirilen siyasi yasakların kaldırılması, ikincisi 25 Eylül 1988 tarihinde Anayasa’nın 127. Maddesinde yapılacak değişiklik ile yerel seçimlerin 1 yıl erkene alınması konularındaydı. 21 Ekim 2007’de, milletvekili seçimlerinin dört yılda bir yapılması, Cumhurbaşkanı’nın halkoyuyla seçilmesi ve TBMM’de toplanma ve karar yeter sayıları ile ilgili Anayasa’nın dört maddesindeki değişiklikler ve 12 Eylül

¹³ E: 2007/72, K: 2007/68, AYMKD, 44 (2): 1053 - 1108; E: 2010/49, K: 2010/87, AYMKD, 47 (2): 1069 - 1237. Anayasa Mahkemesinin 27 Kasım 2007 tarihli kararında şöyle denilmektedir (E: 2007/99, K: 2007/86, AYMKD 45 (1): 429 - 456.); “TBMM’nin hukuksal tasarrufları, Anayasadaki ayrık durumlar dışında, Anayasa Mahkemesinin denetimine tabidir. Anayasa Mahkemesinin Anayasa değişikliklerini şekil bakımından denetleme yetkisi, Anayasanın 148. maddesinin 2. fıkrasında *referanduma sunulan-sunulmayan ve yürürlüğe giren-girmeyen* yönünden herhangi bir ayrıma tabi tutulamaz. Nitekim Anayasa Mahkemesi halkoyuna sunulduğundan dolayı henüz yürürlüğe girmediği halde, istem üzerine 5678 sayılı Anayasa Değişiklikleri Hakkında Kanunun Anayasaya uygunluğunu denetlemiştir.”

2010 tarihinde ise bir Anayasa değişikliği paketi oylanmıştır¹⁴. Türkiye'deki Anayasa değişikliği halkoylamalarının sonuçları aşağıdaki gibidir;

Tablo 2 - Türkiye'de Anayasa Değişikliği Halkoylamalarının Sonuçları

	1987	1988	2007	2010
Kayıtlı seçmen sayısı	26.095.630	26.739.227	42.690.252	52.051.828
Oy kullanan seçmen sayısı	24.436.821	23.750.873	28.819.319	38.369.099
Katılım oranı (%)	93,6	88,8	67,5	73,7
Geçersiz oy sayısı	1.088.965	793.995	651.658	725.062
Oranı (%)	4,5	3,3	2,3	1,9
Geçerli oy sayısı	23.347.856	22.956.878	28.167.661	37.644.037
Oranı (%)	95,5	96,7	97,7	98,1
Evet sayısı	11.711.461	8.034.933	19.422.714	21.787.244
Oranı (%)	50,2	35	68,9	57,9
Hayır sayısı	11.636.395	14.921.945	8.744.947	15.856.793
Oranı (%)	49,8	65	31,1	42,1
Evet Oylarının Kayıtlı Seçmene Oranı (%)	44,9	30,0	45,5	41,9
Hayır Oylarının Kayıtlı Seçmene Oranı (%)	44,6	55,8	20,5	30,5

Bu tabloda göze çarpan bir nokta, 1987 halkoylamasında % 93,6 olan katılım oranının, 2007'de % 67,5 ve 2010'da % 73,7 olarak gerçekleşmesidir. Oysa ki 2007 ve 2011 genel seçimlerinde katılım oranları yaklaşık % 84 olmuştur. Bu durumda Anayasa değişikliği gibi bir kurucu iktidar yetkisinin halkın nispeten düşük bir kesimi tarafından kullanılması, buna koşul olarak da özellikle motive ve güdümlü katılımcıların üstünlük sağlama olanağının artması tehlikesi öngörülebilir. Nitekim, sözü edilen 4 Anayasa değişikliği, sadece 1987 halkoylamasında “hayır” oylarının tüm kayıtlı seçmenler içinde çoğunluğa ulaşabildiği (%56) diğer halkoylamalarında sonuçların tüm kayıtlı seçmen sayısının yarısından düşük bir oranla alındığı görülebilmektedir.

2.4. Yerel Yönetimler Ve Halkoylaması

Belediye Kanunu'nda¹⁵ iki durumda literatürde “plebisit” olarak da anılan halkoylaması yapılması öngörülmüştür. Buna göre, Belediye Kanunu'nun 4/4 Md.sinde yer alan şekilde meskûn saha ve nüfusun artması sonucu köylerin yerine belediye kurulması için ya da köy ve beldelerin meskûn sahasının azalması veya komşu belde ile birleşmesi

¹⁴ Anayasa Mahkemesi ve HSYK'nın yapısı ve görevleri, vatandaşların Anayasa Mahkemesine bireysel başvuru hakkı, askeri yargının görev alanının kısıtlanması, Kamu Denetçiliği Kurumu'nun kurulması, memurların toplu sözleşme hakkı ve diğer bazı düzenlemeleri içeren 27 maddelik bir Anayasa değişikliği paketi.

¹⁵ 3 Temmuz 2005 tarihli 5393 sayılı Belediye Kanunu, RG 13 Temmuz 2005, Sayı 25874.

sonucu, 8/2 Md.si gereği ise, komşu belde ile birleşme için bir halk girişimi ve halkoylaması hakkında düzenleme yapılmıştır. Bu halkoylamaları, YSK denetiminde mahalli seçim kurulları tarafından düzenlenmektedir¹⁶.

Ancak makalenin başında bahsedilen vatandaşların yerel yönetimler ile ilgili konu ya da politikaların kararlaştırılmasına, halkoylaması yoluyla katılımına ilişkin düzenlemeye Belediye Kanunu'nun 15/r Md.si 6. paragrafında rastlanılabilmektedir;

“Belediye, belde sakinlerinin belediye hizmetleriyle ilgili görüş ve düşüncelerini tespit etmek amacıyla kamuoyu yoklaması ve araştırması yapabilir.”

Bu düzenlemeden de anlaşılacağı gibi, söz konusu işlem ne bir referandumdur, ne de plebisittir. Bu düzenlemenin esasen halkoylaması olarak değerlendirilmesi de olanaklı değildir; olsa olsa bir “halk yoklaması” denilebilir. Bu “yoklamanın” bağlayıcı bir niteliği olmadığı gibi, söz konusu yoklamanın nasıl yapılacağına ve denetleneceğine ilişkin de, bir düzenleme mevcut değildir. Bu tür bir yoklama gerek görüldüğünde, bir kamuoyu yoklama şirketine yaptırılacak bir anket şeklinde olabileceği gibi, internet üzerinden ya da sandık başında katılabilinecek bir oylama ya da başka bir yöntem ile de yerine getirilebilir¹⁷.

3. Halkoylaması Uygulamaları ve Türkiye Açısından Değerlendirme

Ülkeler kendi Anayasalarında siyasal sistemleri içerisinde çeşitli konu, yöntem ve düzeyde halkoylaması uygulamaları ve seçenekleri öngörmektedirler. Yukarıda da belirtildiği gibi, halkoylamasının demokrasiye ve katılıma katkı sağlarken çoğunluğun azınlık üzerinde tahakkümü sonucunu doğurmaması gerekmektedir. Bu nedenle halkoylamasının bir siyasi sistem içerisindeki yeri ve ağırlığının iyi belirlenmesi gerekmektedir. Bu bölümde, halkoylamasının çeşit, konu ve düzey bakımından

¹⁶ YSK Halkoylamasında (Plebisitte) Seçmenlerin Oylarına Başvurma Usul ve Esaslarına İlişkin Genelge; Karar No 180, 11 Nisan 1969.

¹⁷ Yerel yönetimlerin bu tür yoklamaları arasında son dönemde kamuoyunda en çok duyulanları İstanbul'da düzenlenen yeni şehir hatları vapurlarının tipleri (“İstanbulular klasik vapuru seçti”, (2006). <http://www.ibb.gov.tr/tr-TR/Pages/Haber.aspx?NewsID=13175#.UdLNafJrPIU>, 02.07.2013) ve İ.E.T.T. otobüslerinin renkleri (“İstanbulular İETT otobüsünün yeni rengini seçti”, (2011): <http://www.iETT.gov.tr/tr/main/news/istanbullular-iETT-otobusunun-yeni-rengini-se/919>, 02.07.2013) ile ilgili internet üzerinden yapılan anketler ve Ankara Büyükşehir Belediyesi'nin 25 Ekim 2003'de düzenlemiş olduğu Kızılay'ın yayalaştırılması projesi ile ilgili oylama (“Başkente Referandum”, *Radikal*, 25.10.2003) olmuştur.

uygulamalarına ve çeşitli örneklere bakılarak Türkiye siyasal sistemi için yararlı olabilecek, demokrasiyi geliştirici halkoylaması önerileri üretilmektedir.

3.1. Anayasa Değişikliği

Günümüz siyasal sistemlerinde, asli kurucu iktidar –en azından söylemde- ulus ya da halk olarak kabul edilmektedir ve bu nedenle de, hemen hemen tüm Anayasalar halkoyuna sunularak kabul edilmektedir. Buna koşut olarak bir Anayasa değişikliği için yetkili tali kurucu iktidar da doğrudan ya da dolaylı olarak ulus ya da halk olacaktır (Gözler, 1998: 116 – 117). Ulus ya da halk adına tali kurucu iktidarı kullanma yetkisi bazı Anayasalarda doğrudan halka verilmekte¹⁸, bazılarında ise halk adına bir organa devredilmektedir¹⁹. Türkiye gibi bazı ülkelerde ise tali kurucu iktidarı kullanma yetkisi bir organ ile halk arasında paylaşılmaktadır²⁰.

Anayasa değişikliklerinde, tali kurucu iktidarın kullanımını konusunda bazı ülkelerde bir takım sınırlamalar da öngörülmüştür²¹. Bazı ülke Anayasaları temel hak ve ilkelerle ilgili Anayasa değişikliklerinde özel bazı usuller benimsemiştir²². Bazı ülkelerde ise, Anayasa değişikliklerinde handikaplı halkoylaması öngörülmüştür²³.

¹⁸ Örneğin Avusturya Anayasası (Md. 128), Danimarka Anayasası (Md. 88), Venezüella Anayasası (Md. 341/3).

¹⁹ Örneğin Almanya Anayasası (Md. 79), Hollanda Anayasası (Md. 137).

²⁰ Örneğin Peru Anayasası (Md. 206), İspanya Anayasası (Md. 167), İtalya Anayasası (Md. 138).

²¹ Yunanistan Anayasası 110. Maddesi hükümet şeklinin Parlamenter Cumhuriyet olduğunu öngören 1. Madde ile insani değerlere saygı ve korumanın Devletin öncelikli sorumluluğu olmasını (Md. 2/1), yasa önünde eşitliği (Md. 4/1), yasalarda aksi belirtilmedikçe kamu hizmetlerinde sadece Yunan yurttaşlarının çalışabileceğini (Md. 4/4), Yunan yurttaşları üzerinde asalet ve ayrımcı unvanların tanınmayacağını (Md. 4/7), kişilik haklarını (Md. 5/1) ve özgürlüklerini (Md. 5/3), din ve vicdan özgürlüğünü (Md. 13/1) ve Devlet yapısını (Md. 26) düzenleyen Maddelerin değiştirilemeyeceğini öngörür. Fransa Anayasası ise Hükümet şeklinin Cumhuriyet olduğu düzenlemesinin değiştirilmesini yasaklamaktadır (Madde89/son).

²² İspanya’da Anayasa değişikliklerinde seçimlik olarak halkoylaması öngörülürken yukarıda değinildiği gibi Anayasa reformu niteliği taşıyan değişikliklerde Meclislerde özel bir kabul yeter sayısı ile zorunlu halkoylaması öngörülmüştür (Md. 168). Letonya Anayasasına göre de Letonya’nın bağımsız bir demokratik Cumhuriyet olduğu (Md. 1), egemenliğin halka ait olduğu (Md. 2), ülke bütünlüğü (Md. 3), resmî dil ve bayrak (Md. 4), Meclis (Saeima)’nın nispi temsil esasına göre genel, eşit ve doğrudan seçimlerle ve gizli oyla seçilmesi (Md. 6) ile ilgili değişikliklerin halkoyuna sunulması zorunludur (Md. 77). Lituanya Anayasası da değişiklikler için halkoylaması öngörmezken Lituanya’nın bağımsız bir demokratik Cumhuriyet olduğu düzenlemesinin (Md. 1) ancak seçmenlerin dörtte üçünün kabulüyle egemenliğin ulusa ait olduğu (Md. 2) ve Anayasa değişiklikleriyle ilgili düzenlemelerin de şartsız halkoylamasıyla değiştirilebilmesini zorunlu kılmıştır (Md. 148).

²³ İsveç’te kabul edilmiş bir Anayasa değişikliğine karşı halkoylamasına gidildiğinde ret oylarının çoğunlukta çıkması ve son genel seçimdeki geçerli oyların yarısını geçmesi halinde sonuç geçerli sayılmaktadır (Bölüm 8 Madde 15). Portekiz Anayasası 115. Madde ve Polonya Anayasası 125. Maddeler

Türkiye’de Anayasa değişikliklerinin halkoymasına sunulması ile ilgili düzenlemeler yukarıda tartışılmıştı. Buna göre, Türkiye’de Anayasa değişiklikleri için hem seçimlik hem zorunlu halkoyması öngörülmektedir. Öte yandan, Anayasa değişikliklerinin halkoyması ile yürürlüğe girmesi için herhangi bir katılım şartı aranmadığı ve geçerli oyların çoğunluğunun değişiklik önerisini kabul etmesinin yeterli olduğu görülmektedir. Anayasa değişikliklerinde, doğası gereği, Meclis’te özel bir katılım ve kabul şartı benimsenirken halkoymalarında herhangi bir katılımın gözetilmemesinin bir takım sakıncalı sonuçlar doğuracağı düşünülebilir. Öte yandan, Türkiye’de Anayasa değişikliği halkoymalarında kayıtlı seçmenin en az yarısının katılımı şartının öngörülmesi durumunda, Anayasa değişikliğine karşı görüşün halkın yaklaşık % 20 – 25’ini sandığı boykot etmeye ikna ederek istediği sonuca ulaşabilmesi söz konusu olabilecektir. Halkoymalarında esasın halkın katılımı olduğu göz önünde tutulduğunda, böyle bir katılım şartı uygun olmayacaktır. Halkın Anayasa değişiklikleri hakkındaki görüşünü sandığa yansıtmasının yurttaşlık bilinci gereği olduğu açıktır ve teşvik edilmesi gereklidir.

Türkiye’de Anayasa konusundaki bir diğer tartışma konusu, özellikle yeni Anayasa tartışmaları çerçevesinde Anayasa’nın değiştirilemez hükümleri üzerine çıkmıştır²⁴. 1982 Anayasası’nın “Değiştirilemeyecek Hükümler” başlıklı 4. Maddesi şöyledir;

“Anayasa’nın 1nci Maddesindeki Devletin şeklinin Cumhuriyet olduğu hakkındaki hüküm ile 2nci Maddesindeki Cumhuriyetin nitelikleri ve 3 üncü Maddesi hükümleri değiştirilemez ve değiştirilmesi teklif edilemez”.

Anayasa Mahkemesi de, kararlarında değiştirilemez ilkeler bakımından Anayasa değişikliklerinin esasına girerek denetime tabi tutmuştur²⁵. Anayasa’nın değiştirilemez

ise halkoymasının geçerli olması için katılımın tüm seçmenlerin yarısından fazla olmasını şart koşmaktadır.

²⁴ Türkiye Cumhuriyeti Anayasaları içerisinde ilk kez 1924 Anayasası 102. Maddesinde “Devlet şeklinin Cumhuriyet” olduğu hakkındaki 1. Maddede değişiklik yapılamayacağı ve teklif dahi edilemeyeceği belirtilmiştir. 1961 Anayasası tartışmaları sırasında Anayasanın değiştirilemez hükümlerinin genişletilmesi gündeme getirilmişse de 9. Madde sadece “Devlet şeklinin Cumhuriyet” olduğu şeklindeki ilk Maddenin değiştirilememesini öngörmüştür. Ancak bir dizi Anayasa Mahkemesi kararı ile Cumhuriyetin “insan haklarına ve Başlangıç’ta belirtilen temel ilkelere dayanan, milli, demokratik, lâik ve sosyal hukuk devleti” olma niteliğini belirleyen 2. Maddesi ile burada gönderme yapılan Başlangıç bölümündeki ilkelerin de değiştirilemeyeceğini hükme bağlamıştır. Bu yönde Anayasa Mahkemesi kararlarının bir listesi için (Onar, 1993: 9 dipnot 4).

²⁵ : 2007/72, K: 2007/68, AYMKD, 44 (2): 1053 - 1108; E: 2010/49, K: 2010/87, AYMKD, 47 (2): 1069 - 1237.

hükümlerinin geniş tutulması siyasi bir karardır. Ancak bir Anayasada değiştirilemez hükümleri çoğaltmak ve bunları dondurmak, toplumun siyasal ve hukuksal gelişimini engelleyici bir tercih olacaktır. Ayrıca, devletin şeklinin Cumhuriyet olması bir tercihi tanımlamaktadır. Cumhuriyetin dayandığı ilkeler ve nitelikler, zaman içerisinde değişebilir, farklı anlamlar kazanabilir. Öte yandan, Cumhuriyet ve demokrasimizin dayanacağı bu gibi temel ilkelerin ve niteliklerin toplumun geniş bir kesimi tarafından kabul edilmiş ve bir toplumsal uzlaşmaya dayanmış olması da bir gerekliliktir. Bu çerçevede Türkiye’de bir Anayasa’nın sadece devletin şeklinin Cumhuriyet olduğu düzenlenmesinin değiştirilemez hüküm olarak bulunması önerilebilir²⁶. Bunun yanı sıra Cumhuriyetin nitelikleri, örgütlenmesi, resmî dil, bayrak, milli marş ile temel hak ve özgürlüklerin dokunulmazlığına ilişkin Anayasal düzenlemelerin değiştirilebilmesi için handikaplı bir usul benimsenebilir. Söz edilen Anayasa hükümleri hakkındaki değişiklik önerilerinin zorunlu olarak halkoylamasına sunulması ve halkoylamasında katılım şartı ve nitelikli çoğunluk ile kabulü öngörülebilir. Bu amaçla, İspanya örneğine benzer şekilde bu nitelikteki Anayasa değişikliği önerilerinin öncelikle Meclis’te üye tamsayısının 2/3 çoğunluğu ile kabulü ardından da zorunlu olarak halkoylamasına sunulması öngörülebilir. Anayasal reform niteliğine bürünecek bu gibi değişikliklerin halkoylamasına sunulması durumunda da bir önceki genel seçimlere katılan seçmen sayısının yarısından az olmamak şartıyla seçmenlerin en az yarısının katılımı ve değişiklik önerisinin geçerli oyların 3/4’ü ile kabulü şart koşulabilir. Bu durum halkın asli kurucu iktidarın yerine geçecek yeni bir iradesinin varlığını gösterecektir²⁷. Meclis tarafından kabul edilen bu nitelikteki bir Anayasa reform önerisinin halkoylamasında kabul edilmemesi durumunda ise Meclis seçimlerinin yenilenmesi yerinde olacaktır.

3.2. Halk Girişimi

Bazı ülke Anayasalarında Anayasa değişikliği önerileri halk tarafından da

²⁶ Bu makalenin amacı ve çerçevesi gereği mevcut Anayasanın değiştirilemez hükümler hakkındaki düzenlemelerinin nasıl değiştirileceği ya da değiştirilebilip değiştirilemeyeceği tartışılmayacaktır. Ancak asli kurucu iktidarın hukuk dışı bir durum olduğu ve bu değişikliklerin daha çok toplumsal ve siyasi bir irade sonucu söz konusu olabileceği söylenebilir (Gözler, 1998: 63 - 64; Teziç, 1991: 167).

²⁷ Türkiye’de 2002 – 2011 arasındaki 3 milletvekili seçime katılım ortalama % 82,2 olarak gerçekleşmiştir. Bu durumda TBMM’nin 2/3’ü teorik olarak seçmenin % 54,8’ine doğrudan tekabül etmektedir. Birçok değişiklik içeren 2010 Anayasa değişikliği paketinin halkoylamasına katılım % 73,7 olarak gerçekleşmiştir. Bu halkoylamasında katılanların 3/4’ü tüm seçmenlerin % 55,28’ini oluşturmaktadır.

halkoylamasına götürülebilmektedir²⁸. Halkoylamasının halkın egemenliği kullanması ve demokratik katılım aracı olarak anlamlı olduğu daha önce de belirtilmişti. Ancak esas odak noktası çoğulcu demokrasi olacak ise halkın siyasal katılımını bir adım öteye taşıyacak yasa önerisi sunma hakkını da tanımak anlamlı bir davranış olarak değerlendirilebilir. Bu öneride bir takım tercihler ve teknik sorular gündeme gelecektir.

Öncelikle halk girişiminin Anayasa değişiklikleri için de geçerli olup olmayacağı söz konusu olabilir. Katılımcılık ve çoğulculuk açısından bu tercihin Anayasa değişiklikleri için de geçerli olması yönünde kullanılması uygun olacaktır. Kurucu iktidarın halka dayandığı bir durumda Anayasa değişiklikleri için de halk girişiminin tanınması doğal ve anlamlıdır. Bunun ardından halk girişiminde bulunabilecek seçmen sayısının belirlenmesi gerekecektir. Burada nüfus ve seçmen sayılarındaki sürekli değişiklik göz önüne alındığında sabit bir seçmen sayısı yerine bir seçmen oranı belirlemenin daha yerinde olacağı görülmektedir. Anayasa'nın 175. Maddesi TBMM'de bir Anayasa değişikliği önerisinin üye tamsayısının üçte biri tarafından yapılabileceği belirtilmektedir. Bu oran bir halk girişimi için yüksek ve ulaşılmaz olacaktır. Bu açıdan Anayasa değişikliği önerileri için seçmen tamsayısının % 2'si, yasa önerileri için ise seçmen tamsayısının %1'i gibi oranlar öngörülebilir²⁹.

Bu usulde Meclis çatısı altında milletvekillerinden oluşacak ve sürekli bir sekreteryaya sahip olacak bir Kurulun imzaların geçerliliği, metnin yazımı konularında teknik yardımda bulunabilir ve prosedürün işletilmesini sağlayabilir. Bu tip halk girişimleri yargı güvencesinde olmalıdırlar. Anayasa değişikliği ve yasa önerilerinin yargısal denetimi olağan olarak Anayasa Mahkemesi, halkoylamasının düzenlenmesi YSK'nın

²⁸ İtalya'da iki tur oylama sonucu Parlamento ve Senato'nun üye tamsayısının salt çoğunluğu ile kabul edilen ancak üçte ikisinden az oy almış bir Anayasa değişikliği üç ay içerisinde Meclislerden birinin üye tamsayısının beşte birinin, 500.000 seçmenin ya da beş Bölge Konseyi'nin istemi üzerine halkoylamasına sunulur. Bunun yanı sıra bazı ülkelerde halk girişimi ile de Anayasa değişikliği önerisi yapılabilmektedir. Örneğin İsviçre'de 100.000 seçmen Federal Anayasanın tamamıyla değiştirilmesi (Md. 138) ya da bazı Maddelerinde düzenleme (Md. 139) önerilerinde bulunabilir. Letonya'da seçmenlerin onda birinin Anayasa ya da yasa değişikliği önerisi Meclis (Saeima) tarafından da kabul edilirse halkoylamasına sunulmaktadır (Md. 78). Romanya Anayasası 500.000 seçmenin Anayasa değişikliği önerisinde bulunabilmesini öngörmektedir (Md. 146/1). Ayrıca yukarıda belirtildiği gibi Finlandiya, Fransa, İtalya, Lüksemburg, Yeni Zelanda, Portekiz, İspanya, İsviçre gibi ülkelerde belli sayıda seçmenin yasa önerisinde bulunma hakkı vardır ve bu yasa önerileri halkoylamasına sunulmaktadır. Benzer şekilde Lituanya'da 300.000 seçmen (Md. 9), Macaristan'da 200.000 seçmen (Md. 8), Romanya'da 250.000 seçmenin (Md. 95) yasa önerisinde bulunabilmesine hak tanınmıştır.

²⁹ 2011 milletvekili seçimlerinde YSK Türkiye Genelinde seçmen sayısını 50.189.930 olarak açıklamıştır. Buna göre % 2 1.003.799, % 1 ise 501.899 seçmene tekabül etmektedir.

yetkisinde olacaktır³⁰.

3.3. Önem Taşıyan Konuların Halkoylamasına Sunulması

Birçok demokratik ülkede yasama organının ulusal önemdeki konuları halkoylamasına sunma olanağı Anayasal olarak düzenlenmiştir³¹. Bu yasama referandumları seçimliktir ve amacı toplum ve halk açısından yüksek önem taşıyan, geleceğe dönük ciddi sonuçlar ve değişimler doğurabilecek konu ve siyasalarda halkın görüşünü öğrenmek ve katılımını sağlamaktır.

Bu açıdan, Türkiye için önem taşıyan ve geleceğe yönelik uzun vadeli ulusal ya da bölgesel konularda politika belirlemede yasama organına danışma niteliğinde seçimlik halkoylaması gibi bir aracın sağlanması yararlı gözükmektedir.

3.4. Yerel Demokrasi

Avrupa Konseyi'nin hazırladığı “Avrupa Yerel Yönetim Özerklik Şartı”³² yerel makamların demokratik rejimin temellerinden olduğu tespitinden hareketle, kararlara katılımın en doğrudan şekilde yerel düzeyde sağlanabileceği ve kamu işlerinin bu şekilde yerel nüfusun çıkarları doğrultusunda düzenlenebileceği düşünüldükçe kamu işlerinin önemli bir bölümünün sevk ve idaresinin özerk yerel yönetimlere bırakılmasını öngörmektedir. Türkiye de Şartı bazı çekinceler ile imzalamıştır ve onaylamıştır³³. Yerel Yönetim Özerklik Şartı 3. Maddesi yerel yönetimlerde kamu işlerinin düzenlenmesi ve yönetilmesinde olanaklı olduğunca vatandaşların katılımının sağlanmasını öngörürken yöntemlerden biri olarak halkoylamalarına işaret etmektedir. Şart'ın 5. Maddesi de yerel yönetimlerin sınırlarında mevzuatın elverdiği durumlarda ve

³⁰ İtalya'da toplanan imzalar öncelikle geçerliliği bakımından Danıştay ardından da önerinin esası bakımından incelenmek üzere Anayasa Mahkemesi denetiminden geçmektedir. İsviçre'de öneri Parlamento'ya sunulmaktadır. İspanya'da da öneri Meclis içerisindeki Merkez Seçim Kurulu'na yapılmaktadır ve imzalar internet üzerinden de toplanabilmektedir. AB de internet üzerinden yürütülebilecek bir halk girişimi usulü yürürlüğe sokmuştur.

³¹ Örneğin Danimarka, Finlandiya, Fransa, İrlanda, İspanya, İsveç, İtalya, Letonya, Lituanya, Lüksemburg, Macaristan, Polonya, Portekiz, Romanya, Slovakya, Yunanistan, İtalya, İspanya, Slovakya, Macaristan, Portekiz, Polonya gibi ülkeler bölgesel halkoylaması da öngörmektedir.

³² Strasbourg, 15 Ekim 1985. Yürürlük Tarihi 1 Eylül 1988.

³³ RG 3.10.1992, Sayı 21364.

olanaklıysa halkoylaması yoluyla yerel nüfusa önceden danışılmaksızın değişiklik yapılamamasını düzenlemektedir³⁴.

Türkiye’de yerel yönetimler Anayasa’nın 127. Maddesinde düzenlenmiştir. Buna göre yerel yönetimlerin kuruluş esasları kanunla belirlenir. Belediye Kanunu 6. Maddesine göre de belediye sınırları Valilik onayıyla kesinleşir. Mahalli idarelerin kurulması ve sınırlarının değiştirilmesinin mahalli nüfusun katılacağı halkoylamaları ile gerçekleşmesi ve buna koşut olarak Belediye Kanunu’nda köy ve beldelerde olduğu gibi halk girişimi olanağının tanınması Avrupa’daki uygulamalara yakın, demokratik bir yaklaşım olacaktır. Anayasa’nın 127. Maddesi 2. paragrafına mahalli idarelerin görev ve sorumluluk alanlarına giren konularda halkoylaması düzenleyebilecekleri şeklinde bir düzenleme eklemek Avrupa Yerel Yönetim Özerklik Şartı’nın ve yerel demokrasinin bir gereğine –aynı zamanda da makalenin başında aktarılan halkoylaması beyanatlarına- Anayasal statü kazandıracaktır.

3.5. Halkoylamasına Götürülemeyecek Konular

Doğal olarak Anayasa’nın değiştirilemez hükümlerinin halkoylamasına sunulması beklenemez. Bunun yanı sıra ülkeler hükümetlerin çalışmaları ve genel politikalar açısından Anayasalarında halkoylamasına götürülemeyecek konuları saymışlardır.

Anayasalarda genel olarak temel hak ve özgürlükler, bütçe, vergi veya mali içerikli kanunlar, af ile ilgili konular, uluslararası anlaşmaların onaylanması ve yürürlükten kaldırılması, uluslararası anlaşmalardan doğan yükümlülükler, savaş ve barış ilanı, savunma ve askeri operasyonlara katılmayla ilgili konular, olağanüstü hal ilanı/sona

³⁴ Belçika Anayasası 41. Madde yerel halkoylamaları hakkında “belediye ya da eyaletlerin menfaatlerini ilgilendiren konular ilgili belediye ya da eyalette halkoylamasına sunulabilir” şeklinde düzenleme getirmiştir. Bulgaristan Anayasası “Yerel Öz-Yönetim ve Yerel İdare” başlığı altında belediyelerin öz-yönetimin uygulandığı temel idari toplumsal birimler olduğunu belirtmekte ve vatandaşların belediyelerin yönetimlerine seçtikleri yerel öz-yönetim makamları ve halkoylamaları ya da halk toplantıları yoluyla doğrudan katılmalarını öngörmektedir (Md. 136/1). Buna göre halkoylaması yerel öz-yönetime katılmak için seçimlik bir yöntemdir. Bulgaristan Anayasası 136/2. Maddesi de belediye sınırlarının yerel nüfusun katılacağı zorunlu halkoylamaları ile belirlenebileceğini hükme bağlamaktadır. Fransa Anayasası (Md. 72/1), Macaristan Anayasası (Md. 31/2), Polonya Anayasası (Md. 170), Portekiz Anayasası (Md. 240), Slovakya Anayasası (Md. 67/1) da yerel yönetimlerin yetki ve sorumluluk alanlarına giren konularda halkoylaması düzenleyebileceklerini belirtmektedirler. Slovenya Anayasası ise belediyelerin mahalli nüfusun katıldığı halkoylaması ile kurulacağını hükme bağlamaktadır (Md. 139). İtalya’da Bölge sınırlarının değiştirilmesi ya da yeni Bölgeler kurulması (Md. 132), İspanya’da Özerklik Statüsü (Md. 151) konularında halkoylamaları öngörülmektedir.

erdirilmesi, parlamentonun feshi, kamu kurumlarının kurumsal yapısı ve atamalar gibi konularda halkoylaması düzenlenmesi yasaklanmıştır.

Halkoylamasına sunulması yasaklanan konulara Türkiye Cumhuriyeti Anayasasına göre Cumhurbaşkanı'nın tek başına yapabileceği işlemler de eklenebilir.

Sonuç

Halkoylaması halkın doğrudan kurucu iktidarı kullanması yöntemi olabileceği gibi yasama faaliyetlerine katılımını sağlayan, ulusal ya da yerel ölçekte kendisini ilgilendiren önemli düzenleme, konu ve siyasaların kararlaştırılmasına doğrudan katılım aracı da olabilmektedir. Dünyanın önde gelen birçok demokrasisinde halkoylaması temsili demokrasiyi tamamlayıcı ve halkın yasama faaliyetlerine ve siyasal karar mekanizmalarına katılımını sağlayıcı bir işlev görmektedir. Öte yandan, güdümlenmiş toplulukların halkoylamasını demokratik bir yöntem olmaktan çıkabileceği ve bu durumda çoğunluğun tahakkümü için araç olarak kullanılabilmesi de önemli çekincelerdendir. Bu nedenle halkoylamasının her ülkenin kendi siyasal sistemi ve toplumsal yapısına göre çoğulcu demokrasinin tartışma ve uzlaşma kültürüne uygun tasarlanması ve kullanılması önemlidir.

Yerel demokrasi açısından da yurttaşların kamu işlerinin düzenlenmesi ve yaşam alanlarıyla ilgili kararlara demokratik katılımının en kolay, etkin ve doğrudan sağlanabilmesinde halkoylamaları ve halk toplantıları/meclisleri/kurulları başat yöntemler olarak görülmektedir.

Türkiye Anayasası yalnızca kurucu referandum öngörmektedir. Bir Anayasa değişikliği seçimlik ya da duruma bağlı olarak zorunlu olarak halkoylamasına sunulabilmektedir. Belediye Kanununda ise plebisit olarak da adlandırılan belde ve köy sınırları ile örgütlenme üzerine sınırlı bir alanda halkoylaması öngörülmüştür. Yerel yönetimler tarafından bazı konularda halkın görüşünü öğrenmek amacıyla yapılan anket ve yoklamaların ise halkoylaması olarak tanımlanması zordur.

Bu çerçevede dünyanın önde gelen demokratik ülkelerinde görülen halkoylaması uygulamaları ve deneyimleri ışığında Türkiye Anayasal sisteminde halkoylamasının

daha geniş kullanımının düşünülmesinde ve tartışılmasında fayda vardır.

Kaynaklar

Aliefendioğlu, Y., (1984). “Türk Anayasa Yargısında İptal Davası ve İtiraz Yolu”, *Anayasa Yargısı*, 1, 101 - 137.

Aliefendioğlu, Y., (1986). “Anayasa Mahkemesi’nin İşlevsel Yönü”, *Amme İdaresi Dergisi*, 19 (1), 23 - 54.

Aydın, M., (2010). “1982 Anayasasına Göre Anayasa Değişikliklerinin Şekil Bakımından Denetimi”, *GÜHF Dergisi*, 14 (1), 215 - 249.

Can, O., (2007). “Anayasayı Değiştirme İktidarı ve Denetim Sorunu”, *AÜSBF Dergisi*, 62 (3), 101 - 139.

Gözler, K., (1998). *Kurucu İktidar*, Bursa: Ekin Kitapevi.

Gözler, K., (2009). “Halkoylamasına Sunulan Anayasa Değişikliği Kanunlarında Halkoylamasından Önce Denetim Yapılabilir mi?”, *Prof.Dr. Yılmaz Aliefendioğlu’na Armağan*, Ankara: Yetkin Yayınevi, 557 - 594.

Green, J. E., (2010). *The Eyes of the People: Democracy in an Age of Spectatorship*, Oxford: OUP.

Keskinoğlu, Ö., (2011). “Anayasa Değişikliklerine Dair Kanunlar Bakımından 'Onay', 'Veto' Kavramlarının Anlamı ve Referandum Sürecinde Yargısal Denetim Sorunu”, *EÜHF Dergisi*, 15 (3 – 4), 47 - 68.

La Pergola, A., (1996). “Introductory Statement”, *Constitutional Justice and Democracy by Referendum-Proceedings*, Strasbourg: Council of Europe Publishing, 5 - 10.

Morel, L., (2012). “Referendum”, Rosenfeld, M. ve A. Sajó (der.) *The Oxford Handbook of Comparative Constitutional Law* içinde, Oxford: OUP.

Onar, E., (1993). *1982 Anayasasında Anayasayı Değiştirme Sorunu*, Ankara.

Özbudun, E., (2009). *Türk Anayasa Hukuku*, Ankara: Yetkin Yayınevi.

Qvortrup, M., (2005). *A Comparative Study of Referendums: Government by the People*, Manchester: MUP.

YENİ İLETİŞİM ÇAĞINDA HALKLA İLİŞKİLERDE REKLAM VE PROPAGANDANIN KONUMLANDIRILMASI

Yrd. Doç. Dr. Mehmet Nizar ASLAN*

Özet

Yıllardan beri halkla ilişkiler faaliyetleri, reklam ve propaganda ile hep karıştırılmıştır. Halkla ilişkiler, propaganda ve reklam faaliyetleri öylesine iç içe girmiştir ki, halkla ilişkileri, bu iki teknikten ayırmak için iki yüze yakın tanımının yapıldığı tahmin edilmektedir. Bu üç disiplinin, ortak kitle iletişim araçlarını kullanması, yine ortak amaçlarının “tanıtım” yapmak olması bu kavram kargaşasının doğmasına sebep olmaktadır. Ancak detaylı incelendiğinde gerek hedef kitlelerinin farklı olması, gerekse süre ve sağladığı yararlar açısından bakıldığında farklı amaç ve hedefler içermesi noktasında farklı disiplinler olarak birbirinden ayrılmaktadır.

Bu çalışmada, halkla ilişkilerde reklam ve propaganda kavramlarının kullanımı, amacı ve uygulanma yöntemleri arasındaki farklar aktarılmıştır. Çalışmada betimleyici çözümlene yöntemi kullanılmıştır. Çalışmanın amacı; halkla ilişkiler, propaganda ve reklamın yarattığı etki ile etki kurulmak istenen kitle ve bu kitlenin çeşitliliğini ortaya koymaktır. Ortaya çıkması hedeflenen etkide, mesajın özelliği ve alıcıya ulaştıktan sonra yarattığı geribildirimini açıklayarak, halkla ilişkiler ile reklam ve propagandanın farkları ve benzerlikleri üzerinde durulmuştur.

Anahtar Kelimeler: Halkla ilişkiler, propaganda, reklam.

THE PLACEMENT OF ADVERTISING AND PROPAGANDA IN PUBLIC RELATIONS IN THE AGE OF NEW COMMUNICATION

Abstract

* Yeni Yüzyıl Üniversitesi, İletişim Fakültesi Halkla İlişkiler ve Reklamcılık Bölümü, nizaraslan@yahoo.com.tr

For many years, public relations activities have been confused with advertising and propaganda activities. Public relations, advertising and propaganda activities are so connected that approximately 200 definitions were made to distinguish public relations from the other definitions. The fact that all these three disciplines use common mass communication tools and have “publicity” as their common goal causes to create this confusion of the definition. However, they differ from each other as three different disciplines based on having different goals and aims with regards to either different target groups or duration and benefits when they are scrutinized.

In this study, the definitions, their goals and application methods, and a brief explanation for the confusion of the three techniques: namely, public relations, advertising and propaganda. In this study, descriptive analysis method was used. In the view of general goal, the differences and similarities of both public relations and advertising and propaganda were emphasized by explaining the features of message and feedback coming up just after the receiver gets the message.

Giriş

Günümüzde Halkla ilişkilerin en fazla karıştırıldığı alan, propaganda ve reklamdır. Her üç kavramın faaliyet alanlarının birbirine benzemesi ve ortak iletişim teknik ve kanalları kullanması bu sorunun karşımıza çıkmasına sebep olmaktadır. Bu kavramlar, sadece ülkemizde değil aynı zaman başka ülkelerde de insanlar tarafından karşılaşılan bir sorun olarak karşımıza çıkmaktadır.

Bazı uygulayıcılar, halkla ilişkiler /örgütsel iletişimi “yönetilen iletişim” olarak tanımlamanın, halkla ilişkilerin yönetime danışmanlık yapma ve örgüt adına kamu politikaları geliştirme rolünü dışarıda bıraktığını ileri sürerler. Bu görüşe göre “ halkla ilişkiler sadece iletişim değildir, ondan da fazladır.” (Grunig, 2005: 15).

İçerisinde bulunduğumuz iletişim çağında; kitlelerin tutum ve davranışlarını belirlemede iletişim teknik ve araçların rolünü giderek artırmakta ve birçok konuda belirleyici olmaktadır. Bu teknikler, günümüzde yaygın olarak kullanılan propaganda, reklam ve halkla ilişkiler alanında kendini daha bariz bir şekilde göstermektedir. “Halkla ilişkilerin temeli haberleşmedir. Bu anlamda birçok halkla ilişkiler uygulayıcılarını haberci olarak nitelemek olanağı vardır. Reklam ve propagandada aslında haberleşmeye dayanır. Ama amaç ve uygulama farkı, biçimde ve içeriktedir.” (Ertekin, 1986: 44).

Kurum veya kişilerin başkalarıyla ilişki tesis etmek için geliştirdikleri propaganda, reklam ve halkla ilişkiler gibi taktik, teknik ve yöntemler, tarihi süreç içinde değişik amaçlarla kullanılmıştır. Bu üç ilişki tesis etme, taktik, teknik veya yöntem içerisinde, en gelişmiş olanları propaganda ve reklamdır. Propaganda daha çok siyasal, dinsel ve kültürel, reklam ise ticari amaçlarla kullanılmaktadır (Çoruh, 1969: 67). Kitleleri etkileme, kontrol altında tutabilme ve yönlendirme amacı çerçevesinde önemli rolleri olan bu üç araç, yapı işleyiş açısından ise farklılık arz etmektedir (Karaçor, 2006: 85).

Halkla ilişkiler, propaganda ve reklama göre daha yeni ve daha az bilinen ve daha az uygulama alanı bulan bir ilişki tesis etme yöntemidir. Halkla ilişkilerde uygulanan yöntemler tamamen açıklığa dayanırken, propaganda gerektiğinde yöntem ve amaçlarını gizlemektedir. Healy'nin açıklamasına göre, "Halkla ilişkiler çalışmalarında ortak bir anlayış hedeflenirken, propaganda ise emredici olduğundan kayıtsız şartsız peşinden gelinmesini öngörmektedir (Karaçor, 2006: 94). Marten'e göre ise, propaganda "Halkla ilişkileri bir araç olarak görürken, halkla ilişkiler propaganda çalışmalarını etik bulmamaktadır. Propaganda duygulara hitap ettiği için modern bir halkla ilişkiler anlayışı ile bağdaşmamaktadır" (İbid).

Propagandaya bu bakış açısı ile yaklaşıldığında, halkla ilişkiler uzmanları tarafından son derece antipatik bir kavram olarak değerlendirilmekte, teknik mesaj yapısı ve amaç açısından birbirinden ayrılmaktadır. Halkla ilişkiler; mesajı gerçekte olduğu gibi ve yalın bir şekilde kitlelere iletirken, propaganda ise amacına uygun gelen mesajları, genelde abartı ve sapmalar gösterecek şekilde kitlelere iletildiği görülmektedir (Sabuncuoğlu, 1998: 28). Öte yandan propaganda daha çok halkla ilişkiler ile karıştırılmasına karşın, reklama daha yakın bir yapı arz ettiği görülmektedir. Ancak her üç iletişim tekniği arasında yapı ve işleyiş olarak bir ayırımdan söz edilse de her üç olgunun da bir iletişim tekniği olarak algılanması gerekmektedir (Karaçor, 2006: 95).

Şimdi konuyu daha yakından inceleyebilmek için önce halkla ilişkilerin reklamdan, sonra da halkla ilişkilerin propagandadan ayrıldığı noktaları açıklayalım. Bu ayrımı, çok net ve kesin bir şekilde tespit ederek ifade etmek, kuşkusuz çok doğru bir yaklaşım olmamasına karşın tartışmaya açık bir husus olduğu gerçeğini de göz ardı etmemek

gerekir. Ayrıca, uygulamada iç içe geçmiş bir takım durumlarla karşılaşmak her zaman olasıdır. Bu hususları göz önünde tutarak bu üç kavramın genellikle birbirinden ayrıldıkları noktaları aşağıda açıklanmasına çalışılacaktır.

1. Halkla İlişkiler İle Reklam Arasındaki Farklar

Reklam sözcüğü, Latince **olamore** (Çağırma) fiilinden gelmektedir. Bu anlamıyla reklam batı dillerinde avcılarının av avlarken, avlarını cezbetmek, çağırma için kullandıkları hileleri, yolları, yöntemleri ifade etmek için kullanılmıştır.

Türk Dil Kurumu tarafından “Bir şeyi Halka tanıtmak, beğendirmek ve böylelikle sürümünü sağlamak için denenen her türlü yol” olarak tanımlanan reklam; reklam terimler ve kavramları sözlüğüne göre; insanları gönüllü olarak belli bir davranışta bulunmaya ikna etmek, belirli bir düşünceye yönelmek, dikkatlerini, bir ürüne, hizmete, fikir ya da kuruluşa çekmeye çalışmak, onunla ilgili bilgi vermek, ona ilişkin görüş ve tutumlarını değiştirmelerini veya belirli bir görüşü benimsemelerini sağlamak amacıyla oluşturulan; iletişim araçlarından yer ya da süre satın almak yoluyla sergilenen veya başka biçimlerde çoğaltılıp dağıtılan ve bir ücret karşılığında oluşturulduğu belli olan duyurudur (Gülsoy, 1999: 9). Reklam, serbest piyasa ekonomisi koşullarının egemen olduğu, tüketimin adeta kutsallaştırıldığı günümüz dünyasında oldukça işlevseldir (Elden, 2009: 135).

Özel kurum ve kuruluşlar; çevreyi tanımak ve çevreye kurum ve kuruluşları tanıtmaya çalışmalarında halkla ilişkiler ve reklam faaliyetlerinden geniş ölçüde yararlanmaktadır. Özel sektörün var olması ve varlığını sürdürebilmesi için kâr elde etmek ve bu kârlılığını sürdürmek esastır. Bu işlevini yerine getirebilmesi için de toplumsal ve siyasal olaylarla olduğu kadar yasama yürütme ve hatta yargı organlarının temsilcileri ile diğer çıkar ya da baskı grupları ile de ilişki kurma ihtiyacı hissederler.

Bu gibi işletmeler toplumsal sorumluluk gereği harcamalar yapmakta, kârdan fedakârlık etmektedirler. Bu çabalar esasında işletmelerin yaşaması, tehlikelerden korunması yani uzun devrede kârlılığını sürdürmesi amacıyla yapılmaktadır. Özel sektörde halkla ilişkiler çalışmalarını bu açıdan değerlendirmek gerekmektedir. Bu kuruluşlar bir

yandan ilgili halk gruplarını özel sektörün genel yararı ve firmanın topluma sağladığı kamu yararına inandırmaya çalışırken bir yandan da üst düzeydeki resmi ve siyasi kişilerden daha çok imkân elde etmeye çalışmaktadırlar. Böylece amaç çevreyi denetlemek, halkı özel sektörün yararına inandırmak, olumlu bir imaj yaratmak olan halkla ilişkilerin, firmanın ürettiği mal ve hizmetin satışını arttırmayı amaçlayan reklamdan farklı düşünülmesi mümkün olmamaktadır.

Bu benzerliklere karşın her iki kavramı birbirinden ayıran önemli farklılıklar bulunmaktadır. Öncelikle halkla ilişkilerde çoğunlukla ürünler değil ”erdemler” anlatılmaktadır. Reklam, bir ürünü satın alarak gereksinimlerini karşılayacak olan müşterilere ürünü tanıtıp onlarla ürün arasında bağ kurmaya çalışmaktadır. Öte yandan, halkla ilişkiler, kurumun saygınlığını sağlama ve kamu çevrelerini etkileme gibi saygınlık ve örgütün “kendini gerçekleştirme” gibi daha üst düzey gereksinimlerin tatmin edilmesine ilişkin motiflerle ilgilidir. Reklam, tüketimi öğretmek amacıyla hareket ederken, halkla ilişkiler kalıcı olmak için faaliyet göstermektedir (Sabuncuoğlu, 1998: 22).

Halkla ilişkiler çağımız örgütleri açısından aynı zamanda çok önemli bir yönetim fonksiyonudur. Birçok örgütte halkla ilişkiler, üst yönetime bağlı olarak çalışan, yönetsel süreçlerle ilgili plan ve programların hazırlanmasına, örgütsel değişimin ve gelişimin sağlanmasına, örgüt felsefesinin tanımlanıp herkesçe benimsenmesine katkıda bulunan ayrı bir birim olarak hizmet vermektedir. Buna karşılık reklamcılık ise çoğu zaman pazarlama bölümünün mal ve hizmetleri tutundurma çabaları kapsamında kullandığı araçlardan birisi olma niteliğini göstermektedir ve reklam hizmetleri, reklamcılık alanında uzmanlaşmış reklam ajanslarından alınmaktadır (Elden, 2009: 165).

Reklam ve halkla ilişkiler arasındaki ilişki ortaya konulurken bu bağlamda kurumsal reklam kavramından da bahsetmek yerinde olacaktır. Kurumsal reklamcılık kavramı, halkla ilişkilere en yakın bir kavram niteliği taşımaktadır. Her ikisi de kurum imajı yaratmayı amaçlamaktadır. Başka bir deyişle, kurumsal reklamcılık reklam ve halkla ilişkileri tek potada eriten bir uygulama alanıdır. Daha önce de belirtildiği üzere reklam çabalarında çoğunlukla mal ya da hizmetlerin tanımını yaparak satışların arttırılmasında

katkıda bulunmak amaçlanırken, halkla ilişkilerde ise kurumsal imajı güçlendirmek öncelikle amaçlanmaktadır. Halkla ilişkiler amaçlı reklam uygulamaları olarak görülen kurumsal reklamcılıkta ise ürün ya da hizmetlerin tanıtımından ziyade söz konusu ürün ya da hizmetleri üreten kurumlar üzerinde durulmaktadır.

Hedef kitlenin kurum hakkında bilgi sahibi olması, güven, sempati ve iyi niyetin geliştirilmesi bağlamında olumlu bir kurum imajı oluşturulması/geliştirilmesi, var olan olumlu imajın güçlendirilmesi ya da kurumla ilgili olumsuz bir izlenimin olumlu yöne değiştirilmesi gibi işlevleri yerine getiren kurumsal reklamlar, kurum kültürü ve kurum kimliğini yansıtan çeşitli görsel ve işitsel öğelerle kurgulanmaktadır (Elden ve Yeygel, 2006: 284).

Ancak bu açıdan bakıldığında, halkla ilişkiler kurumsal reklamın ücretsiz biçimde yapılmasıdır denilebilir. Firma çıkarlarını çok yakından ilgilendiren bir durum kamuoyuna yansıtılmak istendiğinde medyaya bir basın bülteni verilebilir. Medyada ücretsiz olarak bu duyurum yer alırsa sorun çözülür fakat medya her zaman bu duyurumu yapmaz veya yapmayabilir. Bu durumda kurumsal reklamcılık devreye girer ve medyadan yer veya zaman satın alınır.

Sözgelişi bir bankanın, bir otelin ya da bir fabrikanın açılışını gazeteden yer satın alarak halka duyurmak mümkündür. Ancak aynı işletmenin yöneticileri ya da halkla ilişkiler sorumlusu, aynı bilgileri haber bülteni halinde gazetelere göndererek duyurma yolunu seçebilirlerdi. Fakat bu durumda haberin yayınlanıp yayınlanmayacağı, ne zaman ve nasıl yayınlanacağı konusunda işletmenin her hangi bir inisiyatifi de olmayacaktır. Dolayısıyla haberin yayınlanma zamanı, yeri ve içeriği gibi konularda belirleyici olmak gerektiğinde, kurumsal reklam yapmak tek yol olarak görülmektedir.

Özellikle bir firmanın aleyhinde kamuoyunda yanlış bir haberin yazılması kurumsal reklamcılığı hemen gerekli kılmaktadır. Örneğin, firma ürünlerinin sağlığa aykırı olması ya da firma atıklarının çevreye zarar verdiği yönünde bir haber ya da dedikodu kamuoyuna yayılmışsa bu durumda basından yer ve zaman satın alınarak ve yanıltıcı bilgileri çürüten belgelere dayanarak açıklama yapılabilir. Bu girişimde bir kurumsal reklamcılık kabul edilebilir. Oysa aynı operasyon bir basın toplantısı yapılarak

gerçekleştirilebilirdi. Bu kez halkla ilişkiler olurdu. Ancak bu açıklamanın basında yer alma garantisi olmayacaktı (Sabuncuoğlu, 2004: 21).

Yapılan araştırmalar işletmelerin büyük bir çoğunluğunun halkla ilişkilerde kurumsal reklamlardan yararlandıklarını ortaya koymuştur. Genellikle işletmelerin kurumsal reklamcılığa başvurma gerekçeleri şöyle açıklanabilir (Geylan, 1994: 51).

- *Şirketin imajını güçlendirmek, açık, net ve doğru bilgiler veren bir şirket imajı oluşturmak,*
- *Şirketin güncel görünümünü ortaya koymak,*
- *Şirketin ekonominin geneliyle bir bütün olduğunu sergilemek,*
- *Personeli motive etmek,*
- *Şirketin endüstride önde olduğunu kanıtlamak,*
- *Bir takım ürünlerin şirket ile bütünleştiğini gözler önüne sermek,*
- *Şirketin basındaki olumsuz imajını silmek,*
- *Yeni bir ismi veya yapısal değişimi açıklamak,*
- *Başarılı ve yetenekli iş gücünü işletmeye çekmek,*
- *İşletme aleyhine açılan kampanyalara cevap vermek.*

Bu arada, bazen prestij reklamı da denilen kurumsal reklamları (Institutional Advertising) satış reklamları ile karıştırmamak gereğini de vurgulamalıyız. Kurumsal reklam, kuruluşun Halkla İlişkiler çalışmalarında kullanılan araçlardan biridir. Bu tür reklamlar birer duyuru niteliğindedir ve yayınlanacak haberlerde (yer darlığı yüzünden) teknik ayrıntıların yer alamayacağı bilindiğinden, bu ayrıntıları kamuoyuna duyurmak amacıyla yayınlanmaktadır (Asna, 1993: 17).

Bu tespitler ışığında iki kavram irdelendiğinde, halkla ilişkilerle reklamcılık arasında birçok benzer noktalar olmakla birlikte farklı özelliklerin de olduğunu görmekteyiz. Benzer ve ortak noktalar aşağıda olduğu gibidir (Tortop, 1990: 7).

- *Halkla ilişkiler, reklamcılık gibi tanıtma amacı güder.*
- *Benzer haberleşme araçlarından yararlanırlar.*
- *Her ikisinde çalışanlara yüksek ücret ödenir.*

- *Her ikisinde çalışmaların planlaması ve değerlendirilmesi yapılır.*

Halkla ilişkileri reklamcılıktan ayıran özellikler ise şu noktalarda toplanmaktadır (Aslan, 1993: 56).

Genel amacı bakımından fark: Halkla ilişkilerin amacı, çevreyi denetlemek, içinde çalıştığı sektörü ve firmayı toplumun iyi ve yararlı bir ögesi olduğunu çevreye benimsetmektir. Reklamın amacı firmanın ürettiği mal veya hizmete olan talebi artırmak veya yeni müşterileri bularak firmanın karını maksimize etmektir.

Yaratılmak istenilen etkinin süresi bakımından fark: Halkla ilişkilerde dolaylı bir amaç olan kârlılığı uzun bir süre sürdürmek için gerekli, sosyal, psikolojik ve ekonomik ortamı hazırlayarak örgütü kamuoyundan gelecek tehlikelere karşı koruma yolları üzerinde durulur. Reklam; doğrudan doğruya ve kısa sürede kar elde etmek amacıyla müşterileri etkilemek, malı ya da hizmeti satmak veya talebi arttırmak istemiyle yola çıkar.

İlişki kurulmak istenen kimselerin sayısı ve çeşitliliği bakımından fark: Halkla ilişkilerde ilişki kurulmak istenen kümeler hem daha geniş ve çeşitli hem de sayıca daha fazladır. Örneğin halkla ilişkiler faaliyetlerinde ilişki kurulmak istenen kimse, kurum veya kümeler, müşteriler, rakipler, işçiler, sendikalar, ortaklar vb. olabilir. Reklamda ise ilişki kurulmak istenen kümeler sadece müşterilerdir.

İletişim ve etkileşim yönü bakımından fark: Halkla ilişkilerde iki yönlü bir iletişim ve etkileşim yani örgütten ilgili birey, kurum veya gruplara onlardan da örgüte doğru hem iletişim hem de etkileşim söz konusudur. Reklamda ise 2 yönlü bir iletişim olabilir ama iki yönlü bir etkileşim çoğu zaman yoktur. Yani satılmak istenilen mala çeki düzen verilebilir fakat örgüte çeki düzen verme çoğu zaman yoktur.

Mesajın etkisi ve güvenilirliği bakımından fark: Halkla ilişkiler mesajı için, çoğu zaman para ödenmediğinden güvenilirliği ve iyi niyetinden şüphe edilmez. Reklam mesajı için para ödendiğinden ve çoğu zaman mübalağa, göz boyama gibi yollara başvurulduğundan mesajla verilen bilgilerin ve kaynağın güvenilirliği ve iyi niyetinden

şüphe edilir. Para karşılığı yapıldığından içeriği, sunuluşu, aracı ve zamanı reklam veren tarafından denetim altında tutulur ki bu da güvensizliğe neden olur.

Taraflara sağlanan yarar bakımından fark: Halkla ilişkilerde kamu yararı söz konusudur. Reklamda ise sadece firma yararı söz konusudur. Bir faaliyete halkla ilişkiler faaliyeti denebilmesi için onun sadece firma yararına değil, kamu yararına da olması, en azından ilişkide bulunan birey, kurum veya gruplar ile karşılıklı yarar üzerine kurulmuş olması da gerekir. Reklamda ise yarar öncelikle firma için planlanır ama bazen sektörel yarar da dolaylı olarak söz konusudur.

2. Halkla İlişkiler Ve Propaganda Arasındaki Farklar

Propaganda Latince propogare (yaymak) fiilinden gelmektedir. Günümüzde propaganda deyince bir düşünceyi, inancı veya davranış biçimini benimseterek kamuoyunu ve toplumu etkilemek veya karşı düşünceyi çürütmek için yapılan çalışmalar akla gelmektedir.

Propaganda ile ilgili literatür incelendiğinde, propagandanın iletişim biliminin inceliklerinden, insanın zayıf noktalarını ortaya koymak ve bu yönleri etkilemek için yararlanan yapay bir iletişim olduğu anlaşılmaktadır. Tıpkı, reklam, halkla ilişkiler gibi kitle iletişim araçlarını kullanan propagandada, propagandacının çıkarları doğrultusunda hedef kitleyi hemen harekete geçirmek amaçlanmaktadır. Bu amaç doğrultusunda yanlış, abartılmış ve saptırılmış bilgiler sıklıkla kullanılmaktadır (Elden, 2009: 167).

Propaganda deyimini Papalık tarafından Katolik mezhebinin yayılması için girişilen çabaları anlatmak için kullanılmıştır. Katolik misyonerleri (din adamları) kurtuluş yolunun Hıristiyanlık dininde olduğunu heyecanlı bir şekilde, efsane gibi halka anlatarak taraftar toplama yoluna gitmişlerdir. Daha sonra, 18. Yy'da özellikle Fransız devrimi sırasında da hürriyet ve eşitlik efsanesini savunmak için propagandacı ve propaganda terimleri kullanılmaya başlanmıştır. Bu terim böylece siyaset alanına da girmiş ve yerleşmiştir. Hitler, Mussolini, Lenin ve Mao'nun iktidara gelmelerinde, büyük halk kitlelerinin desteğini sağlamada propagandanın önemli rolü vardır. Ayrıca 1. ve 2. Dünya savaşları sırasında düşman askerlerinin moralini bozmada, şaşırtmada vs.

propagandadan geniş ölçüde istifade edilmiştir. Günümüzde siyasal partiler, siyasal iktidarı elde etmek için ülke içinde propaganda faaliyetlerini hiç eksik etmezler, özellikle seçim dönemlerinde daha da yoğunlaştırırlar (Küçük Kurt, 1993).

Propaganda, propagandacının amaçlarının gerçekleştirilmesi niyetiyle, hedef kitlelerinin algılarının şekillendirilmesi, bilgilerinin yönlendirilmesi ve davranışlarının yönetilmesi sonucunu doğuracak motivasyonlar oluşturacak şekilde girişilen, maksatlı ve sistematik çabalar (Oktay, 2002: 91).

Propaganda sanatının ustası, Hitler'in en yakın yardımcısı Goebbels, bu faaliyeti "bir siyaset aleti, toplumu kontrol altında tutabilme gücü" olarak tanımlamaktadır. Nazi Almanyası'nın propaganda Bakanı tanımına şunları eklemektedir: " Propagandanın işlevi sadece düşünceleri dönüştürmek değil, asıl kitleyi cezp ederek onları sıraya sokmaktır. Görevi uygun ortam bulunduğu anda kişi faaliyetlerinin tümünü perdeleyerek bireyin çevresini, yeni hareketimizin (Nazi hareketi) dünya görüşünü kavrayabilecek biçimde değiştirebilmektir" (Asna, 1993: 21). Bu sözler; propagandanın hedefine varmak için ne gibi anlayış içinde olması gerektiğini anlatan tarihi bir anekdotur.

Kitle iletişim araçlarındaki teknolojik ilerlemeler, özellikle elektronik alandaki gelişmeler, bilgiye ucuz ve kolay ulaşma imkânlarının artması, söz, yazı, resim ve hareketlerin hedef kitlelere kolaylıkla ulaşmasına olanak sağlamaktadır. Çok geniş kitlelere ulaşma imkânlarının gelişmesi propagandanın önemini daha da ön plana çıkarmıştır ve bu sınırsız alan rahatlıkla bu maksatla kullanılabilir.

Uluslararası düzeyde ise eskiden doğu ve batı blokları arasında soğuk harp ve psikolojik harp denilen propaganda faaliyetleri, gelişmiş ülkelerin az gelişmiş ülkeler üzerinde sürdürdüğü kültür propagandası faaliyetleri yine psikoloji, fizyoloji, sosyal psikoloji vs. bilimlerinin yardımıyla ve kitle haberleşme araçlarıyla etkinlik kazanmaktadır.

Ancak İkinci Dünya Savaşı'ndan sonra, müteşebbislerin bir savunma aracı olan propaganda ve reklam niteliğindeki halkla ilişkiler, bu durumdan kurtularak, halk ile ekonomik ve sosyal bir işbirliği aracı olmuştur.

Özellikle kamu yönetimi alanında halkla ilişkiler ile propaganda kavramlarının bir birine karıştırıldığı görülmektedir (Sabuncuoğlu, 1998: 23). Tek yönlü bilgi bombardımanı olan ve çoğu zaman zihinleri esir etmeyi amaçlayan propaganda ile sağlıklı, güvenilir ve demokratik özgürlüğe dayalı ilişkiler tesis etmeyi ve olayların her yönünü mümkün olduğu kadar objektif bir biçimde tanıtmayı amaçlayan halkla ilişkiler çoğu zaman bir biriyle karıştırılmaktadır.

Devlet-halk ilişkisi açısından yapılan bir değerlendirmede halkla ilişkilerle propagandanın bir tek amaçta üst üste geldiği görülmektedir. Her ikisi de devletin topluma ideoloji aşılama ya da mevcut ideolojiyi sürdürmek için kullandığı teknik ya da araçlar arasındadır. Açıkçası çevreyi etkilemek gibi bir amaç, hem halkla ilişkilerde hem de propagandada ortak özellik, ortak amaçtır. Ancak halkla ilişkilerde çevreyi etkilemenin yöntemleri değişik olduğu gibi, bu amaca ek olarak örgütün belleğini genişletmek ve halkın sorun çözümünü kolaylaştırma gibi iki amaç daha bulunmaktadır. Bu amaçlar, özellikle yönetsel örgütlerin ayrı ayrı giriştikleri ve yürüttükleri halkla ilişkiler çabasında belirgindir (Kazancı, 1982: 29) .

Totaliter devlet yönetimlerinde, kitle iletişim araçlarının tek elden yönetilmesi ve sansür uygulamasının rahatlıkla yapılabilir olması nedeniyle propagandanın, çok başarılı bir şekilde uygulanması mümkündür. Ancak çoğulcu toplumlarda propagandayı bu kadar rahat gerçekleştirmek olası değildir. Çünkü kitle iletişim araçları bir merkezden denetlenemeyecek kadar yaygın ve yoğundur. Kuşkusuz kitle iletişim araçları artık her ülkede tekelleşmiştir. Bu tekelleşme özellikle basın ve televizyon alanında daha da artmış bir durumdadır. Ancak elektronik teknolojideki ilerlemeler ve son dönemlerin önemli iletişim tekniklerini içine alan sosyal medya artık uluslararası alanda bile kendini hissettirmekte ve insanlara sınırsız haber imkânı tanımaktadır. Dolayısıyla demokratik toplumlardaki tartışma ve olaylara eleştirel bakmak, önlenemeyecek düşünsel eylem prensibi ışığında; propaganda, sanıldığı kadar rahat ve kolay yapılamamaktadır.

