

AMAÇ VE KAPSAM

IBAD, Uluslararası Bilimsel Araştırmalar Dergisi (e-ISSN 2536-4642) [Journal of the International Scientific Researches], sosyal ve beşeri bilimler alanında özgün ve nitelikli çalışmaları bilimsel bir yaklaşımla ele almak amacıyla yayımlanan uluslararası hakemli bir e-dergidir. Dergimiz güz ve bahar olmak üzere yılda iki defa düzenli olarak yayımlanmaktadır. Gerekli görüldüğü takdirde özel sayı(lar) da yayımlanır.

IBAD, Türkçe başta olmak üzere diğer dillerde alanına yenilik getiren özgün makalelere yer verir. Dergi, makaleler yanında bilimsel çeviri ve kitapların tanıtımlarını da yayımlar.

IBAD'da yayımlanan yazıların bilimsel ve hukukî sorumluluğu, yazarlarına aittir. Yayımlanan yazıların bütün yayın hakları Uluslararası Bilimsel Araştırmalar Dergisi'ne ait olup yayıncının izni olmadan kısmen veya tamamen basılamaz, çoğaltılamaz veya elektronik ortama taşınamaz.

IBAD'da insan ve toplum bilimlerinin tüm alanları ile (iktisat, işletme, maliye, siyaset bilimi, uluslararası ilişkiler, edebiyat, tarih, psikoloji, sosyoloji, felsefe, eğitim bilimleri, dilbilimi, din bilimleri, güzel sanatlar vb.) alakalı konularda özgün ve nitelikli bilimsel çalışmalar yer almaktadır.

IBAD, yurtiçi veya yurtdışında akademik konferans, sempozyum, çalıştay vb. düzenler veya bunlara destek olur. Bu tür çalışmalarda sunulan bildirilerin tam metinlerine başka yerde yayımlanmamış olması kaydıyla yer verir.

IBAD, Uluslararası indekslerce taranan uluslararası akademik hakemli bir e-dergidir. **IBAD**, aşağıda belirtilen dizinlerce taranmakta ve indekslenmektedir:

- DRJI (Directory of Research Journals Indexing),
- ResearchBib (Academic Resource Index),
- Google Scholar
- JF (JournalFactor)
- I2OR (International Institute of Organized Research)

Cilt: 1 Sayı: 1 – Ağustos 2016 & Volume: 1 Issue: 1 2016 – August
Yıldız Technical University, Department of Turkish and Social Sciences Education 34220
Esenler / İstanbul, TURKEY
E-mail: ibadconferences@gmail.com
<http://dergipark.gov.tr/ibad>

. Editör / Editor

Yrd. Doç. Dr. Hayrullah KAHYA

. Yayın Kurulu / Editorial Board

(Unvana göre alfabetik olarak dizilmiştir.)

Prof. Dr. M. Nazif SHAHRANI

Doç. Dr. Mehmet GÜNEŞ

Doç. Dr. Senija TAHIROVIC

Yrd. Doç. Dr. Ahmet EKŞİ

Yrd. Doç. Dr. Ali YILDIZ

Yrd. Doç. Dr. Ebru KARAMAN

. Hakem ve Danışma Kurulu

Referees and Advisory Board

(Unvana göre alfabetik olarak dizilmiştir.)

Prof. Dr. Arda ARIKAN

Prof. Dr. Hacer HÜSEYNOVA

Prof. Dr. Hasan Hüseyin ADALIOĞLU

Prof. Dr. M. Nazif SHAHRANI

Prof. Dr. Nasip DEMİRKUŞ

Prof. Dr. Nigar PÖSTEKİ

Prof. Dr. Şahmurat ARIK

Doç. Dr. Artun AVCI

Doç. Dr. Gazi UÇKUN

Doç. Dr. Hasip SAYGILI

Doç. Dr. Kamil GÜNGÖR

Doç. Dr. Medine YILMAZ

Doç. Dr. Mehmet GÜNEŞ

Doç. Dr. Oğuz YILDIRIM

Doç. Dr. Senija TAHIROVIC

Yrd. Doç. Dr. Ahmet EKŞİ

Yrd. Doç. Dr. Ali FİDAN

Yrd. Doç. Dr. Benan YÜCEBALKAN

Yrd. Doç. Dr. Ebru KARAMAN

Yrd. Doç. Dr. Eray YAĞANAK

Yrd. Doç. Dr. Erdal TAŞBAŞ
Yrd. Doç. Dr. Esin SEZGİN
Yrd. Doç. Dr. Fatma CESUR
Yrd. Doç. Dr. İbrahim Emre GÖKTÜRK
Yrd. Doç. Dr. Nurten KİMTER
Yrd. Doç. Dr. Ömer GEDİK
Yrd. Doç. Dr. Ömür Hakan KUZU
Yrd. Doç. Dr. Sezai ÖZTOP

İçindekiler / Contents**Makaleler / Articles**

(Dini İçerikli) Halk Anlatılarında Ebeveynin Evlat Sevgisi ile İmtihani <i>The Challenge of Parents With Their Child's Love in (Religious) Folk Narrations</i> Bora YILMAZ	1
Görsel Sözlükler ve Kelime Ağları <i>VISUAL DICTIONARY AND WORD NETS</i> Servet KARÇIĞA	10
Yabancı Uyruklu Lisans Öğrencilerinin Durum Analizi: Karabük Üniversitesi <i>THE SITUATION ANALYSIS IN INTERNATIONAL STUDENTS OF BACHELOR'S DEGREE: KARABUK UNIVERSITY</i> Canan YILDIRAN, Duygu ÖZKAN, Ozan BÜYÜKYILMAZ	20
Modern ve Postmodern Değerlerin Yabancılaşmaya Etkisi <i>THE EFFECTS OF MODERN AND POSTMODERN VALUES ON ALIENATION</i> Mahmut ŞAYLIKAY, Adnan AKIN	35
Türkiye’de Vergi Kayıp ve Kaçaklarının Önlenmesinde Vergi Denetimi ve Muhasebe Meslek Mensuplarının Rolü Üzerine Bir Değerlendirme <i>AN EVALUATION ON THE ROLE OF TAX AUDITING AND ACCOUNTING PROFESSIONALS IN THE PREVENTION OF TAX LOSSES AND EVASIONS IN TURKEY</i> Mutlu YORULDU, Nilüfer Zeybek YORULDU	51
Kültür ve Sanat Ekonomisi Kapsamında Talep Analizleri Yardımı ile Kültür Politikasına Teorik Yaklaşım: Türkiye Örneği <i>Theoretic Approach to Cultural Policy with the Help of Demand Analysis in the Scope of the Economics of Art and Culture: The Turkish Case</i> Duygu BÜYÜKYAZICI	71
Parekende İşletmelerin Lojistik Faaliyetleri: Türkiye’de Bir Uygulama <i>LOGISTICS ACTIVITIES OF RETAIL BUSINESS: A PRACTICE IN TURKEY</i> Tülay SAYIN, Nevin ALTUĞ	84
Akademisyenlerin Otomobil Alım Tercihlerini Etkileyen Faktörler <i>FACTORS AFFECTING CAR PURCHASING PREFERENCES OF ACADEMICIANS</i> Murat RUHLUSARAÇ, Mahir NAKİP	100
Kitap Tanıtım ve Değerlendirme: Osmanlı’nın Dili (Prof. Dr. Hayati DEVELİ) Lale BİLİR	112

(Dini İçerikli) Halk Anlatılarında Ebeveynin Evlat Sevgisi ile İmtihani*

Dr. Bora YILMAZ

Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi (boraylmz@mynet.com)

Özet

Çocuk sahibi olmak, her anne babanın en ulvi arzularından biri olmakla beraber, aile müessesesinin de en tatlı meyvesi ve en güzel neticesidir. Bu nedenle anne babalar çocuk sahibi olmayı çok arzulamışlardır. Eğer ki çocuk sahibi olamıyor iseler farklı çözüm yollarına başvurarak bu arzularını gerçekleştirmeye çalışmışlardır. Lâkin kadim halk irfanının “bir şeyden mahrum olmanın en büyük sebebi o meselede aşırı hırs göstermektir” şeklinde veciz bir şekilde ifade ettiği gibi, çocuk sahibi olma duygusu aşırı bir istek, heves ve hırsa dönüştüğü takdirde bu konunun bir imtihan vesilesine dönüştüğü görülmektedir.

Sosyolojik ve psikolojik yönleri de bulunan çocuk sahibi olma arzusu ve sonrasında bunun ebeveyn için bir imtihan vesilesi olma denklemi, halk anlatıları içerisinde yer yer karşılaşılan bir motiftir. Bu noktadan hareketle bu çalışmada halk anlatıları içerisinde çocuk sahibi olmayı arzulamak, neticesinde bunun bir imtihan meselesine dönüşmesi ve halk anlatılarında bu meselenin nasıl ve ne şekilde ele alındığı incelenecek ve çözümlenmeye çalışılacaktır.

Anahtar Kelimeler: Halk anlatısı, evlatla imtihan, çocuksuzluk motifi

The Challenge of Parents With Their Child's Love in (Religious) Folk Narrations

Abstract

To have a child is the most lofty desire, the most beautiful fruit and the best result for every parent. Therefore, parents have a lot of desire to have children. Every parent have tried to realize their desire (to have a child) by applying to different solutions. However, it have been observed that extreme desire and excessive ambition to have a child turns into a test subject throughout life. This situation is stated by apothegm of ancient folk's insight that “the biggest reason to be destitute of something is to make excessive ambition on this subject.” Desire to have a child and following situations (turning into a test subject for parents after having a child) which have also sociological and psychological aspects are frequently encountered motifs in folk narrations. From this point forth, in this study we will analyze and try to solve how folk approach and discuss this issue (desire to have a child and than turning into a test subject for parents after having a child) in folk narrations.

Keywords: Folk narrative, Testing parents with their children, The Motifs of Childlessness

* Bu çalışma “I. Uluslararası Bilimsel Araştırmalar Konferansı - İnsan ve Toplum Bilimleri (IBAD-2016) sempozyumunda sözlü bildiri olarak sunulmuştur.

Giriş

İnsanlık tarihinin her sürecinde “aile” toplumun temel taşı ve çekirdeği olarak görülmüştür. Evlat sahibi olmaya akrabalık müessesesine ve soya sopa güç kazandırma gibi anlamlar yüklenmiştir. Doğan her çocuk sadece anne ve babayı değil akrabaları, komşuları, soyu ve sopyu da sevindirmekte ve ilgilendirmektedir. Çünkü her doğum ailenin sayısını artırmakta ve güçlendirmektedir. Özellikle dar bölgelerdeki küçük topluluklarda ve etnik gruplarda aileler nüfuslarının çokluğu ve etkisi oranında kendilerini güçlü ve dayanıklı hissetmektedirler. Bu noktadan hareketle özellikle ataerkil aile yapısına sahip toplumlar içerisinde oğul büyük bir öneme sahiptir. Çünkü bu toplumlarda soyun devamını sağlayan ancak erkek evlat yani “oğul” dur. Erkek çocuklara verilen önem tarihi süreç içerisinde nesilden nesile aktararak, geçmişte olduğu gibi günümüz Türk toplum yaşantısında da etkinliğini sürdürmektedir (Koca&Uğurlu 2010: 1).

İlk çağlardan beri insanlığın meşgul olduğu konulardan birisinin de “çocuk ve çocuksuzluk”un olmasının sebebi olarak, insan neslinin devamında çocuğun gerekliliği bu durumun temel gerekçesi sayılabilir. Fakat çocuk sahibi olma meselesinin insanlığı meşgul eden bir konu olması sadece bu gerekçeyle açıklanamaz. Hem kutsal kitaplarda hem de mitlerde yer alan bilgiler çocuğun varlığı ya da yokluğunun daha geniş ve farklı sebeplerle izah edilmesini zorunlu kılar. Özellikle kutsal kitaplarda çocuğun varlığı Yaratıcının insanlara verdiği bir nimet ve lütuf olarak takdim edilir. Kutsal kitapların aktardıkları ve mitlerdeki anlatılanlar, çocuğun Yaratıcının lütfu olarak ele alındığını işaret etmektedir. İnsanların yaratıcı ile ilişkilerinin olumlu ve olumsuz boyutları neticesinde çocuk ya da çocuksuzluk motifi işlenmektedir. Böylece çocuğun varlığı ebeveyn açısından bir nimet olarak sayılmıştır. Yaratıcının bu ikramına ulaşanların Yaratıcıyla iyi ilişkiler içinde olduğu, çocuğu olmayanların ise Yaratıcı tarafından sevilmeyen ve dışlanmış kişiler olduğu düşüncesi yaygındır. Çocuk sahibi olma isteği çeşitli şartlarla sınırlandırılmıştır. Çocuğun varlığıyla alakalı bir diğer mesele de yalnız ona sahip olamamanın arkasında yatan günah düşüncesi değil aynı zamanda çocukların toplumlarının değer yargılarıyla uyşamamalarının arkasında da anne ve babalarının günahının yatıyor olması düşüncesidir. Bununla beraber çocuğun sadece varlığı değil mahiyeti de insanları meşgul eden önemli meselelerden biridir (Sayar 2015: 68-69).

Çocuk ve çocuk sahibi olma bütün halk kültürleri için o kadar önemli olmuştur ki insan hayatının başlıca üç önemli geçiş döneminden biri olarak kabul edilmiştir. Bunlar: doğum, evlenme ve ölümdür. Her biri kendi bünyesi içerisinde bir takım alt bölümlere ve basamaklara ayrılır. Bu üç önemli aşamanın çevresinde birçok inanç, âdet, töre, tören, âyin, dinsel ve büyüsel özlü işlem kümelenerek söz konusu geçişleri bağlı buldukları kültürlerin beklentilerine ve kalıplarına uygun bir biçimde yönetmektedir. Bunların hepsinin amacı da kişinin bu geçiş dönemindeki yeni durumunu belirlemek, kutsamak, aynı zamanda da kişiyi bu sırada yoğunlaştığına inanılan tehlikelerden ve zararlı etkilerden korumaktır (Örnek 1995: 131). Doğum, yeni bir insan hayatının başlangıcı olması nedeniyle hem

biyolojik hem de kültürel olarak toplumda ve geçiş dönemleri içinde önemli bir yer tutmaktadır. Çünkü topluluk, soyun ve kültürün devamının sağlanmasına özel önem göstermektedir. Bu önem nedeniyle bütün kültürlerde çocuğun doğumu ile ilgili âdet, inanış ve uygulamalar vardır. Çocuğun doğumu etrafında kümelenen bu âdet, inanış ve pratikler geçiş dönemi olarak milletlerin kültürel kimliklerinin oluşmasında önemli bir etkiye sahiptir. Geçmişten günümüze kadar bu uygulamaların izi sürüldüğünde toplumları millet yapan dinamiklerin detayları etraflıca anlaşılması imkânı bulunacaktır.

Halk Anlatılarında Çocuk ve Çocuksuzluk Motifi

Halk anlatıları olağanı değil olağan dışını anlatır çünkü dikkat çekecek, ilgi toplayacak kendini dinlettirebilecek ve ders verebilecek olan sıra dışı olandır. Bu nedenle halk anlatılarında hem olaylar hem de olayların kahramanı ve kahramanın etrafındakilerde mutlaka bir olağandışılık mevcuttur. Nesilden nesile aktarılacak olan şey sıradan olan değil sıra dışı olandır. Bu tespit çerçevesinde çocuk, çocuksuzluk ve çocukla imtihan konuları da halk anlatılarında olağan dışı, ilgi çekici, ibret ve ders verici olarak işlenmiştir.

Halk anlatıları arasında tanım ve tasnif yapıldığında destanların daha çok millilik vasfı ön plana çıkartılır, milletlerin ideal ve özlemlerinin işlendiği ve bir kahraman etrafında şekillenen bir tür olarak kabul edilir.

Nerin Köse'nin “ ‘Ailenin çocuksuz olması’ meselesi, destanlarda görülmez. Zira henüz konargöçer bir hayat tarzını sürdüren Türk toplulukları, varlıklarını devam ettirebilmek için başta tabiat tehlike ve afetlerinden sonra da diğer topluluklarının saldırılarından korunmak zorundaydılar. Bu sebeple, kadın veya erkek için güçlü insan tipini zaruri kılan bu yaşayış şeklinde dış dünyaya karşı savaşmaktan, cemiyetin iç hayatına ve meselelerine eğilebilmek mümkün değildi.”¹ tespitinin ve ifadelerinin aksine Türk destanlarında “Çocuksuzluk, daha doğmadan, destan kahramanının önemini vurgulamak üzere gelenek tarafından kurgulanır” (Yıldız 2009: 79) ve “Kahraman olağanüstü özelliklere sahip sıra dışı bir insandır. Kahramanın ana rahmine düşmesi veya annesinin hamile kalmasıyla birlikte olağanüstülükler başlar. Çoğunlukla kahramanın anne ve babası hali vakti yerinde olan bir çift olmakla birlikte çocukları olmamasından bizardırlar. Çocuksuzluk veya kahramanın olağanüstü doğuşu olarak adlandırılan bu hal, Türk destan geleneğinde en yaygın olan motiflerden birisidir. Bu durumda olan karı-koca evlat sahibi olabilmek için adak adarlar, yatır, türbe gezerler ve geleneğin öngördüğü pratikleri uygularlar. Bunun sonucunda umumiyetle yaşlı bir kadın olan anne, kahramana hamile kalır.” (Çobanoğlu 2011:341). Bu ifadelerden de anlaşılacağı üzere destanlar milli meseleleri işleyen bir tür olmakla beraber kahramanın

¹ Bkz. Nerin KÖSE, “Seyfölmülük Hikâyeleri ve Çocuksuzluk”
http://turkoloji.cu.edu.tr/HALK%20EDEBIYATI/nerin_kose_seyfulmuluk_hikaye_cocuksuzluk.pdf
(29.04.2016)

doğumu meselesi destanlarda çok sık karşılaşılan bir motiftir². Çünkü destan kahramanı sıradan birisi olmadığı gibi onun dünyaya gelişi de sıradan olmamalıdır.

Birçok Türk destanında da olduğu gibi Oğuz Kağan Destanı'nda da kahramanın dünyaya gelişi olağandışıdır. Destanda kahramanın dünyaya gelişi “Yine günlerden bir gün Ay Kağan’ın gözleri parladı, bir oğlu oldu. Bu oğlanın yüzü mavi idi. Ağzı ateş gibi kırmızı, gözleri ela, saçları ve kaşları kara idi. Güzellikte meleklerden de güzel idi. Bu oğlan anasının göğsünden bir defa süt emdi bundan sonra bir daha emmedi, çiğ et, aş istedi, şarap istedi, konuşmaya başladı. Kırk günden sonra büyüdü, yürüdü, oynadı. Onun ayağı öküz ayağına, beli kurt beline, sırtı samur sırtına, göğsü ayı göğsüne benziyordu. Bedenin her yeri kalın tüyle kaplanmıştı. At sürülerine bakıp atlara binerdi. Vahşi hayvanları avlardı. Günler, geceler geçti, o bir yiğit oldu.” (akt. Bayat 2006: 271) şeklinde tasvir edilir.

Türk destanlarında çocuksuzluk genellikle dini yorumlarla açıklanır ki bu durum genellikle Yaratıcının ebeveyni cezalandırmış olması bakış açısı ile ele alınır.

Dede Korkut Hikâyeleri içerisinde Dirse Han Oğlu Boğaç Han Boyu'nda, Bayındır Han'ın verdiği toyda Dirse Han'ın evladı olmadığı için hor görüldüğü; kara otağda ağırlandı, altına kara keçe serilip ve kara koyun yahnisinden yedirilmiştir. Bu tavır karşısında çok içerlenen Dirse Han meseleyi hanımına anlatır. Hanımının tavsiyesi üzerine aç olanı yedirir, çıplak olanı giydirir, borçlunun borcunu öder, dağ gibi et yığdırır, göl gibi kırmızı sağdırır. Hanımı kuru çaylara su salar, dervişlere nezirler verir ve nihayetinde bir oğulları olur (Gökyay 2013: 32-48).

Yine Dede Korkut Hikâyeleri içerisinde Bay Büre Oğlu Bamsı Beyrek Boyu'nda da çocuksuzluk motifi işlenmektedir. Bay Büre, Bayındır Han'ın toplantısında oğlu olmaması hasebiyle ağlar. Soylu Oğuz beyleride bu durum karşısında el açıp dua ederler. Bunun üzerine Bay Bican Bey de “Dua edin benim de bir kızım olsun ve de kızımı Bay Büre'nin oğluna vereyim” der. Allah duaları kabul eder birinin kızı birinin oğlu olur (Gökyay 2013: 70-109).

Manas Destanı'nda da Cakıp Han'ın çocuğu olmamaktadır. Bu nedenle hayattan zevk alamaz, memnun kalmaz; “At binsem yanımda bakıp gezen yok, ölsem arkamdan babacığım diye ağlayacak çocuğum yok” diyerek üzüntüsünü ifade eder. Yine destanda geçen Cakıp'ın: “Ey Allahü Teâlâ kendini bana yâr et, Çıyrdı'nın rahminde bir erkek evlat var et” diyerek dua eder. Destanın ilerleyen bölümlerinde Cakıp Han'ın oğlu Manas doğar (Ögel 1993: 506).

Alpamış Destanı'nda Alpın'ın Baybörü ve Baysarı adlarında iki oğlu olur. Ne var ki bu ikisinin de çocukları olmaz. Bu yüzden her fırsatta toplum tarafından

² Detaylı bilgi için bkz. Şakir İbrayev, Destanın Yapısı, (Akt. Ali Abbas Çınar), AKM Yayınları, Ankara,1998; Özkul Çobanoğlu, Türk Dünyası Epik Destan Geleneği, Akçağ Yayınları, Ankara, 2011.

aşağılanırlar. Sözcüleri gittikleri bir düğünde bunları kimse karşılamaz, önlerine yemeğin en kötüsü getirilir. Bu ve buna benzer hareketlerden rahatsız olan iki kardeş kırk gün tanıya yalvarırlar. Rüyalarına giren dervişten çocuklarının olacağını öğrenirler. Dervişin dediği çıkar ve zamanı geldiğinde Baybörü'nün bir oğlu bir kızı olur. Büyük bir ziyafet verilir. Derviş kimseye görünmez, sadece iki kardeşe görünür. Oğlana Hâkim Bek, kıza Kaldırkaç adını kor. Baysarı'nın da kızı olur. Derviş bu kıza da Ay Barçın adını kor. Baybörü ve Baysarı'ya Hâkim Bek'le Barçın'ın evleneceklerini, Hâkim Bek'in ileride bileği bükülmez bir yiğit (batır) olacağını söyler, gözden kaybolur. Ailelerin anlaşmasıyla Hâkim'le Barçın birbirine beşik kertme edilir (Doğan 1995: 1).

Görüldüğü üzere Türk destanlarında çocuk, çocuksuzluk konusu detaylıca işlenmiştir. Özellikle çocuksuzluk konusu Allah'ın bir gazabı olarak yorumlanmış, yapılan hayırlar, iyilikler ve yardıma gelen dervişler vasıtasıyla aile çocuğa kavuşmuştur.³

Halk anlatıları içerisinde halk hikâyeleri destanla mukayese edildiğinde göçebelikten yerleşik hayata geçişin ilk edebi mahsulleri olarak kabul edilip aşk, kahramanlık, aile gibi konuları işleyen (Alptekin 2005: 18) tür olarak kabul edilir. Bu nedenle çocuk, çocuksuzluk ve çocukla imtihan halk hikâyelerinde de çok fazla örnekle yer almaktadır. Halk hikâyelerinin daha ilk başında karşılaşılan ve anlatının daha sonraki aşamalarında da olayların akışında önemli bir rolü olan çocuksuzluk motifi vardır. Bu motif öncelikle bir yapı elementi olarak dikkat çekmektedir. Zira "Hazırlık Bölümü" diye adlandırılan ve hikâyenin üç büyük bölümünden biri olan bu kısımda söz konusu unsur, kahramanın ailesinin tanıtımını üstlenen en önemli faktörlerden biridir.⁴

Kirmanşah Hikâyesi'nde⁵ Tiflis şahı olan Hurşit Şah'ın çocuğu olmaz. Bir gün Tiflis halkı bir sünnet merasimi için izin istemeye geldiklerinde Hurşit Şah kendi çocuğu olmadığı için üzülür. Üzüntüsünü gidermek için veziri ile beraber gurbete çıkarlar ve bir su kenarında mola verirler. Burada onların yanına bir derviş gelir. Derviş, şahın çocuğunun olabilmesiyle ilgili şaha birtakım tavsiyelerde bulunur. Eğer bu tavsiyelere uyarsa çocuklarının olacağını söyler, sonra da kaybolur. Hurşit Şah, dervişin bütün tavsiyelerine uyar ve zamanı gelince bir oğlu olur.

Latif Şah Hikâyesi'nde Yemen şehrinin sultanı Gamsız Şah'ın bir gün berberine tıraş olurken saçına sakalına aklar düştüğünü fark eder. Bu yaşa kadar gelmiştir fakat çocuğu yoktur. Bu duruma çok müteessir olur ve veziri ile birlikte yollara düşer. Bir mola yerinde bunların yanlarına aksakallı bir derviş gelir. Derviş

³ Detaylı bilgi için bkz. Çobanoğlu, Özkul, Türk Dünyası Epik Destan Geleneği, Akçağ Yayınları, Ankara, 2011; Naciye Yıldız, *Türk Destanlarında "Çocuksuzluk"*, Milli Folklor Dergisi, 2009.

⁴ Bkz. Nerin, KÖSE "Seyfölmülük Hikâyeleri ve Çocuksuzluk"

http://turkoloji.cu.edu.tr/HALK%20EDEBIYATI/nerin_kose_seyfulmuluk_hikaye_cocuksuzluk.pdf (29.04.16)

⁵ Bu ve diğer hikâyelerin özetlerinin tamamı için bkz. Ali Berat Alptekin, Halk Hikâyelerinin Motif Yapısı, Akçağ Yayınları, Ankara, 2005.

şahın derdini bilmektedir. Şah ve vezirine yemeleri için elma verir. Bu elmayı yiyen şahın ilerleyen zamanda çocuğu olur.

Adil Şah Hikâyesi'nde Horasan hükümdarı Turan Şah, adaletli ve vefalı birisi olmasına rağmen çocuksuzluk yüzünden dert çekmektedir. Daha fazla çocuksuzluğa dayanamayan Turan Şah'ı duası kabul olur ve pirin verdiği elmanın da yardımıyla şahın bir oğlu olur.

Yukarıda özet metinlerini vererek çocuksuzluk motiflerini örnekendirmeğe çalıştığımız hikâyelerini haricinde de Türk halk hikâyeleri içerisinde çocuksuzluk motifini işleyen çok sayıda hikâye vardır. Türk halk hikâyeleri içerisinde Tahir ile Zühre, Celal Bey, Elif ile Mahmut, Gül İle Sitemkâr, Adil Şah, Şah İsmail, Arzu ile Kamber, Asuman ile Zeycan, Kerem ile Aslı, Ali İzzet hikâyelerinin tamamında çocuksuzluk ve bunun çaresi olan motifler işlenmiştir.

Evlat ile İmtihan

Halk anlatıları içerisinde çocuk, çocuksuzluk ve bunların çözüme kavuşma motifleri sıkça karşılaşılan motifler olduğu bilinmektedir. Fakat bu anlatılarda evlat ile imtihan motifi görülmemektedir. Ebeveynin evladı ile imtihanı ya da hayırsız evlat motifi dini kaynaklı anlatılarda daha doğru bir ifade ile Kur'an-ı Kerim içerisinde geçen peygamberlerin hayatlarının geçtiği tahkiye edilmiş anlatılarda mevcuttur.

Peygamberler tarihinde tahkiye edilen ilk evlatla imtihan anlatısı Hz. Âdem ve oğulları Habil ve Kabil ile alakalıdır. Kur'an-ı Kerim'de bu olay Maide suresinin 27. ve 32. ayetleri içerisinde geçmektedir (DİB 2011: 122-123). Peygamberler tarihi içerisinde olay daha teferruatlı bir şekilde anlatılmaktadır. Habil ve Kabil olayının özeti şu şekildedir:

Rivayete göre, Âdem'in her batında iki olmak üzere ikiz çocukları dünyaya gelirdi. Birisi kız, diğeri erkek olurdu. O zaman ki din kurallarına göre aynı batından olanların bir biri ile evlenmesi haramdı; evvel gelen sonra gelen ile evlenirdi. Normal olarak Kabil'in kardeşi ile Habil'in, Habil'in kardeşi ile de Kabil'in evlenmesi icap ederdi. Ama Kabil kardeşi güzel olunca kardeşi ile evlenmek istedi de babası Âdem'i dinlemedi. Âdem da "Aranızda kurban adayınız. Hanginizinki kabul olursa o evlensin dedi." Habil'in koyun sürüsü, Kabil çiftçilikle uğraşıyordu. Habil koyunlarının içerisinde Hz. Allah'a kurban olabilecek en iyisini ayırdı; Kabil de ziraatından biraz çör çöp denilebilecek kısımları getirdi de semadan gelen bir ateş Habil'inkini alıp götürdü yaktı, yani kabul etti. Kabil'inkini kabul etmedi ve Kabil kendi kurbanının kabul olmadığını görünce, kardeşi Habil'e haset etti ve "Seni öldüreğim" dedi ve öldürdü. Hz. Âdem bunun üzerine Kabil'i kovdu (Bursalı 2011: 37-42; Köksal 2011: 50-55).

Peygamberler tarihinde tahkiye edilen bir diğeri olayda Hz Nuh ve oğlu Kenan arasındaki olaydır. Kur'an-ı Kerim'de bu olay Hûd suresinin 42. ve 47. DİB 2011: 243-244) ayetleri arasında geçmektedir. Peygamberler tarihi içerisinde olay şu şekilde özetlenmektedir:

Nuh peygamber ikinci olarak evlendiği Vâile adında bir hanımı vardı. Bu kadın önce iman etmiş ise de daha sonra, imandan ayrılmıştı. Hz. Nuh'un bu kadından doğan oğlu Kenan da Hz. Nuh'a iman etmemişti. Nuh peygamber, yüzyıllar boyunca kavmini iman ve hidayete davet ettiği hâlde, onlar inanmamakta ısrar ediyorlardı. Tufanın yaklaştığı sırada Hz. Nuh, son olarak kavmine, iman edip yaptığı gemiye binmelerini söyledi. Onlar ise "Bizi tufanla korkutuyorsun!" dediler. Bir vakit sonra tufanın alametleri görüldü. Allah, Hz. Nuh'a her hayvan ve kuştan birer çifti ve kavminden iman edenleri gemiye almasını emretti. Nuh peygamber sular yükselmeye başladığında, oğlu Kenan'ı bir köşede gördü. Babalık ve peygamberlik şefkati ile son bir defa daha bu asi evlada nasihat etti. İman etmesini söyleyerek buyurdu ki "Yavrucuğum, gel, bizimle beraber bin! Kâfirlerle beraber olma!" Oğlu cevaben "Ben, beni sudan koruyacak bir dağa çıkacağım" dedi. Nuh da "Bu gün Allah'ın merhamet ettiğinden başkasını, Allah'ın bu emrinden koruyacak kimse yoktur." dedi. Derken dalga aralarına giriverdi. O da boğulanlardan oldu (Bursalı 2011: 59-61).

Evlatları ile imtihan olan bir diğer peygamber de Hz. Yakup'tur. Diğer çocukları kardeşleri Yusuf'u kıskandıkları için ona zarar vermeye çalışmış ve böylece Hz. Yakup'u sıkıntılı hallere sokmuşlardır. Bu hadise Kur'an-ı Kerim'de Yusuf Suresi'nde 10. ve 104. ayetler içerisinde tahkiye edilmektedir (DİB 2011: 255-265). Peygamberler tarihi içerisinde olay şu şekilde özetlenmektedir:

Kardeşleri Yusuf'u kıskandıkları için onu ortadan kaldırmak, öldürmek istiyorlardı. Çok güzel otlaklarda oynadıklarını, eğlendiklerini ve zaman geçirdiklerini söyleyerek Yusuf'un da kendileri ile birlikte gelmesi için babalarından müsaade istediler. Hz. Yakup, Yusuf'a baktı ve onun da kardeşleri ile gitmek istediğini anladı. Onu kırmak istemedi ve kardeşleri ile göndermeye rıza gösterdi. Sonra kardeşlerine dönerek "Yusuf'u alıp götürmeniz beni üzer. Siz ondan gafil olursunuz ve yalnız bırakırsınız da bir kurt gelip yer diye korkuyorum!" dedi. Bunu demesinin sebebi de Yakup'un (as) yakınlarında gördüğü bir rüya idi. Rüyasında bir dağ başında on kurdun ona saldırdığını içlerinden birinin onu koruduğunu ve yer yarılarak Hz. Yusuf'un içine düştüğünü görmüştü. Bu sebeple "Kurt onu yemesin!" demiş, onlar da "Biz onu koruruz. Koruyamazsak yazıklar olsun bize" diyerek babalarına teminat vermişlerdi.

Sonra Hz. Yusuf'u yanlarına alarak Medyen ve Mısır arasında Beytu'l-makdis bölgesine götürdüler. Burası kasabadan çok uzakta bir yerdi ve yollarının üzerinde bir susuz kuyu vardı. Gömleğini çıkardılar ve Hz. Yusuf'u bu kuyuya attılar. Yusuf'un gömleğini kana buladılar ve gece ağlayarak babalarının yanına geldiler. "Babacığım! Biz yarış yapıyorduk bu sebeple Yusuf geride kalmıştı bir kurt gelerek onu kaptı ve biz ancak gömleğini size getirebildik! Biz ne desek sen bize inanmazsın, ama işin doğrusu budur." dediler ve kanlı gömleği Hz. Yakup'un önüne bıraktılar. Hz. Yakup elbette onlara inanmadı ama yapılacak bir şey de yoktu. Onlara "Belli ki nefsiniz sizi kötü bir işe sürüklemiş! Bana da sabretmekten başka bir şey kalmadı. Bu anlattığınız şeye karşı ancak Allah'tan yardım istenir!" dedi ve onları Allah'a havale etti (Bursalı 2011: 161-168; Köksal 2011: 271-280).

Peygamber anlatıları içerisinde evlatla imtihan ya da hayırsız evlat motifinden farklı olan bir de “şartlı evlat” motifi bulunmaktadır. Bu motifi özellikle Hz. İbrahim ve oğlu Hz. İsmail’in hikâyesinde görüyoruz. Bu hadise Kur’an-ı Kerim’de Saffat suresinin 100. ve 109. ayetlerinde geçmektedir (DİB 2011: 496-497). Bu hadisenin özeti şu şekildedir:

Hız. İbrahim’in uzun yıllar çocuğu olmamıştı. Hız. İbrahim, ilerlemiş yaşına rağmen çocuğu olmayınca, Allah’a yalvarır ve bir evlat ister. Allah’ın lütfu ile bir oğlu dünyaya gelir. Çocuğu koşabilecek çağa geldiğinde, Hız. İbrahim bir rüya görmüşü; rüyasında kendisini oğlu İsmail’i boğazlama girişiminde bulunurken görüyordu. Pek ehemmiyet vermedi önce. Sonra bu rüyalar devam etti. Sonunda anladı ki, bu İlahi bir işarettir. İbrahim hanımına rüyasını ve niyetini anlatmadan, sadece oğluyla dağa gideceklerini söyledi. O da bir panayıra gidiyormuş gibi oğlunu güzelce giydirdi ve babasıyla beraber yola koyuldu. Belli bir yol kat ettikten sonra Hız. İbrahim, Hız. İsmail’e görmüş olduğu rüyayı anlattı ve İsmail tam bir tevekkül gösterdi.

Her şey tamamdı kurban merasimi için. Oğlunu şakağı üzerine yatırdı. Kesmek üzere bıçağı çıkardı. Ancak olanlar onu çok şaşırtmışı. O kadar bileyip ağzını keskinleştirdiği bıçak kesmiyordu. Tam teslimiyet içindeki Hız. İbrahim’e “Rüyanın gereğini yerine getirdin.” şeklinde bir nida geldi. Bunu üzerine Allah tarafından gönderilen büyük ve gösterişli bir koç kurban edilmek üzere gönderilmişti (Bursalı 2011: 112-115; Köksal 2011: 186-191).

Ayrıca peygamberler tarihi içerisinde çocuksuzluk motifi Hız. Zekeriya’da görülmektedir. Kur’an-ı Kerim’de Âl-i İmrân (38-41) ve Meryem (5-11) surelerinde geçmektedir. Hız. Zekeriya’nın yaşı çok ilerlemiş fakat çocuğu olmamıştı. Bunun üzerine dua eder ve oğlu Yahya dünyaya gelir (Bursalı 2011: 345-351; Köksal 2011: 292-294).

Sonuç

Çocuk ve çocuksuzluk insanlığın en önemli meselelerinden biri olmuştur. Soyun devam edebilmesi için çocuğa ihtiyaç vardır. Toplumlar için ehemmiyetli olan bu konu doğal olarak mitolojik dönemlerden günümüze kadar çeşitli halk anlatılarında yansımalarını bulmuştur. Özellikle destan ve hikâye türünde karşımıza çıkan bu anlatılarda çocuk, çocuksuzluk ve bunun çözümü olan motifler işlenmiştir.

Büyük bir arzu ve istekle elde edilen çocuğun bir imtihan vesilesi olması özellikle dini kaynaklı anlatılar olarak nitelendireceğimiz peygamber kıssalarında sıkça karşımıza çıkmaktadır. İnsanlığın örnek şahsiyetleri olarak kabul gören peygamberlerin evlatlarının onlar için bir imtihan vesilesi olduğu görülmektedir. Hız. Âdem’in oğlu Kabil kardeşi Habil’i öldürerek hem yeryüzündeki ilk kanı akıtmış hem de babasını çok üzmüştür. Neticesinde Hız. Âdem tarafından kovulan Kabil aile için bir üzüntü kaynağı ve imtihandır. Hız. Nuh’un oğlu Kenan’ı ile olan imtihanında oğul babasına inanmamakta, iman etmemekte ve gemiye binmeyerek isyankâr vaziyete düşmektedir. Yusuf kıssasında ise kardeşleri Hız. Yakup’un

Yusuf'u kendilerinden daha çok sevdiğini düşünmektedirler. Bu haset içerisinde kardeşleri Yusuf'u öldürmeye en azından bir kuyuya atarak yok etmeye çalıştıkları görülmektedir. Bu durum Hz. Yakup için bir imtihandır. Hz. İbrahim'in Hz. İsmail'i kurban etmeye teşebbüs ettiği kıssada hayırsız evlat motifi değil şartlı evlat motifi dikkat çekmektedir. Yaratıcı hem babayı hem de evladı imtihan etmektedir. Hz. Zekeriya'nın kıssasında ise imtihan değil çocuksuzluk motifi işlenmiştir. Yaşı çok ilerlemiş olmasına rağmen Yaratıcıya dua eden Hz. Zekeriya'nın çocuğu olmaktadır.

KAYNAKÇA

- ALPTEKİN, Ali Berat (2005), Halk Hikâyelerinin Motif Yapısı, Akçağ Yayınları, Ankara.
- BAYAT, Fuzuli (2006), Oğuz Destan Dünyası – Oğuznamelerin Tarihi, Mitolojik Kökenleri ve Teşekkülü, Ötüken Yayınları, İstanbul.
- BURSALI, M. Necati (2011), Peygamberler Tarihi, Çelik Yayınevi, İstanbul.
- ÇOBANOĞLU Özkul (2011), Türk Dünyası Epik Destan Geleneği, Akçağ Yayınları, Ankara.
- Dede Korkut Hikâyeleri (2013), Haz. Orhan Şaik GÖKYAY, Kabalcı Yayınları, İstanbul.
- İBRAYEV, Şakir (1998), Destanın Yapısı, (Akt. Ali Abbas Çınar), AKM Yayınları, Ankara.
- KAYA, Doğan, “Alpamış Destanı”, 1995 Dünya Hoşgörü-Manas-Abay Yılı VII. Uluslararası Türk Halk Edebiyatı Semineri ve Türk Dünyası Kültür Kurultayı Bildirileri, Hoca Ahmet Yesevi Vakfı Yayınları İstanbul, 1996.
http://turkoloji.cu.edu.tr/HALK%20EDEBIYATI/dogan_kaya_alpamis_destani.pdf
(08.05.2016)
- KOCA, S. Kürşad & UĞURLU, Serdar, “Dede Korkut Hikâyelerinden Hareketle Türk Kültüründe Erkek Evlat Olarak Oğul Kavramı”, Akademik Bakış Dergisi, Sayı 22, Ekim-Kasım- Aralık-2010, ss. 1-10.
- KÖKSAL, M. Asım (2011), Peygamberler Tarihi, Türk Diyanet Vakfı Yayınları, Ankara.
- KÖSE, Nerin, “Seyfölmülük Hikâyeleri ve Çocuksuzluk”
http://turkoloji.cu.edu.tr/HALK%20EDEBIYATI/nerin_kose_seyfulmuluk_hikaye_cocuksuzluk.pdf (29.04.2016)
- Kur'an- ı Kerim Meâli (2011), Diyanet İşleri Başkanlığı Yayınları, Ankara.
- ÖGEL, Bahaeddin (1993), Türk Mitolojisi C.I, TTK Yayınları, Ankara, 1993.
- ÖRNEK, Sedat Veyis (1995), Türk Halk Bilimi, Kültür Bakanlığı HAGEM Yayınları, Ankara.
- SAYAR, Sait, “Destanlardan Günümüze Çocuksuzluğun Dini, Toplumsal Ve Bireysel Boyutları”, Studies Of The Ottoman Domain, Cilt:5, Sayı:9, Ağustos 2015, ss. 68-87.

GÖRSEL SÖZLÜKLER VE KELİME AĞLARI*

Dr. Servet KARÇIĞA

Murat Hüdavendigar Üniversitesi (servet.karciga@mhu.edu.tr)

Özet

Ana dil ve yabancı dil eğitiminde kullanılan önemli kaynaklardan biri de sözlüklerdir. Bir milletin kültür hafızası olan sözlükler amaçlarına, hazırlanış yöntemlerine ve niteliklerine göre tasnif edilir. Bu çalışmada, öncelikle Türk dilinde gerçek anlamda örneği olmayan görsel sözlüklerin ve kelime ağlarının terimsel anlamları ve özellikleri etraflıca açıklanacaktır. Sonra görsel sözlüklerin ve kelime ağlarının Türkçenin öğretilmesinde ne gibi bir öneme sahip olduğu hakkında bilgi verilecektir.

Anahtar Kelimeler: Sözlük, Görsel Sözlük, Kelime Ağı, Kavram Alanı Sözlüğü, Türkçenin Öğretimi.

VISUAL DICTIONARY AND WORD NETS

Abstract

One of the major sources used in foreign language education and mother tongue is dictionaries. Dictionaries, a nation's cultural memory, are classified according to their purpose, preparation methods and qualities. In this study, primarily, terminological meanings and features of visual dictionaries and word nets, examples of which do not exist in Turkish Language in real terms, will be described in detail. Then, information about how visual dictionaries and word nets are important in the teaching of Turkish will be given.

Keywords: Dictionary, Visual Dictionary, Word Net, Conceptual Field Glossary, Teaching of Turkish.

Giriş

Bir dilin ana dili ve yabancı dil olarak öğretilmesinde bir nesne, durum veya olayla ilgili kelimelerin ve kavramların tanımsal ve anlamsal özellikleri ayırt edilmeden bunların aynı şeymiş gibi anlatılması veya öğretilmesi dil eğitiminde yapılan yanlışlıklardan biridir. Genel anlamda kavram; bir düşüncenin, nesnenin, durumun veya olayın ortak özelliklerinin algılama, tanıma, ayırt etme, genelleme gibi süreçlerden geçerek insan zihninde genel bir ad altında toplanması, kümelenmesidir. Kelime ise harf veya harflerin bir araya gelerek oluşturduğu anlamlı ses veya ses topluluğunun adıdır. Bu tanımlardan hareketle kavramın ve

* Bu çalışma "I. Uluslararası Bilimsel Araştırmalar Konferansı - İnsan ve Toplum Bilimleri (IBAD-2016) sempozyumunda sözlü bildiri olarak sunulmuştur.

kelimenin aynı olmadığı anlaşılmalı; kavramın kelimenin üzerinde bir değer olduğu açıkça görülmektedir. Türkçede susuzluk kelimesi varken bu kelimenin zıt anlamını ifade edecek bir kelimenin olmaması bu duruma örnek gösterilebilir. Çünkü seslere dökülemeyen bu durum hâli kavram olarak zihnimizde var olduğu için bir insan susmadığı zaman su içmemektedir. Bu örnekten hareketle burada dil eğitiminde kelime ve kavramın nasıl ve hangi yöntemlerle öğretileceği sorusu akla gelebilir. Kalıcı öğrenme için özellikle de yabancı dil eğitiminde kelimelerin kavramlara bağlı öğretilmesi gerekmektedir. Çünkü kelimenin kalıcı öğretilmesinde bütüncül bir nazar çok önemlidir. Genel bir tasavvur içinde neden-sonuç ilişkisiyle öğrenilen her bir kelime uzun süreli bellekte daha kalıcı olmaktadır. Kelimelerin kavramlara bağlı öğretilmesinde kullanılan etkili yöntemlerden biri de bir dil alanı kuramı olan kavram alanı kuramıdır. Eş anlamlı, yakın anlamlı ve birbiriyle ilişkili kelimelerin oluşturduğu bu alan kuramında bir kelimenin öğretilmesinde kullanılan alt yöntem ve teknikler vardır. Bu yöntem ve tekniklerin başında görsel sözlükler, kelime ağları, kavram alanı sözlükleri (tematik sözlükler) ve kavram haritaları gelir. Türkçenin öğretilmesinde bu yöntem ve tekniklerin yeteri düzeyde kullanılmaması, bir kavramla ilgili kelimelerin öğretilmesinde farklı güçlüklerin yaşanmasına neden olmaktadır. Kavram alanından bağımsız öğretilen her bir kelime belirsizliğe mahkûmdur. Ayrıca kavram alanına bağlı oluşturulan görsel sözlükler ve kelime ağları o dili konuşan insanların o kavrama bakışıyla ilgili önemli ipuçları vermektedir. Kültür özellikleri göz önünde bulundurularak öğrenilen bir dilin daha etkin kullanılacağı da aşîkârdır. Bu nedenle, özellikle de yabancılara Türkçe öğretmek amacıyla hazırlanan sözlüklerde görsel sözlüklere ve kelime ağlarına yer verilmelidir.

1. Görsel Sözlükler

Söz varlığıyla bir dilin düşünce ve kültür zenginliğini ortaya koyan, geçmişle gelecek arasında kültürel bir bağ oluşturan sözlükler, bir milletin yaşayan ya da yaşatılan belleği görünümündedir. Bu özelliğiyle sözlükler dil edinimi ve öğretimi açısından önemli kaynaklardır. *Türkçe Sözlük'te* sözlük, “Bir dilin bütün veya belli bir çağda kullanılmış kelime ve deyimlerini alfabe sırasına göre alarak tanımlarını yapan, açıklayan, başka dillerde karşılıklarını veren eser, lügat” (TDK 2011: 2115) olarak tanımlanmaktadır. İlhan’a göre ise sözlük, “Bir veya birden fazla dilin kelimelerinin bütünü veya bir bölümünü, genel amaçlı veya özel amaçlı olarak içeren, anlam, açıklama ve örnekleriyle ortaya koyan ve daha çok alfabetik olarak düzenlenmiş eserlerin genel adıdır.” (İlhan 2007: 15). Tanımlardan da anlaşıldığı üzere sözlüğün hazırlanış amacına, biçimine ve yöntemine göre çeşitleri vardır. Konuyu ön planda tutan Kocaman’a (1998: 111) göre sözlük çeşitleri şunlardır:

- a) Betimlemeli/kuralcı sözlükler
- b) Eşzamanlı/artzamanlı sözlükler
- c) Genel/teknik sözlükler
- d) Genel kullanım/öğrenim amaçlı sözlükler

e) Tek dilli/iki ya da çok dilli sözlükler

Aksan (2009: 76) ise sözlükleri kaynaklar, hazırlanış amaçları ve taşıdıkları nitelikler bakımından üç gruba ayırır ve bu üç guruptaki sözlüklerin kapsamlı bir tasnifi yapar:

1. Bir ya da bir den çok dilin söz varlığını işleme bakımından:
 - a) Tek dilli sözlükler
 - b) Çok dilli sözlükler
2. Abece sırasının temel alınıp alınmamasına göre:
 - a) Abecesel sözlükler
 - b) Kavram (ya da kavram alanı) sözlükleri
3. Ele alınan söz varlığının niteliğine göre:
 - a) Genel sözlükler (ortak dil, yazı dili sözlükleri, ansiklopedik sözlükler)
 - b) Lehçebilim sözlükleri
 - c) Eşanlımlı, aşadlı, tersanlımlı öğeler sözlükleri
 - d) Tarihsel sözlükler
 - e) Kökenbilgisi sözlükleri
 - f) Uzmanlık alanı sözlükleri (terim sözlükleri)
 - g) Argo sözlükler
 - h) Deyim ve atasözü sözlükleri
 - i) Anlambilim sözlükleri
 - j) Sanatçı ve metin sözlükleri
 - k) Yanlış yerleşmiş öge sözlükleri
 - l) Tersine sözlükler ve başka sözlük türleri

Sözlük, sözlükçülük alanında çalışmaları bulunan İlhan, sözlükleri işledikleri ürünler, malzemenin kaydedildiği ortam ve yazılış biçimleri açısından üç temel noktada sınıflandırır:

1. İşledikleri ürünler açısından sözlükler
 - a) Yazı dili sözlükleri
 - b) Ağız sözlükleri
2. Malzemenin kaydedildiği ortam açısından
 - a) Basılı/kitabî sözlükler
 - b) Elektronik sözlükler
3. İşledikleri ürünler açısından sözlükler
 - a) Manzum sözlükler
 - b) Mensur sözlükler (İlhan 2009: 538)

Türkiye’de son zamanlarda sözlük bilimi (sözlükçülük) çalışmalarında nicelik olarak artış görülse Boz’a göre “Sözlükbilimi alanı Türkiye’de henüz emekleme evresindedir. Divanu Lügâti’t-Türk’ten beri devam edegelen uygulamalı sözlükbilimi (sözlükçülük) alanında yüzyılları aşan bir tecrübe varsa da özellikle elektronik sözlüklerin revaç bulduğu son yirmi yılda istenilen seviyeye ulaşabilmiş

değildir.” (Boz 2016: sy). Boz’un da dile getirdiği gibi günümüz dünyasında elektronik sözlükler çok revaçtadır. Batı ülkelerinin daha ağırlık verdiği elektronik sözlük çeşitlerinde görsel sözlükler dikkat çekmektedir. Görme duyusuyla ilgili olan bu sözlüklerin çoğunda kelimenin telaffuzu işitsel olarak da verilmektedir. Türkiye’de maalesef akademik anlamda böyle bir sözlük yoktur. Türkiye’de daha çok ilkökul çocuklarına hitap eden ve belli kavramlar etrafında şekillenen küçük olarak adlandırabileceğimiz sözlükler vardır. Bu sözlükler için görselden daha çok resimli tabiri kullanılmaktadır. Bu sözlüklerin çoğu elektronik ortamdan ziyade matbu haldedir. Resimli sözlük olarak adlandırılan bu sözlükler genelde alfabetik (abecesel) hazırlanmıştır. Bu sözlüklerde yer alan kelimelerin çok az bir kısmının resmi vardır. Genelde her sayfada bir ya da iki resim bulunan bu sözlükler hazırlanış amacına hizmet etmemektedir. Son zamanlarda teknik alanlarla ilgili matbu görsel sözlüklerin sayısında artış gözlenmektedir. Dil eğitiminden daha çok eğitimde *gösterip yaptırma* öğretim tekniğine göre hazırlanan bu sözlüklerde amaç okuyucuya kılavuzluk etmektir.

Batı ülkelerine ait görsel sözlüklerin çoğu elektronik ortamda bulunmaktadır. Bu sözlüklerin çoğu kavram alanı kuramına göre hazırlanmıştır. Kavramlar zihinde gruplanırken, genellenirken, farklı özellikleriyle diğer kavramlardan ayrılırken ve tanımlanırken kendi içinde yatay ve dikey bir alan oluşturur. Dil biliminde bu alana kavram alanı denir. Kavram alanı, o kavrama yakın, komşu kelimelerle kendisini oluşturan alt anlamlı kelimelerin toplamından oluşur (Karçığa 2015: 2516). Kavram alanı terimi yerine kelime alanı terimini kullanan Filizok’a göre Aynı gerçeklik alanını ifade eden kelime kümesine kelime alanı (champ lexical) denir. Eş anlamlı kelimeler, aynı kelime ailesine, aynı alana ait kelimeler, aynı kavramı ifade eden kelimeler ortak birer noktaya sahiptir ve bundan dolayı birer kelime alanı oluştururlar.” (Filizok 2005). Kavram ve anlam alanı terimiyle sözlüksel alanı özdeş biçimde kullananların olduğuna dikkat çeken Vardar’a göre ise sözlüksel alan, “Aynı gerçeklik düzlemini belirten sözlüksel birimlerin oluşturduğu yapısal düzendir. Sözlüksel alan kavramı, yapısal dilbilimin bir ürünüdür ve dilin öbür kesimlerinde olduğu gibi sözlüksel boyutunda da rastgele bir sıralanış yerine, çeşitli gerçek kesimleriyle ilgili olarak bağıntısal bir düzenleniş bulunduğu varsayıma dayanır.” (Vardar 2007: 185). Aslında Vardar’ın sözlüksel alan olarak nitelediği terimin karşılığı kavram alanı sözlükleridir. Kavram alanı sözlüğü sözcükleri yansıttıkları kavramlar ve ait oldukları kavram alanları bakımından sınıflayan, tanımlayan ve açıklayan sözlüklerdir (Hengirmen 1999: 246).

Kavram alanı kuramına göre hazırlanan görsel sözlüklerde genelde iki yöntem yaygındır. Bu sözlüklerde kavramlar ya alt anlamlılık kuramına ya da kelime ağları yöntemine (ilişkisel) göre verilir. “Alt anlamlılıkta genelden özele doğru bir sıralama takip edilir. Bu sıralamada içerleme veya hiyerarşi bulunur. Böylece bir kavrama ait alt anlamlı kelimeler sistematik bir şekilde incelenmiş olunur.” (Karçığa 2015: 13).



Şekil 1: Alt anlamlılık yöntemine göre görsel sözlükler (www.infovisual.info)

Alt anlamlılık kuramına göre oluşturan görsel sözlüklerde öğrenme sistematik bir şekilde olur. Çünkü “Görseller öğrenmenin somutlaştırılmasında oldukça etkilidir. Ülkemizde çok yaygın olmasa bile özellikle alt yaş gruplarına yönelik hazırlanan sözlüklerde resimler etkili ve kalıcı öğrenme nesnelere dir. Terim sözlükleri, mesleki sözlükler resim bakımından zengin olmalıdır. Tanınmayan bir bitkinin, hayvanın veya bir nesnenin, teknolojik araç ve gereçlerin, renklerin öğretilmesinde resimler zorunlu olarak ihtiyaç duyulan öğrenme nesnelere dir.” (Karadüz 2009: 646) Bu nedenle bu sözlüklerin özellikle ilköğretim ve ortaöğretim kurumları başta olmak üzere örgün ve yaygın eğitimin hemen her kademesinde kişilerin bilişsel özelliklerinde göre hazırlanması gerekmektedir. Bu sözlükler yabancı dil öğrenme de etkin kullanılan ve öğrenmeyi kolaylaştıran sözlüklerdir.

2. Kelime Ağları

Kelime ağları; metin bilimi, eğitim bilimi ve sözlük biliminin alanına giren bir öğretim modelidir. Kavramları görsel ve ilişkisel yönleriyle öğreten bu öğretim modelinde amaç anlamlı ve kalıcı öğrenmenin gerçekleşmesidir.

2.1. Metin Biliminde Kelime Ağları

Dil bilgisi ve dil bilimi terimleri sözlüğünde metin bilimi, “Dili cümlelerarası bağlantıları temel alarak inceleyen, dil kullanımını metin üretme olarak gören, metinleri bir bütünlük içinde ele alan dilbilim dalı” (Hengirmen 1999: 276) olarak tanımlanır. Cümlelerden oluşan metinleri inceleme yöntemleri vardır. Bu yöntemlerden biri de kelime ağı yöntemidir. Akşehirli’ye göre metin çözümleme yönteminde kullanılan kelime ağının özellikleri şunlardır:

“Bazı kaynaklarda kelime ağı (réseaux lexicaux) ile kelime alanı (champs lexical) kavramı özdeş kullanılsa da bu ikisi arasında bir fark vardır: Kelime alanı, söz konusu kelimelerin temel anlamına (denotation) dayanır. Yukarıda örnek olarak verdiğimiz “savaş” kavramına ait kelime alanlarının üçü de, kelimelerin temel anlamı ile oluşmuştur. Buna mukabil, eğer kelimelerin yan anlamları ya da

çağrışımları (connotation) bir birlik oluşturuyorsa buna “kelime ağı” (réseaux lexicaux) denilmektedir. Kelime alanı, kelimelerin temel anlamına dayandığından metnin “anlamını tespit etmemizi, kelime ağı ise yan anlamlara ve çağrışımlara dayandığından metnin “YORUM ”unu yapmamızı sağlar. Kelime ağlarını tespit etmek, yazarın amacı ve duyguları hakkında bir fikir verir.” (Akşehirli, ty: 2)

Örnek vermek gerekirse Yahya Kemal’in *Sessiz Gemi* şiirinde *demir almak*, *meçhul*, *gemi*, *liman*, *seyahat*, *matem*, *sefer* gibi kelimeler metinde bir ağ oluşturur.

Sessiz Gemi

Artık demir almak günü gelmişse zamandan,

Meçhule giden bir gemi kalkar bu limandan.

Hiç yolcusu yokmuş gibi sessizce alır yol;

Sallanmaz o kalkışta ne mendil ne de bir kol.

Rıhtımda kalanlar bu seyahatten elemli,

Günlerce siyah ufka bakar gözleri nemli.

Biçare gönüller! Ne giden son gemidir bu!

Hicranlı hayatın ne de son matemidir bu!

Dünyada sevilmiş ve seven nafîle bekler;

Bilmez ki giden sevgililer dönmeyecekler.

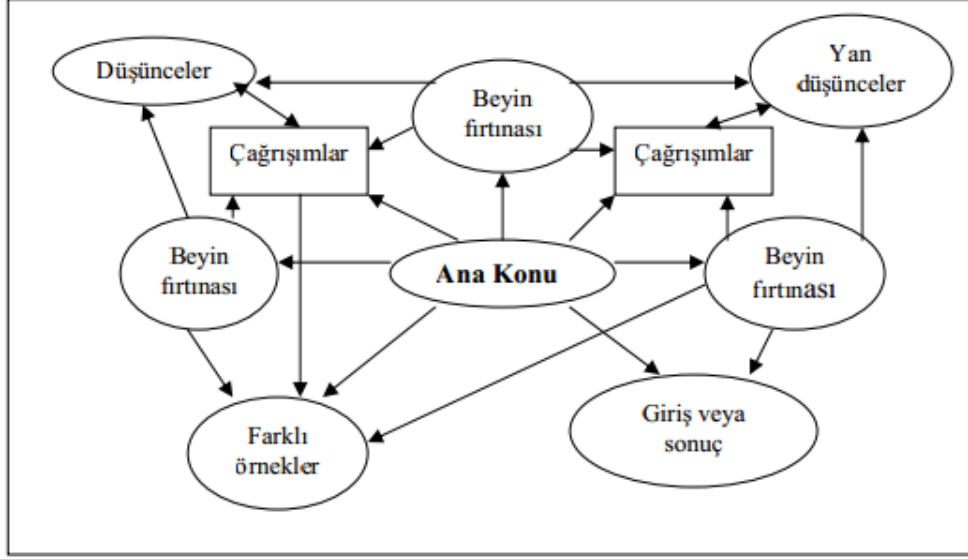
Birçok gidenin her biri memnun ki yerinden,

Birçok seneler geçti; dönen yok seferinden. (Beyatlı, 2003: 59)

Yukarıda şiirde görüldüğü üzere demir almak, meçhul, gemi, liman, seyahat, matem, sefer kelimeleri ölümü çağrıştıracak şekilde mecaz anlamda kullanılmıştır.

2.2. Eğitim Biliminde Kelime Ağları

Eğitim biliminde kelime ağları yöntemi yaratıcı ve çağrışımsal düşünceleri açığa çıkarmak için kullanılır ve bu özelliğiyle yoruma açık olduğu için metin bilimindeki kelime ağlarına benzer. Küme, salkım, demet anlamlarına gelen İngilizce cluster kelimesinden dilimize kelime ağları olarak geçen bu yöntemin temeli beyin araştırmaları alanında yapılan çalışmalardan elde edilen bulgulara dayanır. (Tekşan, 2001: 90) Kelime ağı oluşturmaya, her zaman boş bir kâğıda yazılıp, etrafı çevrelenen bir çekirdek kavramla başlanır. Bu çekirdeğin etrafına, konuyla ilgili akla gelen çağrışımların, akışı izlenir. Birden bire oluşan düşünceler hemen yazılır. Bu düşüncelerin her biri bir çerçeve içine alınır. Her yeni sözcük ya da deyim daha önceki çembere bir okla ya da çizgiyle bağlanır (Anılan 2005,40).

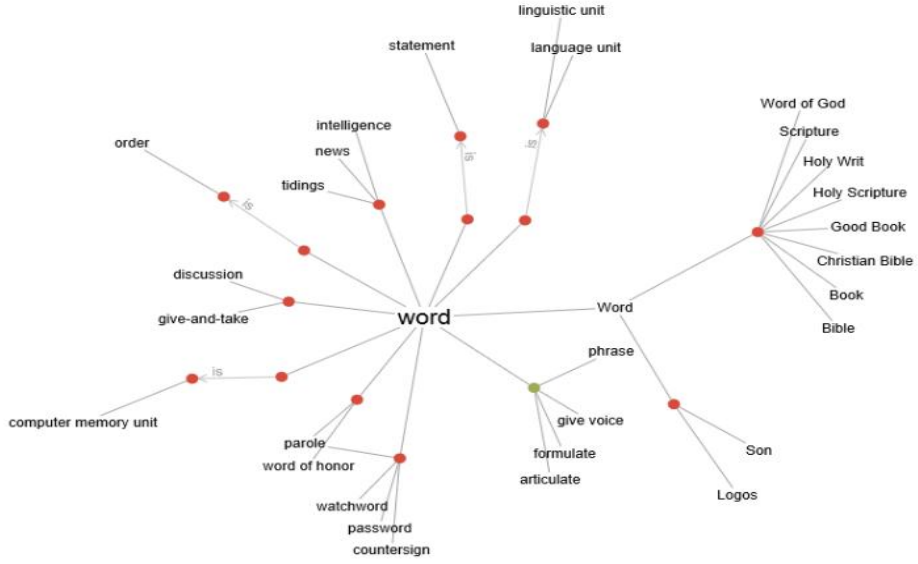


Şekil 2: Anılan'a göre kelime ağları oluşturma süreci (s. 42)

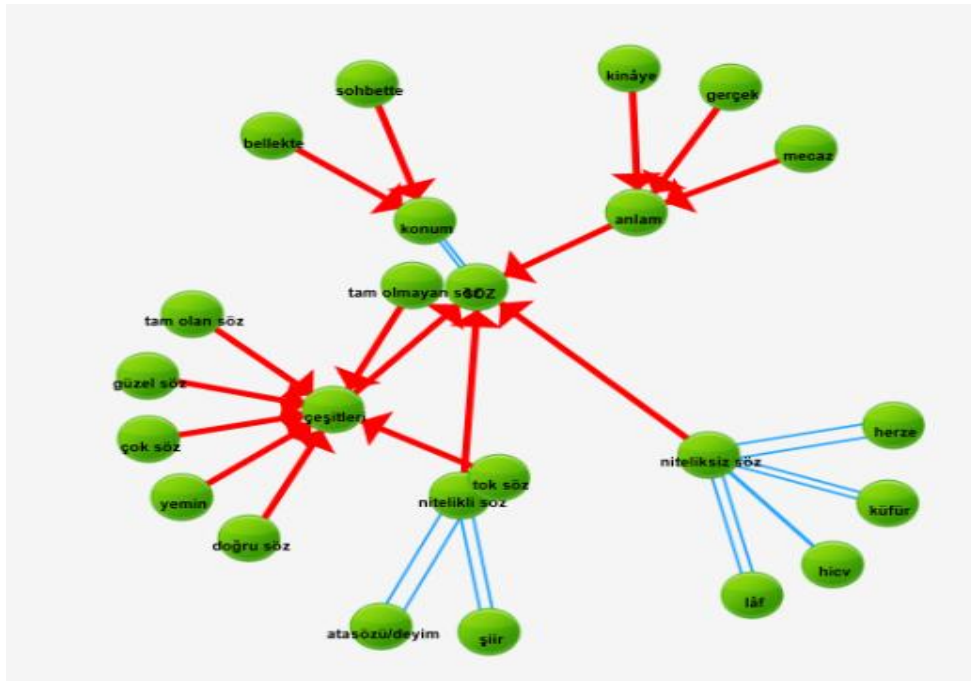
Eğitim Biliminde kullanılan kelime ağı yöntemiyle öğrencilerin hem bir kavrama bakış açısı hem de o kavramla ilgili söz dağarcığı öğrenilmiş olunur. Bu söz dağarcığında kelimeler hem gerçek hem de mecaz ve çağrışımsal anlamıyla kullanılabilir.