Sonuç olarak, halkla ilişkiler özellikle demokratik yönetimlerde geçerli özgürlük anlayışına uygun çevreyle etkileşim yöntemidir. İdeoloji aşılama gibi bir amacın gerçekleştirmesinde propagandadan yol, yordam ve usul yönünden ayrılmaktadır.

Propagandanın reklamla benzer tarafları da çoktur. Reklam; fikirleri, zevkleri, inançları, davranışları vs. etkileyerek bir malın satışını arttırır. Arasındaki fark reklamın amacının ticari, propagandanın amacının çoğunlukla siyasi oluşundandır (Daver, 1968: 264). Reklam çoğunlukla bir malın satışını arttırarak para kazanmayı amaçladığı halde, propagandada amaç çoğunlukla siyasal, dinsel, kültürel fikir ve davranışların istenilen doğrultuda değiştirilmesi veya kanaat oluşturulmasıdır. Her ikisinde de etik olmayan yollar ve yöntemlere sık sık başvurulur. Kitleleri şaşırtmak, düşündürmek ya da tahrik etmek yoluna gidilebilir. Psikoloji, fizyoloji, sosyal psikoloji vb. alanlarındaki bilgilerin de yardımıyla bireylerin fikirleri, düşünceleri propagandacının amaçları doğrultusunda etkilemeye çalışılır.

Her ikisinin çalışma alanında, aynı iletişim teknik ve taktiklerini kullanmak ve tanıtım yapmak olan halkla ilişkiler ile propaganda kavramı arasındaki belli başlı benzer ve farklılıklar aşağıda olduğu gibidir.

Benzer ve ortak yanları şöyledir:

- Halkla ilişkiler, propaganda gibi tanıtma amacı güder.
- Her ikisinin amacı çevreyi etkilemektir.
- Benzer haberleşme araçlarından yararlanırlar.
- Her ikisinde çalışmaların planlaması ve değerlendirilmesi yapılır.

Halkla ilişkileri propagandadan ayıran özellikler ise aşağıda olduğu gibidir.

Genel amacı bakımından fark: Propagandanın amacı bir düşünce, inanç, kişi veya kuruma taraftar toplamak veya karşıt düşünce, inanç, kişi veya kurumu kötümektir. Halkla ilişkilerin amacı ise yine taraftar toplama olabilir. Fakat kötümek veya karalama yapmak değildir.

Yaratılmak istenilen etkinin süresi bakımından fark: Propaganda kısa vadede sonuç almayı amaçlar. Onun için çoğunlukla hislere, duygulara hitap edilir. Halkla ilişkilerde ise süre o kadar önemli değildir. Uzun vadede fakat kalıcı sonuç alma için sabır gösterebilir. Bu nedenle çoğunlukla akıl ve mantığa hitap etmek prensibi geçerlidir.

İlişki kurulmak istenilen kimselerin sayısı ve çeşitliliği bakımından fark: Propagandada etkilenmek istenen kimselerin sayısı az (kanaat önderleri veya bürokratlar vb.) olabilir, çok da (askeri birlik veya kitleler vb.) olabilir. Fakat etkilenmek istenilen kimselerin çeşidi azdır. Örneğin belirli bir dönemde sadece bürokratlar veya kamuoyu önderleri veya askerler hedef olarak seçilir. Halkla ilişkilerde ise hedef her zaman geniş ve çeşitlidir.

İletişim ve etkileşim yönü bakımından fark: Propagandada, fikirler dayatılmak istenir. Onun için tek yönlü bir bilgi akım ve iletişim söz konusudur. Halkla ilişkilerde ise iki yönlü bir iletişim ve etkileşim söz konusudur. Hedef kitlelerin oluşan tepkilerine göre çeki düzen verilir. Çevreden gelen tepki ve davranışlara açık olunur.

Mesajın etkisi ve güvenilirliği bakımından fark: Propagandada, söylenenler tarafları bağlamaz. Onun için sorumsuzluk, kandırma ve saptırma unsuru her zaman vardır. Örgütün veya kişinin gerçek başarısı ile propagandanın başarısı aynı olmayabilir. Olayların sadece amaca yarayan yönleri üzerinde durulur. Bu nedenle, savunulan tezi destekleyen bilgiler, olgular, olaylar üzerinde durularak konuya istenilen açıdan bakılması için çalışılır. Karşı tezler göz ardı edilir, çarpıtılır veya saptırılır. Demagoji her zaman kullanılan bir argümandır.

Halkla ilişkilerde ise prensip, ya tanındığın veya görüldüğün gibi olmak ya da olduğun (Gerçek hal) gibi görünmektir. Sorumluluk duygusu da ön plandadır. Onun için, olayların çeşitli yüzleri gösterilerek hedef kitlelerin aydınlanma ve eğitimi sağlanarak tutum kanaat ve davranışların serbestçe fakat istenilen yönde oluşmasına çalışılır.

Taraflara sağlanan yarar bakımından fark: Propagandada hizmet edilen amaç tüm insanlığın, toplumun, kişinin veya kurumun yararına da, zararına da olabilir. Ama önemli olan, savunulan örgüt, kişi veya davanın amaçlarının gerçekleşmesidir. Halkla ilişkilerde ise sadece tarafların değil kamunun yararı da ön plandadır.

Tartışma Ve Sonuç

Yukarıda detaylarıyla anlatılmaya çalışılan halkla ilişkilerin, diğer disiplinlerden olan reklam ve propagandadan farklılıkları ortaya konmaya çalışılmışsa da bu ayırımın çok net ve kesin çizgilerle ayrılması veya ifade edilmesi söz konusu değildir. Yukarıda anlatıldığı gibi bu üç olgunun müşterek teknik ve taktikleri kullanmaları, bu tekniklerin, çağımıza damgasını vuran elektronik teknolojisinin ön planda olduğu kitle iletişim araçları vasıtasıyla gerçekleştirmesi ve her üç olgunun amacında tanıtımın olması, zaman zaman bu tür karışıklıkların ortaya çıkmasına neden olmaktadır.

Ancak halkla ilişkiler faaliyetlerinin temel amacı, sorumluluk ilkesi dâhilinde, uzun vadede hedef kitleler ile şeffaf, doğru, iyi niyetli, dürüst ve sağlam iki yönlü ilişki kurmak bu ilişkiyi geliştirip, devamını sağlamaktır. Ayrıca kamuoyunu olumlu yönde etkilemek ve yönlendirmek gibi bir misyonu da bulunmaktadır. Halkla ilişkiler bir uygulama faaliyeti olduğu kadar bir yöneticilik sanatıdır. Planlı, programlı ve sabırlı bir çalışma ister. Ticari bir beklentisi olmaması nedeniyle, çalışmalarında demagoji ve manipülasyona yer yoktur.

Reklamda temel amaç, bir malın veya hizmetin satışını arttırmak amacıyla basından yer, yayın kuruluşlarından ise zaman satın almak suretiyle karlılığını sürdürmek veya arttırmaktır. Reklamcılıkta halkla ilişkiler faaliyetleri bir araç olarak kullanılabilir ama kamuoyu yararının çok büyük bir önemi yoktur. Reklamda, ticari beklenti nedeniyle yapılan harcamalar yüksek oranda olabilmektedir. Bu nedenle karşılığının kısa vadede alınması beklenir. Reklamın, hedef kitle, malı ve hizmeti alacak olan müşteri ve bayidir. Diğer bir deyişle tüketicidir. Talebi arttırmak ve kârı maksimize etmek için bazen çok dürüst olmak gerekmez.

Propaganda bilinen en eski iletişim yöntemidir. En basit ve bilinen anlamı “fikir yayarak ona taraftar bulma tekniği olarak” tanımlanmaktadır. “Bazen de bir amaca hizmet ederken karşı amaca zarar vermek için fikirlerin, olayların ve iddiaların amaçlı olarak yayılması” şeklinde de tanımlandığı görülmektedir. Propaganda; kamuoyunu ve toplumun güdümünü etkilemek için yapılan bir hareket olarak da tarif edilmektedir. Ancak amacı hedef kitleye, belli bir düşünceyi, fikri, inancı, davranış biçimini benimsemektir.

Bu amacı gerçekleştirirken mesajını, tek yönlü ve dayatma şeklinde aktarmayı bir prensip ve çalışma kültürü olarak benimser. Dini, siyasi ve ideolojik konularda genellikle duygusal temaları, abartılı veya manüplatif bir şekilde tekrarlar yapıp hedef kitleyi belli bir tutumu kabule zorlamak propagandanın çalışma prensipleri içindedir.

Halkla ilişkiler faaliyetleri; reklamda olduğu gibi propagandada çoğu zaman bir amaç değil bir araç olarak kullanılmaktadır. Propaganda tek yönlü ve dayatmaya yönelik bir çalışma olup halkla ilişkiler faaliyetlerindeki dürüstlük, doğruluk, pozitif imaj, etik ve iyi niyet hedeflenen amaç olmayabilmektedir. Halkla ilişkiler uygulamaları genellikle demokratik rejimlerde ve özgürlükçü yönetimlerde görülmekte ancak propaganda özgürlüklere ters düşmekte ve daha ziyade totaliter ve otoriter rejimlerde kendisini hissettirmektedir.

Kısacası halkla ilişkiler demokratik toplumlarda geçerli özgürlük anlayışına uygun çevreyle iletişim ve etkileşim yöntemidir. İdeolojiyi aşılama gibi amacın gerçekleşmesinde propagandadan yol, yöntem ve yordam açısından ayrılmaktadır.

Sonuç olarak, her üç olgu; kullanılan ortak iletişim teknikleri sayesinde, tanıtım amaçlı uygulanan faaliyetler olarak kabul edilse de yapı, amaç ve işleyiş itibarıyla birbirinden farklı amaç ve hedefleri olan disiplinlerdir.

Kaynaklar

Aslan, M.N., (1993). *Oyak ve Halkla İlişkiler*, (Yayımlanmamış) Doktora Tezi, İstanbul: İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Asna, A., (1993). *Public Relations*, İstanbul: Der Yayınları.

Çoruh, S., (1969). *Propaganda, Reklam ve Halkla İlişkiler*, Ankara: Güven Yayınları.

Daver, B., (1968). *Siyasal Bilime Giriş*, Ankara: S.B.F Yayınları.

Elden, M. ve Yeygel, S., (2006). *Kurumsal Reklamın Anlattıkları*, İstanbul: Beta Basım Yayın Dağıtım.

- Elden, M., (2009). *Reklam ve Reklamcılık*, İstanbul: Say Yayınları.
- Ertekin, Y., (1986). *Halkla İlişkiler*, Ankara: TODAEI Yayınları.
- Geylan, R., (1994). *İşletmelerde Halkla İlişkiler*, Eskişehir: Birlik Ofset Yayınları.
- Grunig, J., (2005). *Halkla İlişkiler ve İletişim Yönetiminde Mükemmellik*, İstanbul: Rota Yayınları.
- Gülsoy, T., (1999). *Reklam Terimleri ve Kavramları Sözlüğü*, İstanbul: Adam Yayınları.
- Karaçor, S., (2006). "Propagandanın Halkla İlişkiler ve Reklama Göre Yapı, İşleyişi Açısından Farkları", *İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, (27), 85-96.
- Kazancı, M., (1982). *Halkla İlişkiler*, Ankara: Savaş Yayınları.
- Küçükkurt, M., (1993). (Yayımlanmamış) Ders Notları, Ankara: Gazi Üniversitesi İletişim Fakültesi.
- Oktay, M., (2002). *Politikada Halkla İlişkiler*, İstanbul: Der Yayınları.
- Sabuncuoğlu, Z., (1998). *İşletmelerde Halkla İlişkiler* (4b.), Bursa: Ezgi Kitapevi.
- Sabuncuoğlu, Z., (2004). *İşletmelerde Halkla İlişkiler* (7b.), İstanbul: Aktüel Yayınları.
- Tortop, N., (1990). *Halkla İlişkiler*, Ankara: Gazi Üniversitesi Basın Yayın Yüksekokulu Matbaası.

KOBİ'LERİN REKABET EDEBİLİRLİK SORUNLARINA YÖNETSEL- ÖRGÜTSEL YAPILANMALAR TEMELİNDE ÇÖZÜM ARAYIŞLARI

Yrd. Doç. Dr. Necmettin ÖZEL*

Özet

KOBİ'ler, ulusal ya da uluslararası pazarlarda rekabet edebilmek için yüksek kaliteli ürün ve/veya hizmet üretmek zorundadır. Açık ki, ürün ya da hizmetlerin kalite düzeyi teknolojik, yönetsel vb. pek çok etken tarafından belirlenmektedir. Bununla birlikte, yönetsel/örgütsel olanların, bu bağlamda, daha etkili olduğu varsayılmıştır. Bu varsayım, aynı zamanda, KOBİ'lerin, iyi tanımlanmış örgütsel yapı ve/veya etkili yönetsel süreçleri hedef alan bir yeniden yapılanma gereksinimi içerisinde olduğunu da kapsamaktadır. Dönüşüm gereksinim ve hedeflerinin gerçekliği meta-kuramsal tartışmalarla güçlü biçimde desteklemiştir.

Anahtar Kelimeler: KOBİ, rekabet, yenilik bulma, yeniden yapılanma.

SOLUTIONS TO COMPETITIVE PROBLEMS OF SMEs ON THE BASIS OF ADMINISTRATIVE AND ORGANIZATIONAL STRUCTURING

Abstract

Small and medium-sized enterprises (SMEs) are supposed to develop high-quality products and/or services in order to compete in national and/or international markets. Obviously, the qualities of goods and services produced by SMEs are affected by many factors, such as managerial, technological and so on. However, the administrative factors, in this context, are thought more critical than the others. In other words, administrative difficulties are their key handicap to continue their progress and/or to compete in the market place. In this context, SMEs are in need of well-defined organizational structures and/or effective administrative processes. The main assumption of this study is actually supported by meta-theoretical discussions.

* Abant İzzet Baysal Üniversitesi, Bolu Meslek Yüksekokulu, Otel Lokanta ve İkram Hizmetleri Bölümü, necmettin1071@gmail.com.

Key Words: SMEs, competition, innovation, structuring.

Giriş

Gelişmişlik farklarına karşın, küçük, orta-boy ve mikro-ölçek işletmeler (KOBİ), Dünya'nın tüm ekonomileri içerisinde birbirine yakın önem ya da paylara sahiptir (KOSGEB, 2008; Ody ve De Ferranti, 2007). Bu önemin kökleri, bir yandan ekonomik diğer taraftan sosyal ve politik alanlar içerisinde kalmaktadır. Daha somut olarak onlar, istihdama ve/veya toplumsal kalkınmaya sağladıkları katkılar açısından, sürekli olarak, ekonomik, sosyal ve politik ilgilerin merkezinde yer almaktadır (KOSGEB, 2008; Seethamraju ve Seethamraju, 2008; Ody ve De Ferranti, 2007; Özilhan, 2002). Diğer taraftan, KOBİ'ler, serbest pazar ekonomilerinin, büyük/dev şirketlerin denetimine geçmemesi ya da rekabetin korunması açısından bir güvence işlevi de görmektedir (Steinhoff ve Burgess, 1993: 11). Rekabet, gerçekte, klasik dönemlerden başlayarak ulusal ve/veya örgütsel düzeyde, giderek artan biçimde, ekonomik çabaların birincil meselesi ya da dinamiği olmuştur. Diğer taraftan, mikro-ölçek işletmelerin, bu bağlamda daha özel bir önemle ele alınması gerekmektedir. Onlar gerçekte, büyüme ve istihdam açısından sağladıkları katkılar (Vandenberg, 2009; KOSGEB, 2008; DPT, 2007; Wang vd., 2007) dışında; esnek yapıları nedeniyle, değişime uyum sağlama ve büyük işletmeler için daha az karlı alanları değerlendirme yetenekleriyle de dikkat çekmektedir. Onlar, ayrıca, kadın istihdam ve/veya güçlendirme çabalarına sağladıkları katkılar bakımından (KEDV; Muttaqien, 2006), gelişmekte olan ülkeler açısından stratejik bir önem de taşımaktadır. Bununla birlikte, KOBİ'ler, çoğu kere sadece ayakta kalma gibi yaşamsal amaçların peşinde gitmektedir (Luthans ve Hodgetts, 1992). Açıktır ki, onların, bunun ötesine geçebilmeleri, ancak, iyi tasarlanmış ya da etkili örgütsel yapı ve/veya yönetsel süreçlerle söz konusu olabilir (Özel, 2008; Coşkun ve Altunışık, 2002). Bu bağlamda bir talep, açıkça, KOBİ'ler için yapısal bir değişim/dönüşümü işaret etmektedir (Ma, 2012; Erol, 2004; Özilhan, 2002; Shah, 1997). Kaldı ki, bugün, KOBİ'lerin kendi ölçek ve koşulsal bağamları içerisinde, özgün yapılar oluşturabileceklerine de daha gerçekçi bir gözle bakılmaktadır (Houghton ve Yoho, 2005; Boje, 1999).

Diğer taraftan, KOBİ'ler, üzerinde en çok araştırma yapılan alanlar arasında yer almakla birlikte, kuramsal/kavramsal açıdan önemli sorun ya da belirsizlikler olduğu da açıktır. Bu saptama, meta-kuramsal çalışmalar için geçerli bir neden oluşturmaktadır. Meta-kuramsal çalışmalar, gerçekte, alan araştırmalarının yönü ve/veya güvenilirliği açısından kavramsal bir temel oluşturmaktadır. Yeterince açık, ya da derinlikli olarak tanımlanmış bir kavramsal temele dayanmayan araştırma sonuçlarının hep kuşkulu kalacağı açıktır. Çalışmanın bu bağlamda kavramsal bir temel oluşturmaya katkı sağlaması beklenmektedir.

1. KOBİ'lerde Örgütsel Ve Yönetsel Sorunlar

KOBİ'lerin sorunları geleneksel olarak, finansman başta olmak üzere temel girdilerle ilişkilendirilir (Luthans ve Hodgetts, 1992: 83). Ancak, onların, ilk olarak, sorun tanımlama ve/veya çözüm geliştirme çabaları açısından, etkili örgütsel/yönetsel yapı ve süreçlere gereksinim duyduğunu görmek, bundan daha gerçekçi bir yaklaşımdır. Gerçekte, KOBİ'lerin gereksinim duyduğu kaynakları elde etme ve bu kaynakları rekabet edebilir ürün ya da hizmetlere dönüştürme başarıları (Raymond ve St-Pierre, 2003) temelde, etkili örgütsel yapı ve/veya yönetsel süreçlerle ilişkilidir. Bir başka ifadeyle, bu bağlamda bir yetersizlik, salt örgütsel uygulamaları değil; onların, beşeri, finansal, fiziksel vb. kaynak gereksinimlerini (Barney ve Griffin, 1992: 8) saptama ve elde etme başarılarını da olumsuz olarak etkileyecektir. Bu bağlamda, KOBİ'lerde örgüt yapıları, tipik olarak, amaç/görev tanım ve dağılımlarının açıkça yapılmadığı; daha az biçimsel yapılardır. Onların, çağdaş gereksinimlere uygun örgütsel yapılarla ilgili algıları da yetersiz düzeydedir (Özel, 2008).

Diğer taraftan, KOBİ'lerin yönetsel sorunları, bundan daha karmaşık ve bir anlamda çok boyutlu bir nitelik taşımaktadır. Yetersiz yönetsel uygulamalar, özellikle kuruluşlarını izleyen ilk yıllar içerisinde, onların varlıklarını tehdit eden nedenler içerisinde birinci sırada yer almaktadır (Luthans ve Hodgetts, 1992: 86). Bu bağlamda bir yetersizlik, KOBİ'lerin, görev tanımlama, yönetsel süreçler oluşturma ve bu bağlamda bir denetim ya da geri-bildirim sağlama yeteneklerini de olumsuz olarak etkilemektedir (Koçel, 1999; Plunkett ve Attner, 1994). Ayrıca, KOBİ yönetimlerinin

büyük ölçüde (%71) sahip-yöneticiler elinde olması da (Coşkun ve Altunışık, 2002: 279), onların yönetsel başarılarını büyük ölçüde engellemektedir. Diğer taraftan, KOBİ'ler, hem etkili yönetsel süreçler hem de yenilik çabaları için etkili bir manivela gücü ortaya koyabilecek bilişimsel yeterlikten de uzaktır (OECD, 2002b). Bu bağlamda bir yetersizlik, ayrıca, KOBİ yöneticilerinin derinlikli bakış açıları ve/veya çevresel uyum stratejileri geliştirme becerilerini de (Hannagan, 1995: 119 vd.) kısıtlamaktadır. Onların, hem stratejik planlar yapma (Wang vd., 2007) hem de çevresel işbirliği fırsatlarını değerlendirme konusunda beklentilerin gerisinde kalmaları da (Iacono ve Nagano, 2009: 145; Rothkegel vd., 2006), yine, bilişimsel yetersizlikle ilişkilidir.

2. Bir Dönüşüm Gereksinimi

KOBİ'lerin yenilik, rekabet, bilişimsel ve çevresel sorunlarına kalıcı çözümler bulmak, ancak, yönetsel/örgütsel anlamda bir dönüşümle gerçeklik kazanabilir. Kaldı ki, 1970'lerden başlayarak, hiçbir alan ya da ölçek gözetmeksizin, tüm iş örgütlerini kuşatan ulusal ve/veya küresel ölçekte bir değişim talebinden de söz edilebilir (Silverthorne, 2008; Zammuto vd., 2007:751). Bir başka ifadeyle, bir yandan etkin olmayan kamusal girişimlere azalan toplumsal hoşgörü, diğer taraftan daralan pazarlar ve ulusal ölçekleri de aşan rekabet olgusu (Dijksterhuis vd., 1999: 570; Barney ve Griffin, 1992: 27), etkinlik ve/veya geliştirme çabalarını destekleyecek bir dönüşümü, kamusal ve özel örgütlerin birincil öncelikleri arasına sokmuştur. Bu gelişme, diğer taraftan, ekonomik ve politik çevreleri bu bağlamda bir dönüşüm öncülüğü üstlenmeye de zorlamıştır (Ma, 2012; Blair, 2004; Özilhan, 2002: 6-7; Shah, 1997). Açıktır ki, etkinlik ve rekabet temelinde gelişen dönüşüm talep ve/veya olgusunun merkezinde büyüklerden çok KOBİ'ler yer almıştır.

3. Dönüşüm Hedefleri

3.1. Kalıcı Örgüt Yapıları

Örgüt yapıları, karmaşık içsel ve/veya çevresel sorunlar içerisinde, etkili sonuçlara

ulaşmanın temel aracı olarak görülür (Kreitner vd., 1990: 157). Diğer taraftan, yapı ile etkililik arasında her zaman doğrusal ilişkiler olmasa da (Needle, 1989:5), başarılı sonuçlar için iyi örgüt yapıları şarttır (Özel, 2013; Sarboland, 2012).

3.1.1. Biçimsellik

Biçimsellik, tatmin edici sonuçlara ulaşma açısından, örgütsel yapılar için, temel bir yeterlik ölçütü olarak görülür (Scott, 1992). Biçimsellik, esas olarak, amaç görev tanımları başta olmak üzere (Donaldson, 2001: 17), yapısal unsurlar ya da bunlar arasındaki ilişkilerin açıklık derecesini ifade eder. Bir başka açıdan, biçimselliğin temel vurgusu, kişisellikten uzaklaşma ve/veya örgütsel işlerlik kuralları üzerinedir (Greenwald, 2008). Biçimsel bir yapı, özellikle mikro-ölçek işletmeler için daha yaşamsal bir önem taşımaktadır (Corkindale, 2011; Iacono ve Nagano, 2009: 147). Gerçekte, onlar, biçimsellik düzeyi düşük yapılardan kaynaklanan önemli sorunlar yaşamaktadır (Tikici ve Uluyol, 2006). Diğer taraftan, düşük biçimsellik derecesine sahip olmaları, temelde, mikro-ölçek işletmelerin yapısal nitelikleriyle ilişkilidir. Bununla birlikte, onların açık amaç/görev tanımları, başarımlar ölçütleri ve eylemsel geribildirim sistemleri içeren bir yapı kurabilecekleri de desteklenmektedir (Houghton ve Yoho, 2005).

3.1.2. Açıkça Tanımlanmış Amaçlar

Amaçlar, örgütler için varlık nedenidir. Bir başka ifadeyle, örgütsel yapılar, açıkça tanımlanmış amaç ya da görevler dizisi ile gerçeklik kazanır (Plunkett ve Attner, 1994; Newstrome ve Davis, 1993). Diğer taraftan, amaçlarla ilgili belirsizlikler, onların, örgütler için bir varlık nedeni olma (Seijst ve Latham, 2006) ya da örgütü bir bütün olarak ayakta tutma işlevi ya da gücünü azaltmaktadır. Ayrıca, belirsiz ve/veya içselleştirilmemiş amaçlar, çalışanlar için güdüsel bir araç olma özelliğini de kaybetmektedir (Locke ve Latham, 2002: 709). Gerçekte, açık iş tanımlarının, yenilik ya da geliştirme çabaları üzerinde de olumlu etkisi olduğu bulunmuştur (Özdevecioğlu vd., 2009). Bununla birlikte, Özel'in araştırması (2008), KOBİ çalışanlarının örgütsel

amaç algılamalarının yeterli düzeyde olmadığı bulgusuna ulaşmıştır.

3.2. Etkili Yönetmel Süreçler

Çağdaş iş örgütlerinin, etkili yönetmel süreçler oluşturma, bilişimsel yeterliklere ulaşma ve çevresel uyum stratejileri geliştirme becerisine sahip olması gerekir (Koçel, 1999; Schermerhorn, 1996). Bu beceri, onlara, değişen bir çevre içinde, örgüt amaçları için gerekli kaynakları doğru tanımlama ve/veya etkin olarak kullanma yollarını da öğretir (Gatewood vd., 1995: 4). Bununla birlikte KOBİ'ler, bu bağlamda açık yetersizlikler içerisindedir (DPT, 2007; Steinhoff ve Burgess, 1993: 14). Bu nedenle, uzmanlık yönetimi, yenilik bulma, bilişimsel yeterlik, çevresel uyum ve işbirliği, KOBİ'lerde yönetmel bir dönüşümün temel hedefi olması gerekir.

3.2.1. Uzmanlık Yönetimi

KOBİ'ler, esnek yapıları nedeniyle (OECD, 2002a; Needle, 1989:3) bir yandan özgün ve bir anlamda etkili melez yapılar (Foss, 2002), diğer taraftan liderden çalışanlara doğru gelişen bir mikro-liderlik biçimi (Avery, 2004: 68) geliştirmede önemli üstünlüklere sahiptir. Buna karşın, karşın, onlar gerçekte, sahip/girişimci egemen yönetimler (Coşkun ve Altunışık, 2002), ya da uzmanlık yönetim eksikliğinden kaynaklanan önemli sorunlarla karşı karşıyadır (Tikici ve Uluyol, 2006; Özgener, 2003; Matsumoto, 1994: 111). Uzmanlık yönetim eksikliği, gerçekte, KOBİ'lerin, hem çevresel uyum ve işbirliği hem de bir iş birimini yönetmek için gerekli işlevsel bilgi/beceri yetersizliği anlamına gelmektedir (Iacono ve Nagano, 2009: 151). Daha somut olarak, onların etkili bir rekabet için çevresel uyum ve işbirliği geliştirme becerileri, büyük ölçüde, bu bağlamda bir yetersizlik tarafından ötelenmektedir.

3.2.2. Bilişimsel Yeterlik

Küresel rekabet (Dijksterhuis vd., 1999: 570), bilişime dayanan ürün kalitesi ve genel anlamda bilgi ve iletişim becerisi ile yönetilen çağdaş ekonomiler (DeLong ve

Froomkin, 1998), bilişimsel yeterliklerin, iş örgütleri açısından önemini açıkça ortaya koymaktadır. Bir başka ifadeyle, onların gelişim ve başarısı, çevresel ve/veya örgütsel anlamda bir bilişim ağının yeterliği ile sıkı biçimde ilişkilidir (Jargal, 2010; Raymond ve St-Pierre, 2003). Bir bütünlük açısından bakıldığında, tatmin edici bir kalkınmışlık düzeyine ulaşmış ülkelerin, bu başarıyı, büyük ölçüde, bilişimsel yeterliklere borçlu oldukları da görülecektir (Cantwell, 2003). Bununla birlikte, bu bağlamda bir yetersizlik, esas olarak, KOBİ'lerin yönetsel etkinlik ve/veya çevresel uyum çabaları açısından önemli güçlükler doğurmaktadır (Jargal, 2010). Daha ayrıntılı olarak, onlar, hem bilişimsel bir farkındalık geliştirme ve bilişim gereksinimlerini tanımlama (Laudon ve Laudon, 1998: 532 vd.) hem de onu elde etme ve yönetme (Porter ve Millar, 2011) açısından önemli sorunlar yaşamaktadır. Ayrıca, KOBİ'lerin, bilişim üretme ve/veya bilişime ulaşma konusunda finansal yetersizlikler içerisinde oldukları da görülmektedir (Cantwell, 2003).

3.2.3. Yenilik Bulma

Yenilik bulma (YB) (*innovation*), genel anlamda, yeni değer alanları geliştirecek pek çok çabanın oluşturduğu bir toplamdır (Cantwell, 2003). Daha ayrıntılı olarak, YB bir süreç olarak, yeni ürün fikirleri bulma, tasarlama ve bunu bir sürdürülebilirlik içerisinde yeni ürünlere dönüştürme becerisi anlamına gelir (Werther ve Davis, 1993: 41 vd.; Daft, 1991: 71). Bu nedenle, her yenilik çabası, temelde, yüksek nitelikli ve/veya rekabet edebilir ürünler üretme amacı taşır. Bu amaç, diğer taraftan, çağdaş iş örgütlerinin yerel ve/veya ulusal pazarlarda rekabet üstünlüğü kazanma amaçları ile de temel bir koşulluk içerisinde (Cantwell, 2003). Çin ekonomisi bağlantılı bir araştırma, AR-GE işlevi olan işletmelerin daha az satıldığını veya faaliyetlerine ara verdiğini göstermiştir (Ma, 2012). Benzer biçimde, yüksek verimlilik gösteren KOBİ'lerin, daha fazla ayakta kalma ve büyüme gösterdikleri görülmüştür (Aw, 2001). Buna karşın, OECD bölgesinde, KOBİ'lerin %40'nın hiçbir yenilik çabası içerisinde bulunmadığı saptanmıştır (OECD, 2000).

3.2.4. Çevresel Uyum

İş örgütlerinin gelişimleri, büyük ölçüde, çevresel sorunları anlama ve uzun dönem bakış açıları geliştirme yeteneklerini tanımlayan çevresel uyum becerisine bağlıdır (Coşkun ve Altunışık, 2002: 287 vd.). Çevresel uyum becerisi, bu bağlamda, çevresel fırsatları ekonomik fayda kavram ve eylemlerine dönüştürme yeteneği anlamına gelir. Diğer taraftan, daralan ulusal pazarlar ve/veya daha fazla kazanç talepleri ya da küresel ölçekte gelişme dürtüleri, iş örgütlerini küresel pazarların da içine çekmektedir (Kanter, 1999; Gatewood vd., 1995: 65). Gerçekte, her çağdaş örgüte küresel bir anlam ve/veya kimlik kazandıran bu gelişme (Desai, 2008), onları küresel bir çevre için uyum stratejileri geliştirmeye de zorlamaktadır. Bu olgu, sonuç olarak, onların, yaşabilirlikleri açısından küresel pazarların kalite ölçütlerini dikkate almayı gerektirmektedir (Raymond ve St-Pierre, 2003). Bununla birlikte, işlerliğine doğrudan katılabildikleri yerel bir çevre içerisinde rekabet ve işbirliği fırsatlarını değerlendirme becerisi, KOBİ'ler için birinci derecede önem taşımaktadır (Cantwell, 2003).

3.2.5. İşbirliği Becerisi

Ulusal ya da küresel ölçekte işbirliği çabaları, aslında, iş örgütlerinin etkili çevresel uyum arayışlarının bir parçasıdır. Bir başka ifadeyle, KOBİ'lerin, etkili rekabet (Zajac vd., 1991) ve/veya çevresel uyum gücüne kavuşmaları gerçek anlamını diğerleriyle işbirliği ilişkileri içerisinde bulur (Cantwell, 2003). KOBİ'ler arasında işbirliğinin artırılması, Avrupa Birliği KOBİ destekleme programının da hedefleri arasındadır (EUSP, 2012). Bu nedenle, temelde bilişim ve deneyim paylaşma; satışları artırma; maliyet düşürme, olası tehlikeleri (*risk*) azaltma ve yenilik ve yeni iş fırsatları bulma gibi nedenlerle, KOBİ'ler arasında işbirliği girişimleri, en azından geçen yirmi yıl içerisinde, giderek artan bir önem kazanmıştır (Casals, 2011). AB ülkeleri içerisinde yapılan bir araştırma, yeni ve büyük pazarlara girme, teknolojiye ulaşma, ilave üretim kapasitesi ve maliyetleri düşürme en sık görülen işbirliği güdüsü olarak belirlenmiştir (OE, 2003). Aslında, kötü işbirliği girişimlerinden kaynaklanan sorunlar (Casals, 2011) bir yana, hangi düzeyde olursa olsun, başarılı işbirliği girişimleri KOBİ'ler için önemli çıkarlar sağlamaktadır (Todeva ve Konoke, 2005; Chiarvesio vd., 2004). Bir başka açıdan, KOBİ'ler arasında işbirliğinin, ülke, alan ya da işletme ölçeğinden daha fazla,

girişimcinin kültür, kişilik ve bağımsızlık algısı gibi değer ya da özellikleriyle ilişkili bulunmuştur (OE, 2003).

Diğer taraftan, genellikle, küçük ve mikro-ölçek işletmeler kısa sürelerde çıkar beklentisi; orta-boy işletmeler ise stratejik sebepler ve uzun dönem karlar için diğerleriyle işbirliğine gitmektedir. Ayrıca, küçük ve mikro-ölçek işletmelerin, orta-boy işletmelere göre, biçimsel olmayan işbirliklerini daha fazla tercih ettikleri görülmüştür. Onlar, yeni ve daha büyük pazarlara girmeyi de birincil işbirliği güdüsü olarak ifade etmiştir (OE, 2003). Bununla birlikte, yerel işbirliği girişimleri, farklı çerçeve ve koşullarda etkili modeller olarak görülmektedir (Iacono ve Nagano, 2009; Foss, 2002). Yerel modeller, gerçekte, sorun ya da olası çözümleri, yetersiz ve/veya ulaşılmaz merkezci çabaların dışında tutmakta (Casals, 2011) ve onların stratejik anlaşmalar yapma yeteneklerini geliştirmelerine daha uygun bir zemin oluşturmaktadır (Raymond ve St-Pierre, 2003).

Tartışma

İlk bakışta yeterince açık gözükse de, KOBİ'lerin sorunlarına doğru tanı konulabilmesi, özellikle yönetsel-örgütsel alanda, derinlikli bakış açıları geliştirmeyi gerektirmektedir. Bu bakış açısı, aynı zamanda, KOBİ'ler için yönetsel-örgütsel anlamda bir dönüşüm sürecinin gereğini de ortaya koymaktadır (Ma, 2012; Erol, 2004; Özilhan, 2002; Shah, 1997). KOBİ'ler açısından, kalıcı/etkili örgütsel yapı ve süreçlere ulaşma, ancak, bu bağlamda bir dönüşümle gerçeklik kazanabilir. Çalışma, onların gelişim ve rekabet hedeflerine ulaşma başarılarının, iyi tanımlanmış biçimsel bir yapı ve/veya etkili yönetsel süreçlerle yakından ilişkili olduğunu ortaya koymuştur (Özdevecioğlu vd., 2009; Seijst ve Latham, 2006). Diğer taraftan, etkili yönetsel süreçlerin, büyük ölçüde, bir uzmanlık yönetimi sonucu olacağı da güçlü biçimde desteklenmiştir (Coşkun ve Altunışık, 2002). Bununla birlikte, hem KOBİ'lerin örgütsel ölçek ve içsel kaynaklarından (O'Sullivan, 2011) hem de KOBİ yöneticilerinin kişisel davranış biçimleri ve toplumsal yapılardan ileri gelen olumsuzluklar (Kets de Vries ve Miller, 1986), uzmanlık yönetimi açısından bir yeterliğe ulaşmayı güçleştirmektedir. Diğer taraftan, olası bir dönüşümün hedef ve/veya sonuçları bundan daha karmaşıktır. Bir

başka ifadeyle, yönetsel/örgütsel bir dönüşümle ulaşılmak istenen sonuçlar, gerçekte, aralarında etkileşimler olan bir bütünlük içerisinde ortaya çıkmaktadır. KOBİ'ler için, örneğin, rekabet geliştirme, etkili yapı ve/veya süreçlerden başka, yenilik bulma, çevresel uyum ve işbirliği çabalarının başarısına da bağlıdır (OE, 2003). Ayrıca, aynı sonuç üzerinde, bilişimsel yeterliklerin göz önünde bulundurulması da gerekir. Gerçekte, bilişimsel yeterlikle yenilik bulma, rekabet, büyüme ve yerel, ulusal ve küresel ölçekte çevresel uyum becerileri arasında güçlü ilişkiler söz konusudur (Cantwell, 2003). Bununla birlikte, KOBİ'ler, farklı içsel/çevresel –bir anlamda yapısal-nedenlere bağlı olarak, gerekli bilişimi üretme, elde etme ve kullanma konusunda önemli güçlükler içerisindedir (Porter ve Millar, 2011). Bilişimsel yetersizlikler, ayrıca, çevresel uyum becerisi ya da rekabet edebilir ürünler geliştirme gibi pek çok yaşamsal alan üzerinde de olumsuz etkilere sahiptir (Cantwell, 2003).

Sonuçlar Ve Gelecek Araştırmalar

Bu çalışma ile KOBİ'lerin temel sorunlarına yönetsel/örgütsel açıdan meta-kuramsal bir yaklaşım getirilmiştir. Bu bağlamda, sorunlara doğru tanı konulması ve /veya etkili çözümler geliştirilmesi açısından yönetsel/örgütsel bir dönüşüme gereksinim olduğu varsayılmıştır. Meta-kuramsal tartışmalar, bu varsayımı büyük ölçüde desteklemiştir. Dönüşüm hedef ya da çözüm önerileri açısından aşağıdaki sonuçların daha fazla öne çıktığı görülmüştür:

- Açık amaç-görev tanımları içermeyen, biçimselliği düşük örgüt yapıları, KOBİ'lerin eylemsel etkinliklerini önemli ölçüde kısıtlamaktadır.
- Bilişimsel yetersizlik, onların diğer bir sorun kaynağını oluşturmaktadır. Bu nedenle, bilişim üretme, bilişime ulaşma ve bilişimi yönetme becerileri geliştirme, KOBİ'ler için öncelikli alanlar arasındadır.
- KOBİ'ler, esnek yapılarına karşın, temelde, yetersiz görüş ve tehdit-temelli rekabet algıları nedeniyle, olası işbirliği fırsatlarını görmezden gelmektedir.
- KOBİ'ler, ailesel bir kimlik ve/veya yönetim baskısı altındadır. Ailesel yöneticiler, tipik olarak, yetersiz biçimsel eğitim, bilgi birikimi ve çevresel bağlantı nedeniyle; bir sağgörü (*basiret*) ve özgüven eksikliği içerisindedir.

- Ailesel yönetim, ayrıca, sürdürülebilir bir rekabet için yenilik bulma ve/veya ürün ya da hizmet geliştirme çabaları önündeki en önemli engeldir.
- KOBİ'lerin sorunları için, yönetsel/örgütsel temelde, meta-kuramsal yaklaşımlar geliştirme çabaları sürdürülmelidir.

Kaynaklar

Avery, G.C., (2004). *Understanding Leadership* (1b.), London: SAGE.

Aw, B.Y., (2001). *Productivity Dynamics of Small and Medium Enterprises in Taiwan*, World Bank Institute, Stock no: 37188, <http://siteresources.worldbank.org/WBI/Resources/wbi37188.pdf>, 17.06.2012.

Barney, J.B. ve Griffin, R.W., (1992). *Management of Organizations; Strategy, Structure, Behavior*, Boston: Houghton Mifflin.

Blair, T., (2004). "Speech by the Prime Minister at the Civil Service Reform, Delivery and Values Event", <http://www.civilservant.org.uk/whyreform.shtml>, 28.06.2012.

Boje, D., (1999). "Five Centuries of Mechanistic-Organic Debate", <http://business.nmsu.edu/~dboje/between.html>, 26.06.2012.

Cantwell, J., (2003). *Innovation and Competitiveness*, Jan, F., David, C.M. ve Richard, R.N., (der.), *The Oxford Handbook of Innovation*, Chapter 21: Oxford University Press.

Casals, F.E., (2011). "The SME Co-operation Framework: A Multi-method Secondary Research Approach to SME Collaboration", *2010 International Conference on E-business, Management and Economics IPEDR*, (3), 118-124.

Chiarvesio, M., Di Maria, E. ve Micelli, S., (2004). "From Local Networks of SMEs to Virtual Districts? Evidence from Recent Trends in Italy", *Research Policy*, 33, 1509-1528.

Corkindale, G., (2011). "The Importance of Organizational Design and Structure", *Harvard Business Review*, February. http://blogs.hbr.org/corkindale/2011/02/the_

importance_of_organization.html, 18.06.2012.

Coşkun, R. ve Altunışık, R., (2002). "Management's Concerns about the Issues Faced by Turkish SMEs", *International Journal of Entrepreneurial Behavior and Research*, (8) 6, 272-291.

Daft, R.L., (1991). *Management* (2b.), Orlando: Holt Reinhart and Winston.

De Long, J.B. ve Froomkin, A.M., (1998). "The Next Economy?, In: *Internet Publishing and Beyond, The Economics of Digital Information and Intellectual Property*", Hurley, D., Kahin, B., and Varian, H., Cambridge: MIT Press.

Desai, M.A., (2008). "The Decentering of the Global Firm", Working Paper, September, <http://www.hbs.edu/research/pdf/09-054.pdf>, 08.02.2009.

Dijksterhuis, M.S., Van Den Bosch, F.A.J. ve Volberda, H.W., (1999). "Where Do New Organizational Forms Come From? Management Logics as a Source of Coevolution", *Organization Science*, (10) 5, 569-582.

Donaldson, L., (2001). *The Contingency Theory of Organizations, Foundations for Organizational Science*, California: SAGE.

DPT (2007). *KOBİ Stratejisi ve Eylem Planı: 2007- 2009*, Ankara.

Erol, İ., (2004). "Organizasyonların Yeniden Yapılanmaları Sürecinde Eğitim ve Geliştirme Programları ve Uygulama Örnekleri", *Ankara Üniversitesi SBF Dergisi*, (59) 2, 39-57.

EUSP (2012). *European Union Support Programmes for SMEs: An Overview of the Main Funding Opportunities Available to European SMEs*, http://ec.europa.eu/enterprise/newsroom/cf/_getdocument.cfm?doc_id=7264, 17.05.2013.

Foss, N.J., (2002). "Introduction: New Organizational Forms-Critical Perspectives", *International Journal of the Economics of Business*, (9) 1, 1-8.

Gatewood, R.D., Taylor, R.R. ve Ferrell, O.C., (1995). *Management, Comprehension*,

Analysis and Application, Chicago: Irwin.

Greenwald, H.P., (2008). *Organizations: Management Without Control*, California: SAGE.

Hannagan, T., (1995). *Management, Concepts & Practices* (1b.), London: Pittman Publishing.

Houghton, J.D. ve Yoho, S.K., (2005). "Toward a Contingency Model of Leadership and Psychological Empowerment: When should self-leadership be encouraged", *Journal of Leadership & Organizational Studies*, (11) 4, 65-83.

Iacono, A., ve Nagano, M.S., (2009). "Interactions and Cooperation in Local Production Systems: An Analysis of Inhibiting Factors Related to Specificities of Small Enterprises", *Journal of Technology, Management & Innovation*, (4) 2, 143-153.

Jargal, B.B., (2010). "The Effects of Networks' Structural Holes: Polycentric Intitution, Product, Portfolio and New Venture Growth in China and Russia", *Stratejic Entrepreneurship Journal*, (4) 2, 146-163.

Kanter, R.M., (1999). "Yerel Yarışçılar Küresel Yarışı Nasıl Kazanabilir", "Liderden Lidere", Hesselbein F. ve Cohen P.M., (der.), Çev. Atay S., İstanbul: MESS Yayını, 187- 194.

KEDV (2012). "Kadın Emeğini Güçlendirme Vakfı", <http://www.kedv.org.tr/>, 18.06.2012.

Kets de Vries, M.F.R., ve Miller, D., (1986). "Personality Culture and Organization", *The Academy of Management Rewiev*, (11) 2, 266-279.

Koçel, T., (1999). *İşletme Yöneticiliği* (7b.), İstanbul: Beta.

KOSGEB (2008). *Küçük ve Orta Ölçekli Sanayi Geliştirme ve Destekleme İdaresi Başkanlığı, 2008-2012 Stratejik Planı*, <http://www.sp.gov.tr/documents/planlar/KOSGEBSP0812.pdf>, 08.07.2012.

Kreitner, R., Reece, B.L. ve O'Grady, J.P., (1990). *Business* (2b.), Boston: Houghton Mifflin.

Laudon, K.C. ve Laudon, J.P., (1998). *Management Information Systems, new approaches to organization and technology* (5b.), New Jersey: Prentice Hall.

Locke, E.A. ve Latham, G.P., (2002). "Building a Practically Useful Theory of Goal Setting and Task Motivation, A 35-Year Odyssey", *American Psychologist*, (57) 9, 705-717.

Luthans, F. ve Hodgetts, R.M., (1992). *Business* (2b.), New York: Dryden Press.

Ma, D., (2012). "A Relational Review of Organizational Rstructuring: The Case of Transitional China", *Management and Organization Review*, (8) 1, 51-75.

Matsumoto, K., (1994). *The Rise of Japanese Corporate System*, Çev. Eliot T.I., London: Kegan Paul International.

Mises, L.V., (1996). *Bureaucracy*, Grove: Libertarian Press.

Muttaqien, A., (2006). "The World Bank Essay Competition 2006, Building International Microfinance Institute: Attacking Poverty in Developing Countries (We Must Act by A New Approach)", http://www.essaycompetition.org/docs/2006/EC06_Muttaqein.pdf, 01.06.2012.

Needle, D., (1989). *Business in Context* (1b.), London: Capman&Hall.

Newstrome, J.W. ve Davis, K., (1993). *Organizational Behavior* (9b.), McGraw-Hill: International Edition.

O'Sullivan, A. (2011). "The Role of Human Resource Management in Small and Medium-sized Enterprises in New Zealand", *Otago Management Graduate Review*, 10, 59-66.

Ody, A.J. ve De Ferranti, D., (2007). "Beyond Microfinance: Getting Capital to Small and Medium Enterprises to Feul Faster Development", <http://www.brookings.edu/~me>

dia/research/files/papers/2007/3/development%20de%20ferranti/pb159.pdf, 27.02.2013.

OE (2003). *Observatory of European SMEs: SMEs and Co-operation*, <http://www.insme.org/files/920>, 17.05.2013.

OECD (2000). *Small and Medium-sized Enterprises: Local Strength, Global Reach*, OECD Observer, June, <http://www.oecd.org/regional/leed/1918307.pdf>, Retrieved at August 15 2013.

OECD (2002a). *Management Training in SMEs*, <http://www.oecd.org/dataoecd/20/43/2492440.pdf>, 01.07.2012.

Özdevecioğlu, M., Demirtaş, Ö. ve Ünlü, O., (2009). "İnsan Kaynakları Uygulamalarının İşletmelerin İnovasyon Performansları Üzerindeki Etkisi", *17. Ulusal Yönetim ve Organizasyon Kongre Kitabı*, Eskişehir: Osman Gazi Üniversitesi, 600-608.

Özel, N., (2008). "KOBİ'lerde İşgörenlerin Örgütsel ve Bireysel Amaç Algılamaları ve Bunun Sonuçları Üzerine Bir Araştırma", *Eskişehir Osman Gazi Üniversitesi, İİBF Dergisi*, (3) 2, 69-84.

Özel, N., (2013). "Çok Boyutlu Kuram Arayışları Bağlamında İşgören Güçlendirme Üzerine Meta-Kuramsal Bir Yaklaşım: Güçlendirmeye Koşulsallık Yaklaşımı", *Bülent Ecevit Üniversitesi, Uluslararası Yönetim İktisat ve İşletme Dergisi*, (9) 18, 215-238.

Özgener, Ş., (2003). "Büyüme Sürecindeki KOBİ'lerin Yönetim ve Organizasyon Sorunları: Nevşehir Un Sanayi Örneği", *Erciyes Üniversitesi İ.İ.B.F. Dergisi*, 20, 137-161.

Özilhan, T., (2002). "Özel Sektörün İhtiyacı: Kurumsal Yönetim", *Görüş*, 50, 6-7.

Plunkett, W.R. ve Attner, R.F., (1994). *Introduction to Management* (5b.), Belmont: International Thomson Publishing.

Porter, M.E. ve Millar, V.E., (2011). "Enformasyon Nasıl Rekabet Üstünlüğü Sağlar", *Rekabet Üzerine*, Porter M.E., (der.), Çev. Tanrıyar K., İstanbul: MARKA, 103-126.

Raymond, L. ve St-Pierre, J., (2003). "Entrepreneurial Antecedents and Performance Outcomes of Organisational Development in Manufacturing SMEs", *Communication Présentée a la 6ème Conférence Internationale sur le Management par la Qualité et le Développement Organisationnel*, Paris, https://oraprdnt.uqtr.quebec.ca/pls/public/docs/FWG/GSC/Publication/160/33/838/1/4453/8/F1067100491_Raymond_StPierre_Paris_QMOD03.pdf, 21.06.2012.

Rothkegel, S., Erakovic, L. ve Shepherd, D., (2006). "Strategic Alliances Between SMSs and Large Firms: An Exploration of The Dynamic Process", *Management Revue*, (17) 1, 51-70.

Sarboland, K., (2012). "Effect of Different Levels of Organizational Structure on The Productivity of Human Resource Management", *Journal of Basic and Applied Scientific Research*, (2) 6, 5550-5554.

Schmerhorn, J.R., (1996). *Management and Organizational Behavior*, New York: John Wiley & Sons.

Scott, W.R., (1992). *Organizations: rational, natural and open systems*, New Jersey: Prentice Hall.

Seethamraju, R. ve Seethamraju, J., (2008). "Adoption of ERPs in a Medium-sized Enterprise- A Case Study", *19th Australasian Conference on Information Systems*, 3-5 Dec., Christchurch, http://pdf.aminer.org/132/small_enterprises_predisposition_to_adapt_anagerp.pdf, 27.06.2012.

Seijst, G.H. ve Latham, G.P., (2006). "Learning Goals or Performance Goals. Is It The Journey or The Destination?", *Ivey Business Journal*, May/June.

Shah, A., (1997). "Pakistan in the Millennium: Federalism Reform Imperatives, Restructuring Principles and Lessons", (*World Bank*) *Pakistan Society of Development Economics*, 13th Annual General Meeting, December 15-17, Islamabad.

Silverthorne, S., (2008). "Putting Entrepreneurship in the Social Sector", Q&A with Jane Wei-Skiler, *Harvard Business School Working Knowledge*, February.

Steinhoff, D. ve Burgess, J.F., (1993). *Small Business Management Fundamentals* (6b.), McGraw-Hill: International Edition.

Tikici, M. ve Uluyol, O., (2006). "Patron-Profesyonel Yönetici Arasındaki İlişkilerin Verimlilik Faktörlerinden İşgörenlerin Yöneticilerden Duydukları Tatmine' Yansımaları: Malatya'da Aile İşletmesi Niteliğindeki Bir KOBİ'de Araştırma", *İKÜ 3. KOBİ'ler ve Verimlilik Kongresi Kongre Kitabı*, İstanbul, 33-43.

Todeva, E. ve Knoke, D., (2005). "Stratejic Alliances and Models of Collaboration", *Management Decision*, (43) 1, 123-148.

Vandenberg, P., (2009). "Micro, Small and Medium-Sized Enterprises and the Global Economic Crisis: Impacts and Policy Responses", *International Labour Office, Sustainable Enterprise Programme*.

Wang, C., Walker, E.A. ve Redmond, J., (2007). "Explaining the Lack of Stratejic Planning in SMEs: The Importance of Owner Motivation", *International Journal of Organizational Behavior*, (12) 1, 1-16.

Werther, W. B. ve Davis, K., (1993). *Human Resources and Personnel Management* (4b.), McGraw-Hill: International Edition.

Zajac, E.J., Golden, B.R. ve Shortell, S.M., (1991). "New Organizational Forms for Enhancing Innovation: The Case of Internal Corporate Joint Vetures", *Management Science*, (37) 2, 170-184.

Zammuto, R.F., Griffith, T.L., Majchrzak, A., Dougherty, D.J. ve Faraj, S., (2007). "Information Technology and Changing Fabric of Organization", *Organization Science*, (18) 5, 749-762.

**KÜRESEL MARKALARIN REKLAMLARINDA KÜLTÜREL
SOYUTLAMADAN FAYDALANILMASI VE COCA-COLA RAMAZAN AYI
REKLAM AFİŞLERİ: BİR ALAN ÇALIŞMASI**

Öğr. Gör. Fidel DURU*

Arş. Gör. Şeyma Esin ERBEN**

Özet

Coca-Cola gibi çok uluslu şirketler, girdikleri pazardaki tüketici tarafından anlaşılacak ve benimsenmek için yalnızca küresel kültür odaklı reklam hazırlamamaktadır. Küreselleşen dünya ile birlikte, farklı kültürel değerlere sahip birçok pazara giren şirketler, yerel kültüre de yönelmektedir. Bunun için kültürel soyutlamanın gerçekleştirilmesi yani kültürde ilgilenilen kısmın bütünden ayırılması gerekmektedir. Kültürel soyutlama ve kültürel algının rolü, küresel şirketin yerel kültüre yönelik reklam çalışmalarında önem kazanmaktadır. Reklamda kültürel soyutlama, hedeflenen kitlenin kültürel yapısının getirdiği alışkanlıkları, adetleri ve gelenekleri kullanarak ürüne yansıtarak o kültürün bir parçası haline getirilmesi için bir yöntem olarak kullanılmaktadır. Bu inceleme bir küresel marka olan Cola-Cola'nın Ramazan ayıyla özdeşleşen paylaşmak, birlikte olmak, sevgi ve mutluluk kavramlarını ele alarak ürünün tanıtımında başarılı bir şekilde kullanıp kullanmadığı üzerine bir incelemedir.

Anahtar Kelimeler: Küreselleşme, küyerelleşme, kültürel soyutlama, Coca-Cola, Ramazan ayı, reklam afişi.

**UTILISATION FROM CULTURAL ISOLATION IN THE ADVERTISEMENTS OF GLOBAL
BRANDS AND THE COCA-COLA RAMADAN POSTERS: A FIELD STUDY**

Abstract

*Nişantaşı Üniversitesi, Meslek Yüksekokulu Grafik Tasarımı Bölümü, fidel.duru@nisantasi.edu.tr
** Nişantaşı Üniversitesi, Sanat Ve Tasarım Fakültesi, İletişim Tasarımı Bölümü, seymaesin.erben@nisantasi.edu.tr

The international companies such as Coca-Cola do not make advertisements that focus on global culture where they get into markets. Companies that get into markets including various cultures go towards also local culture in conjunction with globalized world. Because of this, the realization of cultural abstraction, that is to say segment of interest, must be distinguished from the whole culture. The act of cultural isolation and cultural perception come into prominence for advertisements of the international companies orienting local culture. The cultural isolation at advertisement is used as a method applied for using the habits and traditions to co-opt. This study approaches to sharing, being together, love and happiness concepts that are identified with Ramadan and is a study on whether or not the product is used for Coca-Cola Company successfully.

Key Words: Globalization, glocalization, cultural isolation, Coca-Cola Company, Ramadan, advertising poster.

Giriş

Reklamda kültürel kodların kullanımı üzerine bugüne kadar birçok çalışma yapılmıştır. Küresel markaların farklı bölgelerdeki reklamlarına bakıldığında, kurum kültürü ve imajı ile bir çelişki oluşturmadan, küyerelleşme süresince farklı kültürel göstergelere başvurduğu görülmektedir. Reklamda kullanılacak kültürel göstergelerin seçimi ise kültürel soyutlama ile gerçekleştirilmektedir.

Kültürel soyutlama, bir bütün olarak görülen kültürden bir veya birden fazla değer, sembol, tutum, gelenek vb. unsurun seçiciliğe yönelik olarak fark edilebilir kılınmasıdır. Kültürün oluşması için geçen süreçte birçok kültür elemanı durağanlaşmıştır. Başka bir deyişle kültürün bütünü ile kaynaşmıştır. Çünkü Arnheim'ın (2009) belirttiği üzere durağan etmenler söz konusu sosyal konular olduğunda yok sayılmaktadır. Kültürel soyutlama ile amaçlanan ise bu durağanlığı bozmaktır. Böylelikle algı, kültürün öne çıkarılan yönüne karşı seçici bir yaklaşım geliştirecektir.

Kültürün sabit olduğunu söylemek mümkün değildir. Ancak kültür birikimli bir yapıyı işaret ettiğinden uzun süreç içerisinde oluşmaktadır. Özellikle küresel örgütlerin üretim ve dağıtım ağının dünya çapında olması; iletişim teknolojilerinin gelişmesi ve yaygın kullanımı ile birlikte kültürler birbirleri ile daha çok etkileşim halindedir. Ancak yine de kültürler kendi geçmişlerinden izleri kaybetmemektedir. Şu halde kültürel kodların

kültürel soyutlama zeminini oluşturduğu söylenebilir. Zeminden çıkarılacak hiçbir parça ondan bağımsız değildir (Johnson, 2011).

Kültürel öğelerin kültürel soyutlamada tesadüfi olarak seçilmemesi gerekmektedir. Çünkü kültürel soyutlama, belirli amaçlara yönelik gerçekleşmektedir. Algının nereye sececeğine yön verilmek istenmektedir. Kültürlerin etkileşim içerisinde olması daha çok insanın algısını yöneltebileceği daha büyük bir yapı anlamına gelmektedir. Ancak diğer yandan yerel kültürel kodların herkes tarafından anlaşılması mümkün değildir. Dolayısıyla bu durum aynı zamanda bir çelişki doğurmaktadır.

Küresel markalar; kültürel soyutlamanın çelişkilerinden kurtulmak için reklamlarında yerel kültürel kodları kullanmaktadır. “Küresel kültür” kavramının varlığı tartışma konusu iken belirli dönemlerde belirli yerel kültürel semboller ile tüketicinin dikkatini çekmeyi amaçlamaktadır. Kültürel soyutlama ile tüketiciye ulaşma yolunu izleyen küresel markalardan biri de Coca-Cola’dır.

Coca-Cola pazara girdiği her bölgede örgüt kültürüne bağlı kalarak bir reklam anlayışı benimsemektedir. Örneğin; Coca-Cola’nın Türkiye’deki Ramazan ayı reklam kampanyalarına bakıldığında kültürel soyutlamanın tüm dinlere eşit mesafede durarak gerçekleştirildiği düşünülebilir. Zira Coca-Cola Türkiye Reklam Danışmanı Arzu Songur’un belirttiği üzere; bu dönemki reklamlarında dini sembol kullanmamaktadır. Bunun yerine tüm insanlar için ortak olan ve Ramazan ayının ruhunu da yansıtan birliktelik, paylaşım, empati duygularını canlandıracak kültürel kodlara başvurmaktadır.

Bu çalışma, küresel markaların yerel reklamlarında kültürel soyutlamadan nasıl faydalandığını sorgulamaya yöneliktir. Küresel markalar yerel reklamlarında, hem sabit hem de dinamik olan kültür öğelerini tahlil etmek durumundadır. Kültür içerisinde sabit olan bir öğeyi tüketici algısında canlandırabilirse bu durum tüketicinin dikkatini çekmektedir. Arnheim (2009) algının seçici ve amaçlı olduğunu belirtmiştir. Dolayısıyla kültürel algı, yalnızca sosyal yönü olan bir kavram değildir; psikolojik yönleri de vardır. Algısal süreçler de göz önüne alınarak Coca-Cola’nın Ramazan ayı reklam afişleri için bir semiyolojik analiz yapılmaktadır. Çalışmanın son kısmı, bu analizlerden elde edilen

sonuçlarda kültürel soyutlama sembollerinin doğrudan ve yan anlamlarının değerlendirilmesine ayrılmaktadır.

1. Kültür Kavramına Genel Bir Bakış

Kültür, birçok farklı beşeri alanın çalışmalarında inceleme konusu olan bir kavramdır. Her bir alan inceleme sonucunda kendine özgü farklı kültür tanımları yapmaktadır. Bu sebeple kültürün tek ve kesin bir tanımı yapılamamaktadır. Kültür sözcüğü, Latince inşa etmek, ekin ekmek, elverişli hale getirmek anlamına gelen “*colere*” kökünden türeyen “*cultura*” sözcüğünden gelmektedir. Kültürün farklı tanımlamalarındaki ortak ifadelerine bakıldığında özündeki anlamı kaybetmediği görülmektedir (Cebeci, 2008).

Genel anlamıyla kültür; tarihsel, toplumsal gelişme süreci içinde yaratılan bütün maddi ve manevi değerler ile bunları yaratmada, aktarmada kullanılan araçların bütünüdür (TDK, 2013). Kirel’e (1989: 351) göre, bu bütünlük bilgi, sanat, gelenek ve görenekleri kapsamaktadır. Toplumu oluşturan insanların değerlerinden ve toplum içindeki tutumlarından oluşan kültür, bütün insan davranışlarını kapsamamaktadır. Kültürün oluşması için toplumda ortak yetenek ve alışkanlıkların ortaya çıkmış olması gerekmektedir.

Kültürün en bilinen tanımlarından birine göre: “Kültür ya da uygarlık, bir toplumun üyesi olarak insanlığın edindiği bilgi, sanat, adet ve benzeri yetenek, beceri, alışkanlıkları içine alan karmaşık bir bütündür.” (Taylor, 1871: 1). Bu karmaşık bütünü tanımlamaya çalışan araştırmacıların çoğu kültürün bazı ortak özelliklere sahip olduğu konusunda hemfikir olmuştur. Kültürün *öğrenilir* olması bunlardan biridir. Çünkü kültür kalıtsal değildir. İnsanlar ancak deneyim ve öğrenme yolu ile kültürü öğrenmektedir. Öğrenme süreci, iletişim ve etkileşimsiz gerçekleşmemektedir. Bir anlamda kültür aynı zamanda sosyal bir olgudur ve bireylere özgü değildir. Bu durum kültürün *paylaşılır* olduğunu ifade etmektedir. Kültürün paylaşımı belirli zaman aralığında gerçekleşmemektedir. Kültürün *nesilden nesile aktarılır* olması kültürün birikimli bir kavram olduğunu da göstermektedir. Birikimli olması sebebiyle kültür pek çok işareti ve kodu barındırmaktadır. Farklı bir olguyu temsil eden ve nesnelere

kullanabilen kültür *semboliktir*. Kültürün bir parçasında meydana gelen değişim kültürün diğer parçalarını da etkilemektedir. Bir diğer deyişle kültür *kalıplaşmıştır* ve bütünleşmiş bir yapıya sahiptir. Ancak bu durum, durağan bir yapının aksine insanların değişim ve uyum sağlama yetenekleri ile kültürün *uyarlanabilir* olduğuna işaret etmektedir (Luthans, 1995'ten aktaran Luthans ve Doh, 2012: 108).

Kültürü meydana getiren unsurlar; yerleşim birimlerine, coğrafyaya, tarihsel sürece, ekonomik faaliyetlere, iklimlere, yönetim biçimlerine vb. etkenlere bağlı olarak dünyada sayısız farklılıklar göstermektedir. Kültür, tarihsel bir sürecin sonunda ortaya çıkmaktadır. Zaman içinde mantıklı, mantıksız, açık, kapalı; kendine ait özellikleri belirginleşen kültür, insanların davranışlarında yol gösterici bir role sahiptir (Kluckhohn ve Kelly, 1945). Bireylere toplum veya grup içinde benimseyeceği kurallar, gelenekler, düşünceler; edineceği alışkanlıklar, kullanacağı araçlar açısından bir rehber olmaktadır.

Düşünce, davranış ve tutum, adetler kültürün manevi unsurlarıdır. Manevi unsurlar, toplumdaki bireyler arasındaki etkileşime yön vermektedir. Kültür, her ne kadar kendi başına soyut bir kavram olsa da yalnızca toplumsal ve geleneksel değerler ve yargılar gibi manevi unsurlardan oluşmamaktadır. Manevi unsurların yanı sıra kültürün ortaya çıkardığı, nesilden nesile aktarıldığı maddi öğeler de vardır. Bunlar, teknolojik ilerlemeler ile alakalı olarak görülen üretim ve deneyimdir (Ozankaya, 1998: 217-218). Sorokin (1964), de benzer bir yaklaşımla her kültürün kendine özgü maddi olmayan anlamları ve bu anlamları somut hale getiren maddi araçlar olduğunu belirtmektedir. Bununla birlikte bu araçları kullanan ve anlamları işleyen insan unsuru da kültürün bir parçasıdır.

Kültür içindeki etkileşim, yukarıda sözü edilen maddi, maddi olmayan ve insan unsurlarının tamamını kapsamaktadır. Bireyler arası etkileşim veya birey ve toplum arasındaki etkileşim, maddi ve maddi olmayan öğelerle bağlantılıdır. Bu duruma ek olarak teknoloji, üretim gibi maddi unsurlarla manevi olaylar ve kavramlar karşılıklı etki halindedir. Teknolojik değişimler, sosyal ve psikolojik kültürü etkilemekte, zaman içerisinde kültürde değişimler meydana getirmektedir (Güngör, 2003: 10). Dahası kültürler de kendi aralarında etkileşime girmektedir.

2. Küreselleşme

Bilgi, iletişim ve ulaşım teknolojilerinin hızla değişmesi, kültürel ve kültürler arası etkileşimin artmasına sebep olmaktadır. Ancak söz konusu teknolojilerin tüm etkisi kültür üzerinde kendini göstermekle sınırlı kalmamaktadır. 20. yüzyılın sonundan itibaren kapitalizmin zaman ve mekan sınırlarını aşmak istemesi ile birlikte dünya ekonomisi de küresel hale gelmiştir. Ekonominin küreselleşmesindeki en büyük paylardan biri hükümetlerin ve uluslararası kuruluşların izlediği liberal politikalarıdır. İzlenen politikalar doğrultusunda yeni bir tarihsel gerçeklik ortaya çıkmıştır. (Castells, 2008: 127-128). Böylece dünyanın herhangi bir yerinde üretilen ürünün, mümkün olan en yüksek hızla yerel pazarı aşarak küresel pazara girmesi sağlanmaktadır. Bunun için kapitalizm iletişim ve taşıma teknolojilerinin gelişmesini tetiklemektedir.

Küreselleşme, Harvey tarafından postmodernizm kavramı ile birlikte açıklanmaktadır. Postmodernizm, ekonominin esnek birikiminin kültürel yapısıdır. Hareket serbestliği ve sermayenin uluslararası bir yapıya dönüşmesi ile toplum, 20. yüzyılın sonuna yaklaşırken toplum *zaman-mekan sıkışması* evresine geçmiştir.

Harvey (1992: 240) zaman-mekan sıkışmasının, zaman ve mekanın nesnel niteliklerinin dışında ortaya çıkan bir süreç olduğunu belirtmektedir. Bir taraftan kapitalizmle birlikte hayatın temposu artarken diğer taraftan bu hıza ayak uydurmak için mekanın engelleri aşmaya çalışılmaktadır. Benzer bir yaklaşımla Marx (1858), *mekanın zaman tarafından imhası* ifadesi ile kapitalizmin doğası gereği mekansal engelleri zorladığını belirtmektedir. Bu durumda ulaşım ve iletişim araçları ile birlikte mekansal engeli aşmak için gereken fiziksel koşulların oluşturulması, kapitalizmin sürdürülmesi açısından zorunlu olmaktadır. Bu araçlarla ve teknolojilerle insanların dünyayı algılama şekli de değişmektedir (Harvey, 1992: 240).

İnsanların tüketim alışkanlıklarından ilişkilerine ve dünya görüşlerine kadar pek çok durumu ve eylemi değiştirebilen küreselleşme; siyasi, iktisadi ve kültürel yönü olan bir kavramdır. Küreselleşme, “bir şeyi dünya ölçeğinde kılma, dünyaya mal etme” olarak ifade edilebilmektedir. Ancak bu anlam, hakim topluluğun kimliğini benimseme ve

benimsetme çabaları gibi karmaşık bir yapıyı da işaret etmektedir. Oysa kelimenin karşıladığı anlam, karşılıklı bir etkileşim sürecini ortaya koymaktadır (Oğuz, 2001: 6).

3. Küresel Kültür Ve Kültürel Soyutlama

Dünyada sistemler küreselleşmenin etkisi ile birbirine benzerken sosyal ve kültürel ortak değerler de dünya çapına yayılmaktadır (Mora, 2008). Teknolojiyi üreten ve yeni teknolojilere kolaylıkla ulaşabilen toplumlarda kültürler arası etkileşimin tesiri belirginleşmektedir. Sarı'ya (2004) göre, ekonomik ve askeri güce sahip toplulukların iletişim ihtiyacı artmaktadır. Bu ihtiyacı karşılamak için kapitalist üretim süreci, iletişim teknolojilerini geliştirmektedir ve kültürler arası etkileşim oranı artmaktadır.

McLuhan (1964: 37), bu değişimlerle birlikte dünyanın küresel bir köye dönüştüğünü belirtmektedir. Toplumların dışa doğru açılma uğraşları sona ermekte ve yerine küresel köyün bir bütün olarak kendi dağılan parçaları bir araya gelmektedir. Küresel köyde insanlar bir olayı eş zamanlı olarak yaşama imkanına sahiptir. Çünkü kırsal yerleşim yerlerinden büyük kentlere kadar herkes belirli bir düzeyde bağlantı halindedir (McLuhan & Fiore, 1967: 63). Bunun sonucunda iletişim teknolojileri ile dünyaya her zaman bağlı, dünyada olan bitenlerden haberdar bir kültür ortaya çıkmaktadır (Jones, 2004). İnsanlar, aynı anda aynı programla eğlenmekte, aynı olaydan haberdar olmakta ve aynı ürünün tanıtımını seyretmektedir.

Kültürün matbaa ile başlayan kitlelere yayılma süreci radyo, televizyon ve günümüzde İnternet ile sürmektedir. Küresel programlama ve küresel pazarın oluşumuna doğru harekete geçilen süreç, küresel şirketlerin gücüyle sürmektedir. Böylece yeni medya düzeni küresel düzen haline gelmektedir (Morey ve Robins, 1995: 11). İnsanların alışkanlıkları, istekleri, değerleri, kullandığı semboller ve diller küresel düzene bağlı olarak yeniden şekillenmektedir.

Dünyadaki ekonomik ve kültürel yeni gelişmeler ve değişmelerle insanların küresel kültüre sahip olup olamayacağı ise tartışmalı bir konudur. Smith'e (1991: 171) göre, insanların yaşam biçimleri ve inanç birikimleri arasındaki farklılığın çok büyük olması sebebiyle küresel bir kültürün ortaya çıkması imkansızdır. Küresel kültür ifadesi ancak

gezegenler arası bir kıyaslamada kullanılabilir. Zira kültür ile inançların, değerlerin, sembollerin toplamını içeren bir kavramdan söz edilmektedir ve kültür tekil değildir. Ancak diğer yandan küreselleşme ile birlikte ortaya çıkan tüketim kültürü, küreselleşmenin etkilerinin belirgin olarak görüldüğü yerlerde kültürlerin birbirine benzemesine sebep olmaktadır (Yetim, 2002'den aktaran Taylan, 2008: 134).

Kitle iletişim araçları ile yayılan kültür, iletişim araçlarını ve ekonomik gücü elinde bulunduranlar tarafından kullanılmaktadır. Gramsci'nin bakış açısına göre egemen sınıflar, kendi çıkarları doğrultusunda ve belirledikleri sınırlar dahilinde bütün düşünce ve davranışları kontrol altında tutmaya çalışmaktadır. Diğer yandan baskı altındakiler de muhalefeti kültür üzerinden yapmaktadır. Böylelikle kültür bu mücadelenin bir ürünü olarak yeniden şekillenmektedir ve kültürün politik değeri artmaktadır (Goldberg, 2001).

Kültürün politik ve ekonomik açıdan önemi kitlelerin edindiği veya edinmesi istenen tüketim alışkanlıklarını da etkilemektedir. Sistem, kar güdüsü ile birlikte kültürü kitleler için yeniden üretmektedir. Bir diğer deyişle küreselleşme ile birlikte ön plana çıkan dünyadaki metalaşma süreci, kültürle de etki etmektedir. Kültür alınıp satılır bir hale gelirken kavramın özü ve işlevi de değişmektedir. Adorno'nun tanımladığı kültür endüstrisine göre tüketiciler artık birer özne değil nesnedir. Kar güdüsü ön plana çıkmakta, tüketicinin kültür endüstrisine uyum sağlayacağı şekilde kültürel biçimlere aktarılmaktadır. Kültürel mallar standartlaştırılmakta, dağıtım teknikleri rasyonel bir biçimde uygulanmaktadır (Adorno, 2003). Kültürün esas biçimini oluşturan ile kültür endüstrisi adına kültür ögesi oluşturanların değerleri farklılaşmaktadır.

Tüketim mallarının standartlaşması, bir malın küresel pazarda yer edinmesine olanak sağlamaktadır. Zira küreselleşme aynı ürünü dünyanın her yerinde satmayı planlamaktadır. Dolayısıyla tüketim dünyada benzer bir biçim almaktadır. Bir ürün veya hizmet, ancak kültürel olarak değer taşıyorsa tüketilmektedir (Sungur, 2006: 88-89).

Yeni kazanç kaynakları, şirketlerin kontrol etmek için uğraştığı ekonomik merkeze yerleşmektedir. Şirketler kazanç için; yeniden üretim teknolojileri ile yayılan büyük ölçekli bilgi sistemleri, tüketim üzerine ve medya tarafından yapılandırılmış eğlence

alanları; kitle iletişimi, eğitim, yayıncılık ve reklamcılığı barındıran kültür endüstrisinde kontrol sağlamaya çalışmaktadır (Illouz, 1997).

Küresel kültür ile ürünler tüm dünyaya dağıtılırken Adorno'nun belirttiği gibi "tüm dünya için üretilen reklamlar" ortaya çıkmıştır. Böylece halkla ilişkiler, medya ve reklamcılık alanlarındaki "kültür" çalışanları kültürel ve sosyal tabloya hükmetmeye başlamıştır (Illouz, 1997: 13).

Küreselleşmeyle birlikte dünya pazarına açılan kuruluşlar için küresel kültürün yanında üretilen hizmet ve ürünün sunulduğu çevrenin kültürü de önem kazanmaktadır. Çevrenin kültürü veya yerel kültür, küresel kültürle alışveriş halindedir; diğer yandan koruduğu değerler ve yapılar da vardır. Daha önce belirtildiği gibi kültürün bir parçasında meydana gelen değişim kültürün tamamını etkilemektedir. Değişebilen bir yapı olarak kültür içindeki değer, kavram, durum ve olayların algılanabilmesi için kültürel soyutlamaya ihtiyaç duyulmaktadır.

Soyutlama, "bir şeyi bir yerden etkin bir biçimde çekip çıkarmak ve edilgin olarak bir şeyden çekip çıkarılmak" anlamlarına gelmektedir (Arnheim, 2009: 176). Locke, soyutlama gerçekleşirken bir durum veya nesnenin, zaman ve mekansal koşullardan ayrıldığını belirtmektedir. Böylece karmaşık bir yapıda ortak olan özellikler ortaya çıkmaktadır (Bravo, 2010). Ortak özelliklerin belirginleştiği bu yapıda soyutlama yapmak istenen durum ve kavram belirginleşmektedir. Soyutlama gerçekleştirilirken bağlı olunan yapı tamamen göz ardı edilmemektedir. Çünkü soyutlama, daha büyük bir miktarın içinden çıkarılan daha küçük bir beceri veya kuvvete işaret etmektedir (Johnson, 2011).

Kültür söz konusu olduğunda ise soyutlama, kültürde ilgilenilen kısmın bütünden ayırt edilmesidir ve amaçlanan iş için kullanılmasıdır. Bu süreçte algısal faaliyetler önem kazanmaktadır. Algılanan bir nesnenin veya durumun fiziksel özellikleri algıya bağlı olarak canlılarda farklılık göstermektedir (Arnheim, 2009: 64). Algı, bilgi işleme akışı ile ortaya çıkan yeniden inşa etme sürecidir. Algının bilgi işleme sürecinde oluşturduğu bilgi, yeniden algısal sürece dahil olmakta ve diyalektik bir yapı ortaya çıkmaktadır (Özgen, 2009). Bu diyalektik yapı, kültürün iç içe geçmiş yapısında soyutlamanın

ortaya çıkmasında rol oynamaktadır. Çünkü kültürel soyutlama için bir özelliğin açığa çıkması amaçlanırken diğerlerinin tamamen görmezden gelinmesi gerekmemektedir.

Ortak kültürel öğelere bağlı toplumlarda kültürel soyutlamanın gerçekleşmesinde kültürel algı önemli bir yere sahiptir. Kültürel algı, maddi ve manevi değerleri içerdiği gibi hem psikolojik hem de sosyolojik boyutu olan bir kavramdır. Bireylerin algıları kültürel kodların etkisi ile oluşmaktadır (Tuncay, 2008). Algı, hayatta kalmayı sağlayan duyular aracılığıyla ortaya çıkmaktadır ve aynı zamanda bilme yetisi sağlamaktadır. Bu sebeple algı, amaçlı ve seçicidir (Arnheim, 2009: 35).

Algının seçici olması, değişmeyen ve sürekli etkenlerin farkına varılmasını güçleştirmektedir. Bir diğer deyişle seçici algı, değişim olduğunda devreye girmektedir. Durağan olanla ilgilenmemek belirli bir adaptasyon süreci gerektirmektedir. Bunun sonucu canlılar sadece kendileri için önemli olanın farkına varıp ona yönelmektedir. Bu durumun “fiziksel, psikolojik ve sosyal konularda durağan etmenlerin yok sayılması gibi olumsuz yönü” vardır (Arnheim, 2009). Ortak kültürel değerleri benimseyen topluluklarda yerleşik kültürel öğelerin etkin seçicilik ile algılanması ise kültürel soyutlama gerçekleşebilmektedir. Kültürel soyutlama ile amaca yönelik kültürel öğeler ön plana çıkarılmakta ve ilgilenilen unsurların veya konunun sabitliği bozulmaktadır. Değişim, algısal düzeyde canlı tarafından “kalıcılığın tesadüfi yönleri” olarak görülebilmektedir. Diğer yandan sabitlik de “değişimin basiretsiz görünüşü” olarak tanımlanabilmektedir. Böylelikle değişimin bir ihtiyaç olduğu ve algı sayesinde değişimin kalıcı olandan ayrıldığı ortaya çıkmaktadır (Arnheim, 2009: 70). Ancak değişim yeniden durağanlığa dönüştüğünde ve adaptasyon gerçekleştiğinde yeni bir kültürel soyutlama sürecine ihtiyaç duyulmaktadır.

Kültürel soyutlama kültürün var olan yönlerini farklı bir biçimde ve belirli amaçlar doğrultusunda ortaya koymaktadır. Bir diğer deyişle kültürel algıyı, kültürden - Johnson’ın tabiriyle - “çıkarılan” öğelere yöneltmektedir. Küresel kültür adına bu durum yerelliğe ve yerel kültüre işaret etmektedir. Bu bağlamda, küreselleşmeye dair “daha büyük daha iyidir” görüşünün benimsenmesi ve yerelliğin tamamen yok edilmesi toplumsal açıdan yanıltıcı olmaktadır (Robertson, 1997: 25). Çünkü bu durum hem toplumsal olaylar hem de kültürel algıyı oluşturan zemin için eksik değerler dizisi

sunmaktadır. Bu noktada küresel-yerel bakış açısına başvurulmaktadır. Böylece yerelde gerçekleştirilecek kültürel soyutlama, küreselleşmenin amacına uygun olarak kullanılmaktadır.

4. Reklamcılıkta Kültürel Soyutlama ve Coca-Cola Ramazan Ayı Reklamları

Küresel kültürün, kültürel etkileşimin tarafı olan yerel kültürlerden tamamen kopuk olmadığı göz önünde bulundurularak yerel kültürel öğeler ve değerler; çok uluslu şirketlerin özellikle halkla ilişkiler, iletişim ve reklamcılık alanlarında kendine yer bulmaktadır. Çok uluslu şirketler, girdikleri pazarda yalnızca küresel kültürü göz önünde bulundurarak hazırladığı reklamlarla hedefe yönelememektedir. Reklam, “kişisel olmayan bir iletişim biçimidir” ve belirli bir hedef kitleyi ikna ve bilgilendirmeye yöneliktir (Boone ve Kurtz, 1995: 598) ve hedef daraldıkça reklamın etkisi artmaktadır (Kotler, 2000: 151). Dyer’a (1982: 7) göre reklam, ekonomik iletişimdir ve iletişimin amacına ulaşması için hedefin kültür özelliklerinin dikkate alınması gerekmektedir.

Reklam, talep yaratabilmenin yanı sıra var olan talebi karşılamayı da amaçlamaktadır. Bunu yapmak için hedefin tercih edebileceği iletişim ortamlarını kullanmaktadır ve ürün veya hizmet bu ortamlarla tüketiciye tanıtılmaktadır (Dyer, 1982). Tüketiciye bir ürün veya hizmetin tanıtılması için öncelikle reklamın yöneltileceği toplumun tanınması gerekmektedir. Çünkü reklamlarla markanın kabul edilebilirliği sağlanmak istenmektedir (Kotler, 2000) ve toplumların kültürü göz ardı edilerek bu mümkün olmamaktadır.

Küreselleşme sonucu farklı kültürler ve inançlar daha yakından tanınmaktadır (Erbay, 2011) ve çok uluslu şirketler açısından yerelliğin önemi artmaktadır. Bir başka deyişle küreselleşen dünya, yerel kültürleri görmezden gelememektedir. Sermaye uluslararası bir nitelik kazanırken çok uluslu şirketler, ürettikleri ürün ve hizmetleri dünya ölçeğinde standart hale getirmektedir (Erbay, 2011). Diğer yandan, küresel-yerel etkileşimi ön plana çıkmaktadır. Bunun sonunda küreyelleşme (*glocalization*) olarak adlandırılan bir süreç gelişmektedir: Küresel pazar ölçeğinde üretilen ve dağıtılan ürün ve hizmetler, yerel koşullara uyum sağlayacak şekilde uyarlanmaktadır (Robertson, 1997: 28).

Kültürler arası etkileşimin artmasına rağmen küreselleşme ile “yerelin daha fazla önem kazandığı bir sisteme doğru geçiş yaşanmaktadır.” (Toksöz, 2008: 14). Bu doğrultuda çok uluslu şirketler, küresel mesajlarının yanında yerel kültürel öğeleri de reklamlarında kullanmaktadır.

Reklam, talep yaratmak için ürün veya hizmetten haberdar olmayan hedefi öncelikle haberdar etmektedir. Çok uluslu şirketler, hedefin tanıdığı ve kültürel belleğinde yer edinmiş unsurlara reklamlarında yer vererek ürün veya hizmete dikkat çekmeyi amaçlamaktadır.

Reklamcılıkta kültürel soyutlamanın gerçekleşmesinde kültürel algının dikkatine yöneltilen unsurların rolü önemlidir. Arnheim (2009: 178-179), somutluğun hem fiziksel hem zihinsel düşünce nesnelere bir özelliği olduğunu ve bunların soyutlama olarak kullanılabilmesini belirtmektedir. Arnheim şöyle devam etmektedir:

Zihnin deneyimlediği herhangi bir fenomen, daha karmaşık bir şeyin damıtılmış usaresi olarak görülüyorsa soyutluk kazanabilir. Bu tür bir fenomen, yoğunluğu seyreltilmiş bir kuvvetin örüntüsü olabileceği gibi, bir olay ya da nesne türünün ilgili özelliklerinin çarpıcı biçimde cisimleştiği bir olay ya da nesne de olabilir.

Bu bağlamda, kültürel soyutlama, reklamlarda, kültürün fiziksel elemanlarının yanı sıra manevi unsurları ile birlikte de kullanılmaktadır. Küresel ölçekte en çok pazar payına sahip çok uluslu şirketlerden The Coca-Cola Company de yerel reklamlarında kültürel soyutlamadan faydalanmaktadır. Böylelikle reklamda sunulan küresel mesaj, yerel kültürel kodlarla desteklenirken diğer yandan Coca-Cola da “yerelleşmektedir”.

Logosu ve ismi hiç değişmeyen Coca-Cola, Atlantali eczacı olan John Stith Pemberton tarafından 1886 yılında bulunmuş ve ilk olarak bir eczanede satışa sunulmuştur. İçeceğe ismini veren Pemberton’ın muhasebecisi Frank Robinson aynı zamanda içeceğin ilk logosunu da el yazısıyla hazırlayarak markaya görsel bir kimlik kazandırmıştır. Pemberton dünyanın en çok satan içeceğini keşfetmiştir fakat markaya değerini Pemberton’ın ölümünden sonra Coca-Cola’nın haklarını satın alan Asa G. Candler kazandırmıştır (Coca-Cola Türkiye, 2013).

Asa G. Candler, içeceğin tanıtımı için içeceğin ücretsiz tadılmasını sağlamaktan üzerinde markanın logosu bulunan promosyon ürünlerini eczanelere yerleştirmeye kadar birçok kampanya düzenlemiştir. Candler'ın reklam ve tanıtım kampanyalarıyla Coca-Cola'nın tüketiminin artmış, şirket gerçek vizyon sahibi olmuştur. İkinci Dünya Savaşı'nın ardından Coca-Cola, hem Amerika'da hem de Avrupa'da içecek pazarında çok büyük paya sahip olmuştur. Ancak markanın İsrail'de fabrika açması üzerine Arap ülkeleri markayı, yirmi üç yıl sürecek boykota 1968 yılında başlamıştır. Boykotlara ve karşı kampanyalara rağmen Coca-Cola, yerel kültüre yönelik tanıtım ve reklamlarını dünyanın her yerinde yayınlamıştır. Şirketin bugün yaklaşık 140 bin çalışanı bulunmaktadır ve dünyada iki yüzden fazla ticari bölgeye ürün satan dünyanın en bilinen markalarından biridir.

Şirket, 1964 yılında girdiği Türkiye pazarındaki yerini korumak için birçok farklı kültürü barındıran Türkiye'nin farklı coğrafyalarında yaşayan insanlara aynı güçle yaklaşacak bir takım kültürel soyutlamalara başvurmak durumundadır. Bu soyutlamaların en istikrarlı örneklerinden biri de Ramazan aylarında yayınlanan reklamlarda görülmektedir.

5. Analiz

Reklam afişlerinin analizi sırasında görseller birer metin olarak ele alınacak ve semiyolojik analiz yapılacaktır. Analiz sırasında izlenecek olan model adı geçen düşünürlerin yaklaşımları ile desteklenecektir.

İlk aşama olarak reklam afişlerindeki görsel metinler semiyolojik yönetime ait sistemlere ayrılacaktır.

- 1) Gösterenler: Semiyolojide gösterilenle oluşan kavramın bir parçası ve anlamın oluşmasını sağlayan imgesel unsurdur. Reklama afişlerinde anlamın oluşmasını sağlayan gösterenler; görsel metin (ikonlar, fotoğraflar, illüstrasyonlar vb.), yazılı metindir (başlık ve slogan).
- 2) Gönderge: Bir göstergenin belirttiği gerçek ya da düşsel nesne ya da varlık; göndermede bulunduğu bağlam ya da durum. İkinci analitik araç olan

göndergeler, reklamın ve onu oluşturan parçaların neleri çağrıştırdığını çözmekte kullanılacaktır.

- 3) Analiz: Bu bölümde genel bir değerlendirme yapılacaktır. Reklam afişinde Ramazan ayının, doğrudan mı yoksa şifrelenmiş olarak mı kullanıldığı analiz edilecek, Ramazan ayına özgü görsel ve yazılı metinlerin neleri çağrıştırdığı, başka bir deyişle nelere gönderge yaptığı yorumlanacaktır.

Coca-Cola, 2010 yılı Ramazan ayı için çeşitli afişler hazırlamıştır. Çalışma kapsamında şirketin kültürel soyutlama kullanarak hazırladığı reklam afişlerinden ikisi kullanılan sembol ve imgeler gösteren ve gönderge açısından ele alınmaktadır.

Bu afişlerden ilkinde Ramazan ayına özel tasarlanan şişe tanıtılırken, ikinci afişte Coca-Cola kendini Ramazan ayında yaşanan bütün duygusal (sevgi, paylaşmak, hoşgörü vb.) güzelliklerin kaynağı olacak şekilde konumlandırmıştır. Aşağıdaki 2010 yılına ait Coca-Cola Ramazan ayı reklam afişinde görsel bildiri mecralarında oluşu gibi afişte de birçok sembol, nesne, tipografik öğe ve renk bir arada kullanılmıştır.



Resim 1. Coca-Cola Türkiye 2010 Ramazan Ayı Reklam Afişi

(Kaynak: Coca-Cola Türkiye Reklam Danışmanı Arzu Songur ile e-posta ile görüşme.)

Gösterenler: Tam merkezde Coca-Cola şişesi vardır. Şişe farklı renklerde ve silüet şeklinde ve ortasında Coca-Cola logosu bulunmaktadır. Şişeyi çevreleyen Türk kültürüne ve Ramazan ayına özel süslemeler ve motiflerdir. Bu motifler sadece şişenin üzerinde değil şişenin arkasında ve solunda da bulunmaktadır. Hatta şişenin silüeti çoğaltılarak bu motifi oluşturacak şekilde yan yanadırlar. Yıldızlar, flamalar ve daire gibi geometrik biçimler farklı renklerde bir araya getirilmiştir.

Yazılı gösterenler: Markanın isminin dışında yazılı bildiri olarak slogan görülmektedir. Sloganda söylenen “Mutluluğu Paylaş” ve marka ismi “Coca-Cola” beyaz renktedir.

Gönderge: Paylaşmak, sevgi, biraradalık, şişenin bir araya getirme gücü ve yerel kültür.

Analiz: Yukarıdaki 2010 yılına ait Coca-Cola Ramazan ayı reklam afişinde görsel bildiri mecralarında oluşu gibi afişte de birçok sembol, nesne, tipografik öge ve renk bir arada kullanılmıştır. Göstergelerle birlikte görsel algılama da bir düzen içindedir. Anlam, alıcının bildiriye istenen şekilde okumasını ya da algılamasını sağlayacak şekilde bütün olarak bir aradadır. Bu bütün içinde ilk görülen imge tam merkezde yer alan Coca-Cola şişesidir. Ancak şişe alışkın olunan kırmızı renginden farklı renklerde. Dış formu ve ortasında yer alan Coca-Cola logosu şişeyi tanımamızı sağlamaktadır. Çünkü marka bunu birçok reklam mecrasında yani daha önce bu formu bizim zihnimize yerleştirmiştir. Amaç Adorno'nun tanımındaki küresel kültürün getirdiği tüketim mallarının standartlaştırılması ilkesi aynı ürünün dünyanın her yerinde aynı şekilde sadece yerel kültürün değerlerini alarak tüketilmesi sunulmaktadır. “Tüm dünya için üretilen reklamlar” ortaya çıkmıştır. Bu reklam türü yerel kültürle gösterge alışverişi vardır. Bu durum soyutlamayı beraberinde getirmektedir. Nesne yani şişe zaman ve mekansal koşullardan ayrılarak afişte çevresindeki diğer bütün görsel göstergeleri bu durumu destekleyecek şekilde kendi zaman ve mekanını yaratmıştır. Şişeyi çevreleyen Türk kültürüne ve Ramazan ayına özel süslemeler ve motifler kültürel soyutlamayla bütünden koparılarak amaç için kullanılmıştır. Algı burda bir araca dönüştürülerek Coca-Cola şişesinin durumu ve fiziksel özelliklerinin o kültürün bireylerinde farklı bir imge dönüştürülmüştür. Motifler sadece şişenin üzerinde değil şişenin arkasında ve solunda da bulunmaktadır. Hatta şişenin silüeti çoğaltılarak bu motifi oluşturacak şekilde yan yana getirilmiştir. Yıldızlar, flamalar ve daire gibi

geometrik biçimler farklı renklerde bir şenliği, mutluluğu gösterecek şekilde bir araya getirilmiştir.

Bu görsel imgelerin dışında afişte yazılı bir dil göstergesi de yer almaktadır. Bu dil göstergesi çözümlerken ilk olarak dilsel göstergelerde zorunlu olan soldan sağa doğru okumanın ve eklemlenmenin bir algılama biçimi olarak kullanıldığı unutulmamalıdır (Burada Türk kültüründen ve Türkçeden söz edildiği için soldan sağadır, diğer kültürlerde bu durum yukardan aşağıya ya da sağdan sola doğru olabilir). İkinci olarak kullanılan rengin dikkate alınması gerekmektedir. Buna göre markanın isminin dışında en önemli yazılı bildiri olarak slogan görülmektedir. Sloganda söylenen “Mutluluğu Paylaş” bildirisi ikinci bir anlatım düzlemi oluşturmuştur. Konumlandırması itibarıyla bakan kişinin yani okuma yönüne göre en baştaadır. Göz, sloganı okuyarak sağa doğru devam etmektedir. Sırasıyla Coca-Cola yazısı ve diğer göstergelere, Ramazan ayına özgü sembollerin içerisinde dolaşmaktadır. Slogan Ramazana özgü paylaşmak, bir arada olmak, sevgi gibi duyguları yüklenerek hemen sağ tarafında bulunan ‘Coca-Cola’ yazısına aktarmaktadır. Bunu da yazıyla, logonun rengini beyaz yaparak değil, okuma yönünde sloganın “Mutluluğu Paylaş” tan sonra yerleştirilerek sağlanmıştır. Kullanılan yazı karakteri, metnin kendi bütünlüğü içinde logoyla, sloganı görsel olarak ayırmıştır. Ancak bu iki unsurun bir tümce olarak okunabilmesi ve bağlanması için renk unsuru kullanılmıştır. Renk burada bir vurgulama görevi de görmektedir. Okuma yönü, Coca-Cola logosundan sonra gelen fenerler, motifler, flamalar ile metin bağlanmıştır. Afişte gözün izlediği yol bittiğinde bütün, görünmeye ve anlamda duyumsanmaya başlayacaktır.



Resim 2. Coca-Cola Türkiye 2010 Ramazan Ayı Reklam Afişi

(Kaynak: Coca-Cola Türkiye Reklam Danışmanı Arzu Songur ile e-posta ile görüşme)

Gösterenler: İkinci afişin bütününe Coca-Cola marka rengi kırmızı ve beyaz hakim konumda görülmektedir. Bu iki renk dışında farklı renklerde kullanılmıştır. Logo ise ya şişenin üstünde ya da altta konumlandırılmıştır. Her iki afiştede bir diğer ortak nokta ise şişenin kapağı yoktur. Yerel kültüre ait imgeler davul, zeytin, fener, üzüm ve motifler şişenin içinden çıkmaktadır. afişte şişenin ağzında dışarıya doğru genişleyerek yapılan dizilim hareket ve akışkanlık duygusu veren objeler görülmektedir.

Gönderge: Paylaşmak, eğlence, birlikte olmak, gece (sahur) ve akşam (iftar)

Analiz: Şişeden çıkan görsel imgelere baktığımızda her bir gösterge içinde farklı bir anlamı barındırmaktadır. Nesnelere direkt kullanılmamıştır; onu temsil eden ama hemen tanıma bilecek ayrıntıları bulunan semboller bulunmaktadır. Bir masa etrafında toplanmış insanlar, iftar saatinde birlikte olma ve paylaşma duygularını taşıırken, fener ve davul gibi imgeler gece sahurda yeniden birlikte olmanın o zevkini temsil etmektedir. Bunların hepsinde de Coca-Cola oradadır. Afişin üst kısmında yer alan siyahlık yıldızlı bir gökyüzünü canlandırmaktadır.

Duyulan davul sesiyle; kullanılan davul göstergesi tokmağıyla o an çalınan bir davul izlenimi vermektedir. Davulun dizlimi geceyi temsil eden siyahlığa doğru yönelmiştir. Afişte zeytin gibi birçok farklı meyvenin de göstergeleri görünmektedir. Bunlar içinde zeytin sıkça tekrar edildiği görülmektedir. Bunun nedeni zeytinin Ramazan ayı içinde kendisinin bir yiyecek olması dışında taşıdığı yan anlamdır. Bu anlam iftar açma için kullanılan bir yiyecek olmasından gelmektedir. Zeytin dışında genelde su, hurma en çok kullanılan yiyecek ve içecektir. Her bir nesnenin taşıdığı bu yan anlam sıkça vurgulanmaktadır. Ancak bu anlamı ancak hedeflenen kitlenin kültürüne dahil olanlar bilmektedir. Bu afişteki zeytin ya da davul dünyanın herhangi bir yerinde bu özel anlamı taşımayacaktır.

Sonuç

Coca Cola'nın afişlerinde nesnel bağıntıları kullanarak, bilinen anlamlara sahip nesnelere bu anlamı başka bir nesneye aktarmanın yollarını nasıl kullanıldığı görülmektedir. Bunu iki afişte de ortak olarak kullanılan şişe üzerinden yapılmak istenmektedir. Şişe aktarılacak istenen anlamın taşıyıcısı konumundadır. Anlam aktarımının olabilmesi ve Coca-Cola şişesi ile Ramazan ayına özgü nesnelere birbiriyle ilişkilendirebilmek için tüketicinin bilen konumunda olması gerekliliği şartı vardır. Yani o kültürün bir parçası olunmalıdır. Ürünün içine sokulduğu bilişimsel bir çerçeve vardır. Tüketici bildiği için bildirişim yapabilmektedir. Önceden var olan bilgiye gönderme yapan ya da kendini onların içine konumlandıran Coca-Cola şişesi diğer imgelerle çağrışım yaparak düz ve yan anlama sahip nesnelere yerini alması sağlanmıştır.

Coca-Cola gibi küresel bir şirket kendisine farklı kültürlerde de yer bulabilmek için kültürel soyutlamaya giderek kendisini ya da ürününü içerik olarak değiştirmese de görsel olarak o kültüre ait öğelerle bezeyerek değişime gitmekte ve alıcıya ulaşmaktadır. Bu değişim özellikle kültürel görsellerin yoğun olarak ortaya çıktığı Ramazan bayramı gibi özel günlerde seçilmektedir. Burada küresel bir marka değeri olma ve farklı kültürlerle de bütünleşme kaygısıyla birlikte din gibi kendi içinde birçok anlam barındıran ve kendi kültürel yapısı bulunan bir olguya özellikle kullanılmaktan kaçınarak bu özel günlerin getirdiği yaşam biçimindeki değişikliklere odaklanmaktadır.

Sonuç olarak afişte tüketici ile imgesi arasında (CocaCola şişesi) Ramazan ayına özgü paylaşmak bir arada olmak, barışmak, mutluluk ve eğlece gibi duygular kullanılarak bir arzu duyumsaması sağlanmaktadır. Bu durum şimdiyle yani afişe baktığımız anla reklamın, sonu gelmeyecek olan bir geleceğe uzanan zamanı arasında bir birlik yaratılmıştır. Her akşam iftarda bu zevki tüketeceğimize inandırmaktadır. Oysa ki Ramazan ayı boyunca iftar saatlerinde Coca-Cola olmadan da bu zevkler yaşanacak susuzluk giderilecektir. Geleneksel bir kültürel hareket, gerçek anlamından boşaltılarak, ürün tarafından bütünüyle üstlenilmektedir.

Kaynaklar

“Rakamlarla Coca – Cola”, <http://www.coca-colaturkiye.com/hakkimizda/rakamlarla-coca-cola>, 18.03.2013.

Adorno, T. W., (2003). “Kültür Endüstrisini Yeniden Düşünürken”, *Cogito*, Çev. Doğan B.O., <http://www.ykykultur.com.tr/dergi/?makale=175&id=29>, 31.03.2013.

Arnheim, R., (2009). *Görsel Düşünme* (2b.), Çev. Ögdül R., İstanbul: Metis Yayınları.

Boone, E.L. ve Kurtz, L.D., (1995). *Contemporary Marketing Plus*, ABD: The Dryden Press.

Bravo, H., (2010). “Locke’un Soyut Genel İde Anlayışı”, *Felsefe ve Sosyal Bilimler Dergisi*, (10), 95-115.

Castells, M., (2008). *Ağ Toplumunun Yükselişi* (2b.), Çev. Kılıç E., İstanbul: Bilgi Üniversitesi Yayınları.

Cebeci, S., (2008). “Milli Kimlik Bağlamında Din-Kültür İlişkisi”, *Akademik İncelemeler Dergisi*, 3 (2), http://www.aid.sakarya.edu.tr/uploads/Pdf_2008_2_68.pdf, 20.03.2013.

Dyer, G., (1982). *Advertising As Communications*, London: Routledge.

Erbay, Y., (2011). “Küreseleşme Sürecini Anlamaya Yardımcı Bazı Kavramlar”,

<http://ilet.gazi.edu.tr/posts/download?id=13212>, 18.01.2013.

Erem, T. vd., (2000). “Global Pazarlarda Pazarlama Stratejilerinin Tasarım ve Uygulamasında Kültürel İletişimin Rolü”, 5. *Ulusal Pazarlama Kongresi Bildiriler Kitabı*, 16-18 Kasım, Antalya, <http://www.econturk.org/Turkiyeekonomisi/deniz4.pdf> , 19.01.2013.

Fiore, Q. ve McLuhan, M., (1967). *The Medium Is The Message*, Bantam Books.

Goldberh, M., (2001). “Hegemony”, <http://faculty.washington.edu/mlg/courses/definitions/hegemony.html>, 20.03.2013.

Güngör, E., (2003). *Kültür Değişmesi ve Milliyetçilik*, Hisar Türk ve İslam Klasikleri Projesi.

Harvey, D., (1992). *The Condition of Postmodernity An Enquiry Into The Origins Of Cultural Change* (2b.), ABD: BlackWell.

Illouz, E., (1997). *Consuming The Romantic Utopia*, Berkeley: University of California Press.

İyi, S., (2003). “Çağdaş Açılımlarıyla Kültür Kavramı ve Ioanna Kuçuradi”, *Marmara Üniversitesi Fen- Edebiyat Fakültesi Dergisi*, (3), 15-23.

Johnson, S., (2011). <http://johnsonsdictionaryonline.com>, 20.03.2013.

Jones, N., (2004). “Marshall McLuhan’s Global Village and Its Relevance In Today’s Society”, [www.aber.ac.uk /media/Students/ nwj0401.doc](http://www.aber.ac.uk/media/Students/nwj0401.doc), 10.01.2013.

Kırel, Ç., (1989). “Anadolu Üniversitesi’nin Kültürel Yapısında Meydana Gelen Değişmeler”, *Anadolu Üniversitesi Fen Edebiyat Fakültesi Dergisi*, 7 (1), 349-367.

Kluckhohn, C. ve Kelly, W.H., (1945). *The Concept Of Culture, The Science Of Man In The World Culture*, Linton R., (der.), New York: Columbia University Press, 78-105.

Kotler, P., (2000). *Kotler ve Pazarlama*, Çev. Özyağcılar A., İstanbul: Sistem Yayıncılık.

Luthans, F. ve Doh, P.J., (2012). *International Management: Culture, Strategy and Behavior* (8b.), New York: McGraw-Hill.

Marx, K., (1858). “The Grundrisse”, <http://www.marxists.org/archive/marx/works/1857/grundrisse/ch10.htm>, 31.03.2013.

McLuhan, M., (1964). *Understanding Media: The Extensions of Man*, New York: McGraw-Hill.

Mora, N., (2008). “Medya ve Kültürel Kimlik”, *Uluslararası İnsan Bilimleri Dergisi*, 5 (1), www.insanbilimleri.com/ojs/index.php/uib/article/download/406/273, 31.03.2013.

Morey, D. ve Robins, K., (1995). *Spaces of Identity*, New York: Routledge.

Oğuz, M.Ö., (2001). “Küreselleşme ve Ulusal Kalıt Kavramları Arasında Türk Halkbilimi”, *Milli Folklor*, 7 (59), 5-8.

Ozanaya, Ö., (1992). “Ulusal Toplumun ve Ulusal Kültürün Kurucu Öğeler”, *Ankara Üniversitesi Türk İnkılap Tarihi Enstitüsü Atatürk Yolu Dergisi*, 3 (10), 213-225.

Özgen, E., (2009). *Psikopatolojilerde Bilgi İşleme Süreçleri (Kuramdan Uygulamaya)*, Temel Algısal Süreçler ve Bilgi İşlemede Algının Yeri, Irak M., (der.), Ankara: HB Yayınevi.

Pomo, M., (2013). “Postmodernism: Boundaryless Self in a Boundaryless World”, <http://it.stlawu.edu/~pomo/mike/timespac.html>, 10.02.2013.

Robertson, R., (1997). *Glocalization: Time-Space And Homogeneity-Heterogeneity, Global Modernities*, Featherstone M., Lash S., Robertson R., (der.), London: Sage.

Sarı, E., (2004). “Kültürler Arası İletişim: Temeller, Gelişmeler, Yaklaşımlar”, *Folklor /Edebiyat*, 39, 49-74.

Smith, D. A., (1991). *Global Culture: Nationalism, Globalization and Modernity*, M. Featherstone (der), London: Sage, 171-191.

Sorokin, P.A., (1964). *Sociocultural Causality, Space, Time*, New York: Russell and

Russell Pub.

Taylan, A., (2008). “Çok Uluslu Fast-Food Restoranlarının Ramazan Menüleri Örneğinde Küresel-Yerel Kültür Etkileşimi”, *Kültür ve İletişim*, 11 (1), 73-110.

TDK (2013). “Kültür”, <http://tdkterim.gov.tr/bts/arama/?kategori=verilst&kelime=k %F Clt%FCr&ayn=tam>, 19.03.2013.

Toksöz, F., (2008). *İyi yönetim el kitabı*, İstanbul: TESEV Yayınları.

Tuncay, S., (2008). “Psikolojik Algı Sorunlarının Kültürel Analizi ve Göç Olgusunun AB Sürecine Etkileri”, *Sosyoloji Konferansları Dergisi*, (37), [http:// www.journals .istanbul.edu.tr/tr/index.php/iktisatsosyoloji/article/view/4869/4413](http://www.journals.istanbul.edu.tr/tr/index.php/iktisatsosyoloji/article/view/4869/4413), 20.03.2013.

Tylor, E.B., (1871). *Primitive Culture*, Londra: Bradvury and Evans.

Yetim, N., (2002). “Küresel üretim yapılanmasına kültürel yanıtlar: Ulusal-yerel?”, *Doğu Batı*, 18, 129-140.

WOHLFAHRTSTHEORETISCHE ANALYSE DES BRAIN DRAIN AUS DER SICHT DER ENTWICKLUNGSLÄNDER

Yrd. Doç. Dr. Yılmaz AYDIN*

Zusammenfassung

Die vorliegende Arbeit hat das Ziel, sich mit der Problematik des Brain Drain aus der Sicht von Entwicklungsländern auseinander zu setzen. Die Auswirkungen des Brain Drain auf die Abwanderungsländer mit dem wohlfahrtstheoretischen Ansatz analysiert. Die Analyse der statischen Effekte einer Abwanderung qualifizierter Teile der Bevölkerung auf die Wohlfahrt der Entwicklungsländer wird im Rahmen der neoklassischen Theorie durchgeführt. Es wird gezeigt, dass der Brain Drain eine Verschlechterung der Wohlfahrt des Entwicklungslandes verursacht.

Begriffe: Brain drain, Neoklassische Theorie.

BEYİN GÖÇÜNÜN GELİŞMEKTE OLAN ÜLKELER ÜZERİNDEKİ ETKİSİNİN REFAH TEORİSİ AÇISINDAN ANALİZİ

Özet

Beyin göçü, hem gelişmekte olan ülkelerin kendi arasında hem de gelişmekte olan ülkeler ile gelişmiş ülkeler arasında gerçekleşen bir olgudur. Bu çalışmada gelişmekte olan ülkelere gelişmiş ülkelere gerçekleşen beyin göçü, gelişmekte olan ülkelerin ekonomilerine etkisi açısından ele alınmaktadır. Beyin göçünün tanımı ve nedenleri ayrıntılı şekilde açıklandıktan sonra beyin göçünün göç veren ülkelere etkisi refah ekonomisi kapsamında analiz edilmektedir. Vasıflı işgücü göçünün gelişmekte olan ülkelerin refah düzeyine olan statik etkisi standart Neoklasik teori ile açıklanmıştır. Çalışmada, beyin göçünün gelişmekte olan ülkelerin ekonomilerini, özellikle gelir düzeyini olumsuz etkilediği gösterilmektedir. Burada ulaşılan sonucun tarihsel örneklerle desteklendiği görülmektedir.

* Nişantaşı Üniversitesi, İktisadi İdari Ve Sosyal Bilimler Fakültesi, Ekonomi Bölümü. yilmaz.aydin@nisantasi.edu.tr

Anahtar kelimeler: Beyin göçü, Neoklasik Teori.

Einleitung

Die Migration von Wissenschaftlern ist so alt wie die Geschichte der Menschheit. Zwar wanderten „kluge Köpfe“ aus verschiedenen Gründen ins Ausland ab, jedoch wurde das Phänomen „Brain Drain“ bis ins zwanzigste Jahrhundert von den Ökonomen nicht thematisiert. Erst in der zweiten Hälfte des zwanzigsten Jahrhunderts interessierte man sich für dieses Thema.

Der „Brain Drain“, d.h. die Migration gut ausgebildeter Fachkräfte, wurde in den sechziger Jahren in der wissenschaftlichen Literatur kontrovers diskutiert. Seit Mitte der achtziger Jahre finden Fragen der Mobilität von hochqualifizierten Arbeitskräften wieder verstärkt Beachtung vor dem Hintergrund der Globalisierung von Wirtschaftsaktivitäten. Von der Abwanderung aus Entwicklungsländern ist insbesondere der Gesundheitssektor betroffen, darüber hinaus das Bildungswesen, der öffentliche Sektor, die Industrie sowie die Wissenschaft und Forschung. Aus der Sicht der Entwicklungsländer könnte diese Abwanderung ihrer Wissenschaftler und Fachkräfte eine Beeinträchtigung ihrer eigenen Entwicklungsmöglichkeiten darstellen. Ziel dieser Arbeit ist eine Beurteilung der Problematik des „Brain Drain“ aus der Sicht der Entwicklungsländer zu leisten. Die Analyse ist begrenzt auf die statischen Effekte in der neoklassischen Wohlfahrtstheorie.

Im zweiten Kapitel wird der Begriff „Brain Drain“ definiert und die historische Entwicklung der Migration hochqualifizierter Arbeitskräfte betrachtet. Weiterhin werden die Ursachen der Migration dieser Teile der Bevölkerung von Entwicklungsländern aufgezeigt. Hierbei liegt der Analyse das allgemein akzeptierten Pull- und Push – Theorem zugrunde. Die Auswirkungen des Brain Drain auf die Abwanderungsländer werden im dritten Kapitel mit dem wohlfahrtstheoretischen Ansatz analysiert. Die Analyse der statischen Effekte einer Abwanderung qualifizierter Teile der Bevölkerung auf die Wohlfahrt der Entwicklungsländer im Rahmen der klassisch-neoklassischen Theorie durchgeführt. Hier wird der Einkommenseffekt des Brain Drain mit Hilfe eines Modells ohne Außenhandel untersucht, wobei sie keine

nennenswerten Wohlfahrtswirkungen des Brain Drain feststellen können. Im Gegensatz dazu wird festgestellt, dass aufgrund einer veränderten Kapitalintensität die Wohlfahrt in dem Land sinkt, von welchem die Arbeitskräfte abwandern.

Am Ende der Arbeit erfolgt im letzten Kapitel eine Schlussbetrachtung. Hier werden die Ergebnisse der Analyse der statischen Effekte kritisch zusammengefasst. Werden die restriktiven Annahmen des neoklassischen Modells aufgegeben, sind negative Effekte des Brain Drain eindeutiger.

1. Definition und Ursachenfaktoren

Der Begriff ‚Brain Drain‘ bezeichnet eine spezielle Form von internationaler Migration. Wie die wörtliche Übersetzung und die Synonymbezeichnungen als „Humankapitalflucht“ bzw. „Flucht der hellen Köpfe“ nahe legen, geht es dabei um die internationale Wanderung (Hoch-)qualifizierter,³⁸ wobei notwendigerweise zwei Merkmale erfüllt sein müssen: Der Migrationsentscheid muss freiwillig erfolgt sein und damit zusammenhängend, muss er individuell gefällt worden sein (Körner, 1999: 66 und Galinski, 1986: 1).

Geprägt wurde der Begriff ursprünglich, um die breite Abwanderung britischer Ingenieure und Wissenschaftler in die USA zu beschreiben, die in den 60er Jahren einsetzte (Watanabe, 1969: 401 und Mundende, 1989: 183). Über die historischen Hintergründe schreibt Grubel: „Such Migration has taken place throughout history, but it became the focus of public attention during the early 1960s when the United States embarked on a major increase of expenditures on science and engineering in order to meet the Soviet challenge symbolized by the launching of sputnik. These expenditure created an excess demand for highly skilled manpower that was met by immigration“ (Grubel, 1987: 201).

Allgemein anerkannte Definitionskriterien des Brain Drain gibt es eigentlich weder in der wissenschaftlichen noch in der politischen Diskussion. Das Problem liegt darin, mit

³⁸ Die Encyclopaedia Britannica definiert den Brain Drain als „das Abwandern von gebildeten Personen oder Fachkräften aus einem Land, wirtschaftlichen Sektor oder Gebiet in ein(en) anderes(n), meistens wegen besserer Löhne oder Lebensbedingungen“ Zit. nach (Moguérou, 2004: 3).

welchem Konzept die Qualifikation von Migranten erfasst wird. Die Einteilung kann grundsätzlich anhand von zwei verschiedenen Kriterien vorgenommen werden: Entweder wird der erlernte oder aber der ausgeübte Beruf zugrunde gelegt. Eine anerkannte Klassifikation nach dem ersten Verfahren, dem „Konzept des ‚qualified as‘, ist die „International Standard Classification of Education“ (ISCED). Danach gehören Hochschulabsolventen bzw. Inhaber einer vergleichbaren Ausbildungsqualifikation zu den Hochqualifizierten (Galinski, 1986: 8). Die bekannteste Klassifikation nach dem zweiten Verfahren, dem „Konzept des ‚occupied as‘, ist die „International Standard Classification of Occupation“ (ISCO). Hiernach werden acht Hauptberufsgruppen unterschieden, von denen definitionsgemäß nur die erste („Professional, Technical and Related Workers“) den hochqualifizierten Berufstätigkeiten zugerechnet wird. Ihr gehören z.B. naturwissenschaftliche und medizinische Berufe, Ingenieure, Architekten, Juristen, Ökonomen sowie Lehrkräfte an (Galinski, 1986: 6 und 10).

Die Frage, ob und inwiefern der Brain Drain wirtschafts- bzw. entwicklungspolitische Eingriffe erfordert, bedarf neben der Einschätzung seiner Auswirkungen auch der Identifizierung seiner Ursachen. Bei den Ursachen der Abwanderung von Fachkräften wird in der Literatur meist zwischen so genannten Push- und Pull-Faktoren unterschieden. Zu den Push-Faktoren zählen schlechte Arbeitsbedingungen, geringe Bezahlung, fehlende Karrieremöglichkeiten, eingeschränkte Möglichkeiten der wissenschaftlichen Forschungsarbeit aufgrund mangelnder Ausstattung oder fehlender akademischer Freiheit. Pull-Faktoren sind bessere Arbeitsbedingungen, bessere Verdienst- und Karrieremöglichkeiten in den Zielländern sowie der Wunsch nach besserer Aus- bzw. Weiterbildung (Langthaler, 2008: 11).

An erster Stelle lassen sich Einkommensdifferentiale zwischen den Ab- und Zuwanderungsländern als ökonomische Determinante für die internationale Migration im allgemein und den Brain Drain im besonderen anführen. Höhere (erwartete) Einkommen und Einkommenssteigerungsraten in den typischen Immigrationsländern wirken als Pull-Faktoren, die einen starken Anreiz für den Zuzug Hochqualifizierter darstellen (Körner, 1999: 65). Das ist (bei allen sonstigen Differenzen) der gemeinsame Nenner der verschiedenen ökonomischen Erklärungskonzepte – sowie das Ergebnis einer Studien (Galinski, 1986: 88). Direkt damit zusammenhängend, stellen

unterschiedliche wirtschaftliche Entwicklungsniveaus und -trends eine zweite wichtige Gruppe ökonomischer Determinanten für den Brain Drain dar. Wirtschaftliche Entwicklungsdefizite der Entwicklungsländer wirken in diesem Zusammenhang als Push-Faktoren, worunter grundsätzlich sowohl wirtschaftliche Strukturprobleme als auch Wachstumsrückstände fallen, mit denen nicht nur eine deutlich geringere Entlohnung, sondern auch wesentlich schlechtere Berufsmöglichkeiten für Hochqualifizierte verbunden sind (Körner, 1999: 65). Schließlich sind noch internationale Disparitäten im Ausbildungs- und Berufssystem ausschlaggebend. Ein solches Ungleichgewicht zwischen vorhandenem und benötigtem Arbeitskräftepotenzial im hochqualifizierten Arbeitsmarktsegment typischer Zuwanderungsländer – wie im Fall der USA in den 60er Jahren – stellt einen wichtigen Pull-Faktor für den Brain Drain dar.³⁹ Die unzureichende Absorptionsfähigkeit hochqualifizierter Arbeitskräfte auf den Arbeitsmärkten der meisten Entwicklungsländer wird umgekehrt wie ein Push-Faktor. Verschärft wird dieses „mismatch“ noch, wenn Bildungsinhalte nicht auf die speziellen Arbeitsmarkterfordernisse der Länder ausgerichtet sind, und es zu Fehl- oder sogar Überspezialisierungen kommt (Galinski, 1986: 67).

Während sich ökonomische Push- und Pull-Faktoren des Brain Drain direkt auf das wirtschaftliche Umfeld der Ab- und Zuwanderungsländer beziehen – und damit auf klassische Problemfelder wirtschaftlicher Unterentwicklung –, verweisen die nicht-ökonomischen (sozialen, kulturellen und politischen) Ursachen auf sehr komplexe, indirekte Hintergründe. Da die Signifikanz dieser Determinanten von Land zu Land deutlich abweicht, bedarf es diesbezüglich sogenannter „case studies“, an denen es aber leider mangelt.

2. Statische Effekte in der Neoklassischen Wohlfahrtsanalyse

In diesem Abschnitt werden die statischen, ökonomischen Auswirkungen des Brain Drain auf die Abwanderungsländer, die hier die Entwicklungsländer repräsentieren sollen, mit Hilfe des wohlfahrtstheoretischen Ansatzes im Rahmen der neoklassischen Theorie untersucht.

³⁹ „For example, the United States produce only 8.000 physicians a year, while 12.000 are needed“ (Watanabe, 1969: 420).

Um die Notwendigkeit der entwicklungspolitischen Maßnahmen gegenüber dem Brain Drain zu beurteilen, ist es wichtig zu entscheiden, wessen Wohlfahrt gemessen werden soll. Dafür gibt es in der Literatur zwei verschiedene Konzepte. Während nach dem "internationalistischen Konzept" die Weltwohlfahrt die relevante Größe für die politische Beurteilung des Brain Drain ist, wird nach dem "nationalistischen Konzept" die Wohlfahrt des Emigrations- oder Immigrationslandes als relevante Größe gesehen (Galinski, 1986: 108). In dieser Arbeit wird das "nationalistische Konzept" vorgezogen, da sich aus der Aufgabenstellung eine Orientierung auf Entwicklungsländer als Emigrationsländer ergibt.

Die Wohlfahrteffekte des Brain Drain werden in Bezug auf das Emigrationsland untersucht, indem die Wohlfahrt der Nicht-Emigranten vor und nach der Migration der Hochqualifizierten verglichen wird.⁴⁰ Hinsichtlich des Brain Drain wird dabei von einer einmaligen permanenten Migration hochqualifizierter Arbeitskräfte ausgegangen. Die Wohlfahrtsanalyse des Brain Drain wird wie üblich, mit Hilfe einer konventionellen ökonomischen Wohlfahrtsfunktion durchgeführt. Bei dieser werden Wohlfahrtsänderungen durch die Veränderung des Sozialproduktes bzw. des Pro-Kopf-Einkommens gemessen.⁴¹ Der Brain Drain wird für das Abwanderungsland negativ beurteilt, wenn das Pro-Kopf-Einkommen der Nicht-Emigranten durch die Emigration hochqualifizierter Arbeitskräfte sinkt, bzw. im umgekehrten Fall positiv beurteilt. Durch den Brain Drain ausgelöste Einkommens- und Verteilungseffekte auf die Nichtemigranten werden im Rahmen einer geschlossenen Volkswirtschaft betrachtet. Unter einer geschlossenen Volkswirtschaft wird hier eine Volkswirtschaft ohne Außenhandel verstanden, aus der aber Faktorwanderungen möglich sind. Die Bevölkerung dieser Volkswirtschaft besteht aus Emigranten und Nicht-Emigranten (Galinski, 1986: 111). Es wird von einer unabhängigen gleichen Nutzenfunktion der Individuen ausgegangen (Berry und Soligo, 1969: 779).

⁴⁰ Da bei einer freien Migrationsentscheidung davon ausgegangen werden kann, dass die Wohlfahrt der Emigranten durch die Migration steigt, werden hier die Wohlfahrteffekte des Brain Drain auf die Emigranten selbst nicht berücksichtigt (Grubel und Scott, 1966: 270).

⁴¹ Da im Rahmen der statischen Analyse Bevölkerungswachstum ausgeschlossen wird, sind Veränderungen des Sozialproduktes der Nichtemigranten und Veränderung des Pro-Kopf-Einkommens dieser gleichbedeutend (Galinski, 1986: 107).

In dieser geschlossenen Volkswirtschaft wird der Output mit den Produktionsfaktoren Arbeit und Kapital hergestellt. Der Output besteht dabei aus einem Gut. Der Faktor Kapital setzt sich aus Sach- und Humankapital zusammen, während der Faktor Arbeit als homogener Faktor betrachtet wird. Es wird somit angenommen, dass beim Brain Drain zum einen Arbeit und zum anderen Kapital in Form von Humankapital wandert (Galinski, 1986: 109). Der Zusammenhang zwischen Output und Input wird mit der Produktionsfunktion beschrieben. Die Produktionsfunktion wird durch zwei Annahmen gekennzeichnet, erstens durch konstante Skalenerträge und zweitens durch abnehmende Grenzproduktivität der Faktoren (Gundlach, 1999: 176). Die Annahme der konstanten Skalenerträge besagt, dass eine gleichzeitige λ -fache Erhöhung aller Inputfaktoren zu einer λ -fachen Erhöhung des Outputs führt (Stocker, 1997: 51). Unter abnehmender Grenzproduktivität versteht man, dass mit zunehmendem Input eines Produktionsfaktors ceteris paribus der Output immer weniger steigt (Gundlach, 1999: 176). Weiterhin wird von einer vollständigen Substitutionalität der Produktionsfaktoren ausgegangen, d.h., Arbeit und Kapital können in jedem beliebigen Verhältnis eingesetzt werden (Homburg, 1994: 57). Dies impliziert auch die vollständige Substitutionalität zwischen Human- und Sachkapital (Galinski, 1986: 111).

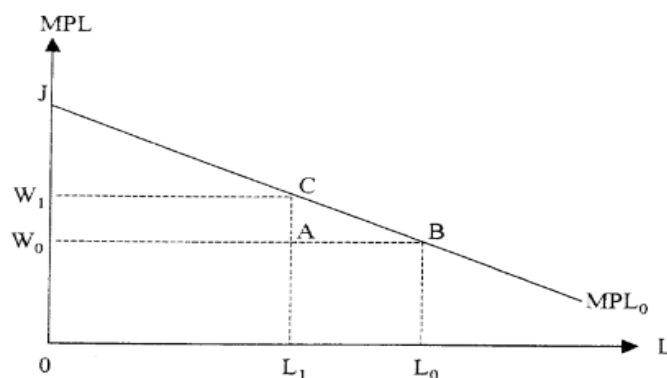
Als Marktbedingung wird im neoklassischen Standardmodell vollständige Konkurrenz auf den Güter- und Faktormärkten unterstellt. Die Annahme der vollständigen Konkurrenz besagt, dass die Wirtschaftssubjekte sich auf den Märkten als Mengenanpasser verhalten (Stocker, 1997: 208). Die Produktionsfaktoren werden auf den Faktormärkten nach dem Grenzproduktivitätsprinzip entlohnt. Die Entlohnung der hochqualifizierten Arbeitskräfte setzt sich unter diesen Annahmen aus dem Lohn der unqualifizierten Arbeitskräfte und einer der Sachkapitalverzinsung entsprechenden Entlohnung des Faktors Humankapital zusammen (Galinski, 1986: 111).

Im Standardmodell wird weiterhin eine Welt ohne Staat und Externalitäten unterstellt. In einer Welt ohne Staat wird die Ausbildung nur privat finanziert. Es wird angenommen, dass die Hochqualifizierten solange in ihre Ausbildung investieren bis sie die bereits dargestellte Gleichgewichtsentlohnung erreichen (Galinski, 1986: 111). Ohne externe Effekte stimmen der private und soziale Grenzertrag der Produktionsfaktoren überein (Blankart, 1998: 484). Unter diesen Annahmen wird durch

den Preismechanismus Angebot und Nachfrage auf allen Märkten immer ausgeglichen (Gundlach, 1999: 176). Somit wird in diesem Modell davon ausgegangen, dass auf dem Faktormarkt für Arbeit stets Vollbeschäftigung herrscht.

Das oben skizzierte Modell soll nun graphisch dargestellt werden.⁴² Schaubild 1 beschreibt die Ausgangssituation im Emigrationsland anhand der Darstellung der Grenzproduktivität des Faktors Arbeit (Galinski, 1986: 112). An der Abszisse wird die Anzahl der Arbeitskräfte in der Volkswirtschaft mit L , an der Ordinate die Höhe des Lohns der Arbeitskräfte mit W sowie die Höhe der Grenzproduktivität mit MPL bezeichnet. L_0 ist die Anzahl der Arbeitskräfte vor der Emigration, also die Summe aus Nicht- und Emigranten, L_1 stellt die Anzahl der Nicht-Emigranten dar. Die Kurve MPL_0 beschreibt den Zusammenhang zwischen der eingesetzten Arbeit und ihrer Grenzproduktivität bei einem gegebenen Kapitalstock in Form von Sach- und Humankapital im Abwanderungsland vor der Abwanderung. Annahmegemäß entspricht die Entlohnung der Arbeitskräfte ihrer Grenzproduktivität. Die Grenzproduktivität und damit der Lohn der Arbeitskräfte sinkt Annahmegemäß mit zunehmendem Arbeitseinsatz. Somit wird mit der MPL_0 -Kurve eine traditionelle fallende Grenzertragskurve der Arbeit vorgestellt.

In der Ausgangssituation sind beim Gleichgewichtsreallohn W_0 alle L_0 Arbeitskräfte beschäftigt. Die Gesamtproduktion der Emigranten und Nicht-Emigranten entspricht der Fläche unter der Grenzertragskurve zwischen 0 und L_0 , d.h. $0L_0BJ$. Das Einkommen für den Faktor Arbeit ist gleich der Fläche $0L_0BW_0$ und das Kapitaleinkommen W_0BJ .