2.3. Sözlük Biliminde Kelime Ağları

Daha çok elektronik ortamda kavram alanı kuramına göre hazırlanan ve kavrama bağlı kelimeler arasındaki ilgiyi ağlarla gösteren görsel sözlük çeşidine kelime ağları denilmektedir. Bu sözlükler hem kelimenin anlamını hem de bu kelimenin dâhil olduğu kavramdaki diğer kelimelerle olan ilgisini ortaya koyması açısından önemlidir. Sözlük biliminde kullanılan kelime ağları metin bilimi ve eğitim biliminin aksine temel anlamlardan hareket eder. Bu nedenle bu sözlükler dil eğitiminde ayrı bir öneme sahiptir. Bir milletin bir kavrama bakış açısı o dilde o kavrama bağlı kullandığı kelimelerle doğrudan orantılıdır. Kelime ağları yöntemiyle hazırlanmış görsel sözlükler bu orantıyı en iyi yansıtan sözlüklerden biridir. Örneğin, Türkçede akrabalık kavramıyla ilgili kelimelerin sayısı Batı dillerine göre oldukça fazladır. Aynı şekilde Eskimolarda kar, Araplarda deveyle ilgili kelimelerin sayısı diğer dillere göre fazladır. Coğrafik şartlara, tarihe ve kültüre bağlı kavramların ilgili kelimelerini göstermede görsel sözlükler oldukça etkilidir. Aşağıda şekil 3 ve 4'te İngilizce ve Türkçe hazırlanan söz kavramında kültürün etkisini görmek mümkündür.



Şekil 3: Söz kavramının İngilizcesi (www.wordvis.com)



Şekil 4: söz kavramı (www.gorselsozluk.net)

Kelime ağı ve kavram alanı kuramı yöntemine göre hazırlanmış sözlükler bir milletin o dile bağlı kültürünü ve dünya görüşünü de yansıttığı için dil eğitiminde kalıcı ve anlamlı öğrenmeyi sağlamaktadır. Bu sözlüklerin erişim kolaylığı kişilere

zamandan tasarruf sağlaması, ekonomik ve kullanılışlı olması diğer önemli avantajlarıdır.

Sonuç ve Öneriler

Dil eğitimi ve öğretiminde birincil derecede önemli kaynaklardan biri olan sözlükler amaçlarına, hazırlanış yöntemlerine ve kaydedildikleri ortamlara göre tasnif edilmektedir. Teknolojik gelişmelere bağlı olarak internet tabanlı sözlüklerin sayısında artış görülmektedir. Bu sözlüklerin artışında matbu sözlüklerin internet ortamına aktarılması ve sosyal medya sözlükçülüğü etkili olmuştur. Elektronik sözlüklerin işlevleri sadece kelimenin anlamını vermekten ibaret değildir. Türk dilinde örneği olmayan ve Batı dillerinde hızla yaygınlaşan görsel sözlüklerin sayesinde kelimeler dâhil olduğu kavram grubunda verilmektedir. Kavram alanı kuramına bağlı alt anlamlılık ve kelime ağı yöntemine göre hazırlanan bu sözlüklerde kavramlar o dile ait kültür içinde öğrenilmektedir. Böylece hem görselliğin ve işitimsel imgelerin ön planda olduğu hem de bir milletin dünya görüşüne yansıtan kavramların uhdesindeki kelimelerin ilişkisel yöntemlerle ortaya konulduğu bu sözlüklerle kalıcı ve anlamlı öğrenmenin yolu açılmaktadır. Mekân ve zaman konusunda da kişilere özgürlük ve kolaylık sağlayan bu tür sözlükler sayesinde dil eğitimi hem sürekli hem de zevkli hâle gelmektedir. Bu ve benzeri nedenlerle bir an önce Türk dilinin kavram alanı kuramına göre görsel sözlüklerinin hazırlanması temennimizdir.

Kaynakça

- AKALIN, Şükrü vd., (2011), *Türkçe Sözlük*, TDK Yayınları, Ankara.
- AKSAN, Doğan (2009), *Her Yönüyle Dil*, III. Cilt, TDK Yayınları, Ankara.
- AKŞEHİRLİ, SONER (ty) “Kelime alanları ve Kelime Ağları”, <http://www.ege-edebiyat.org/docs/459.pdf>, 27.06.2016.
- ANILAN, Hüseyin (2005), “Yazılı Anlatım Becerilerinin Geliştirilmesinde Kelime Ağı Oluşturma Yönteminin Etkililiği”, *Anadolu Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü*, yayınlanmamış doktora tezi, Eskişehir.
- BEYATLI, Yahya Kemal (2003), *Kendi Gökkubbemiz*, 2. Baskı, Yapı Kredi Yayınları, İstanbul.
- BOZ, Erdoğan (2006), “Duyuru ve Davet Metni” <https://sozluksempozyumu.ogu.edu.tr/>, 29.06.2016
- FİLİZOK, Rıza (2005), “Metin Analizi Açısından Kelimeler”, <http://www.ege-edebiyat.org/modules.php?name=News&file=article&sid=156>, 09.11.2005.
- HENGİRMEN, Mehmet (1999), *Dilbilgisi ve Dilbilim Terimler Sözlüğü*, Engin Yayınları, Ankara.
- İLHAN, Nadir (2007), *Geçmişten Günümüze Sözlükçülük Geleneği ve Türk Dili Sözlükleri*, Manas Yayıncılık, Elazığ.

- İLHAN, Nadir (2009), “Sözlük Hazırlama İlkeleri, Çeşitleri ve Özellikleri”, *Turkish Studies*, Volume 4/4 Summer, s. 534-555.
- KARADÜZ, Adnan (2009), “Sözlük, Sözcük Anlamı ve Öğrenme üzerine”, *Turkish Studies*, Volume 4/4 Summer, p. 636-550
- KARÇIĞA, Servet (2014) “Dil Eğitiminde ve öğretiminde Kavram Alanı Sözlüklerinin Önemi” *International Journal of Languages' Education and Teaching*, ISSN: 2198 – 4999, Mannheim – Germany UDES, p. 2514-2524.
- KARÇIĞA, Servet (2016) “Dede Korkut Kitabı’nda Hayvanla İlgili Kelimelerin Tasnifi” *Uluslararası Türkçe Edebiyat Kültür Eğitim Dergisi*, 5(1), s. 12-33.
- KOCAMAN, Ahmet (1998), “Dilbilim, Sözlük, Sözlükçülük”, *Kebikeç*, Sayı 6. Ankara, s. 111-114.
- TEKŞAN, Keziban (2001), “Yazılı Anlatım Geliştirmede Ön Hazırlığın Etkisi”, *Çanakkale 18 Mart Üniversitesi*, yayınlanmamış doktora tezi, Çanakkale.
- VARDAR, Berke (2007), *Açıklamalı Dilbilim Terimleri Sözlüğü*, Multilingual Yayınları, İstanbul.

**YABANCI UYRUKLU LİSANS ÖĞRENCİLERİNİN
DURUM ANALİZİ: KARABÜK ÜNİVERSİTESİ*****Canan YILDIRAN**

Karabük Üniversitesi (cananyildiran@karabuk.edu.tr)

Duygu ÖZKAN

Karabük Üniversitesi (duyguozkan@karabuk.edu.tr)

Yrd. Doç. Dr. Ozan BÜYÜKYILMAZ

Karabük Üniversitesi (ozanbuyukyilmaz@karabuk.edu.tr)

Özet

Küreselleşen dünyada teknoloji ve ekonominin etkisiyle her alanda yaşanan hızlı değişimler eğitim alanını da etkilemektedir. Günümüzde hızla artan öğrenci sayısı göstermektedir ki; üniversitelerin sağlamış olduğu programlarla (Erasmus, Mevlana, vd.) ve lisans, yüksek lisans ve doktora eğitimiyle öğrenciler yurt içinde olduğu kadar yurtdışında da eğitimlerine devam etmektedirler. Bu çalışma; Türkiye’de 2007 yılında kurulan bir devlet üniversitesi olan Karabük Üniversitesi’nde farklı fakültelerde bulunan yabancı uyruklu lisans öğrencilerini kapsamaktadır. Çalışma ile öğrencilerin hangi ülkeden geldikleri, yaşam alanlarında zorlandıkları konuları, kültürel alışkanlıkları, dil sorunları, sosyalleşebilme durumları, bölüm tercihleri, eğitim beklentileri, eğitim sonrası hangi şehirde yaşamak ve çalışmak istedikleri vb. sorular ile mevcut durum analiz edilmiştir. Bu çerçevede Karabük Üniversitesi’nde eğitim gören farklı fakültelerdeki yabancı uyruklu lisans öğrencilerinin demografik ve sosyoekonomik özelliklerini ortaya koyarak; Türkiye’de bir devlet üniversitesini ve Karabük ilini tercih etme nedenlerini belirlemek amaçlanmıştır. Bu çalışmada; Karabük Üniversitesi’nde eğitim gören 213 yabancı uyruklu öğrenciden anket yöntemi kullanılarak elde edilen veriler SPSS 21 programı kullanılarak analiz edilmiştir. Analizler sonucunda; Karabük Üniversitesi’nin çoğunlukla Türkiye Cumhuriyetlerindeki, Ortadoğu ve Afrika’da bulunan İslam ülkelerindeki öğrenciler tarafından tercih edildiği belirlenmiştir. Öğrencilerin tercihlerini etkileyen önemli nedenler; Türkiye’nin iyi bir eğitim merkezi ve İslam ülkesi olması, Karabük Üniversitesi’ne puanlarının yetmesi ve Karabük Üniversitesi’nde iyi bir eğitim alacaklarını düşünmeleri olarak tespit edilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Yabancı uyruklu öğrenciler, üniversite, eğitim, Karabük.

* Bu çalışma “I. Uluslararası Bilimsel Araştırmalar Konferansı - İnsan ve Toplum Bilimleri (IBAD-2016) sempozyumunda sözlü bildiri olarak sunulmuştur.

THE SITUATION ANALYSIS IN INTERNATIONAL STUDENTS OF BACHELOR'S DEGREE: KARABUK UNIVERSITY

Abstract

Within the globalizing world, fast changes occurring in any field can be also seen in the field of education with the effect of technology and economy. Today steadily increasing number of students shows that with the help of programs offered by universities (i.e. Erasmus, Mevlana, Researches, Projects, and internships..), students can get their bachelor's degree, master's degree and Ph.D education both in their country and also abroad. This study includes international students of bachelor's degree from different faculties in Karabük University which was founded in 2007 as a state university. The study analyzes some issues about the students like where they have come from, the issues they have trouble with within their living quarter, cultural habits, language problems, socialization, their department choices, educational expectancies, life expectancies about where to live and work after completing their education. Within this framework, by presenting demographic and socio-economic characteristics of students getting their in various departments of Karabük University from different origin and country, it is aimed to determine students' reasons to choose a state university in Turkey in Karabük. The data has been gathered from 213 international students from Karabük University, using survey method and analyzed with SPSS 21. The results show that Karabük University is mostly chosen by the international Muslim students from Turkic Republics, Middle-East and African countries. The reasons affecting international students' university choices are Turkey's being a good education center and an Islamic country, their grades and thought of being able to get a good education in Karabük University.

Key words: International students, university, education, Karabük.

1. GİRİŞ

Dünyada her alanda olduğu gibi eğitim alanında da gelişmeler teknoloji ile beraber hızlı şekilde yenilenerek yapılandığı görülmektedir. Bu durumla birlikte artık öğrencilerin kendi ülkeleri dışında başka bir ülkede eğitim görebilme fırsatları artmaktadır. Her geçen yıl ülke bazında yabancı uyruklu öğrenci sayılarında artış olduğu görülmektedir. Öğrenci dolaşimleri; üniversitelerde eğitim kalitesini ve çeşitliliğini arttırarak şekillenmesine öncülük etmektedir. Çünkü üniversiteler artık ulusal imajın yanı sıra uluslararası imajına da dikkat etmek durumundadırlar. Ülkeler arasındaki öğrenci dolaşimleri dünyada ülke eğitimlerinin tanınmasına uluslararası diplomalar sayesinde farklı ülkelerde iş imkanı bulabilmelerine bunların yanı sıra ülke ekonomileri içinde bir kazanç olduğu görülmekte ve ilgili üniversitelerin nitelik ve nicelik olarak göstergelerini arttırdığı görülmektedir.

Üniversitelerin imajına etki edecek olan yabancı uyruklu öğrencilerin yaşam kalitelerinde yapılacak iyileştirmelerden önce mevcut yaşam durumlarının analiz edilmesi gerekmektedir. Yapılan bu analizler sonucunda elde edilen veriler ile hem mevcut öğrencilerin durumlarında iyileştirmeler yapılmasına hem de gelecek yabancı uyruklu öğrenci adaylarına rehberlik edecektir (Özkan, G. ve Acar

Güvendir, M., 2015: 177). Bunun yanı sıra; uluslararası öğrenciler ile ulusal öğrenciler arasında fırsat eşitliliği / eşitsizliği ortaya çıkmaktadır. Ayrıca her yıl uluslararası öğrenci sayılarının ciddi oranda artması sonucu üniversitelerin bu durumlarla sorunsuz şekilde başa çıkabilmeleri gerekmektedir. Üniversitelerin hem her iki öğrenci profiline adil şekilde davranmaları hem de eğitim kalitesini düşürmemeleri önemli bir konudur. Unutulmaması gereken bir konuda bunları sağlarken üniversite personellerinin performansları ile memnuniyetlerinin düşürülmeden işlerin yürütülmesi, yönetilmesi ve denetiminin yapılması gerektiği görülmektedir.

“Üniversitelerin uluslararası öğrencilere bakış açıları kelime bazında da değişim göstermiş ve “yabancı öğrenci” tanımı “uluslararası öğrenci” olarak değişmiştir. Farklı uluslara mensup öğrencilerin konumunun “yabancı” kelimesinin taşıdığı “öteki, diğer” anlamlarına karşın, bu öğrencilerin üniversitenin “uluslararası” kimliğine yaptığı katkı ön plana çıkarılmaya başlanmıştır” (Özkan, G. ve Acar Güvendir, M., 2015: 176-177).

Öğrenciler için başka bir ülkede okumanın her ne kadar güzel yönleri olsa da ilk zamanlarda atlatılması gereken çeşitli psikolojik problemlerle karşılaşacakları gerçeği de bulunmaktadır. Öğrenciler üniversite eğitimi ile yeni bir kültüre uyum sağlamak zorundadırlar. Öğrencilerin adapte olmak zorunda kaldıkları yeni kültür ile kişisel kimliklerini, değer çatışmalarını, akademik başarılarını ve iş bulma amaçlarını bütünleştirmeleri konusunda sıkıntılar yaşanıldığı görülmektedir. (Arthur & Flynn, 2011: 224). Bunun sonucunda kendi kültüründen çok farklı bir ülkeye giden öğrenciler kültür şoku ile karşılaşmaktadır.

Kültür şokunun temelinde, insanların buldukları yabancı ortamlar strese sebep olarak, çeşitli duygusal ve zihinsel problemler meydana geldiğini gösteren farklı çalışmalar vardır. Değişimin hızlı olması sonucunda, insanların zevk aldıkları durumların zihinsel, fiziksel, ruhsal ve duygusal ihtiyaçların değişkenliği ile tespit edilmesi güçleşmektedir. Devam etmesi halinde sosyalleşme problemi, endişe, duygusuzluk ve davranış bozuklukları gibi gelişimi olumsuz yönde etkileyecek durumlar ortaya çıkmaktadır (Güçlü, 1996: 103).

Yabancı uyruklu öğrenciler ile ilgili yapılan literatürdeki çalışmalardan bazıları şunlardır: Çoşkunserçe (2014); Eskişehir’de lisans ve lisansüstü düzeyde öğrenim gören uluslararası öğrencilere uygulanan çalışmada Türk kültürüne ve çevreye uyum sürecine katkı sağlayacak çevrimiçi sistemin geliştirilmesi incelenmiştir. Seymen (2014); Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi’nde eğitim gören ileri düzey yabancı uyruklu öğrencilere uygulanan çalışmada öğrencilerin dil ile ilgili karşılaştıkları durumlar saptanmıştır. Çelik (2013); Trakya Üniversitesi’nde eğitim gören yabancı uyruklu öğrencilere uygulanan çalışmada öğrencilerin uyum, ekonomik, barınma ve ulaşım sorunları incelenmiştir. Özçetin (2013); Bursa ilinde çeşitli üniversitelerde ve bölümlerde eğitim gören yabancı uyruklu öğrencilere uygulanan çalışmada öğrencilerin yurt yaşantısı, Türkçe konuşma, kültürel farklılıklardan dolayı yaşanan sorunlar incelenmiştir. Kılıçlar vd. (2012); Türkiye’deki üniversitelerin Turizm bölümündeki Türk Dünyasından gelen

öğrencilere uygulanan çalışmada yaşadıkları uyum sorunlarının akademik başarılarına etkisi araştırılmıştır. Arthur & Flynn (2011) Kanada'da eğitim gören yabancı uyruklu öğrencilere uygulanan çalışmada kariyer geliştirmeleri üzerine bir araştırma yapılmıştır. Kiroğlu vd. (2010); Türkiye'de eğitim gören yabancı uyruklu lisans öğrencilerine uygulanan çalışmada sosyo-kültürel ve ekonomik sorunları incelenmiştir. Bektaş, vd. (2009); Amerika'da eğitim gören Türk öğrencilerine uygulanan çalışmada psikolojik adaptasyonları incelenmiştir. Karaoğlu (2007); Gazi Üniversitesi ve Ankara Üniversitesi TÖMER de öğrenim gören yabancı uyruklu öğrencilere uygulanan çalışmada demografik, sosyo-kültürel ve ekonomik durumları ile uyum davranışları ve kişilerarası iletişimlerini etkileyen faktörler belirlenmiştir. Annaberdiyev (2006); Ege Üniversitesi ve Dokuz Eylül Üniversitesinde eğitim gören yabancı uyruklu ve Türk öğrencilerine uygulanan çalışmada öğrencilerin psikolojik yardım arama ihtiyacı, davranışı, uyum süreçleri ve çeşitli değişkenler arasından karşılaştırılmalar yapılmıştır.

2. Çalışmanın Metodolojisi

2.1. Çalışmanın Amacı ve Katkısı

Çalışmanın amacı, Karabük Üniversitesi'nde eğitim gören farklı fakültelerdeki ve sınıflardaki yabancı uyruklu öğrencilerin demografik ve sosyo-ekonomik özelliklerini ve Türkiye'de bir devlet üniversitesi ve Karabük Üniversitesi'ni neden seçtiklerini tespit etmektir. Bu amaçla gerçekleştirilecek bir çalışmanın, hem mevcut durumu iyileştirmeye yönelik hem de gelecekte eğitim almak için Türkiye'yi ve Karabük Üniversitesi'ni seçecek yabancı uyruklu öğrenciler hakkında gerekli verilerin rehberlik edeceği düşünülmektedir.

2.2. Evren ve Örneklem

Çalışmanın evreni Karabük Üniversitesi'nde lisans seviyesinde bulunan farklı fakülte ve sınıflardaki yabancı uyruklu öğrencilerden oluşturmaktadır. Karabük Üniversitesi Öğrenci İşleri Daire Başkanlığı'ndan alınan bilgiye göre; Karabük Üniversitesi'nde 2015-2016 Eğitim-Öğretim yılı içerisinde 808 yabancı uyruklu aktif öğrenci eğitim görmektedir. Bu çerçevede hazırlanan anket formu 213 öğrenciye uygulanmıştır.

2.3. Veri Toplama ve Analiz Yöntemi

Veri toplamak için anket yöntemi uygulanmıştır. Uygulanan anketler, incelenen çalışmalar sonucu demografik ve sosyo-ekonomik durumları tespit etmeye yönelik çeşitli soru formatlarından oluşturulmuştur. Anket formları tesadüfi örneklem şeklinde öğrenciler seçilerek birebir görüşme sağlanarak Ocak-Şubat 2016 tarihlerinde doldurulmuştur. Elde edilen verilere frekans analizi uygulanmıştır.

3. Bulgular

Bulgular çerçevesinde katılımcıların demografik özelliklerine, sosyo-ekonomik özelliklerine, Türkiye'yi ve Karabük Üniversitesi'ni tercih etme nedenlerine ilişkin bulgular ve görüşlere yer verilmektedir.

3.1. Yabancı Uyruklu Öğrencilerin Demografik Özellikleri

Araştırmaya katılan yabancı uyruklu öğrencilere ilişkin cinsiyet, yaş ve geldiği ülke değişkenlerine göre dağılım Tablo 1'de sunulmaktadır.

Tablo 1. Katılımcıların Demografik Özellikleri

Değişken	Kategori	N	%
Cinsiyet	Kadın	51	24
	Erkek	162	76
Yaş	18-20 arası	118	55
	21-23 arası	77	36
	24 ve üzeri	18	9
Ülke	Azerbaycan	18	9
	Kırgızistan	10	5
	S. Arabistan	18	9
	Suriye	97	46
	Irak	7	3
	Kenya	9	4
	Yemen	6	3
	BAE	5	2
	Kuveyt	5	2
	Fas	5	2
	Diğer	33	16
TOPLAM		213	100

Tablo 1'de görüldüğü üzere; demografik özelliklere ilişkin bulgulara göre katılımcıların %24'ünü kadınlar, %76'sını erkekler oluşturmaktadır.

Yaş dağılımı açısından bakıldığında katılımcıların 18-20 yaş aralığını %55'ini, 21-23 yaş aralığını %36'sını ve 24 ve üzeri yaş aralığını %9'unu

oluşturmaktadır. Yaş verilerinden görüldüğü üzere 18-20 yaş aralığı çoğunluğu oluşturmaktadır.

Katılımcıların %46'sını Suriyeli, %9'unu Azerbaycanlı ve %9'unu Suudi Arabistanlı öğrenciler oluşturmaktadırlar. Katılımcıların çoğunluğunu Suriyeli öğrenciler oluştururken, diğer grubunda bulunan Ürdün, Mısır, Özbekistan, Türkmenistan, Malezya, Bangladeş, Kuzey Afrika, Gürcistan, Pakistan, Güney Afrika, Çad, Zambiya, Rusya, Bulgaristan, Kazakistan, Japonya, Malavi ve Sudan ülkelerinde ise katılımcıların oranları %1 ile %2 arasında değişmektedir. Çalışma 28 farklı ülkeden öğrencilerin katılımı ile gerçekleştirilmiştir.

3.2. Yabancı Uyruklu Öğrencilerin Sosyo-Ekonomik Özellikleri

Araştırmaya katılan yabancı uyruklu öğrencilerin sosyo-ekonomik özellikleri çerçevesinde elde edilen bulgular Tablo 2'de sunulmaktadır.

Tablo 2. Katılımcıların Sosyo-Ekonomik Özellikleri

Değişken	Kategori	N	%
Kardeş Sayısı	Yok	8	4
	1-3 arası	75	35
	4 ve üzeri	130	61
Anne Çalışma Durumu	Çalışıyor	42	20
	Çalışmıyor	171	80
Baba Çalışma Durumu	Çalışıyor	151	71
	Çalışmıyor	62	29
İkametgah Durumu	Ev	74	35
	Özel Yurt	132	62
	Devlet Yurdu	7	3
Geçim Kaynağı	Burs alıyorum	16	8
	Çalışıyorum	16	8
	Ailem gönderiyor	172	81
	Diğer	9	4
Arkadaşlık Durumu	Aynı Ülkeden	102	48
	Türkiye	49	23
	Farklı Ülkeden	36	17
	Cevaplamayan	26	12
Türkçe Konuşma Durumu	Biliyor	182	85
	Bilmiyor	31	15
İngilizce Konuşma Durumu	Biliyor	169	79

	Bilmiyor	44	21
Fransızca Konuşma Durumu	Biliyor	26	12
	<i>Bilmiyor</i>	<i>187</i>	<i>88</i>
Diğer Yabancı Dil Bilgisi	Biliyor	33	16
	<i>Bilmiyor</i>	<i>180</i>	<i>85</i>
TOPLAM		213	100

Tablo 2’de görüldüğü üzere; sosyo-ekonomik özelliklere ilişkin bulgulara göre katılımcıların %4’ünün kardeşinin olmadığı, %35’inin 1-3 arası kardeşi, %61’inin 4 ve üzeri kardeşe sahip oldukları görülmektedir.

Ebeveynlerin çalışma durumu incelendiğinde; katılımcıların %20’sinin annesi, %71’inin ise babaları çalışırken; %80’inin annesi, %29’unun babası ise çalışmamaktadır.

Katılımcıların Karabük şehrinde konakladıkları yerler incelendiğinde; %35’inin evde, %62’inin özel yurtlarda, %7’sinin devlet yurtlarında kaldıkları görülmektedir.

Katılımcıların geçim kaynakları olarak; %8’inin burs aldığı, %8’inin çalıştığı, %81’nin ailesinin gönderdiği görülmekte; %4’ünü ise diğer seçeneği oluşturmaktadır.

Sosyalleşme boyutu olarak arkadaşlıklar incelendiğinde; katılımcıların arkadaşlarının yoğunluğu %48’inin kendi ülkesinden, %23’ünün Türkiye’den, %17’sinin farklı ülkelerden olmakta; %12’si ise cevap vermediği görülmektedir.

Dil bilme durumlarına ilişkin bulgulara göre; katılımcıların %85’inin Türkçe, %79’unun İngilizce, %12’sinin Fransızca ve %16’sının kendi dili dışında diğer yabancı dilleri bilen öğrencilerden oluşmaktadır.

3.3. Yabancı Uyruklu Öğrencilerin Türkiye’yi Tercih Nedenlerine ve Türkiye ile İlgili Görüşlerine İlişkin Bulgular

Araştırmaya katılan yabancı uyruklu öğrencilerin, eğitim almak için Türkiye’yi tercih etme nedenlerine ve Türkiye ile ilgili görüşlerine ilişkin bulgular Tablo 3’de sunulmaktadır.

Tablo 3. Katılımcıların Türkiye’yi Tercih Nedenleri ve Türkiye ile İlgili Görüşleri

<i>Değişken</i>	<i>Kategori</i>	<i>N</i>	<i>%</i>
Başka ülkelerde bulunma durumu	<i>Evet</i>	<i>124</i>	<i>58</i>
	Hayır	89	42
Türkiye’de bulunma süresi	<i>1 yıldan az</i>	<i>103</i>	<i>48</i>

	1-2 yıl arası	67	32
	3 yıl ve fazla	43	20
Mezuniyetten sonra Türkiye’de eğitime devam etme isteği	<i>Evet</i>	160	75
	Hayır	53	25
Mezuniyetten sonra Türkiye’de yaşama isteği	<i>Evet</i>	139	65
	Hayır	74	35
Türkiye’de yaşamak istediği şehir	Karabük	16	8
	<i>İstanbul</i>	71	33
	Ankara	24	11
	Cevaplamayanlar	76	36
	Diğer	26	22
Türkiye’de okumayı önerme durumu	<i>Evet</i>	170	80
	Hayır	43	20
Türkiye’de yaşamayı önerme durumu	<i>Evet</i>	194	91
	Hayır	19	9
Türkiye’yi tercih nedeni	<i>Eğitim almak</i>	55	26
	İslam ülkesi olması	21	10
	Akrabasının olması	15	7
	Ülkede savaş olması	12	6
	Eğitim kalitesi	20	9
	Ülkesine yakın olması	16	8
	Hayali olması	9	4
	<i>Gelişmiş ülke olması</i>	32	15
	Ucuz ülke olması	3	1
	Kültür yakınlığı	19	9
	Sebep yok	11	5
TOPLAM		213	100

Tablo 3’te görüldüğü üzere; katılımcıların Türkiye dışında başka ülkelere gidip gitmemeleri ifadesine %58’inin evet, %42’sinin ise hayır yanıtını verdikleri görülmektedir.

Katılımcıların Türkiye’de bulunma süreleri olarak %48’inin 1 yıldan az, %32’sinin 1-2 yıl arası, %20’sinin 3 yıl ve fazla olduğu görülmektedir.

Katılımcıların mezun olduktan sonra Türkiye’de eğitime devam etme istekleri incelendiğinde %75’inin devam etmek istediği, %25’inin ise devam etmek istemediği görülmektedir. Katılımcıların %65’inin mezun olduktan sonra Türkiye’de yaşamak istediği, %35’inin ise yaşamak istemediği görülmektedir.

Katılımcıların Türkiye’de yaşamak istediği şehirler olarak; %8’inin Karabük’te, %33’ünün İstanbul’da, %11’inin Ankara’da, %22’sinin diğer şehirlerde yaşamak istediği görülmektedir. Diğer seçeneğinde; Gaziantep, Mersin, Konya, Adana, Eskişehir, Sakarya, Malatya, Bursa, Yalova, İzmir, Antalya, Isparta, Samsun ve Trabzon illeri bulunmaktadır. Cevaplamayanlar seçeneğini oluşturan %36 katılımcının mezun olduktan sonra Türkiye’de eğitime devam etme isteğine evet deyip bu soruyu boş bırakanlar ile hayır şeklinde cevap verip bu sorunun boş bırakılmasından oluşmaktadır.

Türkiye’de okumayı önerir misiniz ifadesine katılımcıların %80’inin evet, %20’sinin ise hayır dediği görülmektedir. Türkiye’de yaşamayı önerir misiniz ifadesine ise katılımcıların %91’inin evet, %9’unun ise hayır dediği görülmektedir.

Türkiye’yi seçme nedenleri incelendiğinde; katılımcıların %26’sının eğitim almak istemesi, %10’unun İslam ülkesi olması, %7’sinin akrabasının bulunması, %6’sının ülkesinde savaş olması, %9’unun eğitimi kaliteli bulması, %8’inin ülkesine yakın olması, %4’ünün hayalini gerçekleştirmesi, %15’inin gelişmiş bir ülke olması, %1’inin ucuz bir ülke olması, %9’unun yakın kültüre sahip olması ve %5’inin ise sebep göstermediği görülmektedir.

3.4. Yabancı Uyruklu Öğrencilerin Karabük Üniversitesi’ni Tercih Nedenlerine ve Görüşlerine İlişkin Bulgular

Araştırmaya katılan yabancı uyruklu öğrencilerin, eğitim almak için Karabük Üniversitesi’ni tercih etme nedenlerine ve Karabük Üniversitesi ile ilgili görüşlerine ilişkin bulgular Tablo 4’de sunulmaktadır.