⁴² Zur graphischen Darstellung dieses Modells, vgl. (Grubel und Scott, 1977: 37) und vgl. auch (Galinski, 1986: 112).

Schaubild 1: Grenzertragskurve der Arbeit

(Literaturverzeichnis: Aydın, 2001: 19 und Galinski, 1986: 112.)

Unter den oben genannten Modellannahmen wurde der Brain Drain von Grubel und Scott zuerst für den Fall der Abwanderung einer infinitesimalen, d.h. marginalen Anzahl hochqualifizierter Arbeitskräfte analysiert. Die Aussage ihrer Analyse lautet: Wandert eine kleine infinitesimale Zahl der hochqualifizierten Arbeitskräfte aus, so bleibt die Wohlfahrt der Nicht-Emigranten durch die Migration unverändert (Grubel und Scott, 1966: 270 und 1977: 35). Dies wird damit begründet, dass nach der Grenzproduktivitätstheorie das Einkommen der letzten Einheit des Faktors Arbeit gleich dem Wert seines Beitrags zum Output ist, und somit der auswandernde Produktionsfaktor sowohl seinen Beitrag zum Output als auch seine Anforderung an den Output mitnimmt.⁴³ Ein Effekt auf die Verteilung des Einkommens zwischen Kapital und Arbeit der Nichtemigranten durch den Brain Drain kann allerdings nicht völlig ausgeschlossen werden. Da es sich aber um eine infinitesimal kleine Änderung handelt, wird dieser Effekt als unbedeutend betrachtet (Grubel und Scott, 1966: 270).

Bedeutender für die Realität des Brain Drain ist aber der Fall der nicht-marginalen Migration. Dabei ist nicht mit demselben Ergebnis zu rechnen (Berry und Soligo, 1969: 778). Dieser Fall wird anhand des oben dargestellten Modells von Galinski betrachtet. Sie berücksichtigt dabei abweichende Kapitalintensitäten, also unterschiedliche Kapital-Arbeit-Ausstattungsverhältnisse (hier: Kapital pro Kopf) zwischen Nicht- Emigranten und Emigranten⁴⁴. Dabei wird unterstellt, dass die hochqualifizierten Arbeitskräfte neben ihrem Human- auch ihr Sachkapital mit ins Ausland nehmen (Galinski, 1986: 113).

Zunächst wird hier mit Hilfe der graphischen Darstellung (Schaubild 2) der Fall untersucht, dass die durchschnittliche Kapitalintensität der Nicht- Emigranten größer als die der Emigranten ist (Galinski, 1986: 113). Da beim Brain Drain eine im Vergleich zu den Nicht-Emigranten überdurchschnittliche Ausstattung der Emigranten mit

⁴³ "Thus, the emigration of Indian scientists who earned x rupees in their home country lowers that country's national output by x rupees but does not affect the income of those remaining behind." (Grubel, 1987: 204).

⁴⁴ Zur Darstellung dieser Analyse vgl. (Galinski, 1986: 111-117).

Humankapital anzunehmen ist, muss die Kapitalausstattung der Nicht-Emigranten in diesem Fall durch eine überdurchschnittliche Ausstattung mit Sachkapital kompensiert werden. In Schaubild 2 stellt die MPL_0 -Kurve die bereits dargelegte Grenzertragskurve der Emigranten und Nicht-Emigranten in der Ausgangssituation dar. Die MPL_1 -Kurve stellt die Grenzertragskurve der Nicht-Emigranten dar. Diese verläuft unterhalb der MPL_0 -Kurve, da sie sich nur auf den Human- und Sachkapitalstock der Nicht-Emigranten bezieht. Der Grad der Drehung hängt davon ab, in welchem Maß die Kapitalintensität der Emigranten von der durchschnittlichen Kapitalintensität in der Volkswirtschaft abweicht. Da in diesem Fall die Kapitalintensität der Nicht-Emigranten größer als die der Emigranten ist, fällt die Drehung der Kurve relativ gering aus (Galinski, 1986: 112-113). Die Nicht-Emigranten realisieren vor dem Brain Drain ein Realeinkommen in Höhe von OL_1ACJ . Davon entspricht die Fläche OL_1AW_0 dem Einkommen des Faktors Arbeit der Nicht-Emigranten, das Kapitaleinkommen beträgt W_0CJ .

Durch die Emigration der hochqualifizierten Arbeitskräfte sinkt der Arbeitseinsatz der Volkswirtschaft von L_0 auf L_1 . Da mit den Emigranten gleichzeitig auch Kapital auswandert, sinkt der Kapitalstock im Emigrationsland, was zur Drehung der volkswirtschaftlichen Grenzproduktivitätskurve des Faktors Arbeit auf die MPL_1 -Kurve führt. Die neue Gleichgewichtssituation entsteht im Punkt F. Das neue Gesamteinkommen der Nicht-Emigranten beträgt OL_1FJ . Verglichen mit der Ausgangslage erhalten die Nicht-Emigranten durch den Brain Drain einen absoluten Einkommensverlust um die Fläche des Dreiecks AFC. Dies ist der sogenannte ‚dead-weight-loss‘ (Galinski, 1986: 113).

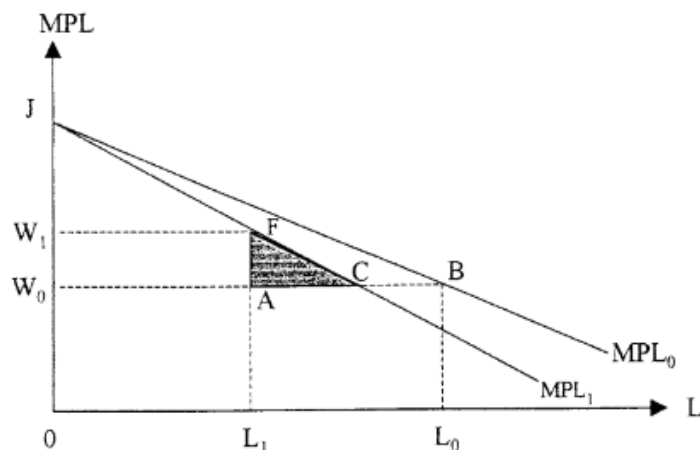


Schaubild 2: Einkommensverlust der Nicht-Emigranten

(Literaturverzeichnis: Aydın, 2001: 21 und Galinski, 1986: 113)

Außerdem findet durch den Brain Drain eine Einkommensumverteilung vom Faktor Kapital zugunsten des Faktors Arbeit statt. Aufgrund der geringeren Kapitalausstattung pro Kopf der Emigranten, steigt nach dem Brain Drain die durchschnittliche Kapitalintensität im Emigrationsland. D.h., der Faktor Arbeit ist im Verhältnis zum Faktor Kapital relativ knapp geworden. Damit erhöht sich die Grenzproduktivität des relativ knapp gewordenen Faktors Arbeit und folglich der Lohn auf W_1 . Das Arbeitseinkommen der Nicht-Emigranten steigt nach dem Brain Drain somit um W_0AFW_1 . Das Kapitaleinkommen der Nicht-Emigranten verringert sich nicht nur um diese Fläche, sondern zusätzlich trägt der Faktor Kapital auch den kompletten ‚dead-weight-loss‘ AFC.

Zusammenfassend kann festgehalten werden: Wenn die Kapitalintensität der Nichtemigranten größer als die der Emigranten ist, sinkt die Wohlfahrt der Nicht-Emigranten durch den Brain Drain unter den getroffenen Modellannahmen immer. Den Verlust erleiden die Kapitaleigner. Darüber hinaus hat der Brain Drain einen Umverteilungseffekt zugunsten des Faktors Arbeit.

Nun wird der Fall untersucht, dass die Emigranten durchschnittlich kapitalreicher als die Nicht-Emigranten sind (Schaubild 3). Die Arbeits-Grenzproduktivitätskurve MPL_1 der Nicht-Emigranten muss dann relativ stark gedreht werden, sie muss unterhalb des Punktes A^{45} liegen (Galinski, 1986: 114). Nach dem Brain Drain ist MPL_1 wieder die neue gesamtwirtschaftliche Grenzproduktivitätskurve. Das neue Gleichgewicht entsteht im Punkt D mit dem Lohnniveau W_2 .

Vor der Emigration realisieren in diesem Fall die Nicht-Emigranten Einkommen in Höhe der Fläche von OL_1AFJ . Dabei beträgt der Anteil des Faktors Arbeit der Nicht-Emigranten wiederum OL_1AW_0 und ihr Kapitaleinkommen umfasst W_0FJ . Durch Emigration sinkt der Arbeitseinsatz wiederum von L_0 auf L_1 und die

⁴⁵ Punkt A ergibt sich beim Ausgangslohn W_0 und der Anzahl der Nicht-Emigranten L_1 . Eine durch den Punkt A verlaufende Grenzproduktivitätskurve der Nicht-Emigranten ergibt sich bei gleicher durchschnittlicher Kapitalintensität von Nicht- und Emigranten. Vgl. (Galinski, 1986: S. 114f).

volkswirtschaftliche Grenzproduktivitätskurve sinkt auf die MPL_1 -Kurve. Da die Kapitalintensität der Emigranten größer als die durchschnittliche Kapitalintensität in der Ausgangssituation ist, ist nach der Emigration der Faktor Arbeit relativ reichlich geworden. Die Grenzproduktivität des relativ reichlich gewordenen Faktors Arbeit und sowie der Lohnsatz sinken somit auf W_2 . Das neue Arbeitseinkommen der Nicht-Emigranten ist OL_1DW_2 , während das Kapitaleinkommen der Nicht-Emigranten auf W_2DJ steigt. Der Umverteilungsgewinn der Kapitaleigner beträgt W_0FDW_2 . Dieser ist aber kleiner als der Verlust des Arbeitseinkommens W_0ADW_2 . Es ergibt sich somit auch in diesem Fall ein Einkommensnettoverlust für die Nicht-Emigranten, ein ‚dead-weight-loss‘. Dieser beträgt hier die Fläche FAD und wird im Unterschied zum ersten Fall komplett vom Faktor Arbeit getragen.⁴⁶

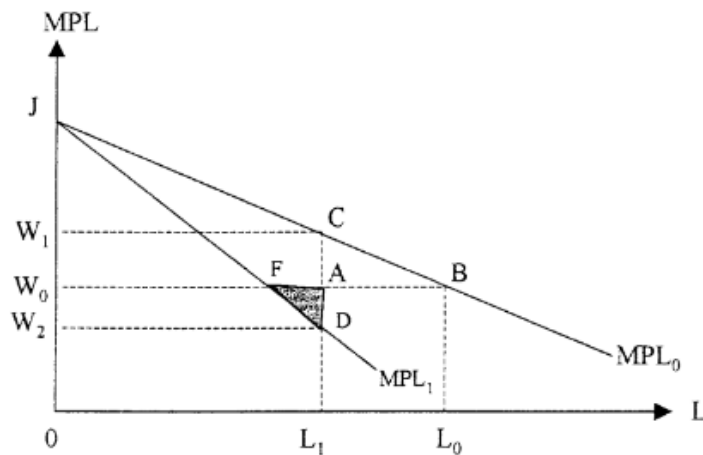


Schaubild 3: Einkommens – Und Umverteilungseffekte der Nicht - Emigranten

(Literaturverzeichnis: Aydın, 2001: 22 und Galinski, 1986: 113)

Zusammenfassend kann festgehalten werden: Die Migration hochqualifizierter Arbeitskräfte hat unter den obigen Modellannahmen immer dann einen negativen Einkommenseffekt auf die Nicht-Emigranten, wenn die Emigranten kapitalreicher als Nicht-Emigranten sind. Außerdem entsteht eine Umverteilung zugunsten der Kapitaleigner, da der Faktor Arbeit im Verhältnis zum Kapital relativ reichlich geworden ist (Galinski, 1986: 114).

⁴⁶ Der Rückgang des Output geht auf den ‚dead-weight-loss‘ des Arbeitseinsatzes zurück.“ (Galinski, 1986: 114).

Grubel und Scott haben den Fall betrachtet, dass die durchschnittlichen Kapitalintensitäten der Emigranten und Nicht-Emigranten genau übereinstimmen.⁴⁷ In diesem Fall verläuft die MPL_1 -Kurve der Nicht-Emigranten und damit auch die neue volkswirtschaftliche MPL-Kurve nach der Emigration von Punkt J ausgehend genau durch Punkt A (Schaubilder 1/2/3).⁴⁸ Da das Arbeits-Kapital-Verhältnis, damit die relative Knappheit des Faktors Arbeit, auch nach der Migration gleich geblieben ist, bleibt die Grenzproduktivität der Arbeit und damit der Lohnsatz unverändert. In diesem Sonderfall führt der Brain Drain zu keinem Wohlfahrtsverlust der Nicht-Emigranten. Wegen der Annahme der konstanten Skalenerträge sinkt bei einer prozentual gleichen Senkung der Inputfaktoren der Output prozentual genau um diesen relativen Betrag. Es ergeben sich somit weder Einkommens- noch Umverteilungseffekte auf die Nicht-Emigranten durch den Brain Drain (Grubel und Scott, 1977: 37). Somit wurde gezeigt, dass der Brain Drain unter den obigen Annahmen immer dann einen negativen Effekt auf die Wohlfahrt der Nicht-Emigranten in Form eines ‚dead-weight-loss‘ und einen Umverteilungseffekt im Abwanderungsland entweder zugunsten des Faktors Arbeit oder des Faktors Kapital hat, wenn die Kapitalintensitäten der Nicht-Emigranten und Emigranten voneinander abweichen.

Neben der Einkommens- und Umverteilungseffekte kann im Rahmen der statischen neoklassischen Wohlfahrtsanalyse auch die Frage von Beschäftigungseffekten des Brain Drain betrachtet werden. Da entsprechend der arbeitsmarkttheoretischen Grundannahmen von Vollbeschäftigung ausgegangen wird, spielen eigentlich die Frage von Beschäftigungseffekten des Brain Drain in der neoklassischen Modellbildung keine Rolle. Unter der Annahme vollständig flexibler Löhne kann Arbeitslosigkeit daher nicht entstehen; sie wird so zu einem reinen Problem der Lohnausbildung. Ebenso zu einer gleichgewichtigen Humankapitalbildung führt die neoklassische Annahme von einer rein privat finanzierten Ausbildung. Wenn staatliche Bildungssubventionen fehlen, bringt das einzelwirtschaftliche Kosten-Nutzen-Kalkül der Wirtschaftssubjekte Angebot und Nachfrage auf dem Arbeitsmarktsegmente für Hochqualifizierte zum Ausgleich.

⁴⁷ Abweichend von den obigen Modellannahmen haben Grubel und Scott unterstellt, dass beim Brain Drain die hochqualifizierten Emigranten nur ihr Humankapital ins Ausland mitnehmen. Vgl. (Grubel und Scott, 1977: S 36). Das bedeutet, dass in diesem Fall das durchschnittliche Humankapital pro Emigrant dem durchschnittlichen Sach- und Humankapital pro Nicht-Emigranten entspricht. Vgl. (Donges, 1981: 147).

⁴⁸ Vgl. (Grubel und Scott, 1977: 36).

Arbeitslosigkeit unter Hochqualifizierten und ein Überschussangebot an Humankapital sind somit spielen eigentlich durch die Annahmen der Neoklassik ausgeschlossen und spielen daher für die traditionelle Wohlfahrtsanalyse keine Rolle.

Infolge der vielzitierten „Bildungsexplosion“ in den sechziger und siebziger Jahren, die auch die Entwicklungsänder erfasst hat, ist Arbeitslosigkeit unter Hochqualifizierten auch in diesen Staaten zu einem gesellschaftlichen Problem geworden. In diesem Zusammenhang können Lohnrigiditäten, die insbesondere im hochqualifizierten Arbeitsmarktsegment erwartet werden, diese Arbeitslosigkeit mitbegründen (Blomquist, 1985: 644-645).⁴⁹ Das seither bestehende Überschussangebot, was einen „mismatching“ darstellt, wird dabei durchaus unterschiedlich bewertet: Eine Position behauptet, dass das Abfließen „überschüssiger“ Arbeitskräfte durch den Brain Drain keine negativen Wohlfahrtswirkungen für die betroffenen Länder hat. In diesem Zusammenhang wird dann statt von Brain Drain von „brain overflow“ gesprochen. Dabei wird argumentiert, dass durch Emigration überschüssiger qualifizierter Arbeitskräfte „brain overflow“ die Arbeitslosigkeit sinkt, und infolge dessen die Kapitalintensität pro Kopf im Abwanderungsland ansteigt. Eine höhere Kapitalintensität führt dann zur Erhöhung der Wohlfahrt, da mit der Produktivität die Einkommen im Abwanderungsland steigen (Mundende, 1989: 186). Somit hat die Emigration hochqualifizierter Arbeitskräfte im Unterbeschäftigungsfall positive Effekte auf das Abwanderungsland.

Gegen diese Argumentation wird die Ansicht vertreten, dass die Emigration arbeitsloser Hochqualifizierter die erwarteten Einkommen auf dem Markt für Qualifizierte erhöht und damit der Anreiz zur Ausbildung steigt. Dazu wird das eingeführte Grundmodell dahingehend modifiziert, dass staatliche Bildungssubventionen und die Existenz von Lohnrigiditäten – sowohl bei den unqualifizierten als auch qualifizierten Arbeitskräften – als Marktverzerrungen in die Analyse einbezogen werden.⁵⁰ Variable Produktionsfaktoren sind modellgemäß unqualifizierte und qualifizierte Arbeitskräfte, wobei der Lohnsatz der Hochqualifizierten das durchschnittliche Pro-Kopf-Einkommen deutlich übersteigt. Dies wird mit der Annahme begründet, dass Gutsausgebildete aus

⁴⁹ “The classical mechanism to generate unemployment within the brain drain literature is rigid wages” (Wolburg, 2001: 51).

⁵⁰ Diese Betrachtung orientiert sich an; (Galinski, 1986: 123-137).

den Entwicklungsländern über die Bedingungen in den Industrieländern gut informiert sind, und sich daher an den Löhnen dieser Länder orientieren (Aydin, 2001: 26). Die erfolgreiche Durchsetzung ihrer Lohnforderungen im Inland zieht dann auch die Löhne der Unqualifizierten mit nach oben. Somit kann in beiden Bereichen Arbeitslosigkeit entstehen.

Wenn die Externalitäten berücksichtigt werden, ändern sich die Einkommens- und Beschäftigungseffekte. Herrscht in den Entwicklungsländern keine Vollbeschäftigung, sondern Arbeitslosigkeit unter den qualifizierten und unqualifizierten Arbeitskräften, kann es zur Verdrängung von Unqualifizierten durch Qualifizierte auf dem Arbeitsmarkt kommen. Beispielsweise arbeiten Akademiker als Taxifahrer. Dann aber der Verdrängungseffekt durch Brain Drain. Wenn weiter angenommen wird, dass die Zahl der Abgewanderten den Bestand an Hochqualifizierten im unqualifizierten Arbeitsmarktsegment nicht überschreitet, sinkt die Arbeitslosigkeit der Unqualifizierten, ihre Beschäftigung steigt, wobei die Produktivität unverändert bleibt. Da ein Jurist als Taxifahrer keine positiven externen Effekte erzielt, steigt daraufhin das Pro-Kopf-Einkommen im Emigrationsland (Wolburg, 2001: 52). Unter diesen Bedingungen kann von einem „brain overflow“ gesprochen werden (Mundende 1989: 186).

Dieses Ergebnis ändert sich, wenn die Analyse dahingehend erweitert wird, dass unterschiedliche Produktionssektoren mit variierendem Beschäftigungsanteil von Qualifizierten und Unqualifizierten Berücksichtigung finden. In diesem Fall kommt es infolge eines Brain Drain zu einer Senkung der durchschnittlichen Produktivität und zu einem Wohlfahrtsverluste für die Nicht-Emigranten (Wolburg, 2001: 52). Bhagwati liefert das Beispiel eines philippinischen Arztes, der als Taxifahrer in Manila arbeitet: „If the possibility of migration to the U.S. were not available, he would at some stage stop wasting his skills and being a cabdriver and, since returns being a doctor in Manila are clearly low, he would migrate internally: to the smaller cities where he could practice medicine. The external brain drain (from Manila to New York) therefore inhibits the (desirable) internal diffusion (out of Manila into the hinterland). And even if one pretends that doctors earn the value of their marginal product (in and out of Manila, in the Philippines), the above argument shows that the social marginal product of the doctor who is ‘unemployed’ qua doctor is not zero...“ (Bhagwati, 1975: 208).

Schlussbetrachtung

Die Betrachtung der Wohlfahrtseffekte des Brain Drain wurde unter den restriktiven neoklassischen Modellannahmen durchgeführt. Im Grundmodell stimmen privater (und sozialer) Grenzertrag der Produktionsfaktoren mit dem Lohn überein. Liegt hingegen nicht vollständige Konkurrenz sondern beispielsweise monopsonistische Faktorpreisbildung vor, was für bestimmte Berufsgruppen in Entwicklungsländern durchaus typisch ist (z.B. bei Wissenschaftlern an staatliche Institutionen), so sind die marginale und nicht-marginale Migration Qualifizierter in Bezug auf das Einkommen der Nicht-Emigranten nicht mehr neutral. In diesem Fall ist der Lohn der potentiellen Emigranten kleiner als ihr privater Grenzertrag. Mit anderen Worten, die hochqualifizierten Arbeitskräfte produzieren mehr als sie verdienen. Der Unterschied zwischen dem Grenzertrag und dem Lohn kann als Einkommensverlust für die Nicht-Emigranten angesehen werden.

Bei der Ableitung der Einkommenseffekte wurde im Grundmodell von konstanten Skalenerträgen ausgegangen. Werden statt konstanter sinkende oder steigende Skalenerträge in der Produktion unterstellt, ändern sich die Ergebnisse. Leistet beispielsweise eine Gruppe von Wissenschaftlern pro Kopf einen wesentlich höheren Beitrag zum Sozialprodukt als jeder einzelne Wissenschaftler für sich zu leisten imstande wäre, und wird den Wissenschaftlern dieser zusätzliche Wert nicht in Form von Lohn vergütet, so wird die Volkswirtschaft einen zusätzlichen Einkommensverlust durch die Abwanderung einzelner Wissenschaftler erleiden. Diese Synergieeffekte durch Kooperation stellen positive externe Effekte dar. Die soziale Grenzproduktivität stimmt dann nicht mehr mit der privaten überein. Auch in diesem Fall produzieren die Hochqualifizierten mehr als sie verdienen. Aufgrund von Brain Drain entsteht ein Verlust für die Nicht-Emigranten.

Auch die Annahme einer vollständigen Substituierbarkeit der Produktionsfaktoren Sach- und Humankapital sowie der qualifizierten und unqualifizierten Arbeitskräfte muss als Schwäche der betrachteten Modelle angesehen werden. So bleibt unberücksichtigt, dass die Humankapitalbildung zeitintensiv ist. Durch Brain Drain würden dann zusätzliche kurz- und mittelfristige Anpassungsprobleme auftreten. Wenn die Emigranten durch weniger Befähigte ersetzt werden können, sinken die

Produktivität und die Einkommen im Abwanderungsland. Bei Komplementarität der Produktionsfaktoren kann es durch die Abwanderung hochqualifizierter Arbeitskräfte zu einem verminderten Einsatz unqualifizierter Arbeitskräfte und vor allem auch Kapital kommen. Die Wohlfahrtseffekte wären also wesentlich eher negativ. Innerhalb der Entwicklungsländer kann die Abwanderung ausgebildeter Personen zu Engpässen bei Entwicklungsprojekten führen. In diesem Fall wird durch den Brain Drain der Outputverlust vergrößert, und die Arbeitslosigkeit kann steigen.

Als Nächstes werden die Effekte des Brain Drain unter Berücksichtigung von Bildungssubvention betrachtet. Solche Subventionen können durch den Staat erfolgen, was der wirtschaftlichen Realität nicht nur in Entwicklungsländern nahe kommt. Durch die Emigration Hochqualifizierter entsteht zusätzlicher Ausbildungsbedarf und damit staatlicher Finanzierungsbedarf. Hochqualifizierte Emigranten erzielen dank staatlicher Subvention positive externe Effekte, welche sich als zusätzliche Kosten für die Volkswirtschaft darstellen. Außerdem bleibt im Grundmodell die Besteuerung der Faktoreinkommen außer Acht. Wird die Entlohnung des Faktors Arbeit besteuert, weicht der Nettolohn vom privaten Grenzertrag ab. Die potentiellen Emigranten verdienen in diesem Fall weniger, als ihrem privaten Grenzertrag entspricht. Hier ist der Brain Drain nur dann mit einem Wohlfahrtsverlust für die Nicht-Emigranten verbunden, wenn die hochqualifizierten Emigranten im Abwanderungsland mit einer progressiven Tarif besteuert werden. In diesem Fall leisten die potentiellen Emigranten einen höheren Beitrag zum Steueraufkommen als der Durchschnitt der Bevölkerung. Wandern die Hochqualifizierten aus, so ist der Differenzbetrag ein Verlust für die Nicht-Emigranten.

Werden Externalitäten (steigende Skalenerträge, positive externe Effekte durch die wirtschaftliche Aktivität usw.) auf den Brain Drain bezogen, sind seine negativen Effekte eindeutiger. Ob die Rücküberweisungen an die Heimatländer, was als wichtigsten positiven Effekt des Brain Drain betrachtet werden kann, den Verlust der Nicht-Emigranten kompensieren, ist umstritten. Da die Rücküberweisungen nicht investiv sondern überwiegend konsumptiv verwendet werden, tragen sie nur in geringerem Umfang zur nachhaltigen Entwicklung der dortigen Wirtschaft bei.

Literaturverzeichnis

Aydın, Y., (2001). *Die Problematik des „brain drain“ aus der Sicht der Entwicklungsländer*, nicht gedruckte Diplomarbeit, Göttingen: Universität Göttingen.

Berry, R.A. und Soligo, R., (1969). “Some Welfare Aspects of International Migration”, *The Journal of Political Economy*, 77 (5), 778-794.

Bhagwati, J. und Rodriguez, C., (1975). “Welfare Thoretical Analyses of the Brain Drain”, *Journal of Development Economics*, 2, 195-221.

Blankart, C.B., (1998). *Öffentliche Finanzen in der Demokratie*, 3. Auflage, München: Verlag Vahlen.

Blomqwist, A. G., (1985). “Unemployment of the Educated and Emigration of Post-Secondary Graduates from the LDCs”, *Pakistan Development Review*, 45, 643-654.

Donges, J.B., (1981). *Außenwirtschafts- und Entwicklungspolitik*, Berlin: Springer-Verlag.

Galinski, D., (1986). *Brain Drain aus Entwicklungsländern: Theoretische Grundlagen und entwicklungspolitische Konsequenzen*, Frankfurt am Main: Peter Lang

Grubel, H.G. und Scott, A., (1966). “The International Flow of Human Capital“, *The American Economic Review*, 56 (1/2), 268-274.

Grubel, H.G. und Scott, A., (1977). *The Brain Drain. Determinant, Measurement and Welfare Effects*, Waterloo: Wilfrid Laurier University Press.

Grubel, H.G., (1987). *The Economics of the Brain Drain*, in Psacharopoulos, G. (Hrsg.): *Economics of Education, Research and Studies*, Oxford et al., 201-206.

Gundlach, E., (1999). *Humankapital als Motor der Entwicklung. Ein neuer Ansatz der neoklassischen Wachstumstheorie*, in: Thiel, Reinold E. (Hrsg.): *Neue Ansätze zur Entwicklungstheorie* Deutsche Stiftung für internationale Entwicklung, Themendienst der Zentralen Dokumentation Nr. 10, Bonn, 173-248.

Homburg, S. und Felderer, B., (1994). *Makroökonomik und neue Makroökonomik*, sechste, verbesserte Auflage, Berlin: Springer Verlag.

Körner, H., (1999). *Brain Drain aus Entwicklungsländern*, in: Imis-Beiträge (Herausgegeben vom Vorstand des Instituts für Migrationsforschung und interkulturelle Studien (IMIS) der Universität Osnabrück, Bezugsquelle: URL=<http://www.imis.uni-osnabrueck.de>). Heft 11, 61-71.

Langthaler, M., (2008). "Brain Drain und seine Auswirkungen auf Entwicklungsländer", Working Paper 20, April 2008, Österreichische Forschungsförderung für Internationale Entwicklung, http://www.oefse.at/Downloads/publikationen/WP_Braindrain.pdf, 07.03.2003.

Mogu rou, P., (2004). "The Brain Drain of Ph.D.s from Europe to the United States: What We Know and What We Would Like to Know", EUI Working Papers, No: 2006/11, <http://old.certh.gr/libfiles/PDF/MOBIL-68-EUI-WORK-PPR-BRAIN-DRAIN-RSCAS+2006.11-P41.pdf>, 06.02.2013.

Mundende, D.C., (1989). *The Brain Drain and Developing Countries*, in: Appleyard, Reginald: *The Impact of International Migration on Developing Countries*, Paris, 183-195.

Stocker, F., (1997). *Spa  mit Mikro: Einführung in die Mikro konomik*, München: Oldenbourg.

Watanabe, S., (1969). "The Brain Drain from Developing to Developed Countries", *International Labour Review*, 99, 401-433.

Wolburg, M., (2001). *On Brain Drain, Brain Gain and Brain Exchange within Europe*, Baden Baden: Nomos Verlagsgesellschaft.

MEDYADA KADINA YÖNELİK ŞİDDET HABERLERİ

Yrd.Doç.Dr. Ali KORKMAZ*

Özet

Kadına yönelik şiddet, ülkemizin ve dünyanın ciddi sorunlarından biridir. Hayatın her alanında kadına yönelik şiddete rastlamaktayız. Kadınlar evde, işte, okulda, sokakta fiziksel, duygusal, cinsel ve ekonomik şiddete uğramaktadır. Fakat medyada gördüğümüz kadarıyla, kadınlar için en güvenilir yer olan aile içinde, en büyük şiddet yaşanmaktadır. Kadına yönelik şiddet haberleri medyada çok önemli bir yer tutmaktadır. Çalışmada Akşam, Habertürk ve Hürriyet gazetelerinde yer alan kadına şiddet haberleri incelenmiştir. Gazetelerde yer alan haberlerde kadınların ne tür şiddet olaylarına maruz kaldıkları ve bu haberlerin nasıl verildiği ele alınmıştır. Akşam, Habertürk, Hürriyet gazetelerinde yayınlanan haberlerin biçimsel özellikleri, haberin daha çok hangi sayfalarda yer aldığı, kadınlara uygulanan şiddetin nedenlerinin ne olduğu, haberde ne tür şiddet olaylarının yer aldığı, şiddet uygularken daha çok hangi araçların kullanıldığını ortaya koymaktır.

Anahtar Kelimeler: Kadın, kadına yönelik şiddet, fiziksel şiddet, cinsel şiddet, medya.

VIOLENCE AGAINST WOMEN'S NEWS IN THE MEDIA

Abstract

Violence against women is one of the serious problems being confronted in our country and the world. Violence against women is seen in every field of life. Women experience physical, emotional, sexual and economic violence at home, at work, at school and on the street. However, the violence is especially experienced by the women in their family places which is the most reliable as we have seen in the media. In this study, the news about violence against women in Akşam, Habertürk, and Hürriyet daily newspapers were examined. The questions, what kind of violence women are exposed to and how the news is structured and given, are discussed according to the news published in defined newspapers. The

* Erciyes Üniversitesi İletişim Fakültesi, alikorkmaz@erciyes.edu.tr

aim of this study is to define some questions, such as what the formal characteristics of the news published in the defined newspapers are, on which page they are published, what the leading cause of violence against women is, what kind of vehicles are being used more to reveal violence.

Key Words: Women, violence against women, physical violence, sexual violence, media.

Giriş

1993 tarihli Birleşmiş Milletler (BM) Kadına Yönelik Şiddetin Önlenmesi Bildirgesinde kadına yönelik şiddet, “ister kamusal isterse özel yaşamda meydana gelsin, kadınlara fiziksel, cinsel, psikolojik acı veya ıstırap veren ya da verebilecek olan cinsiyete dayalı bir eylem uygulama ya da bu tür eylemlerle tehdit etme, zorlama veya keyfi olarak özgürlükten yoksun bırakma” şeklinde tanımlanmaktadır (kadininstatusu.gov.tr, 2012: 9). Kadına yönelik şiddet, dünyada ve ülkemizde kadınların büyük çoğunluğunun yaşadıkları ortak sorundur. Kadına yönelik şiddet bir insan hakları ihlalidir ve kadının özgüvenini yitirmesine ve kadınlara karşı ayrımcılığın sürmesine yol açan bir eylemdir. Kadına yönelik şiddet olaylarına işyerinde, sokakta, okulda, gözetiminde, savaşlarda rastlanmaktadır. Ancak, kadınlar en korunduğu yer diye düşünülen “aile içinde” kendi evinde sevgi, saygı beklediği insan(lar) tarafından daha yaygın bir şekilde şiddete uğramaktadır (Moroğlu, 2012: 358). Çalışmada, üç gazetede (Habertürk, Akşam, Hürriyet) kadına yönelik şiddet içeren haberler incelenmiştir. Bir aylık süreçte, kadına yönelik şiddet içeren haberlerin içerikleri ve söylemleri incelenmiştir. Çıkan bulgular ışığında, sonuç kısmında yapılması gerekenler maddeler halinde açıklanmıştır.

1. Şiddet Kavramı

İnsanlık tarihiyle neredeyse özdeş bir süreyi kapsayan şiddet olgusu, kendisini çok farklı biçimlerde göstermektedir. Geniş anlamda şiddet, bireylerin yaralanmasına, sindirilmesine, öfkelenirilmesine veya duygusal olarak baskı altına alınmasına yol açan fiziki veya herhangi bir şekildeki hareket, davranış veya muamele olarak tanımlanmaktadır. Şiddet dövme, yaralama, sakat bırakma, cinsel saldırı, tecavüz, ensest, öldürme şeklinde olabildiği gibi, sözlü, duygusal ve zihinsel olarak görülmektedir

(Akşit, 2004: 17). Sözlük anlamlarına bakıldığında Türkçe’de şiddet; sert ve katı davranış, kaba kuvvet kullanma, sertlik anlamına gelmektedir. Şiddet bir kişiye güç veya baskı uygulayarak, isteği dışında bir şey yapmak veya yaptırmak; şiddet uygulama eylemi ise zorlama, saldırı, kaba kuvvet, bedensel ya da psikolojik acı çektirme ya da işkence, vurma, yaralama olarak da tanımlanabilir (Görmez vd., 1998: 9). Modern toplumlarda, saldırgan faaliyetler genellikle üç kaynak tarafından biçimlendirilir (İçli, 2002: 52).

1. Saldırgan davranış sergileyen çocukların aile yaşamlarının incelenmesi ile ebeveynlerinin de aynı tür davranış kalıplarına sahip oldukları görülmüştür.
2. Şiddetin öğrenilmesinde ikinci kaynak, çevresel deneyimlerdir. Yasaların ihlalinin günlük davranış biçimi olduğu yerlerde oturan insanların, alt kültürel özelliklerinin, yasalara uygun davranış gösteren kişilere kıyasla şiddet içeren davranışta bulunmaları olasılığı yüksektir.
3. Üçüncü kaynağı kamuoyu teşkil eder. Şiddetin kabul edilebilir bir davranış biçimi, yasaları ihlal edenlerin kahraman ve bu ihlaller sonucunda yasal otorite ile hiç yüz yüze gelemeyen insanlar olarak sergilendikleri televizyon programları ve filmler, insanların saldırgan, şiddete yönelik davranışları öğrenip benimsemelerine neden olur.

2. Aile İçi Şiddet

Aile içi şiddet, kısaca aile bireylerinden birisinin ailenin diğer birey(ler)inin saldırısına uğraması olarak tanımlanabilir. Aile içi şiddet, dövme ve/veya yaralama, sakatlama, cinsel saldırı, tecavüz, öldürme gibi somut ve dolayısıyla kolay tespit edebileceklerden; tespit edilmesi son derece zor olabilen sözel, duygusal, zihinsel şiddet eylemlerine kadar uzanabilmektedir. Aile içi şiddeti, diğer şiddetlerden ayıran önemli özelliklerden birisi, aile içi şiddette devamlılık eğiliminin son derece yüksek olmasıdır (Vatandaş, 2003: 19). Ailede eşler arasında görülen tüm şiddet çemberleri beş ayrı kategoride ifade edilebilir (Güneri, 1996: 89):

1. Duygusal Şiddet

2. Sözel Şiddet

3. Ekonomik Şiddet

4. Cinsel Şiddet

5. Fiziksel Şiddet

Türkiye’de kadına yönelik şiddet sorunuyla ilgili toplumsal duyarlılığı artırmaya yönelik ilk girişim 1987’de bazı aydınlar ve sivil toplum örgütleri tarafından gerçekleştirilmiş ve bu kapsamda bir kampanya başlatılmıştır. Bu kampanya sonucunda Türkiye’nin ilk kadın ‘Kadın Sığınma Evi’ 1990’da kurulmuştur (Vatandaş, 2003: 34). Kadına yönelik şiddetin birçok sebebi vardır. Aşağıda bu sebepler sıralanmaktadır (Hançer vd., 2010):

- Aile içi şiddetin temelde bir erkek problemi
- Eşler arası mesleki ve sosyo-ekonomik farklar
- Ataerkil aile yapısı ve kültürel etkenler ile yetiştirilme tarzı
- Şiddet uygulayanın psikolojik durumu ve geçmişi
- Şiddete uğrayan bireyin psikolojik durumu ve geçmişi
- Alkol ve uyuşturucu kullanımı
- Medya ve kitle iletişim araçları

Kadına karşı şiddet tüm dünyada yaygın ve ciddi bir sorundur. Birleşmiş Milletler’in 2010 yılında hazırladığı bir rapora göre üç kadından biri hayatları boyunca en azından bir defa dayak, cinsel ilişkiye zorlama veya diğer kötü muamele türlerinden biriyle şiddete maruz kalmaktadır. Dünya Sağlık Örgütü’nün verilerine göre öldürülen kadınların %40-70’i önceki veya o zaman ki partnerleri tarafından öldürülmektedir (Sever, 2011: 20). Türkiye’de kadına yönelik şiddet eylemleri, resmi rakamlarda töre ve namus bahaneli cinayet, öldürme, kasten yaralama, tecavüz, ırza tasaddi, cinsel taciz, tehdit, cinsel istismar, cinsel ilişki, darp, aile fertlerine kötü muamele, fuhuş- fuhuşa teşvik gibi başlıklar altında toplanmaktadır (Oğuz, 2010: 439).

3. Medyada Kadına Yönelik Şiddet

Medyada kadına yönelik şiddetin temsili, erkeğin kadından daha güçlü olduğunu öne süren ‘biyolojik farklılıklar’ söyleme dayanmaktadır. Dolayısıyla kadınları doğaları gereği itaatkar, pasif, bağımlı, güçsüz olarak gören bu anlatıda erkekler, saldırgan, her zaman etkin ve güçlü olarak resmedilmektedir. Medyanın da inşasında payı olduğu bu gerçeklik iddiası, kadın ve erkek arasındaki farklılığı bir zıtlık olarak tasarlamakta ve insani ilişkileri de güç ilişkileri temelinde tanımlamaktadır. Medya Takip Merkezi’nin 2009 yılını kapsayan ve her gün 1600’ü aşkın gazete ve dergi taranarak hazırlanan ‘Medyada Kadın’ başlıklı raporuna göre de, kadının basında en fazla yer aldığı konu ‘şiddet ve taciz’ haberleri olarak belirlenmiştir. Kadına yönelik şiddet, taciz, tecavüz ve cinayet haberleri, yayınlanan haberlerin %40’ını oluşturmakta ve 3.sayfadan okuyucuya sunulmaktadır (Arslan vd., 2012:1077). Son dönemde Türkiye gündemine bakıldığında, kadına yönelik aile içi şiddetin sıklıkla medyada yer aldığı görülmektedir. Medyaya yansıyan bir takım veriler, kadın cinayetlerinin çok ciddi boyutlara ulaştığını gözler önüne sermektedir. Nitekim kadın cinayetlerinin son yedi yılda yüzde bin 400 arttığı gazete manşetlerine de yansımıştır (2010). Bu olayların gazetelerde haber konusu edilmesi ve böylelikle gündeme taşınması, hem kamuoyunun hem de siyasilerin ilgisini bu yöne çekmiştir (Erdemir, 2012: 1112).

Medyadaki şiddete daha fazla maruz kalan bireyler, dünyayı daha karanlık ve kötülük dolu bir yer olarak görmeye, gerçekte olduğundan daha fazla şiddet dolu olarak algılamaya, yaygın bir korku ikliminde yaşamaya başlamakta ve şiddete karşı katı ve hissiz olabilmektedir. Artan saldırganlığa ek olarak, sayısız denecek kadar çok çalışma göstermiştir ki, şiddet sahnelerine maruz kalma, şiddete karşı duyarsızlaşmaya neden olmakta ve şiddete kurban gidileceğine dair bir korku iklimi yaratmaktadır. Medyadaki şiddete maruz kalmada en kritik dönemi, ergenliğe kadar olan çocukluk dönemi oluşturmaktadır. Medyadaki şiddet içeriklerinin uzun vadede yaratabileceği etkilere ilişkin psikolojik araştırmaların bulguları, sosyal-bilişsel öğrenme kuramı (social-cognitive learning theory), duyarsızlaştırma kuramı (desensitization theory), sosyal karşılaştırma kuramı (social comparison theory) ve üçüncü değişken kuramı (third variable theory) temel alınarak açıklanmaktadır (Dağ vd., 2006: 22-25).

Modern toplumlarda medya, bir anlamda toplumsallaşma aracı olarak da işlev görürler. Bu son derece önemli görevi yerine getirirken, verdikleri haberlerin, sundukları rol modellerinin, toplumsallaşma araçlarını (aile, eğitim, arkadaş grupları) zayıflatılmaları nedeniyle, toplumsal yapı ile uyumsuzluk gösterebildikleri izlenmektedir. Medya, insanların dünya görüşlerini, tutumlarını, davranışlarını değiştirerek yeni rol modelleri oluşturmaktadır (RTÜK, 2006: 189). Medyanın görevi toplumu aydınlatmaktır. Toplumsal bir görevi üstlenmiştir, kamusal bir görev yapar. Yazılı medyada kadın daha çok moda, mankenlik, şarkıcılık, sunuculuk ve dizi filmler ile ilgili haberlerde yer alıyor (Aziz, 2004: 68).

Medyada kadınlık tanımının ne olduğu ve bu tanımın topluma nasıl iletildiği üzerine yapılan pek çok araştırma, medyanın toplumda egemen olan cinsiyetçi kalıp yargılarını pekiştirdiğini ve yeniden ürettiğini ortaya koydu. Cinsiyetçilik, kadını toplumda ikincil ve aşağı konumunda gösteren bütün tutum, davranış ve etkinlikler ile bunları yeniden üretmek için bütün kurumsal ve ideolojik olanakların kullanılmasıdır. Medyada cinsiyetçilik, temsil düzeyinde, kadın bedeninin sergilenmesinin yanı sıra, kadın ve erkeğe atfedilen kalıp yargılar ile örneğin, kadın genellikle ev işi yapan, çocuk bakan konumlarda temsil edilirken, erkeğin iş ortamında temsil edilmesi ile de karşımıza çıkmaktadır. Kadınların medyada, cinselliklerinden arındırılmış olarak ‘fedakâr anne’, ‘iyi eş’, kalıpları ile veya erkek egemen bir şekilde tanımlanmış cinsellikleriyle, bir cinsel haz nesnesi biçiminde yaygın olarak temsil edildiği de ortaya konmuştur. Medyada kadını ikincilleştiren, rıza ve iradesini yok sayan, farklı kadınlık durumlarına yer açmayan cinsiyetçiliğin en bariz gözlemlendiği konulardan biri de kadına yönelik şiddetin temsidir. Kadına yönelik şiddet biçimlerinden öldürme, basında en çok görülen şiddet türü olarak belirlenmiştir. Bunun nedeni de öldürmenin diğer şiddet türlerinden daha çok meydana gelmesi değil, dayak ve cinsel taciz gibi daha yaygın şiddet türlerinin olağan olaylar olarak görülüp, haber değerinin öldürme kadar yüksek olmamasından kaynaklanmaktadır (Atakul, 2002: 55).

4. Medyada Kullanılan Şiddet Dili

Medyada kullanılan dilin içeriği ister müstehcenlik, ister şiddet içersin, ister mahremiyet ihlali olsun, sorun, kötü söz üretim düzeneğinin izleyicilerin dil kullanım sağlığını doğrudan etkiliyor olmasındadır. Günümüzde dil düzey(ler)i ve kullanım biçimlerini öncelikle medya belirlemektedir; nasıl konuşulması, hangi sözcüklerin yeğlenmesi gerektiğini medya öğretmekte ve edilgin bir okuyucu/izleyici de ‘medyatik dil’in egemenliğine hapsolmaktadır (Çamdereli, 2006: 178).

Medyada kadına yönelik erkek şiddetinin temsili de, genel olarak kadının temsili de son derece sorunludur. Medyadaki haberler kadını nesneleştirmekte, şiddeti olağanlaştırmakta, hatta meşrulaştırmaktadır. Haberlerdeki eril dil ve bakış açısı, toplumdaki cinsiyet ayrımcılığını beslemektedir. Mağdur olmuş kadını bir kez daha mağdur etmektedir. Medya, bu haberlerle kadına yönelik suçlara açıkça ortaklık etmektedir. Genelde medyada kadın temsilinin, özelde kadına yönelik erkek şiddetinin temsilinin bu kadar sorunlu olmasında şüphesiz medyanın erkek egemen yapısının da rolü vardır (milliyet.com, 02.12.2013).

Medyada dil kullanımı çok önemli bir konudur. Örneğin medyadaki kadın cinayetleri töre cinayeti, namus cinayeti gibi başlıklarla meşrulaştırılmaktadır (Çelenk, 2008: 84). Medyada kadının temsiline ve kadın haklarının ihlaline ilişkin önemli sorunlardan birisi de televizyon programlarında kadına yönelik şiddetin var olması ve medyada kadına yönelik şiddete yer verilmesinde kullanılan dilin, görüntülerin cinsiyetçi bakış açısını yeniden üretmesidir (kadininstatusu.gov.tr, 2012: 10). Medyada son dönemde kadına yönelik şiddet haberlerinin arttığı görülmektedir. Bu tür haberlerde genellikle ‘hunharca’, ‘vahşice’ gibi başlıklar kullanılmaktadır.

5. Medyada Kadına Yönelik Şiddet Haberleri:

5.1. Çalışmanın Amacı

Kadına yönelik şiddete hayatın her alanında rastlamaktayız. Bu şiddet, kadının en çok korunduğu yer olan ailede, en fazla karşımıza çıkmaktadır. Yazılı, görsel ve işitsel medyada bu tür olaylara her gün rastlamaktayız. Bu çalışmanın amacı, gazetelerde yayınlanan kadına yönelik şiddet haberlerini incelemektir.

5.2. Çalışmanın Yöntemi

Çalışmada, ulusal gazeteler incelenmiş ve kadına yönelik şiddet haberlerinin en çok yer aldığı üç gazete ele alınmıştır. Akşam, Hürriyet ve Haber Türk gazetelerinde yayınlanan bu tür haberler, biçimsel özellikleri, hangi sayfalarda verildiği, şiddetin nedenlerinin ne olduğu, ne tür şiddet olaylarının yer aldığı, şiddet uygularken daha çok hangi araçların kullanıldığı, nasıl bir yazı dilinin kullanıldığı ele alınmıştır.

6. Araştırma

Aşağıda incelenen gazeteler görülmektedir.

Gazetenin Adı/Tarihi: Habertürk/20Ekim 2011

Haberin Başlığı: Bunun Adı ‘Kadına Şiddet’ Değil ‘Vahşet’

Haberin Spotu: İstanbul Kartal’da, karısının gözüne meyve bıçağı sapladıktan sonra, başka bıçak alıp kalbine sokan ve boğazını kesen cani koca, “Namusumu temizledim” diye bağırdı.

Haber: Korku filmlerini aratmayacak olay, dün sabaha karşı 04.30 sıralarında İstanbul Kartal’da Esentepe Mahallesi’nde meydana geldi. İddialara göre eşi Songül K.’nın kendisini aldattığından şüphelenen ve bu nedenle yaklaşık 15 gündür eşiyle sık sık tartıştığı öğrenilen İhsan K. anahtarını kullanarak eve girdi. Eşiyle kavgalı olmasından dolayı bir süredir yakın bir sokakta bulunan ablasının evinde kalan zanlı, evde yalnız olan eşi Songül K. ile tartışmaya başladı. Yatak odasında başlayan tartışma, İhsan K. nin eşinin gözüne meyve bıçağının kırılması üzerine, ekmek bıçağı olarak eşinin göğsüne sapladı. Bu vahşet anlarında geç kadın, can havliyle koridora kaçtı. Gözü dönmüş koca başka bir bıçakla, burada eşini yakalayıp boğazını kesti. Evden yükselen bağırış ve çığlıklar üzerine dışarıya çıkan komşular apartman koridorunda İhsan K. ile karşılaştı. Karakoç, “Namusumu temizledim” diye bağırdıktan sonra polise teslim olacağını söyledi. Olaydan sonra yakalanan zanlı gözaltına alındı.

Gazetenin Adı/Tarihi: Habertürk/21Ekim 2011

Haberin Başlığı: ‘Tecavüzcü Babaya 24 yıl hapis’

Haber: Trabzon’da öz kızına cinsel istismarda bulunduğu gerekçesiyle yargılanan baba 24 yıl 6 ay hapis cezasına çarptırıldı. Trabzon 1. Ağır Ceza Mahkemesi’nde görülen karar duruşmasında “Çocuğun Nitelikli Cinsel İstismarı” suçundan yargılanan baba E.K. (47). Hazır bulundu. E.K.’nin mahkemedeki savunmasında suçsuz olduğunu, iftiraya uğradığını söylediği öğrenildi.

Okula Göndermemiş

2009 yılında meydana gelen olayda, E.K. için hazırlanan iddianamede, 15 yaşından küçük mağdure ile cebir ve şiddet kullanarak ilişkiye girdiği ve mağdure N.K.’yı okula göndermediği belirtmiştir.

Gazetenin Adı/Tarihi: Habertürk/22Ekim 2011

Haberin Başlığı: ‘Dayaktan kaçtı polis taciz etti !’

Haber: Tekirdağ’ın Çorlu ilçesinde yaşayan T.Ş. adlı kadın, bir yıl önce eşi İ.Ş. T-tartıştı. Tartışma kavgaya dönüşünce kocasından şiddet gören T.Ş. Cumhuriyet Polis Karakolu’na giderek, eşi hakkında şikâyetçi oldu. T.Ş.’yi Kendi odasına alana karakol Amiri G.B. “Eşinden ayrıl, benim bekâr evim var, sana yardımcı olmak istiyorum. Bu gece bende kalabilirsin” teklifinde bulundu. Olay üzerine amirin odasından çıkıp, başka bir polis memuruna ifade veren T.Ş. tacizden kurtulamadı.

Polis G.B., daha sonra telefonla ulaştığı T.Ş.’ye telefonda aynı tekliflerde bulundu ve mesajlar çekerek taciz etti. T.Ş. kendisini arayan G.B.’nin konuşmalarını kaydetti ve bu kayıtla Çorlu Cumhuriyet Başsavcılığına suç duyurusunda bulundu. Çorlu 2. Sulh Ceza Mahkemesi’nde geçen ay görülen ilk duruşmada sanık sandalyesinde oturan polis amiri G.B. suçlamaları reddetti. Dava 28 Ekim’e ertelendi.

Gazetenin Adı/Tarihi: Akşam/22Ekim 2011

Haberin Başlığı: ‘Koca Şiddeti bir kadını daha aldı’

Haber: Kuşadası'nda boşanmak istediği eşi tarafında sokak ortasında silahla ağır yaralanan 24 yaşındaki Nurhan Çadırcı, 4 günlük yaşam mücadelesini kaybetti. Aydın Devlet Hastanesi yoğun bakım ünitesinde yaşamını yitiren genç kadın, dün toprağa verildi. Cenaze törenine katılan kalabalık, "Kadına uzanan eller kırılınsın" sloganı atarak koca şiddetine tepki gösterdi.

Gazetenin Adı/Tarihi: Hürriyet/22 Ekim 2011

Haberin Başlığı: 'Kocasını Krediyle Pompalı Almış'

Haberin Spotu: Kuşadası'nda kendisini aldattığı için eşini terk eden Nurhan Çadırcı, pazartesi günü kocasının pompalı silah saldırısı sonucu ağır yaralandı. Ciğeri parçalanan kadın, yaşam savaşını kaybetti.

Haber: Aydın Kuşadası'nda yaşayan Nurhan Çadırcı (24) iddiaya göre eşi Cemal Çadırcı'nın kendisini aldattığını öğrenince 6 ay önce kızı g.'yi de alıp ailesinin yanına gitti. Kuşadası Belediyesi'ne temizlik hizmeti veren firmada çalışan Cemal Çadırcı, eşini eve dönmesi için ikna etmeye çalıştı. Her seferinde olumsuz yanıt alan Cemal Çadırcı, pazartesi günü kaldığı ailesinin evinden dışarı çıkan eşine pompalı tüfekle 2 el ateş etti. Kuşadası Devlet Hastanesi'ne kaldırılan Çadırcı, ilk müdahalenin ardından Aydın Devlet Hastanesi'ne kaldırıldı. Hastanede verdiği yaşam savaşını önceki gece 23.00 sıralarında kaybetti.

Gazetenin Adı/Tarihi: Habertürk/27 Ekim 2011

Haberin Başlığı: '12 Yerinden Bıçaklayarak Öldürdü'

Haber: Gaziantep'te şiddet nedeniyle boyacı ustası Orhan İlban'dan (32) kaçan eşi Faize İlban (30), kayınvalidesi Y.İ.ye sığındı. Kayınvalidesi Y.İ. nin, oğlu Orhan İlban'a 'Sen sakinleşmeye kadar gelinim bende kalsın' dediği ileri sürüldü. Karısı Faize'yi tehdit ettiği iddia edilen Orhan, önceki gece annesiyle karısının kaldığı eve gitti. Dün sabah karısıyla tartışmaya başlayan Orhan İlban, ekmek başlığıyla karısını 12 yerinden bıçakladı. 2 çocuk annesi Faize ambulansla hastaneye kaldırılrsa da kurtarılmadı. Polis katil zanlısını evde suç aleti bıçakla birlikte yakaladı. İlban, 'Uzun süredir işsizdim, psikolojim bozuktu, bıçakladım' dedi.

Gazetenin Adı/Tarihi: Akşam/28 Ekim 2011

Haberin Başlığı: ‘Yine Bıçak’

Haber: Kendisinden ayrılmak isteyen eşini 26 yerinden bıçaklayıp boğazını kesen koca kıyafet değiştirip kaçtı!

Kadına yönelik şiddette bir can daha gitti. Uzun süredir işsiz olan Adem T. Kendisinden ayrılmak isteyen eşi Dilek T.’yi 26 yerinden bıçakladı, boğazını keserek öldürdü. Genç kadının cesedini üst katta oturan babası Abdürrahim T. Buldu. Kızının 8 yıl önce evlendiğini, 4 ve 6 yaşındaki iki çocuğunun bulunduğunu belirten dede, ‘Evlendikten sonra evimin birinci katını onlara verdim. Damadım çalışmadığı için her türlü ihtiyaçlarını karşıladım’ dedi. Cinayet sonrası kıyafetini değiştirip kaçan zanlı aranıyor.

Gazetenin Adı/Tarihi: Habertürk/28 Ekim 2011

Haberin Başlığı: ‘Öldürülen Genç Kadını Vatandaş Parkta Buldu’

Haber: Bursa’nın Gemlik ilçesinde 3 çocuk annesi Yasemin Özdemir, 31 yerinden bıçaklanmış olarak ölü bulundu. Sabah saatlerinde işe giden vatandaşlar, sahildeki kadının cesedini görüp polise bildirdi. Hızla olay yerine gelen polis ekipleri, üzerinde kimlik çıkmayan kadının cep telefonundan aradığı numarayı arayıp, Yasemin Özdemir (36) olduğunu belirledi. İncelemeler ardından cesedi morga kaldırıldı. Haber verilmesi üzerine çalıştığı fabrikadan olay yerine gelen kocası Murat Özdemir eşinin cesedini gözyaşları içinde teşhis etti.

Gazetenin Adı/Tarihi: Akşam/30 Ekim 2011

Haber: ‘Kanserden Çok Şiddeti Öldürüyor’

Kadın dünyanın her yerinde şiddet görüyor... Dünyadaki nüfus tabanlı çalışmaların kadınların fiziksel saldırıya uğradığını gösterdiğini ifade eden Prof. Dr. Elçin Yoldaşcan, “ Üç kadından en az biri dövülmüş, cinsel ilişkiye zorlanmış ya da hayatı boyunca çeşitli şekillerde taciz edilmiştir. Genelde de şiddeti uygulayan fiziksel, ruhsal ve cinsel istismarcılar, kadına en yakın olan, yaşamını paylaştığı yakın bir erkek, eş ya

da akrabasıdır” diye konuştu. Araştırmalar, kadınların ABD, Türkiye, Peru, Almanya ya da Norveç’te yaşamlarının fark etmediğini, dünyanın hemen her yerinde şiddete maruz kaldığını ortaya çıkardığını belirten Yoldaşcan, Dünya Bankası verilerine göre, 15-44 yaş grubundaki kadınlarda tecavüz, savaş ortamındaki şiddet ve aile içi şiddetin sonucunda sakat kalma ve ölüm oranlarının kanser, sıtma nedenli ölüm ile sakatlıklardan önde geldiğinin ortaya çıktığını söyledi.

Gazetenin Adı/Tarihi: Akşam/30 Ekim 2011

Haberin Başlığı: ‘Kadın: İzzet Beni Dövdü’

Haberin Spotu: İzzet Yıldızhan ve Nihat Doğan’ın felekten gecesi olaylı bitti. İddiaya göre ikilinin para karşılığı anlaşığı 4 kadından biri ‘İzzet beni dövdü’ dedi. İki türkücü gözaltına alındı.

Haber: Başkentte, başrollerinde iki ünlü ismin olduğu ilginç olay..... İzzet Yıldızhan ve Nihat Doğan önceki akşam Ekonomi Bakanı Zafer Çağlayan’ın oğlunun düğününe katıldı. İkili daha sonra oteldeki odalarına çekildi. İddiaya göre Yıldızhan ve Doğan telefonla 4 kadın çağırdı. Ancak bilinmeyen bir nedenle türkücüler ve kadınlar arasında tartışma çıktı. Kadınlardan biri Yıldızhan’ın kendisini dövdüğü iddiasıyla polis çağırdı. Ekipler, şikâyet üzerine Yıldızhan ve Doğan’ı Çankaya Karakolu’na götürdü. Doğan, şikâyet olmadığı için ifadesinin ardından serbest kaldı. Geceyi nezarete geçiren Yıldızhan ise darp suçlamasıyla adliyeye çıktı.

Gazetenin Adı/Tarihi: Habertürk/13 Kasım 2011

Haberin Başlığı: ‘Başlık Parası İçin Kızını Bıçakla Kovaladı’

Haber: Adana’da oturan Bakır Özer iddiaya göre 22 yaşındaki kızı F.K. ile 6 ay önce evlenen damadı 41 yaşındaki Selçuk K.’nin kanser olduğunu öğrendi. 13 Ekimde kızını eve çağırın Özer. “Kızım kocan nasıl olsa ölecek, başkasıyla evlenirsin yeniden başlık parası alırız” dedi. Babasının bu önerisi üzerine F.K. kocasını sevdiğini ve ayrılmak istemediğini söyledi. Baba Özer, eline ekmek bıçağını alıp boşanmaya ikna edemediği kızının öldürmek için sokakta kovalamaya başladı. F.K devriye gezen polislerle

sığınarak canını kurtardı. Saldırgan baba ise gözaltına alındı, ancak tutuksuz yargılanmak üzere serbest bırakıldı.

Gazetenin Adı/Tarihi: Habertürk/14 Kasım 2011

Haber: ‘Boşandığı karısını pompalıyla öldürdü’

Haber: Konya’da 37 yaşındaki 4 çocuk annesi kadın 15 gün önce ayrıldığı eşinin evine eşyalarını istemeye gittiğinde kocası tarafından pompalı tüfekle vurularak öldürüldü.

Konya’nın Selçuklu ilçesi Kılıçarslan Mahallesi’nde dün öğle saatlerinde 15 gün önce ayrıldığı eşi Mustafa Yazıcıoğlu’nun (43) evine giden Atiye Yazıcıoğlu kocasından eşyalarını istedi. Ancak koca eşyaları vermeyi reddedince tartışma çıktı. Tartışmanın kavgaya dönüşmesi üzerine Mustafa Yazıcıoğlu evde bulunan pompalı tüfekle karısını vurdu. Kanlar içinde kalan talihsiz kadın olay yerinde can verdi. Zanlı ise hiçbir şey yokmuş gibi evde oturmaya devam etti. Komşuların ihbarı üzerine olay yerine gelen polis kadının cansız bedeniyle karşılaştı. Mustafa Yazıcıoğlu emniyet müdürlüğüne götürüldü. Olayla ilgili soruşturmalar sürüyor.

Sonuç Ve Öneriler

Genel olarak medyada yer alan başlıklar haber içeriğini özetlemektedir. Haber başlığı okuyucuya haberde ne okuyacağını ilk bakışta göstermektedir. Yazılı basındaki haberlerde şiddeti onaylayan bir üslup kullanılmaktadır. Gazete metinlerinden elde edilen bulgulara göre şiddet uygulanırken kullanılan araçların başında bıçak ve silah gelmektedir. Şiddetin türü ise kadının 6–7 yerinden bıçaklandığı, boğazının kesildiği, sakatlandığı, ortalığın kan gölüne döndüğü şeklinde bir dil kullanılmaktadır. Kadına yönelik şiddetle ilgili haberlerde zanlıların adı ve soyadı bazı haberlerde verilirken, bazılarında ise ad ve soyadlarının baş harfleri verilmektedir. Şiddet gören kadınların ise, ad ve soyadlarının baş harfleri verilmektedir. Haber fotoğraflarında ise şiddete uğrayan kadın ve zanlının bazı fotoğraflarının çok net şekilde verilmiştir. Haberler gazetelere göre farklı sayfalarda çıkmakla birlikte en çok üçüncü sayfa haberleri olarak yer almaktadır. Kadına yönelik şiddet haberlerinde genellikle şiddetin nedenleri; kadının

ayırılma-boşanma istemesi, eşlerin aldatması, işsiz kocanın cinnet geçirmesi ya da cinsel boyutlu şiddettir.

Kadına yönelik şiddeti önlemek için üniversiteler, medya, kamu kurumları, özel sektör, sivil toplum kuruluşları, siyasi partiler başta olmak üzere tüm kurum ve kuruluşlara görevler düşmektedir. Sorunun çözümüne katkı için işbirliği ve odaklanmak önemlidir. Bu konuda medyanın yapması gerekenleri şu şekilde sıralayabiliriz;

- Medya, kadınlara şiddet konusunda duyarlı ve sorumlu olmalı, bu konuda yapılan çalışmaları desteklemeli ve kamuoyunu bilgilendirmelidir.
- Medya çalışanları kadın ve çocuk konularında yapacakları haber ve programlar için özel eğitim almalıdır.
- Kadınlara karşı şiddet ve cinsiyetçilik konularında medya denetlenmeli ve prensiplerin oluşturulması için kurumlar oluşturulmalı ve denetlenmelidir.
- Kadına şiddet konusunda sivil toplum kuruluşları, üniversiteler ve medya başta olmak üzere tüm kurum ve kuruluşlar kadınların yanında yer almalı ve desteklemelidir.
- Medya, kadına şiddet konusunu devamlı gündemde tutmalıdır.
- Medya, başta kadın ve çocuklara yönelik olmak üzere her türlü şiddeti engellemek için kendi özdenetim mekanizmasını kurarak, bu tür yayınları bir tiraj/raiting aracı olarak kullanmamalıdır.
- Ailede ve okullarda şiddet konusunda yapılacak eğitimlerin yanında, medya aracılığıyla da eğitimler verilmelidir. Haberlerde, dizilerde ve filmlerde şiddet bir örnek model olarak sunulmamalıdır.
- Medya ve yeni iletişim teknolojileri içinde kadınların karar alma ve kendilerini ifade etme konularına katılımını artırmalıdır.
- Medyada özellikle reklâm programlarında kadının cinsel obje ve tüketici olarak yansıtılmasının engellenmesi; bunun yerine kadının yaratıcı, katılımcı, paylaşımcı, karar alıcı ve benzeri yönlerinin öne çıkarılmalıdır.
- Medyada, kadına yönelik her türlü şiddet, aşağılama ve sömürünün önlenmesi amacıyla, yasal düzenlenmelerin gözden geçirilmeli ve gerektiğinde yeni düzenlemelere gidilmelidir.

- Medya kuruluşları kadınlarla ilgili haber ve çalışmalarını kadın bakış açısıyla yürütmesi ve bunun medyaya yansıtılması için eşgüdüm çalışmalarının yapılmalıdır.
- Medyada, çalışan ve çağdaş kadın imgelerinin güçlendirilmesi ve yaygınlaştırılması için olumlu haberler medyada daha fazla yer verilmesi ve bu konuda çeşitli kurumlarla işbirliğine gidilmelidir.
- Medyada yer alan çeşitli kampanyalarla ve haberlerle aile içi kadın-erkek eşitliğini vurgulayarak, kadının toplumsal yaşama katılımcı rolünün öne çıkarılmasının özendirilmelidir.

Kaynaklar

“Kadına Yönelik Şiddet ve Erkek Egemen Medya Dili”, (2013). <http://www.milliyet.com.tr/kadina-yonelik-siddet-ve-erkek/ombudsman/haberdetay/02.12.2013/1800968/default.htm>, 02.12.2013.

Akşit, G., (2004). *Medyada Şiddete Duyarlılık*, RTÜK Yayın No:11, Ankara: Öncü Basımevi.

Arslan, B. ve Arslan, E., (2012). “Türkiye’nin İlk ve Tek Günlük Gazetesi Mersin 33 ve Kadın İmgesi”, *International Symposium on Language and Communication: Research Trends and Challenges*, İzmir, 1075-1090.

Atakul, S., (2002). “Toplumsal Cinsiyet Eşitliği ve Ulusal Medya Politikaları”, *Şiddet ve İntihar Haberlerinin Sunumunun Toplum Üzerindeki Etkileri Sempozyumu*, RTÜK Yayın No:6, Ankara, 55-63.

Aziz, A., (2004). *Medyada Şiddete Duyarlılık*, RTÜK Yayın No:11, Ankara: Öncü Basımevi.

Çamdereli, M., (2006). “Medyanın Dilsel Etik Sorumluluğu”, *Kilad-Kocaeli Üniversitesi İletişim Fakültesi Araştırma Dergisi*, 8, 173-182.

Çelenk, S., (2008). *Medyanın Dil Kullanımı*, RTÜK Yay. No:11, Ankara: Öncü Basımevi.

Dağ, İ., (2006). *Televizyon Programlarındaki Şiddet İçeriğinin, Müstehcenliğin ve Mahremiyet İhlallerinin İzleyicilerin Ruh Sağlığı Üzerindeki Etkileri*, RTÜK Yayın No:12, Ankara.

Erdemir, F., (2012). “Kadın Cinayetleri Manşette: Aile İçi Şiddetin Yazılı Basındaki Görünümü”, *International Symposium on Language and Communication: Research Trends and Challenges*, İzmir, 1111-1123.

Görmez, K., Bayat, B., Sezal, İ., Göka, E., Köse, R., Özcan, Y. Z., Kütlügün, D., Sarımeşeli, M., Kentli, K. ve Cavcav, D., (1998). *Aile İçinde ve Toplumsal Alanda Şiddet*, Bilim Serisi: 113, Ankara: Başbakanlık Aile Araştırma Kurumu.

Güneri, F.Y., (1996). *Aile İçinde Kadına Yöneltilen Şiddet*, İstanbul: Mor Çatı Sığınma Vakfı Yayınları.

Hançer, S. vd., (2010). “Kadına Şiddete Hayır”, *Malatya Emniyet Müdürlüğü Kadına Şiddete Hayır Eğitim Sempozyumu*, <http://tdp.malatya.pol.tr/egitim/sempozyum.pdf>, 15.08.2013.

İçli, T.G., (2002). “Çocuk, Şiddet, Suç ve Medya”, *Şiddet ve İntihar Haberlerinin Sunumunun Toplum Üzerindeki Etkileri Sempozyumu*, RTÜK Yayın No:6, Ankara, 51-54.

Moroğlu, N., (2012). “Kadına Yönelik Şiddetin Önlenmesi, 6284 Sayılı Yasa ve İstanbul Sözleşmesi”, 357–380, http://portal.ubap.org.tr/App_Themes/Dergi/2012-99-1169.pdf, 08.07.2012.

Oğuz, G.Y., (2010). *Erkek Egemen Toplumda Gücün Kanıtı: Kadına Yönelik Şiddet ve Medyadaki Görünümleri Medyadaki Şiddet Kültürü*, Özer Ö. (der),. 433-450, Konya: Literatürk Yayınevi.

RTÜK (2006). *Televizyon Yayınlarında Şiddet*, Ankara: RTÜK Eğitim Dairesi Başkanlığı.

Sever, D.Ç., (2011). “Kadına Karşı Ev içi Şiddette Devletin Sorumluluğu ve Avrupa İnsan Hakları Mahkemesi’nin Opuz v. Türkiye Kararı”, *Atılım Sosyal Bilimler Dergisi*, 1 (2), 19-49.

T.C. Aile ve Sosyal Politikalar Bakanlığı Kadın Statüsü Genel Müdürlüğü (2013), “Kadına Yönelik Şiddetle Mücadele Ulusal Eylem Planı 2012–2015”, http://www.Kadininstatusu.gov.tr/upload/kadininstatusu.gov.tr/mce/2012/kadina_yonelik_sid_2012_2015, 08.07.2013.

Vatandaş, C., (2003). *Aile ve Şiddet, Türkiye’de Eşler Arası Şiddet*, Afyonkarahisar: Afyon Kocatepe Üniversitesi Yayınları.

GEMİADAMI ARZ-TALEBİNİN İNCELENEREK GELECEKTEKİ İSTİHDAM VE EĞİTİMİN PLANLANMASI

Arş. Gör. Orhan GÖNEL*

Doç. Dr. Özcan ARSLAN**

Özet

Türkiye’de toplamda 111 adet olmak üzere, 39 adet MEB’e, 19 adet YÖK, 53 adet özel ve kamuya ait eğitim kurumu bulunmaktadır. Bu eğitim kurumları farklı yeterliliklerde gemiadamı yetiştirmektedir. Bu eğitim kurumlarının kontenjanlarında yıllık değişim miktarlarının sektör ihtiyaçlarını karşılayacak ve ülkede uygun şekilde denizcilik istihdam olanakları yaratacak şekilde belirlenmemiş olduğu görülmektedir.

Bu çalışmada geçmiş dönemlerde izlenmiş olan denizcilik eğitim politikalarının günümüzde yarattığı etkiler, günümüzde izlenen eğitim politikalarının gelecekte oluşturacağı tahmini sorunlar incelenmiştir. Elde edilen sonuçlar irdelenerek geçmiş ve günümüz denizcilik eğitim politikaları değerlendirilmiş, bu değerlendirmeler ışığında önerilerde bulunulmuştur.

Anahtar Kelimeler: Denizcilik eğitimi, denizcilik eğitim politikası, gemiadamı arz ve talebi.

PLANNING FUTURE MARITIME MANPOWER EMPLOYEMENT AND EDUCATION BY ANALYSING CURRENT SEAFARER SUPPLY AND DEMAND

Abstract

In Turkey, there is a total 111 maritime educational institution, 39 of which belongs to Ministry of Education, 19 of them belongs to The Higher Education Council and 53 of them belongs to state and private institutions. It is clearly seen that these educational institution’s yearly changes in student quota

* İstanbul Teknik Üniversitesi Denizcilik Fakültesi, Deniz Ulaştırma İşletme Mühendisliği Bölümü, gonelo@itu.edu.tr

** İstanbul Teknik Üniversitesi Denizcilik Fakültesi, Deniz Ulaştırma İşletme Mühendisliği Bölümü, arslano@itu.edu.tr

are not determined in a way that will meet sector's needs and build a proper maritime employment opportunities.

This study focuses on nowadays results of previous maritime education policies and expected future results of today's maritime education policies. Past and current maritime education policies were evaluated according to acquired results and suggestions which have come up with these evaluations are made.

Key Words: Maritime education, maritime education policy, supply and demand of seafarers

Giriş

İnsan Kaynakları Yönetimi (İKY), çeşitli şekillerde tanımlanmaktadır. İKY, örgüt ihtiyaçları kadar, işgücünün de ihtiyaçlarını da dikkate almalıdır (Flippo, 1984). Açıklan'a göre İKY, personel yönetiminin yapısal ve işleyiş yönünden bölünmüşlüğü ortadan kaldırmak, kapsamlılığını ve bütünlüğünü vurgulamak amacı ile yirminci yüzyılın son çeyreğinde benimsenen yönetsel bir yaklaşımdır (Açıklan, 1996). İnsan Kaynakları Yönetimi geniş bir alanda istihdam ilişkilerini temsil eden ve bireysel iş ilişkilerinin gelişmesine katkıda bulunarak organizasyonel bütünleşmesini gerçekleştirmeye çalışan yeni bir çalışan yönetici ilişkiler zinciridir (Büyüksulu, 1996).

Gemilerin yeterli sayıda ve nitelikte personel ile donatılması, denizcilik endüstrisinin en önemli problemlerindedir. Gemilerin gerekli yeterlikteki personelle donatılması, iyi bir planlama ile gerçekleştirilecektir. Bu planlama, gemi adamlarının kariyerlerine başlama öncesi eğitim aşamasını, en sonunda da istihdam aşamasını kapsamalıdır. Türkiye'nin en önemli problemlerinden biri, insan kaynaklarının verimli bir şekilde planlanmaması ve insan kaynakları yönetiminin uygun yapılmamasıdır.

Geçmiş 2002 ve 2012 yılları arasında 1000 GRT ve üzeri Türk maliki gemi adedi 105,11 oranında artmış, aynı yıllarda zabitan sınıfı gemiadamı sayısı %148,40 oranında artmıştır. 2007 ve 2012 yılları arasında 1000 GRT ve üzeri Türk maliki gemi adedi %133,91 oranında artış göstermiştir fakat aynı zaman zarfı içinde zabitan sınıfı gemiadamı sayısı %148,40 oranında artmış olduğu görülmektedir. Talepten çok daha

büyük olan arz farkının geçmişten günümüze artmış ve büyük bir oranla artmaya devam etmekte olduğu görülmektedir.

Çalışmada bu artışın sayısal oranı, sebepleri ve gelecekte alacağı tahmini hal belirlenmeye çalışılmıştır. Konu ile ilgili çözümler üretilmeye çalışılmıştır.

Çalışmada öncelikle ham veriler toplanmış, toplanmış ham veriler birleştirilmiş ve incelenmiştir. Bazı kabullenmeler ve önermeler kabul edilmiş ve böylece günümüz verileri ve gelecek tahminleri yapılmıştır. Günümüz ve gelecek dönem tahmini gemiadamı arz talebi belirlenerek; sonuçlar çıkarılmış, yorum ve önerilerde bulunulmuştur.

Çalışmada uzakyol zabitan, yakinyol zabitan ve tayfa sınıfı gemiadamlarının arz ve talep durumları incelenmiştir. Limitli yeterlilik seviyesi için arz talep durumları incelenmemiştir.

1. Türkiye’de Denizcilik Eğitimi

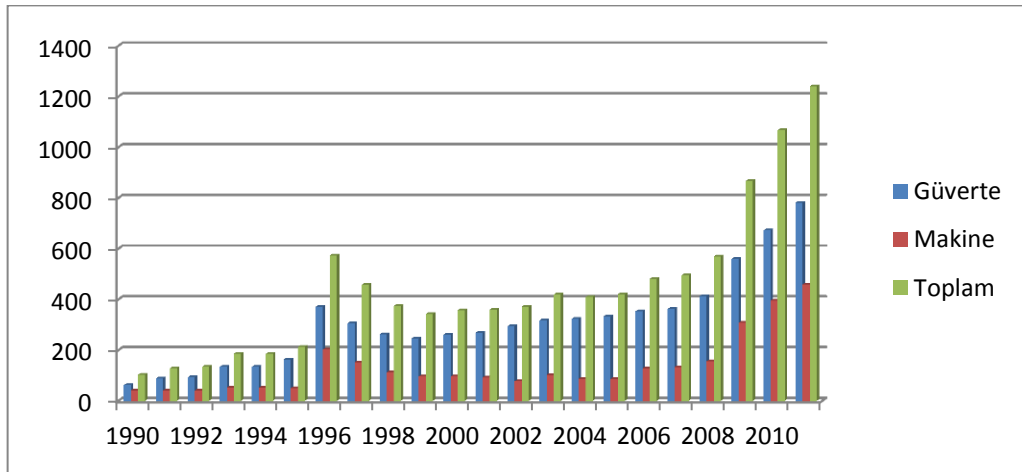
Türkiye Cumhuriyeti’nde denizcilik eğitimi alanında, 111 adet olmak üzere, 39 adet MEB’e, 19 adet YÖK, 53 adet özel ve kamuya ait (UDHB, 2013) eğitim kurumu bulunmaktadır. Bu eğitim kurumlarının sağlamakla yükümlü oldukları standartlar 12.01.2007/805 sayılı B.M.O., 31 Temmuz 2002 tarih ve 24832 sayılı Resmi Gazete’ de yayımlanarak 14.06.2002 tarihinde yürürlüğe giren ‘Gemiadamı Yönetmeliği’ gereklerine dayalı olarak hazırlanmıştır ‘Eğitim ve Sınav Yönergesi’ ile idare tarafından belirtilmiştir.

1.1. YÖK’e Bağlı Denizcilik Eğitim Kurumları

2012 yılında ÖSYM tarafından açıklanan tüm kontenjanların dolması ve bu öğrencilerin tamamının 4 sene sonra mezun olması durumunda 4/5 yıllık üniversite ve yüksekokullardan 2016 yılında 801 uzakyol güverte zabiti, 451 uzakyol vardiya mühendisi mezun olacaktır. Aynı koşulda 2 yıllık meslek yüksekokullarından 395

güverte zabiti, 355 makine zabiti mezun olacaktır. Şu an 5 adet üniversite denizcilik fakültesi ve yüksekokulu denizcilik bölümleri açtıklarını beyan etmiş, fakat kurulum aşamasında oldukları için daha öğrenci almaya başlamamışlardır. Bu eğitim kurumlarında öğrenci almaya başladıklarında mezun sayısı daha da artacaktır (Gönel, 2013).

Bu okulların kontenjanları 2012/2013 yılı kontenjanları; 4/5 yıllık fakülte ve yüksekokullar için 801 güverte, 451 makine olmak üzere toplam 1251; meslek yüksekokullarının 395 güverte, 355 makine olmak üzere toplam 750dir.



Şekil 1: 1990 – 2011 Yılları Arasında Lisans Düzeyindeki Eğitim Veren Denizcilik Okullarının Yıllara Göre Kontenjan Değişimi

(Kaynak: Nas, 2012)

Şekil 1 incelendiğinde yıllara göre çok büyük değişiklikler ve güverte-makine arasında büyük kontenjan farkı olduğu görülmektedir.

1.2. MEB'e Bağlı Denizcilik Eğitim Kurumları

Tablo 1.'de MEB'e bağlı denizcilik okullarının sayısı verilmiştir. Bu okulların içerisinde 33 tanesi 'Kısıtlı işletim seviyesinde' yeterlilik vermektedir. Bu okulların kontenjanı; 1469 güverte, 1268 makine olmak üzere toplam 2737'dir (Nas, 2012). Bu

okulların 4 yıllık olduğu ve toplam öğrenci sayısının her sınıfa eşit olarak dağıldığı varsayılırsa yılda 2020 kişi denizcilik liselerinden mezun olmakta, bu mezunların 684'ü gemiadamı yeterliliği almaya hak kazanmaktadır. 2011 yılında bu okullardan 795 güverte bölümü, 1111 makine bölümü olmak üzere toplam 1906 öğrenci mezun olmuştur (Sağ, 2011).

Tablo 1 - MEB'e Bağlı Denizcilik Okulları 2011-2012 Öğretim Yılı Grafiği

Lisenin Çeşidi	Okul Sayısı	Toplam Öğrenci
Anadolu Denizcilik Meslek Lisesi	53	7295
Anadolu Denizcilik Teknik Lisesi	8	581
Denizcilik Meslek Lisesi	10	204
Toplam	71	8080

(Kaynak: MEB, 2012)

1.3. Özel Ve Kamuya Bağlı Denizcilik Eğitim Kurumları

Tablo 2'de denizcilik eğitimi veren özel ya da kamu kurumlarının sayısal verileri verilmiştir. 312 adet 'Denizcilik ve Gemi Adamları Yetiştirme Kursu' olduğu ve talepten daha fazla arz yetiştirildiği görülmektedir.

Tablo 2 - 2009-2010 Öğretim Yılı Özel Gemiadamları Eğitim Kurumları Grafiği

Kurs Tipi	Kurs Sayısı	Öğrenci Sayısı	İlkokul	İlköğretim	Genel lise	Mesleki Lise ve Teknik Lise	Yüksek Öğretim
Tayfa sınıfına yönelik (STCW) kursu	44	501	130	147	64	96	64
Denizcilik ve Gemi Adamları Yetiştirme Kursu	312	5597	1195	1671	1016	1025	690
Sınırlı Vardiya Zabiti Yetiştirme	8	90	44	11	21	14	0
Vardiya Zabiti (500-3000GT)	4	171	0	0	110	30	31
Uzakyol Birinci zabiti ve Uzakyol Kaptanı Yetiştirme	10	169	2	0	30	47	90
Sınırlı Makine Zabiti Yetiştirme	7	70	27	10	28	5	0
Sınırlı Başmakine Yeterliliğinden Makine Zabiti (750-3000kW) Yeterliliğine Gececekler İçin	1	0	0	0	0	0	0

Tamamlama							
Sınırlı Kaptan Yeterliliğinden Vardiya Zabiti (500-3000GRT) Yeterliliğine Geçecekler İçin Tamamlama	1	0	0	0	0	0	0
Uzakyol İkinci Makinisti ve Uzakyol Başmakinisti Yetiştirme	4	53	0	0	0	10	43
Uzakyol Güverte Zabitliği	2	66	0	0	36	30	0

(Kaynak: MEB, 2011)

1.4. Tayfa Sınıfı Gemiadamı Eğitiminin Değerlendirilmesi

Tablo 3. ülkemizdeki gemiadamlarının mesleki yeterliliği ve onlara verilen eğitimin değerlendirilmesi açısından bilgi vermektedir. 27 tayfa sınıfı gemiadamının %67'sinin mesleğe başlamadan önce aldıkları eğitimi yetersiz bulmaları, onları çalıştıran 24 kaptan, başmühendisin ve 12 personel müdürünün de tayfa sınıfı gemiadamlarının mesleğe başlamadan aldıkları eğitimlerini yetersiz bulması eğitim açısından eksiklik olduğunu göstermektedir.

Tablo 3 - Tayfa Sınıfı Gemiadamı Eğitiminin Değerlendirilmesi

Soru1: Ticari gemilerde çalışan Türk tayfalarının mesleki anlamda iyi olduklarını düşünüyor musunuz?				
Cevaplayan grup	Kişi sayısı	Evet (%)	Kısmen (%)	Hayır (%)
Kaptan & Başmühendis	24	8	58	33
Personel Müdürü	12	17	42	42
Tayfa sınıfı gemiadamları	27	19	37	44
Soru 2: Mesleğe başlamadan önce Türk tayfalarına verilen eğitim yeterli mi?				
Cevaplayan grup	Kişi sayısı	Evet (%)	Kısmen (%)	Hayır (%)
Kaptan & Başmühendis	24	13	17	71
Personel Müdürü	12	0	17	83
Tayfa sınıfı gemiadamları	27	19	15	67
Tayfa sınıfı gemiadamı eğitmeni	9	78	11	11

1.5. Türk Ticaret Filosu

Çalışmanın bu bölümünde Türk maliki gemiler sayısal yönden incelenmiştir. Haziran 2012’de T.C. Ulaştırma, Denizcilik ve Haberleşme Bakanlığı veri tabanından alınan bilgilere göre Türk Siciline kayıtlı gemilerin 564 adedi uzakyol, 1441 adedi yakın yol, 1485 adedi kabotaj seferi yapacak şekilde sertifikalandırılmıştır. Ayrıca 1000 GRT ve üzeri yabancı sicillere kayıtlı Türk maliki gemi sayısı 642’dir (DTO, 2012). 1000 GRT ve üzeri yabancı sicillere kayıtlı gemilerin tamamının uzakyol seyir yapacak şekilde olduğu varsayılmıştır.

1000 GRT ve üzeri yerli ve yabancı sicillere kayıtlı toplam gemi sayımız 1165 adet olup toplam tonajı 22.572.000 DWT’dur. 1000 DWT ve üzeri gemiler için gemilerin gemi adedi bazında incelendiğinde gemi tipine göre sıralanması; %48,0 kuru yük, %14,93 dökme yük, %10,13 kimyevi madde tankeri, %7,47 petrol tankeri, %6,13 konteyner, %2,67 kuru yük + konteyner şeklindedir. 1000 GRT ve üzeri Türk siciline kayıtlı gemilerin yaş ortalaması 24’dür (DTO, 2012).

2. Türk Gemiadamı Arzı Ve Profili

Gemiadamı arzı aktif gemiadamları tarafından sağlanmaktadır. Bu bölümde gemiadamı arzı nicelik ve nitelik olarak incelenmiştir. 06.02.2013 tarihinde T.C. Denizcilik, Ulaştırma ve Haberleşme Bakanlığında alınan verilere göre hazırlanan Tablo 4 ve 5 incelendiğinde, 28908’i güverte zabiti, 16649’u makine zabiti, 89962’si güverte tayfası, 24729’u makine tayfası olmak üzere 114691 aktif gemiadamı olduğu görülmektedir. Hem zabitan hem tayfa sınıfı için güverte ve makine bölümleri için eşdeğer yeterliliklerde talep miktarı birbirine yakın iken güverte sınıfında makine sınıfına nazaran arz fazlalığı vardır. ‘Gemilerin Gemiadamı ile Donatılmasına İlişkin Yönerge ’ye göre; 5.000 GT, 800 kW makine gücüne sahip, uzak sefer yapan bir yük gemisinde 1 kaptan, 1 birinci zabıt, 1 vardiya zabiti olmak üzere 3 güverte zabitanı, 1 başmühendis/makinist, 1 ikinci müh./mak., 1 vardiya müh./mak. olmak üzere 3 makine zabitanı gerekmektedir. Aynı gemi için 4 güverte, 3 makine tayfası gerekmektedir. Fakat mevcut durumda güverte zabiti sayısı, makine zabiti sayısının 1.74 katı, güverte tayfası sayısı, makine tayfası sayısının 3.64 katıdır.

Tablo 4 - Zabitan Sınıfı Gemiadamı Sayısal Verileri (Şubat 2013)

Yeterlilik Adı	Yeterlilik Kodu	Gemiadamı sayısı	Yeterlilik Adı	Yeterlilik Kodu	Gemiadamı Sayısı
Sınırlı V. Zabiti	110	2721	Sınırlı M. Zabiti	210	1763
Sınırlı Kaptan	120	3625	Sınırlı Başmakinist	220	1009
Vardiya Zabiti	130 - 132	5518	Makina Zabiti	230-232, 238	4438
Birinci Zabit	140 - 143	3000	İkinci Makinist	240-244	1933
Kaptan	150 - 153	1511	Başmakinist	250-254	1531
Uzakyol Vardiya Zabiti	160	5327	Uzakyol Vardiya Mühendisi	260	1361
Uzakyol Birinci Zabit	170	3344	Uzakyol Vardiya Makinisti	261	1139
Uzakyol Kaptanı	180	3862	Uzakyol İkinci Mühendisi	270	743
Toplam		28908	Uzakyol İkinci Makinist	271	642
			Uzakyol Başmühendisi	280	1423
			Uzakyol Başmakinisti	281	667
			Toplam		16649

Tablo 5 - Tayfa Sınıfı Gemiadamı Sayısal Verileri (Şubat 2013)

Yeterlilik Adı	Yeterlilik Kodu	Gemiadamı sayısı	Yeterlilik Adı	Yeterlilik Kodu	Gemiadamı sayısı
Usta Gemici (Kaptan)	102	15	Silici	107	8467
Miço	103	41076	Yağcı	108	14812
Gemici	104	18303	Makine Lostr.	109	1450
Usta Gemici	105	26808	Toplam		24729
Güverte Lostramosu	106	3760			
Toplam		89962			

Tablo 6 incelendiğinde ekonomik anlamda ve denizcilik alanında gelişmiş ülkelerin hem gemi başına düşen gemiadamı sayısının düşük olduğu hem tayfadan çok zabitan sınıfı gemiadamı olduğu, ekonomik anlamda ve denizcilik alanında daha az gelişmiş ülkelerin gemi başına düşen gemiadamı sayısının daha çok olduğu ve zabitten çok tayfa olduğu görülmektedir.

Tablo 6 - 2010 Yılı Bazı Ülkelerin Gemi Başına Düşen Gemiadamı Sayısı

Ülke	Gemi Sayısı	Zabitan Sayısı	Tayfa Sayısı	Toplam Gemiadamı Sayısı	Zabitan Tayfaya Oranı	Gemi Başına Zabıt Sayısı	Gemi Başına Tayfa Sayısı	Gemi Başına Gemiadamı Sayısı
Yunanistan	1305	9993	2970	12963	3,36	7,7	2,3	9,9
Singapur	1547	7523	1150	8673	6,54	4,9	0,7	5,6
Hollanda	827	3014	560	3574	5,38	3,6	0,7	4,3
Belçika	99	498	92	590	5,41	5	0,9	6
Japonya	3874	21297	7308	28605	2,91	5,5	1,9	7,4
Filipinler	1197	57688	23492	81180	2,46	48,2	19,6	67,8
Pakistan	17	2841	9327	12168	0,3	167,1	548,6	715,8
Romanya	34	18575	5768	24343	3,22	546,3	169,6	716
Güney Afrika	22	1794	1275	3069	1,41	81,5	58	139,5
Hindistan	515	46497	16176	62673	2,87	90,3	31,4	121,7
Türkiye	1075	36734	51009	87743	0,72	34,2	47,5	81,6

(Kaynak: BIMCO, 2010)

3. Günümüz Gemiadamı Arz-Talebi Ve Gelecek Dönem Arz-Talep Tahminleri

Çalışmanın bu bölümünde günümüz gemiadamı arz talebi incelenmiş ve gelecek dönemler için farklı koşullarda oluşabilecek tahmini gemiadamı arz öngörülmüştür. Eldeki mevcut verilerin karşılaştırılması ve gelecek dönemlerin öngörülmesi için bazı kabullenmelerde bulunulmuştur.

3.1. Günümüz Gemiadamı Arz-Talebi

Bu bölümde mevcut Türk ticaret filosu sefer bölgelerine göre ayrılmış, ‘Gemilerin Gemiadamı İle Donatılması İlişkin Yönerge’ ve bazı diğer etmenler değerlendirilerek tahmini gemiadamı talebi belirlenmiştir. Bu talep mevcut aktif gemiadamı arzı ile kıyaslanmıştır.

Tablo 7, 8 ve 9 incelendiğinde ülkemizde toplamda gemiadamı arz fazlalığı olduğu görülmektedir. Güvertede arz fazlalığı varken, makine bölümünde bazı yeterliliklerde

talep fazlalığı vardır. Güverte ve makine sınıfı gemiadamlarına yaklaşık olarak yakın bir talep varken güverte arzı makine arzından çok daha fazladır.

Tablo 7 - Günümüz Zabitan Sınıfı Gemiadamı Arz Ve Talebi

Yeterlilik	Gemi Sayısı	Gereken Reel Gemiadamı Sayısı	Gereken Teorik Gemiadamı Sayısı	Mevcut Gemiadamı Sayısı	Reel İhtiyacın Karşılanma Oranı (%)	Teorik İhtiyacın Karşılanma Oranı (%)
Uzakyol Kaptanı	1206	1206	1561	3862	320,23	247,47
Uzakyol 1. Zabit	1206	1206	1561	3344	277,28	214,28
Uzakyol Vardiya Zabiti	1206	2111	2732	5327	252,34	195,01
Uz. Baş Müh/Mak.	1206	1206	1561	2090	173,30	133,93
Uz. 2. Müh./	1206	1146	1483	1385	120,86	93,40
Uz. Var. Müh./Mak.	1206	1628	2107	2500	153,56	118,67
Kaptan	1441	1441	1865	1511	104,86	81,02
1. Zabit	1441	1081	1399	3000	277,52	214,44
Vardiya Zabiti	1441	721	933	5518	765,33	591,43
Baş Makinist	1441	1441	1865	1531	106,25	82,09
İkinci Makinist	1441	721	933	1933	268,10	207,18
Makine Zabiti	1441	1153	1492	4438	384,91	297,45

Tablo 8 - Günümüz Tayfa Sınıfı Gemiadamı İhtiyacının Belirlenmesi

Gemi Bilgisi		Güverte Sınıfı Tayfa		Makina Sınıfı Tayfa	
Sefer Bölgesi	Gemi Sayısı	Gemi Başına Gereken	Gereken Toplam	Gemi Başına Gereken	Gereken Toplam
Uzak Sefer	1206	4	4824	4	4824
Yakın Sefer	1441	3	4323	3	4323
Kabotaj	1485	2	2970	2	2970
Toplam	4132		12117		12117

Tablo 9 - Günümüz Tayfa Sınıfı Gemiadamı Arz Ve Talebi

Tayfa		Gereken Reel Gemiadamı Sayısı	Gereken Teorik Gemiadamı Sayısı	Mevcut Gemiadamı Sayısı	Reel İhtiyacın Karşılanma Oranı (%)	Teorik İhtiyacın Karşılanma Oranı (%)
Rakamsal Değerlerle	Gv.	12117	15679	89962	742,44	573,76
	Mk.	12117	15679	24729	204,09	157,72
Yorumlanmış Değerlerle	Gv.	12117	15679	44981	371,22	286,88
	Mk.	12117	15679	24729	204,09	157,72

3.2. Gelecek Dönem Gemiadamı Arz-Talep Tahminleri

Gelecekte oluşabilecek iki farklı durumda gelecek gemi sayısı ve gemiadamı talebi tahmin edilmiştir. Bu tahminler okul kontenjanları, daha önce yapılmış olan çalışmalar dikkate alınarak değerlendirilmiştir.

3.2.1. İyimser Gelecek Tahminleri

İyimser gelecek tahminleri ülkede genel ekonomik alanda ve denizcilik sektöründe olumlu gelişmeler olacağı, gemi arzının, gemiadamı talebinin yüksek olacağı ayrıca genel istihdam (denizciliğin yan sektörleri ve denizcilikle ilgisi olmayan diğer mesleklerde) olanaklarının olumlu olacağı yönünde yapılmış tahminlerdir.

Tablo 10 - İyimser Zabitan Gemiadamı Arz Ve Talebi

Yeterlilik	Tahmini Gemi Sayısı	Gereken Reel Gemiadamı Sayısı	Gereken Teorik Gemiadamı Sayısı	Tahmini Gemiadamı Sayısı	Reel İhtiyacın Karşılanma Oranı	Teorik İhtiyacın Karşılanma Oranı
Uzakyol Kaptanı	1919	1919	2483	3997	247,49	191,26
Uzakyol 1. Zabiti	1919	1919	2483	3461	214,3	165,61
Uzakyol Vardiya Z.	1919	3358	4345	5515	195,15	150,81
Uzakyol Baş Müh./Mak.	1919	1919	2483	2457	152,14	117,57
Uzakyol 2. Müh./Mak.	1919	1919	2483	1629	106,19	82,07
Uzakyol Vardiya Müh./Mak.	1919	2788	3608	2940	134,8	104,17
Kaptan	2238	2238	2896	1516	78,55	60,7
1. Zabiti	2238	1679	2173	3012	208,01	160,75
Vardiya Zabiti	2238	1120	1449	5528	572,85	442,7
Baş Makinist	2238	2238	2896	1620	83,94	64,87
İkinci Makinist	2238	1120	1449	2048	212,23	164,01
Makine Zabiti	2238	1790	2316	4693	303,95	234,89

Çalışmada, iyimser tahmin, ekonomideki olumlu gelişmeler neticesinde Türk filosunun büyüdüğü ve gemiadamı arzının mevcut durumdaki gibi devam edeceği durumdur. Bu senaryoya göre oluşturulmuş Tablo 9. ve Tablo 10. incelendiğinde; iyimser tahmin, ekonominin ve istihdam olanaklarının daha iyi olacağı farz edilerek yapılan tahmin olmasına rağmen yine de toplamda büyük arz fazlalığı yaşanması beklenmektedir. Bir

diğer sorun makine bölümünde talep fazlalığı yaşanırken güverte bölümünde arz fazlalığı yaşanacağıdır. Yani güverte ve makine arasında dengeli bir paylaşım olmadığı görülmektedir. ‘Kaptan’ ve ‘Baş Makinist’ yeterliliklerinde olması tahmin edilen talep fazlalığının ‘Uzakyol Kaptanı’ ve ‘Uzakyol Baş Mühendisi’ yeterlilikleri ile doldurulacağı tahmin edilmektedir.

Tablo 11 - İyimsen Tayfa Sınıfı Gemiadamı Arz Ve Talebi

Tayfa		“Gereken Reel Gemiadamı Sayısı	Gereken Teorik Gemiadamı Sayısı	Mevcut Gemiadamı Sayısı	Reel İhtiyacın Karşılama Oranı (%)	Teorik İhtiyacın Karşılama Oranı (%)
Rakamsal Değerlerle	Güverte	19002	24589	76468	402,42	310,98
	Makine	19002	24589	21020	110,62	85,49
Yorumlanmış Değerlerle	Güverte	19002	24589	38234	201,21	155,49
	Makine	19002	24589	21020	110,62	85,49

3.2.2. Kötümser Gelecek Tahminleri

Kötümser gelecek tahminleri ülkede genel ekonomik alanda ve denizcilik sektöründe olumsuz gelişmeler olacağı, gemi arzının, gemiadamı talebinin aynı kalacağı ve genel istihdam (denizciliğin yan sektörleri ve denizcilikle ilgisi olmayan diğer mesleklerde) olanaklarının olumsuz olacağı ve aktif gemiadamlarının tamamının gemiadamı arzına katılacağı yönünde yapılmış tahminlerdir.

Tablo 12 - Kötümser Zabitan Gemiadamı Arz Ve Talebi

Yeterlilik	Tahmini Gemi Sayısı	Gereken Reel Gemiadamı Sayısı	Gereken Teorik Gemiadamı Sayısı	Tahmini Gemiadamı Sayısı	Reel İhtiyacın Karşılama Oranı	Teorik İhtiyacın Karşılama Oranı
Uzakyol Kaptanı	1236	1236	1561	4702	389,88	301,3
Uzakyol 1. Zabiti	1236	1236	1561	4072	337,65	260,93
Uzakyol Vardiya Zabiti	1236	2111	2732	6488	307,34	237,51
Baş Müh./Mak.	1236	1236	1561	2891	239,72	185,25
2. Müh./Mak.	1236	1236	1561	1916	167,19	129,2

Vardiya Müh./Mak.	1236	1796	2267	3459	212,47	164,2
Kaptan	1441	1441	1865	1784	123,8	95,66
1. Zabit	1441	1081	1399	3543	327,75	253,25
Vardiya Zabiti	1441	721	933	6503	901,94	697
Baş Makinist	1441	1441	1865	1906	132,27	102,2
İkinci Makinist	1441	721	933	2409	334,12	258,2
Makine Zabiti	1441	1153	1492	5521	478,84	370,04

Tablo 11 ve 12 incelendiğinde, kötümser senaryoda her yeterlilikte arz fazlalığı yaşanacağı, büyük istihdam sorunları yaşanacağı görülmektedir. Bir diğer sorun ise, güverte ve makine arasında dengeli bir paylaşım olmamasıdır. Tayfa sınıfı için her hem güverte hem makine sınıfı için büyük bir arz fazlalığı vardır. Ayrıca güverte ve makine arasında büyük bir arz dağılım farkı vardır.

Tablo 13 - Kötümser Tayfa Sınıfı Gemiadamı Arz Ve Talebi

Tayfa		“Gereken Reel Gemiadamı Sayısı	Gereken Teorik Gemiadamı Sayısı	Mevcut Gemiadamı Sayısı	Reel İhtiyacın Karşılama Oranı	Teorik İhtiyacın Karşılama Oranı
Rakamsal Değerlerle	Güverte	12237	15835	89962	735,16	568,12
	Makine	12237	15835	24729	202,08	156,17
Yorumlanmış Değerlerle	Güverte	12237	15835	44981	367,58	284,06
	Makine	12237	15835	24729	202,08	156,17

Sonuçlar Ve Öneriler

Çalışmanın bu bölümünde elde edilen bulgular incelenerek sonuçlar çıkarılmış ve bu sonuçlara göre bazı önerilerde bulunulmuştur. Çalışma boyunca elde edilen veriler ve yapılan tahminler incelendiğinde çıkarılan sonuçlardan en önemlisi; geçmişte yapılmış denizcilik eğitim planlamasının günümüzde istihdam sorunlarına sebep olduğu ve mevcut eğitim politikasının gelecekte istihdam sorunlarına sebep olacağıdır.

İdarenin özel ve kamuya ait eğitim kurumlarına müdahale etmesi, çalışmalarına devam eden eğitim kurumlarının kontenjanlarının ve verdikleri yeterlilik seviyelerinin sektörde

istihdam sorunu oluşturmayacak şekilde güncellenmesi yani sektörün ihtiyaçlarına göre yenilenmesi ve değiştirilmesi gerekmektedir. Ayrıca yeni açılacak eğitim kurumlarının kontenjanlarının ve yeterlilik seviyelerinin sektör ihtiyaçlarını karşılayacak şekilde belirlenmelidir. Eğitim kurumları daha detaylı bir şekilde denetlenmeli ve eğitim kurumları yetiştirdikleri gemiadamları hakkında verdikleri eğitimin geri besleme olarak kendilerini objektif bir şekilde değerlendirmeliler. Eğitim kurumlarının eğitim kalitesini arttırmak amacı için deniz kökenli öğretim elemanı sayısı arttırılmaya çalışılmalıdır. Deniz kökenli öğretim görevlisi sayısını arttırabilmek için daha iyi ücret, daha iyi çalışma koşulları ve ek sosyal haklar gibi imkânlar yaratılmalıdır.

Günümüzde hissedilen ve ileride daha da artacak olan gemiadamı fazlalığını yurt dışında istihdam edebilmek için çalışmalar yapılmalıdır. Bu amaçla eğitim kurumları yabancı uyruklu gemiadamı kökenli öğretim elemanları istihdam edebileceği gibi, lisans düzeyinde eğitim veren eğitim kurumlarının tamamının ya da bir kısmının yabancı şirketlerde istihdam edilebilecek şartlarda gemiadamı yetiştirmesi gerekmektedir.

Lokanta tekne, liman içi hizmet gemileri ve benzeri birçok küçük deniz vasıtasında çalışan ya da çalışacak kişilere ticari filoda aktif gemiadamı arzına katılan kişilerle aynı gemiadamı yeterliliği verilmektedir. Bu da uygun planlama yapılamamasına ve gemiadamlarının mesleklerinde yeterince deneyim kazanmadan yükselmesine sebep olmaktadır. Bu yüzden tayfa sınıfı gemiadamı yeterlilik seviyelerine ayrılmalıdır. Ayrıca bu sorun ileride Türk gemiadamlarının yurt dışında daha fazla istihdam edilmeye başladığında mesleğinde ehli olmayan kişilerin Türk gemiadamı mesleki bilgi ve beceri standardının düşük görünmesine sebep olacaktır.

Ülkemizdeki gemiadamı istihdam sorunlarını azaltmak ve gelir getirmek amacı ile Türk gemiadamlarının ehliyetlerinin yurt dışında kabul edilmesi için resmi başvuru ve yazışmaların başlatılması gerekmektedir. Ülkemiz bayrağının 'Beyaz Liste'ye girmesinin yapılacak başvurularda kıstas olarak gösterilmedi. Ülkemizde zabitan ehliyetleri 3 ayrı yeterlilik sınıfında verilmektedir. Bu sorunda Türk gemiadamlarının aktif yurt dışında istihdam edilme oranları arttığında sorunlar doğuracaktır. Bu yeterlilik seviyesi tercihen 2'ye ya da 1'e indirgenmelidir.

Denk yeterliliklerdeki güverte ve makine sınıfı gemiadamlarının dağılımındaki sayısal eşitsizlik dikkat çekmektedir. Bu eşitsizliğin azaltılması ve istihdam sorunlarını önüne geçilebilmesi için önemler alınmalıdır. Tayfa sınıfı için; güverteci tayfalara makine bölümüne geçmek için ücretsiz tamamlama eğitimi verilebilir. Zabitan sınıfı için eğitim kurumlarının kontenjanları değiştirilebilir.

Sonuç olarak; denizcilik idare, eğitim ve sektör temsilcilerinin daha sık aralıklarla bir araya gelmesi ve daha aktif işiştirare çalışmalarında bulunması gerekliliği kendini göstermektedir. Sektör beklentilerini idareye açıklamalı, gelecek durum tahminleri yapılmalı ve gelecekte oluşabilecek farklı durumlar için planlar yapılmalıdır.

Kaynaklar

Açıkalın, A., (1996). *Çağdaş Örgütlerde İnsan Kaynağının Personel Yönetimi*, Ankara: Önder Matbaacılık.

BIMCO (2010). *Manpower 2010 Update, The Worldwide Demand for and Supply of Seafarers Main Report*, 102-106, 110-114.

Büyüksü, A.R., (1996). *Çok Uluslu Şirketler ve İnsan Kaynağı Yönetimi*, İstanbul: Der Yayınları.

Deniz Ticaret Odası (2012). *2011 Deniz Sektör Raporu*, İstanbul.

Flippo, E.B., (1984). *Personnel Management* (6b.), Singapore: Mc Graw-Hill Book.

Gönel, O., (2013). *Gemiadamı Arz-Talebinin İncelenerek Gelecekteki İstihdam ve Eğitimin Planlanması*, Yüksek Lisans Tezi, İstanbul: Fen Bilimleri Enstitüsü.

MEB (2011). *Milli Eğitim İstatistikleri Yaygın Eğitim 2009-2010*, Ankara.

MEB (2012). *Milli Eğitim İstatistikleri Örgün Eğitim 2011-2012*, Ankara.

Nas, S., (2012). “Türkiye’de Lisans Düzeyinde Denizcilik Eğitimi Veren Kurumlarda İstihdam Edilen Deniz Kökenli Akademisyenlerin Profili”, *Denizcilik Dergisi*, Mayıs-Haziran Sayısı, 38-42.

Sağ, O.K., (2011), *A unique Model of Approach to MET*, Piri Reis Maritime University-Istanbul/Turkey, Maritime Education Summit – The Way Forward, Texas A & M University at Galveston and Texas Maritime Academy, Galveston TX, USA.

UDHB (2013). *T.C. Ulaştırma, Denizcilik ve Haberleşme Bakanlığı Gemiadamları Eğitim Bilgi Sistemi*, <https://atlantis.denizcilik.gov.tr/gaegitimnet/Public/KurumBilgi.aspx>. 06.11.2013.

AİLE DANIŞMA MERKEZLERİ YÖNETMELİĞİ'NE ELEŞTİREL BİR BAKIŞ VE BAZI ÖNERİLER

Yrd. Doç. Dr. Süleyman DOST*

Arş. Gör. Hikmet TOKGÖZ**

Özet

Aile ve Sosyal Politikalar Bakanlığı tarafından 4 Eylül 2012 tarih ve 28401 sayılı Resmi Gazete'de "Gerçek Kişiler ve Özel Hukuk Tüzel Kişileri ile Kamu Kurum ve Kuruluşlarınca Açılacak Aile Danışma Merkezleri Yönetmeliği" yayımlandı. Yönetmeliğin amacı, aile danışma merkezlerinin personel ve hizmet standardı, etik kuralları, ücret tarifeleri, açılması ve kapatılması işlemleri, faaliyetleri, denetimleri ve diğer hususlara ilişkin usul ve esasları düzenlemektir.

Bu makalede, başta aile danışmanının eğitimi olmak üzere, merkezin niteliği, denetimi, aile danışmanının meslekte denetlenmesi Yönetmelikte bulunan/bulunması gereken veya ayrı bir Yönetmelikte düzenlenmesi gereken konular ele alınacak ve bunlarla ilgili öneriler sunulacaktır.

Anahtar Kelimeler: Aile, şiddet, danışman, yönetmelik, merkez.

A CRITICAL APPROACH TO FAMILY COUNSELLING CENTERS REGULATION AND SOME SUGGESTIONS

Abstract

"Real Persons and Legal Persons in Private Law Family Counselling Centers to be opened with the Public Institutions and Organizations Regulations" was published by the Ministry of Family and Social Policies in the Official Gazette No. 28401 dated 4 September 2012. The purpose of the Regulation is to manage family counseling centers for the issues including the staff and service standards, professional ethics, tariffs, opening and closing processes, activities, procedures and other principles.

* Süleyman Demirel Üniversitesi, Hukuk Fakültesi, suleymandost@sdu.edu.tr

** Süleyman Demirel Üniversitesi, Hukuk Fakültesi, hikmettokgoz32@gmail.com

In this article, the related recommendation about Family Counselling Centers based on family counselor education, the nature of center, supervision, regulation and supervision of family counselor profession / organization as issues that need to be addressed in the Regulation or in a separate regulation.

Key Words: Family, violence, consultant, regulation, the center.

Giriş

Bir işi yapmak zordur, ancak yapılmış bir iş veya eseri eleştirmek kolaydır. Bu bağlamda öncelikle şunu belirtmek gerekir: Aile ve Sosyal Politikalar Bakanlığı'nı aile danışmanlığı konusunda düzenleme yaptığı için takdir etmek gerekir. Çünkü aile gibi değeri tartışılmaz bir sosyal kuruma danışmanlık konusu son derece önemlidir.⁵¹ Bu çalışmada, yönetmelikte eksik veya yanlış olduğu düşünülen hususlar dile getirilmiştir.

Yönetmelikle ilgili eleştiriler iki grupta toplanabilir: İlki ve en önemlisi Aile danışmanı ve meslek elemanı olarak çalıştırılacak kişilerin eğitimi ve nitelikleridir. İkincisi ise Yönetmelikte özellikle aile danışma merkezleri ile ilgili diğer hususlardır.

1. Aile Danışmanının Eğitimi Ve Nitelikleri

Gerçek Kişiler ve Özel Hukuk Tüzel Kişileri ile Kamu Kurum ve Kuruluşlarınca Açılacak Aile Danışma Merkezleri Yönetmeliği, sadece Aile Danışma Merkezlerini düzenlemektedir. Buna karşılık aile danışma merkezlerinde istihdam edilecek kişilerin düzenlendiği "Merkez Çalışanları, Çalışanların Eğitimi, Nitelikleri, Görev, Yetki ve Sorumlulukları" başlıklı Yönetmeliğin 3. Bölümü zayıf kalmıştır. Aslında bu bölümün ayrı bir yönetmelikle düzenlenmesi maksada daha uygun olabilirdi. Eğer aile danışmanlığı konusu mutlaka tek yönetmelikle düzenlenecekse 3. bölüm yeniden ele alınmalıdır. Özellikle Yönetmeliğin 14., 15., 16. ve 17. maddelerindeki aile danışmanının eğitimi ve nitelikleri, meslek elemanının eğitimi ve nitelikleri, aile

⁵¹ Aile Türk hukukunda özel bir öneme sahiptir. Bu konuda Anayasamızda 41. Maddesinde devlete aileyi koruma yükümlülüğü yüklenmiştir. Ayrıca bu konuda 14.01.1998 tarih ve 4320 sayılı Ailenin Korunmasına Dair Kanun çıkarılmıştır. Ayrıntılı bilgi için Bkz: "Ailenin Korunmasına Dair Kanun ve Yeni Medeni Kanuna İlişkin Uygulama Sorunları", (Sempozyum, 9-10 Kasım 2002) 2003. İstanbul Barosu Yayınları, İstanbul.; Filiz, O. 2008. "4320 Sayılı Ailenin Korunmasına Dair Kanunun ve Uygulamalarının Değerlendirilmesi Üzerine Bir Araştırma", T.C. Aile ve Sosyal Araştırmalar Genel Müdürlüğü, Ankara.

danışmanın görevleri ile meslek elemanının görevleri daha açık ve ayrıntılı şekilde düzenlenmelidir. Bu kapsamda:

1. *Aile eğitimi verecek kuruluşlar Yönetmelikte açıkça belirtilmeli ve eğitim süreci denetlenmelidir.* Yönetmeliğin 14. maddesinde “Milli Eğitim Bakanlığı, Yükseköğretim Kurulu veya üniversitelerden, biri tarafından uygun görülen...” ifadesi ile söz konusu kurumlardan birinden izin alan veya bu kurumlarla protokol yapan kişilerin aile danışmanlığı eğitim sertifikası programı açabileceği anlaşılmaktadır. Buna göre ülkemizin çeşitli illerinde çok sayıda sertifika programı açılmıştır. Bu programların çoğunda nitelikli bir aile danışmanlığı eğitimi verildiği şüphelidir. İşin daha da vahim olan yanı ise bunu denetleyecek bir denetim makamının bulunmamasıdır (Burada merkezin denetlenmesi ile eğitimi veren kurumun denetlenmesi birbirinden farklıdır).
2. *Aile danışmanlığı eğitimini alacakların eğitime devam durumu düzenlenmelidir.* Yönetmelikte eğitim alan kişilerin derslere devam durumu düzenlenmemiştir. Bu husus eğitimi veren kurumların inisiyatifine kalmış gibi gözükmektedir. Ekonomik kaygıların daha ağır bastığı özel kişiler tarafından düzenlenen eğitim programlarında derslere devam durumuna ne derece hassasiyet gösterileceği şüphelidir.⁵²
3. *Eğitimin içeriği ve süreleri açıkça düzenlenmelidir.* Bu husus Yönetmeliğin belki de en zayıf yönünü oluşturmaktadır. Yönetmeliğin 14. maddesinde “en az üç yüz saati teorik ve en az otuz saati süpervizyon eşliğinde olmak üzere yüz elli saati uygulamalı toplam dört yüz elli saatlik aile danışmanlığı alanında bir eğitim programını başarıyla tamamlanmasından” söz edilmektedir. Eğitimin içeriği, hangi derslerin alınacağı, üç yüz saatlik eğitimin nasıl hangi derse ne oranda (kaç saat) yer verileceğine dair bir hüküm mevcut değildir. Eğitimin içeriği ve süreleri tamamen eğitimi veren kuruluşlar tarafından belirlenmektedir. Şu anda devam eden eğitim programlarına bakıldığında, bir yeknesaklığın

⁵² Programa devam edenler zaten bu dersleri lisans eğitiminde aldıkları için eğitim programındaki derse devam şartının pek önemli olmadığı eleştirisi yapılabilir. Eğer böyle kabul edilirse sertifika eğitim programının açılması ihtiyacı tartışmalı hale gelecektir. O zaman Yönetmelikte sayılan lisans programlarından mezun olanlara doğrudan aile danışmanlığı sertifikası verilebilir. Oysa Yönetmeliğin ve dolayısıyla Bakanlığın amacı bu değildir. Doğrudan doğruya aile danışmanlığı eğitimi alınması hedeflenmektedir. Bizce bu adım isabetlidir.

olmadığı, her programın farklı ders içerik ve süreleriyle uygulandığı görülmektedir. Bu da aile danışmanlığından beklenen maksadı zedeleyecektir.

4. *Uygulama eğitiminin ve süpervizörlüğün şekli, içeriği, nerede yapılacağı ve denetimi belirtilmelidir.* Yönetmeliğin 14. maddesinde “en az üç yüz saati teorik ve en az otuz saati süpervizyon eşliğinde olmak üzere yüz elli saati uygulama” eğitiminden söz edilmektedir. Bu eğitimin şekli, içeriği, nerede yapılacağı, nasıl denetleneceği, süpervizörlerin kimler olacağı gibi hususlara ilişkin bir hüküm yoktur. Bu durumda uygulama eğitimi, anlaşıldığı kadarıyla eğitimi yapan kuruluşun inisiyatifine bırakılmaktadır. Bu da aile danışmanlığı eğitiminde farklı uygulama yöntemlerinin doğmasına yol açacak ve yeknesaklık ortadan kalkacaktır.
5. *Sınavın şekli ve uygulama esasları düzenlenmelidir.* Yönetmelikte eğitim programından sonra sınavın yapılıp yapılmayacağı düzenlenmemiştir. Eğitimin amacına ulaşip ulaşmadığı nasıl anlaşılacaktır? Ölçme ve değerlendirmenin yapılmadığı bir eğitimin niteliği tartışmalı hale gelecektir. Eğer eğitimi veren kuruluş tarafından sınav yapılırsa bu da beraberinde başka sorunları doğuracaktır. Çünkü bu eğitim pahalı bir eğitimidir. Dolayısıyla yüklü miktar para veren kişi ile eğitimi veren kuruluş arasında sınavın şekli ve zorluğu konusunda sorun çıkması kuvvetle muhtemeldir. *Bizim önerimiz, sınavın merkezi olarak yapılmasıdır.* Merkezi sınav ülkede bir bütünlüğün sağlanması açısından isabetli olacaktır.
6. Yönetmeliğin 14. maddesinin 4. fıkrasında Milli Eğitim Bakanlığının izniyle *Yükseköğretim kurumları dışında aile danışmanlığı sertifika programı eğitimi yürütecek kurumlardaki eğiticilerin nitelikleri ve sahip olması gereken şartlar yeniden ele alınmalıdır.* Özellikle hukuk eğitimini verecek kişiler açısından bu şartın gerçekleştirilmesi imkânsızdır.
7. *Aile danışmanı olarak çalışacaklarda mutlaka evli olma, çocuğu bulunma ve belirli bir yaşını doldurmuş olma şartı getirilebilir.* Veya en azından bu konu tartışmaya açılmalıdır. Aile⁵³ gibi önemli bir kuruma danışmanlık yapacak olan kişilerin evli olmadan evlilikte ortaya çıkabilecek sorunları anlaması bizce güç

⁵³ “Aile, aynı çatı altında yaşayan, gelirlerini paylaşan, evlilik ve kan bağlarıyla birbirine bağlı, çeşitli rollerle birbirlerini etkileyen bireylerin oluşturduğu, yasal, toplumsal ve ekonomik bir kurumdur.” Kılıçarslan F., 2006. “Çocuk ve Aile Sorunlarının Terapi ile Tedavisi”, Nobel Yayınevi, Ankara, 1.

olacaktır. Teorik bilginin varlığı her zaman sorunların çözümüne yetmemektedir. Üstelik zorunluluk olmamakla birlikte Aile Mahkemelerinde hakim olabilmede evli ve çocuk sahibi olma tercih sebebidir⁵⁴. Dolayısıyla Aile danışmanlığında da benzer bir yöntem benimsenebilir.

8. *Aile danışmanlığı meslek örgütü getirilmelidir.* Bilindiği gibi meslek örgütleri ilgili mesleğin, meslek kurallarını ve çalışma şartlarını düzenlemektedir. Barolar, Tabipler Odası, Turizm Rehberleri Odası gibi aile danışmanlığı meslek örgütü kurulmasına ilişkin düzenleme yapılmalıdır. Buna bağlı olarak aile danışmanının sertifikası veya çalışma izninin iptal edilmesi ile ilgili hususlar düzenlenmelidir. Çünkü aile danışmanlığı mesleğinin icrası ile ilgili Yönetmelikte hüküm yoktur. Mevcut halde, mesela aile danışmanının, danışan kişiyi kandırması, ona cinsel tacizde bulunması gibi davranışlarda bulunması halinde buna uygulanacak yaptırım bulunmamaktadır. Soruşturma açılacak mı? Soruşturmayı kim yürütecek? Meslekten çıkarma veya sertifikanın iptali olacak mı? Tüm bu hususların düzenlenmesi gerekmektedir.
9. *Aile danışmanlığı⁵⁵ ile aile terapistliği⁵⁶ arasındaki fark açıkça ortaya konmalıdır.* Çünkü katıldığımız toplantılardan anlaşıldığı kadarıyla psikologlar aile danışmanlığını sadece kendi alanları içinde görmektedir⁵⁷. Bizim görüşümüz aile danışmanlığının aile terapistliği kavramından farklı olduğudur. Aile danışmanlığı kavramı ve görevleri içine iletişim, sağlık, psikoloji, sosyoloji,

⁵⁴ 4787 sayılı *Aile Mahkemelerinin Kuruluş Görev ve Yargılama Usullerine Dair Kanun: Madde-3*: “Aile mahkemelerine, atanacakları bölgeye veya bir alt bölgeye hak kazanmış, adli yargıda görevli, tercihan evli ve çocuk sahibi, otuz yaşını doldurmuş ve aile hukuku alanında lisansüstü eğitim yapmış olan hâkimler arasından Hâkimler ve Savcılar Yüksek Kurulunca atama yapılır.” *Not: 14.04.2004 tarihli 5133 sayılı kanunla değiştirilen halidir.*

⁵⁵ Aile danışmanlığı: “Merkezde görevli aile danışmanı tarafından sürdürülecek olan ailenin sınırları ve üyeler arası ilişkiler üzerinde çalışarak aile üyeleri arasındaki bozuk ilişkileri düzeltmeyi ve tedavi sürecinde kazanılan yeni iletişim ve etkileşim kalıpları sayesinde, aile bireylerinin sürdürülen, özel teknik ve stratejileri içeren iyileştirme sürecidir.” Baltacı G., 2010. “Aile Danışmanlığı Hizmetinden Yararlanmak İsteyen Evli Kadınların Nitelikleri” Basılmamış Yüksek Lisans Tezi, Ankara, s.53. ; Ayrıntılı bilgi için Bkz: Nazlı S., 2007. “Aile Danışmanlığı”, Anı Yayıncılık, Ankara.

⁵⁶ Aile terapisi: “Sağlıklı bir aile ortamının yaratılması için gerektiğinde ruhsal hastalık tanısı koyma ve tedavi etme işlevlerini de içeren biyopsikososyal bir tedavi hizmetidir.” Baltacı G., 2010. “Aile Danışmanlığı Hizmetinden Yararlanmak İsteyen Evli Kadınların Nitelikleri” Basılmamış Yüksek Lisans Tezi, Ankara, s.41. ; Aile ve evlilik terapistliği hakkında geniş bilgi için Bkz: Yalom, I. D., 2006. “Evlilik Terapisi” (Çeviren: Şallı Y. Ö.) Prestij Yayınevi, İstanbul.; Nicholos M. 2009. “Family Therapy”, Bacon, United States of America.; Becvar, D. S and Becvar R. J., 2006. “Family Therapy”, Pearson, United State.

⁵⁷ Aile danışmanlığı: “Aile bireyleri arasında sağlıklı bir iletişim ortamının yaşatılması için aile bireylerine yapılan psikolojik bir yardımdır.” Kuzgun, Y., 1991. “Aile Danışmanlığı Hizmetleri”, Türk Aile Ansiklopedisi, 1. Cilt, Aile Danışmanlığı Kurumu, Ankara.

hukuk, din ve diğer bilim dalları girmektedir. Bu nedenle aile danışmanlığı aile terapistliğinden geniş bir kavramdır.

2. Aile Danışma Merkezleri İle İlgili Diğer Konular

1. Yönetmeliğin 4. maddesinde “Sorumlu müdür” tanımlanmamıştır. 7. maddesinde “sorumlu müdür” için aranan şartlar yeniden ele alınmalı ve sorumlu müdür aile danışmanı sıfatını alanlar arasından seçilmelidir. *Bu doğrultuda Yönetmelik kapsamında bütünlüğün sağlanması için tanımların titizlikle ve daha ayrıntılı biçimde ele alınması gerekmektedir.* Mesela kurucu ve sorumlu müdürün görev ve yetkileri tam olarak anlaşılmalıdır.
2. *Yönetmeliğin 28. maddesindeki bilgi, belge ve raporların saklanması süresi uzatılmalı hatta bu belgelerin Bakanlığa teslim edilmesi aranmalıdır.* Yönetmeliğin 28. Maddesinin 2. fıkrasında “Merkezlerde tutulan kişisel bilgi, belge ve raporlar en az beş yıl saklanır.” ibaresi bulunmaktadır. Bu belgelerin merkezlerde değil Aile ve Sosyal Politikalar Bakanlığına teslimi sağlanmalıdır. Çünkü aile danışma merkezlerinin kapanması veya el değiştirmesi halinde bu bilgi ve belgelerin akıbeti düzenlenmemiştir. Diğer yandan gizlilik ilkesi bize göre ancak bakanlığa teslim yoluyla yaşanabilir.
3. *Açılacak Aile Danışmanlığı Sertifika Programı ve Aile Danışma Merkezleri sayısı nüfus ile orantılı biçimde sınırlandırılmalıdır.*
4. *Aile danışma merkezleri ve aile danışmanları bireysel olarak denetlenmelidir.* Çünkü aile danışmanlığı sertifikasını almak mevcut halde kolay olunca suiistimaller yaşanacaktır. Çünkü insanlar en mahrem konuların yeri gelince aile danışmanı ile paylaşacaktır. Bu nedenle denetim konusunun kesinlikle hayata geçirilmesi gerekir.

Sonuç ve Öneriler

Gerçek Kişiler ve Özel Hukuk Tüzel Kişileri ile Kamu Kurum ve Kuruluşlarınca Açılacak Aile Danışma Merkezleri Yönetmeliği, sadece Aile Danışma Merkezlerini düzenlemektedir. Buna karşılık aile danışma merkezlerinde istihdam edilecek kişilerin

düzenlendiği 3. bölüm, maksadı sağlamaktan uzaktır. Yönetmeliğin geneli ile ilgili olarak söylemek gerekirse bu bölümün ayrı bir yönetmelikle düzenlenmesi gerekir. Eğer mutlaka aile danışmanlığı konusu tek yönetmelikle düzenlenecekse 3. bölüm yeniden ele alınmalıdır.

Yönetmelikte bulunan hükümlerle ilgili önerilerimizi somut olarak şu şekilde sıralamak mümkündür:

1. Aile eğitimi verecek kuruluşlar Yönetmelikte açıkça belirtilmeli ve eğitim süreci denetlenmelidir.
2. Aile danışmanlığı eğitimini alacakların eğitime devam durumu düzenlenmelidir.
3. Eğitimin içeriği ve süreleri açıkça düzenlenmelidir.
4. Uygulama eğitiminin ve süpervizörlüğün şekli, içeriği, nerede yapılacağı ve denetimi belirtilmelidir.
5. Sınavın şekli ve uygulama esasları düzenlenmelidir. Bizim önerimiz, sınavın merkezi olarak yapılmasıdır.
6. Yükseköğretim kurumları dışında aile danışmanlığı sertifika programı eğitimini yürütecek kurumlardaki eğiticilerin nitelikleri ve sahip olması gereken şartlar yeniden ele alınmalıdır.
7. Aile danışmanı olarak çalışacaklarda mutlaka evli olma, çocuğu bulunma ve belirli bir yaşını doldurmuş olma şartı getirilebilir.
8. Aile danışmanlığı meslek örgütü kurulmasına ilişkin düzenleme yapılmalıdır.
9. Aile danışmanlığı ile aile terapistliği arasındaki fark açıkça ortaya konmalıdır.
10. Yönetmelikte yer alan tanımların titizlikle ve daha ayrıntılı biçimde ele alınması gerekmektedir.
11. Yönetmeliğin 28. maddesindeki bilgi, belge ve raporların saklanması süresi uzatılmalı hatta bu belgelerin Bakanlığa teslim edilmesi aranmalıdır.
12. Açılacak Aile Danışmanlığı Sertifika Programı ve Aile Danışma Merkezleri sayısı nüfus ile orantılı biçimde sınırlandırılmalıdır.
13. Aile danışma merkezleri ve aile danışmanları bireysel olarak denetlenmelidir.