Tablo 4. Katılımcıların Karabük Üniversitesi’ni Tercih Nedenleri ve Görüşleri

<i>Değişken</i>	<i>Kategori</i>	<i>N</i>	<i>%</i>
KBÜ gelmeden önce Türkiye’de bulunma	<i>Evet</i>	118	55
	<i>Hayır</i>	95	45
Türkiye’de bulunma KBÜ tercihteki etkisi	<i>Evet</i>	89	42
	<i>Hayır</i>	64	30
	<i>Cevaplamayanlar</i>	60	28
Karabük Üniversitesi’ni tercih nedeni	<i>Puanın yeterli olması</i>	79	37

	<i>Eğitim kalitesi</i>	50	24
	Şehrin küçük olması	10	5
	Akrabasının bulunması	25	12
	Eğitim dilinin İngilizce olması	23	11
	Sebep yok	15	7
	Diğer	11	5
Okunan bölümü tercih nedeni	Meslek sahibi olmak	76	36
	Aile istediği için	25	12
	<i>Alana ilgisi olduğu için</i>	107	50
	Diğer	5	2
KBÜ haberdar olma şekli	Sosyal medya	93	44
	<i>Arkadaş ve akraba</i>	109	51
	Diğer	11	5
KBÜ'den beklenti durumu	Evet	165	78
	Hayır	48	23
Karabük'te en çok zorlanılan durum	Ulaşım	16	8
	<i>Pahalılık</i>	41	19
	Dil sorunu	33	16
	Konaklama	14	7
	Eğitim zorluğu	11	5
	Sosyal Yaşam	8	4
	Aile özlemi	6	3
	<i>Sorun yok</i>	53	25
	Diğer	31	15
TOPLAM		213	100

Tablo 4'te görüldüğü üzere, katılımcıların Karabük Üniversitesi'ne gelmeden önce Türkiye'de bulunma ifadesine %55'inin evet, %45'inin hayır yanıtını verdiği görülmektedir. Türkiye'de bulunma Karabük Üniversitesi'ni tercihte etkili oldu mu ifadesine %42'sinin evet, % 30'unun hayır ve %28'inin ise cevaplamadığı görülmektedir. Cevaplamayanlar seçeneğini ise; Karabük

Üniversitesine gelmeden önce Türkiye’de bulundun mu ifadesine hayır diyenlerden oluşmaktadır.

Katılımcıların, %37’sinin puanının bölümüne yeterli olması, %24’ünün eğitim kalitesi, %5’inin şehrin küçük olması, %12’sinin akrabasının bulunması, %11’inin eğitim dilinin İngilizce olması, %7’sinin sebep yok, %5’inin diğer seçeneği yanıtlatığı görülmektedir. Diğer seçeneğinde ülkeler arası diploma denklik sistemine uygun olması, sadece lise diplomasının yeterli olması ve başkente yakın olması bulunmaktadır.

Katılımcılara sorulan okuduğunuz bölümü tercih nedeni nedir ifadesine; %36’sının meslek sahibi olmak için, %12’sinin ailesi istediği için, %50’sinin alana ilgisi olduğu için, %2’sinin diğer yanıtı verdiği görülmektedir.

Karabük Üniversitesi’ni nereden duyduklarına yönelik ifadeye katılımcıların %43’ünün sosyal medya, %51’inin arkadaş ve akraba, %5’inin ise diğer seçeneğini yanıtlatığı görülmektedir.

Karabük Üniversite’si beklentini karşıladı mı ifadesine katılımcıların %78’inin evet, %23’ünün hayır şeklinde yanıt verildiği görülmektedir.

Karabük iline ilk geldiklerinde en çok zorlandıkları konular olarak katılımcıların %8’inin ulaşım, %19’unun pahalılık, %16’sının dil sorunu, %7’sinin konaklama, %5’inin eğitimin zorluğu, %4’ünün sosyal yaşam, %3’ünün aile özlemi, %25’inin sorun yok, %15’inin diğer seçeneğini yanıtlatığı görülmektedir. Diğer seçeneğinde şehri beğenmemek, yemek ve iklim durumu oluşturmaktadır.

Sonuç ve Öneriler

Karabük Üniversitesi’nde farklı fakültelerde ve bölümlerde eğitim gören yabancı uyruklu öğrencilerin durumlarının tespit etmek amacıyla gerçekleştirilen bu çalışmayla öğrencilerin demografik ve sosyo-ekonomik özelliklerini ortaya koyarak Türkiye’de bir devlet üniversitesi Karabük Üniversitesi’ni ve Karabük ilini tercih etme nedenleri araştırılmıştır.

Belirtilen amaçla gerçekleştirilen bu çalışmanın, ülkemizdeki eğitim almayı düşünen yabancı uyruklu öğrencilere ve bu alanda çalışma yapacaklara araştırmacılara katkı sağlayacağı ve yol göstereceği düşünülmektedir. Çünkü yurtdışı üniversite eğitiminin hem eğitim alanında hem de ekonomide sağlıklı bir gelişme ve büyüme gösterecektir. Bu çerçevede, yabancı uyruklu öğrencilerin artan niceliklerinin yanı sıra niteliklerinin de artırılarak eğitim kalitesinin güncel tutulması ve mezun olana kadar takip edilmesi gerekmektedir. Üniversitelerin uluslararası imajlarında büyük rol oynayan yabancı uyruklu öğrencilerin eğitim süreçlerinde zihinlerinde olumsuz bir düşünceye mahal vermemeleri önemli bir konudur.

Demografik özelliklere ilişkin bulgulara göre katılımcıların çoğunu erkekler oluşturmaktadır. Bu durum; erkek öğrencilerin yurtdışında eğitim görmeye daha

istekli olduklarını ya da çevreleri tarafından teşvik edilip desteklendikleri göstermektedir.

Katılımcıların yaş verileri incelendiğinde; 18-20 yaş aralığı çoğunluğu oluşturmaktadır. Bu veriler ise; yıllar bazında yabancı uyruklu öğrenci sayılarında artışın olduğunu ve bu artışların da devam edeceğine işaret etmektedir.

Bu çalışma 28 farklı ülkeden öğrencilerin katılımı ile gerçekleştirilmiştir. Katılımcıların yoğunluğu Suriyeli ve Türki Cumhuriyetlerden gelen öğrencilerden oluşmaktadır.

Sosyo-ekonomik özelliklere ilişkin bulgulara göre; katılımcıların çoğunluğunun 4 ve üzeri kardeşe sahip oldukları görülmektedir. Ebeveynlerin çalışma durumu incelendiğinde; ebeveynler arasında çalışma oranındaki farklılığın kültür, ülke ekonomisi, iş fırsatları ya da kardeş sayısındaki çokluk diye yorumlanmaktadır.

Katılımcıların Karabük şehrinde konakladıkları yerler incelendiğinde; öğrencilerin yarısından fazlasının özel yurtlarda kaldıkları görülmektedir. Yabancı uyruklu öğrenciler ile görüşüldüğünde dile getirdikleri önemli konulardan biri ise konaklama sorunuydu. Bu öğrenciler devlet yurdunda konaklama haklarının düşük oranda olduğunu, geçimde zaten zorlanırken özel yurtlarda kalarak bütçelerinin çoğunu pahalı olan özel yurtlara ayırmak zorunda kaldıklarını dile getirmektedirler.

Yabancı uyruklu öğrencilerde de görüldüğü üzere çoğu öğrencinin geçim kaynağı aileleri tarafından sağlanmaktadır. Çalışmak isteyen öğrencilerin iş imkanları bulamamaları, öğrenci oldukları için tercih edilmemeleri ya da az para ile çok fazla çalıştırılmaları ile karşılaşmaktadırlar. Bu etkenler ise hem ülkenin hem de üniversitenin bulunduğu şehrin, şehir halkının, iş sahiplerinin öğrencilere bakışlarının değiştirilmesi gerekliliği hususunda önemli bir konu olduğu görülmektedir.

Sosyalleşme boyutu olarak arkadaşlıklar incelendiğinde; katılımcıların arkadaşlarının yoğunluğu kendi ülkesinden olduğu görülmektedir. Cevap vermeyen öğrenciler sayısı da fazladır. Burada cevap verilmeme sebebi olarak, ciddi anlamda arkadaş olmadığı, gününün okul, ders, yurt ile geçirdiği düşünülmektedir.

Dil bilme durumlarına ilişkin bulgulara göre; katılımcıların çoğunluğu Türkçe ve İngilizce dillerini bilmektedir. Üniversitenin yabancı uyruklu öğrencilere sağladığı Türkçe Öğretimi Araştırma ve Uygulama Merkezi (TÖMER) sayesinde bölümleri Türkçe olan öğrencilerin bir yıl süre ile Türkçe eğitimi alma fırsatları bulunmaktadır. Türki Cumhuriyetlerinden ve Suriye'den gelen öğrencilerin Türkçe konuşmada sıkıntı çekmedikleri görülmektedir.

Katılımcıların Türkiye'yi tercih nedenleri ve Türkiye ile ilgili görüşleri incelendiğinde; katılımcıların yarısından fazlasının Türkiye dışında başka ülkelere de gittikleri görülmektedir. Bu durum öğrencilerin çoğunun Türkiye'ye gelmeden başka ülkeleri görerek fikir sahibi olduklarını ve kıyaslama yapma imkanları olduğunu göstermektedir.

Katılımcıların Türkiye’de bulunma süreleri incelendiğinde; katılımcıların Türkiye’de bulunma sürelerinin bir yıldan az olmasındaki çokluğun nedeni son yıllarda yurtdışı eğitimlerin popüler olmasından kaynaklanmaktadır.

Katılımcıların mezun olduktan sonra Türkiye’de eğitime devam etme istekleri incelendiğinde büyük çoğunluğun eğitime devam etmek istediği aynı şekilde Türkiye’de yaşamak istediği görülmektedir. Katılımcıların eğitim sonrası iş imkanları bulabilmeleri durumunda ülkede yaşamayı istekli oldukları düşünülmektedir.

Türkiye’de okumayı önerir misiniz ve Türkiye’de yaşamayı önerir misiniz ifadelerine katılımcıların tamamına yakını evet cevabı vermiştir fakat Türkiye’de okumaktan ziyade yaşamaya daha olumlu ve sıcak baktıkları görülmektedir.

Türkiye’yi seçme nedenleri eğitim almak istemesi, İslam ülkesi olması, akrabasının bulunması, ülkesinde savaş olması, eğitimi kaliteli bulması, ülkesine yakın olması, hayalini gerçekleştirme, gelişmiş bir ülke olması, ucuz bir ülke olması, yakın kültüre sahip olması olarak görülmektedir. Öğrencilerin gözünde Türkiye imaj olarak gelişmiş bir ülke ve bununla birlikte üniversite eğitimi alınabilecek bir ülke olarak gördükleri düşünülmektedir.

Katılımcıların Karabük Üniversitesi’ne gelmeden önce Türkiye’de bulunma ifadesine yarısından fazlasının evet cevabı verdiği görülmektedir. Türkiye’de bulunma Karabük Üniversitesi’ni tercihte etkili oldu mu ifadesine evet cevabı çoğunluktadır. Öğrencilerin Türkiye’de eğitimlerine başlamadan önce bulunmalarının, Türkiye’de eğitim görme niyetlerinde etkili olduğu görülmektedir.

Katılımcıların, Türkiye’yi seçme nedenleri incelendiğinde; puanının bölümüne yeterli olması, eğitim kalitesi, şehrin küçük olması, akrabasının bulunması, eğitim dilinin İngilizce olması, ülkeler arası diploma denklik sistemine uygun olması, sadece lise diplomasının yeterli olması ve başkente yakın olması bulunmaktadır. Katılımcıların Türkiye’de birçok üniversiteyi tercih ettiklerini, lakin puanlarının Karabük Üniversitesine yeterli oldukları görülmektedir.

Katılımcılara sorulan okuduğunuz bölümü tercih nedeni nedir ifadesine; katılımcıların yarısının okudukları bölüme ilgileri oldukları görülmektedir. Bu ise, öğrencilerin hem şehre, hem kültüre ve üniversite hayatına adapte olmalarında kolaylık sağlayacak bir faktör olarak düşünülmektedir.

Karabük Üniversitesi’ni nereden duyduklarına yönelik ifadeye katılımcıların çoğunluğunun tanıdık, akraba, arkadaş aracılığı ile Karabük Üniversitesi’nden haberdar oldukları görülmektedir.

Karabük Üniversite’si beklentini karşıladı mı ifadesine katılımcıların yüksek oranda Karabük Üniversitesi ile ilgili olumlu düşüncelere sahip oldukları, evet cevabını açar mısınız diye sorulduğunda; öğretmenlerin ilgili, yardımsever, çözüm odaklı olduklarını, gerekli materyallerin ve sınıfların donanımlı olduklarını, kampüs yerleşkesinin öğrencilerin motivasyonunu arttıracak bir düzene sahip olduğunu dile getirmektedirler.

Karabük iline ilk geldiklerinde katılımcıların en çok zorlandıkları konular genel olarak katılımcılar ulaşım, pahalılık, dil sorunu, konaklama, eğitimin zorluğu, sosyal yaşam, aile özlemi, şehri beğenmemek, yemek ve iklim durumu oluşturmaktadır. Çoğu öğrenci şehrinde olduğu gibi yaşam pahalılığının öne çıktığı görülürken, öğrencilerin her şeye rağmen memnun olduklarını ve sorun olmadığını belirtmektedirler.

Yabancı uyruklu öğrencilerin Türkiye'ye sosyal, kültürel ve ekonomik katkıları vardır. Türkiye'deki üniversitelerden mezun olan her öğrenci eğitimini tamamlayıp ülkesine döndüğünde ülkenin birer elçisi olacaktır. Türkiye'nin bu alandaki hedefi 2023 yılında 250 bin yabancı uyruklu öğrencinin eğitim görmesidir (<http://www.sabah.com.tr/yazarlar/gursoy/2016/05/04/uluslararası-ogrenci-pastasi-buyuyor>).

Çalışma kapsamında elde edilen bulgular genel olarak değerlendirildiğinde katılımcıların Türkiye'de bulunmalarından, Karabük Üniversitesi'nde okumalarından memnun oldukları, imkanları olur ise Türkiye'de yaşamak ve çalışmak istedikleri ve başkalarına da hem yaşamayı hem okumayı önerecekleri bulunmaktadır.

Öğrencilerle yapılan görüşmelerden elde edilen izlenimler doğrultusunda kültür, eğitim, akademik, sosyal gibi durumlarda uyum sağlamak ve problem çözmek için destek merkezlerine ihtiyaç bulunmaktadır. Özellikle uluslararası öğrencilerin niceliğine önem veren üniversitelerin bu konuda çok hassas davranarak çalışmalar yapması gerekmektedir. Eğitime yeni başlayan öğrenciler için oryantasyon çalışmaları yapılmalıdır. Unutulmamalıdır ki; üniversiteler insan işlemektedirler. İster ulusal ister uluslararası öğrenciler olsun önemli olan gençlerin zihnen, kalben ve değerlerinin farkındalığı ile bilinçli şekilde üniversitelerden mezun ederek önce insanlığa ve sonra ülkeye, dünyaya yararlı bir birey olmasına yardımcı olmak, yön olmak, ışık olmak ve rehber olmaktır. Dünya küreselleşirken teknoloji ilerlerken insanın da zihnen ve kalben gelişmesi ve büyümesi gerekmektedir ki bu düzen içinde varlığının hakkını vererek düşünen ve hisseden olarak yükselebilmesi mümkün olabilmektedir.

Kaynakça

Annaberdiyev, Didar (2006), Türkiye'de Eğitim Gören Türk Cumhuriyetleri ve Türk Üniversite Öğrencilerinin Psikolojik Yardım Arama Tutumları, Psikolojik İhtiyaçları ve Psikolojik Uyumlarının Bazı Değişkenler Açısından İncelenmesi, Yüksek Lisans Tezi, Ege Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İzmir.

Arthur, Nancy - Flynn, Sarah, Career development influences of international students who pursue permanent immigration to Canada, Int J Educ Vocat Guidance (2011) 11:221-237.

Bektaş, Yelda vd., Psychological Adaptation of Turkish Students at U.S. Campuses, Int J Adv Counselling, 2009, 31:130-143.

Çelik, İdris (2013), Türkiye’de Yükseköğrenim Gören Yabancı Uyruklu Öğrencilerin Sorunları, Yüksek Lisans Tezi, Trakya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Edirne.

Çoşkunserçe, Ozan (2014), Uluslararası Öğrencilerin Kültürel Uyum Sürecine Yönelik Bir Çevrimiçi Oryantasyon Uygulamasının Geliştirilmesi ve Etkililiğinin İncelenmesi, Doktora Tezi, Anadolu Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Eskişehir.

Güçlü, Nezahat (1996), Yabancı Öğrencilerin Uyum Problemleri, Hacettepe Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi, 12, 101-110.

Gürsoy, Sait (2016), “Uluslararası Öğrenci Pastası Büyüyor”, Sabah Gazetesi, <http://www.sabah.com.tr/yazarlar/gursoy/2016/05/04/uluslararasi-ogrenci-pastasi-buyuyor> (Erişim Tarihi: 8 Mayıs 2016).

Karaoğlu, Fatma (2007), Yabancı Uyruklu Öğrencilerde Uyma Davranışı: Tömer Örneği, Yüksek Lisans Tezi, Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.

Kılıçlar, Arzu vd., Türk Dünyasından Gelen Öğrencilerin Yaşadıkları Sorunların Akademik Başarılarına Etkisi: Turizm Öğrencileri Örneği, Bilig, 2012, s. 61, 157-172.

Kıroğlu, Kasım vd., Türkiye’de Öğrenim Gören Yabancı Uyruklu Lisans Öğrencilerinin Sosyo-Kültürel ve Ekonomik Sorunları, Mersin Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi, Cilt 6, Sayı 2, Aralık 2010, ss.26-39.

Özçetin, Seçkin (2013), Yükseköğrenim Gören Yabancı Uyruklu Öğrencilerin Sosyal Uyumlarını Etkileyen Etmenler, Yüksek Lisans Tezi, Hacettepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.

Gökhan Özkan – Meltem Acar Güvendir, Uluslararası öğrencilerin yaşam durumları: Kırklareli ve Trakya üniversiteleri Örneği, Abant İzzet Baysal Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi, 2015, 15(1), 174-190.

Seymen, Hatice (2014), İleri Düzey Yabancı Uyruklu Öğrencilerin Zorlandıkları Kültürel Dil Unsurlarının Tespiti ve Sınıflandırılması, Yüksek Lisans Tezi, Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Çanakkale.

**MODERN VE POSTMODERN DEĞERLERİN
YABANCILAŞMAYA ETKİSİ*****Öğr. Gör. Mahmut ŞAYLIKAY**

Kırıkkale Üniversitesi (mahmut210@gmail.com)

Doç. Dr. Adnan AKIN

Kırıkkale Üniversitesi (akin-adnan@hotmail.com)

Özet

Bilindiği üzere, yabancılaşma, kişinin kendi benliğinden, çevresinden ve sosyal yaşamdan uzaklaşarak bu kavramların etkisi altına girmek olarak tanımlanabilir. Bu yönüyle yabancılaşma, sendikalaşmaya hizmet etmesi açısından son derece önemlidir. Diğer taraftan modern ve post modern değerlerin sendikalaşmaya etkisi ise, bireyin belirli bir sendikayla özdeşleşmesi, sendikaya bağlılığı ve kendini adamasıdır. "Modernization and postmodernization: Cultural, economic and political change in 43 societies" adlı çalışmasıyla, Inglehart (1997), "Post modern Values in Seven Confucian Societies: Political Consequences of Changing World Views" adlı çalışmasıyla Wang(2007) ve "Alienation and freedom: The factory worker and his industry." adlı çalışmasıyla Blauner (1964) modern - post modern değerler ve yabancılaşma kavramlarına ilişkin literatüre katkı sağlamışlardır. Bu çalışmada, sendika üyesi işçilere yönelik söz konusu değişkenler arasındaki ilişki ve ilişkinin boyutu araştırılmaktadır. Çalışma sayesinde sendika üyelerinin sahip oldukları modern ve post modern değerlerinin sosyal yaşama etkileri ve yabancılaşma boyutlarına göstermiş olduğu tutum ve davranışlar ortaya koyularak sonuçları paylaşılmıştır. Bu bağlamda, çalışmanın temel amacı, sendika üyeleri temelinde, ilişki ve etkiler bakımından modern ve post modern değerlerin yabancılaşma ile ilişkisini ele alıp, sendika üyelerinin "yabancılaşma" davranışında bulunma algılarını yapılan araştırma bulgularıyla ortaya koymaktır. Araştırmada, birincil veri toplama yöntemlerinden yüz yüze anket yöntemi gerçekleştirilmiş ve modern-post modern değerler için, Inglehart'ın (1997),Fries ve arkadaşları (2007) ve Wang (2007) tarafından geliştirilen modernizm-post modernizm ölçeği kullanılmıştır. Yabancılaşma ölçeği olarak Blauner's (1964) tarafından uyarlanan ve Ölçer (2005) ile Abay (2004) tarafından kullanılan yabancılaşma ölçeği kullanılmıştır. Araştırma verileri, Kırıkkale ilinde faaliyetlerini sürdüren işçi sendikalarından elde edilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Modernizm, post modernizm, yabancılaşma

* Bu çalışma "1. Uluslararası Bilimsel Araştırmalar Konferansı - İnsan ve Toplum Bilimleri (IBAD-2016) sempozyumunda sözlü bildiri olarak sunulmuştur.

THE EFFECTS OF MODERN AND POSTMODERN VALUES ON ALIENATION

Abstract

As is known, alienation, one's own ego, to abandon the social life, own around and can be defined as coming under the influence of this concept. In this respect alienation is extremely important to syndication. On the other hand the effects of modern and post modern values are identification of the individual with a syndica, is the dedication and commitment to the syndica. Inglehart(1997) who studied Modernization and postmodernization: Cultural, economic, and political change in 43 societies”, Wang(2007) who studied “ post modern Values in Seven Confucian Societies: Political Consequences of Changing World Views” and Blauner (1964) who studied “ Alienation and freedom: The factory worker and his industry” contribute to the literature of the modern-post modern values and alienation relationship. In this study, it is investigated relationship and its size of between these variables on the acting as unionized workers. Through the study, the attitude they showed against modern- post modern values and alienation factors faced by unionized workers with demonstrated behaviors and results are shared. In this context, the main objective of the study, on the basis of unionized workers, relationships, and taking from perspective of effect on the relationship with the alienation, modern – post modern values and the institutions they work for unionized workers " Alienation" is to reveal the presence perceptions of the behavior of the research findings. In the study, face-to-face survey were performed from the primary data collection methods and modern-post modern values scale developed by Inglehart (1997), Fries et al (2007) and Wang (2007) is used for the modern-post modern scale. Alienation scale was used which is adapted by Blauner’s (1964) and used by Ölçer(2005) Abay (2004) as alienation scale. The research data were obtained from trade union in Kırkkale.

Key words: Modernism, postmodernism, alienation

1.GİRİŞ

Tolan (1981:3), insanın kendi benliğinden, ürününden, doğal ve toplumsal çevresinden ayrılarak onların egemenliği altına girmesi şeklinde tanımlanabilecek yabancılaşma kavramı, aynı zamanda, insanı makineleştiren, metalaştıran ve sonunda köleleştiren rasyonalist ve teknokratik bir uygarlık biçimine karşı oluşan başkaldırının bir simgesi haline gelmiş bulunmaktadır. Yabancılaşma, hem sosyolojik, hem psikolojik, hem siyasal, hem de felsefi bir anlam taşımakta olduğunu ifade etmektedir.

Dean (1961), çalışmasında yabancılaşmanın güçsüzlük, izolasyon ve kuralsızlık boyutları arasında pozitif ve anlamlı ilişkiler olduğunu ortaya koymuştur. Hirschfeld, R. ve Feild, H. (2000), yabancılaşmayı çalışmaya karşı ilgi göstermemek ve duyarsız kalmak olarak ifade etmişlerdir. Patrick, A. (1984), yabancılaşmayı iş üzerinde algılanandan daha az özgürlük ve kontrol sahibi olmak şeklinde tanımlamıştır. Cheung, C.K. (2005). Çalışmasında işletmelerde daha iyi ve etkili çalışma koşulları oluşturmak için yeniden yapılandırma çalışmaları ile maksimum performans için iş değişikliği ve çeşitlendirmesi çalışmaları yapmak,

yabancılaşmayı azaltan bir durum olarak ortaya çıktığını savunmuştur. Halaçoğlu, (2008)'e göre, sanayi toplumlarında yabancılaşma düzeyi arttıkça işletme yöneticilerinin bu konuya daha fazla eğilmeleri ve özen göstermeleri gerekmektedir. İş hayatında yabancılaşma durumu belirlendikten sonra, önceden belirlenmiş stratejiler hayata geçirilmeli, yabancılaşmayı engelleyecek iş genişletme, iş değiştirme, iş zenginleştirme gibi çalışma yaşamının kalitesini arttıracak önlemler alınmalıdır.

Bu çalışma, modern ve post modern değerler ile yabancılaşma arasındaki ilişkiyi ve varsa bu ilişkinin derecesini demografik ölçekler çerçevesinde ortaya koymaya yönelik yapılan bir çalışmadır. Literatürde her iki değişken arasındaki ilişkiyi birlikte inceleyen bir çalışmaya rastlanmamıştır.

2.KAVRAMSAL ÇERÇEVE

2.1. Modern ve Post modern Değerler

Modernizm ve Post modernizmin Gözlemsel Bazı Özellikleri

Modernizm/Modernlik	Postmodernizm/Postmodernlik
Hiyerarşi, düzen, merkezi kontrol	Anarşi, düzenin yıkılması, merkezi kontrolün kalkması
Makro politika (millet-devlet, parti)	Mikro politika, kurumsal güç çatışmaları, kimlik politikalar
Milli kimliğin ve kültürün söylemi; kültürel ve etnik orijinler miti	Yerel söylemler, büyük söylemlerin ironik yıkımı; orijine ait mitoslarının aksi
Bilim ve teknoloji vasıtasıyla büyük ilerleme söylemi	İlerlemeye şüpheyle bakmak, teknoloji karşıtlığı reaksiyonlar, yeniçağ dinleri
Temsilcilerin ve medyanın önündeki "gerçeğe" inanç, "orijinalin" içtenliği	Aşırı realite, imaj doygunluğu, taklidin gerçek olandan daha güçlü olması, gerçekte var olmayan şeylerin sunulması ve bunların var olanlardan daha güçlü olması
Bilgide uzmanlaşma, her şeyi kapsama	Kılavuzluk, bilgi yönetimi, ihtiyaç kadar bilgi, Web, İnternet
Kitle kültürü, kitle tüketimi	Kültürün kitlesel olmaması, küçük pazarlar, az üretim
Medya yayını	Hiper medya, çok sayıda küçük medya
Merkezileşmiş bilgi	Dağıtılmış, yayılmış bilgi
Alt ve üst kültür ayrımı; üst (resmi) kültürün normatif ve otoriterliğinde	Alt popüler kültür tarafından üst kültür egemenliğini paylaşımı; popüler ve üst

anlaşma	kültürün karışımı; pop kültürünün değer kazanması
Sanat: sanatçı tarafından meydana getirilen orijinal bir objedir	Sanat: dinleyiciler ve alt kültürler tarafından meydana getirilen kültürün yeniden işlenmesi
Genel sınırlar ve bütünlük hissi	Melezlik, kültürlerin yeniden birbirlerine bağlanması
Niyet ve gayede ciddiyet	Oyun, ironi, resmiyete ve ciddiyete tepki
Birleşmişlik duygusu, benliğin merkez olması; “ferdiyetçilik”, entegre kimlik	Bölünmüşlük duygusu ve benliğin merkez olmaması, çoklu ve çatışmacı kimlikler
Organik ve inorganik arasındaki açık farklılık, insan ve makine.	Organik ve inorganik Siborg karışımı; insan-makine-elektronik
Cinsel farklılığa göre şekillenmiş güç düzeni, tek cinsiyetler	Çift cinsiyetlilik,
Determinizm	İndeterminizm
Dünyanın anlatıcısı olarak kitap, yazılı bilgi sistemi olarak kütüphane	Yazılı medyanın fiziki sınırlarının aşılması olarak yüksek-medya,
Makine	Bilgi
Nesne (object)	Özne (subject)
Gerçeklik; Gerçek (realite)	Fiziki olarak olmasa da fiilen var olma (virtual); Hayal
Maddi olan	Manevi olan
Çekicilik	İtıcilik
Kural	Anarşi
Mekân	Mekânsızlık; Zaman
Ev	Anakent (metropol)

Kaynak: Halis, M. (2011) “Pre-Modernden Postmodern’e Örgütsel Evrim” REFORMA, vol. 3, no. 51

Yönetim Prensipleri Açısından Modern-Post modern Karşılaştırması

	MODERN	POSTMODERN
Planlama	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kısa Dönem kar hedefleri 2. Seri üretim 3. Çalışanlar maliyettir 4. Dikey planlama 5. Yukarıdan aşağıya odaklanır 6. Planlama düzendir 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Uzun dönem kar hedefleri 2. Esnek üretim 3. Çalışanlar yatırımdır 4. Yatay planlama 5. İç ve dış müşteriye odaklanma 6. Planlama bozukluk ve karışıklığa yol açar
Örgütlenme	<ol style="list-style-type: none"> 1. Her çalışana bir iş (vasıfsız rutin işler) 2. Çalışan-yönetici çatışması 3. Departmanlara ayırım 4. Dikey yapı iyidir 5. Homojenlik güçtür 6. Söz hakkı üstlerindir & farklı seslere katlanılır 7. Uzmanlaşma, biçimselleştirme, rutinleştirme, parçalanma ve işbölümü verimliliği artırır 	<ol style="list-style-type: none"> 1. İş takımları, çoklu-becerili çalışanlar 2. Çalışan-yönetici işbirliği 3. Geçirgen sınırlara sahip esnek sistem 4. Yatay yapı iyidir 5. Farklılık güçtür. 6. Çoksesselik ve farklılık bir değerdir. 7. Uzmanlaşma, biçimselleştirme, rutinleştirme, parçalanma ve işbölümü verimliliği azaltır
Etkileme	<ol style="list-style-type: none"> 1. Otorite üst yönetimce verilir (formel) 2. Dışsal ödül ve ceza 3. Her yerde denetim mekanizması 4. Kadınlara erkeklerin % 68i ödenir, azınlıklara daha az 5. Söylemi beyaz erkek tarzlıdır. 6. Bireysel teşvikler 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Otorite takım tarafından lidere verilir. 2. İçsel, güçlendirilmiş, sahiplenilmiş iş süreci 3. Kişiler kendi kendilerini disipline ederler 4. Kadınlar ve azınlıklar da eşit muamele 5. Çok sesselik, çoklu mantık 6. Takım ruhu

Yineleme	<ol style="list-style-type: none"> 1. Teori X veya Y 2. Çok katmanlı, çok kurallı, merkezleşmiş 3. Patron (yönetim) odaklı 4. Kariyer yolu beyaz erkeklere açıktır. 5. Çalışanlara ne yapılacağını söyler 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Teori S (Hizmet eden lider) 2. Az katmanlı, yaygın, merkezleşmemiş 3. İnsan (çalışan, müşteri odaklı) 4. Kadın ve azınlıklar için de eşit kariyer olanakları 5. Vizyoner (Yön gösterici)
Kontrol	<ol style="list-style-type: none"> 1. Merkezi kontrol 2. En sonunda denetim 3. Mikro gözetim 4. Kırmızı bant 5. Bilgi depolama 6. Piramidin üstündekileri eğit 7. Sonuç kriterlerini ölç. 8. Bilgi sırdır. 9. Korkuya dayalı kontrol 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Dağıtılmış kontrol 2. Kalite kontrol herkesin işi 3. İki taraflı kontrol 4. Otokontrol, bağlılık 5. Bilgi paylaşımı 6. Çalışanları eğit 7. Süreç kriterlerini ölç 8. Herkese bilgi verilir 9. Kendini kontrol

2.2. Yabancılaşma

“Yabancılaşma; makinenin, insanın insaniliğine müdahale etmesi sonucunda ortaya çıkan ve insani yaratıcılığı yok ederek, insanın kendisine, diğer insanlara ve çevresine karşı duyarlılığını yitirmesine yol açan bir süreçtir. Bu durumu teşvik ederek, insanın yabancılaşmasının boyutlarını artıran şey ise; tüketmek için var olmak, var olmak için tüketmektir” ifadesi ile insan olmanın gereği olan ihtiyaçlarını karşılarken üretici özelliğinin daraltılarak daha çok tüketme durumunun ön plana çıktığını ifade edilmektedir (Şeriati,1992:247). Diğer taraftan, Cangızbay (1989:133) beşeri bir varlık olarak insanı, O insan ve içsel olarak sahip olduğu özelliklerin temelinde bulunan bir şeylerin yitimi, davranışları ve akıl yürütmesi üzerindeki egemenliğinin yitilmesi olarak ele almaktadır. Bir diğer değerlendirmeye göre (Çetin vd. 2009) ise bireyin sosyo-kültürel ve doğal çevresine uyumunun azalması, çevresi üzerinde denetimini kaybetmesi ve giderek çaresiz kalarak yalnızlaşması, yabancılaşma olarak ifade edilmektedir.