Kaynaklar

Ailenin Korunmasına Dair Kanun ve Yeni Medeni Kanuna İlişkin Uygulama Sorunları Sempozyumu, (2003). İstanbul: İstanbul Barosu Yayınları.

Baltacı, G., (2010). *Aile Danışmanlığı Hizmetinden Yararlanmak İsteyen Evli Kadınların Nitelikleri*, (Yayımlanmamış) Yüksek Lisans Tezi, Ankara: Hacettepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Becvar, D.S. ve Becvar, R.J., (2006). *Family Therapy*, United State: Pearson.

Filiz, O., (2008). *4320 Sayılı Ailenin Korunmasına Dair Kanununun ve Uygulamalarının Değerlendirilmesi Üzerine Bir Araştırma*, Ankara: T.C. Aile ve Sosyal Araştırmalar Genel Müdürlüğü.

Kılıçarslan, F., (2006). *Çocuk ve Aile Sorunlarının Terapi ile Tedavisi*, Ankara: Nobel Yayınevi.

Kuzgun, Y., (1991). "Aile Danışmanlığı Hizmetleri", *Türk Aile Ansiklopedisi*, 1. Cilt, Aile Danışmanlığı Kurumu, Ankara.

Nazlı, S., (2007). *Aile Danışmanlığı*, Ankara: Anı Yayıncılık.

Nicholos, M., (2009). *Family Therapy*, United States of America: Bacon.

Yalom, I.D., (2006). *Evlilik Terapisi*, Çev. Şallı Y.Ö., İstanbul: Prestij Yayınevi.

**E-TİCARET SEKTÖRÜNDE ENTELEKTÜEL SERMAYENİN ÖLÇÜLMESİ,
RAPORLANMASI VE MUHASEBELEŞTİRİLMESİ:
AMAZON.COM İŞLETMESİ ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA**

Yrd.Doç.Dr.Cevdet KIZIL*

Naim Onur ERZİN**

Erman Çağatay KARA***

Özet

Bu çalışma, Amazon.com firması üzerinde araştırma yaparak e-ticaret sektöründe entelektüel sermayenin ölçümünü, entelektüel sermayenin muhasebeleştirilmesini ve entelektüel sermayesinin raporlanmasını analiz etmiştir. Çalışmanın Giriş bölümü olan birinci bölümünde entelektüel sermaye kavramının gelişimi konusunda genel bilgi sunulmuştur. İkinci bölümde literatür taramasına yer verilmiştir. Üçüncü bölümde araştırmanın veri seti ve metodolojisi ele alınmıştır. Dördüncü bölümde E-Ticaret sektöründe entelektüel sermayenin ölçülmesi, raporlanması ve muhasebeleştirilmesi Amazon.com işletmesi üzerinde bir araştırma yapılarak gerçekleştirilmiştir. Beşinci bölümde sonuçlar ve öneriler yer almaktadır.

Anahtar Kelimeler: Muhasebe, entelektüel sermaye, ölçüm, raporlama, e-ticaret.

**MEASUREMENT, REPORTING AND ACCOUNTING OF INTELLECTUAL CAPITAL IN THE
E-COMMERCE INDUSTRY: A RESEARCH ON AMAZON.COM INC.**

Abstract

This study aims to analyze intellectual capital measurement, intellectual capital accounting and intellectual capital reporting in the e-commerce industry by researching on Amazon.com. The first section (introduction section) of the study provides general information about the development of intellectual capital concept. The second section includes the literature review. The third section mentions data set and

* Yalova Üniversitesi, İİBF, İngilizce İşletme Bölümü, cevdetkizil@yahoo.com

** Yalova Üniversitesi, İİBF, İngilizce İşletme Bölümü, naim.erzn@gmail.com

*** Ziraat Bankası, Girişimci Müşteri İlişkileri Yetkilisi, eckara@ziraatbank.com.tr

methodology. In the fourth section, the study consists of intellectual capital measurement, reporting and accounting in the e-commerce industry by running a research on Amazon.com. The fifth section of the study discusses conclusion and recommendations.

Key Words: Accounting, intellectual capital, measurement, reporting, e-commerce.

Giriş

İnsanoğlu, ilk çağlardan günümüze kadar süregelen tarihsel gelişim süreci içerisinde yaşanan çeşitli sosyal, siyasal ve ekonomik değişimlerin etkisiyle birçok dönemden geçmiş ve bu geçiş süreci içerisinde yaşanan değişimlerin kendisine kattığı değerleri bir potada eriterek entelektüel birikimi yaratmıştır. İnsanoğlunun yeryüzündeki yaşamını tüm yönleriyle değiştiren, temelinden etkileyen ve belki de gerçekten devrim diye nitelendirilebilecek en önemli iki olgunun tarım ve endüstrinin bulunuşu olduğunu ifade edilmiş ve bu iki temel olgunun tarihin anlaşılabilir dönemlere bölünmesinde başrol oynadıklarına değinilmiştir (Sander, 2003: 29). Aynı zamanda, insanlığın en kaba hatlarıyla geçim temelinin toplayıcılığa ve avcılığa, tarıma ve sanayiye dayandığı üç dönemden, üç toplum biçiminden geçtiği ifade edilmektedir (Şenel, 1982: 3).

Yeni ekonomi olarak adlandırılan günümüz bilgi ekonomisine kadar geline süreç içerisinde, toplumların ve üretim şekillerinin tamamen değiştiği dönemlere rastlanmaktadır. Bu dönemlerden ilki, insanlık tarihinde önemli etkisi olan avcılık ve toplayıcılık aşamasından yerleşik hayata geçişi simgeleyen tarım toplumuna geçiştir. Tarım devriminin gerçekleştiği bu dönem, insanoğlunun bazı bitki ile hayvan çeşitlerini denetleyip geliştirme ve genişletme süreci olarak tanımlanmaktadır. Kısacası, ilk dönem olarak ifade edilen bu dönemde değişimin itici gücü tarım faaliyetleri olmuş ve toplumlar ilkel yaşamdan yerleşik yaşama tarım faaliyeti sayesinde geçmişlerdir (Sander, 2003: 32).

İkinci dönem, 1765 yılında James Watt'ın buhar makinesini bulması ve bunun enerji kaynağı olarak kullanılması ile sanayi devrimine geçiş döneminin yaşandığı dönemdir (İşevi ve Çelme, 2002: 2). Geleneksel tarım toplumlarında kabul gören evlerde üretim anlayışı, sanayi devrimiyle birlikte yerini fabrikalarda hızlı üretime bırakmıştır. Yine bu dönemde uzmanlaşma ve işbölümü gibi unsurlar verimliliği etkilemiş, bunun sonucu

olarak da insanlık büyük bir üretim artışıyla karşılaşmıştır. Sanayi devrimiyle gelen bu dönemde yaşanan gelişmelerle toplum ve medeniyet ciddi bir değişime uğramış, iş hayatında da adeta evrim yaşanmıştır (Aydınlı, 2004: 2).

Üçüncü ve en önemlisi dönem ise, Brezenski'nin "Teknotronik Çağ", Alvin Toffler'in "Üçüncü Dalga", Peter F. Drucker'ın ise "Sanayi Ötesi Toplum" olarak tanımladığı bilgi toplumuna geçiş dönemidir. Bu dönemde sanayi toplumu artık geride kalmış ve yerini bilgi toplumuna bırakmıştır. Bilgi teknolojileri de insan emeğinin önüne geçmiştir (Aydınlı, 2004: 2).

Geçmişte üretim faktörleri emek, sermaye, doğal kaynaklar ve müteşebbis iken, günümüzde daha soyut kavramlar ile anılmaktadır. Bunun sonucu olarak, sermaye kapsamında farklı ve yeni girdiler kullanılmaya başlanmıştır. Bunları bilgi, deneyim, itibar, değer, ihtisas gibi çeşitli kavramlar ile tanımlamak mümkündür. Ancak belirtilen kavramlar çok daha kapsamlı olup, farklı ve yeni girdilere birçok örnek verilebilir. Aynı zamanda, sermaye anlayışının değişmesi ile beraber, şirketlerin isimleri, faaliyetleri, stratejileri ile yapıları da değişim göstermiş ve yeni normlar gündeme gelmiştir. Bir başka ifadeyle, "bilgi şirketleri" doğmuştur. Bilgi şirketlerinin doğmasıyla, insan sermayesi ve soyut kavramlar oldukça önem kazanmıştır (Şerbetçi, 2007: 1-2). Entelektüel sermaye terimi ve bileşenlerinin önem kazanması bu zaman dilimine denk gelmektedir. Kısa süre içerisinde, entelektüel sermaye teriminin çerçevesini oluşturan soyut olgular gelişmeye başlamış ve sosyo-ekonomik yaşamın merkezinde bir rol oynamaya başlamıştır. Entelektüel sermaye bileşenleri de böylece şekillenmeye ve gündeme gelmeye başlamıştır.

1. Literatür Taraması

Entelektüel kelimesi dilimize intellectuel kelimesinden, Fransızcadan uyarlanarak gelmiştir ve çeşitli tanımları yapılmıştır. Türk Dil Kurumu'ndaki tanımına göre entelektüel "Bilim, teknik ve kültürün değişik dallarında özel öğrenim görmüş (kimse), aydın, münevver" anlamına gelir (Türk Dil Kurumu, 2012).

Entelektüel terimi aynı zamanda, bilimsel anlamda uzmanlığı olup, başka alanlarda tescilli olmasa da bilgi birikimine sahip olan, kendi bilim dalı ile ilgili bağlantılarını iyi

bilen, genel bir yapıyı, düşünmesinin ve bilmesinin nesnesi yapan kişi olarak açıklanmaktadır. Tüm bu açıklamalar ışığında entelektüel kavramı, genel olarak çeşitli alanlarda kendisini geliştirmiş ve uzmanlaşmaya yakın bir konumda bulunan kişi olarak tasvir edilmektedir (Milliyet Gazetesi, 2008). Aynı zamanda, entelektüel teriminin kendisinden daha geniş anlama sahip olan aydın, münevver kelimesiyle aynı anlama gelmediğini ifade edilmiştir (Çağan, 2003: 163).

Entelektüel sermaye kavramı ilk olarak John Kenneth Galbraith tarafından 1969 yılında kullanılmıştır (Sveiby, 2003). Ancak uzunca bir süre gündeme alınmamıştır. Organizasyonlar için yeni değerler yaratma ve bu değerleri rekabet gücüne yansıtabilme noktasında kaynakların daha etkin nasıl kullanılabilceği ve mevcut kaynaklarla daha etkin sonuçların nasıl yaratılabileceği sorusuna yanıt arama çerçevesinde 1980 yılında konu Japonya’da tekrar tartışmaya açılmıştır (Kanıbir, 2004: 77-85). Entelektüel sermaye kavramı bu tartışmada ana eksenini oluşturmuş ve “Mobilizing Invisible Assets” adlı çalışma, organizasyonlardaki “görünmeyen” varlıkların görünen sonuçlar üzerindeki etkilerini entelektüel sermaye kavramı çerçevesinde incelemiştir (Kanıbir, 2004: 77-85). Özellikle 1990’lı yılların başlarından itibaren, entelektüel sermaye kavramının popüleritesi ve bu yöndeki çalışmaların sayısı giderek artmış ve günümüzdeki anlamıyla entelektüel sermaye kavramı Thomas Stewart’ın 1991 yılında kaleme aldığı “Beyin Gücü” adlı makalesi ile gündeme taşınmıştır (Öztürk ve Ban, 2003: 54). Thomas Stewart’ın entelektüel sermaye kavramına bakış açısı ise iki cümle ile şu şekilde özetlenebilir: “Buluşçuluk ve yenilenmenin kaynağı olan bireyin bilgi ve know-how birikimi” ve “İnsan beyinlerinde gömülü olan yetenek, beceri, uzmanlık” (Büyüközkan, 2002: 35-37).

Entelektüel Sermaye, işletmenin ölçülemeyen değerlerini kapsayan geniş bir kavramdır (Tseng ve Goo, 2005: 187-201). Entelektüel sermaye günümüz bilgi ekonomisinde yaratıcılık ve rekabet avantajının anahtarıdır (Kızıl, 2010: 13). Entelektüel Sermaye, müşterilerle ve ortaklarla olan ilişkiler, yaratıcılık çabaları, işletme yapısı ve çalışanların yeteneklerini kapsamaktadır (İşevi ve Çelme, 2002: 7). Entelektüel sermaye ile ilgili diğer bir tanım ise, Entelektüel Sermaye’yi; “İşletmenin faaliyetlerini sürdürebilmesini sağlayan maddi olmayan varlıkların tümü” olarak ifade etmektedir (Brooking, 1996: 12).

Entelektüel sermaye literatür kapsamında insan sermayesi, yapısal sermaye ve ilişki sermayesi (müşteri sermayesi) bileşenlerinden oluşur. Bir örgütün insanları, o örgütün insan sermayesini oluşturur (Çetinkaya, 2005). İnsan sermayesi, firmalarda tek tek çalışanların sahip olduğunun toplamından daha fazla bir şeydir; çünkü insan sermayesi, örgütü çevreleyen, kişisel ağlar ve bilgi kaynakları olarak tanımlanmaktadır (Güler, 2007).

İnsan sermayesi, aslına bakılırsa ölçülmesi zor bir entelektüel sermaye bileşenidir. Bunun nedeni ise, bu bileşenin tanımlanmasının birçok faktöre bağlı olmasından kaynaklanır. İşletme açısından insan sermayesi, maddi varlıkların operasyonel etkinliğini attıran bir faktör ve organizasyon katalizörüdür. Aynı zamanda insan sermayesi, işletmelerde maddi olmayan varlıkları harekete geçiren bir özelliğe sahiptir (Bozbura ve Toraman, 2004: 55-66).

İnsan sermayesi farklı şekillerde ifade edilmektedir. Örneğin insan sermayesi, müşterilere çözüm üretmek adına çalışanların ihtiyaç duydukları yetenekler olarak açıklanmaktadır. Aynı zamanda insan sermayesi, çalışanların yetenek ve fikir yapıları ile müşterilerin ihtiyaçlarını karşılayabilme kabiliyeti olarak da tanımlanmaktadır (Bukowitz, 1998: 3).

Entelektüel sermayenin diğer bileşeni olan yapısal sermaye ise, bilgiyi insan sermayesinin tekeline kurtaran, insan sermayesini düzenleyen, insan sermayesini yetkilendiren ve insan sermayesini destekleyici bir altyapı olarak ifade edilmektedir (Edvinsson ve Malone, 1997: 1-240).

Yapısal sermaye, entelektüel sermayenin ikinci ögesiştir. İşletme tarafından oluşturulan ve gerçekten işletmeye ait olan temel bir unsurdur ve çalışanların iş görmeleri için temel teşkil eden önemli faktörlerden biridir. Yapısal sermaye, işletmenin sunduğu ürün ve hizmetlerin üretilip dağıtılmasını sağlayan yapı, sistem ve süreçlerinin bir bütünü olarak tanımlanmaktadır. Aynı zamanda yapısal sermaye, bilginin işletme faaliyetlerinde uygulamaya geçirilmesini sağlayan örgütsel nitelikleri ve öğrenilenleri paylaşmaya özendirilen kültürel yapıyı da bünyesinde barındırır (Abeysekera ve Guthrie, 2004: 251-268).

Yapısal sermayenin kritik özelliği, kalıcı özellik taşımasıdır. İnsan sermayesi ve müşteri sermayesi ise geçici özellik taşımaktadır. İşletmeler açısından entelektüel sermaye çerçevesinde en zor hususlardan biri, insan sermayesi ve müşteri sermayesinin (ilişki sermayesinin) yapısal sermayeye dönüştürülme aşamasıdır. Oluşturulan yapısal sermaye ise, örgütler tarafından yenilenebilir ve dönüştürülebilir bir yapıya getirilmektedir (Erkal, 2007: 68-78).

Yapısal sermayeyi güçlendiren bazı unsurlar da bulunmaktadır. Örneğin, yenilikçilik ile yaratıcılığın bağdaştırılması bu noktada belirtilmelidir. Ayrıca örgütsel yenilik performansı, ancak örgüt kültürü yenilikçiliği destekleyen bir yapıya kavuşturulduğunda artmaya başlar (Arıkboğa, 2003: 93).

Entelektüel sermayenin üçüncü bir unsuru ise müşteri sermayesi (ilişki sermayesi) olarak adlandırılmaktadır. İşletme için değer yaratabilecek tüm dışsal faktörlerle ilgili olan müşteri sermayesi, işletmenin dış çevreyle olan müşteri sadakati, firma reputasyonu ve işletmenin dağıtıcı ile toptancılarla olan ilişkileri gibi bağlantıları kapsamaktadır (Akpınar, 2003). Entelektüel sermayenin bu bileşeni, aslında işletmenin dağıtım kanalları, müşteri karakteristikleri, müşteri eğilimleri ve rekabetçi yapıya dair sahip olduğu bilginin toplamından oluşmaktadır (Chwalowski, 1997: 89).

Müşteri sermayesinin temel göstergeleri ise müşteri tatmini, süreklilik, finansal güç ve fiyat duyarlılığı olarak listelenir (Abeysekera ve Guthrie, 2004: 251-268). Müşteri sermayesi, işletmenin iletişim içerisinde olduğu kişiler ile tedarikçiler arasında örgütsel ve ilişki değer olarak da ifade edilir. Müşteri sermayesi kapsamında müşteri bağlılığı, tedarikçi bağlılığı, hedef pazar ve ilişki sürekliliği kavramları da kritik bir konumda yer almaktadır. Müşteri sermayesi bazında yapılan ölçüm ve değerlendirmelerde, en sık kullanılan yöntemler müşteri tatmini, ilişkilerin düzeyi ve sadık müşteri değerinin belirlenmesidir (Akpınar, 2002: 727).

2. Veri Seti ve Metodoloji

Bu çalışmada kullanılan veriler işletmelerin yıllık raporları, finansal tabloları (bilanço ve gelir tablosu) ve resmi web sitelerinden elde edilmiştir. Aynı zamanda, çalışma

piyasa değeri / defter değeri (PD/DD), katma değer (KD), fiziksel sermaye, finansal sermaye (FS), maddi sermaye (MS), maddi sermaye etkinliği (MSE), insan sermayesi (İS), insan sermayesi etkinliği (İSE), yapısal sermaye (YS), yapısal sermaye etkinliği (YSE) ve katma değer entelektüel katsayısı (KDEK) değerlerini içermektedir.

Yukarıda listelenen değerler, sırasıyla 2012, 2011, 2010, 2009 ve 2008 yılları için hesaplanmıştır. Yıllık raporların, faaliyet raporlarının, bilanço ve gelir tablolarının nihai hali 31 Aralık tarihinde yayınlanıp kamu ile paylaşıldığından, 2013 yılı çalışmaya dahil edilmemiştir.

3. E-Ticaret Sektöründe Entelektüel Sermayenin Ölçülmesi, Raporlanması Ve Muhasebeleştirilmesi: Amazon.com İşletmesi Üzerine Bir Araştırma

Dünyanın en büyük online perakendecisi ve A.B.D.'nin en büyük kitap satıcılarından birisi olan Amazon.com, Seattle merkezli bir e-ticaret şirkettir. Şirket, 1994 yılında Jeff Bezos adlı girişimci tarafından kurulmuştur. İlk kurulduğu yıllarda yalnızca kitap satışı üzerine faaliyet gösteren firma; ilerleyen yıllarda internet teknolojilerinde yaşanan gelişmeler ve gelişen yeni ekonomi düzeninin de etkisiyle satış yaptığı ürün yelpazesini genişletmiştir. Kurulduğu tarihten itibaren e-ticaret üzerine faaliyet gösteren birçok firmayı bünyesine katmış olan Amazon.com firması, günümüzde Amerika Birleşik Devletleri başta olmak üzere, on ülkede kullanıcılarına hizmet vermektedir (The New York Times, 2013).

1995 yılında çevrimiçi kitap satışı ile faaliyete başlayan Amazon.com firması, zamanla faaliyet gösterdiği ülke sayısını arttırmış ve bununla birlikte kuruluşundan bu yana bünyesine kattığı firmalarla ürün yelpazesini genişletmiştir. Halen Brezilya, Kanada, Çin Halk Cumhuriyeti, Fransa, Almanya, İtalya, Japonya, İspanya ve İngiltere' de kendi alan uzantısı ile faaliyet gösteren Amazon.com firması, kitap, elektrikli ev aletleri, elektronik ürünler, mutfak aksesuarları, yazılım, elektronik, video oyunları, oyuncak ve mobilya gibi geniş ürün yelpazesıyla kullanıcılarına hizmet vermektedir (Amazon.com, 2012).

Amazon.com işletmesinde entelektüel sermayenin ölçümü için Piyasa Değeri / Defter Değeri ile Katma Değer Entelektüel Katsayısı (Value Added Intellectual Coefficient-VAIC) olmak üzere iki ayrı yöntemden yararlanılmıştır. Çalışmada uygulamaya tabi tutulan ilk yöntem ise Piyasa Değeri / Defter Değeri metodu olarak belirlenmiştir. Bu yöntem basit bir değerlendirme aracı olarak dikkat çekse de, günümüzde hala yaygın bir şekilde kullanılmaktadır.

Piyasa Değeri / Defter Değeri yönteminde hisse senedi fiyatı, hisse başına defter değerine bölünür. İşletmenin defter değeri tutarına ise dönen varlıklar ile duran varlıkların toplamından kısa vadeli yabancı kaynaklar ile uzun vadeli yabancı kaynakların toplamının çıkarılması, daha sonra bu tutarın toplam hisse senedi sayısına bölünmesi ile ulaşılır. Bir işletmenin piyasa değeri / defter değeri 1'den küçük ise, piyasa firmaya varlıklarından daha düşük bir değer biçiyor demektir. Diğer yandan, 1'den büyük bir piyasa değeri / defter değeri oranı piyasanın firmayı varlıklarından daha yüksek bir tutarla değerlediğini göstermektedir.

Amazon.com'un 2008-2012 yılları arasında gözlemlenen Piyasa Değeri / Defter Değeri oranları şu şekildedir:

Tablo 1 - Amazon.com Piyasa Değeri / Defter Değeri Oranları

31 Aralık 2008 -31 Aralık 2012

Tarih	Piyasa Değeri / Defter Değeri
31.12.2012	13.87
31.12.2011	11.40
31.12.2010	11.77
31.12.2009	11.08
31.12.2008	8.23

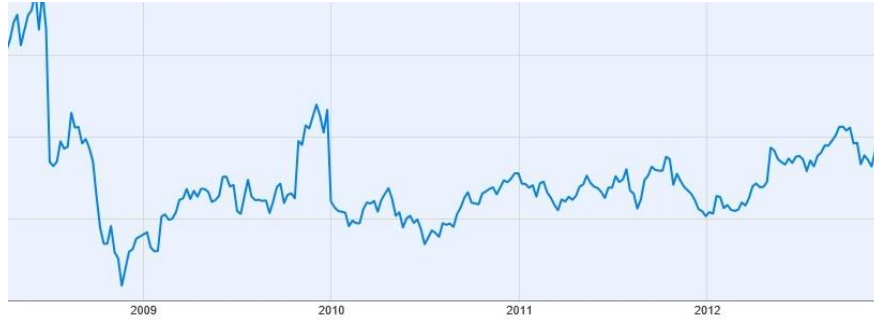
(Kaynak: YCharts (2013), "Amazon.com Chart", YCharts Websitesi, http://ycharts.com/companies/AMZN/chart#series=type%3Acompany%2Cid%3AAMZN%2Ccalc%3Aprice_to_book_value&format=real&recessions=false&zoom=custom&startDate=12%2F31%2F2008&endDate=12%2F31%2F2012 (Erişim Tarihi: 11.04.2013); CSI Market (2013), "Amazon.com, Inc.", CSI Market Websitesi, http://csimarket.com/stocks/single_company_valuation_ttm.php?code=AMZN&boo (Erişim Tarihi: 11.04.2013)).

Görüldüğü üzere, Amazon.com'un Piyasa Değeri / Defter Değeri oranı 31 Aralık 2008'de 8.23 düzeyinde seyrederken, bir yıl içerisinde büyük bir ivme kazanmış ve 31

Aralık 2009’da 11.08’e yükselmiştir. Bu tarihten 31 Aralık 2010’a kadar ise firmanın Piyasa Değeri / Defter Değeri oranı ciddi bir şekilde artmamış, 11.77’ye kadar yükselebilmektedir. 31.12.2010 ile 31.12.2011 tarihleri arasında ise çok az da olsa bir oran düşüklüğü göze çarpmaktadır. Zira 2010 yılı sonunda Amazon.com’un Piyasa Değeri / Defter Değeri oranı 11.77 iken, 2011 yılı sonunda 11.40 olarak gözlemlenmiştir. Belirtilenlere ek olarak 2009, 2010 ve 2011 yıllarında işletmenin Piyasa Değeri / Defter Değeri oranının oldukça istikrarlı bir yapı arz ettiği belirtilebilir. 2012 yılının sonuna gelindiğinde ise, büyük bir yükseliş tecrübe edilmiş, Amazon.com’un Piyasa Değeri / Defter Değeri oranı 13.87 olmuştur.

Genel bir değerlendirme yapmak gerekirse, Amazon.com işletmesinin entelektüel sermayesi Piyasa Değeri / Defter Değeri oranı çerçevesinde 2008 – 2012 yılları arasında güçlenmiş ve zenginleşmiştir. Yalnızca 2011 yılında oldukça düşük seviyede bir düşüş yaşanmış olsa da firma 2012 yılı sonunda pozitif bir performans göstermiş, beş yıllık süre zarfında olumlu bir portre çizmiştir.

Aşağıdaki, Amazon.com İşletmesi’nin 31 Aralık 2008 – 31 Aralık 2012 tarihleri arasında gerçekleşen Piyasa Değeri / Defter Değeri oranları grafiksel olarak da ele alınmış ve gösterilmiştir.



Şekil 1 - Amazon.com İşletmesi’nin 31 Aralık 2008 – 31 Aralık 2012 Tarihleri Arasında Piyasa Değeri / Defter Değeri Oranlarının Grafiksel Gösterimi

(Kaynak: YCharts (2013), “Amazon.com Chart”, YCharts Websitesi, [http://ycharts.com/companies/AMZN/chart#series=type%3Acompany%2Cid%3AAMZN%2Ccalc%3Aprice_to_book_value&format=r&recessions=false&zoom=&startDate=&endDate=\(11.04.2013\)](http://ycharts.com/companies/AMZN/chart#series=type%3Acompany%2Cid%3AAMZN%2Ccalc%3Aprice_to_book_value&format=r&recessions=false&zoom=&startDate=&endDate=(11.04.2013)))

Amazon.com'un entelektüel sermayesinin ölçümü için seçilmiş olan ikinci yöntem, daha önce belirtildiği üzere Katma Değer Entelektüel Katsayısı (Value Added Intellectual Coefficient – VAIC) yöntemidir. Belirtilen yöntemde Katma Değer, Fiziksel Sermaye, Finansal Sermaye, Maddi Sermaye, Maddi Sermaye Etkinliği, İnsan Sermayesi, İnsan Sermayesi Etkinliği, Yapısal Sermaye, Yapısal Sermaye Etkinliği ve son olarak Katma Değer Entelektüel Sermaye Katsayısı tutar olarak ortaya konulmakta ve hesaplanmaktadır.

İşletmenin katma değer (KD) tutarı (value added = VA) hesaplanırken, toplam gelirler toplam giderlerden çıkarılır. Dolayısıyla, katma değer formülü şu şekilde ifade edilmektedir:

$$\text{Katma Değer (KD)} = \text{Gelir (Toplam Gelirler)} - \text{Gider (Toplam Giderler)}$$

Tablo 2 - Amazon.com Toplam Gelirleri (Milyar ABD Doları)
31 Aralık 2008 -31 Aralık 2012

Tarih	Toplam Gelirler (Milyar ABD Doları)
31.12.2012	61.09
31.12.2011	48.08
31.12.2010	34.20
31.12.2009	24.51
31.12.2008	19.17

(Kaynak: YCharts (2013), "Amazon.com Income Statement: 2003-2012 Annual", YCharts Websitesi, http://ycharts.com/financials/AMZN/income_statement/annual (15.04.2013))

Tablo 3 - Amazon.com Toplam Giderleri (Milyar ABD Doları)
31 Aralık 2008 -31 Aralık 2012

Tarih	Toplam Giderler (Milyar ABD Doları)
31.12.2012	60.42
31.12.2011	47.22
31.12.2010	34.80
31.12.2009	23.38
31.12.2008	18.32

(Kaynak: YCharts (2013), "Amazon.com Income Statement: 2003-2012 Annual", YCharts Websitesi, http://ycharts.com/financials/AMZN/income_statement/annual (15.04.2013))

Bir sonraki adımda, Amazon.com'un Katma Değer (KD = VA) tutarı toplam gelirler tutarından toplam giderler tutarının çıkartılması neticesinde kolay bir şekilde listelenecektir:

Tablo 4 - Amazon.com Katma Değer Tutarları (Milyon ABD Doları)
31 Aralık 2008 -31 Aralık 2012

Tarih	Katma Değer (Milyon ABD Doları)
31.12.2012	676
31.12.2011	862
31.12.2010	1406
31.12.2009	1129
31.12.2008	842

Amazon.com işletmesinin Katma Değer (KD = VA) tutarı hesaplandıktan sonra, takibinde fiziksel sermaye tutarı hesaplanmalıdır. Bunun için firmanın bilançosunda yer alan maddi duran varlıklar (net) tutarı dikkate alınmalıdır. 2008-2012 yılları arasında Amazon.com firmasının maddi duran varlıklar tutarları şu şekildedir:

Tablo 5 - Amazon.com Fiziksel Sermaye Tutarları (Milyon ABD Doları)
31 Aralık 2008 -31 Aralık 2012

Tarih	Fiziksel Sermaye (Milyon ABD Doları)
31.12.2012	7060
31.12.2011	4417
31.12.2010	2414
31.12.2009	1290
31.12.2008	854

(Kaynak: YCharts (2013), "Amazon.com Income Statement: 2003-2012 Annual", YCharts Websitesi, http://ycharts.com/financials/AMZN/income_statement/annual (15.04.2013))

Amazon.com'un finansal sermayesinin hesaplanması da Katma Değer Entelektüel Katsayısı'nın (KDEK = VAIC) hesaplanması için gereklidir. Firmanın finansal sermayesini hesaplamak için nakit ve nakit benzerleri, yatırımlar ve alacaklar kalemlerinin bilanço üzerinde tespit edilerek toplanması şarttır.

Tablo 6 - Amazon.com Finansal Sermaye Tutarları (Milyon ABD Doları)
31 Aralık 2008 -31 Aralık 2012

Tarih	Finansal Sermaye (Milyon ABD Doları)
31.12.2012	14812

31.12.2011	12147
31.12.2010	10349
31.12.2009	7354
31.12.2008	4554

Bundan sonraki adımda, Amazon.com firmasının fiziksel sermaye ve finansal sermaye tutarları hesaplandığına göre, maddi sermaye tutarlarını 2008-2012 yılları arası listelemek kolaydır. Zira, daha önce de vurgulandığı üzere maddi sermaye, fiziksel sermaye ve finansal sermayenin toplamından oluşmaktadır.

Tablo 7 - Amazon.com Maddi Sermaye Tutarları (Milyon ABD Doları)

31 Aralık 2008 -31 Aralık 2012

Tarih	Maddi Sermaye (Milyon ABD Doları)
31.12.2012	21872
31.12.2011	16564
31.12.2010	12763
31.12.2009	8644
31.12.2008	5408

Takip eden adımda, 2008-2012 yılları arası Katma Değer (KD = VA) tutarlarının Maddi Sermaye (MS) tutarlarına bölünmesi neticesinde Maddi Sermaye Etkinliği (MSE) tutarları bulunmalıdır.

Maddi Sermaye Etkinliği (MSE) = Katma Değer (KD) / Maddi Sermaye (MS)

Tablo 8 - Amazon.com Maddi Sermaye Etkinliği

31 Aralık 2008 -31 Aralık 2012

Tarih	Katma Değer (Milyon ABD Doları)	Maddi Sermaye (Milyon ABD Doları)	Maddi Sermaye Etkinliği
31.12.2012	676	21872	0.03
31.12.2011	862	16564	0.05
31.12.2010	1406	12763	0.11
31.12.2009	1129	8644	0.13
31.12.2008	842	5408	0.15

Amazon.com'un Entelektüel Sermaye Katsayısı'nı (KDEK = VAIC) hesaplamak amacıyla, bir sonraki adımda firmanın insan sermayesi (İS = HC) tutarının ortaya konulması gereklidir. Bu noktada işletmenin personel giderleri ele alınmalıdır. Zira,

Entelektüel Sermaye Katsayısı Yöntemi'nde firmanın kendi çalışanlarına yapmış olduğu yatırımlar ve kendi personelinin parasal bazda değeri, işletme insan sermayesine eşdeğerdir. Dolayısıyla, Amazon.com'un 2008-2012 yılları arası gelir tabloları incelenmelidir.

Tablo 9 - Amazon.com İnsan Sermayesi
31 Aralık 2008 -31 Aralık 2012

Tarih	İnsan Sermayesi (Milyon ABD Doları)
31.12.2012	159
31.12.2011	154
31.12.2010	106
31.12.2009	102
31.12.2008	24

(Kaynak: Google Finance (2013), "Amazon.com, Inc - Income Statement Annual Data", Google Finance Websitesi, <http://www.google.com/finance?fstype=ii&q=NASDAQ:AMZN> (17.04.2013))

İnsan sermayesi tutarlarının listelenmesinden sonra, Amazon.com'un 2008-2012 yılları arası İnsan Sermayesi Etkinliği (İSE = HCE), Katma Değer (KD = VA) tutarlarının İnsan Sermayesi (İS = HC) tutarlarına bölünmesi neticesinde bulunur.

İnsan Sermayesi Etkinliği (HCE) = Katma Değer (KD) / İnsan Sermayesi (HC)

Tablo 10 - Amazon.com İnsan Sermayesi Etkinliği
31 Aralık 2008 -31 Aralık 2012

Tarih	Katma Değer (Milyon ABD Doları)	İnsan Sermayesi (Milyon ABD Doları)	İnsan Sermayesi Etkinliği
31.12.2012	676	159	4.25
31.12.2011	862	154	5.59
31.12.2010	1406	106	13.26
31.12.2009	1129	102	11.06
31.12.2008	842	24	35.08

Katma Değer Entelektüel Katsayısı'nın (KDEK = VAIC) hesaplanması yönteminde, bir sonraki adım ise Yapısal Sermaye (YS = SC) tutarlarının hesaplanmasıdır. Bu doğrultuda, Amazon.com'un Katma Değer (KD = VA) tutarlarından İnsan Sermayesi (İS = HC) tutarlarını çıkarmak yeterlidir.

Hesaplanan Yapısal Sermaye tutarlarının aşağıdaki tabloda listelenmesi, elde edilen verilerin daha iyi bir şekilde özetlenmesi ve izlenmesi açısından faydalıdır:

Tablo 11 - Amazon.com Yapısal Sermayesi

31 Aralık 2008 -31 Aralık 2012

Tarih	Katma Değer (Milyon ABD Doları)	İnsan Sermayesi (Milyon ABD Doları)	Yapısal Sermaye (Milyon ABD Doları)
31.12.2012	676	159	517
31.12.2011	862	154	708
31.12.2010	1406	106	1300
31.12.2009	1129	102	1027
31.12.2008	842	24	818

Yapısal Sermaye (YS = SC) tutarlarının hesaplanmasının ardından, Yapısal Sermaye Etkinliği (YSE = SCE) tutarları, Yapısal Sermaye (YS = SC) tutarlarının Katma Değer (KD = VA) tutarlarına bölünmesi vasıtasıyla hesaplanacaktır.

Aşağıdaki tabloda, Amazon.com firmasının Yapısal Sermaye Etkinliği (YSE = SCE) tutarları 2008-2012 yılları için listelenmiştir:

Tablo 12 - Amazon.com Yapısal Sermaye Etkinliği (SCE)

31 Aralık 2008 -31 Aralık 2012

Tarih	Yapısal Sermaye (Milyon ABD Doları)	Katma Değer (Milyon ABD Doları)	Yapısal Sermaye Etkinliği
31.12.2012	517	676	0.76
31.12.2011	708	862	0.82
31.12.2010	1300	1406	0.92
31.12.2009	1027	1129	0.90
31.12.2008	818	842	0.97

Son olarak, Amazon.com'un 2008-2012 yılları arası Maddi Sermaye Etkinliği (MSE), İnsan Sermayesi Etkinliği (İSE) ve Yapısal Sermaye Etkinliği (YSE) hesaplandığı için,

firmanın Katma Değer Entelektüel Katsayısı (KDEK = VAIC) belirtilen üç ayrı etkinliği toplanmasıyla kolay bir şekilde tespit edilir.

Tablo 13 - Amazon.com Katma Değer Entelektüel Katsayısı (KDEK)

31 Aralık 2008 -31 Aralık 2012

Tarih	Maddi Sermaye Etkinliği (MSE)	İnsan Sermayesi Etkinliği (İSE)	Yapısal Sermaye Etkinliği (YSE)	Katma Değer Entelektüel Katsayısı (KDEK)
31.12.2012	0.03	4.25	0.76	5.04
31.12.2011	0.05	5.59	0.82	6.46
31.12.2010	0.11	13.26	0.92	14.29
31.12.2009	0.13	11.06	0.90	12.09
31.12.2008	0.15	35.08	0.97	36.20

Amazon.com firmasının entelektüel sermayesinin piyasa değeri / defter değeri ve katma değer entelektüel katsayısı yöntemleri aracılığıyla ölçülmesinden sonra, daha geniş bir görüş açısı elde etmek amacıyla firmanın entelektüel sermayenin muhasebeleştirilmesi gerçekleştirilmiştir. Bu amaçla Amazon.com'un 2008-2012 yıllarını kapsayan entelektüel sermaye bilançoları hazırlanmıştır. Entelektüel sermaye bilançoları, geleneksel mali tabloların yanında firmanın finansal durumunun daha sağlıklı ve net bir şekilde yansıtılmasını sağlamakta, işletme faaliyetlerinden etkilenen paydaşları daha çok bilgilendiren bir yapı arz etmektedir.

Aynı zamanda, Amazon.com'a yatırımda bulunmayı düşünen yatırımcılar firma hisse senetlerini satın alma aşamasında daha detaylı bir perspektife sahip olurlar ve firma yöneticilerinin karar alma süreci de iyileşir. Bunların yanında, entelektüel sermayenin muhasebeleştirilmesi sayesinde kredi derecelendirme kuruluşları da daha doğru kararlar vermektedir. Muhasebe-denetim faaliyetlerinde entelektüel sermayenin muhasebeleştirilmesinin aynı şekilde avantaj sunduğunu vurgulamak isabetli olacaktır.

Amazon.com'un 31.12.2012 Tarihli

Entelektüel Sermaye Bilançosu

Aktif

(Milyon ABD Doları)

Pasif

Entelektüel Sermaye (ES) Varlıkları		Entelektüel Sermaye (ES) Borçları ve Özsermayesi	
<i>Yapısal Sermaye:</i>	517	<i>ES Borçları:</i>	0
<i>İnsan Sermayesi:</i>	159	<i>ES Özsermayesi:</i>	.676
TOPLAM ES VARLIKLARI	676	TOPLAM ES BORÇLARI VE ÖZSERMAYESİ	676

**Amazon.com'un 31.12.2011 Tarihli
Entelektüel Sermaye Bilançosu**

Aktif	(Milyon ABD Doları)	Pasif	
Entelektüel Sermaye (ES) Varlıkları		Entelektüel Sermaye (ES) Borçları ve Özsermayesi	
<i>Yapısal Sermaye:</i>	708	<i>ES Borçları:</i>	0
<i>İnsan Sermayesi:</i>	154	<i>ES Özsermayesi:</i>	862
TOPLAM ES VARLIKLARI	862	TOPLAM ES BORÇLARI VE ÖZSERMAYESİ	862

**Amazon.com'un 31.12.2010 Tarihli
Entelektüel Sermaye Bilançosu**

Aktif	(Milyon ABD Doları)	Pasif	
Entelektüel Sermaye (ES) Varlıkları		Entelektüel Sermaye (ES) Borçları ve Özsermayesi	
<i>Yapısal Sermaye:</i>	1300	<i>ES Borçları:</i>	0
<i>İnsan Sermayesi:</i>	106	<i>ES Özsermayesi:</i>	1406

TOPLAM ES VARLIKLARI	1406	TOPLAM ES BORÇLARI VE ÖZSERMAYESİ	1406
-----------------------------	-------------	--	-------------

Amazon.com'un 31.12.2009 Tarihli

Entelektüel Sermaye Bilançosu

Aktif	(Milyon ABD Doları)		Pasif
Entelektüel Sermaye (ES) Varlıkları		Entelektüel Sermaye (ES) Borçları ve Özsermayesi	
<i>Yapısal Sermaye:</i>	<i>1027</i>	<i>ES Borçları: 0</i>	
<i>İnsan Sermayesi:</i>	<i>102</i>	<i>ES Özsermayesi:</i>	<i>1129</i>
TOPLAM ES VARLIKLARI	1129	TOPLAM ES BORÇLARI VE ÖZSERMAYESİ	1129

Amazon.com'un 31.12.2008 Tarihli

Entelektüel Sermaye Bilançosu

Aktif	(Milyon ABD Doları)		Pasif
Entelektüel Sermaye (ES) Varlıkları		Entelektüel Sermaye (ES) Borçları ve Özsermayesi	
<i>Yapısal Sermaye:</i>	<i>818</i>	<i>ES Borçları: 0</i>	
<i>İnsan Sermayesi:</i>	<i>24</i>	<i>ES Özsermayesi:</i>	<i>842</i>
TOPLAM ES VARLIKLARI	842	TOPLAM ES BORÇLARI VE ÖZSERMAYESİ	842

Amazon.com'da entelektüel sermayenin raporlanması ise, insan sermayesi - yapısal sermaye - ilişki sermayesi kategorizasyonunun benimsenmesi aracılığıyla

gerçekleşmiştir. Belirtilen uygulamanın başlıca nedeni, literatürde bu sınıflandırmanın oldukça sık kullanılmasıdır. İşletmenin entelektüel sermaye raporunun hazırlanmasında Amazon.com'un 2008-2012 arası yıllık raporlarından ve mali tablolarından yararlanılmıştır. Firmanın entelektüel sermaye raporunun beş yıllık bir süreç kapsamında hazırlanması, yıllık raporlar ve mali tablolardan sadece entelektüel sermayeye spesifik bilgilerin paydaşlara yansıtılmasını sağlamaktadır. Aynı zamanda, yıllık raporlar ve mali tablolarda yer alan ham veriler anlamlı hale getirilmiştir.

Çalışmada hazırlanan entelektüel sermaye raporu sayesinde, işletme paydaşları için geleneksel bilanço (finansal durum tablosu) ve gelir tablosunun yanında faydalanılabilir yeni bir finansal araç sunulmuştur. Amazon.com entelektüel sermaye raporunun entelektüel sermayenin yönetimi etkinleştirilmesi, yatırımcıların karar alma sürecini iyileştirmesi ve daha bütünsel bilgiler sunması gibi avantajları bulunmaktadır. Dolayısıyla, günümüzde bir takım firmalar geleneksel mali tablolarının yanında entelektüel sermaye raporlarını da yayınlamakta, kamu ile paylaşmaktadır.

Tablo 14 - Amazon.com'un 2008-2012 Yılları Entelektüel Sermaye Raporu

<i>İnsan Sermayesi</i>	<i>2008</i>	<i>2009</i>	<i>2010</i>	<i>2011</i>	<i>2012</i>
Personel Sayısı	20,700	24,300	33,700	56,200	88,400
Üst Yönetim Çalışan Sayısı	12	12	12	12	9
Üst Yönetim Çalışanlarının Yaş Ortalaması	45	47	49	51	48
Bayan Üst Yönetim Kadrosu Oranı	% 16.66	% 16.66	% 16.66	% 16.66	% 11.11
Erkek Üst Yönetim Kadrosu Oranı	% 83.34	% 83.34	% 83.34	% 83.34	% 88.89
Personel Giderleri	\$24,000,000	\$102,000,000	\$106,000,000	\$154,000,000	\$159,000,000
<i>Yapısal Sermaye</i>	<i>2008</i>	<i>2009</i>	<i>2010</i>	<i>2011</i>	<i>2012</i>
Kuzey Amerika Ofis Sayısı	-	-	-	-	1,802
Kuzey Amerika Kiralık Ofis Sayısı	1,416	1,565	2,351	3,416	3,236

Uluslararası Kiralık Ofis Sayısı	473	422	650	837	1,660
Sahip Olunan Veri Merkezleri ve Benzerleri (Kuzey Amerika)	-	-	-	-	339
Kiralanan Veri Merkezleri ve Benzerleri (Kuzey Amerika)	12,341	12,401	16,536	26,364	35,261
Sahip Olunan Uluslararası Veri Merkezleri ve Benzerleri	-	-	-	-	22
Kiralanan Uluslararası Veri Merkezleri ve Benzerleri	5,406	5,936	10,548	17,690	30,761
<i>İlişki Sermayesi</i>	<i>2008</i>	<i>2009</i>	<i>2010</i>	<i>2011</i>	<i>2012</i>
Yıllık Amazon.com Ziyaretçi Sayısı	640,000,000	-	-	-	650,000,000
Toplam Üye Sayısı	-	-	-	-	182,000,000
Amazon Prime Üye Sayısı	-	-	-	10,000,000	15,000,000

(Kaynak: Amazon.com (2013), “Amazon.com Investor Relations: Annual Reports and Proxies”, Amazon.com Resmi Websitesi, <http://phx.corporate-ir.net/phoenix.zhtml?c=97664&p=irol-reportsannual> (31.05.2013))

Sonuç ve Öneriler

Amazon.com firmasının entelektüel sermayesi Piyasa Değeri / Defter Değeri ile Katma Değer Entelektüel Katsayısı yöntemleriyle ölçülmüştür. Firmanın entelektüel sermaye muhasebeleştirilmesi entelektüel sermaye bilançoları (entelektüel sermaye finansal durum tabloları) yardımıyla gerçekleştirilmiştir. Tüm bunların yanında, işletmenin entelektüel sermaye raporları da beş yıllık bir periyot için hazırlanmıştır.

Ülkemizde e-ticaret firmalarıyla ilgili veriler oldukça kısıtlı olduğundan, uygulama Amazon.com işletmesi üzerinde gerçekleştirilmiştir. Gelecek çalışmaların Türkiye’deki bir e-ticaret firması üzerinde uygulama gerçekleştirilmesi, verilerin elde edilebilir olması koşuluyla faydalı ve isabetli olacaktır. Özellikle, birden fazla firmanın karşılaştırmalı olarak analiz edilmesi çok daha anlamlı sonuçlar sunacaktır.

Ek olarak, bu çalışmada literatürde sıkça kullanılan Piyasa Değeri /Defter Değeri ile Katma Değer Entelektüel Katsayısı yönteminden (VAIC) istifade edilmiştir. Zira, belirtilen yöntemler güvenilir ve standart verilerden faydalanmakta, objektif ile güvenilir sonuçlar sunmaktadır. Bunun yanında, çalışmaların ilave yöntemlerden yararlanmaları da yerinde olacaktır.

Son olarak, Türkiye’de entelektüel sermayenin ölçülmesi, muhasebeleştirilmesi ve raporlanması uygulamalarının sayısının artırılması ve tüm sektörlerde gerçekleştirilmesiyle sektörler arası karşılaştırma yapma şansı da doğacaktır. Hiç şüphesiz, karşılaştırma yapılacak olan firmaların benzer yapıda ve karakterde olmalarına özen gösterilmelidir. Yapılacak çalışma ve uygulamaların, mümkün olduğunca geniş zaman dilimlerini ve periyotlarını kapsamaları ise fayda maksimizasyonu sağlayacaktır.

Kaynaklar

Abeyserka, I. ve Guithre, J., (2004). ‘‘Human Capital Reporting in a Developing Nation’’, *The British Accounting Review*, Cilt: 6, Sayı: 3, 251-268.

Akpınar, T., (2003). ‘‘Bilgi Yönetiminin Entelektüel Sermayeye İlişkisi’’, *CeterisParibus.net*, http://www.ceterisparibus.net/kongre/kocaeli_1.htm, 01.03.2013.

Amazon.com, (2012). ‘‘Jeff Bezos (Founder and CEO of Amazon)’’, <http://www.amazon.com/Jeff-Bezos-Founder-Amazon-ebook/dp/B007GPYLH0>, 02.03.2013.

Amazon.com, (2012). ‘‘Kindle Answers from the Kindle Team at Amazon.com’’, http://www.amazon.com/forum/kindle?_encoding=UTF8&asin=B000FI73MA&cdForum=Fx1D7SY3BVSESG&cdPage=1&cdThread=Tx1KSCVDTUJVMWO, 02.03.2013.

Arıkboğa, Ş., (2003). *Entelektüel Sermaye*, İstanbul: Derin Yayınları.

Aydınlı, H.İ., (2004). ‘‘Sosyo-ekonomik Dönüşüm Süreci (Postfordizm) ve Sanayi Ötesi Yaklaşımlar’’, *Kamu-İş*; Cilt: 7, s. 2.

Bozbura, T. ve Toraman, A., (2004). ‘‘Türkiye’de Entelektüel Sermayenin Ölçülmesi ile ilgili Model Çalışması ve Bir Uygulama’’, *İTÜ Dergisi*, Cilt: 3, Sayı:1, 55-66.

Brooking, A., (1996). *Intellectual Capital, Core Asset for the Third Millennium Enterprise*, International Thomson Business Press.

Bukowitz, W., (1998). “Benchmarking Intellectual Capital Measuring Practises”, *Measuring & Valuing Intellectual Capital Conference*, 16-17 June, London, s. 3.

Büyüközkan, G., (2002). “Entelektüel Sermaye Yönetimi”, *KalDer Forum Dergisi*, Yıl: 2, Sayı: 6, 35-37.

Chwalowski, M., (1997). “Intellectual Capital Matters”, *The Electricity Journal*, Cilt: 10, Sayı: 10, s. 89.

Çağan, K., (2003). *Popüler Kültür ve Sanat*, Ankara: Altinküre Yayınları.

Çetinkaya, Ş., (2005). “İnsan Sermayesi”, http://www.ekodialog.com/Makaleler/insan_sermayesi.html, 01.03.2013.

Edvinson, L. ve Michael, M., (1997). *Intellectual Capital*, ABD: Harper Collins Publishing.

Erkal, Z.E., (2007). “Bilgi Çağı ve Entelektüel Varlıklar”, *İstanbul Üniversitesi İktisat Fakültesi Maliye Araştırma Merkezi Konferansları*, 50. Seri, s. 68-78.

Google Finance, (2013). “Amazon.com, Inc - Income Statement Annual Data”, <http://www.google.com/finance?fstype=ii&q=NASDAQ:AMZN>, 17.04.2013.

Güler, S.Z., (2007). “Eğitim Örgütlerinde İnsan Sermayesi”, <http://www.egitirim.gen.tr>, 01.03.2013.

İşevi, S., Çelme, B., (2002). “Entelektüel Sermaye ile Rekabeti Yakalamak”, *UNAK Genel Konferansı 2002 Bildiri Metni*, 2 ve 7-8.

Kanıbir, H., (2004). “Yeni Bir Rekabet Gücü Kaynağı Olarak Entelektüel Sermaye ve Organizasyonel Performansa Yansımaları”, *Havacılık ve Uzay Teknolojileri Dergisi*, Cilt: 1, Sayı: 3, s. 77-85.

Kızıl, C., (2010). *Entelektüel Sermaye Analizleri*, İstanbul: Derin Yayınları.

Milliyet Gazetesi, (2008). “Entelektüel Nedir? Aydın Nedir?”, <http://blog.milliyet.com.tr/entelektuel-nedir-aydin-nedir-/Blog/?BlogNo=90056>, 08.04.2012.

Öztürk, M.B., Ban, Ü., (2003). “Entelektüel Sermayenin Firma Değeri Üzerine Etkisi”, *Asomedy Dergisi*, Nisan 2003, s. 54.

Sander, O., (2003). *Siyasi Tarih - İlk Çağlardan 1918'e* (11b.), Ankara: İmge Kitabevi.

Sveiby, K.E., (2003). “Intellectual Capital and Knowledge Management”, <http://www.sveiby.com/articles/IntellectualCapital>, 28.02.2013.

Şenel, A., (1982). *İlkel Topluluktan Uygar Topluma Geçiş Aşamasında Ekonomik Toplumsal Düşünsel Yapıların Etkileşimi*, Ankara: Üniversitesi Siyasal Bilgiler Fakültesi Yayınları.

Şerbetçi, D., (2007). “21. YY. İşletmelerinin Gerçek Zenginlik Kaynağı: İnsan Kaynağı”, <http://sbe.dumlupinar.edu.tr/8/155.pdf>, 28.02.2013.

The New York Times, (2013). “Amazon.com Inc”, http://topics.nytimes.com/top/news/business/companies/amazon_inc/index.html, 02.03.2013.

Tseng, C. ve Goo, Y.J., (2005). “Intellectual capital and corporate value in an emerging economy: empirical study of Taiwanese manufacturers”, *R&D Management*, Cilt: 35, Sayı: 2, s. 187-201.

Türk Dil Kurumu (2012). “Entelektüel”, <http://tdkterim.gov.tr/bts/>, 09.09.2012.

Ycharts, (2013). “Amazon.com Chart”, http://ycharts.com/companies/AMZN/chart#series=type%3Acompany%2Cid%3AAMZN%2Ccalc%3Aprice_to_book_value&form=real&recessions=false&zoom=custom&startDate=12, 15.04.2013.

Ycharts, (2013). “Amazon.com Income Statement: 2003-2012 Annual”, YCharts Websitesi, http://ycharts.com/financials/AMZN/income_statement/annual, 15.04.2013.

OKULLARDA BİLGİ YÖNETİMİ

Yrd. Doç. Dr. Süleyman GÖKSOY*

Özet

Bu çalışmanın amacı, ülkemizdeki okulların “bilgiyi yönetme” düzeylerine yönelik yönetici ve öğretmen görüşlerini saptamaktır. Araştırma tarama modelindedir. Araştırmanın evrenini İstanbul merkezinde okulöncesi, ilkokul, ortaokul ve liselerde görev yapan müdür, müdür yardımcısı ve öğretmenler oluşturmaktadır. Örneklemi ise tesadüfi örnekleme yolu ile seçilen 432 müdür, müdür yardımcısı ve öğretmen oluşturmaktadır. Araştırmada ölçek aracılığı ile veriler toplanmıştır. Verilerin çözümlenmesinde SPSS paket programından yararlanılarak frekans yüzde, ortalama, standart sapma, t-testi, tek yönlü (one way) Anova testi ve farklılığa neden olan grubun tespitinde Scheffe testi hesaplamaları yapılmış ve yorumlanmıştır.

Anahtar Kelimeler: Okul, bilgi, bilgi yönetimi.

KNOWLEDGE MANAGEMENT IN SCHOOLS

Abstract

The aim of the study is to determine the opinions of managers and teachers about schools' levels of knowledge management in our country. Model of the research is screening model. Research consists of managers, assistant directors and teachers who are working in kindergartens, primary, secondary and high schools in Istanbul. The sample consists of 432 managers, assistant directors and teachers who were chosen by random sampling. Data was collected by using scale in research and in analysing data; SPSS package program, the percentage of frequency, average, standard deviation, T-Test, one way Anova test were used and interpreted. Also Scheffe test was used and interpreted in order to detect the group which made difference.

Key Words: School, knowledge, knowledge management.

* Düzce Üniversitesi Eğitim Fakültesi, goksoys@hotmail.com

Giriş

Günümüz toplumu bilgi toplumu olarak adlandırılmakta ve bilgi toplumu, bilginin, toplumun itici gücü haline gelmesini ifade etmek için kullanılmaktadır. Günümüz toplumlarında yaşanan değişimlerden biri olan bilgi toplumuna geçiş bilgi toplumunun gereksinim duyduğu insanın yetiştirilmesi ve buna dayalı olarak da, bilgi üretme, bilgiye ulaşma, bilgiyi kullanma ve teknolojiye çevirme ön plana çıkmaktadır (Özden, 2006). Kurumun varlığını sürdürüp ayakta kalabilmesi için değişimi yönetebilmeleri ve bu duruma bağlı olarak da bilgiyi etkin bir şekilde kullanabilmeleri gerekmektedir (Altıntaş, 2008). Bilgi toplumunun temeli bilgidir ve geleceğe yönelik işlenmiş bilgi önem kazanmaktadır (Aktan, 2005).

Bilgi toplumu; her tür bilgiyi üreten, bilgi algılarına bağlanan, hazır bilgilere erisen, erişilmiş bilgileri kolaylıkla yayabilen ve bu bilgileri her sektörde kullanabilen bir toplum olarak tanımlanabilir (Kesici, 1993; Uçkun vd., 2002). Bilginin insanoğlu tarafından fayda sağlamak amacıyla temin edilmesi, işlenmesi, kullanılması, dağıtılması ve depolanması faaliyetlerinin artan bir hız kazanması paralelinde bilgi yönetimi konusunu önemli bir konuma getirmiştir.

Bilgi yönetimi, üretken (değer yaratıcı) bilginin elde edilmesi, paylaşılması, geliştirilmesi ve kullanılması ile ilgilidir. Bilgi yönetimi, bilginin elde edilmesi, paylaşılması, geliştirilmesi ve kullanılması ile ilgilidir. Bilgi yönetiminin temel çabası, bilgiyi üretken kılmaktır. Bilgi yönetimi organizasyonel amaçların daha iyi bir şekilde elde edilebilmesi için bireylere, takımlara ve bütün organizasyona bilginin sistematik olarak yaratılması, paylaşılması ve uygulanması için olanak sağlar. Böylece bilgi yönetimi bir organizasyonda yer alan özellikle de yalnızca bireylerce bilinen enformasyon (örtük bilgi) var olan genel depolanmış enformasyon ve verinin (açık bilgi) toplanması, organizasyonu, depolanması ve kullanılması işlemidir. (Çapar, 2005; Ertuğrul, 2000; Barutçugil, 2000).

Bilgi toplumunda eğitim performansı ve eğitim sorumluluğu açısından okullara zorlu talepler yöneltilmektedir (Drucker, 2000). Çünkü okul, toplumda hemen herkesin ya doğrudan ya da dolaylı olarak ilgilendiği, vazgeçilmez önemli bir toplumsal örgüttür (Baştepe, 2004). Sürekli öğrenme ve bilişim teknolojilerinin verimli kullanımının da

katkısıyla, bilginin kavramsal içeriği de değişmektedir. Bilgi, doğayı, bir nesneyi ya da bireyi değiştiren amaç ve önemi olan veri olarak anlam kazanmaktadır. Geleneksel bilgi, genele ilişkin iken şimdi söz konusu olan bilgi, ihtiyaçtan kaynaklandığı için oldukça uzmanlaşmış bilgi olmaktadır. Bu değişim, bilgiye yeni bir toplum yaratma gücü katmaktadır (Drucker'dan akt., Horozoğlu, 1998).

Öğrenmeyi öğrenmiş bireylerin yetiştirilmesi için okullarında öğrenen okullar olması zorunludur. Çünkü okullar yalnızca öğrenen bireyler aracılığı ile öğrenirler. Ancak bireysel öğrenme, örgütün öğrenmesini garanti etmez. Fakat bireysel öğrenme olmadan da örgütsel öğrenme gerçekleşmez. Öğrenen okullar, insanlığın temel öğrenme tutkusuna destek olup, onu zenginleştirmeyi amaçlayarak, birilerinin başkaları için neden gerekli olduğunun mantıksal açıklamasını yapar ve örgütsel değişmeye teknik bir yaklaşım kazandırıp kaliteye ulaşmak için ışık tutarlar (Töremen, 2001). Öğrenen örgüt kalitenin temele alındığı kurumlardır. Geleceğin okul modeli kuşkusuz öğrenen okul olacağından, geleceğin eğitim liderinin de en önemli eğitim savaşı öğrenen okul kurmak olacaktır (Çelik, 1999). Çünkü otoriteyi kaybetme korkusu ile değişime karşı olan okullar, ne bireysel ne de örgütsel öğrenmeyi gerçekleştiremezler (Kuran, 2005).

Eğitim örgütlerinin bilgi toplumunun gereklerine göre yapılarını düzenlemesi gerekmektedir (Şişman ve Turan, 2005). Çünkü dünyada değişim ve yenileşmeler eğitim kurumlarını, hem çıktılarını pazarlama hem de aldığı girdilerin beklentilerine cevap vermek açısından iki yönlü etkilemektedir. Türk eğitim örgütleri de bir sistem bütünlüğü içerisinde girdi, süreç ve çıktı boyutlarında niteliksel değişim yönünden eleştirilmektedir (Özdemir, 2000). Özden'e (2000) göre; Türk eğitim sistemindeki temel sorun sistemin başlangıçta amaçladığı görevleri yerine getirmemesi değil, yeni gereksinimleri karşılayacak yeni amaçlar ortaya konmamasıdır.

1. Amaç

Araştırmanın amacı okulların bilgiyi yönetme düzeylerine yönelik yönetici ve öğretmenlerin görüşlerini saptamaktır.

Bu amaç için aşağıdaki sorulara cevap aranmıştır:

- a) Okullarda bilgi yönetimine ilişkin okul yöneticilerinin görüşleri nelerdir?
- b) Okullarda bilgi yönetimine ilişkin öğretmenlerin görüşleri nelerdir?
- c) Okullarda bilgi yönetimine ilişkin yönetici ve öğretmen görüşleri görev değişkenlerine göre farklılaşmakta mıdır?

2. Araştırmanın Modeli

Araştırmanın yöntemi, mevcut durumu tespit etmeyi amaçladığı için betimsel araştırma yöntemlerinden tarama modelidir. Tarama modelleri, geçmişte ya da halen var olan bir durumu var olduğu şekliyle betimlemeyi amaçlayan araştırma yaklaşımlarıdır. Araştırmaya konu olan şey, birey ya da nesne, kendi koşulları içinde ve olduğu gibi tanımlanmaya çalışılır. Onları, herhangi bir şekilde değiştirme, etkileme çabası gösterilmez (Karasar, 1994).

3. Araştırma Evren ve Örnekleme

Araştırmanın evrenini İstanbul ili merkez ilçelerinde bulunan Milli Eğitim Bakanlığına bağlı resmi anaokulu, ilkokul, ortaokul ve liselerde görev yapan müdür, müdür yardımcısı ve öğretmenler oluşturmaktadır. İstanbul ilinde 2012-2013 eğitim- öğretim yılı verilerine göre anaokulu, ilkokul, ortaokul ve liselerde toplam 1893 müdür, 4396 müdür yardımcısı ve 108809 öğretmen görev yapmaktadır (İstanbul İl Milli Eğitim Müdürlüğü).

Araştırmada evrenin tamamına ulaşılamayacağı için örneklem alma yoluna gidilmiştir. Örneklem büyüklüğünün belirlenmesinde; evrenin özelliği, evrendeki elemanların dağılımı, temsil yeterliliği, maliyet, zaman, araştırmanın özelliği ve veri analizi şartları dikkate alınmıştır (Karasar, 1994).

Araştırmada, eleman örnekleme tekniklerinden “basit tesadüfi örnekleme” tekniği seçilmiştir (Karasar, 1994; Ural ve Kılıç, 2005). Böylece evrendeki her eleman, ‘eşit’ ve ‘bağımsız’ seçilme şansı elde etmiştir. Dolayısıyla hesaplamalarda da her elemana verilecek ağırlık aynıdır. Böylece seçilen her bir okulun öğretmen ve yöneticisinin kadrolu olup-olmadığına bakılmıştır.