2.3. Yabancılaşma Boyutları

2.3.1. Anlamsızlaşma

Sanayileşmenin başlangıcından itibaren her işletme de söz konusu olabilen ve toplumsal yapıya da bulaşan çalışma huzursuzlukları, çoğu zaman yoğunluk

kazanmış, fakat ihtiyaçların tatmini oranında bu huzursuzluklar minimuma indirgenmeye çalışılmış, özellikle refah dönemlerinde işçi-işveren ilişkisinde barışçıl ve işbirlikçi ilişkiler meydana getirmiştir. Ancak insan ihtiyaçlarının sosyo-ekonomik yasamdaki değişimler doğrultusunda farklılık arz etmesi, tatminsizliklerin daha değişik türde ve boyutlarda devam etmesine neden olmuştur. Bundan dolayı, işletmelerde mükemmel bir uyum sağlanması mümkün olmamış ve bunun sonucu olarak da hem işyeri barışını hem de sosyal refahı tehdit eden, işe devamsızlıklar, işe geç gelmeler, iş değiştirmeler, şikâyetler, moral bozuklukları, grevler, iş yavaşlatmalar gibi davranışlar sanayinin ayrılmaz bir parçası olarak günümüze kadar sürmüştür (Bingöl,1990:179). Öte yandan, işgörenlerde anlamsızlık, örgüt içindeki bireyin davranışlarının nedenlerini ve sonuçlarını yorumlayan ya da yargıda bulunmasını sağlayan mutlak bir düşünce sisteminin noksanlığı şeklinde tanımlanmaktadır (Türkdoğan, 1985:59).

2.3.2.Kendine Yabancılaşma

Akgün (1999)'e göre, bireyin var olan durumunun, toplumsal şartların uygunluğu halinde daha iyi olabileceği ve mevcut şartların kötü olduğunu öne sürerek buna inanmasından kaynaklanan neticeyi ifade ettiğini ve kişinin kendini artık daha fazla yaptığı işe vermemesi, kendini işe adapte etmemesi ve kendine bazı düşüncelerden dolayı yabancılaşması olarak değerlendirir. Bayat (1996:84) ise, yabancılaşmayı, bireyin potansiyelinin ve kendi varlığının farkında olmaması anlamını taşıdığını ve küreselleşme ile yaşanan teknolojik gelişmeler, bireyin özgürsüzleştirilmesi, bireyin üretim faktörleriyle ortaya koyduğu şeye kendisinden bir şey katamaması sonucunu doğurduğunu öne sürmektedir. Dolayısıyla, ürettiği ürünle arasında bir ilişki kuramaz hale gelen birey, neticede kendi varlığını sorgulamaya başlar.

2.3.3.Sosyal Uzaklaşma (İzolasyon)

Alkan ve Ergil (1980)'e göre, toplumsal soyutlanma, işletmelerde uzmanlaşma, işbölümü veya tek başına çalışma ve belirlenen yerde belirli bir işi istenen sürede bitirme zorunluluğunun doğurduğu doğal bir sonuçtur. Öte yandan, makineleşmeye bağlı olarak aynı tempoda sürdürülmesinin bir zorunluluk olması, çalışanlar arasında daha önce kurulmuş olan iletişimin, yok olmasına neden olmaktadır. Tecrit olma duygusu olarak da adlandırılan bu soyutlanma, kabul görmüş değer ve kuralları benimsememiş ya da kısmen benimsemiş olan bireylerce duyulur. Tolan (1983:312)'a göre, yalnızlaşmanın toplumsal boyutuyla insana yansıyan duygusu olarak da ifade edilen tecrit, hiyerarşik bir yapı içerisinde üretim ilişkilerinin geleneksel niteliği, otomasyonun geliştirdiği fabrikada çalışanların birbirleri ile iletişim kurmaktan kaçınması şeklinde kendini göstermektedir.

2.3.4.Güçsüzleşme

Levent (1990:17)'e göre Çalışanların yabancılaşmasıyla örgütün etkinliği ve verimliliği arasında sıkı ve net bir ilişki vardır. Yabancılaşmanın kabullenilmesi ile ilgili değil, aşılması yolunda yoğun araştırmalar yapılmaktadır. Yapılan araştırmaların temel noktası insanı çatışmaya, isyana, stres ve ruhsal bunalıma

sürükleyen olguların hızla artmasıdır. Bireylerin doğal yaşamlarının % 60'ından fazlasını işyerinde geçirdikleri göz önüne alınırsa, yabancılaşmanın tüm bireyleri doğrudan ilgilendiren sorunsalların başında geldiğini öne sürmek yanlış olmayacaktır. Tolan (1983:302-303)'a göre ise, güçsüzlük, organizasyon içindeki bireyin üretim sürecinde kullandığı araçların sonuçları üzerinde kontrol hakkının olmaması şeklinde tanımlanabilmektedir. Güçsüzlük, bireyin tek başına bir işi yapamayacağı, başaramayacağı duygusu olarak da algılanabilmektedir.

3. ARAŞTIRMA METODOLOJİSİ

Çalışma kapsamında ilk olarak literatür taraması yapılmıştır. Ardından belirlenen değişkenler ve değişkenler arasındaki ilişkiler ile ilgili anket yöntemi ile birincil veriler toplanmıştır. Çalışma sayesinde Kırıkkale ilinde resmi olarak faaliyetlerini sürdüren iki farklı sendika üyelerinin modern ve post modern değerler ve yabancılaşma kavramlarına göstermiş olduğu tutum ve davranışlar ortaya koyularak sonuçları paylaşılmıştır. Araştırmada, kullanılan ölçekler geçerlilik ve güvenilirlik bakımından yeterli düzeyde olan ölçeklerdir. Yabancılaşma anketi 20 ifade ile literatürdeki çalışmalardan (Blauner's, 1964; Ölçer, 2005; Abay, 2004) ve modern ve post modern değerler ölçeği 12 ifade ile literatürdeki çalışmalardan (Inglehart, 1997; Franziska Dietz, Manfred Hofer, Stefan Fries 2007, Zhengxu Wang, 2007) yararlanılarak, birincil veri toplama yöntemlerinden yüz yüze anket yöntemi ile Kırıkkale ilinde faaliyetlerini sürdüren iki sendikaya bağlı üyeler bakımından iki olgu arasındaki ilişki ölçülmüştür. Çalışmanın temel amacı, sendika üyeleri temelinde, modern ve post modern değerlerin yabancılaşma ile ilişkisini incelemektir.

4. VERİLERİN ANALİZİ VE BULGULAR

Tanımlayıcı istatistikler

Bu araştırmanın evrenini, Kırıkkale ilinde halen faal olan iki sendikaya bağlı üyeler oluşturmaktadır. Araştırmanın örneklemini ise basit tesadüfi örnekleme yoluyla belirlenen 396 üye oluşturmaktadır. Örnekleme yer alan bütün üyelere veri toplama aracı uygulanmış ve değerlendirmeye alınmıştır. Örnekleme ilişkin betimsel istatistikler Tablo 1'de verilmiştir.

Tablo 1. Örnekleme ilişkin betimsel istatistikler

Cinsiyet	Frekans	Yüzde
KADIN	151	38,131
ERKEK	245	61,868
Öğrenim		
Lise	104	26,262
Yüksekokul	226	57,070
Lisans	66	16,666
Lisansüstü	0	0

Hizmet Yılı		
1-5 yıl	73	18,434
6-10 yıl	52	13,131
10 Yıl ve üzeri	271	68,434

Verilerin Analizi

Çalışmada, yabancılaşma düzeyinin üyelerin modern ve post modern değerler değişkenlerinin normal dağılım göstermediği tespit edilmiştir. Veri dönüştürme teknikleri ile verilere gerekli dönüşümler uygulanmasına rağmen yine de normal dağılım sağlanamadığından dolayı bu çalışmada non-parametrik testler kullanılmıştır.

Cinsiyet açısından Mann-Whitney U testi yapılmış ve yabancılaşmaya ilişkin fark yokken modern ölçekte cinsiyet açısından farklılık vardır. Modern ölçek puanı erkeklerde daha yüksektir.

Tablo 2. Cinsiyete Göre Mann Whitney U Testi Sonuçları

	Cinsiyet	N	Mean Rank	Sum of Ranks
Yabancılaşma	Kadın	151	203,44	30720,00
	Erkek	245	195,45	47886,00
	Total	396		
Modern-Postmodern	Kadın	151	231,17	34906,00
	Erkek	245	178,37	43700,00
	Total	396		

Test Statistics^a

	Yabancılaşma	Modern-Postmodern
Mann-Whitney U	17751,000	13565,000
Wilcoxon W	47886,000	43700,000
Z	-,677	-4,478
Asymp. Sig. (2-tailed)	,498	,000

a. Grouping Variable: cinsiyet

Yaş değişkeni açısından Kruskal Wallis testi yapıldığında hem Yabancılaşma hem de modern-post modern ölçek puanları arasında farklılık tespit edilmiştir. Yaşa bağlı olarak yabancılaşmanın azalması artık yapılan işin kabullenilmesi fakat modern anlamda bir yaşayışa bağlı olarak post-modern bir yaşam arzusu duyulduğu şeklinde yorumlanabilir.

Tablo 3. Yaş göre Kruskal Wallis Testi Sonuçları

	Yaş	N	Mean Rank
Yabancılaşma	30 ve altı	52	264,02
	31-40	81	267,80
	41 ve üzeri	263	164,20
	Total	396	
Modern-Postmodern	30 ve altı	52	161,23
	31-40	81	186,91
	41 ve üzeri	263	209,44
	Total	396	

Test Statistics^{a,b}

	Yabancılaşma	Modern-Postmodern
Chi-Square	70,848	8,821
df	2	2
Asymp. Sig.	,000	,012

a. Kruskal Wallis Test

b. Grouping Variable: yaş

Eğitim değişkeni açısından Kruskal Wallis testi yapıldığında hem Yabancılaşma hem de modern ölçek puanları arasında farklılık tespit edilmiştir. Eğitim düzeyi arttıkça modern anlamda bir yaşama kültüründe küreselleşme ile birlikte, post-modern bir beklenti içinde bulunduğu şeklinde yorumlanabilir.

Tablo 4. Eğitim düzeyine göre Kruskal Wallis Testi Sonuçları

	Eğitim	N	Mean Rank
Yabancılaşma	lise	104	114,16
	yüksekokul	226	222,20
	üniversite	66	250,23
	Total	396	
Modern-Postmodern	lise	104	135,05
	yüksekokul	226	223,32
	üniversite	66	213,50
	Total	396	

Test Statistics^{a,b}

	Yabancılaşma	Modern-
Chi-Square	80,209	44,087
df	2	2
Asymp. Sig.	,000	,000

a. Kruskal Wallis Test

b. Grouping Variable: eğitim

Ücret değişkeni açısından Kruskal Wallis testi yapıldığında hem Yabancılaşma hem de modern ölçek puanları arasında farklılık tespit edilmiştir. Ücret düzeyi azaldıkça yabancılaşma değerleri ciddi manada artmış ve modern ve post-modern değerlere bakış açısı azalmıştır.

Tablo 5. Ücret Değişkenine Göre Kruskal Wallis Testi Sonuçları

	Ücret	N	Mean Rank
Yabancılaşma	1500 ve altı	229	229,14
	1501-2500	159	144,61
	Total	388	
Modern-Postmodern	1500 ve altı	229	184,25
	1501-2500	159	209,27
	Total	388	

Test Statistics^{a,b}

	Yabancılaşma	Modern- Postmodern
Chi-Square	53,719	4,713
Df	1	1
Asymp. Sig.	,000	,030

a. Kruskal Wallis Test

b. Grouping Variable: ücret

Hizmet yılı değişkeni açısından Kruskal Wallis testi yapıldığında hem Yabancılaşma açısından fark varken modern ölçek puanları arasında farklılık olmadığı tespit edilmiştir. Yabancılaşmanın hizmet yılının artışına bağlı olarak azalması, bireylerin eleştirel yönlerinin artmasına neden olmuş fakat bu durum modern anlamda tezahür etmiştir.

Tablo 6. Hizmet Yılına Göre Kruskal Wallis Testi Sonuçları

	Hizmet Yılı	N	Mean Rank
Yabancılaşma	1-5 yıl	73	282,01
	6-10 yıl	52	276,74
	10 yıl ve üzeri	271	160,99
	Total	396	
Modern-Postmodern	1-5 yıl	73	189,93
	6-10 yıl	52	179,20
	10 yıl ve üzeri	271	204,51
	Total	396	

Test Statistics^{a,b}

	Yabancılaşma	Modern-Postmodern
Chi-Square	92,908	2,657
df	2	2
Asymp. Sig.	,000	,265

a. Kruskal Wallis Test

b. Grouping Variable: hizyıl

Görev değişkeni açısından Kruskal Wallis testi yapıldığında hem Yabancılaşma açısından hem de modern ölçek puanları arasında farklılık tespit edilmiştir. İdari personelin öğretmenlere göre daha fazla yabancılaştığı, modern ve post-modern değerlere bakış açılarının daha az olduğu görülmektedir.

Tablo 7. Görev Değişkenine Göre Kruskal Wallis Testi Sonuçları

	Göreviniz	N	Mean Rank
Yabancılaşma	öğretmen	236	189,50
	idari personel	160	211,78
	Total	396	
Modern-Postmodern	öğretmen	236	223,76
	idari personel	160	161,24
	Total	396	

Test Statistics^{a,b}

	Yabancılaşma	Modern-Postmodern
Chi-Square	3,640	28,692
df	1	1
Asymp. Sig.	,056	,000

a. Kruskal Wallis Test

b. Grouping Variable: göreviniz

İki ölçek puanları arasındaki ilişkiye bakılırsa iki ölçek puanları arasında pozitif bir ilişki bulunmaktadır. Yabancılaşan birey ciddi manada yaşadığı dünyaya bakış açısı olarak eleştirel bir tutum sergilediği ve sergilediği bu tutum karşısında yabancılaşma alt boyutu olan ‘‘Sosyal uzaklaşma’’(izolasyon) tutumunu daha fazla gösterdiği şeklinde yorumlanabilir.

Tablo 8. Spearman Korelasyon analizi sonuçları

			Yabancılaşma	Modern-Postmodern
Spearman's rho	Yabancılaşma	Correlation Coefficient	1,000	,134**
		Sig. (2-tailed)	.	,008
		N	396	396
	Modern-Postmodern	Correlation Coefficient	,134**	1,000
		Sig. (2-tailed)	,008	.
		N	396	396

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Bulgular

Üyelerin yabancılaşma düzeyleri ve modern ve post modern değerler düzeyini cinsiyet değişkenine göre farklılaşıp farklılaşmadığını belirlemek amacıyla Mann-Whitney U testi sonuçları Tablo 2 de verilmiştir. Analiz sonuçları incelendiği zaman erkek ve bayan üyelerin modern ve post modern değerleri ve yabancılaşma düzeyleri cinsiyet değişkeni açısından farklı çıkmıştır. Bileşik sıralama ortalamalara bakıldığı zaman kadınlarda yabancılaşma 203,44 iken erkeklerde 195,45 olarak daha yüksek çıkmıştır. Modern ve post modern

ortalamlarına bakıldığında kadınlarda 231,17 iken erkeklerde 178,37 olarak daha yüksek çıkmıştır.

Yabancılaşma ile modern ve post modern değerlerin öğrenim türüne göre farklı olup olmadığı için Kruskal Wallis H testi yapılmıştır. Tablo 4’ de verilen test istatistiği incelendiği zaman öğrenim türüne göre hem modern ve post modern değerler hem de yabancılaşma değişkenleri farklılaşmaktadır. Bileşik sıralama ortalamalara bakıldığı zaman 223,32 ortalama ile yüksekokul mezunlarının modern ve post modern değerlerinin diğer gruplardan yüksek bir ortalamaya sahip olduğu görülmüştür. Yabancılaşma düzeyinde ise en fazla yabancılaşma 250,23 ortalama ile üniversite mezunlarının olduğu görülmektedir.

Yabancılaşma ile modern ve post modern değerlerin hizmet yılına göre farklı olup olmadığı için Kruskal Wallis testi yapılmıştır Tablo 6’ da test istatistiği incelendiği zaman hizmet yılına göre hem modern ve post modern değerler hem de yabancılaşma değişkenleri farklılaşmaktadır. Bileşik sıralama ortalamalara bakıldığı zaman 10 ve daha üzeri hizmet yılı olanların modern ve post modern değerler ortalamasının daha yüksek olduğu ve en düşük yabancılaşma düzeyinin yine 10 ve daha üzeri hizmet yılına sahip üyelerin olduğu gözlemlenmiştir.

Yabancılaşma ile modern ve post modern değerlerin görev değişkenine göre farklı olup olmadığı için Kruskal Wallis testi yapılmıştır. Tablo 7’ de test istatistiği incelendiği zaman göreve göre hem modern ve post modern değerler hem de yabancılaşma değişkenleri farklılaşmaktadır. Bileşik sıra ortalamalara bakıldığı zaman 211,78 ortalama ile idari personelin daha fazla yabancılaştığı, 223,76 ortalama ile öğretmenlerin daha fazla modern ve post modern değerlerinin yüksek olduğu görülmektedir.

Sonuç ve Tartışma

Araştırma Türkiye’de Kırıkkale ilindeki katılımcılar üzerindeki modern ve post modern değerler ile yabancılaşma arasındaki ilişkiyi tespit etmek ve varsa bu ilişkinin derecesini demografik ölçekler çerçevesinde ortaya koymaya yönelik yapılan bir çalışmadır. Literatürde bu iki değişkeni birlikte inceleyen çalışmalara rastlanmadığından başka çalışmalarla bir karşılaştırma yapmak imkânı söz konusu değildir. Dolayısıyla bu çalışmadaki bulgularla istatistiksel sonuçlar neticesinde bu iki değişken arasındaki ilişki ortaya konulmuştur.

Yabancılaşma düzeyi ile modern ve post-modern değerlere yönelik tutum arasındaki ilişki irdelendiğinde anlamlı bir ilişkinin olduğu görülmektedir. Buradan hareketle yabancılaşma duygusundaki artışın, modern ve post-modern değerlere yönelik tutumda olumlu bir etki yarattığı söylenebilir.

Öte yandan, “Cinsiyete göre ortalamalara bakıldığı zaman kadınlarda yabancılaşma 203,44 iken erkeklerde 195,45 olarak daha yüksek çıkması” çalışma yaşamının nicel azınlığını oluşturanların kadınlar olduğu gerçeğinden yola çıkarak ve yine bu araştırma katılımcıları olan sendika üyelerinin yaşadıkları ekonomik ve sosyal sorunların toplumun öteki yüzü olarak onları ilk etapta etkilemelerinin de

kaçınılmazlığını dikkate alarak değerlendirdiğimizde, oransal farklılık doğaldır. Zaten, modern ve post-modern değerlerin genel ilkeleri çerçevesi ve çalışma yaşamının yıpratıcılığı karşısında yabancılaşma oranının kadınlarda yüksek olması günümüzün küresel-liberal iş gerçeklerinin kaçınılmazlığının bir göstergesi de olabilir.

Araştırma bilgileri ışığında araştırma bulguları, katılımcıların demografik yapıları dikkate alındığında, modern ve post-modern değerlere yönelik tutumun daha olumlu hale getirilmesinin bir yolunun, yaşanan yabancılaşma duygusunun azaltılmasından geçtiğini göstermektedir.

Yabancılaşma ile modern ve post-modern değerlerin hizmet yılına göre farklı olup olmadığı için Kruskal Wallis testi yapılmış ve ortalamalara bakıldığı zaman 10 ve daha üzeri hizmet yılı olan üyelerin yabancılaşma ortalamasının daha düşük, modern ve post-modern değerler ortalamalarının daha yüksek olduğu görülmektedir. Zamana bağlı ortalama yüksekliğini yaşanan küreselleşme ve değişken toplum yapısına olan hassasiyetlerin zaman içinde kişilik olarak daha fazla önem kazandığı şeklinde yorumlamak mümkündür.

Yabancılaşma ile modern ve post-modern değerlerin ücrete göre farklı olup olmadığı için Kruskal Wallis testi yapılmıştır ve ortalamalara bakıldığı zaman 1500 TL ve altı ücret alanların daha fazla yabancılaştıkları görülmektedir.

Bu araştırma bulguları, katılımcıların içinde yer aldığı demografik çerçevede-örnekleme geçerlidir. Araştırmanın sınırlarının genişletilerek; iş tatmini, örgütsel güven, bağlılık, adalet, vatandaşlık, tükenmişlik, güven ortamı yaratma, örgütsel iletişimde iyileştirmeler gibi değişkenlerle ilişkili olarak ele alınmasının literatüre değerli katkılar sağlayacağı başlıca öneridir.

Araştırmada yabancılaşma ölçeğinin alt boyutları modern ve post-modern değerler ölçeği ile pozitif ilişki içinde olduğu görülmektedir. Ayrıca yabancılaşmanın alt boyutları da kendi aralarında pozitif ilişki içindedir. Yani anlamsızlık puanı arttıkça güçsüzlük, kuralsızlık ve soyutlanmışlık da artıyor. Yabancılaşma alt boyutlarından biri artarsa modern ve post-modern değerler de artıyor.

Kaynakça

Akgün, E.(1999) “Örgütlerde Çatışma ve Yabancılaşma Sorunlarının Yönetiminde Etkili Bir Araç Olarak Yönetime Katılma”, Yüksek lisans Tezi, İstanbul Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Adana.

Alkan, T. ve Ergil, D.(1980) “Siyaset Psikolojisi”, Turhan Kitabevi, Ankara

Bayat, B.(1996) “Çimento ve Otomotiv Sektörlerinde Çalışan İşçiler Arasında Yabancılaşmanın Karşılaştırmalı Olarak Araştırılması”, (Basılmamış Doktora Tezi), Gazi Üniversitesi, SBE, Ankara.

- Blauner, R. (1964). *Alienation and Freedom: The Factory Worker and His Industry*, Chicago: University of Chicago Press.
- Bingöl, D. (1990) “İşyeri Disiplini ve Çalışma Barışı, (İsyeri)”, Özgün Matbaacılık, İstanbul
- Cangızbay, K,(1989) “Çeviri Yolu ile Bilim Dili Yaratılabilir mi?”, Cumhuriyet Gazetesi, Bilim ve Teknik Eki, Eylül,
- Çetin, C. , Özdemirci, A. Ve Kartaltepe, N.(2009) “Is Alienation Only A Problem for The Blue-Collar Workers? A Research on The Alienation of The White-Collar Workers in the Age of Information and in Banking Sector, The Journal of Financial Research and Studies, 1(1).
- Dean, D. G. (1961), “Alienation: Its Meaning and Measurement”, *American Sociological Review*, Cilt 26, Sayı 5, s.753-758.
- Halaçoğlu, B. (2008). “Üniversitelerdeki Akademik Personelin Mesleki Yabancılaşma Düzeylerinin Çok Boyutlu İncelenmesi (İstanbul İli Örneği)”, Yeditepe Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi.
- Halis, M. (2011) “Pre-Modernden Postmodern’e Örgütsel Evrim”REFORMA, vol. 3, no. 51, pp. 14–25
- Levent, E.(1990)“Bilim ve Kültür Dünyasındaki Değişmelerin Çalışma Hayatına Etkileri”, TOBB Yayınları, Ankara
- Şeriati, A.(1992) “Makinalaşmanın Tuzağında İnsan, İnsan ve Teknoloji,” Çev.: T. Kılıç, İnsan Yayınları, İstanbul
- Tolan, B.(1981) “Çağdaş Toplumun Bunalımı: Anomi ve Yabancılaşma”, İktisadi ve Ticari Bilimler Akademisi Yayınları, Ankara
- Tolan, B.(1983) “Toplumbilimlerine Giriş, (Toplumbilim)”, Savaş Yayınları, Ankara,
- Türkdoğan Orhan.(1985) “Sosyal Şiddet ve Türkiye Gerçeği”, Mayaş Yayınları, Ankara

**TÜRKİYE’DE VERGİ KAYIP VE KAÇAKLARININ
ÖNLENMESİNDE VERGİ DENETİMİ VE MUHASEBE
MESLEK MENSUPLARININ ROLÜ ÜZERİNE BİR
DEĞERLENDİRME*****Mutlu YORULDU**

Manisa Celal Bayar Üniversitesi (mutluyoruldu@gmail.com)

Nilüfer Zeybek YORULDU

Ahmet Yesevi Üniversitesi (niluferzeybek@gmail.com)

Özet

Kamu kesiminin mal ve hizmet üretimi ve sunumunda en önemli gelir kaynağını vergi gelirleri oluşturmaktadır.

Kamu gelir bütçesinin esas unsuru olan vergilerin; kişilerin kullanılabilir gelirlerini azaltmalarından dolayı, piyasadaki vergi kayıp ve kaçak eğilimleri artmakta, ama fakat söz konusu vergi kaçak düzeyinin belli bir düzeyi de, kamunun çeşitli sosyo-ekonomik amaçlarını gerçekleştirebilmek için kendi isteğiyle bir kısım vergi alacağından vazgeçmesi şeklinde kendini göstermektedir.

Ekonomide mevcut vergi kayıp ve kaçak düzeyini minimize edebilmek için, Vergi idaresinin etkin bir vergi denetim mekanizmasına sahip olması ve uygulaması gerekmektedir. Vergi İdaresi, vergi denetim fonksiyonunu ağırlıklı olarak yetersiz sayıdaki kendi elemanlarıyla sürdürmeye çalışmakta, bu da beklenen ve hedeflenen çıktının oluşmasını sağlamaktadır.

Vergi kanunlarında ve 3568 sayılı meslek kanununda yer alan düzenlemelerle, vergi denetimi noktasında görev ve sorumluluklar yüklenmiş olan muhasebe meslek mensuplarından yeteri kadar yararlanılmadığı bilinmektedir. Muhasebe meslek mensuplarından vergi denetiminde beklenen faydayı elde edebilmek ve denetimin etkinliğini, işlerliğini ve bütünlüğü sağlayabilmek için, yapılacak hukuki ve kurumsal düzenlemelerle, meslek mensuplarının yetkilerinin artırılması ve sistemin güven duyulan bir parçası olarak görülmesiyle birlikte muhakkak ki vergi kayıp ve kaçak düzeyinde hissedilir bir azalma olabilecektir.

Anahtar Sözcükler: Vergi, Denetim, Muhasebe Meslek Mensupları

* Bu çalışma “I. Uluslararası Bilimsel Araştırmalar Konferansı - İnsan ve Toplum Bilimleri (IBAD-2016) sempozyumunda sözlü bildiri olarak sunulmuştur.

AN EVALUATION ON THE ROLE OF TAX AUDITING AND ACCOUNTING PROFESSIONALS IN THE PREVENTION OF TAX LOSSES AND EVASIONS IN TURKEY

Abstract

Tax revenues comprise the most important source of income for the public sector in the production and supply of goods and services.

Loss and evasion tendencies of taxes, which are the base elements of public revenue budget, increase as a result of people to reduce their disposable incomes; however, a certain level of tax evasion show itself as the renounce of public sector from a part of tax claims to realize various socio-economic purposes.

The tax administration needs to have and implement an effective tax auditing mechanism to minimize current tax loss and evasion level in the economy. Yet, the tax administration tries to implement its tax auditing function mainly with its insufficient number of staff and this cause to a failure in obtaining expected and targeted result.

It is known that the accounting professionals, who were landed with duties and responsibilities with tax laws and the regulations in the Occupation Law No 356, do not sufficiently take part in tax auditing. With legal and institutional arrangements to be made for obtaining expected utility from accounting professionals in tax auditing and improving the efficiency of auditing and enabling its operability and integrity, there certainly be a reduction in the level of tax loss and evasion with the improvement of the competences of accounting professionals, who should be considered as a reliable part of the system.

Key Words: Tax, Audit, Accounting Professionals

1. Giriş

Modern devlet anlayışlarında, kamu ekonomisinin kaynak yapısı incelendiğinde, nitelik ve nicelik itibarıyla en önemli gelir kaynaklarının vergiler olduğu görülmektedir. Kamusal mal ve hizmet sunumlarını gerçekleştirmek amacıyla genel finansman aracı olarak kullanılan verginin doğması ve tahakkuku kadar devlet hazinesinin en az masrafı yaparak en fazla vergi miktarını tahsil etmesi de kamu ekonomisinin temel prensiplerinden birini oluşturmaktadır.

Diğer taraftan, potansiyel maksimum vergi tahsilât düzeyini ifade eden kavram olan vergi kapasitesi ülkeden ülkeye farklılık arz etmekle birlikte, fiili olarak tahsil edilen toplam vergi düzeyinin, söz konusu kapasiteye ulaştırılması çabaları ve yöntemleri, vergi denetiminin varoluş amacını ortaya koymaktadır.

Devlet hazinesine olması gereken vergi düzeyinden daha azının girmesine sebebiyet veren vergi kayıp ve kaçak düzeyinin bir kısmına devlet çeşitli sosyo-ekonomik amaçları gerçekleştirebilmek amacıyla kendisi neden olmakta, bir kısmına ise vergi mükelleflerinin bilinçli ve bilinçsiz şekilde vergi kanunlarına aykırı eylemleri sebebiyet vermektedir.

Kamu ekonomisinde mevcut vergi kayıp ve kaçak düzeyinin mümkün olduğu ölçüde azaltılabilmesi ve olumsuz ekonomik etkilerinin ortaya çıkmaması için, vergi idaresi kendi elemanlarını kullanarak, inceleme, yoklama, arama ve bilgi toplama gibi klasik denetleme yollarına başvurmaktadır. Bunun yanında teknoloji ve otomasyon sisteminin her alanda gelişmesiyle birlikte, hem denetim maliyetlerini ve yaşanan bürokrasiyi azaltmak, hem de vergi denetimini daha kolay ve muhasebe süreçlerini de kapsayan ayrıntılı bir yapıya kavuşturabilmek ve de daha etkin sonuçlar elde etmeyi arzulamaktadır. Bundan dolayı, e-defter, e-beyanname, e-yoklama gibi e-vergi denetimi araçları oluşturmayı ve kullanmayı tercih etmeye başlamıştır.

Türk vergi denetim sistemindeki dağınıklığı ve karmaşıklığı giderebilmek amacıyla Maliye Bakanlığı denetime kurumsal bir kimlik kazandırabilmek için Vergi Denetim Kurulu'nu (VDK) oluşturmuştur. Son yıllarda vergi denetim kurumuna önem verilmesine rağmen ülkemizde vergi denetimine tabi tutulan mükellef sayısı çok yetersizdir ve toplumda ve piyasada vergi algısı ekseriyetle negatif bir eğilime de sahip olduğu için tabii ki bu da vergi kayıp ve kaçak oranının artması anlamına gelebilmektedir.

Vergi idaresinin istihdam ettiği vergi denetim elemanlarının yetersizliği ve sistemin aksaklığı, yine vergi mevzuatı ve tabi oldukları meslek kanunu çerçevesinde denetim noktasında görevler yüklenmiş muhasebe meslek mensuplarının sistem içerisindeki yerini ve vergi denetiminin daha etkin ve işler olabilmesi adına bulunmaları gereken konumu tartışmaya değer kılmıştır.

Şüphesiz ki, yapılacak bir dizi yasal ve fiili düzenleme neticesinde, zaten ilgili kanunlar gereği denetimin bir parçasını oluşturan muhasebe meslek mensuplarının yetkilerinin arttırılması ve vergi inceleme elemanları eşdeğerinde güven duyulmaya başlanmasıyla birlikte, vergi denetiminin kalitesi, etkinliği, işlerliği ve bütünlüğü artacaktır. Ve bunun mukabilinde vergi kayıp ve kaçığı düzeyi piyasa ve kamu ekonomisi adına makul karşılanabilir bir seviyeye gelmiş olabilecektir.