Evreni temsil yeterliğine sahip bir örneklem büyüklüğü oranı tablosundan (Ural ve Kılıç, 2005) yararlanılmıştır. Böylece, 432 yönetici ve öğretmenden oluşan bir örneklem, evreni temsil etme açısından yeterli olarak hesaplanmıştır. Fakat uygulanan ölçeklerden hatalı olacakların ve uygulama kayıplarının da olabileceği düşünülerek örneklem büyüklüğü 500 olarak belirlenmiştir. Böylece toplam 500 yönetici ve öğretmene ölçek dağıtılmış, dağıtılan ölçeklerden 463 yönetici ve öğretmen ölçeği geri dönmüş, geri dönen ölçekler incelendikten sonra, araştırmanın amacına uygun olmayanlar değerlendirme dışında bırakılmıştır. Geriye kalan toplam 432 ölçek değerlendirmeye alınmıştır. Araştırmanın örneklemini belirlerken yönetici ve öğretmenlerin görev yaptıkları okulda en az bir öğretim yılı çalışmış olmalarına bakılmıştır. Araştırmanın örnekleminin kişisel bilgilerine ilişkin veriler Tablo 1’de gösterilmiştir.

Tablo 1 - Ait Kişisel Bilgiler

Değişken		f	%
Cinsiyet	Kadın	274	63,4
	Erkek	158	36,6
Yaş	20-30	155	35,9
	31-40	190	44,9
	41-50	50	11,6
	51 ve üst.	37	8,6
Görev	Yönetici	81	18,8
	Öğretmen	351	81,3
Mezuniyet	2,3 Yıllık Yük. Ok.	19	4,4
	4 Yıllık Fakülte	354	81,9
	Yüksek Lisans	56	13,0
	Doktora	3	0,7
Hizmet Yılı	1-5 yıl	136	31,5
	6-10 yıl	94	21,8
	11-15 yıl	94	21,8
	16-20 yıl	58	13,4
	21 ve üstü	50	11,6

Araştırmaya katılanların 274’ü kadın, 158’i erkektir. Araştırma 81 yönetici ve 351 öğretmen üzerinde yürütülmüştür.

4. Veri Toplama Araç Ve Teknikleri

Veri toplama aracı olarak uygulanan ölçek iki bölümden oluşmaktadır. Birinci bölümde kişisel bilgi formu, ikinci bölümde 19 maddeden oluşan , "Okullarda Bilgiyi Yönetmek (Knowledge Managment in Schools)" alanlarına göre düzenlenmiş form bulunmaktadır. Bu iki bölüm tek ölçek formu haline getirilerek ölçeğin tamamı okulöncesi, ilkokul, ortaokul ve liselerde görevli öğretmen ve yöneticilerine uygulanmıştır öğretmen ve yöneticilerine cinsiyet, yaş, medeni durum, kıdem, branş ve öğrenim durumları araştırmanın bağımsız değişkenini oluşturur öğretmen ve yöneticilerin "Okullarda Bilgiyi Yönetme" düzeyine yönelik ölçek maddelerine verdikleri cevaplar bağımlı değişkenini oluşturmaktadır.

Ölçek formu Cope (2008) tarafından yapılan "The Quality Schools Model of Education reform: A description of Knowledge Managment Beliefs And Practices Using Baldrige in Education Criteria" adlı doktora çalışmasında geliştirilen ve orijinali "Quality Schools Model Questionnaire (QSMQ)" olan "Kaliteli Okullar Modeli Ölçeğinin alt boyutunu oluşturan "Knowledge Managment in Schools (Okullarda Bilgiyi Yönetmek) ölçeğinden ibarettir. Cope (2008) "Knowledge Managment in Schools (KMS) (Okullarda Bilgiyi Yönetmek)" ölçeğinin genel güvenilirlik düzeyini .928, olarak hesaplanmıştır.

Ölçeğin orijinal formu bilgi yönetimi ile ilgili 17 ifade yer almaktadır. Ancak değişik branş ve eğitim kademlerinde görev yapan ve aynı zamanda eğitim yönetimi ve denetimi alanında yüksek lisans öğrencisi olan 15 öğretmen, 4 eğitim yönetimi alan uzmanı ve akademisyen, 8 okul yöneticisi ve aynı zamanda eğitim yönetimi ve denetimi alanında yüksek lisans yapan öğrenciler ile 2 İngilizce 1 Türkçe öğretmenleri tarafından ölçek bütünü ve maddelerinin incelenmesi sonucunda hem anlam hem de kapsam bakımından ölçeğe 2 madde daha eklenmesi sonucunda ölçek madde sayısı 19 olarak oluşturulmuştur.

5. Güvenilirlik Çalışması

Ölçeğin güvenilirliğinin saptanmasında "Cronbach Alpha Katsayısı" ve "Madde Toplam Puan Korelasyonu Analizi" kullanılmıştır. Ölçme aracının Cronbach Alpa (güvenilirlik) katsayısı 0,93 olarak bulunmuştur. Bir ölçme aracı için hesaplanan güvenilirlik

katsayısının 0,70 ve daha yüksek olması test puanlarının güvenilirliği için genel olarak yeterli görülmektedir (Büyüköztürk, 2003; Özdamar 1999). Bu ölçüte göre ölçeğin güvenilirlik düzeyinin 0,93 olma oranının güvenilirlik için yeterli olduğunu görülmektedir.

Madde-Toplam Puan Korelasyonu, ölçme aracının maddelerinden alınan puanlar ile testin toplam puanı arasındaki ilişkiyi açıklar. Madde-toplam puanın pozitif ve yüksek olması, maddelerin benzer davranışları örneklediğini ve testin iç tutarlılığının yüksek olduğunu gösterir (Büyüköztürk, 2003). Madde toplam puanının yorumlanmasında bazı sınır değerler ölçüt olarak alınmakla birlikte, literatürde 0,50'den küçük katsayısı olan maddelerin güvenilirliğinden kuşku duyulması gerektiğini belirtilmektedir (Karasar, 1994; Öner, 1987). Dolayısıyla bu uygulamada da madde-toplam puan korelasyonu 0,50 ve üstü maddeler alınmıştır. Madde tüm ölçek korelasyonu analizi sonuçları Tablo 3'de verilmiştir.

Tablo 2 - Ölçme Aracına İlişkin Madde Analizi Değerleri

Madde No	r	Madde No	r
1	,608	11	,597
2	,617	12	,708
3	,673	13	,600
4	,752	14	,644
5	,474	15	,800
6	,682	16	,669
7	,695	17	,743
8	,727	18	,770
9	,684	19	,757
10	,746		

Tablo 2 incelendiğinde, 19 maddenin korelasyon değerlerinin, 474 ile, 800 arasında değiştiği görülmektedir. Bir maddenin korelasyon değeri, 40 ve üzerinde ise, bu maddenin cevaplayan grubun algılarını ortaya çıkarabileceği mümkün görülebilir.

(Cohen vd., 2005). Bu noktada ölçekteki toplam 19 maddenin uygun korelasyon değerine sahip olduğu görülmüştür.

6. Geçerlik Çalışması

Ölçeğin yapı geçerliliğinin belirlenmesi için yapılacak faktör analizi öncesinde, örneklem yeterliliğini saptamak için Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) analizi ve örneklem sınama büyüklüğünü saptamak için Barlett Sphericity testi yapıldı. Bu çalışmada KMO katsayısı analizi sonucu ,932 Barlett's Test of Sphericity analizi sonucu 2450,963 olarak bulunmuştur. Bulunan sonuç örneklem büyüklüğünün faktör analizi için yeterli ve uygun olduğunu göstermektedir. Literatürde birden fazla faktörde yer alan ve faktör yükü değerleri arasındaki fark 0,10'dan az olan maddeler ile faktör yükü 0,30'un altında kalan maddelerin değerlendirme dışı bırakılması gerektiği belirtilmektedir (Büyükoztürk, 2003; Tavşancıl, 2002).

Ölçeğin faktör yapısının belirlenmesinde, toplam varyans Tablosundaki verilerden ölçeğin 1 faktörden oluştuğu anlaşılmaktadır. Ayrıca varyans değerleri incelendiğinde ölçeği oluşturan 1 faktörün toplam varyansın % 48'ini açıkladığı görülmektedir. Bu durum kabul edilebilir miktar olan % 41'in (Kline, 1994, Akt.; Ekici, 2002) üstünde bir değer olmakta ve ölçeğin ölçme gücünün arttığını göstermektedir.

Tablo 3 - Toplam Varyans

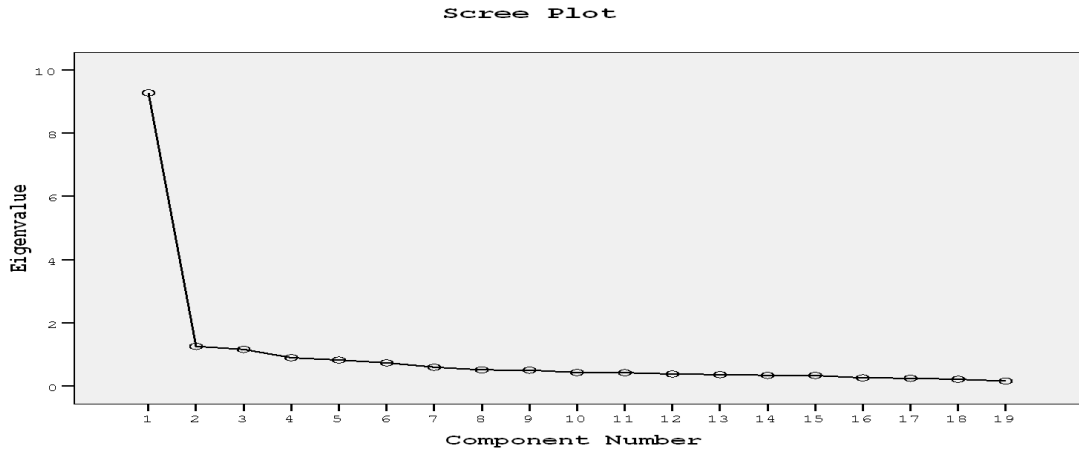
Bileşen	İlk Değerler			Yüklemeler Toplamı		
	Toplam	% Varyans	Toplam	% Varyans	Toplam	% Varyans
1	9,272	48,799	48,799	48,799	9,272	48,799

Temel bileşenler analizi sonrasında elde edilen bileşen matrisinde de ölçeğin tek faktörden oluştuğu anlaşılmıştır. Elde edilen faktör sonuç yönlendirmeye tabii tutulmuştur. Bu amaçla Varimax döndürme metodu kullanılmıştır.

Varimax yöntemi kullanılarak yapılan yönlendirme sonucunda elde edilen faktör yapısı sonucunda maddeler tek faktör üzerinde yüksek yükleme değerine sahiptir. Bu

çerçevede tekrarlanan analiz sonrasında deneme ölçeğin faktör sayısında bir değişiklik olmamıştır.

Böylece Varimax yöntemi kullanılarak yapılan yönlendirme sonucunda elde edilen faktör yapısı Tablo 3 ve 4’de sunulmuştur.



Tablo 4 - Yönlendirilmiş Temel Bileşenler Matrisi

Madde	Bileşen	Madde	Bileşen
1	,615	11	,615
2	,608	12	,708
3	,679	13	,583
4	,757	14	,657
5	,485	15	,795
6	,711	16	,710
7	,714	17	,756
8	,749	18	,792
9	,708	19	,778
10	,765		

Geliştirilen ölçeğin faktörü belirlendikten sonra ölçek adı “*Bilgiyi Yönetme Düzeyi Ölçeği*” şeklinde belirlenmiştir.

Likert tipinde hazırlanan ölçek maddeleri beşli derecelendirme ölçeği ile hazırlanmış “Hiç Katılmıyorum” seçeneği için 1, “Katılmıyorum” seçeneği için 2, “Kararsızım”

seçeneği için 3, “Katılıyorum” seçeneği için 4 “Tamamen Katılıyorum” seçeneği için 5 puan verilmiştir. Araştırmada beşli dereceleme ölçeğindeki aralık katsayısı için $(5-1=4)$ olarak hesaplanmıştır. Aralık katsayısı, seçenek sayısına bölünerek $(4÷5=0.80)$ seçeneklere ait alt ve üst sınırlar tespit edilerek SPSS paket programında analiz edilmiştir.

Sonuç Ve Bulgular

Bu bölümde, okulöncesi, ilkokul, ortaokul ve liselerde görev yapan yönetici ve öğretmenlerden “*Bilgiyi Yönetme Düzeyi Ölçeği*” aracılığı ile elde edilen verilerin analizi sonucunda ortaya çıkan bulgular ve yorumlar yer almaktadır.

a) Yöneticilerin Görüşlerine İlişkin Bulgular:

Okulöncesi, ilkokul, ortaokul ve liselerde görev yapan yöneticilerinin *Bilgiyi Yönetme Düzeyi* ilişkin bulgular aşağıda Tablo 5’de yer almaktadır

Tablo 5 - “Bilgiyi Yönetme” Düzeylerine İlişkin Yönetici Görüşleri

Maddeler	\bar{x}	SS
1- Okul yönetiminde değişiklik durumlarda bilgiler toplanır, gözden geçirilir ve gerekirse değiştirilir.	4,16	1,03
2- İhtiyaç olduğunda bilgiler toplanır, gözden geçirilir ve gerekirse değiştirilir.	4,08	,921
3- Okulda öğrencilerin ihtiyaçları sürekli olarak gözden geçirip değerlendirmeler yapılır.	4,09	,830
4- Okul son yıllarda aile ve öğrenci memnuniyet düzeyleri ve eğilimlerinde yeterli veriye sahiptir.	3,70	,872
5- Diğer okullarla kıyaslandığında kendi öğrencilerimizin ne kadar nitelikli olduğun farkına varılır.	3,50	1,08
6- Okulda eğitimin kalitesi ile ilgili okul çevresinden çok çeşitli kaynaklardan veriler toplanmaktadır.	3,48	1,11
7- Okul çevresinin eğitimsel durumu analiz edilmiş ve okul çevresini geliştirmek için stratejik planda bu veriler kullanılmıştır.	3,67	1,01
8- Okulun eğitim ortamları ile ilgili stratejik planı çok çeşitli	3,72	1,00

kaynakların analiz edilmesine dayanır.		
9- Okulun başarı değerlendirme sonuçları analiz edilir	4,18	,853
10- Okulun başarı değerlendirme sonuçları kurumda çalışan tüm personelin performansını geliştirmede kullanılır.	3,93	1,02
11- Okulumuz öğretimsel hizmetlerin kalitesini ve bu kaliteyi geliştirmede benzer okullarla kendini kıyaslar	3,96	,967
12- Okulda tüm personel kendilerini geliştirmede ihtiyaç duydukları bilgiyi hızlı bir şekilde elde edebilirler.	3,80	1,01
13- Üst yönetim eğitimsel ortamlar için gerekli olan bilgisayar yazılım ve donanımlarla alakalı sistemleri sağlamaktadır.	3,67	1,13
14- Okul yönetimi tüm personelin yararlanması için veri yönetim ağı ve bağlantısı sağlamaktadır.	3,74	1,10
15- Okulumuz öğrenci/aile memnuniyetini değerlendirmede, toplanan verileri uygun gruplara ayırabilmektedir.	3,60	,861
16- Üst yönetim okuldaki tüm personelin bilgi/yetenek paylaşımında ve işbirliği gibi alanlarda öğrenme isteklerini ve gelişimlerini sürekli ölçmektedir.	3,53	1,02
17- Okul yönetimi önemli bilgileri öğrencilere iletmede etkili yöntemlere sahiptir.	3,85	,895
18- En iyi deneyimleri elde etmede gerekli olan bilgiler toplanır ve okuldaki tüm personel arasında paylaşılır.	3,76	,965
19- Toplanan aile/öğrenci verileri, aile/öğrenci problemlerinin çözümünde kullanılır.	4,07	,787

Tablo 8 incelendiğinde okul yöneticileri okulların “*Bilgiyi Yönetme*” düzeyi ilgili olarak tüm ifadelerle 3,48, den 4,18 arasında değişen aritmetik ortalamalar ile “katılıyorum” düzeyinde okulların bilgiyi yönettiklerini algılamaktadırlar. Araştırmacılar en düşük oranda; “Okulda eğitimin kalitesi ile ilgili okul çevresinden çok çeşitli kaynaklardan veriler toplanmaktadır.” Maddesine katılmaktadırlar. Elde edilen bu sonuç ortalamalara göre çok düşük bir oran olmamakla beraber okulların bilgiyi yönetmek adına topladıkları veri kaynaklarını daha da çeşitlendirmeleri gerektiği söylenebilir.

Okul yöneticilerinin görüşlerine göre okullarda en yüksek oranda, okulun başarı değerlendirme sonuçları analiz edilmektedir. Mevcut bulgu okul yöneticilerinin öğrenci başarılarına odaklandıklarını gösterdiği gibi, eğitim sisteminin özellikle sınav endeksli yapısından kaynaklan bir durumun sonucu olarak da yorumlanabilir.

Benzer sonuçlar Şahin (2010) tarafından yapılan “ilköğretim okullarındaki müdürlerin bilgi yönetimi becerileri ile okulların öğrenen örgüt olma düzeyleri” adlı araştırma sonuca göre, okul müdürleri bilgi yönetimi konusunda kendilerini yeterli gördükleri ve müdürlerin bilgi yönetiminin gerektirdiği becerilere sahip olduğu görüşünde oldukları ile paralellik göstermektedir.

b) Öğretmenlerin Görüşlerine İlişkin Bulgular

Okulöncesi, ilkokul, ortaokul ve liselerde görev yapan öğretmenlerin *Bilgiyi Yönetme Düzeyi* ilişkin görüşlerini içeren bulgular aşağıda Tablo 6’da yer almaktadır.

Tablo 6 - “Bilgiyi Yönetme” Düzeylerine İlişkin Öğretmen Görüşleri

Maddeler	\bar{x}	SS
1- Okul yönetiminde değişiklik durumlarda bilgiler toplanır, gözden geçirilir ve gerekirse değiştirilir.	3,90	,931
2- İhtiyaç olduğunda bilgiler toplanır, gözden geçirilir ve gerekirse değiştirilir.	4,02	,881
3- Okulda öğrencilerin ihtiyaçları sürekli olarak gözden geçirip değerlendirmeler yapılır.	3,86	,992
4- Okul son yıllarda aile ve öğrenci memnuniyet düzeyleri ve eğilimlerinde yeterli veriye sahiptir.	3,62	1,05
5- Diğer okullarla kıyaslandığında kendi öğrencilerimizin ne kadar nitelikli olduğun farkına varılır.	3,39	1,06
6- Okulda eğitimin kalitesi ile ilgili okul çevresinden çok çeşitli kaynaklardan veriler toplanmaktadır.	3,42	,993
7- Okul çevresinin eğitimsel durumu analiz edilmiş ve okul çevresini geliştirmek için stratejik planda bu veriler kullanılmıştır.	3,44	1,04
8- Okulun eğitim ortamları ile ilgili stratejik planı çok çeşitli kaynakların analiz edilmesine dayanır.	3,52	1,05
9- Okulun başarı değerlendirme sonuçları analiz edilir	3,95	,885
10- Okulun başarı değerlendirme sonuçları kurumda çalışan tüm personelin performansını geliştirmede kullanılır.	3,66	1,45

11- Okulumuz öğretimsel hizmetlerin kalitesini ve bu kaliteyi geliştirmede benzer okullarla kendini kıyaslar	3,74	,956
12- Okulda tüm personel kendilerini geliştirmede ihtiyaç duydukları bilgiyi hızlı bir şekilde elde edebilirler.	3,69	1,01
13- Üst yönetim eğitimsel ortamlar için gerekli olan bilgisayar yazılım ve donanımlarla alakalı sistemleri sağlamaktadır.	3,65	1,08
14- Okul yönetimi tüm personelin yararlanması için veri yönetim ağı ve bağlantısı sağlamaktadır.	3,80	1,03
15- Okulumuz öğrenci/aile memnuniyetini değerlendirmede, toplanan verileri uygun gruplara ayırabilmektedir.	3,62	,967
16- Üst yönetim okuldaki tüm personelin bilgi/yetenek paylaşımında ve işbirliği gibi alanlarda öğrenme isteklerini ve gelişimlerini sürekli ölçmektedir.	3,45	1,05
17- Okul yönetimi önemli bilgileri öğrencilere iletmede etkili yöntemlere sahiptir.	3,75	,935
18- En iyi deneyimleri elde etmede gerekli olan bilgiler toplanır ve okuldaki tüm personel arasında paylaşılır.	3,65	,992
19- Toplanan aile/öğrenci verileri, aile/öğrenci problemlerinin çözümünde kullanılır.	3,77	,936

Tablo 9 incelendiğinde öğretmenler okulların “*Bilgiyi Yönetme*” düzeyi ilgili olarak tüm ifadelerle 3,39 ile 4,02 arasında değişime aritmetik ortalamalar ile “katılıyorum” düzeyinde okullarda bilginin yönetildiğini algılamaktadırlar. Araştırmacılar en düşük oranda; “Diğer okullarla kıyaslandığında kendi öğrencilerinin ne kadar nitelikli olduğunun farkına varılır” Maddesine katılmaktadırlar. Elde edilen bu sonuç ortalamalara göre çok düşük bir oran olmamakla beraber okullarda görev yapan yönetici ve öğretmenlerin kendi öğrencileri ve onların çeşitli özelliklerini daha iyi ve yakından tanımalarına gayret göstermeleri gerektiği söylenebilir.

Benzer sonuçlar Şahin (2010) tarafından yapılan “ilköğretim okullarındaki müdürlerin bilgi yönetimi becerileri ile okulların öğrenen örgüt olma düzeyleri” adlı araştırma sonuca göre, öğretmenlerin bilgi yönetimi konusunda müdürleri yeterli gördükleri ve müdürlerin bilgi yönetiminin gerektirdiği becerilere sahip oldukları ile paralellik göstermektedir.

c) Görev Değişkenlerine İlişkin Sonuçlar:

Okulöncesi, ilkokul, ortaokul ve liselerde görev yapan yönetici ve öğretmenlerin okulların “*Bilgiyi Yönetme*” düzeylerinin görev değişkenine göre görüşleri arasında anlamlı fark olup olmadığı ile ilgili yapılan t-testi sonuçları Tablo 7’de verilmiştir.

Tablo 7 - Görev Değişkenine Göre Görüşleri

Anket		Cinsiyet	N	\bar{x}	Ss	sd	t	p
	Toplam	Yönetici	81	3,47	,551	430	1,34	,194*
		Öğretmen	351	3,37	,580			

* $p > .05$

Tablo 10 incelendiğinde örneklem grubunu oluşturan okul öncesi, ilkokul, ortaokul ve lise yönetici ve öğretmenler okulların “*Bilgiyi Yönetme*” düzeylerinin ilişkin görev değişkeni açısından görüşleri arasındaki farklılık istatistiksel olarak anlamlı bulunmamıştır ($p > 0,05$). Mevcut bulgulara göre okul yöneticileri ve öğretmenlerin okulların “bilgiyi yönetme” düzeyinde görev değişkeni açısından görüşleri birbirine paraleldir. Ancak mevcut okul ortalamalarında yöneticilerin öğretmenlere göre daha olumlu görüş bildirdikleri görülmektedir.

Bu sonuç, yönetici konumunda olanların kurumlarında daha fazla bilgiye hakim oldukları ve onu yönettiklerini düşündükleri şeklinde yorumlanabilir.

Şahin (2010) tarafından yapılan “ilköğretim okullarındaki müdürlerin bilgi yönetimi becerileri ile okulların öğrenen örgüt olma düzeyleri” adlı araştırma sonuca göre, görev türü, eğitim durumu ve kıdem yılı değişkenleri açısından müdürlerin bilgi yönetimi becerileri arasında anlamlı bir farklılık olmadığı, sonuçları ile de paralellik göstermektedir.

Sonuçlar, Tartışma Ve Öneriler

Okulların bilgiyi yönetme düzeylerine yönelik yönetici ve öğretmenlerin görüşlerini görüşlerinin belirlenmesi amaçlanan mevcut araştırma ile aşağıdaki sonuçlara ulaşılmıştır.

Okul yöneticileri ve öğretmenleri okullarda bilgi yönetimi konusunda okulları yeterli gördükleri ve okulların bilgiyi yönetme yeterliğine sahip olduğu görüşündedirler.

Araştırmaya katılan okul yönetici ve öğretmenler okulların bilgi yönetimi konusunda yeterli olduğunu düşündükleri alanların belli başlıları şunlardır:

- Yönetim değişimi veya ihtiyaç durumlarında bilgiler toplanmakta, gözden geçirilmekte ve gerekirse değiştirilmektedir.
- Okullarda öğrencilerin ihtiyaçları sürekli olarak gözden geçirip değerlendirilmektedir.
- Okullarda eğitimin kalitesi ile ilgili okul çevresinden çok çeşitli kaynaklardan verileri toplamaktadır.
- Okullarda başarı değerlendirme sonuçları analiz edilmektedir.
- Okullar tüm personelin kendilerini geliştirmede ihtiyaç duyduğu bilgileri hızlı bir şekilde elde edebilmektedirler.
- Okul yönetimleri tüm personelin yararlanması için veri yönetim ağı ve bağlantısı sağlamaktadır.
- Okul yönetimleri önemli bilgileri öğrencilere iletmede etkili yöntemlere sahiptir.

Mevcut bulgulara göre okul yöneticileri ve öğretmenlerin okulların “bilgiyi yönetme” düzeyinde görev değişkeni açısından görüşleri birbirine paraleldir. Ancak mevcut okul ortalamalarında yöneticilerin öğretmenlere göre daha olumlu görüş bildirdikleri görülmektedir. Bu sonuç, yönetici konumunda olanların kurumlarında daha fazla bilgiye hakim oldukları ve onu yönettiklerini düşündükleri şeklinde yorumlanabilir. Benzer sonuçlar Şahin (2010) tarafından yapılan “ilköğretim okullarındaki müdürlerin bilgi yönetimi becerileri ile okulların öğrenen örgüt olma düzeyleri” adlı araştırma sonuca göre, okul müdürleri ve öğretmenlerin bilgi yönetimi konusunda müdürleri yeterli gördükleri ve müdürlerin bilgi yönetiminin gerektirdiği becerilere sahip oldukları ile paralellik göstermektedir.

Araştırmadan elde edilen bulgular ve bunların tartışılıp yorumlanması doğrultusunda, aşağıdaki önerilerde bulunula bilinir:

- Okulların bilgiyi yönetme yeterliliği ile okul başarısı arasında bir ilişkinin olup olmadığı araştırılabilir.
- Okul çevresinin (veli, sivil toplum kuruluşları, işyerleri, sendikalar gibi) bu konudaki görüşleri de alınabilir.

Kaynaklar

Aktan, C. C., (2005). *Değişim Çağında Yönetim* (2b.), Ankara: Sistem Yayıncılık.

Altıntaş, L., (2008). “Bilgi Yönetimi ve Değişim”, <http://www.baltas-baltas.com>, 05.11.2013.

Barutçugil, İ. (2000). “Bilgi Yönetimi”, *Active Bankacılık ve Finans Dergisi*, (13), 17.

Baştepe, İ. (2004). “Etkili Okul ve Nitelikleri”, *Çağdaş Eğitim*, Aralık, 315.

Büyüköztürk, Ş., (2003). *Sosyal Bilimler İçin; Veri Analizi El Kitabı* (9b.), Ankara: Pegem Yayınları.

Cohen, L., Manion L., ve Morrison K., (2005). *Research Methods in Education*, New York: Taylor and Francis Group Publishing.

Cope, D. L. N., (2008). *The Quality Schools Model of Education reform: A description of Knowledge Management Beliefs And Practices Using Baldrige in Education Criteria*, University of Alaska Fairbanks.

Çapar, B., (2005). “Bilgiyi Yönetmelisiniz”, <http://www.bilgiyönetimi.org>, 01.11.2013.

Çelik, V., (1999). *Eğitimsel Liderlik*, Ankara: Pegem Yayınları.

Drucker, P. F., (2000). *Yeni Gerçekler* (7b.), Ankara: Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları.

Ekici, G., (2002). “Biyoloji Öğretmenlerinin Laboratuvar Dersine Yönelik Tutum Ölçeği (BÖLDYTÖ)”, *Hacettepe Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 22, 62-66.

Ertuğrul, M., (2000). “Bilgi Çağında İşletmelerin Yeni Kaynağı: Entellektüel Sermaye”, *Active Bankacılık ve Finans Dergisi*, (15), 34.

Horozoğlu, Ş., (1998). “Öğretmenlerin Yakın Gelecekteki Rollerine İlişkin Görüşleri” *Eğitim Yönetimi*, 14, 179.

Karasar, N., (1994). *Bilimsel Araştırma Yöntemi: Kavramlar, İlkeler ve Teknikler*; Ankara: Nobel Yayıncılık.

Kesici, İ., (1993). “Bilgi Toplumun Özellikleri”, *Bilişim*, Mayıs.

Kuran, K., (2005). “Bir Değişme ve Gelişme Süreci Olarak Eğitimde Toplam Kalite Yönetimi ve Aktif Öğrenme İlişkisi”, *Çağdaş Eğitim Dergisi*, Ankara, Şubat, 317.

Öner, N., (1987). “Kültürlerarası Ölçek Uyarlamasında Bir Yönetim Bilim Modeli”, *Psikoloji Dergisi*, 6: 80-83.

Özdamar, K., (1999). *Paket Programlar İle İstatistiksel Veri Analizi (2b.)*, Eskişehir: Kaan Kitapevi.

Özdemir, S., (2000). *Eğitimde Örgütsel Yenileşme*, Ankara: Pegem Yayınları.

Özden, Y., (2000). *Öğrenme ve Öğretme*, Ankara: Pegem A Yayıncılık.

Özden, Y., (2006). *Dönüşüm Kapasitesi Yaratmak*, Ankara: Okul Yönetimlerini Geliştirme Programı, İlköğretim Genel Müdürlüğü, Aralık.

Şahin, C., (2010). *İlköğretim Okullarındaki Müdürlerin Bilgi Yönetimi Becerileri İle Okulların Öğrenen Örgüt Olma Düzeyleri*, (Yayınlanmamış) Yüksek Lisans Tezi, Ankara: Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Şişman, M. ve Turan S., (2005). *Eğitim ve Okul Yönetimi (2b.)*, Eğitim ve Okul Yöneticiliği El Kitabı, Özden Y. (der.), Ankara: Pegem Yayıncılık.

Tavşancıl, E., (2002). *Tutumların Ölçülmesi ve SPSS İle Veri Analizi*, Ankara: Nobel Yayın Dağıtım Ltd.Şti.

Töremen, F., (2001). *Öğrenen Okul*, Ankara: Nobel Yayın Dağıtım.

Uçkun, S., Uçkun, G. ve Latif H., (2002). “Bilgi Toplumu ve Türkiye”, *I. Ulusal Bilgi Ekonomi ve Yönetim Kongresi*, Kocaeli: KOU.

Ural, A. ve Kılıç İ., (2005). *Bilimsel Araştırma Süreci ve Spss İle Veri Analizi*, Ankara: Detay Yayıncılık.

“ADİL HÜKÜMDAR”* VE “PRENS” ESERLERİ BAĞLAMINDA İBN ZAFER VE MACHIAVELLİ ARASINDA DÖNEMSEL BİR KARŞILAŞTIRMA

Arş. Gör. Canan ÖZCAN**

Özet

Hükümdarlık üzerine yazılmış eserler düşünüldüğünde kuşkusuz birçoğumuzun aklına ilk gelecek olan isim Machiavelli ve onun “Prens” isimli eseri olacaktır. Ne var ki Machiavelli bu konu üzerinde çalışmış olan tek düşünür değildir; Thomas Hobbes ve Nizamülmülk gibi düşünürler de bu türde eser vermiş aklımıza gelebilecek diğer isimlerdendir. Diğer taraftan, bu çalışmada konu edilecek olan Muhammed ibn Zafer el-Sicili ve onun Sülvan’ü-l muta (Adil Hükümdar) isimli eseri ise bugüne kadar çok da bilinmeyen ve üzerine çalışılmayan bir konu olagelmıştır. Bu çalışmayla amaçlanan da, bugüne kadar üzerinde yeterince durulmamış olan bu düşünürü ve eserini, Machiavelli’nin Prens isimli eseri ile bir karşılaştırmasını yaparak tanıtabilmek ve iki yazar arasındaki benzerlik ve farklılıkları, yaşadıkları dönemin tarihsel özelliklerini de dikkate alarak ortaya koyabilmektir. Her iki yazarın hem yaşadıkları dönemlerin benzer özelliklere sahip olması, hem aynı türde eser vermiş olmaları ve hem de eserlerinde paralellikler olması bu karşılaştırmayı mümkün kılan unsurlar olarak görülmüştür. Sonuç itibariyle, iki düşünürün yaşadıkları dönemlerin özellikleri, hayat tecrübeleri ve eserlerinde kullandıkları tarihsel yöntem ve çıkarımlar bakımından önemli derecede benzer özelliklere sahip oldukları görülmüştür. Dini inançları ile dine olan yaklaşımları ve eserlerinde kullandıkları dil ise iki düşünür arasındaki belirgin farklılıklar olarak karşımıza çıkmıştır.

Anahtar Kelimeler: Machiavelli, İbn Zafer, Prens, Adil Hükümdar, Prenslere Ayna.

A PERIODICAL COMPARISON BETWEEN IBN-ZAFAR AND MACHIAVELLI WITHIN THE CONTEXT OF THEIR MASTERPIECES “JUST PRINCE” AND “PRINCE”

* Eserin tam adı Sulwanal-Muta’ Fi ‘ Udwan al-Atba (Uyrukları İsyen Eden Yöneticiye Öğütler) olsa da Adil Hükümdar olarak da bilinmektedir.

** Nişantaşı Üniversitesi İktisadi İdari ve Sosyal Bilimler Fakültesi Uluslararası İlişkiler Bölümü, canan.ozcan@nisantasi.edu.tr,

Abstract

When we think about the studies on prince -or ruler-, unsurprisingly it is Machiavelli and his famous “Prince” that comes to mind of most of us. However, Machiavelli is not the only thinker who studied on this subject and Thomas Hobbes and Nizamülmülk can also come to mind as being thinkers who has studied on this subject. On the other hand, this article is about Muhammed ibn Zafer el-Sicili and his book named Sülvan’ü-l muta (Adil Hükümdar) which has not been studied in a detailed way until now. The aim of this article is to introduce this thinker and his work by comparing it with Machiavelli’s Prince and also set forth similarities and differences between them considering the historical conditions of their period. Similarities between their historical periods, studying on the same kind of subjects and parallelism between their works enable to make a comparison between them. As a result, it is seen that there are significant amount of similarities between their life experiences, their methods used in their works and their findings and interpretations reached by their studies. On the other hand, their religious belief and language used in their works appeared as important differences.

Key Words: Machiavelli, İbn Zafer, Prince, Just Ruler, Mirror to the Princes.

Giriş

İktidar mücadelesi, iktidarın niteliği ve iktidar-toplum ilişkileri tarih boyunca önemli bir düşünsel mesele olmuştur. İdeal yöneticiyi, düşünce tarihinde ilk olarak Platon, Devlet (Politeia) adlı eserinde tanımlamış ve daha sonra 15. ve 16. yüzyıllarda Niccolo Machiavelli’nin Prens’i (İl Principe) bu alanda önemli bir eser olarak ortaya çıkmıştır. Machiavelli’nin 1513’te kaleme aldığı ve 1532’de, yani onun ölümünden beş yıl sonra basılan eseri Prens, bir toplumsal varlığı (devleti) yeniden kuran ya da düzenleyen kimsenin (prens) başarılı olabilmek için bilmesi gereken, yabancı olamayacağı ve yabancı kalamayacağı, iktidarı ele geçirme ve ayakta tutma tekniklerinin ne olduğu sorusu etrafında dönmektedir (Machiavelli, 2004: 9).

Liderlik üzerine çalışmalar Thomas Hobbes, Montesquieu ve Max Weber gibi düşünürlerle devam etmiştir denilebilir. Diğer taraftan, bu konu üzerine çalışanlar tabii ki sadece Batılı düşünürler olmamıştır ve ayrıca Doğu toplumlarının tarihini durağan, imparatorların tek özne olduğu ve sınıf çelişkilerinin olmadığı bir tarih olarak okumak da yanlış olacaktır. Şimdiye kadar Machiavelli’nin öncülleri üzerine yapılan bazı çalışmalarda Çinli komutan Sun Tzu’nun Savaş Sanatı (MÖ 400 civarı), Hintli vezir Kautilya’nın Arthaşāstra (MÖ 300 civarı) ve Selçuklu veziri Nizamülmülk’ün

Siyasetname (11. yüzyıl) adlı eserleri, Machiavelli'nin öncülleri olarak gösterilmiştir. Ne var ki yakın zamanlara kadar varlığından haberdar dahi olunmayan Muhammed ibn Zafer el-Sicili'nin ve onun Sülvan'ü-l muta (Adil Hükümdar) adlı eserinin Machiavelli'nin Prens'inin asıl öncülü olduğu da artık iddia edilebilmektedir (Helvacıoğlu, 2013). Ne var ki İbn Zafer ve eseri üzerine halen yeterince çalışma yapılmış değildir.

Bu çalışmada amaçlanan, İbn Zafer ile Machiavelli arasında eserleri ve yaşadıkları dönem göz önüne alınarak yönetim anlayışları, hükümdara sesleniş biçimleri, verdikleri tavsiyeler ve kendi danışmanlık görevleri bağlamında bir karşılaştırma yapabilmektir. Birçok siyaset ve sosyal bilim araştırması doğrudan veya dolaylı bir şekilde karşılaştırma yöntemini kullanmaktadır ve bu yöntem kullanılırken karşılaştırması yapılacak olan araştırma konularının bazı farklılıklara ve benzerliklere sahip olması gerekmektedir (della Porta ve Keating, 2008: 177). Yani birbiriyle tamamen alakasız şeylerin karşılaştırılmasının yapılması faydalı ve mümkün görünmemektedir.

Bu çalışmada İbn Zafer ile Machiavelli arasında bir karşılaştırma yapılabilmesini mümkün kılan da, aşağıda daha ayrıntılı bir şekilde ele alacağımız gibi, her iki düşünür arasında birçok farklılık ve benzerliğin gözlemlenebilir olmasıdır. İki yazar ve eser arasındaki bu paralellikleri ilk fark eden kişi de, İtalyan siyaset bilimci, gazeteci ve bürokrat Gaetano Mosca'dır. Mosca, İbn Zafer'in eserinin, Machiavelli'ninkinden "çok daha rafine bir Makyavelizm'e" işaret ettiğini belirtmiştir (Uygur, 2011: 1). Bütün bunlara dayanarak, bu çalışmada, benzer özelliklere sahip tarihsel dönemlerde yaşamış iki düşünürün, benzer konularda bir eser kaleme alırken, hangi noktalarda farklılaşmış oldukları ve hangi noktalarda kesiştikleri ve bu durumda hangi unsurların etkili olmuş olabileceği karşılaştırmalı bir şekilde ortaya koyulmaya çalışılacaktır.

İbn Zafer ve Machiavelli'nin eserleri bağlamında yapılacak olan bu karşılaştırmamızın temel kaynağı, beklenebileceği gibi her iki düşünürün temel eserleri sayılan "Prens" ve "Adil Hükümdar" kitapları olacaktır. Bunun dışında, araştırmanın yöntemini açıklayabilmek, düşünürlerin yöntemini anlayabilmek ve her iki düşünürün eserlerine daha geniş bir perspektiften bakabilmek adına çeşitli yan kaynaklardan da çalışmada faydalanılacaktır.

1. “Adil Hükümdar” Ve “Prens” Eserleri Bağlamında İbn Zafer Ve Machiavelli Arasında Dönemsel Bir Karşılaştırma

Hükümdara yönelik tavsiyeler içeren eserlerin, Almanca’da “Fürstenspiegel”, Latince’de “Specula Principum”, İngilizce’de “Mirror to Princes” ve Türkçe’de de “Prenslere Ayna” olarak isimlendirilen bir türe ait olduğu kabul edilmektedir (Uygur, 2011: 1-7). Machiavelli bu türün dünya çapındaki en ünlü yazarlarından biri iken, İbn Zafer ise oldukça gölgede kalmıştır diyebiliriz. Diğer taraftan, her iki yazar arasında bazı farklılıklara rağmen birçok benzerlik de olduğunu söylemiştik. İşte bu benzerlik ve farklılıkları ortaya koyabilmek adına, İbn Zafer ile Machiavelli arasında bir karşılaştırma yaparken onları yaşadıkları dönemin özellikleri, eserlerini yazarken kullandıkları yöntem ve çalışmaya da konu olan temel eserlerinin içeriği bağlamında karşılaştırmak faydalı olabilecektir. Böylece, iki yazar arasındaki benzerlik ve farklılıkların hangi nedenlerden kaynaklanmış olabileceği ile ilgili de bir fikir sahibi olunabilmesi umulmaktadır.

1.1. Kriz Dönemi Kuramcıları Olarak İbn Zafer Ve Machiavelli

Tam adıyla Ebu Abdullah Muhammed bin Ebi Muhammed bin Zafer es-Sıkkılı el Mekki olan İbn Zafer, 1104 yılında Sicilya’da doğmuş fakat yaşamının neredeyse tamamını bir göçebe gibi yaşamış ve çoğunlukla da, Arap başkentlerinde kalmıştır. İbn Zafer, Norman hâkimiyeti altındaki Sicilya’da doğmuştur; diğer taraftan ismine eklenen el Mekki ekinden çıkarıldığı kadarıyla, Mekke’de yetiştiği ve eğitim gördüğü tahmin edilmektedir. İbn Zafer’in bir dönem de Mısır’a giderek burada bir süre öğretmenlik yaptığı ve 1150 yılı civarında da, Suriye’nin Halep kentine gittiği bilinmektedir. Halep’te Nureddin Mahmud Zengi’nin sarayında üst düzey bir memuriyet edindiği bilinen İbn Zafer, burada iç savaşın patlamasından sonra ise Sicilya’ya dönmek zorunda kalmıştır. İbn Zafer’in son olarak 1170 veya 1172 yılında Suriye’nin Hama kentine yerleştiği ve burada yoksulluk içinde öldüğü bilinmektedir (Kechichian ve Dekmejian, 2009: 22-23). Öyle görünmektedir ve yorumlanmaktadır ki İbn Zafer, hayatı boyunca pek çok zorluk yaşamış ve hep sığınacak bir yer ve kendine uygun bir mevki, bir iş aramıştır. Ne var ki, kısa süreli olarak bunları başarsa da, bu durum yoksulluk içerisinde hayatını kaybetmesini engelleyememiştir.

İbn Zafer gibi, Machiavelli'nin de hayatı o kadar kolay olmamıştır diyebiliriz. Machiavelli, İbn Zafer'den tam 365 yıl sonra, 1469 yılında Floransa'da doğmuş, siyaset kuramcısı, yazar ve devlet adamıdır. Esasında Machiavelli, Floransa'nın 13. yüzyıldan itibaren en önemli devlet görevlerine gelen zengin ve seçkin ailelerinden birine mensuptur fakat babası bu ailenin en yoksul üyelerinden biri konumundadır. Machiavelli, 1498 yılından itibaren, cumhuriyetin iç işlerini kapsayan görevlere getirilmiş ve 1500'de de Fransa'ya gönderilerek ilk önemli diplomatik görevini üstlenmiştir. Daha sonra birçok önemli görevde bulunan Machiavelli, 1512 yılında Floransa'da Medici döneminin başlamasıyla görevlerinden alınmış ve hapse atılmıştır. Hapisten çıktıktan sonra da, büyük bir yoksulluk içine düşen Machiavelli, bazı eserler kaleme alarak bunları Medici'ye de takdim etmiştir. Sonunda, cumhuriyetin resmi tarihçisi olmayı başaran Machiavelli, Medici'nin görevinden uzaklaştırılmasıyla tekrar işinden olmuş ve 1527'de de hayatını kaybetmiştir (Machiavelli, 2004: 5-8). Böylece hayatı boyunca hak ettiğini düşündüğü makama gelebilmek için çabalayan Machiavelli, kaybettiği eski görevlerine kavuşmadan hayatını kaybetmiştir.

Yaşadıkları dönemlere ve kişisel hayat hikâyelerine bakıldığında, her iki yazarın da aslında kriz dönemi kuramcıları olduğu söylenebilmektedir. Üstelik her ikisi de, bu kriz ortamlarında istikrarlı bir siyasi düzenin kurulmasına yardım etmeye çalışmış ve bu sayede aslında kendilerine de bir kariyer edinme ümidi taşımış gözükmektedirler. İbn Zafer'in yaşadığı dönem, Arap uygarlığının inişe geçtiği ve çeşitli yöntem sorunlarıyla karşılaşılan bir dönemdir ve Adil Hükümdar da parlak bir uygarlığın inişe geçtiği bir dönemin eseridir; Prens ise yakında parlayacak yepyeni bir uygarlık tarzının ilk ışıltılarını veren bir eser olarak tanımlanabilmektedir (Helvacıoğlu, 2013). Bu anlamda, İbn Zafer'in İslam Arap hanedanlığının yeniden dirilmesini ve birleşmesini ümit ettiği, Machiavelli'nin de, birleşmiş bir İtalya çağrısı yaptığı ve bunu ümit ettiği söylenebilmektedir (Kechichian ve Dekmejian, 2009: 81-82). Başka bir deyişle, her ikisi de kriz içerisindeki toplumsal düzenlerin, hakim sınıflar lehine yeniden istikrara kavuşturulmasının kuramcılığını yapmışlardır.

İbn Zafer'in içine doğduğu çağ, 8. ve 13. yüzyıllar arasında yaşanan ve Arap-İslam dünyasının Altın Çağ'ı olarak da adlandırılan bir dönemdir. Ne var ki, İbn Zafer'in yaşadığı dönem, aynı zamanda bu uygarlığın düşüşe geçtiği bir dönem de olmuştur.

Abbasiler'in idaresi altında geçen bu dönem, aslında yaşanan gelişmeleri, eski Mısırlılar, İbraniler, Persler, Rumlar ve Romalılar'dan edinilen deneyimlere de borçluydu denilebilir. Altın Çağ denilen böyle bir yükselişin yaşanmasını sağlayan çeşitli gelişmeler olduğu söylenebilir. Müslüman dünyasının coğrafi olarak genişlemesi ve iletişimin kolaylaşması, bilim insanlarının bilgilerini paylaşmak ve öğretmek için seyahatler yapması, Arapça'nın birleştirici bir dil haline gelmesi, Rumca, Latince ve Çince eserlerin Arap diline tercüme edilmesi, Kahire, Halep, Bağdat gibi yerlerde ve İran, Orta Asya ve İspanya'da kütüphaneler açılması bu nedenler arasında en önemlileridir. Bu dönemde teknolojik, mimari ve sanatsal açıdan da birçok gelişme kaydedilmiştir (Falagas vd., 2006: 1-7).

Altın Çağ olarak anılan dönemin sönümlenmeye başlaması ise 12. yüzyıldan itibaren başlamıştır denilebilir. Esasında daha 9. yüzyılda dahi Abbasi kontrolünden çıkan bazı bölgeler olmuştur fakat ondan sonraki dört yüzyıl boyunca İmparatorluğun gücü yeni bağımsız devletlerin ortaya çıkmasıyla birlikte bölünmüştür. 12. yüzyıla gelindiğinde de, artık Abbasi İmparatorluğu için sonun başlangıcı gelmiştir (Falagas vd., 2006: 1-7). İbn Zafer hem anayurdunda yaşanan bu kriz ortamından etkilenirken, hem de doğduğu yer olan Sicilya'nın kendine özgü konumundan etkilenmiştir çünkü Sicilya bu dönemde Müslüman dünyası ile Hristiyan Avrupa arasında bir çatışma noktası halindedir. Afrikalı Araplar İspanyol Araplar ile, Sünniler Şiiilerle ve Araplar Berberiler ile çatışma halindedir ve 1061 yılında da Normandiya işgali yaşanmıştır. Diğer taraftan, bu dönemde Sicilya, Müslüman dünyası ile Avrupa arasında kültürel bir geçiş yeri olma özelliğine de sahiptir (Dekmejian ve Thabit, 2000: 126). Bütün bu koşullar, yani hem anayurdunda, hem de doğduğu yerde yaşananlar, İbn Zafer'in Adil Hükümdar isimli eserini yazmasında bir etken olmuştur denilebilmektedir.

Yukarıda da bahsettiğimiz gibi, Floransa Cumhuriyeti'nin 1512 yılında yıkılması ile Machiavelli de kişisel olarak çok zor bir duruma düşmüş ve büyük bir umutsuzluğa kapılmıştır. Her iki yazar da ülkelerinin geçirdiği değişimlerden etkilenmiş, eskiden sahip oldukları mevkileri kaybetmiş ve bunları yeniden kazanmak için de mücadele etmişlerdir. Machiavelli "Prens" adlı eserini, önce Papa X. Leo'nun kardeşi Giuliano de Medici'ye ithaf etmeyi tasarlamış ama sonuçta onun kuzeni olan Lorenzo de Medici'ye ithaf etmiştir. İbn Zafer de, eserini iki ayrı kişiye ithaf etmiştir. Bunlardan birincisi,

Suriye’de devrimle karşı karşıya kalan adı bilinmeyen bir hükümdarken, ikincisi Sicilyalı Müslüman bir lider olan Abdullah bin Abi el-Kasım bin Ali el-Kureşi’dir (Kechichian ve Dekmejian, 2009: 81-82). Ne var ki, ilginç bir şekilde her iki yazarın da eserlerini ithaf ettiği hükümdarlar bir süre sonra iktidarlarını kaybetmişler; İbn Zafer ve Machiavelli de hak ettiklerini düşündükleri danışmanlık görevini elde edememişlerdir.

1.2. İbn Zafer Ve Machiavelli’nin Eserlerinde Kullandıkları Yöntem Bakımından Karşılaştırılması

İbn Zafer ile Machiavelli’nin kullandığı araştırma yöntemleri arasında bazı farklılıklar mevcut olsa da çok sayıda da benzerlik vardır. Öncelikle, her ikisi de geçmiş hükümdarların başarı ve başarısızlık hikâyelerine dayanan tarihi bir yöntemi kullanmışlar ve bu tarihsel bilgiyi de kendi tecrübeleri ile birleştirmişlerdir. Tarihe faydacı yaklaşma ve tarihten ders çıkarma konusunda, Ranke gibi yazarlar da her devlet için geçerli olacak evrensel yasalara karşı çıkarken devletlerin kendi geçmişlerini, deneyimlerini, başarı ve başarısızlıklarını öğrenerek bundan ders çıkarmasını da desteklemiştir. Böylece de, tarihin siyasete dolaylı bir katkısı olduğunu savunmuş; tarihin sadece bir hafıza meselesi olmadığını, eleştirel bir anlayışı da bize sağladığını ifade etmiştir (Ranke, 1981: 106, 109). İbn Zafer ve Machiavelli de eserlerinde tarihsel örneklere oldukça fazla yer vermiş ve bunlardan çıkarılabilecek sonuçları ve uygulanabilecek alternatif politikaları ortaya koymaya çalışmışlardır. Bu bakımdan, bir anlamda her ikisinin de tarihten ders çıkarma yoluna gittiğini söylemek yanlış olmayacaktır.

İbn Zafer, “Adil Hükümdar” eserinin her bölümüne, önce bölüme adını veren konuyu kısaca anlatarak başlamış daha sonra konuyla alakalı olarak Kur’an’dan ayetlere yer vermiş, felsefi sözler başlığını taşıyan bir alt bölümle devam etmiş ve sonrasında da tarihteki devletlerin, yöneticilerin deneyimlerinden örnekler anlatmıştır. Ayrıca her bölümde mutlaka en az bir tane olmak suretiyle fabla yer verilmiştir. İbn Zafer’in fablları kullanma amacının, kendi ağzından bazı şeyleri dile getirerek politik olarak kendini tehlike altına sokmamak olduğunu söyleyen görüşler olsa da İbn Zafer, bunun nedenini, insanların büyük dâhileri dinlemektense, vahşi hayvanları dinlemeyi tercih etmesi olarak açıklamaktadır (Kechichian ve Dekmejian, 2009: 142). İbn Zafer, ayrıca

tarihsel örneklerini de öyküleştirme şeklinde sunmayı tercih etmektedir ve bunun nedeni de öyküleştirme yoluyla anlatılanların daha çok dikkat çekeceğini ve anlatmak istediklerini çok daha hızlı bir şekilde aktarabileceğini düşünmesidir. Bunun dışında, İbn Zafer'in eserinin el yazmaları versiyonu çeşitli resimler de içermektedir ve bu açıdan Arap resim sanatı tarihi açısından da çok önemsenmektedir (Aga Khan Museum, Online Gallery, <http://www.akdn.org/museum/detail.asp?artifactid=822>, 2013).

İbn Zafer, söz sanatları ve felsefi anlatımlarla eserini edebi açıdan daha zengin ve süslü bir hale getirmeye çalışırken, Machiavelli tam tersi bir yol izlemiştir. O, eserini özellikle süslerle bezeme yoluna gitmediğini ifade etmiş ve ele alınan konunun önemi vesilesiyle beğenilmesinin dışında saygı duyulacak bir yanı olmasını istemediğini ifade etmiştir (Machiavelli, 2004: 32). Machiavelli, yazdıklarının ve verdiği örneklerin şeriata aykırı olmamasına dikkat ettiğini vurgulayan İbn Zafer'in aksine, hükümdarların, yöneticilerin ve devletlerin yükseliş ve çöküşlerinin kavranması için, ahlak felsefesi düzleminde incelemeler yerine, tarihsel örneklere dayalı iktidar politikalarına yönelik incelemeler ve araştırmalar yapılmasının şart olduğunu ifade etmiştir. Machiavelli'nin döneminde yeni yeni oluşmaya başlamış olan tümevarımcı yöntemi kullanmaya çalıştığı söylenebilmektedir; böylece Machiavelli, toplumsal süreçleri etkilemenin ve denetim altına almanın mümkün olacağını düşünmüştür (Machiavelli, 2004: 16).

İbn Zafer'i diğer Müslüman teorisyenlerinden ayıran şeyin onun ampirik yaklaşımı olduğu söylenebilmektedir. Yukarıda da söylediğimiz gibi, İbn Zafer dini kaynaklara çok büyük bir önem vermektedir fakat tarihten edindiği bilgilerde ve verdiği örneklerde ampirik bir temel olmasına da çok dikkat etmiştir. Meselelerin ampirik zeminini kurmak için geçmiş dönemlere ve Arap halifelerinin, Fars krallarının ve Bizans imparatorlarının deneyimlerine başvurmuştur. Öncelikle Kur'an'dan örnekler vermiş fakat her seferinde bunu tarihsel örnekler ve kendi tecrübeleri ile destekleme yoluna gitmiştir ve bu, özellikle İbn Zafer'in dönemi için gerçekten eskiden büyük bir kopuşu, büyük bir yeniliği temsil etmektedir. Tıpkı İbn Zafer gibi Machiavelli de, büyük ölçüde ampirik bir metot kullanmış ve o zamana kadarki yöneticilerin başarıları ve başarısızlık nedenlerini tarihsel örneklerle aktarmış ve bunu da İtalya'daki siyasi yaşamdan edindiği kendi tecrübeleri ile birleştirmiştir. Machiavelli, ampirik bir temel olmaksızın siyasetin iç yüzünün ve siyasi fenomenlerin arkasındaki yasaların tamamıyla anlaşılmasının

mümkün olmadığını düşünmüştür (Gilbert, 1939: 450). Her iki yazarın çok geniş bir tarihsel bilgiye sahip olduğu da ayrıca belirtilmelidir.

İbn Zafer de Machiavelli de devlet işlerinin yürütülmesinde olduğu gibi siyasi analizlerde de aşırı duygusallığın ve tutkunun kullanılmamasını tavsiye etmiştir ve bu anlamda tam anlamıyla birer rasyonalist oldukları da söylenebilmektedir. Machiavelli hükümdarın, kendi iktidarını ve devletin bekasını koruyabilmesi için gerektiğinde ahlakdışı davranması gerektiğini söylemiş ve bu şekilde davranmazsa olayların daha büyük felaketlere yol açabileceğini öne sürmüştür. Sık sık doğruluk ve ahlaktan söz eden İbn Zafer de, yeri geldiğinde bazı hile araçlarının kullanılabilirliğini savunmuştur. Ona göre, sadece devlet çıkarları için düşman cephesinde yanlış bilgiler ve fitne yayacak casus, propagandacı ve ajan provokatörlerin kullanılmasında bir sakınca yoktur. İbn Zafer'e göre, hile sadece güvenilir danışmanların eliyle kullanılmalıdır (Kechichian ve Dekmejian, 2009: 63, 84). Aksi durumda hilenin kullanılması daha da büyük felaketlere yol açma potansiyeli taşımaktadır.

Machiavelli Prens'i yazdığı zaman, dönemin entelektüel alandaki etkili gücü hümanizm olarak tarif edilebilmektedir. Bu etki, siyaset teorisinde ve siyasi literatürde de etkisini gösteriyordu (Gilbert, 1939: 452). Machiavelli, ayrıca Rönesans ruhunu ve anlayışını temsil eden bir düşünürdü ve insanın dünyasının müdahaleyle yeniden düzenlenebileceğine inanıyordu (Machiavelli, 2004: 17). Ona göre insan doğası bencil, saldırgan ve açgözlü olabilirdi ama güçlü bir hükümdarın desteklediği yasalar tarafından kısıtlandıkları takdirde, anarşik bir ortam yaratmayacak ve istikrar ve düzene zarar vermeyeceklerdir. İbn Zafer de, insanın yaratılışında şeytani bir taraf olduğunu düşünmekle birlikte, bir Müslüman olarak, eğitim ve dini inançlar aracılığıyla insani tutkuların ılımlaştırılabilmesinin mümkün olduğunu düşünmüştür (Kechichian ve Dekmejian, 2009: 91).

1.3. “Adil Hükümdar” Ve “Prens” Eserlerinin İçerik Bakımından Bir Değerlendirmesi

İbn Zafer ve Machiavelli'nin ortak amacı, hükümdarın iktidarını korumaktır ve tavsiyelerini de bu amaca yönelik olarak vermişlerdir. Buna göre, öncelikle ikisinin de

hükümdarda olması gerektiğini düşündükleri bazı özellikler mevcuttur. İbn Zafer'in hükümdarda gerçekten de çok üstün nitelikler aradığı söylenebilmektedir ki, bu özellikler, hükümdarı gerçekten de diğer kişilerden ayırmakta, benzersiz bir yere koymaktadır. Zafer, hükümdarın düzgün ve adil politikalar uygulaması gerektiğini söyler ve sadece güçlü ve muktedir değil aynı zamanda hakkaniyetli de olması gerektiğini savunur. İdeal yöneticiyi ilk defa Platon'un tanımladığını, çalışmamızın başında, ifade etmiştik. Platon, ideal yöneticinin sahip olması gerekenleri tarif ederken bu özellikleri kendi filozof-kral düşüncesinde bir araya getirmiştir denilebilir. İbn Zafer ise bütün bu gereksinimleri ve ideal yönetici özelliklerini tarif ederken, her şeyden önce Allah'a olan inancın üstünde durmuştur (Kechichian, 2013: 4).

Machiavelli de erdemli hükümdardan bahsetmiş ve böyle erdemli bir hükümdarın hem iktidarı elde etme kabiliyetine, hem de istikrarlı bir siyasi düzen tesis etme arzusuna sahip olması gerektiğini öne sürmüştür. Machiavelli, İtalyan'ca "virtu" kelimesini erdemi kast etmek için kullanmıştır fakat bu kelimenin bir iyilik ölçüsü olan erdemden ya da cesareten farklı bir anlam taşıdığı da söylenmektedir. Buna göre virtu, "virtüöz"den gelmektedir ve yönetim sanatına hâkim olma anlamını da içermektedir (Kechichian ve Dekmejian, 2009: 56, 92).

Hem Machiavelli'ye, hem de Zafer'e göre, iyi bir hükümdarın bir başka özelliği de güvenilir bir danışman tayin edebilmesidir. Zafer, hükümdara akıllı ve sadık bir danışman bulmasını tavsiye eder ve bu sayede hükümdarın aldatmalardan ve yanlış yönlendirmelerden korunabileceğini anlatır (Kechichian, 2009: 4). Zafer'e göre, iyi bir danışmanda olması gereken özellikler sadakat, bilgelik, deneyim, açıkgozlülük, samimiyet, ihtiyatlı olmak, asalet, edebiyat, politika ve tarih bilgisi ile analitik yeteneklerdir. Her iki yazar da hükümdarın zihin yapısının ve aklının, çevresindeki insanlara bakılarak değerlendirileceğini savunurlar ve aslında akıllı bir danışman, akıllı bir hükümdara da işaret etmektedir. Ne var ki, yine iki yazar da yanlış danışman seçiminin de yaygın olduğuna dikkat çekmiş ve hükümdarı dalkavuklar, fırsatçılar, egoistler, beceriksizler ve sadakatsizlere karşı uyarılmışlardır. İşte bu sebeple, her iki yazar güvenilir bir danışman seçme konusunda da hükümdara tavsiyeler vermişlerdir.

Machiavelli, bir danışmanın güvenilir olup olmadığının anlaşılması için danışmanın yaptığı işlerde kendini değil, hükümdarı düşünüp düşünmediğine bakılması gerektiğini

tavsiye eder ve iyi bir danışmanın devlet işlerinden başka hiçbir şey düşünmemesi gerektiğini iddia eder. Diğer taraftan, hükümdar da bu şekildeki danışmanını onurlandırmalı, zengin etmeli ve danışmanını kendine borçlu kılmalıdır. Böylece danışman, varlığının, hükümdarın varlığına bağlı olacağını hissedecek ve ona sadık kalacaktır (Machiavelli, 2004: 168). İbn Zafer de, aynı şekilde hükümdarın çıkarı için kendini ortaya koyan bir konumda olan kişinin savaşırken de aynı şekilde hizmet edeceğini ve savunacağını iddia etmiştir. Buna göre en iyi danışmanlar, refahı ve güvenliği doğrudan hükümdara bağlı olanlardır (Kechichian ve Dekmejian, 2009: 87). Buna göre İbn Zafer tarafından, danışman ile yönetici arasında karşılıklı bir çıkar ilişkisinin öngörüldüğünü söylemek yanlış olmayacaktır.

Machiavelli ve İbn Zafer arasındaki paralelliklerden biri de, araç ve amaç ilişkisi hakkındaki düşünceleridir. Machiavelli prensin, merhametli, ilkeli, sözüne sadık, insancıl, dürüst ve dindar gözükmemesi ve hatta öyle de olması gerektiğini söyler ama gerektiğinde bu özellikler bir kenara bırakılmalı ve prens acımasızca bu özelliklerin tam tersi bir hale bürünebilmelidir. Diğer taraftan, İbn Zafer ise hükümdarın iyi, inançlı ve insancıl olmasını tavsiye eder fakat olağanüstü durumlarda hile kullanabileceğini söyleyerek bunun da, belli bir amaç için yapılmasını tavsiye eder. Bu bağlamda, Machiavelli için söylenenle yapılan arasında oluşabilecek olan fark İbn Zafer'inkine göre çok daha fazladır denilebilir (Armstrong, 2007). İbn Zafer'e göre hilenin ve yalanın kullanılabileceği durumlar çok nadir olmalıdır ve ayrıca bunun için bir meşruiyet zemini de yaratılmalıdır.

İbn Zafer, “Adil Hükümdar” isimli eserini beş bölüme ayırmıştır ve bu bölümlerin isimleri şu şekildedir: Tevekkül, metanet, sabır, rıza ve zühd. Tevekkül, Allah'ın hükümlerine tevekkül etme anlamına gelmektedir. İbn Zafer, gerçekleşen her şeyin Allah'ın kararı olduğunu ve bunlara rıza göstermek gerektiğini düşünür (Kechichian ve Dekmejian, 2009: 127). Metanet ise bir kriz durumunda, kriz sona erene kadar kararlılık ve cesaretle eylem sürecini sürdürme anlamına gelmektedir. Sabır, yine aynı şekilde inançla sebat etmeyi öğütlemektedir. Rıza da amaçlanan sonuç gerçekleşmese bile ve sonuç hükümdar için olumsuz olsa bile buna rıza göstermeyi öğütlemektedir. İbn Zafer, son olarak zühd ile de dünyevi iktidarın kibrinden vazgeçmeyi tavsiye etmektedir. İbn Zafer bu bölümde anlatmak istediklerini yine tarihsel örneklerle açıklamaya başlar ve

Ömer bin Abdülaziz'in şu sözlerine yer verir (Kechichian ve Dekmejian, 2009: 286-288):

“...O halde, daha fazlasına sahip olmak için kudretsiz bir arzu yüzünden ıstırap da duyuyorsundur;...Yeryüzünde huzurlu bir hayat, sadece, nasıl feragat edeceğini bile bilge kişilere bahşedilmiştir;...Dolayısıyla sadece seçilmiş kişilerin uyabileceği bir erdem olan zühdün peşinden gidin.”