2. Vergi Kayıp ve Kaçağının Önlenmesi Bakımından Vergi Denetimi

Vergi kavramını çeşitli şekillerde tanımlamak mümkündür. Genel bir ifade ile vergi; devletin kamusal hizmet finansmanında kullanılmak üzere, egemenlik gücüne dayalı, cebir unsurunu kullanarak piyasadan (kişi ve kurumlardan) karşılıksız olarak tahsil ettiği parasal tutarlardır. Vergiyi diğer kamusal gelirlerden ayıran özellik karşılıksız olması yani bireylerin ödedikleri vergi nedeniyle kamunun bireye özel fayda sağlayacağı yönünde bir taahhüdünün olmayışdır. Bununla birlikte, kamusal mal ve hizmet sunumunda vergiler genel finansman aracı olarak kullanılır. Gerek bu yönü gerekse de ödenmesi belli yaptırımlarla desteklenmiş zorunluluk taşıması, kişilerin vergi algısını negatif kılmaktadır. Diğer taraftan, ödenen veya ödenecek olan vergi nedeniyle kullanılabilir kişisel gelirleri azalan veya azalacak olan kişiler, bu mali yüke katlanmak istememekte ve vergi yükünden kurtulmanın arayışları içerisinde girmektedirler (İnalton, 2012: 17).

Vergi kaçırmak, vergiden kaçınmak, verginin ikame etkisinden yararlanmak, vergi yansıtmasını gerçekleştirmek vb. yollarla vergi kayıp ve kaçığına (vergi erozyonuna) sebebiyet vererek, hazinenin vergi kaybı yaşamasına neden olmaktadır. Hal böyle olunca, vergi kurumunun diğer kanadını oluşturan devlet tarafından olayı değerlendirdiğimizde, söz konusu vergi kayıp ve kaçığını minimize edecek hatta daha ileri boyutlu tamamen ortadan kaldıracak mekanizmaların kurulması ve işletilmesi kuşkusuz önem taşımaktadır. Genel ifadeyle “vergi denetimi” dediğimiz mekanizmanın sistem içerisinde bir tıpa vazifesi görerek, vergi sızmalarının tümüyle önüne geçebilecek etkinlik ve işlerlikte olması beklenmektedir.

2.1. Vergi Kayıp ve Kaçığının Kavramsal Çerçevesi

Vergi kayıp ve kaçığı, dönemsel olarak devlet hazinesine girmesi gereken vergi geliri miktarına herhangi bir nedenle ulaşamadığı fiili durumu ifade eder. Bir bakıma devlet hazinesinin vergi kapasitesinin tamamını elde edememesi şeklinde bir tespit yapmak da mümkündür. Bu fiili durumun, yani devlet hazinesine girmesi girebilecek vergi düzeyi ile somut biçimde bunun tahsile yansıyan kısmı arasında fark olmasının pek çok ekonomik ve sosyal nedeni sayılabilir. Bu durum vergi yükünün objektif ve subjektif yansımalarından kaynaklanabileceği gibi vergi zihniyetinin (vergi bilinci ve vergi ahlakı) yerleşmemiş olmasından veya istenilen düzeyde olmamasından da kaynaklanabilir.

2.1.1. Vergi Kayıp ve Kaçığının Nedenleri

Yukarıda da değinmiş olduğumuz üzere vergi kayıp ve kaçığının oluşmasına temel teşkil eden pek çok neden sayılabilir. Şimdi sırasıyla bu nedenler üzerinde duracağız.

2.1.1.1. Objektif Vergi Yüğü

Toplam, bireysel, sektörel, bölgesel, net ve gerçek vergi yükü şekillerinde hesaplanabilen objektif vergi yükü; elde edilen gelirden hangi düzeyde (oranda) vergi ödenmesi gerektiğini ortaya koyan niceliksel bir analizdir. Objektif vergi yükünün yüksek olmasına vergi oranları sebebiyet verebildiği gibi diğer taraftan vergi yükünün adil dağılmaması durumu da etken olabilmektedir.

Ödenen veya ödenecek olan vergi nedeniyle, kullanılabilir (vergi sonrası) gelirden bir azalma yaşanacağından, vergi kayıp ve kaçık eğilimleri artabilmektedir.

2.1.1.2. Subjektif Vergi Yüğü (Vergi Baskısı)

Objektif vergi yükünün bir sonucu olarak ortaya çıkan subjektif vergi yükü (vergi baskısı); objektif vergi yükü sebebiyle kullanılabilir gelirleri azalan mükelleflerin hissettikleri, içine düştükleri psikolojik durumu ifade etmek üzere kullanılan bir kavramdır.

Vergi baskısından dolayı oluşan psikolojik etkileri hafifletebilmek veya tamamen ortadan kaldırmak için mükellefler birtakım yollara başvururlar. Vergi kaçırmak, vergiden kaçınma, verginin gelir ve ikame

etkileri, peçeleme, vergi grevi (reddi), vergi borcunun zamanında ödenmemesi ve vergi yansıtması bunlara örnek olarak verilebilir. Şimdi sırasıyla bu kavramlar üzerinde durulacaktır.

2.1.1.3. Vergi Kaçakçılığı

Vergi kanunlarına aykırı olarak verginin ödenmemesi veya olması gerekenden az ödenmesi halini ifade eder. Mükellef vergi konusuyla ilişkiye girerek vergiyi doğuran olayı şahsında gerçekleştirmiş, ancak, doğan vergi borcunu kısmen veya tamamen ödememiştir. Bu noktada mükellef bilerek ve isteyerek (kasten) ilgili davranışı gerçekleştirmektedir. Yaptığı davranış sonucunda devletin vergi kaybına yol açmaktadır (Şaan, 2008: 6).

Örneğin; Mükellefe miras kalmış olmasına rağmen veraset ve intikal vergisi beyannamesinin verilmemesi, muhasebe defter ve belgelerinde yer alan, alması gerekli rakamlarla oynanması, muhteviyatı itibariyle yanıltıcı belge düzenlenmesi vb. davranış şekilleri vergi kaçakçılığı eylemini ortaya çıkaran eylemlerdir.

Vergi kaçırmak, vergi kanunlarına muhalif davranış şekilleri sonucu ortaya çıktığı için, hukuki açıdan bir suçu tanımlar ve karşılığı maddi müeyyideye bağlanmıştır. Vergi Usul Kanunu'nun 359. maddesi "kaçakçılık suç ve cezalarını" düzenlemiştir. İlgili kanun ve maddesinde, vergi kaçakçılığı sayılacak eylemler ve bunlara mukabil cezalar belirtilmiştir. Vergi kaçırılan eylemin türüne göre cezalar da değişmektedir. Bu anlamda değerlendirildiğinde, on sekiz ay ile beş yıl arasında hürriyeti bağlayıcı cezalar verilebilmektedir. Yapılan eylem aynı zamanda "vergi ziyat"na sebebiyet vermiş ise, yine aynı kanunun 344. maddesi hükümlerine göre idari para cezası da uygulanmaktadır (Şaan, 2008: 14).

2.1.1.4. Vergiden Kaçınma

Vergi kanunlarına aykırı davranmaksızın, vergi konusuyla ilişki kurmayarak vergiden kurtulma durumudur. Kanuni boşluklardan yararlanarak mükellefin lehine vergisel avantaj sağlaması şeklinde de olabilir (Acinöroğlu, 2013: 189).

Örneğin; Yükümlünün vergiye tabi faaliyetini terk etmesi, faaliyet alanını vergilendirilmeyen bölgelere kaydırması, vergiye tabi matrahını kanunlara uygun şekilde istisna sınırları içinde tutması gibi durumlarda vergiden kaçınma söz konusu olup, kanunlara aykırı bir hal olmadığından bir suç teşkil etmez ve herhangi bir yaptırım da söz konusu değildir.

2.1.1.5. Peçeleme

Özel hukuk kurallarının ve sözleşme şekillerinin ustaca kullanılarak, vergi borcunun azaltılmaya veya sıfırlanmaya çalışılmasıdır. Peçelemede vergiye tabi bir eylemin, vergiye tabi olmayan hukuki yollarla gerçekleştirilmesi yoluyla vergi dışına çıkarılması söz konusudur.

Örneğin; mükellefin yapmış olduğu bir satış işlemini, bağış yapmış gibi göstererek ortaya çıkmış olan vergiyi doğuran olayı gizlemeye çalışması vb.

Peçelemede vergiyi doğuran olay vukuu bulunduğu ve gizlenmeye çalışılmak istendiğinden, vergi kaçakçılığı olarak kabul edilir ve yukarıda bahsi geçen ilgili hükümlere tabidir.

2.1.1.6. Vergi Grevi (Vergi Reddi)

Vergiden kaçınma ve vergi kaçakçılığı bireysel olarak vergi yükünden kurtulma yolları iken vergi grevi toplumsal bir eylemdir. Vergi ödememe yönünde kolektif bir uyumu ifade eder. Bunun en tipik örneği 1953 yılında Fransa'da yaşanmıştır. Pierre Poujade'nin (Poujade Hareketi) vergi ödememe direnişi kısa sürede genişleyerek diğer bölge halklarının da katılımıyla toplumsal bir direnişe dönüşmüştür (Varcan (Ed.), 2008: 216).

2.1.1.7. Vergi Borcunun Zamanında Ödenmemesi

Mükellefler vergi beyannamelerini zamanında vermekle birlikte, çeşitli nedenlerle (örneğin ödeme gücü içinde bulunması nedeniyle) vergilerini kanunlarda öngörülen vadelerde ödemeyerek belirli bir süre vergi borcunu erteleyebilirler. Eğer devletin uyguladığı gecikme faiz oranı piyasa faiz oranından düşükse mükellefler bu uygulama sonucu belli bir vergi avantajı elde edebilirler (Varcan (Ed.), 2008: 215).

Diğer taraftan, verginin ödenmesi gereken normal zamanında ödenmemesi, hazinenin vergi tahsilâtında zaman kayması yaşaması durumunda, enflasyonun da var olduğu ekonomide, reel anlamda paranın değer yitirmesiyle birlikte, mükellefin yapmış olduğu bu fiil hazinenin vergisel kayıp yaşamasına da neden olabilir (Olivera-Tanzi Etkisi).

2.1.1.8. Vergi Harcamaları

Vergiyi doğuran olayın gerçekleşmiş olmasına rağmen, çeşitli sosyo-ekonomik amaçları gerçekleştirebilmek için, devletin alması, tahsil etmesi gereken bir vergi alacağından bilerek ve isteyerek (kendi rızası ile) kısmen veya tamamen vazgeçmesi ve hazinenin vergi kaybı yaşaması durumunu ifade etmektedir.

Bu durumda, devlet normal şartlarda alması gerekli vergi miktarından vazgeçerek mükelleflere dolaylı olarak bir transferde bulunduğu ve söz konusu vergiyi tahsil etmeme veya eksik tahsil etme maliyetine devlet hazinesi katlanacağından vergi harcaması ismi kullanılmaktadır.

Vergi harcamaları, vergi muafiyetleri, vergi istisnaları, vergi indirimleri ve vergi aflarından oluşmaktadır.

2.1.1.9. Vergi Ahlakı ve Vergi Bilinci

Vergi ahlakı, mükelleflerin vergi ile ilgili ödevlerini ve sorumluluklarını yerine getirme konusunda sahip oldukları dürüstlük düzeyini ifade etmektedir.

Vergi Bilinci ise, mükelleflerin vergi ile ilgili yükümlülüklerini yerine getirmek konusundaki istek durumlarını tanımlar.

Birbirinin yerine kullanılabilen ve iç içe olan bu kavramlar vergi zihniyetinin iki temel bileşenini oluşturmaktadır. Mükelleflerin vergiye karşı bakış açılarını hangi yönde ve nasıl olduğu hususu, onların vergisel edimlerin ifası noktasındaki davranışlarının da müsebbibi olmaktadır. Vergi bilincinin olumlu olması, vergi ahlakının da pozitif ivme kazanmasına yol açar. Ve bu kavramlar ne kadar gelişir ve iyileşirse, vergi kayıp ve kaçakları o denli azalmış olacaktır.

2.1.1.10. Vergi Oranlarının Rolü

Vergi sisteminde yer alan vergilerin oranının ve miktarının büyüklüğü, vergi zihniyetini ve bunun sonucunda vergi gayretlerini doğrudan etkileyen unsurdur. Nasıl ki özel faydamızı artırabilmek adına piyasadan herhangi bir mal ve hizmet satın almayı düşündüğümüzde bu fikrimizi (talebimizi) belirleyen önemli kıstaslardan biri de ilgili mal ve hizmetin fiyatı oluyorsa, vergide de benzer durum söz konusudur.

Vergi borcunun ödenmesi ile birlikte kişilerin harcanabilir gelirleri azalacak olmasından dolayı, vergi oranlarının ve miktarının artması / artırılması kişilerin vergi gayreti negatife döndürecek, subjektif vergi yükünün de ortaya çıkmasıyla vergi kayıp ve kaçakları artabilecektir.

Vergi oranlarının yüksek olması, kayıt dışı ekonominin, vergi kaçakçılığının, vergiden kaçınmanın artmasına sebebiyet vererek, hazinenin vergi kapasitesinin tamamının elde edilememesi olasılığını çoğaltabilecektir. Arz yönlü iktisatçı Arthur Laffer'in ortaya attığı teoriden de anlaşılacağı üzere, optimal vergi oranının aşılması vergi tabanının ve tahsilatının azalmasına ortam hazırlayabilecektir.

2.1.1.11. Kayıt Dışı Ekonominin Rolü

Yer altı ekonomisi, illegal ekonomi, kara ekonomi, resmi olmayan ekonomi, gizli ekonomi, düzensiz ekonomi, marjinal ekonomi, kayıp ekonomi, karaborsa ekonomisi, gözlenemeyen ekonomi, nakit ekonomisi, paralel ekonomi, enformal ekonomi, vergi dışı ekonomi vb. adlarla benzer anlamlara gelen kayıt dışı ekonomi kavramı; Bilinen istatistik yöntemlerine göre tahmin edilemeyen ve Gayri ve Safi Milli Hasıla hesaplarını elde etmede kullanılmayan gelir oluşturucu ekonomik faaliyetlerin bütünü ifade etmektedir. Başka bir ifade ile kayıt dışı ekonomi, belgeye hiç bağlanmamış ya da içeriği gerçeği yansıtmayan belgelerle gerçekleştirilen ekonomik faaliyetlerin devletin bilgisi dışına taşınmasıdır Kayıt dışı ekonomi kısaca kamunun denetimi dışındaki faaliyetler olarak da tanımlanabilir. Bireylerin veya işletmelerin ekonomik faaliyet ve işlemlerini kamunun denetimi dışında tutmasının en önemli nedeni ise vergi kaçırma arzusudur (Kıldış: 2000, 184).

Batılı ekonomiler de kayıt dışı ekonomi denildiğinde daha çok uyuşturucu ve silah kaçakçılığı gibi yasadışı sektörler akla gelmektedir. Türkiye'de ise bunlarda dâhil olmak üzere kayıt dışı ekonomi daha çok eşya ve hizmet akımlarının belgelendirilmemesi şeklinde ortaya çıkmaktadır (Kıldış: 3).

Günümüzde özellikle Türkiye gibi kayıt dışılığın var olduğu ve buna bağlı vergi kayıp ve kaçığının arttığı ülkeler için, kayıt dışı ekonominin nedenlerini aşağıdaki gibi sıralayabiliriz:

- Mali ve ekonomik nedenler (enflasyon, gelir dağılımı, vergi adaleti)
- Hukuki nedenler (yasaların basit ve açık olmaması, sık değişikliğe uğraması, vergi oranlarının yüksekliği, istisna ve muafiyetler, üniter yapıdaki bozulma, defter tutma hadleri)
- İdari nedenler (vergi idaresinin organik yapısı, teknik yapı, personel yapısı ve denetim mekanizması)
- Sosyal nedenler (vergi ahlakı, mükellef psikolojisi ve tarihsel nedenler)
- Siyasal nedenler ve baskı gruplarından kaynaklanan nedenler (Kıldış: 3).

2.1.1.12. Vergi Denetiminin Rolü

Etkin bir vergi denetim mekanizmasının sistemde var olması ve aynı etkinlikte uygulanabilmesi durumunda, sağlıklı ger dönüşler alınabilecek, mükelleflerin vergisel eğilimleri hazine lehine olabilecek ve dolayısıyla vergi kayıp ve kaçaklarının azalmasına bağlı olarak, en fazla vergi çıktısı elde edilebilecektir.

Etkin bir vergi denetim sisteminin ise temeli iyi bir kurumsallaşmanın, teşkilatlanmanın gerçekleşmesine bağlı olmaktadır. Bu da denetim sisteminde yer alan müesseselerin etkinliğine, verimli ve nitelikli personel yeter sayısına ve gerçekleştirilecek denetimlerin periyodik bir hal almasına bağlıdır.

Aşağıda vergi denetimi konusunda daha ayrıntılı bilgi verilecektir.

2.2. Vergi Denetimi ve Vergi Denetim Yolları

Vergi denetimi; vergi yasaları ile vergiye tabi tutulan mükellef ve işlemlerin tam olarak kavranabilmesine ve vergi idaresi ile mükelleflerin mevcut vergi sisteminde yer alan ilke ve kurallara uygun davranıp davranmadıklarını belirlemeye yönelik olan ve vergi idaresi tarafından yapılan işlemlerin tümü olarak tanımlanabilir (Hesap Uzmanları Derneği, 2004, 131).

Yukarıda yer alan tanımlamadan da anlaşılacağı üzere, vergi denetimi, mükellefler ve idarenin vergi yasalarının çizdiği sınırlar içerisinde davranmasını sağlayarak, vergi adaleti içerisinde potansiyel vergi kaynaklarının tamamının vergilendirilmesi, ayrıca uygulamada karşılaşılan sorunların çözümüne yönelik olarak vergi sistemine değişiklik önerebilme işlevlerine sahiptir.

2.2.1. Vergi İncelemesi

Vergi denetiminin en önemli aracı olan vergi incelemesi, mükellefin ödediği verginin; defter, hesap, kayıt ve belgeler ile gerekli olduğu taktirde yapılacak muhasebe dışı envanter ve araştırmalardan elde edilecek bulgulara uygunluğunun incelenerek, doğruluğunun saptanması ve sağlanması olarak tanımlanabilir (Hesap Uzmanları Derneği, 2004: 132-133).

Yukarıda yer alan tanımlamadan da anlaşılacağı üzere vergi incelemesinin biri defter kayıt ve belgeler üzerinden yapılan revizyon, diğeri defter ve belgelere bağılı olmayan araştırma olmak üzere iki yönü söz konusudur.

V.U.K.'un 134. maddesinde vergi incelemesinin amacı “ödenmesi gereken vergilerin doğruluğunu araştırmak, tespit etmek ve sağlamaktır” şeklinde belirlenmiştir.

Diğer yandan vergi incelemesi; inceleme süresince ortaya çıkan; bilmemezlik, anlayamamazlık sonucu yapılmış hatalar konusunda, yetkilileri bilgilendiren yönü ile mükellefleri eğitmeyi, gönüllü olarak daha doğru beyanda bulunmayı teşvik eden yönü ile vergi bilincini geliştirmeyi, bazı mükelleflerin vergi kaçırmalarını önleyen yönü ile de vergi adaletini güçlendirip, vergide eşitlik ilkesini pekiştirmeyi amaçlamaktadır (Hesap Uzmanları Derneği, 2004: 132-133).

Vergi incelemesinin biri araştırma diğeri önleme olmak üzere iki fonksiyonu söz konusudur.

Vergi incelemesi her şeyden önce ödenmesi gereken verginin doğruluğunu araştırır. Araştırma esas olarak incelenen kişilerin defter ve kayıtlarında yapılan hata ve hilelerin, dolayısıyla ödenecek verginin doğruluğunun saptanmasına yönelik olup, defter kayıtları ve belgeler üzerinde ya da bunlar dışında veri toplanması anlamına gelmektedir (Hesap Uzmanları Derneği, 2004: 134-135).

Diğer yandan vergi incelemesinin, incelenme olasılığı ve inceleme sonucunda yapılacak cezalı tarhiyatın caydırıcılığı gibi nedenlerle mükelleflerin vergi matrahının tespitine ilişkin hileli yollara sapmasını önleyici fonksiyonu söz konusudur.

Vergi incelemesini, incelemenin kapsamı açısından tam inceleme, kısa inceleme ve sınırlı inceleme, incelemenin kaynağı açısından olağan inceleme, olağandışı inceleme ve karşıt inceleme, inceleme yöntemi açısından da normal vergi incelemesi ve aramalı vergi incelemesi şeklinde sınıflamak mümkündür.

V.U.K. madde 135 kapsamında vergi incelemesi yapmaya yetkili olanlar; vergi müfettişleri, vergi müfettiş yardımcıları, ilin en büyük mal memuru veya vergi dairesi müdürleridir. Gelir İdaresi Başkanlığının merkez ve taşra teşkilatında müdür kadrolarında görev yapanlar her hal ve takdirde vergi inceleme yetkisine sahiptir.

V.U.K. 137. madde de ise vergi incelemesi tabi olanlar ifade edilmiştir. Buna göre; “bu kanuna veya diğer kanunlara göre defter ve hesap tutmak, evrak ve vesikaları muhafaza ve ibraz etmek mecburiyetinde olan gerçek ve tüzel kişiler vergi incelemelerine tabidirler” hükmü yer almıştır. Aynı kanunun 172. Ve 173. maddelerinde kimlerin hangi usule göre defter ve hesap tutmak mecburiyetinde olduğu, 253. Ve 256. maddelerde ise evrak ve vesikaları muhafaza etme mecburiyetinde olanlar sayılmıştır (Hesap Uzmanları Derneği, 2004: 134-135).

V.U.K. madde 138 hükmüne göre; vergi incelemesinin ne zaman yapılacağına ilgili mükellefe önceden haber verilmesi mecburiyeti yoktur. İnceleme, neticesi alınmamış hesap dönemi de dâhil olmak üzere, tarh zamanaşımı süresi sonuna kadar her zaman yapılabilir. Önceden inceleme yapılmış veya matrahın re'sen takdir edilmiş olması incelemenin tekrarlanmasına ve gerekirse ikmalen tarhiyat yapılmasına engel değildir.

Vergi incelemesi, ilgili kanununun 139. maddesinin işaret ettiği üzere, esas olarak incelemeye tabi olanın işyerinde yapılır. İşyerinin müsait olmaması, ölüm, işin terk edilmesi gibi zaruri sebeplerle incelemenin yerinde yapılması imkânsız olur veya mükellef ve vergi sorumluları isterlerse inceleme dairede yapılabilir. Bu durumda incelemeye tabi olanın gerekli defter ve vesikalarını daireye getirmesi kendisinden yazılı olarak istenilir.

2.2.2. Yoklama

Yoklama, vergi idaresinin yetkili memurlarınca; mükelleflerin, mükellefiyetle ilgili maddi olayların, kayıtların ve mevzuların araştırılması ve tespit edilmesidir.

V.U.K. 128. maddesinde yoklama yapma yetkisine haiz olanlar sayılmıştır. Buna göre (Hesap Uzmanları Derneği, 2004: 132);

- Vergi dairesi müdürleri,
- Yoklama memurları,
- Yetkili makamlarca yoklama işiyle görevlendirilenler,
- Vergi incelemesine yetkili olanlar,

Yoklama yetkisine sahip olup, hüviyetlerini göstermek ve yoklama sonuçlarını tutanak mahiyetindeki yoklama fişine geçirerek bir nüshasını nezdinde yoklama yapılanaya vermek suretiyle her zaman bireysel veya toplu yoklama yapabilirler (Hesap Uzmanları Derneği, 2004: 132).

Örneğin; Mükellefin belirtmiş olduğu adreste olup olmadığı, belirtilen faaliyet konusuyla uğraşıp uğraşmadığı, yazarkasa kullanıp kullanmadığı, faturaların Maliye Bakanlığı ile anlaşmalı matbaa onaylı olup olmadığı gibi hususlar yoklamanın kapsamını oluşturur.

Yoklama, vergilendirmeyi etkileyen ve vergi idaresinin bilgisi dışında bulunan olguları ortaya çıkartmak suretiyle vergi adaletine ve sosyal adalete katkıda bulunmayı ve hazineye ek gelir sağlamayı amaçlamaktadır. Şöyle ki; yoklama henüz mükellefiyetini tesis ettirmemiş kişilerin ve vergilendirilmeyen kaynakların ortaya çıkarılması yönleri ile vergi gelirlerini arttırırken; vergi kaçırıcıları saptayıp vergilendirilmelerini sağlaması yönü ile vergi ödeyenler nezdinde ticari rekabeti daha adil hale getirmekte ayrıca mükelleflerin vergi dışı kalmasını önlemesi dolayısıyla sosyal adalete hizmet etmektedir (Şanlı, 2001, 7).

2.2.3. Arama

Vergi denetiminde kullanılan araçlardan bir diğeri ve en ağır koşullara sahip olanı ise “aramalı inceleme”dir.

Aramalı inceleme beyana dayalı vergilerde (Gelir Vergisi, Kurumlar Vergisi vs.) bir vergi güvenlik aracı olarak düşünülmüştür. Vergi denetiminin amacına ulaşması için önemli olan bilgi ve belgelerin inceleme elemanlarına ulaşmadan önce yok edilmeleri tehlikesi göz önünde bulundurularak Vergi Usul Kanununda vergi incelemesinin yanında aramalı incelemeye de yer verilmiştir.

Vergi İncelemesi ile arzulanan amaca ulaşmak üzere vergi mükelleflerinin veya vergiyi doğuran olayla ilgili kişi ve kuruluşların işyerlerinde, evlerinde ve üzerlerinde yapılan ve vergi kaçırmaya delil teşkil eden her türlü belgeye el konulmasına yönelik olarak yapılan incelemeye “aramalı inceleme” denir.

Buna göre arama büro, satış mağazası, depo, fabrika gibi işyerleri ile; ev, apartman dairesi, villa, sayfiye evi, otel odası gibi yerlerde ve kaçakçılıkla ilgili görülen mükellefin yakınları, yanında çalışanlar, iş münasebeti bulunan kişiler nezdinde yapılabilir (Tekin ve Çelikkaya, 2009: 201).

Aramanın amacı doğru ve hızlı bilgi ve belge temin etmek, bilgi ve belgelerin kısmen veya tamamen inceleme elemanına ulaşmadan yok edilmesini önlemektir. Bunun yanında bazı durumlarda yasa dışı kayıt ve belgelere ulaşmanın yolu da aramadan geçmektedir (Tekin ve Çelikkaya, 2009: 201).

Arama yapılabilmesi için;

- Vergi incelemesi yapmaya yetkili olanların aramaya lüzum göstermesi ve gerekçeli bir yazı ile arama kararı vermeye yetkili sulh yargıcından bunu istemesi,
- Sulh yargıcının da istenilen yerlerde arama yapılmasına karar vermesi şarttır.

Aramalı incelemeyi diğer denetim araçlarından ayıran en önemli özelliği “arama kararına” gereksinim duyulmasıdır. Bir başka ifadeyle, aramalı inceleme kişinin temel haklarına (özel hayatın gizliliği ve konut dokunulmazlığı) müdahale niteliği taşıdığından dolayı kanun koyucu tarafından çok sıkı şekil şartlarına bağlanmıştır.

İhbara dayanan aramalarda, mükellef hakkında yapılan ihbar tek başına arama için yeterli olmayıp inceleme elemanının gerekli ön çalışmayı yaparak buna karar vermesi gereklidir. Zira ticari hayatta neticesi ne olursa olsun vergi incelemesine iyi gözle bakılmamakta ve incelemeye maruz kalan mükellefin itibarının sarsılması söz konusu olmaktadır. Hal böyle olunca, ihbara dayalı incelemelerde azami dikkat gösterilmelidir.

Arama ancak, vergi incelemesi yapmaya yetkili olanlar tarafından yapılabilir.

Ancak arama, organize bir olay olduğundan, arama esnasında çok sayıda personele ihtiyaç duyulabilir. Bu nedenle aramaya yetkili olanların denetim ve gözetiminde diğer devlet memurları da aramaya katılabilir. Özellikle dirençle karşılaşma ihtimalinin yüksek olduğu arama faaliyetlerinde inceleme elemanlarına yardımcı olmak üzere güvenlik güçlerinin bulunması V.U.K. 7. maddesinden doğan kanuni bir mecburiyettir.

Aramanın ne zaman yapılacağı konusunda Vergi Usul Kanununda açık bir hüküm bulunmadığı için bu konuda Ceza Muhakemesi Kanununun ilgili hükümleri uygulanır.

Buna göre konut, işyeri gibi kapalı yerlerde gündüz arama yapılır. Ancak başlanmış ve bitirilmemiş bir aramaya gece de devam edilebilir. Aksi halde o ana kadar ele geçirilmemiş olan, suç delili olabilecek vesikaların verilen ara ile birlikte ortadan kaldırılması riski ortaya çıkabilir.

2.2.4. Bilgi Toplama

Vergi idaresi, vergi incelemelerine esas olmak üzere ve vergi tahakkuk ve tahsilâtının zamanında yapılabilmesi amacıyla, kamu kurum ve kuruluşlarından veya gerçek ve tüzel kişilerden bilgi alır ve bunları arşivler (Tosuner ve Arıkan, 2011: 175). Bilgi toplamanın temel amacı, çeşitli kaynaklardan elde edilen bilgilerden yola çıkarak mükelleflerin matrah tespitlerinin doğruluğunu araştırmaktır (Şenyüz ve diğerleri, 2011: 131). Bununla birlikte vergi incelemelerine ve aramalı incelemelere edinilen bilgilerin yardımcı olması etkin bir vergi denetimi için isteğe bağlı bir uygulama olmaktan çıkan bilgi verme, bu yönüyle de mükelleflerin daha dikkatli beyanda bulunmasına ve aksi eğilimler içinde olan mükelleflerin tespit edilmesine yardımcı olmayı sağlamaktadır (Altuğ, 2000: 62).

V.U.K.'un 148. maddesinde bilgi verme ifadesi ve ne şekillerde gerçekleşeceği açıklanmıştır. Buna göre kamu idare ve müesseseleri, mükellefler veya bunlarla ilişkili kişilerin Maliye Bakanlığı'nın veya vergi incelemesi yapmaya yetkili olanların isteyecekleri bilgileri vermeye mecbur oldukları yasal güvence altına alınmıştır. Bilgiler yazılı veya sözlü istenebilir. İstenilen bilginin verilmemesi halinde ceza uygulanabilmesi için istenilen bilginin yazılı olarak tekrar istenmesi ve bunun için uygun bir sürenin idarece verilmesi gerekmektedir. Bu süre içerisinde verilmeyen bilgi için ceza uygulanabilir. Bilgi istemek için kişiler zorla vergi dairesine getirilemez. Yurtdışı imtiyazlardan faydalanan yabancı devlet memurları bilgi verme mecburiyetine tabi olmazlar (Tosuner ve Arıkan, 2011: 175)..

Bilgi toplama yöntemi kural olarak iki şekilde uygulanır. Bunlar, talep üzerine bilgi verme ve sürekli bilgi verme olarak adlandırılır (Dumlupınar, 2014: 1).

V.U.K. 148. maddesi uygulama türü açısından talep üzerine bilgi verme yöntemini açıklamaktadır. Yukarıda belirtildiği gibi kanunda sayılı kişi ve

kurumların Maliye Bakanlığı veya vergi incelemesi yapmaya yetkili kişilerce yetkili kişilerin bilgi verme talebini yerine getirmek zorundadırlar. Bu kuralın uygulamada bazı istisnaları vardır. V.U.K.'un 151. maddesinde sayılan kişilerden yine aynı kanunda belirtildiği durumlar halinde istenemez. Bunlar (Dumlupınar, 2014 2);

1. Posta, Telgraf ve Telefon İdaresinin haberleşmeler hakkında tutmaya mecbur olduğu gizlilik,
2. Hekimlerden, diş hekimlerinden, dişçilerden, ebelerden ve sağlık memurlarından hastaların hastalıklarına ilişkin bilgiler,
3. Avukatlardan ve dava vekillerinden işleriyle ilgili olarak müvekkil isim ve ücretleri dışında elde ettiği bilgiler,
4. C.M.U.K.'un 125. maddesi gereğince gösterilmesi ve teslimi uygun olmayan evrakın içeriği hakkında bilgiler istenemez.