Machiavelli, daha önce de belirttiğimiz gibi, Rönesans dönemine aittir ve İtalyan birliğinin önündeki en büyük engellerden birinin de, Roma Katolik Kilisesi olduğunu düşünmektedir. Ona göre din ve ahlak ilkeleri sadece hükümdarlığını meşrulaştırmak için bir görüntü olarak kullanılabilirler. Machiavelli Hristiyanlığın halkı köleleştirdiğine inanmaktadır ve ona göre din ve ahlak ancak politikayla bir bağlantıları olduğu ölçüde önemlidir (Kechichian ve Dekmejian, 2009: 89). Dolayısıyla Machiavelli'nin iktidarla ilgili tavsiyeleri de dini ve ahlaki kaygılar taşımamaktadır.

İbn Zafer'in eserinin tam adı “Uyruklarının Düşmanlığı Hakkında Yöneticiye Öğütler”dir ve bu metnin arasında devrim kuramları, nedenleri, ortaya çıkış şekilleri ve ayaklanmaları bastırmada kullanılmak üzere önerilen yöntemler de bulunmaktadır. İbn Zafer, bu devrim hareketlerinin, uyku haline geçmiş ve yozlaşmış, hiçbir çaba sarf etmeden, sadece şöhretli atalarının meşruluğu temelinde hüküm sürdüren ve babadan oğula geçme yöntemiyle yönetilen hükümdarlıklara karşı geliştiğini yazar. İktidarı kötüye kullanan ve şiddet uygulayan kralların gururu, hiddeti ve açgözlülüğü de bu isyanları tetiklemektedir. İbn Zafer, bu arada üç farklı sınıf da tanımlar: En yukarıda, hükümdarın tarafsızlık, nezaket ve cömertlik göstermesi gereken “seçkinler sınıfı” yer almakta; ikinci olarak tüccar, zanaatkâr ve hizmetkârlardan oluşan “orta tabaka” yer almakta ve son olarak da, “ne sözleri, ne de eylemleri sorgulamaksızın her zaman bir davayı savunan” kitleler bulunmaktadır. İbn Zafer, sınıflar arası çatışmaların devrimlere yol açabileceğini fark etmiş ve bu nedenle de hükümdara, bu sınıfları kendi kastları içinde tutmasını tavsiye etmiştir denilebilmektedir (Kechichian ve Dekmejian, 2009: 65-66). Machiavelli, İbn Zafer'dekine benzer şekilde sınıflar arası bir durumdan bahsetmese de, o da halkı oluşturan kesimlerin çeşitliliği üzerinde durmuştur diyebiliriz. Örneğin, dağınık bir şekilde yaşayan ve yoksul olan kişilerin hiçbir zaman prens karşı bir tehlike oluşturamayacağını söylerken, prensin uygulamalarından zarar görmeyen

diğer kesimlerin de hem zarar görmedikleri için, hem de malları ellerinden alınanların başına gelenlerin aynısının kendi başlarına gelmesinden korkacakları için ses çıkarmayacaklarını öne sürmüştür (Machiavelli, 2004: 43). Böylece Machiavelli de halkın güçsüz ve yoksullar ile güçlüler olarak ayrılarak yönetilmesinin, iktidara fayda getireceğini vurgulamıştır diyebiliriz.

Sonuç

Aralarında yaklaşık 350 yıllık bir zaman olmasına rağmen, Sicilyalı İbn Zafer ile Floransalı Makyavelli arasında eserleri bağlamında birçok paralellik olduğunu görmek mümkündür. İki düşünür arasında bazı farklılıklar olmasına rağmen, birçok benzerlik vardır. Benzerliklerin daha çok iki düşünürün yaşadıkları dönemler arasındaki benzerlikten ve yönetimle ilgili verdikleri tavsiyelerden kaynaklandığı görülmektedir. Farklılıkların ise, daha çok kişiliklerinden, inanç sistemlerinden ve insanın nihai kaderine bakışlarındaki karşıtıktan kaynaklandığı söylenebilmektedir (Kechichian ve Dekmejian, 2009: 80). Diğer taraftan iki düşünürün yaşadıkları dönemlerin benzer özelliklere sahip olduğunu söylerken elbette ki bu dönemlerin birebir aynı olduğunu söylemiyoruz. Benzerlikten kast edilen daha çok her iki düşünürün de yaşadığı dönemlerin büyük değişimlerin yaşandığı, çalkantılı dönemler olmasıdır.

İbn Zafer ve Machiavelli her ikisi de kriz dönemlerinde yaşamış ve eserlerini kaleme almış iki yazardır ve her ikisi de, dönemin yöneticilerine bu eserlerini sunmuşlardır. Yöneticilerin bu eserleri okuyup okumadığı tam olarak bilinemese de her iki hükümdar da çok geçmeden iktidarlarını kaybetmişlerdir. Her iki düşünür de hayatları boyunca hak ettiklerini düşündükleri mevkilere gelmek için uğraşmış fakat bu konuda çok başarılı olamamışlardır. Bununla birlikte, özellikle İbn Zafer kendi çağdaşı olan düşünürler tarafından dahi oldukça takdir edilmiştir. İbn Zafer ve Machiavelli'nin analiz yöntemleri de birbirine oldukça yakındır; her ikisi de tarihte yaşanmış olaylardan örnekler vermeye çok önem vermiş ve bunları kendi gözlem ve tecrübeleri ile birleştirmişlerdir.

İki düşünür arasındaki önemli farklılıklardan biri, dini ve ahlaki konulara bakış açılarıdır. Diğer taraftan, her ne kadar İbn Zafer, ahlaklı ve inançlı davranmaya önem

verse de o da Machiavelli gibi gerektiği zaman iyi bir hükümdarın hile yoluna da başvurması gerektiğini vurgulamıştır. Fakat Machiavelli'den farklı olarak İbn Zafer, hükümdarın ahlaklı gibi görünmesini değil gerçekten ahlaklı olmasını ister. Düşünürler arasındaki bir diğer fark ise eserlerine hâkim olan dil ile ilgilidir. Machiavelli ne kadar sade bir dil kullanma yoluna gitmişse, İbn Zafer bir o kadar süslü ifadeler kullanmayı tercih etmiştir. Bu fark belki de Doğu ve Batı edebiyatı arasındaki farklılıklardan veya yaşanan dönemin edebiyat ve sanat alanındaki farklılıklarından kaynaklanmış olabilir. Bunun anlaşılabilmesi için şüphesiz ki, Rönesans dönemi ile 12. yüzyıl Arap dünyası arasındaki yazın alanındaki farklılıkların daha derin bir şekilde incelenmesi gerekmektedir.

Kaynaklar

“Frontispiece From A Manuscript of the Sulwan Al-Muta of Ibn Zafar: Three Young Hunters”, s. 1-2, <http://www.akdn.org/museum/detail.asp?artifactid=822>, 20.09.2013.

Armstrong, M., (2007). “Discussing the Just Prince, an Arab Muslim Manual of Leadership by Muhammad Ibn Zafar”, *Book Review*, http://mountainrunner.us/2007/04/book_review_the_just_prince_su/#.UbOM3PnJT2Y, 20.05.2013.

Dekmejian, R.H. ve Thabit, A.F., (2000). “Machiavelli’s Arab Precursor: Ibn Zafar al-Şiqilli”, *British Journal of Middle Eastern Studies*, 27 (2), 125-137, <http://www.jstor.org/stable/pdfplus/826088.pdf?acceptTC=true&acceptTC=true&jpdConfirm=true>, 01.06.2013.

Falagas, M., Zarkadoulia, E.E.A. ve Samonis, G., (2013). “Arab Science in the Golden Age (750-1258 C.E.) and Today”, *The Journal of the Federation of American Societies for Experimental Biology*, s. 1-7, , <http://www.fasebj.org/content/20/10/1581.full>, 02.06.2013.

Gilbert, F., (1939). “The Humanist Concept of the Prince and the Prince of the Machiavelli”, *The Journal of Modern History*, Vo. XI, s. 449 – 483, <http://www.jstor.org/stable/pdfplus/1871604.pdf?&acceptTC=true&jpdConfirm=true>, 15.09.2013.

Helvacıoğlu, E., (2013). “Machiavelli’nin Ustası İbn Zafer”, <http://www.radikal.com.tr/radikal.aspx?atype=radikaldetayv3&articleid=959212&categoryid=40>, 26.05.2013.

Kechichian, J.A. ve Dekmejian, R.H., (2009). *Adil Hükümdar (Uyruklarının Düşmanlığı Hakkında Yöneticiye Öğütler)*, Çev. Doğru B., İstanbul: Kırmızı Kedi Yayınevi.

Kechichian, J.A., (2013). “Rulers Should Consult Academics”, *Gulfnews*, s. 1-5, <http://gulfnews.com/opinions/columnists/rulers-should-consult-academics-1.532316>, 18.09.2013.

Kechichian, J.A., (2013). “The Second Teacher”, *Weekend Review*, s. 1-10, <http://gulfnews.com/about-gulf-news/al-nisr-portfolio/weekend-review/the-second-teacher-1.1172151>, 15.09.2013.

Machiavelli, N., (2004). *Prens*, Çev. Mutluay H., İstanbul: Bordo Siyah Yayınları.

Porta, D.ve Keating, M., (2008). *Approaches and Methodologies in the Social Sciences- A Pluralist Perspective*, New York: Cambridge University Press.

Ranke, L.V., (1981). *The Secret of World History, Selected Writings on the Art and Science of History*, Ed. Wines R., New York: Fordham University Press.

Uygur, S., (2013). “İbn Zafer, Machiavelli ve Prenslere Ayna-Fürstenspiegel”, s. 1-7, <http://www.selcukuygur.com/2011/08/26/ibn-zafer-machiavelli-ve-prenslere-ayna-furstenspiegel/>, 20.09.2013.

DENİZ TAŞIMACILIĞININ DENİZ EKONOMİSİ AÇISINDAN DEĞERLENDİRİLMESİ

Özet

Deniz taşımacılığı, her denizci ülkenin ekonomik gelişiminde önemli bir rol oynar. Uluslararası deniz taşımacılığı dünya ticaretinin % 90'ının taşınmasında etken ve küresel ekonominin can damarıdır. Deniz ulaşımı olmadan, çağdaş dünya ticareti için gerekli olan dış ticaret gerçekleşmesi mümkün olamazdı. Bununla, deniz taşımacılığının büyüme potansiyeli; dünya ticaretinin düzeyi, liman girdi ve çıktısına, tersane faaliyetlerine, dünya deniz ticaretinin büyümesine doğrudan bağlıdır. Genel olarak, deniz taşımacılığı sektörü, global ekonomideki en çok uluslararasılaşmış aktivitelerden birisidir. Deniz taşımacılığı sık sık deniz ulaştırması şeklinde de ifade edilebilir. Bu çalışmanın amacı; Deniz Taşımacılığını Deniz Ekonomisi Açısından Değerlendirmektir.

Anahtar Kelimeler: Deniz Taşımacılığı, Taşımacılık, Denizcilik Piyasaları, Kabotaj Taşımacılığı.

THE EVALUATION OF MARITIME TRANSPORTATION IN TERMS OF MARITIME ECONOMICS

Abstract

Maritime transport is an important factor of economic development of every maritime country. The international shipping industry is responsible for the carriage of 90% of the World trade and is the vital point of the global economy. Without maritime transportation, foreign trade necessary for the modern world trade would not be possible. However, the growth potential of the shipping industry is directly dependent on growth in world output, world trade, and world maritime trade, input and output of port, shipyard. Generally, shipping sector represents one of the most internationalized activities in the global economy. Maritime transportation is often called as shipping trade (seaborne). The purpose of this study is to evaluate Maritime Transportation in terms of the Maritime Economy.

Key Words: Maritime Transportation, Transportation, Maritime Markets, Cabotage Transportation.

Giriş

Denizin dünya ve insanlık açısından önemi kelimelerle ifade edilemeyecek kadar fazladır. Bu önem ve insanlığın gelecek kaygısı, denizlerin devletler ve insan toplulukları için vazgeçilmez hayat alanı olduğu gerçeğini her geçen gün daha fazla karşımıza çıkarmaktadır.

Deniz taşımacılığının dünya ticaretinin gelişimi ve sürekliliği açısından önemi büyüktür. Türkiye coğrafi konumu gereği ve üç tarafı denizlerle çevrili bir ülkedir. Denize kıyısı olmanın avantajlarını kullanıp deniz ticaretine yönelerek ekonomik olarak kalkınma sağlamalıdır. Bunun içinde, Türk deniz taşımacılığının ortaya çıkan değişme ve gelişmeye uyum sağlayabilmesi için kısa ve uzun vadeli planlamalar yapmalı ve gerekli çalışmaları gerçekleştirerek, düzenlemeleri uygulamaya geçirmelidir (Onat, 2005).

1. Denizyolu Taşımacılığında Temel Kavramlar

1.1. Taşımacılık Hizmeti Tanımı

Taşımacılık hizmeti; tüketilen, depolanamayan, zaman ve mekan faydası yaratan, bozulmayan ancak kesintiye uğrayabilen, talebi bir şeye bağlı olarak ortaya çıkan, hizmetin kalitesi, sıklığı, güvenilirliğine bağlı olarak tam zamanında teslim felsefesine de (just in time) uygun olarak malların istenilen zamanda, istenilen yerde, istenilen miktarlarda nihai tüketiciye teslimine olanak sağlayan ve bu yolla envanter maliyetini düşüren, niteliğine göre üretim süreci içinde bir hizmet olarak bir input (girdi) niteliği, üretilmiş malların dağıtım bakımından ise mala bir katma değer ilavesi sağlayan bir hizmet türüdür (Şişmanyazıcı, 2012).

1.2. Deniz Taşımacılığı Hizmet Tanımı

Denizyolu taşımacılığı denizyoluyla taşıma araçları ile yük (kargo) ve yolcuların deniz ve diğer tüm su yolu taşıma araçları ile taşınması faaliyetine denir. Şüphesiz ki, uluslararası deniz ticaretini gerçekleştirebilmek için, ticari paydaşlar arasında liman operasyonları da gereksinim vardır. Liman operasyonları içinde de hem limanda çalışacak işgücüne hemde liman donanım ve teçhizatına fiziki anlamda gereksinim

duyulurken, bunları etkileyen ulusal ve uluslararası düzenlemeler de önemli etkileyici faktörler olarak rol oynar.

1.3. Denizyolu Taşımacılığının Özellikleri

Dünya yüzeyinin %71'i denizler ve okyanuslar ile kaplanmıştır. Bir başka deyişle karaların yaklaşık 2,5 katı su ile kaplıdır. Denizler, geniş kapasiteli taşımacılık imkanları, sunduğu sayısız besin ve doğal kaynakların yanında alternatif enerji kaynakları ile de insanlığın ortak ve vazgeçilmez hayat alanını ve ekonomik mücadele zeminini oluşturmaktadır. Bu nedenle deniz ve deniz taşımacılığı yüzyıllar boyunca ticaretin ve yaşamın merkezindeki rolünü her zaman korumuştur. Buradan hareketle deniz taşımacılığının kısa bir tanımını şu şekilde vermek mümkündür: Deniz taşımacılığı, deniz ve diğer deniz ulaşım yolları ile yolcu ve yük taşınması şeklinde tanımlanabilir. Dünyada deniz taşımacılığı, özellikle kıtalararası ticaretin gelişmesi açısından büyük önem taşımaktadır. Dünya ticaretinin % 90'lık bölümü denizyolu ile taşınmaktadır. Hız faktörünün çok önemli olmadığı düşük değerli (özellikle hammadde) ürünlerin taşınmasında kullanılan deniz taşımacılığının belli başlı özellikleri şu şekilde sıralanabilir:

- Uzak mesafelere, tek seferde, gemilerin boyutlarının da her geçen gün artmasıyla birlikte ortaya çıkan teknolojik gelişmeler beraberinde diğer taşımacılık modlarına göre daha fazla yükü, daha kısa sürede, daha ucuza ve daha güvenli bir şekilde ulaştırabilmesi olanağını vermiştir (Onat, 2005: 1).
- Uluslararası taşımacılıkta, malların gidecekleri ülkeye kadar olan tüm diğer sınırlardan geçme probleminin ortadan kalkması, önemli bir maliyet unsuru olan zaman maliyetinin artmasını önlemektedir.
- Deniz aşırı ticarete, deniz taşımacılığı en avantajlı taşımacılık şeklidir. Diğer taşımacılık modları olan havayoluna göre 14, karayoluna göre 7, demiryoluna göre 3,5 kat daha ucuzdur.

- Bir başka avantajı da deniz taşımacılık hizmetinin ciddi boyutta dışsal etkiler üreten bir hizmet türü olmasıdır. Bir bakıma, üretimin dışında hayat bulan bir mühendislik dalı olarak ta karşımıza çıkmaktadır.
- Denizyolu taşımacılığının tercih edilme nedenlerinden biri de taşıma mesafesidir. Karayolu taşımacılığı 500 kilometreye kadar avantaj sağlarken, demiryolu için bu mesafe 500 ile 1500 kilometre arasındadır. Denizyolu taşımacılığı ise 1500 km den fazla taşımalarda tercih edilmektedir (Çancı ve Erdal, 2013: 54).
- Denizyolları özellikle çok büyük miktarda ve hacimdeki yüklerin uzun mesafelere taşınmasında en elverişli sistemdir.
- Taşıma faaliyetlerinin sularda sürdürülmesi nedeniyle ulaşım ağının kurulması, sahip olunan kıyılar ve limanlar ile sınırlıdır. Bu nedenle, denizyolu taşımacılığında karayolu ve demiryolu taşımacılığına gereksinim vardır.
- Denizyolu taşımacılığında kitlesel taşıma kapasitesi maksimum seviyededir. Bunun sonucu olarak deniz taşımacılığının birim maliyeti düşüktür.
- Yüksek güvenlik olanaklarına sahip olan bu sistem ayrıca enerji tüketimi açısından diğer taşıma modlarına göre orta düzeydedir.
- Diğer modlara göre termin süresi uzun olsa da, kıtalararası taşımacılıkta büyük miktarda yüklerin taşınabilmesi ve ekonomikliği çok büyük bir avantaj olarak karşımıza çıkmaktadır (Kunaç, 2007: 4).
- Denizyolu taşımacılığında çıkış-varış limanları arasında herhangi bir transit geçiş ve gümrük işlemi yoktur (Gültekin, 2013).
- Hizmet verilen destinasyonlar liman ve çevreleriyle sınırlıdır.
- Elleçleme sayısı fazla ve dış kaynak kontrolündedir.
- Kalkış / Varış zamanı açısından esneklik çok düşüktür.

- Kapıdan kapıya teslimlerde taşımalar karayolu veya demiryolu bağlantılı olmalıdır.

Ekonomi bilimi gereği, taşımacılık hizmetlerinde ülkeler genel eğilim olarak ucuz ulaşım hizmetinden yararlanmak isterler. Ancak, en ucuz taşıma her zaman en kısa yoldan yapılan taşıma olmayabilir; ne de en seri taşımayı en kısa yol belirler. En ucuz taşıma birim maliyeti en düşük olandır. Birim taşıma maliyeti düşük taşımalar çoklu, kitle taşımalarıdır. Kitle taşımacılığı 60'lı yıllardan bu yana yaygın gelişme göstermiştir. Örneklerini de denizyolu, demiryolu, iç suyolu ve boru taşımacılığı oluşturur.

Kitle taşımacılığı içinde birim taşıma maliyeti en düşük olanı, deniz yoludur. Bu nedenle de sanayileşmiş deniz ülkeleri taşımacılıkta denizyolunu yeğlemektedirler. Örneğin, Japonya'nın sanayideki ve pazarlamadaki başarısı ulaşım evresine gerekli denetimi getirmesinde yatmaktadır (Kunaç, 2007: 22).

2. Deniz Taşımacılığı Türleri

2.1. Hizmetin Ulusal Veya Uluslararası Olması Bakımından Yapılan Sınıflandırma

Türkiye'de ve dünyada deniz taşımacılığı ister yolcu, ister yük karakterli olsun, başlıca iki ana sınıfta toplanmaktadır:

2.1.1. Kabotaj Taşımacılığı

Kabotaj hakkı, en kısa tanımıyla; bir devletin kendi karasularında deniz ticareti yapabilmek yetkisini, kendi vatandaşlarına ve kendi bayrağını taşıyan gemilere ait bir hak olarak tanımasına denir (Orsam, 2013).

Kabotaj, 31.07.2002 tarih ve 24832 sayılı ile Resmi Gazete'de yayınlanan Gemiadamları Yönetmeliğine göre; liman sefer bölgesi sınırları aşılarak Türkiye limanları arasında yapılan seferleri içerir. Liman seferi bölgesi ise; sınırları belirli limanlar içinde yapılan seferler şeklinde açıklanır (Resmi Gazete, 2002).

Ülkemizde, Kabotaj Kanunu 19 Nisan 1926 Tarihinde kabul edilmiş olup, 1 Temmuz 1926'da yürürlüğe girmiştir. Söz konusu Kanunu ile Türkiye Limanları ve sahilleri arasında, karasularında, göller ve akarsularda yük ve yolcu taşınması gibi her türlü ticari faaliyetlerin Türk Bayrağı taşıyan gemilerce yapılması kabul edilmiştir. Ayrıca; Kabotaj Kanunu'na göre kılavuzluk ve römorkaj hizmetleri, dalgıçlık, kaptanlık, çarkçılık, tayfalık ve benzeri mesleklerin, Kabotaj Karasuları dahilinde balık, istiridye, midye, sünger, inci, mercan, sedef, kum ve çakıl vb. gibi deniz kaynakların çıkarılması ve ihracı ile söz konusu kaynakları çıkaracak bu gemilerde çalışan kaptan, çarkçı, katip, tayfa, hamal, iskele ve rıhtım hamallığı vb. bilimum deniz esnafının icrası da Türk vatandaşlarınca yerine getirilecektir.

2.1.2. Uluslararası Taşımacılık (Açık Deniz Taşımacılığı)

Uluslararası taşımalar; ülke limanlarında yüklenen ve/veya bu limanlara boşaltılan ihracat ve ithalât yüklerinin yanında, limanlarımızda yüklenen ve boşaltılan diğer ülkelere ait transit yükler ve Ro-Ro gemileriyle yapılan araç taşımalarını kapsamaktadır (DPT, 2001: 23).

İhracat taşımalarını, ülke içinden gelen yükleri toplamak, konsolide etmek ve denizyolu ile yurt dışına taşınmasını sağlama faaliyetleri kapsarken, ithalat taşımalarını, ülke dışından denizyolu ile gelen yükleri teslim almak ve ülke içinde dağıtımlarını gerçekleştirme faaliyetlerini kapsar. Transit taşımalar ise, ülke dışından denizyolu ile gelen ve bir başka ülkeye gönderilmesi planlanan yükleri teslim almak ve tekrar taşıma süreçleriyle ilgilenmektedir (Çancı ve Erdal, 2014: 263).

Ulusal taşımalar, “uluslararası rekabete kapalı, iç piyasaya dönük bir hizmet anlayışını” ifade ederken, uluslararası taşımacılık, “uluslararası rekabetin söz konusu olduğu, uluslararası ticaret koşullarına uygun olarak yürütülen, açık deniz hizmetlerini” ifade eden taşımacılık türüdür.

2.2. Deniz Taşımacılığının Hizmetin Sürekli ve Düzenli Olup Olmamasına Göre Sınıflandırılması

Bir denizcilik işletmesi gerek kabotaj, gerekse açık denizde yapılan açık deniz taşımacılığı, hizmetin sürekliliği ve düzenli olup olmayışına göre tramp ve layner olarak iki gruba ayrılmaktadır.

2.2.1. Tramp Taşımacılığı

Tramp taşımacılığı, yük olan limanlar arasında hizmetin yapılması biçiminde ortaya çıkar. Layner taşımacılığında hizmet esastır, tramp taşımalarında ise yük esastır. Mutlaka uyulması gereken bir sefer tarifesi söz konusu değildir. Hizmet, yükün olduğu limanlara kayar; aynı limanda sürekli olarak kalmaz. Bu nedenle taşıtan için tramp hizmetlerinde istikrar yoktur.

Trampçılık, ekonomik değeri düşük olan yükleri kapsar. Kömür, maden cevheri, ham petrol, tahıl, şeker, fosfat, gübre, kereste, kopa, çimento, tuz bu türdendir.

Tramp taşımaları çokluk iki liman arasında yapılır. Hizmet homojen yüklerin belli bir tarifeyle bağlı olmaksızın taşınması şeklindedir. Bu nedenle tramp taşımacılık yapan armatörler, hizmeti yükün olduğu limanlara kaydırma şeklinde gerçekleştirirler.

2.2.2. Liner Taşımacılığı

Layner taşımacılığı düzenli, sürekli ve "tarife dayalı" biçimde hizmet sunan taşımacılık biçimidir. Bu hizmet türünde zamanlama esastır. Gemiler seferlerini ve hizmetlerini belirli bir tarife uyarınca sürdürürler. Hangi limanlara ne zaman uğranacağı sefer programlarında belirtilir. Böylelikle yükleyiciler, taşıma gereksinimleri konusunda önceden bilgi edinirler.

Layner taşımacılığı, taşıma türleri içinde en yüksek maliyetli olanıdır.

Bunlar düzenli seyir planı olan gemilerdir. Düzgün sefer gemileri adı da verilen bu gemiler, belli bir yol üzerinde düzgün aralıklarla belirli bir tarifeyle göre sefer yapar. Bunlar kendi aralarında üçe ayrılır: a). Yolcu ve posta taşıyan gemiler, b). Yolcu ile

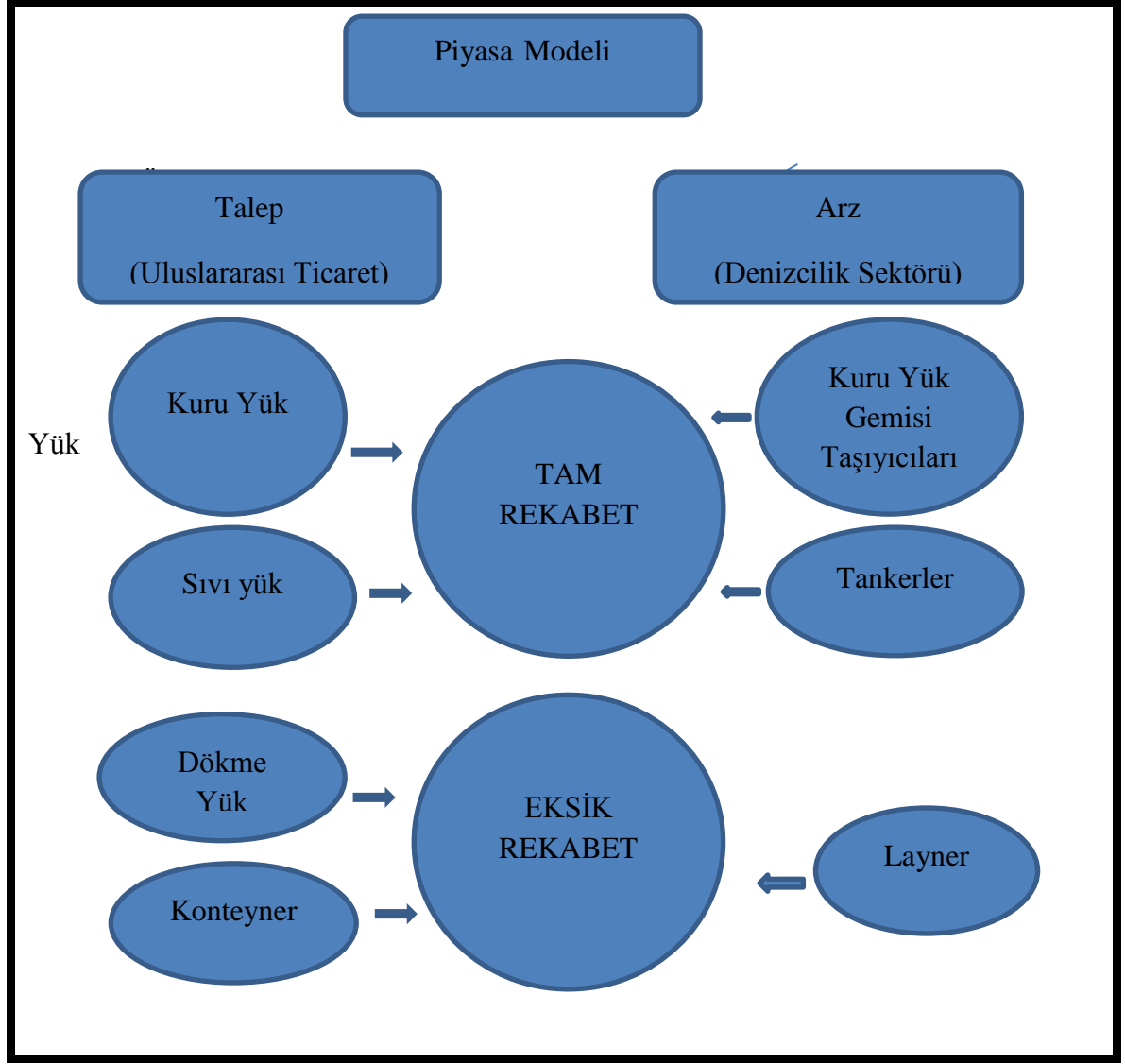
birlikte pahalı yük ve özel eşya taşıyan gemiler, c) Sadece yük taşıyan gemilerdir. Bugün okyanuslardaki trafiğin % 80'i liner taşımacılığı ile yapılır.

Liner taşımacılığı ikiye ayrılır. Bunlar: Konvansiyonel Layner taşımacılığı ve Modern Layner taşımacılığıdır. İki layner taşımacılık türünü birbirinden ayıran ölçüt, liman süresidir. Konvansiyonel layner taşımacılığında liman süresi seyir süresinden çoktur. Modern layner taşımacılığında ise, liman süresi seyir süresinden daha azdır. İki layner taşımacılığını birbirinden ayıran ölçüt, liman süresidir. Konvansiyonel layner taşımacılığında liman süresi seyir süresinden çoktur. Modern layner taşımacılığında ise, liman süresi seyir süresinden daha azdır (Kayserilioğlu, 2004: 9).

3. Denizcilik Piyasası

Denizyolu taşımacılığında hakim piyasalar tam rekabet ve eksik rekabet piyasaları olmak üzere iki grupta toplanabilir. Aşağıdaki şekilde, denizyolu taşımacılığı piyasasının sınıflandırılmasını bulmak mümkündür (MacConville, 1999: 150).

Uluslararası kuru dökme yük talebi kuru dökme yük gemileriyle, sıvı yük talebi de tankerlerle karşılanır. Hem kuru dökme yük piyasası hem de tanker piyasası tam rekabetin hakim olduğu piyasalardır. Konteyner ve dökme yüklerin taşınması için ise liner piyasası vardır. Bu piyasa daha karmaşık bir piyasadır ve eksik rekabet şartları hakimdir.



Şekil 1: Denizyolu Taşımacılığı Piyasası

(Kaynak: James MacConville, Economics of Maritime Transport Theory and Practice, s.150)

3.1. Denizyolu Taşımacılığında Arz

Denizyolu taşımacılığı arzı; belirli navlun oranında belirli bir zaman diliminde piyasaya sunulan hizmeti ifade etmektedir. Denizyolu taşımacılığında arzdan bahsedildiğinde navlun oranı ve zaman iki önemli kavram haline gelir. Çünkü, normal koşullar altında navlun oranı arttıkça arz artar.

Denizyolu taşımacılığında arz çok genel olarak dört temel faktöre göre şekillenir;

1. Gemi sayısı: Son yıllarda yük taşıyan gemi sayısı azalmıştır. Ancak gemilerin toplam tonajı oldukça artmıştır. Bunun sebebi gemi büyüklüğüdür.
2. Gemi büyüklüğü: Son yıllarda gemilerin sayısının artmasından ziyade büyüklükleri artmaktadır.
3. Liman zamanı: Gemiler limanlarda ne kadar az zaman kaybederlerse yıl içinde o kadar fazla yük taşıyabileceklerdir.
4. Hız: Artan hız gemi arzını arttıran bir faktördür. Kısa dönemde arzı ayarlamamanın tek yolu budur.

Denizyolu taşımacılığı piyasasında arzın üç durumu vardır. Birincisi, gemilerin alınıp satılması faaliyetidir ki ikinci el piyasası veya alım-satım piyasası olarak bilinir. İkincisi, taşımacılık hizmetinin verildiği ve tonaj arzının en önemli unsur olduğu piyasadır. Üçüncüsü ise hurdaya ayırma ve gemi söküm piyasasıdır.

3.2. Denizyolu Taşımacılığında Talep

Denizyolu taşımacılığı hizmetine olan talep, diğer tüm taşımacılık şekillerinde olduğu gibi türemiş taleptir (derived demand). Denizyolu taşımacılığına olan talep, gerek tüketim ve gerekse üretim mallarına olan talepten türemiştir. Bununla beraber genel olarak taşımacılıkta talep pek çok iç ve dış (exojen ve endojen) değişkenlerin etkisi altındadır. Literatürde bu değişkenler şöyle sıralanabilir (Derindere, 2006: 26).

- Gelirin talep üzerindeki etkisi,
- Toplam sanayii üretimi ve bunun sektörler itibariyle dağılımı,
- Dış ticaretin gelişmesi ve entegrasyonu,
- Nüfus artışı,
- Taşıma hizmetlerine uygulanan tarifeler,
- Hükümetlerce uygulanan ekonomik politikalar ve taşımacılık politikalarıdır.

Buna ek olarak, deniz taşımacılığına olan talep, kullanıcıya birçok şekilde fayda yaratır. Bu faydalar şu şekilde sıralanabilir (MacConville, 1999: 42-43).

1. Yer faydası yaratır. Örnek verecek olursak, muz kuzey ülkelerinde tüketmek için denizyoluyla taşınır.
2. Zaman faydası yaratır. İhtiyaç duyulduğu anda malların istenilen zaman diliminde elde edilmesi denizyolu taşımacılığı ile mümkün olur. Örneğin yılbaşı ağaçları yılbaşı kutlamasından önce denizyolu taşımacılığı sayesinde, kutlama yapılmadan ulaştırılır.
3. Şekil faydası yaratabilir. Girdiler ve tüm hammaddelerdeki değişim, faydayı daha fazla arttırır. Örneğin, Ortadoğu ham petrolünün rafinerilerde değişiminin sağlanarak, gaz ve petrole dönüştürülmesi için tüketici piyasasına yakın dönüşüm merkezlerine taşınması deniz taşımacılığı yoluyla olmaktadır.
4. Manevi fayda yaratabilir. Şüphesiz sadece malların taşınması manevi tatmin yaratmaz. Yüklerin istenilen zaman ve yerde talep edene ulaştırılması ile insanların bir yerden yere ulaştırılması ve dinlenme ve eğlence amaçlı deniz taşımacılığının kullanılması da haz ve mutluluk yaratabilir.

3.3. Deniz Taşımacılığında Piyasa Fiyatının Belirlenmesi

Ton mil olarak deniz taşımacılığına olan arz ve talepteki değişimler birlikte deniz taşımacılığı fiyatı olan navlun fiyatını belirler.

Tüm ilgili bilgiler, gemi sahibi, üretici, deniz taşımacılığını arz eden ve satan tüm ilgili taraflara bilgiler arzı içerir. Buna karşılık; tüketici, nakliyecisi, deniz taşımacılığını tüm satın alanlara ait bilgiler de talebi içerir.

Deniz taşımacılığında ortaya çıkan navlun fiyatı ile deniz taşımacılığını sunanların gerçekleştirdikleri arz miktarı arasındaki ilişkinin diğer koşullar aynı kalmak şartıyla (ceteris paribus) pozitif yönlü olması arz kanunu olarak tanımlanır.

Deniz taşımacılığında ortaya çıkan navlun fiyatı ile deniz taşımacılığında ortaya çıkan talep arasındaki ilişkinin diğer koşullar aynı kalmak şartıyla (ceteris paribus) pozitif yönlü olması talep kanunu olarak tanımlanır.

Daha düşük navlun oranında deniz taşımacılığının talep tarafı daha fazla miktarda mal hizmetini isterken, buna karşılık arz tarafında yer alanlar daha az deniz taşımacılığı miktarı talep ederler. Buna karşılık, daha yüksek navlun oranlarında deniz taşımacılığının talep tarafı daha az miktarda mal hizmetini isterken, buna karşılık arz tarafında yer alanlar daha fazla deniz taşımacılığı hizmet miktarı talep ederler. Deniz taşımacılığına olan arz ve talep edilen miktarın oluşmasında ortaya çıkan fiyat ise denge fiyatıdır. Açıklanan piyasa, tam rekabet piyasası koşullarının gerçekleştiği hem kuru dökme yük piyasası hem de tanker piyasasının hakim olduğu tam rekabet piyasasıdır (MacConville, 1999 :150).

4. Denizcilik Sektöründeki Gelişmeler

4.1. Denizcilik Sektöründe Dünyadaki Mevcut Durum

Ulaşım türleri içinde ton esaslı ile en fazla paya sahip olan tür deniz yolu taşımacılığıdır. Bunun en önemli nedenleri dünya ticareti içinde ton olarak en fazla paya sahip olan mal grubunun sıvı ve kuru dökme yükler olması ve bu yüklerin çoklukla büyük tonajdaki gemiler ile kıtalar arasında taşınmasından kaynaklanmaktadır.

1950 yılında 500 milyon ton olan dünya deniz ticaret hacmi bugün 18 kat artarak, Dünya limanları toplamında, yaklaşık 9.2 milyar ton yük ticarete konu olmuştur (UNCTAD, 2013: 7). Bunlar içinde en önemli oranlardan biri tam rekabet piyasasının hakim olduğu sıvı dökme yük piyasasıdır Parasal değer açısından ise dünya ticaretinin toplam değeri 18.3 trilyon USD olup, bunun yaklaşık 11 trilyon USD'lik bir kısmı denizyoluyla gerçekleştirilmektedir. Deniz ticaretindeki gelişmeyi ton-mil olarak değerlendirecek olursak, 1975 yılında 6 bin milyar ton-mil iken, 2011 yılında 32 bin milyar ton-mil'e ve 2012 yılında 35 bin milyar ton-mil'e ulaşmış durumdadır

Dünya konteyner liman elleçlemeleri ise 2012 yılında %5.9'luk artışla 572.8 milyon TEU'yla (Twenty equivalent unit) tarihinin en yüksek seviyesine ulaşmıştır. 2011

yılında dünyada denizyolu ile taşınan toplam konteyner ticareti 151 milyon TEU olarak gerçekleşmiş, 2012 yılında ise %3.6'lık artışla yaklaşık 156 milyon TEU'ya ulaşmıştır. Konteyner ticaret hacmi 2011 yılında 1.42 milyar ton iken, 2012 yılında %4.3 artışla 1.48 milyar tona ulaşmıştır (T.C. Ulaştırma Denizcilik ve Haberleşme Bakanlığı, 2013: 269).

Bu yüklerin deniz yolu içinde taşınma payları ise sıvı dökme yükler %35, kuru yükler %65, kuru dökme yükler %39.5, bu dökme yükler içinde; %5 major dökme yükün (Demir Cevheri, Kömür, Tahıl, Fosfat, Boksit/Alumina) denizyolu ile yapılan toplam taşımalar içindeki payı %28.3, Major kuru dökme yükün (Demir Cevheri, Kömür, Tahıl) %26.9'dır (Şişmanyazıcı, 2012).

70'li yıllardan bugüne kadar ki süreçte denizyolu ile yapılan ticarete denizyolu ile sıvı yük taşımacılığı 2 kata yakın bir artış kaydederken, kuru yük taşımacılığı 5 kata yakın bir artış kaydetmiştir. Bu oranlar, kuru yük taşımacılığının 40 yıllık süreçte çok önemli bir gelişme kaydettiğini göstermektedir. Petrol, tahıl, demir cevheri ve kömür türü ürünler temel dökme yükler olarak adlandırılmakta ve dünya kuru dökme yük talebinin yaklaşık olarak 3/4'lük kısmını oluşturmaktadır. Bu ürünler dışında kalan demir ve çelik ürünleri, orman ürünleri, suni gübre, hurda demir, manganez cevheri, kuartz tuzu, sülfür, kireç taşı, alçı taşı, tuz ve çimento gibi ürünler ise ikincil ve küçük dökme yükleri oluşturmakta ve dünya kuru dökme yük talebinin.1/4'unu oluşturmaktadır.

4.2. Denizcilik Sektöründe Türkiye'deki Mevcut Durum

Türk limanlarında elleçlenen yük miktarı 2002 yılında 190 milyon ton iken, 2012 yılında 2002 yılına göre %104 artarak 387 milyon ton olarak gerçekleşmiştir. Türk limanlarında elleçlenen konteyner miktarı ise 2002 yılında 1,9 milyon TEU iken, 2012 yılında, 2002 yılına göre %268 oranında artarak 7,1 milyon TEU olarak gerçekleşmiştir.

Kabotajda taşınan yolcu sayısı 2002 yılında yaklaşık 99 milyon iken, %61 artışla 2012 yılında bu sayı 159 milyonu aşmıştır. Türkiye'deki, Kabotajda taşınan araç sayısı 2002 yılında 5,4 milyon iken, %97 artışla 2012 yılında 10,7 milyona ulaşmıştır. Kabotajda

elleçlenen yük miktarı 2002 yılında 28,8 milyon ton iken, %63 artışla 2012 yılında 46,9 milyon tona ulaşmıştır.

Uluslararası düzenli Ro-Ro (roll on-roll off) hatlarında taşınan araç sayısı 2002 yılında 200 bin araç iken, 2012 yılında %102 artışla 403 bin araç taşınmıştır. 2010 - 2013 döneminde mevcut Ro-Ro hatlarına ilave olarak 14 yeni hat faaliyete geçmiştir (T.C. Ulaştırma Denizcilik ve Haberleşme Bakanlığı, 2013: 269-70).

Sonuç Ve Öneriler

Deniz taşımacılığı, insanların ve yüklerin denizde hareket eden araçlar vasıtasıyla bir yerden diğer bir yere taşınması olarak tanımlanabilir. Denizyoluyla taşımacılık havayoluna göre 14 kat, karayoluna göre 7, demiryoluna göre ise 3,5 kat daha ucuza gerçekleşmektedir.

Deniz taşımacılığının önemi diğer modlarla da entegrasyonunun artmasıyla birlikte önemi gün geçtikçe artan ve bu sebeple de ülke ekonomilerinde önemli yer tutan bir sektör olarak yerini korumaktadır. Denizyolu taşımacılığı da demiryolu kadar büyük altyapı harcaması gerektirmese de sermaye yoğun bir sektördür.

Yalnızca ticari anlamda deniz taşımacılığı değil, aynı zamanda bununla etkileşim içinde olan limanlar ve deniz araçlarının önemi de deniz taşımacılığı ile birlikte artış göstermiştir. Özellikle sanayi hammaddelerini oluşturan yükleri bir seferde büyük tonajlarda taşıma özelliği, deniz taşımacılığına önemli bir avantaj kazandırmaktadır. Bunun yanında deniz taşımacılığının, dinlenme ve eğlence amaçlı olarak ta yararlanma olanağı vardır. Bu nedenle deniz taşımacılığının en iyi şekilde yararlanabilmek için bu alanda yapılması gerekenlerden en önemlilerini aşağıda açıklamak mümkündür (T.C. Ulaştırma Denizcilik ve Haberleşme Bakanlığı, 2013: 276, 280, 303, 304).

Ulaştırma Ana Planı için, tüm Türkiye'de transit ve yurtiçi taşımacılıkta intermodal koridor, kavşak ve geçitlerden oluşan bir ağ yapısı belirlenmelidir. İntermodal taşımacılığı teşvik edecek nali/idari önlem ve girişimler (Marco Polo Projesi vb.) desteklenmelidir

Limanlar ile ilgili mevzuat gözden geçirilmelidir. Limanlar Master Planı uygulanmalıdır. Liman yönetim modeli oluşturulmalı ve hayata geçirilmelidir.

Transit konteyner deniz taşımacılığı geliştirilmelidir.

Deniz taşımacılığının komşu ülke ve bölgelerle genişletilmesi kapsamında yürütülen faaliyetler ve mevcut çalışmalar, ilgili kurum ve kuruluşların yanında yerel yönetimlerle birlikte koordine edilmelidir.

Uluslararası ulaşım ağlarının ve belirlenecek bağlantıların/projelerin, kara ve demiryolu taşıması ile merkezi bir ağ sistemi oluşturularak çok modlu taşımacılığı hedefleyen bir çizgide olmasına dikkat edilmelidir.

ÖTV'siz yakıt uygulaması ile düşük yakıt alımı maliyetlerin düşmesine neden olmuştur. Denizden faydalanmak amacıyla, daha ucuz seyahat imkânı, düşük avlanma maliyetleri, ticari yatlar vasıtasıyla ülke tanıtımı, turizmin desteklenmesi, sanayi girdi maliyetlerinin düşürülmesi, hızlı deniz taşımacılığının desteklenmesi ile yolcuların zamandan kazanımı gibi sağlanan tüm bu faydalar ülkenin gelişimine katkı sağlamaktadır.

Deniz taşımacılığını küresel taşımacılık ağının bir parçası haline getirmek ve diğer taşımacılık modlarıyla birlikte taşımacılık sisteminin entegrasyonunu başarıyla sürdürmek için şart olan ortak eğilimleri tespit etmek, nitelikli tahminlerde bulunmak, düzenlemeler yapmak ve bunları hayata geçirmek deniz taşımacılığında etkinliği arttıracaktır.

İç sularımızda yolcu ve araç taşımacılığı yapılmaktadır ancak iç sularımızın genelde debileri ve rejimleri yüke elverişli olmayıp, turizm ve su sporları için geliştirilmesi daha uygundur. Bu nedenle bu yönde geliştirme ve düzenleme gerçekleştirilmelidir.

Türkiye'de hâlihazırda P&l sigorta hizmeti veren yerli bir kuruluş bulunmamakta, bu hizmet yurt dışından P&l kulüpleri veya sigorta şirketleri tarafından temin edilmektedir. Böylece, yurt içinde sigorta hizmetini veren yerli bir kuruluş bulunmadığından, donatanlarca P&l sigortası için ödenen primler ulusal kaynakların kaybına neden olmaktadır. Bu nedenle ivedilikle böyle bir kuruluşun kurulması kaçınılmazdır.

Dünya örneklerine benzer şekilde denizcilik alanında planlama yapılması durumunda; kıyılarda bölgesel gelişmişliğe göre sınıflandırma yapılarak, coğrafi özellikler itibariyle bölgesel planların hazırlanmasının yanı sıra, üst ölçekli planlara göre belirlenen her bir liman bölgesinin tüm terminallerini kapsayan master planlarının da oluşturulması gerekmektedir.

Türkiye'deki, gemi geri dönüşüm tesisleri ve dönüşüm operasyonlarının, diğer gemi geri dönüşümcü ülkelere göre güvenlik ve çevresel duyarlılık bakımından üstün yönlerinin Avrupa Birliği ülkelerince önem arz etmesi nedeniyle ikili anlaşmalara dayanan bir politika geliştirmeyi ve uygulamayı hedef edinilmesi gerekmektedir. Gemi inşa sektörünün ana makine, elektronik ekipmanlar, teçhizat dahil yerli katkı payının %90'lara çıkarılması için çaba gösterilmelidir.

Türkiye kıyılarında seyir emniyeti ve deniz güvenliğinin sağlanabilmesi amacıyla, ilgili tür kurum ve kuruluşların koordinasyonu ve bilgi alışverişi etkin biçimde sağlanmalı, geliştirilmeli ve elde edilen bilgi ve veriler deniz emniyeti ve güvenliğinin geliştirilebilmesi amacıyla paylaşılmalıdır.

Önemli uğrak limanları ve geçiş yolları göz önünde bulundurularak yurtdışında ülkemizi temsil eden konsolosluklarda denizcilığe yönelik görevli personel bulunmalıdır.

Son olarak da özel limanların ulaşım altyapısı, karayolu/demiryolu bağlantıları geliştirilmelidir.

Kaynaklar

Altuntaş, G., (2013). "Denizyolu Taşımacılığı Terminolojisi", <http://www.gultekin-altuntas.com/wp-content/uploads/2012/11/Ders-V.ppt>, 20.09.2013.

Çancı, M. ve Erdal, M., (2013). *Uluslararası Taşımacılık Yönetimi*, İstanbul: UTİKAD (Uluslararası Taşımacılık ve Lojistik Hizmet Üretenleri Derneği) Yayını.

Derindere S., (2006). *Uluslararası Piyasalarda Tanker Navlun Fiyatlarını Etkileyen Etmeler Üzerine Ampirik Bir Çalışma*, Yüksek Lisans Tezi, İstanbul: İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Derindere, S., (2006). *Uluslararası Piyasalarda Tanker Navlun Fiyatlarını Etkileyen Etmeler Üzerine Ampirik Bir Çalışma*, Yüksek Lisans Tezi, İstanbul: İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

DPT (2001). *Sekizinci Beş Yıllık Kalkınma Planı, Ulaştırma Özel İhtisas Komisyonu Raporu Deniz Yolu Ulaştırması Alt Komisyonu Raporu*, Ankara.

Kayserilioğlu, E., (2004). *Deniz Taşımacılığı Sektör Profili*, İTO Etüt ve Araştırma Şubesi, İstanbul.

Kunaç, S., (2007). *Türkiye'de Ro-Ro Deniz Taşımacılığı ve Örnek Bir Hat İncelemesi*, Yüksek Lisans Tezi, İzmir: Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

MacConville, J., (1999). *Economics of Maritime Transport Theory and Practice*, London: Witherby& Co. Ltd.

Onat, Z.M., (2005). *Dünya Limanlarında Rekabet ve Düzenleme; Marmara Bölgesi, Konteyner Terminallerinin Değerlendirilmesi*, Yüksek Lisans Tezi, İstanbul: Yıldız Teknik Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü.

Orsam (Ortadoğu Stratejik Araştırmalar Merkezi) (2013). *Kabotaj, Münhasır Ekonomik Bölge Petrol ve Doğal Gaz Haklarımız*, Rapor No:162, Ankara.

Resmi Gazete, (2002). *Gemiadamları Yönetmeliği*, 31.07.2002, sayı 24832.

Şişmanyazıcı, H., (2012). “Denizyolu Taşımacılığı ve Diğer Modlarla Mukayesesi, Denizyolu Taşımacılığı Hizmeti ve Diğer Ulaşım Modları Karşısındaki Durumu”, http://www.denizhaber.com/index.php?sayfa=yazar&id=40&yazi_id=100771, 20.10.2013.

T.C. Ulaştırma Denizcilik ve Haberleşme Bakanlığı (2013), *Herkes için Ulaşım ve Hızlı Ulaşım, Ulaştırma, Denizcilik ve Haberleşme Şurası 2013, Çalışma Grupları Rapor Özetleri*, İstanbul.

UNCTAD (2013), *Review of Maritime Transportation 2013*, United Nations, Switzerland.

Yenal, S., (2013). “Dünyada ve Türkiye’de Uluslararası Denizyolu Taşımacılığının Gelişiminin Değerlendirilmesi”, <http://www.tmo.gov.tr/Upload/Document/tmodanhaberler/denizyolu.pdf>, 11.09. 2013.

YAYIN KURALLARI:

1. Nişantaşı Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi yılda iki kez (Haziran ve Aralık aylarında) yayınlanır.
2. Özgün çalışmaların yayınlandığı hakemli bir dergidir. Dergiye gönderilen makaleler daha önce hiçbir yerde yayınlanmamış olmalıdır. Bu konuda telif haklarına ilişkin doğabilecek hukuki sonuç ve sorunlar tamamen yazar(lar)a aittir.
3. Derginin yayın dili Türkçedir. Ancak farklı dillerde yazılmış çalışmalar da Yayın Kurulunun onayı ile yayınlanabilir.
4. Dergiye gönderilen çalışmalar ilgili alandaki üç hakemin değerlendirmesine sunulur. Editör ve hakemler makaleleri edebi ve bilimsel açıdan değerlendirir. Yazar(lar) hakemin ve editörün belirttiği düzeltme önerilerini yerine getirmek zorundadır. Çalışmanın kabulü için üç hakemden ikisinin onayı gereklidir. Dergi, gönderilen taslaklarda düzeltme yapma, yayımlama ya da yayımlamama haklarına sahiptir.
5. Dergiye gönderilen makale taslakları yayımlansın ya da yayımlanmasın iade edilmez. Yayımlanmış makalelerin yayın hakları Nişantaşı Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisine aittir. Yazarlara telif ücreti ödenmez.
6. Makale taslakları ve yazılar Microsoft Word dosyası şeklinde elektronik olarak sbd@nisantasi.edu.tr adresine gönderilmelidir. Görsel içerikli makaleler CD halinde “Abdi İpekçi Caddesi No.89 Bayrampaşa, İSTANBUL” adresine posta yoluyla gönderilebilir.
7. Gönderilecek makalelerin formatı şu şekilde olmalıdır: Times New Roman yazı tipi, 12 punto ve 1,5 satır aralığı. Sayfa yapısı sol tarafta 3,5, diğer kenarlarda 2,5 cm boşluklu olmalı, sayfa numarası sağ alt köşede yer almalıdır.
8. Metin düzeni aşağıdaki gibi olmalıdır: İlk sayfada; başlık, yazar isim(ler)i, bağlantılı kurumun açık adresi, irtibat telefonu, e-posta adresi, Türkçe ve İngilizce özet (abstract) yer almalı, devam eden sayfalarda metnin ana bölümü (iki yana dayalı), varsa dipnotlar, kaynaklar, tablolar ve ekler bulunmalıdır. Tablolar ve şekiller numaralandırılmalı, tabloların açıklamaları tabloların üstünde ve şekillerin açıklamaları şekillerin altında verilmelidir.
9. Metnin ana başlığı tümü büyük harflerle yazılmalıdır (ortalanmış olarak). Makale

içinde yer alan giriş, sonuç (tartışma ve sonuç, sonuç ve öneriler) ve kaynaklar numaralandırılmaz, gelişme bölümünde yer alan 1. ve 2. derece başlıklar numaralandırılır. Tüm başlıklar sola dayalı, bütün kelimelerin ilk harfleri büyük harfle başlamalıdır.

10. Makale taslağı toplam 20 sayfayı geçmemeli, Türkçe ve İngilizce özetlerin her biri en fazla 200 kelime olmalı, altlarında yer alacak olan anahtar kelime sayısı altıyı geçmemelidir.

11. Özetle makalenin konusu, amacı, kapsamı, yöntemi ve ulaşılan sonuçlar hakkında kısaca bilgi verilmelidir.

12. Kaynak gösterilmeden alıntı yapılamaz.

13. Kaynak gösterirken, metin içi kaynak gösterme (APA) yöntemi kullanılmalıdır. Yani kullanılan kaynaklar ana metinde, parantez içinde, yazarın soyadı, basım yılı ve sayfa numaraları ile belirtilir: (Soyad, Yayın yılı: Sayfa numarası).

14. İçeriğe veya herhangi bir konuya ilişkin bir açıklama gerekli olduğu takdirde, bunların dipnotları sayfa altında verilmelidir. Metnin içinde numaralandırılan bu dipnotlar, sayfa altında numara sırası ile verilmelidir. Yanında açıklamayla verilecek olan bu tür dipnotlarda da metin içi referans yöntemi (APA) kullanılır.

15. Bir kaynaktan yapılan doğrudan alıntı metin içinde çift tırnak içinde gösterilir.

16. Referans gösterirken, yazar ismi metin içinde geçmiyorsa parantez içinde yazarın soyadı ve kaynağın basım yılı belirtilir: (Wallerstein, 2000).

17. Belli bir sayfa söz konusuysa, soyad ve yayın tarihine ek olarak sayfa numarası da yazılır: (Foucault, 1999: 13).

18. Yazar adı metin içinde geçiyorsa, parantez içinde yalnızca kaynağın basım yılı ve sayfa numarası yazılır: (1997: 42).

19. Referans gösterirken birbirini takip etmeyen sayfalar virgülle ayrılarak belirtilir: (Beck, 1999: 32, 54 ve 62). Birbirini takip eden sayfalar şu şekilde belirtilir: (Berman, 2001: 34-39 ve 43-47).

20. Çift yazarlı kaynaklarda her iki yazarın soyadı da belirtilir: (Hardt ve Negri, 2001: 24).

21. İki'den fazla yazarlı kaynaklarda "vd." ifadesi kullanılır: (Huisman vd., 2002).

22. Aynı yazarın, aynı yıl yayımlanmış birden fazla eseri kullanılıyorsa, ayrımı belirtmek için basım yılının sonuna sırasıyla a, b, c gibi harfler eklenir: (Zizek, 1991a),

(Zizek, 1991b) gibi.

23. Aynı konuda birden fazla kaynak referans gösterilecekse kaynaklar birbirinden noktalı virgül ile ayrılır: (Habermas, 2002: 27; King, 1991: 19).

24. Bir kurum referans gösterilecekse metin içerisinde kısaltmayla verilmelidir: (DPT, 1989: 145). Kısaltma hakkındaki açıklama ilk defa referans gösterilirken sayfanın altında verilmelidir.

25. Kaynaklar listesinde, sadece metin içerisinde referans gösterilen kaynaklara yer verilmeli ve bunlar soyada göre alfabetik sırada dizilmelidir. Kaynaklarda bir yazarın birden fazla eseri yer alacaksa, basım yılına göre eskiden yeniye doğru bir sıralama yapılmalıdır.

26. **Kitap:** Aktaş, A.M., (2006). *Aile içi Şiddet: Kadının ve Çocuğun Korunması*, Ankara: Elma Yayınevi.

27. **Çeviri Kitap:** Bauman, Z., (1995). *Yasak Koyucular ile Yorumcular*, Çev. Kemal A., İstanbul: Metis Yayınları.

28. **İki Yazarlı Kitap:** Keat, R. ve Urry, J., (2001). *Bilim Olarak Sosyal Teori* (3b.), Çev. Nilgün Ç, Ankara: İmge Yayınları.

29. **Dergide Makale:** İrem, N., (1999). “Muhafazakar Modernlik, ‘Diğer Batı’ ve Türkiye’de Bergsonculuk”, *Toplum ve Bilim*, 82 (22), 141-179.

30. **Derleme Kitapta Çeviri Makale:** Hall, S., (1998). “Eski ve Yeni Kimlikler”, Anthony D.K., (der.), Çev. Gülcan S. ve Ümit H.Y., İstanbul: Bilim ve Sanat Yayınları, 63-96.

31. **Tez:** Karadişoğulları, E., (1995). *Dergâh Mecmuası*, (Yayınlanmamış) Yüksek Lisans Tezi, Erzurum: Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

32. **Gazete Yazısı:** “İsyen Dalgası Anadolu’da”, *Milliyet*, 05.06.2013.

33. **İnternette Yazarı Belli Olan Yazı:** Belge, M., (2013). “Yeni Salvo”, <http://www.taraf.com.tr/murat-belge/makale-yeni-salvo.htm>., 01.06.2013.

34. **İnternette Yazarı Belli Olmayan Yazı:** “Wikipedia’da Çapulcu Başlığı Açıldı”, (2013). http://www.radikal.com.tr/turkiye/wikipediada_capulcu_basligi_acildi-113684., 05.06.2013.

35. **Kurum Yayınları:** DPT (1989). *Altıncı Beş Yıllık Kalkınma Planı: 1990-1994*, Ankara.

NİŞANTAŞI ÜNİVERSİTESİ SOSYAL BİLİMLER DERGİSİ
YAYIN HAKLARI DEVİR FORMU:

Yayımlanması halinde
başlıklı eserin tüm yayın haklarının, Nişantaşı Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisine
aktarılmasını; dergide yayınlanan makalenin tüm hukuki sorumluluğunun ise
yazar/yazarlara ait olduğunu beyan, kabul ve taahhüt ederim(z). .../.../2013.

Yazar(lar)ın Adı Soyadı :	İ m z a s ı :	K u r u m u :
1.
2.
3.
4.
5.

TRANSFER OF COPYRIGHT:

In the event of its publication we, as the writer(s) of the article titled
..... transfer all of its copyrights to Nişantaşı University
Journal of Social Sciences, .../.../2013.

Name/Surname of Writer(s)	S i g n a t u r e :	I n s t i t u t i o n :
1.
2.
3.
4.
5.

İLETİŞİM / CONTACT INFORMATION:

Nişantaşı Üniversitesi Rektörlüğü, Sosyal Bilimler Dergisi

Adres	Abdi İpekçi Cad. No 89 Bayrampaşa 34030 - İSTANBUL
Telefon	0 (212) 210 1010
Faks	0 (212) 565 2525
E-posta	sbd@nisantasi.edu.tr

EDİTÖRLER KOMİSYONU ADINA

Doç.Dr. Serap İNCAZ
Arş.Gör. Hazar DÖRDÜNCÜ
Arş.Gör. İlyas TURĞAY



NIŞANTAŞI ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER DERGİSİ
HAKEM DEĞERLENDİRME FORMU

Makalenin Adı					
Makalenin Yazar(lar)ı					
İnceleyen Adı ve Soyadı					İmza : Tarih :
Kurumu					
GENEL DEĞERLENDİRME*	5	4	3	2	1
1. Makale, ilgili bilim dalına katkı yapabilecek nitelikte midir?					
2. Makale başlığı içeriğe uygun mudur?					
3. Özet ve anahtar kelimeler içeriğe uygun mudur?					
4. Yazının dili ve semboller anlaşılabilir midir?					
5. Yazıda kullanılan veriler ve araştırma yöntemi amaca uygun mudur?					
6. Sonuçlara objektif bir biçimde erişilmiş midir?					
7. Bulguların uygulamaya aktarımı irdelenmiş midir?					
8. Konuyla ilgili kaynaklar güncel ve yeterli midir?					
9. Şekiller metne uygun ve anlaşılabilir midir?					
10. Tablolar metne uygun ve anlaşılabilir midir?					

5. Çok iyi 4. İyi 3. Orta 2. İyi değil 1. Hiç iyi değil

***HAKEMİN DİKKATİNE**

Bu sayfada, makalenin daha iyi bir hale gelmesi için gerekli gördüğünüz hususları maddeler halinde kısaca açıklayabilirsiniz.

SONUÇ (X işaretleyiniz)

<input type="checkbox"/>	Olduğu gibi yayımlanabilir.
<input type="checkbox"/>	Küçük düzeltmelerle yayımlanabilir.
<input type="checkbox"/>	Önemli değişikliklerin yapılması zorunludur.
<input type="checkbox"/>	Kesinlikle yayımlanamaz.



**NİŞANTAŞI UNIVERSITY
JOURNAL OF SOCIAL SCIENCES
REFEREE EVALUATION REPORT**

Name of the article					
Autor(s) of the article					
Name and surname of the referee					Signature : Date :
University/Institute					
GENERAL EVALUATION*	5	4	3	2	1
1. Does the text have the necessary features which will contribute to the relevant scientific field?					
2. Is the subject title compatible with the context?					
3. Are summary and key words compatible with the context?					
4. Are the language used in the text and symbols clear enough?					
5. Is research technique used in the text regarding data compatible with the objective?					
6. Was an objective approach maintained when reaching results?					
7. Are the data verified to see if they are applicable?					
8. Are the references related to the subject current and adequate?					
9. Are the figures perceptible and consistent with the text?					
10. Are the tables perceptible and consistent with the text?					

5. Very good 4. Good 3. Fair 2. Poor 1. Very poor

***TO THE ATTENTION OF REFEREE**

In this page, you shall explain briefly the subjects considered necessary item-by-item in order to whip the article into a proper shape.

RESULT (X mark)

<input type="checkbox"/>	The article can be published as it is.
<input type="checkbox"/>	The article can be published with a few corrections.
<input type="checkbox"/>	The article shall be modified significantly.
<input type="checkbox"/>	The article cannot be published.