V.U.K.'un 149. maddesinde kamu idare ve müesseseleri ve gerçek ve tüzel kişilerin vergilendirmeye ilişkin olaylarla ilgili olarak Maliye Bakanlığı ve ilgili vergi dairelerine yazı ile ve belirli aralıklarla bilgi vermesi kuralı getirilmiştir (Dumlupınar, 2014 2).

Tapuda gerçekleştirilen işlemler, araç satış ve tescil işlemleri, bankacılık işlemleri vergilendirmeye ilişkin olaylara örnek olarak verilebilir (Dumlupınar, 2014 2).

Bununla birlikte V.U.K.'un 150. maddesinde ölüm olaylarının servet değişiminin takip edilebilmesi sebebiyle kanunda sayılı kişilerin sürekli bilgilendirme yükümlülüğü belirtilmiştir.

1. Sulh yargıçları, icra, nüfus ve tapu memurları,
2. Yabancı ülkelerdeki Türk konsolosları veya bu görevi yürütenler,
3. Mahalle ve köy muhtarları,
4. Banka, bankerler, sigorta şirketleri ile emanet kabul edenler olarak sayılan kişilerin ölüm vakalarını gerçekleşen ayı takip eden 15'nci günü akşamına kadar vergi dairesine bildirmesi zorunlu kılınmıştır (Dumlupınar, 2014 2).

Ölüm vakaları hariç olmak üzere edinilen her türlü bilginin arşivlenerek gizli olarak saklanacağı V.U.K.'un 152. maddesinde ifade edilmiştir. Bu bilgiler vergi incelemelerinde mükelleflerin beyanları ile karşılaştırılmak üzere Veri Ambarı (VERİA) elektronik sistemine aktarılmaktadır. Bu şekilde daha hızlı ve etkin vergi denetimi yapmak amaçlanmaktadır (Dumlupınar, 2014 2).

3. Vergi Denetiminde Muhasebe Meslek Mensuplarını Rolü

Muhasebede yapılan hata ve hilelerin yani muhasebede düzensizliklerinin vergilendirme açısından önemi büyüktür. Bu önem; muhasebe düzensizliklerinin vergilendirme açısından bir suç yani vergi suçu oluşturması ve vergi cezasını

gerektirmesidir. Çünkü yapılan düzensizliklerin en temel amacı vergi matrahını aşağı çekmek ve vergi kaçırmaktır. Bu durumda aldatılan taraf yani muhatap vergi idaresidir. Bu düzensizlikler, işletmeyi olduğundan daha kötü göstermeyi hedefleyen düzenlemelerdir. Şirket yöneticilerini bu tür düzenlemelere iten nedenler genellikle kar dağıtmamak ya da az dağıtmak, az vergi ödemek ya da ödememek, hisse senetlerinin borsa fiyatlarını düşürmek, şirketten ayrılan ortaklarla çıkarlar doğrultusunda anlaşmalar yapmak gibi hususlar etrafında toplanmaktadır.

Ülkemizde meslek yasası (3568 sayılı yasa) muhasebe denetimi ile vergi denetimi arasında bir denge kurmaya çalışmış ise de vergi yönetimi yayınladığı yönetmelik ve tebliğlerle vergi denetimini çok öne çıkarmış ve adeta muhasebe denetimini yok saymıştır. Bir kamu hizmeti sayılan bağımsız denetim için ülkemizde SPK'nın bağımsız denetim hakkındaki tebliğleri ve diğer düzenlemeleri bu konuda meslek mensuplarına daha fazla yol gösterici olmaktadır (Kiracı, 2004: 1).

3568 sayılı yasadaki denetimin tanımı net olarak yapılmamıştır. Çalışma usul ve esasları yönetmeliğinin 48, 49 ve 50'nci maddelerinde, denetimin amacı ve denetim faaliyetleri açıklanmıştır. Öte yandan denetimle ilgili en geniş tanım, Amerikan Muhasebeciler Kurumu'nun (American Accounting Association) bünyesinde faaliyet gösteren Temel Denetim Kavramları Komitesi (Committee on Basic Auditing Concepts) tarafından hazırlanan raporda yer almıştır. Bu tanıma göre "Denetim, ekonomik faaliyetler ve olaylara ilişkin iddialarla, kabul edilmiş ölçütler arasındaki uygunluğun derecesini araştırmak ve sonuçlarını ilgili kullanıcılara iletmek amacıyla objektif şekilde kanıt toplayan ve değerleyen sistematik bir süreçtir.". Kısacası denetim, doğal yapısından kaynaklanan yargısal bir süreçtir (Taştan, 2006: 191).

3.1. Serbest Muhasebeci ve Mali Müşavirlerin Vergi Denetimindeki Rolü

Serbest muhasebeci ve mali müşavirler vergi mükellefleri ile vergi idaresi arasında tabiri caizse bir "mali köprü" görevi görmektedirler. Serbest muhasebeci ve mali müşavirler hukuki niteliğe haiz olarak gerçekleştirilen aracılık sözleşmesine istinaden, vergi mükellefi adına vergisel ve mali bütün ödevleri yerine getirirken, diğer taraftan da vergi idaresinin vergi alacağını güvence altına almayı amaçlayan bir konumdan mesleki icrada bulunurlar.

Kanunların vermiş olduğu görev ve sorumluluk bilinciyle, vergi mükellefine ait ticari defterleri tutmak yükümlülüğü altına giren serbest muhasebeci ve mali müşavirler, mükellefin ticari işlemlerine bağlı belgelerin toplanması, bunların sınıflandırılması, kaydedilmesi ve dönem sonlarında özetlenerek, muhasebe bilgi kullanıcılarına rapor şeklinde sunulması aşamalarının her birinde aktif ve bilfiil olarak rol oynarlar. Yapılan tüm bu muhasebe işlemlerinin sonucunda asıl hedef ticari karın yani faaliyet sonucunun ortaya çıkartılmasıdır.

İşin Ticaret Kanunu açısından görünüşü ve maksadı bu olmakla birlikte, Vergi Kanunları açısından ise, muhasebe süreci vergi matrahının yani mali karın tam, doğru ve gerçek vesikalarla noksatsız bir biçimde tespitini gerçekleştirmelidir. Bunun için de öncelikli olarak ticari karın tam ve doğru olarak ortaya konmuş olması gerekir. Çünkü mali karın zeminini ticari kar oluşturur. Dönem sonunda işletme faaliyetlerine dayalı olarak ortaya çıkan ticari kara, Gelir Vergisi Kanunu madde 40 ve 41 hükümleri uyarınca Kanunen Kabul Edilmeyen Giderlerin eklenmesi ve varsa vergiden muaf gelirlerin düşülmesi gerekmektedir. Bu süreçlerin hepsinde serbest muhasebeci ve mali müşavirlerden mesleğin ve vergi kanunlarının yüklemiş olduğu sorumluluk bilinciyle hareket etmesi beklenmektedir.

Buna ilave olarak, mükellefe ait her nevi vergi beyannamelerinin tam ve doğru biçimde hazırlanıldığından emin olarak imzalanması, vergi idaresine ulaştırılması ve ilgili diğer bildirimlerin yapılması görev ve sorumluluğu da SMMM'lere bırakılmıştır. Vergi idaresi mükellef sayısının çokluğu ve her aşamada ve periyodik olarak denetim güclüğü sebepleriyle, böylesine önemli bir konuma sahip olan SMMM'lere güven duymakta ve buna istinaden söz konusu vergi beyannamelerini aksi ispat edilinceye kadar doğru kabul etmektedir. Ama fakat bu aşamada da tutarsızlıkların var olduğu kuşkusuz ortadadır. Çünkü bahsi geçen meslek mensupları tarafından verilen beyan ve bilgilerin bir kısmına ise yeteri kadar güven duyulmadığı ve bu aşamada vergi idaresinin kendi memurlarını beyan doğruluğunun teyidi için görevlendirebildiği görülmektedir. Örneğin, işletmelerin ve şirketlerin kuruluşlarında (açılışlarında) ve kapanışlarında bildirilen beyanlar ve diğer kamu kurumlarından alınarak verilen belgelerin doğruluğu bir yoklama memuru aracılığıyla kontrol edilmektedir. Hâlbuki açılışlarda, kapanışlarda, adres değişikliğinde, her türlü hukuksal değişiklikler ve işlemlerde meslek mensuplarının verdiği bilgilerin doğru kabul edilip gereğinin yerine getirilmesi icap eder.

Diğer taraftan, ödeme kaydedici cihaz temini gibi en basit bir işlemin gerçekleştirilmesi için bile mükellefler ve dolayısıyla onların işlemlerine aracılığı üstlenen meslek mensupları bürokrasiye boğulmakta, bir işyerinin açılması, kapanması, taşınması ya da faaliyete başlaması bazen haftaları alabilmektedir. Bunların bir yansıması olarak da mükelleflerin ticari işlerinde yaşanabilecek olan gecikmelerden dolayı zaman ve hâsılat kayıpları söz konusu olabilmekte, vergi idaresi açısından da işlem maliyetleri artabilmektedir.

Muhakkak ki, Vergi İdaresinin denetim yetkisi kalmalı ve bu vesayeti kullanmalıdır. Şüpheli hallerde ya da rutin denetim faaliyetlerini devam ettirmelidir. Ancak, meslek mensuplarına duyulacak güven, mesleki itibarın da gerektirdiği gibi her şartta ve aşamada gösterilmelidir.

Vergi dairelerinde tutulan, mükellef ile ilgili dosyalar, ilgili mükellefle sözleşmesi olan meslek mensubunun görmesine, incelemesine hatta istediği belgeden bir nüsha alabilmesine olanak tanınmalıdır. Meslek mensubuna karşı duyarsız, paylaşımsız ve güvensiz bir davranışsal bütün sergilemek yerine, şeffaf, işbirlikçi, bilgilendirici ve iki elmanın yarısı gibi tamamlayıcı ve bütüncül bir

yaklaşım benimsenmelidir. Meslek mensupları kadar vergi idaresi çalışanlarının da bu durumun ehemmiyetine binaen bir eğitime tabi tutulmaları yerinde olacaktır.

Gerek Vergi İdaresi tarafından gerekse de TÜRMOB tarafından meslek mensuplarının vergi algılarına, vergi ahlak ve bilinçlerine dönük çalışmalar yapılmalıdır. Böylelikle, uygulamada vergi mükelleflerini yönlendirme misyonu olan serbest muhasebeci ve mali müşavirlerin, vergi mükelleflerinin vergi algıları üzerinde olumlu tesiri olabilecektir ve de dolayısıyla vergi kayıp ve kaçak sorunsalı da daha kolay minimize edilme imkânı bulabilecektir. Bu kapsamda, serbest muhasebeci ve mali müşavirlik mesleğine aday olan kişilere dönük yapılan staja başlatma sınavı kapsamında, Türk vergi sistemi ve vergi hukuku eğitimi içerisinde vergi ahlakına ve vergi algısına yönelik eğitim verilmeli ve de tatmin edici düzeyde ve miktarda sorular da bulunmalıdır. Devamında da, yapılan staj sonrasında son düzenlemeyle SPK'nın da eklenmesiyle sekize çıkarılan bitirme sınav kapsamında dokuzuncu sınav olarak vergi algısına ve vergi ahlakına yönelik teknik ve psikolojik unsurları birlikte içerisinde barındıran sorular bütünü oluşturulmalıdır.

SMMM ruhsatı almaya hak kazanıldıktan sonra da, güncel ve küresel muhasebesel ve vergisel gelişmeler ışığında belli dönemlerde eğitimler yinelenmelidir.

Vergi kayıp ve kaçagını önlemeye ve de azaltmaya yönelik olarak oluşturulabilecek bir diğer kurum olarak da, yeminli mali müşavirlerin mesleğe başlamasında olduğu gibi, serbest muhasebeci ve mali müşavirlerin de ruhsatlarını aldıktan sonra göreve başlamadan önce, Vergi Mahkemelerinde veya yine Asliye Ticaret mahkemelerinde yemin etmeleri söz konusu olmalıdır. Böylelikle, ahlaki olarak yemine sadık kalma şuuruyla davranışların şekillenmesiyle birlikte olumlu bir etki yakalanabilecektir.

3.2. Yeminli Mali Müşavirlerin Vergi Denetimindeki Rolü

Bağımsız denetim 26.12.2012 tarihli ve 28509 sayılı Resmi Gazete'de yayımlanan Bağımsız Denetim Yönetmeliği çerçevesinde tanımlanmıştır. Bağımsız denetim; finansal tablo ve diğer finansal bilgilerin, finansal raporlama standartlarına uygunluğu ve doğruluğu hususunda, makul güvence sağlayacak yeterli ve uygun bağımsız denetim kanıtlarının elde edilmesi amacıyla, denetim standartlarında öngörülen gerekli bağımsız denetim tekniklerinin uygulanarak defter, kayıt ve belgeler üzerinden denetlenmesi ve değerlendirilerek rapora bağlanması sürecini ifade eder (TÜRMOB, 2015).

Bağımsız denetimi ise; 3568 sayılı Serbest Muhasebeci Mali Müşavirlik ve Yeminli Mali Müşavirlik Kanununa göre yeminli mali müşavirler ya da serbest muhasebeci mali müşavirlik ruhsatını almış meslek mensupları arasından Kurum (Kamu Gözetim Kurumu) tarafından yetkilendirilen kişiler gerçekleştirir.

Vergisel bağımsız denetim, beyanname imzalama ve tasdik şeklinde gerçekleştirilmektedir. Yeminli mali müşavirlerin tasdikten doğan sorumluluklarının sağlıklı bir yasal düzenlemeye bağlanmadığı, Anayasaya ve

kanunlara aykırı durumlar olduğu, Maliye Bakanlığı'na fazlasıyla yetkiler verildiği, yeminli mali müşavirlere yoğun görev ve sorumluluklar yüklenmiş olmasına rağmen yetkilerinin yetersiz kaldığı görülmektedir.

Türkiye, ABD ve İngiltere'de olduğu gibi denetim türlerinden uygunluk denetimini benimseyerek meslek mensuplarının vergi ziyayı ile ilişkisini kesmemiştir. SMMM'ler için uygunluk denetimi benimsenirken, YMM'ler için ise doğruluk denetimi yapmaları öngörülmüştür.

Yeminli mali müşavirlerden, her türlü inceleme tekniklerini kullanarak, gerekli ve yeterli araştırmayı yaparak, şirketlerin mali tablolarının ve mali tablolarda yer alan kalemlerin ve de dolayısıyla ödenecek vergilerin doğruluğunun araştırılması, tespit edilmesi ve sağlanması istenmektedir. Belge düzeninin oluşturulamadığı, vergi denetim oranının arzu edilen seviyede bulunmadığı, ekonomik yöntemlerle ve otomasyona destekli denetimin yapılamadığı, eğitim seviyesinin düşük, bürokrasinin yüksek, vergi yönetim ve denetiminde tam anlamıyla kurumsallaşamamanın getirdiği sorunların olduğu bir ortamda, yeminli mali müşavirlere böylesine ağır bir sorumluluğun verilmiş olması normal karşılanabilir.

Yeminli mali müşavirlere, hukuki ve idari açıdan yüklenmiş olan bu sorumluluk beraberinde birtakım gereksinimleri de doğurmaktadır. Sorumluluğa ilişkin temel ve önemli konuların herhangi bir boşluğa ve tartışmaya yer vermeyecek şekilde, yönetmelik ya da Genel Tebliğler yerine, normlar hiyerarşisine ve anayasaya riayet edilerek, kanun ile düzenlenmesi gerekir. Bazı hususların içtihatlarla yerleşmesi daha uygun olabilecektir de cezai ve hukuksal sorumluluk yükleyen düzenlemelerin yasalarla ve sarıh bir şekilde temin edilmesi her açıdan daha yerinde olacaktır. Karşıt inceleme, şirket toplantılarına katılma, tarhiyat, tebligat, dava açma gibi konularda ayrıntılı ve tereddüde mahal vermeyecek düzenlemeler ihdas edilmelidir.

Vergi idaresinin, yeminli mali müşavirlerle ortak, paylaşımcı ve bütüncül bir çalışma anlayışı geliştirmesi, vergi kayıp ve kaçaklarının engellenmesi noktasında önem arz etmektedir. İlgili meslek mensuplarının sorumluluklarının hukuksal nitelikleri açıklığa kavuşturulmalı ve vergi denetimi noktasında, kamunun vergi inceleme elemanlarının sahip oldukları yetkilere paralel olarak, yetkileri de artırılmalıdır. YMM'lerin tasdik faaliyeti, kapsam ve nitelik olarak vergi inceleme elemanlarının gerçekleştirdikleri vergi incelemesi niteliğine haizdir. Yapılacak kurumsal ve hukuki düzenlemelerle birlikte, YMM tasdikinin nihai inceleme statüsüne kavuşturularak, vergi idaresinin hem denetim maliyetleri azaltılmalı, hem de denetimin ölçeği, kalitesi ve etkinliği artırılmalıdır. YMM tasdiki, mali tabloların hazırlanmasından önce vergi kayıp ve kaçaklarının azaltılmasını sağlayacak düzeltmelerin yapılmasını sağlamaktadır.

4. Sonuç ve Değerlendirme

Ülkemizde toplumsal vergi algısının çok iyi bir durumda olmamasına bağlı olarak, vergi mükelleflerinin vergilerini tam ve doğru bir şekilde ödeme eğilimleri de oldukça zayıftır.

Kişilerin vergi gayretlerinin düşük olması ve diğer taraftan da Maliye Bakanlığının çeşitli sos-ekonomik amaçlarla vergi mevzuatı içerisine dâhil ettiği vergi avantajları, devlet hazinesine olması gereken düzeyden daha az bir seviyede vergi miktarının girmesine neden olmaktadır.

Durum böyle olunca, vergi denetim kurumunun etkinliğinin ve kapsamının maksimum noktada olması, vergi kayıp ve kaçaklarının azaltılması amacına hizmet edecektir. Vergi denetim etkinliğinin artabilmesi pek çok etkene bağlı olmakla birlikte öncelikli olarak, vergi denetim kurumunun kurumsallaşma düzeyinin yükseltilmesi, vergi denetim ilke ve prensiplerinin uluslararası ölçekte yapılandırılması gerekmektedir.

Diğer taraftan, artan vergi mükellefi sayısı ile birlikte, Vergi Denetim Kurulu'nun bünyesinde barındırdığı, 289 vergi başmüfettişi, 3559 vergi müfettişi ve 5389 vergi müfettiş yardımcısından oluşan ve yekünde 9237 denetim elemanına tekabül eden sayısının ivedilikli ve nitelikli olarak artırılması gerekmektedir.

Vergi kapasitesinden sızmaları engelleyebilmek adına, vergi mevzuatının yeniden yapılandırılması ve bu yapılandırma aşamasında da üretim faktörleri arasında vergi dağılımı kurgusunun, vergi ve dolayısıyla gelir adaletini tahsis edecek şekilde gerçekleştirilmesi şüphesiz oldukça önemlidir. Böylelikle, vergi mükelleflerinin vergi algılarında pozitif eğilimin oluşacak ve vergi kayıp ve kaçak düzeyi azaltılmış olacaktır.

Muhasebe meslek mensuplarına (serbest muhasebeci ve mali müşavirler ile yeminli mali müşavirler), vergi kanunları ve 3568 sayılı muhasebe meslek kanunu hükümleri gereğince vergi alacağını teminat altına alabilmek amacıyla pek çok görev ve sorumluluk yüklenmiştir. Dolayısıyla buna paralel olarak hem vergi idaresinin maliyetlerini azaltmak hem de muhasebe meslek mensuplarının mesleki itibar ve kalitelerini uluslararası konuma yükseltebilmek adına, vergi denetiminde yetkileri artırılmalıdır. Vergisel olarak şeklen ve esasen denetimi gerekli, tarh ve tahakkuk edilen vergi miktarını etkileyebilecek eylem ve unsurların en azından bir kısmının nihai denetiminin muhasebe meslek mensuplarına bırakılması sonucunu doğuracak kurumsal düzenlemelerin sisteme kazandırılması gerekmektedir. Eğer bu gerçekleştirilebilirse, vergi idaresinin denetim elemanı noksanlığı, muhasebe meslek mensuplarıyla doldurularak giderilmiş olacak ve vergi denetiminden daha etkin sonuçlar elde edilebilecektir.

Tahsis edilecek veya devredilecek yetkilerle beraber, idarenin maliyetlerini düşürerek, muhasebe meslek mensuplarından vergi denetiminde daha fazla ve etkin faydalanabilmesi amacına ulaşabilmek için özellikle serbest muhasebeci ve mali müşavirlerin mükellefe bağımlık durumunun hafifletilmesi ve de tahsilât

problemlerine merkezi bir çözüm bulunmasıyla birlikte, vergi kayıp ve kaçak düzeyi kuşkusuz azalacaktır.

Meslek odasının her yıl ilan ettiği, verilen hizmet karşılığı asgari fiyat tarifesi baz alınarak, meslek mensupları tarafından mükellef bilgileri merkeze ulaştırılarak, mükelleflerin adına ve hesabına yıllık olarak borç tahakkuk ettirilmesi ve toplam yekünün aya bölünerek eşit taksitler halinde otomatik olarak kartlarından/hesaplarından çekilmesi ya da borçlandırılması sonucunda, hem meslek mensubu kazanç kaygısı yaşamamış olacaktır, hem de mesleğin kalitesinin yükselmesiyle, vergi kayıp ve kaçakları azaltılmış olacaktır.

Yukarıda yapmış olduğumuz çıkarımlar ve değerlendirmeler ışığında, vergi idaresinin muhasebe meslek mensuplarıyla uyumlarının ve işbirliklerinin artırılması ve bunun da hukuki ve sarih kanunlara bağlanması gerekliliği ortaya çıkmaktadır. Unutulmamalıdır ki, muhasebe meslek mensupları, vergi mükelleflerine vergi idaresinden daha yakındırlar ve iletişimleri ve de etkileşimleri daha kuvvetlidir. Bu perspektiften, bahsetmiş olduğumuz fikir ve düşüncelerin geliştirilerek, kurumsallaştırılması durumunda, beklediğimiz sonuçların gerçekleşmesi malumun ilanı olacaktır.

Kaynakça

Acinöroğlu, S. (2013). Vergiden Kaçınma ve Vergi Kaçakçılığıyla Mücadelede Avrupa Birliği'nin 1 Ocak 2013 Tarihli Son Eylem Planının Değerlendirilmesi. Ankara: Vergi Dünyası Dergisi. 379.

Akdoğan, A. (1999). Vergilendirme Politikası, Gelir ve İkame Etkileri Açısından İzlenebilecek Gelir Vergisi Politikasının Değerlendirilmesi. Ankara: Gazi Üniversitesi İ.İ.B.F. Dergisi.

Alptürk, E. (2008). Elektronik Denetim Rehberi. İstanbul: Gelirler Kontrolörleri Derneği Yayınları.

Ankara Ticaret Odası. (2012). 6102 Sayılı Yeni Türk Ticaret Kanunu. Ankara: Yaklaşım Yayıncılık.

Coşkun, N. Elektronik Ticarete Vergilendirme Sorunları ve Uluslararası Düzeyde Çözüm Arayışlarının Türkiye Açısından Değerlendirilmesi. 10.11.2015. <http://www.dergipark.ulakbim.gov.tr>.

Duman, Ö. (2008). Muhasebe Denetimi ve Raporlama. Ankara: Siyasal Kitabevi.

Dumlupınar, S. (2014). Vergi Denetim Türleri. 22.11.2015, <http://www.vergialgi.net>.

Edizdoğan, N. Ve Gümüş, E. (2013). Vergi Afları ve Türkiye'de Vergi Aflarının Değerlendirilmesi. Maliye Dergisi. 164, 4.

Elektronik Ticaret Rehberi. (2015). E-İmza Nedir?. 20.11.2015, <http://www.elektronikticaretrehberi.com>.

ETG, (2015). Elektronik Defter Hakkında, <<http://www.etg-it.com/e-defter.aspx>>, (Erişim: 04.01.2016).

- Gelir İdaresi Başkanlığı. (2015). E-Mevzuat. 18.11.2015, <http://www.gib.gov.tr>.
- Hesap Uzmanları Derneği. (2004). Denetim İlke ve Esasları. İstanbul: Yıldız Ofset.
- Inaltong, C. (2012). Vergi Yükü: Türkiye ve OECD Ülkeleri Karşılaştırması. Ankara: Vergi Dünyası Dergisi, 369.
- Kıldış, Y. Kayıt Dışı Ekonomi. 15.11.2015, <http://www.deu.edu.tr>.
- Kıldış, Y. (2000). Kayıt Dışı Ekonominin Ulusal-Uluslar Arası Boyutu Ve Çözüm Önerileri. Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 2(2). 182-210.
- Kızılot, Ş. Ve Taş, M. (2011). Vergi Hukuku ve Türk Vergi Sistemi. Ankara: Yaklaşım Yayıncılık.
- Kıracı, M. (2004). Bağımsızlık İlkesi Ekseninde Bağımsız Denetim Mesleğiyle İlgili Düzenlemelerin Bir Değerlendirmesi. Vergi Dünyası Dergisi, 23(278).
- Koç, M. (2011). Türkiye’de Vergi Kayıp Kaçağı ve Bunların Önlenmesinde Vergi Denetiminin Rolü. Yayımlanmamış doktora tezi, Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Nezih, V. (Ed.). (2008). Kamu Maliyesi. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayınları.
- Şaan, A. (2008). Türkiye’de Vergi Kaçakçılığının Önlenmesinde Vergi Denetiminin Etkinliği, Yayımlanmamış yüksek lisans tezi, Trakya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Şanlı, N. (2001). Vergi Denetimi Karşısında Serbest Muhasebeci Mali Müşavirlik Mesleği, ISMMMO Uluslararası Beşinci Muhasebe Denetimi Sempozyumu, 2-6 Mayıs 2001).
- SlideShare (2015). E-Fatura Hizmet Sağlayıcılığı. <<http://www.slideshare.net/TURKKEP/trkkep-e-fatura-sunumu>>, (Erişim: 04.01.2016).
- Taştan, H. (2006). Vergi Kayıp ve Kaçağı ile Mücadele Açısından Muhasebe Meslek Mensuplarının Görev, Yetki ve Sorumlulukları, Yayımlanmamış doktora tezi, Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Tekin, F. Ve Çelikkaya, A. (2009). Vergi Denetimi. Ankara: Seçkin Yayıncılık.
- Türmob. (2015). 3568 Sayılı Kanun. 21.11.2015, <http://www.turmob.org.tr>.

Kültür ve Sanat Ekonomisi Kapsamında Talep Analizleri Yardımı İle Kültür Politikasına Teorik Yaklaşım: Türkiye Örneği*

Duygu BÜYÜKYAZICI

Istanbul Üniversitesi (duygu.buyukyazici@outlook.com)

Özet

Kültür-sanat ekonomisinin bağımsız bir disiplin olarak ortaya çıkmasını sağlayan temel tez, devletin sanatı desteklemesi gerektiği önermesidir. Gösteri sanatı formlarının iktisadi araçlarla incelenmesi sonucunda ortaya konan maliyet hastalığı argümanı, devlet sanatları desteklemezse sanatların yok olacağı öngörüsünü içerir. Söz konusu analizlerden önce devlet-sanat ilişkisi farklı disiplinlerin gözlem alanında iken, bu değişkenlerin yanına ekonomi teriminin eklenmesi tartışmaları bilimsel zemine çekmiş ve engin incelemeleri beraberinde getirmiştir. Devletin finansal ve kurumsal anlamda sanatı desteklemesi politika yapıcılarının nezdinde erdemli mallar varsayımı ile gerçekleşirken, literatürdeki temellendirmeler büyük ölçüde piyasa başarısızlıkları ekseninde olmuş ve maliyet hastalığı argümanı çürütülmüştür. Devletin sanatı destekleme formu ve miktarına yönelik tercihler kültür politikasının önemli payını oluştururken, söz konusu politikaların edinilmiş başarısı ancak talep analizleri ile tartışılabilir. Türkiye'nin kültür politikasına hem teorik bir yaklaşımda bulunmayı hem de ulaşılmış başarısını araştırmayı amaçlayan bu çalışmada, kültür-sanat ekonomisindeki mikroekonomik talep analizlerinden yola çıkarak, talep profilinin kültür politikasındaki önemi vurgulanmakta ve devletin kültür-sanata olan desteği kadar biçiminin öneminin de altı çizilmektedir. Talep analizlerinin gelişmesi doğrultusunda, talebin profiline yönelik farklı kültür politikaları gerekecek, kültür-sanata yönelik çoğunlukla yetersiz veri ve analiz ile tespit edilen destek, üretim ve sübvansiyonların içerik ve miktarı farklılaşarak optimal düzeye yakınsanacaktır. Piyasa başarısızlıklar da kültür politikasının temellendiği teorik faz olarak analize eklenmiş, pozitif dışsallıklar özelinde devletin sanatı desteklemesinin sebepleri tartışılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Kültür, sanat, devlet, politika, talep, ekonomi.

* Bu çalışma, 1st International Scientific Researches Conference Humanity and Social Sciences, 19-22 Mayıs 2016, Madrid Konferansında tam metin sözlü bildiri olarak sunulmuştur.

Theoretic Approach to Cultural Policy with the Help of Demand Analysis in the Scope of the Economics of Art and Culture: The Turkish Case

Abstract

The main thesis that enable cultural economics to be an independent discipline is the argument that state should support the arts. Cost disease argument which putted forth by examining the performing arts with economic tools, contains the foresight that arts will be fading away if state does not support it. The relation of state and the arts was in the observation area of other disciplines before the analysis in question. By adding the economy term beside these variables, discussions have pulled to scientific ground and extensive studies came with. Merit goods argument is the most dominant justification for politics in terms of state support for the arts when economists underline the market failures as a justification. Preferences about forms and amounts of state support constitute important part of cultural policy and achieved success of the policies in question, only could be assessing with the help of demand analysis. This paper aims both provide a theoretic approach to the cultural policy of Turkey and discuss the achieved success of it. This paper therefore emphasizes the importance of demand profile in cultural policy and underlines the importance of support forms as much as state support for the arts by departing from microeconomic demand analysis. The market failures also added to the study as theoretical base for cultural policy and discussed the reasons of state support for the arts based on positive externalities.

Key Words: Culture, arts, state, policy, demand, economy.

1. Giriş: Bir Disiplin Olarak Kültür Ekonomisi

Kültür-sanat ve ekonominin literatürdeki ilk kesişimi 1910'lu yılların başına kadar uzansa da, sistemli analizler halini alması 1960'lı yılları bulmuştur. W. Baumol ve W. Bowen tarafından yazılan "*Performing Arts: the Economic Dilemma*" (1966) isimli kitabın basım tarihi, kültür ekonomisinin bir disiplin olarak ortaya çıktığı tarih kabul edilir¹. Söz konusu çalışmada, gösteri sanatları veri setleri ve iktisadi araçlar ile incelenmiş, maliyet hastalığı argümanı ile devletin sanatı finansal olarak desteklemesi gerektiği tezi ortaya konmuştur. Maliyet hastalığı argümanına göre teknolojik gelişmelerle artan milli gelir, teknoloji yoğun sektörlerde verimliliği artırırken; sanat gibi emek yoğun üretimlerde verimliliği artırması mümkün değildir. Bu durumda, milli gelir ve refah artarken, sanat üretimleri için gerekli üretim faktörü ve sahneleme maliyetleri de artmakta, çıktı ise sabit kalmaktadır. Bu sebeple, milli gelir arttıkça gösteri sanatlarının sahneleme maliyetleri arttığından, sanatların yok olmaması isteniyorsa, devlet desteği zaruridir.

Performing Arts: the Economic Dilemma ile başlayarak; tiyatro, opera, bale, senfoni orkestraları, dans toplulukları gibi formlardan oluşan gösteri sanatları başta

¹ Bruno S. Frey, *Arts and Economics*, Springer, Germany, 2003, p. 3

olmak üzere birçok sanat formu, devletin söz konusu sanat formları ve piyasası üzerindeki rolü ve bu formlara olan izleyici talebi, kültür-sanat ekonomisi kapsamında bir çok bilimsel çalışmanın konusu olmuştur. Takip eden yıllarda diğer kültür-sanat ürünlerini ve yaratıcı alanları da içine alan çalışmalar ortaya çıkmış ve kültür ekonomisi dallanıp budaklanarak iktisadın bir alt dalı olarak akademik yazında yerini almıştır.

Kültür ve sanat ekonomisi hacminin ölçülmesi ile makroekonomi içinde önemli yer eden bir büyüklük ile karşı karşıya olunduğu ortaya çıkmıştır. Türkiye'de ilk kez 2011 yılında, Türkiye Avrupa Eğitim ve Bilimsel Araştırmalar Vakfı (TAVAK) tarafından yapılan kapsamlı bir araştırma ile ölçülen kültür ekonomisinin ulusal ekonomi içindeki büyüklüğünün 46 milyar doları bularak milli gelirin %6'sını oluşturduğu tespit edilmiştir. 2011 yılı turizm gelirlerinin 26 milyar dolar, 2011 yılı ihracat büyüklüğünün 130 milyar dolar olduğu göz önünde bulundurulursa, kültür ekonomisinin makro ekonomi içerisinde ne kadar önemli bir yer ettiği daha kolay kavranabilir. Birleşmiş Milletler tarafından 2013 yılında yapılan bir araştırmaya göre, Türkiye % 18.2 gibi bir oranla, Hindistan'dan sonra kültür alanında en hızlı büyüyen ikinci ülke olmuştur. 2014 yılı itibariyle ise Türkiye'de kültür ekonomisi büyüklüğünün 54.2 milyar doları aştığı TAVAK tarafından ortaya konmuştur.

Belirtildiği üzere, kültür ekonomisi yüzey alanı makro ekonomi tabanında oldukça geniştir. Bu bağlamda yaratıcı sektörler, birçok eğlence ve sanat formu kültür ekonomisi kapsamında kendine yer edinmektedir. Her bir sektör ve form kendi varoluşsal ve pratik karakteristikleri göz önünde bulunarak incelenmeli, iktisadi ve sosyal analizleri yapılmalıdır. Oldukça farklı karakterlere sahip bu sektör ve formların zorlama bir soyutlama ile aynı koşullarda incelenmesi pek etkin olmayacaktır. Örneğin, eğlence ve sanat ayrımını içinde barındıran farklı formların -popüler müzik konseri ve bale gibi- analizi de, bariz farklılıkları göz önüne alan bir perspektifte sağlanmalıdır. Bu sebeple bu çalışmanın örnek formu, kültür ekonomisi analizlerinin ilk ortaya çıktığı alan olan gösteri sanatları olarak belirlenmiştir.

İzleyen bölümlerde önce kültür-sanat ekonomisi literatüründeki talep analizlerine yer verilerek gösteri sanatı talebinin nitel ve nicel yönlerine odaklanılmıştır. Akabinde, Türkiye'de gösteri sanatı talebine yönelik nadir bilimsel çalışmalardan bahsedilmiş, TÜİK kültür istatistikleri ve zaman kullanım araştırmasından edinilen veriler yardımı ile gösteri sanatı talebi analiz edilmiştir. Veriler ışığında gösteri sanatlarına yönelik kültür politikası iki hedef ile sınırlandırılarak, kültür-sanat ekonomisindeki teorik tartışmalar yardımı ile Türkiye'nin gösteri sanatları özelindeki kültür politikasına teorik bir yaklaşımda bulunulması hedeflenmiştir.

2. Literatürde Gösteri Sanatlarına Ait Talep Analizleri

Kültür ve sanat ekonomisinde talebi analiz etmeye yönelik çalışmalar genellikle iki yöntem ile ele alınmıştır: anket çalışmaları ve ekonometrik analizler.

Anket çalışmaları talep kesiminin demografik özellikleri -yaşı, eğitim durumu, geliri- üzerine yoğunlaşırken; ekonometrik çalışmalar, kültür ve sanat talebinin fiyat esneklikleri, gelir esnekliği, çapraz esneklik gibi kantitatif yönleri incelemiştir.²

Kültür ve sanat ekonomisi alanında yapılan anket çalışmaları gösteri sanatları izleyicileri, diğer bir deyişle tüketicileri hakkında iki önemli bulguya ulaşır. Birincisi, izleyicilerin büyük çoğunluğu eğitim, meslek ve gelir açısından elittir. Toplumun genelinin homojen bir kesitini oluşturmayan, belli kesimlerin domine ettiği bir kitledir. Genellikle yüksek eğitim ve gelir seviyesine, toplumda kabul görmüş iyi bir mesleğe sahiplerdir. İkincisi, sanat ürünlerine olan talebin en belirleyici demografik bileşeni eğitimidir. Sanatsal ve kültürel katılımı eğitimin rolünün, gelir ve mesleğin rolünden daha fazla olduğu yönündeki destekleyici veriler, ampirik çalışmalarda saptanmıştır. Yüksek gelir, kültürel ve sanatsal katılımı ilişkili görülse de, araştırmalar sonucu eğitim kadar belirleyici olmadığı görülmüştür.

Ekonometrik analizler sonucu talep fonksiyonundan türetilen talep esneklikleri, kurum yöneticilerine talep miktarı ve fiyatlandırma konusunda yardımcı olur. Talebin fiyat esnekliği biletlerden elde edilen toplam satış gelirini etkileyeceğinden, bütçe dengesi ve mali sağlık için yararlı olmaktadır. Yalnız özel sanat kuruluşları için değil, Türkiye gibi devletin sanata aktif olarak katkı yaptığı ülkelerde sanat ve kültür politikası açısından kamu kesimini de ilgilendirmektedir.

Talep esneklikleri, talep fonksiyonunda gördüğümüz bağımsız değişkenlerde -bilet fiyatları, yıllık gelir, ikame mallar gibi- bir değişim olması durumunda, bağımlı değişken olan talep miktarının ne yönde ve oranda değişeceğini ifade eder. Diğer bir deyişle, talep miktarının bağımsız değişkenlere olan duyarlılığını gösterir. Talebin fiyat esnekliğini bilen bir kurum yöneticisi fiyatları yükseltmesi durumunda, kurumun gelirinin artacağını veya azalacağını öngörebilir.

Türkiye, devletin gösteri sanatları kuruluşlarına sahip olduğu bir ülkedir. Dolayısıyla talep esneklikleri hem kültür ve sanat politikası için, hem de mali denge için önemli hale gelmektedir. Bilet fiyatları optimum seviyesinden düşük hesaplanırsa maliyetlerin altında kalabilir, bütçe açıkları oluşabilir ve kaynak israfı ortaya çıkar. Optimum seviyesinden yüksek hesaplanırsa izleyici sayısı düşebilir, sanat ve kültürü halkın tüm kesimlerinin ulaşabileceği bir alan haline getirmek yönündeki politikalar başarısız olabilir. Kar amacı gütmeyen kuruluşların iki önemli hedefi olan, bütçe dengesini sağlamak ve fiyatı düşük tutarak katılımı artırmak amaçlarına ulaşabilmek için optimum fiyat seviyesi belirlenmeli bunu için de performans sanatları talep esnekliklerinin bilinmesine ihtiyaç duyulmaktadır.

Ekonometrik çalışmalar sonucu hesaplanan talep esneklikleri incelendiğinde, birçok araştırmacı tarafından gösteri sanatları talebi fiyat esnekliğinin beklenenden

² Bruce A. Seaman, *Empirical Studies of Demand for Performing Arts*, The Handbook of the Economics of Art and Culture, Edt by David Throsby- Victor A. Ginsburgh, Volume I, Elsevier, 2006 p.416-472

düşük bulunduğu görülür. Throsby ve Withers (1980) - 0.9 , Luksetich ve Lange (1995) - 0.16 ile - 0.42 arasında, Corning ve Levy (2002) -0.05 gibi veriler kaydetmiştir.³ Türkiye için yapılan çalışmada ise Sacit H. Akdede tarafından talebin fiyat esnekliği gelişmiş şehirler için - 0.35 , gelişmemiş şehirler için - 3.19 bulunmuştur. Devlet Tiyatroları tarafından yapılan bu ayrıma göre gelişmiş şehirler: İstanbul, İzmir, Adana, Bursa ve Antalya; Gelişmemiş şehirler: Konya, Sivas, Diyarbakır, Van, Trabzon ve Erzurum devlet tiyatrolarını oluşturmaktadır.⁴ Düşük fiyat esnekliğinin sebeplerinden biri, çoğu gösteri sanatı kuruluşlarının kar amacı gütmeyen işletmeler olmasıdır. Yukarıda belirttiğimiz üzere, kar amacı gütmeyen gösteri sanatları kuruluşlarının hedefi fiyatı düşük tutarak katılımı artırmaktır. Fiyatın düşük olduğu durumlarda ise talep inelastik duruma gelir.

3. Veriler: Türkiye'de Gösteri Sanatları Talebi ve Kültür Politikası

Kültür politikası temelinde devletin faaliyetleri analiz edilirken, kültür ekonomisindeki teorik tartışmalar "*Devlet sanata yönelik herhangi bir faaliyette bulunmalı mıdır?*" sorusu etrafında şekillenmektedir. Geleneksel iktisadın kült tartışmalarından olan, piyasaya devlet müdahalesi sorunsalı kültür ekonomisinde de kültür ve sanat piyasaları kapsamında yer bulmaktadır.

Yaygın kanaate göre sanat, toplumun görece küçük kesimini teşkil eden elitlere ait bir icra ve tüketim alanıdır. Bu kanaat iki zıt görüşün ortak argümanı olarak kullanılmıştır. Devletin sanata kaynak aktarımına karşı olanlar, sanat toplumun görece küçük kesiminin ilgilendiği bir alan olduğundan bu alana kaynak ayrılmasını etkin ve doğru bulmamaktayken; devletin sanatı desteklemesi gerektiğini savunanlara göre, kültür ve sanat toplumun görece küçük bir kesimi ile sınırlı kaldığından devlet çeşitli politikalar ile toplumun genelinin bu alanlara erişebilmesini sağlamalı, sanat ve kültürü tüm toplumsal tabakalara yaymalıdır.

Kültür politikası, farklı dallarda ve alanlarda birçok bileşeni olan, amaçları ve etkileri çok yönlü incelemeler gerektiren bir olgu olmasına karşın, bu çalışmaya temel olan kısmi kültür politikası analizine kültür ekonomisi literatüründeki mikro analizler yardımı ile ulaşılabilir.

Gösteri sanatları kuruluşları, kar amaçlı kuruluşlar ve kar amacı gütmeyen fayda odaklı kuruluşlar olarak ikiye ayrılır. Kar amacı güden kuruluşlar, piyasa mekanizması koşullarında çalışırken; fayda amaçlı kuruluşlar, fiyatı bütçe dengesini sağlayacak ancak talep artışını teşvik edecek kadar düşük bir miktarda tutarak katılımı artırmayı amaçlar. Fayda odaklı gösteri sanatları kuruluşlarının devlet sübvansiyonları ve özel bağışlar gibi ek gelir kaynakları bulunduğundan bütçe dengesini sağlayacak bir bilet fiyatı belirlemeleri her zaman zaruri değildir.⁵ Bu noktada devletin gösteri sanatları bağlamındaki kültür politikası sübvansiyonlar

³ James Heilbrun- Charles M. Gray, *The Economics of Art and Culture*, Cambridge University Press, Cambridge, 2004, p. 85-106

⁴ Sacit Hadi Akdede, *Kültür ve Sanatın Politik Ekonomisi: Devlet Tiyatroları Örneği*, Efil Yayınevi, Ankara, 2011, s. 60-73

⁵ Heilbrun, Gray, *The Economics of Art and Culture*, p. 116-125

yolu ile gerçekleşirken, Türkiye'de durum biraz daha farklıdır. Kar amacı gütmeyen ve devlet sübvansiyonu alan özel gösteri sanatları kuruluşlarına ek olarak, Türkiye'de devlete ait orkestralar, tiyatrolar, opera ve bale kuruluşları vardır. Bu durumda gösteri sanatları kısmi olarak kamu malı statüsünde üretilmektedir.

Türkiye'de gösteri sanatlarına ait kültür politikası, kar amacı gütmeyen kuruluşların hedefleri ile özdeş olarak iki madde ile özetlenebilir; bütçe dengesini sağlayacak ancak talebi negatif yönde etkilemeyecek bir fiyat politikası belirlemek ve sanat tüketimini toplumun tüm kesimlerine yaymak amacı ile katılımı artırmaya yönelik politikalar oluşturmak. Bu bağlamda, ilk hedef olan bütçe dengesini sağlayacak ancak talebi azaltmayacak bir fiyat belirlenmesi ancak söz konusu gösteri sanatları kuruluşlarına ait talebin fiyat elastikiyeti yardımı ile belirlenebilir. Talep elastikiyetlerinin bilinmesi ile Türkiye'de sıkça görülen, gösteri sanatları kuruluşlarının bütçe açıkları engellenebilecek, devletin vergiler yolu ile elde ettiği kaynaklar daha etkin alanlara aktararak toplam sosyal fayda artırılabilir.

Kültür politikasının ikinci hedefi, sanatı toplumun tüm kesimlerine yaymaktır. Kültürel faaliyetlere katılımı artırmaya yönelik politikaların başarısı ise, genel olarak kültürel faaliyetlere katılan kesimin, bu çalışmanın özelinde gösteri sanatları izleyicilerinin, diğer bir deyişle talebin, demografik özelliklerinin tespiti ile anlaşılabilir. Bu bağlamda talep analizleri, bir ülkenin kültür politikasının etkinliği ve edinilmiş başarısının ölçümü için gerekli olmakla birlikte, geleceğe yönelik politika tercihlerinde de gösterge olması açısından önemlidir.

Talep analizleri kapsamında yapılan anket çalışmaları sonucu, sanatın büyük oranda eğitim, meslek ve gelir açısından elit kesimlerce tüketildiği önceki bölümde belirtilmişti. Türkiye'de eşine pek rastlamadığımız talep analizleri anketlerinin bir örneği, Sacit Hadi Akdede tarafından, İzmir devlet tiyatroları seyircilerinin demografik yapısını ölçmek adına 2005-2006 sezonunda gerçekleştirilmiştir.

Tablo 1: İzmir Devlet Tiyatroları Seyirci Anketi

Cinsiyet	%	Eğitim	%	Meslek	%	Gelir	%
Bay	35.8	İlkokul	7.3	Memur	26	0-800	24
Bayan	64.2	Lise	29.2	İşçi	4.5	800-1499	29
		Üniversite	55	Serbest	10	1500-1999	24
		Lisansüstü	8.2	Öğrenci	27.8	2000-2999	11
				Diğer	31.5	3000-5000	9

Kaynak: Sacit H. Akdede, Kültür ve Sanatın Politik Ekonomisi: Devlet Tiyatroları Örneği, 2011, s.118

Tablodaki veriler incelendiğinde, tiyatro izleyicilerinin oldukça yüksek eğitim seviyesine sahip olduğu görülmektedir. Bunun yanında, gelir dikkate alındığında orta ve düşük gelirli izleyicilerin çoğunlukta olduğu görülmektedir. Bu veriler gösteriyor ki, İzmir tiyatro seyircisi, dünyada yapılan anket sonuçlarının

aksine, meslek ve gelir açısından *elit* diye adlandırılan belli bir zümreye ait olmayarak, farklı toplumsal tabakalardan oluşmakta ve görece dengeli bir dağılım göstermektedir. Ancak eğitim faktörü, dünyada yapılan benzer anket çalışmalarında ortaya çıktığı gibi, Türkiye gösteri sanatları talebi için de en belirleyici değişken olmaktadır. Tiyatro izleticileri arasında üniversite mezunlarının oranı oldukça yüksek bir seviyede, %55 olarak tespit edilmiştir.

Gösteri sanatları izleyicilerinin demografik özelliklerine yönelik ampirik çalışmalar Türkiye'de oldukça ender olduğundan ve sınırlı kaldığından, TÜİK istatistikleri yardımıyla Türkiye halkının gösteri sanatlarına olan talebini analiz etmek yerinde olacaktır.

Tablo 2: Faaliyet Türüne Göre Referans Ayında Ev Dışı Kültürel Faaliyetlere Katılım Oranı

Faaliyet Türü	Toplam (%)	Faaliyete Katılan (%)	Faaliyete Katılmayan (%)
Sinemaya gitmek	100	7.8	92.2
Tiyatro, bale, opera vb. gitmek	100	1.5	98.5
Konsere gitmek	100	2.7	97.3
Resim sergisi, müze vb. gitmek	100	1	99
Kütüphaneye gitmek	100	2.7	97.3

Kaynak: TÜİK, Zaman Kullanım Araştırması, 2006

TÜİK tarafından en son yayınlanan verilere göre, 2006 yılına ait, ev dışı kültürel faaliyetlere katılım oranında gösteri sanatlarına katılım oranı % 1.5 olurken, 15 yaş ve üzeri nüfusun % 98.5 i gösteri sanatlarına katılmamaktadır

Tablo 3: Opera ve Bale Salonu, Koltuk, Oynanan Eser ve Seyirci Sayısı

Sezon yılı	Opera ve bale salonu sayısı	Koltuk sayısı	Oynanan eser sayısı			Seyirci sayısı		
			Toplam	Yerli eser	Yabancı eser	Toplam	Yerli eser	Yabancı eser
2000-2001	6	4391	95	23	72	207360	47839	159521
2001-2002	5	3897	98	20	78	165154	18477	146677
2002-2003	5	3850	135	45	90	273271	100054	173217
2003-2004	5	4264	144	58	86	457717	31666	426051
2004-2005	5	3850	199	70	129	252076	76046	176030
2005-2006	5	3860	189	85	104	245448	89540	155908
2006-2007	7	3834	84	33	51	451271	121924	329347

2007-2008	10	5879	203	143	60	325364	120997	204367
2008-2009	7	4345	143	74	69	181605	105235	76370
2009-2010	12	6967	251	123	128	324007	113590	210417
2010-2011	9	5077	208	83	125	310623	128984	181639
2011-2012	14	7799	228	92	136	333707	169043	164664
2012-2013	12	6776	234	122	112	375223	220172	155051
2013-2014	15	10288	188	98	90	400420	185045	215375

Kaynak: Tük Kültür İstatistikleri, 2013

Gösteri sanatlarının bileşenlerinden olan, opera ve bale ile tiyatro istatistiklerine baktığımızda ise, iki forma ait salon sayısı, oynanan eser sayısı ve talebi ifade eden seyirci sayısının genel itibariyle belirgin düzeyde arttığını görmekteyiz. Bununla birlikte opera ve baleye ait talep, tiyatro yanında oldukça az olmaktadır. 2013-2014 sezonu itibariyle opera ve bale seyircisi sayısı 400.420 iken; aynı yıla ait tiyatro seyircisi sayısı 6.076.128 olmaktadır.

Tablo 4: Sezon Yılına Göre Tiyatro Salonu, Oynanan Eser ve Seyirci Sayısı

Sezon yılı	Tiyatro salonu sayısı	Oynanan eser sayısı			Seyirci sayısı		
		Toplam	Yerli eser	Yabancı eser	Toplam	Yerli eser	Yabancı eser
2000-2001	99	630	376	254	2570120	1554886	1015234
2001-2002	102	713	460	253	2634841	1666463	968378
2002-2003	97	898	632	266	2758206	1809068	949138
2003-2004	115	977	674	303	2567491	1787714	779777
2004-2005	123	1177	1002	175	2716251	2110523	605728
2005-2006	112	608	448	160	2161537	1519852	641685
2006-2007	130	848	607	241	2419262	1701291	717971
2007-2008	204	2122	1818	304	3380214	2466373	913841
2008-2009	201	2217	1703	514	4320729	3067727	1253002
2009-2010	430	3694	2918	776	5248226	3854341	1393885
2010-2011	511	4252	3470	782	5385588	4059860	1325728
2011-2012	606	5539	4485	1054	5621066	4023018	1598048
2012-2013	678	6219	5301	918	6244821	4739078	1505743
2013-2014	611	6642	5631	1011	6070128	4909012	1167116

Kaynak: Tük Kültür İstatistikleri 2013

Tablolar incelendiğinde, son 13 yılda, opera ve bale izleyicisinin sayısı iki katına, tiyatro izleyicilerinin sayısı yaklaşık üç katına çıktığı görülmektedir. Türkiye'de devletin ciddi ağırlığının olduğu bu alanlara olan talebin izleyici bazında artması, Türkiye'nin kültür politikasının bir ayağının kısmi başarıya ulaşarak, kültür ve sanatı daha geniş kesimlere ulaştırma noktasında aşama kaydettiğini göstermektedir.

Türkiye'nin nüfusu göz önünde bulundurulduğunda, verilerin gösterdiği talep artışına rağmen, gösteri sanatları toplumun sınırlı bir kısmının tükettiği sanatsal ürünler olmaya devam etmektedir. Tablo 2, Tablo 3 ve Tablo 4' de açıkça görülen katılım istatistikleri bu savın en açık kanıtıdır. Bu durumda, toplumun bu kadar küçük bir kesiminin faydalandığı üretimlerin, toplumun tamamından alınan vergiler ile finanse edilmesinin etkin olup olmadığı sorusu ortaya çıkacaktır.

Gösteri sanatlarına yönelik talep analizleri kısmında belirtilen, Türkiye devlet tiyatrolarına ait talebin fiyat esnekliği bu noktada önemli bir gösterge olmaktadır. Gelişmiş şehirlere göre düşük bulunan gösteri sanatlarının fiyat esnekliği, - 0.35, bilet fiyatlarındaki artışın seyirci talebini düşürmeden gerçekleştirilebileceğini, böylece toplam bilet gelirlerinin artacağını ifade etmektedir. Bu durumda, gösteri sanatları maliyetleri devlet sübvansiyonu ile karşılanmak yerine, bilet fiyatları artışının sağlayacağı ek gelirle mi karşılanması mümkün olmaktadır.

Buna karşın, gelişmemiş şehirlere ait devlet tiyatroları talebinin fiyat esnekliği görece oldukça yüksek, -3.19, bulunmuştur. Bu durumda bilet fiyatlarında ufak bir artışın bile talepte çok büyük azalmalara sebebiyet verecektir. Bütçe dengesini sağlamaya yönelik çabalar ile bilet fiyatlarının artırılması, kültür politikasının en önemli amacı olan sanatı ve kültürü toplumun tüm kesimlerinin ulaştırma ve yayma hedefi başarısız olacaktır. Bu sebeple devlet sübvansiyonu alan özel tiyatrolar ve devlete ait gösteri sanatı kuruluşlarının her biri için veriler düzenli bir biçimde kaydedilmeli ve akabinde talebin fiyat esneklikleri başta olmak üzere, gelir esnekliği ve çapraz esneklikler hesaplanmalıdır. Fiyat politikası gerekli ampirik ve ekonometrik çalışmaların ardından yeniden oluşturulmalıdır. Aksi takdirde, kaynakların verimsiz kullanımı ile karşı karşıya olmakla kalmayacak, kültür politikasının verimliliği konusunda da dayanak noktalarından da mahrum kalınacaktır.

Kültür politikasını mikro anlamda anlamaya yönelik çabaların ardından, literatürde de oldukça fazla su götürülen bazı soruların peyda olması kaçınılmazdır. Talep analizlerinden anlaşılacağı üzere, devletin sanat sübvansiyonları açısından en çok kaynak ayırdığı ve ek olarak kamu malı olarak ürettiği gösteri sanatları talebi nüfusu göz önüne aldığımızda oldukça sınırlı kalmaktadır. Bu noktada, *“Devlet neden sanata destek verir?”*, *“Devletin sanatı neden olur?”*, *“Halkın çok küçük bir kesiminin tükettiği sanat ürünlerini, halkın tamamından alınan vergiler ile finanse edilmesi etkin midir? Dahası, meşru mudur?”* soruları haklı olarak ortaya çıkacaktır. Birçok tartışmanın merkezine yerleşen bu sorular, politik anlamının dışında kültür ekonomisinde teorik tartışmaları da beraberinde getirmektedir. Söz

konusu sorulara cevap verebilmek ve Türkiye'nin mevcut kültür politikasını teorik bir temelde algılayabilmek adına, kültür ekonomisi kapsamında kültür, sanat ve devlet ilişkisi tartışılmalıdır.

4. Tartışma: Kültür, Sanat ve Devlet

Türkiye'de devlet, Devlet Tiyatroları, Devlet Opera ve Balesi gibi gösteri sanatları kurumlarına sahiptir. Diğer bir deyişle, kültür ve sanata kaynak ayırarak bu alanları sübvans eden devlet, bir yandan da kamu malı olarak sanat üretmektedir. Devletin herhangi bir sektörü sübvans etmesi fikri, teorik ve politik anlamda birçok soruyu beraberinde getirirken, herhangi bir malı kamu malı olarak üretmesi ise daha büyük sorulara fırsat vermektedir. Bu soruların cevabı, piyasa başarısızlıkları bağlamında yanıtlanabileceği gibi refah ekonomisi kapsamında da değerlendirilir.

İktisat teorisine göre, veri bir gelir dağılımı altında, rekabetçi piyasa mekanizması birçok alanda tüketici tercihlerini ve istekleri optimum olarak karşılar. Bu sebeple piyasa mekanizmasına müdahale edilmemeli ve "görünmez elin" piyasadaki optimum sonuçları ortaya çıkarmasına izin verilmelidir. Bu görüşe göre, devlet müdahalesini gerektirebilecek iki durum söz konusu olmaktadır. Birincisi, piyasa her zaman rekabetçi değildir ve fiyat mekanizmasının optimum sonuçları vermesini engelleyen bazı piyasa başarısızlıkları mevcuttur. İkincisi, kaynak dağılımındaki etkinlik problemi mevcuttur.

Ekonomistler, piyasanın başarısız olduğu durumlarda devlet müdahalesinin gerektiği yönünde önemli bir fikir birliğine sahiptir. Bu noktada, devlet müdahalesine yönelik teorik tartışmalardan çok, sanat ve kültür piyasalarının etkin işleyip işlemediği, diğer bir deyişle sanat alanında piyasa başarısızlıklarının mevcudiyeti tartışılmalıdır.

Kültür ve sanat piyasasında devlet müdahalesinin en önemli sebebi olan, mevcut piyasa başarısızlıkları: monopollerin varlığı, kamu malı özelliği, azalan maliyetli endüstriler, eksik bilgi ve pozitif dışsallıklardır. Kültür ekonomisi literatüründe en çok yer eden piyasa başarısızlığı olan pozitif dışsallıklara, çalışmanın içeriği itibarıyla daha çok yer verilmiştir.

Pozitif dışsallıklar argümanına ek olarak, erdemli mallar tezi de devletin kültür ve sanatı sübvans etmesinin haklı gerekçelerinden görülmüştür. Bu tür mallar toplumda talebi oluşmasa bile, sosyal refah için üretilmesi ve tüketiminin yaygınlaştırılması desteklenen mallardır.⁶ Kültür ve sanat ürünleri de erdemli mallardandır.

Devletin sanatı desteklemesi ve yayması gerektiği görüşünü savunanlara göre sanat, çeşitli pozitif dışsallıklar yayarak topluma, piyasada fiyatlanmayan bazı faydalar sağlar. Bu faydalar iktisat literatüründe aşına olduğumuz pozitif dışsallıklardır. Pozitif dışsallıklar kısaca, bir mal veya hizmeti satın alan ve tüketen

⁶ Sacit Hadi Akdede, Kültür ve Sanatın Politik Ekonomisi: Devlet Tiyatroları Örneği, Efil Yayınevi, Ankara, 2011, s.4

bireylerin haricinde, o mal veya hizmeti talep etmemiş ve hiç ücret ödememiş diğer bireylerin de söz konusu mal veya hizmetin tüketiminden fayda sağlamasıdır. Diğer bir deyişle pozitif dışsallıklar, tüketici-dışı, piyasada talebi oluşamayan ve fiyatlanamayan faydalardır. Bu bağlamda sanatın en çok altı çizilen dışsal faydaları şunlardır; çeşitli formlar ile kültürel mirasın sonraki nesillere aktarımını sağlar, toplumsal ve uluslararası estetik değerlerin oluşmasını sağlar, toplumda kültürel sermayenin artmasına katkıda bulunur, yaratıcı düşüncenin gelişmesini sağlar.

Kültür-sanat ürünlerinin yaratıcılık ve kültürel sermaye üzerindeki mutlak etkisi, kültür ve sanatı, ekonomi için daha da önemli hale getirmektedir. Kültürel sermaye ve entelektüel bilgi, beşeri sermayenin önemli bir parçasıdır. 21. yüzyılın dünyasında beşeri sermaye ve bilgi bir ekonomi için önemli girdilerdir. Yaratıcılık ve inovasyon günümüzün ekonomik büyüme anlayışında önemli yer ederken, büyük ekonomik getiriler yaratıcılığın temellendiği inovasyon sayesinde kazanılmakta, söz konusu büyük çaplı inovasyonların da genellikle beşeri sermayesi yüksek ülkelerde gerçekleştirilmesi şaşırtıcı olmamaktadır.

Pozitif dışsallıkların görece makro bir perspektiften belirleniminin yanında, Bruno Frey⁷⁷ kültür ve sanatın pozitif dışsallıklarını mikro düzeyde ifade ederek, tüketici-dışı faydaları beş madde ile özetler:

1.Opsiyon değeri: Bireyler gelecekte bir kültür sanat tüketimini gerçekleştirebileceklerini bilmekten fayda sağlarlar.

2.Varlık değeri: Bireyler şimdi veya gelecekte herhangi bir kültürel ürün tüketmeseler bile, sanat ve kültür arzının var olacağını bilmekten fayda sağlarlar.

3.Miras değeri: Bireyler kendileri herhangi bir tüketimde bulunmasa bile, çocukları ve torunlarının kültür ve sanat ürünlerinden keyif alacaklarını bilmekten fayda sağlar.

4.Prestij değeri: Bireyler kendi topraklarındaki kültürel ve sanatsal faaliyetlerin yabancılar tarafından takdir edildiğini bilmekten fayda sağlar.

5.Eğitim değeri: Bireyler kültürel arzın kendilerinin ve diğerlerinin kültürel gelişimine katkıda bulunduğunu bilir ve bundan fayda sağlar.

Devlet harcamalarının kaynağı çok büyük oranda vergilerdir. Vergiler söz konusu ülke içinde yaşayan vatandaşlar tarafından dolaylı ve dolaysız olmak üzere ödenir. Bu durumda vergilerin toplum için genel anlamda faydalı bir alana aktarılıp aktarılmadığı toplum, akademik ve politik kesim tarafından sorgulanabilir, keza sorgulanmaktadır. X alanına aktarılmakta olan vergilerin toplum için fırsat maliyeti, X alanındaki toplumsal pozitif getiriden fazla olmamalıdır. Bu bilgiler ışığında sanat alanına dönersek, *'Devletin kültür ve sanatı sübvanses etmesinin fırsat maliyeti, kültür ve sanatın topluma yaydığı faydalardan fazla mıdır?'* sorusunun sorulması yerinde olacaktır. Ancak bu soruyu cevaplamak kolay olmamaktadır.

⁷⁷ Bruno S. Frey, *Arts and Economics*, p. 111-113

Öncelikli olarak, kültür ve sanatın topluma yaydığı faydaları tespit etmek ve büyüklüğünü belirleyip ölçmek ihtilaflı bir konudur. Pozitif dışsallıklar bağlamında açıklanan bu faydalar, kimi ekonomistler tarafından kabul edilmez. Örneğin, Edward C. Banfield, sanat alanında pozitif dışsallıklar diye bir şeyin olduğunu kabul etmeyerek, sanatların piyasa mekanizmasına bırakılması gerektiğini savunur.⁸

Karşıt görüşlere rağmen, kültür ve sanatın pozitif dışsallıklar barındırdığı yaygın bir kanaattir ve bazı ampirik çalışmalar ile -Throsby, 1983⁹- halkın bu faydalara inandığı kanıtlanmıştır. Öte yandan, kültür ve sanat ürünleri kamu malı özellikleri taşıdığından dolayı, tüketimde dışlama her zaman mümkün olmamakta ve dışsal fayda bu vesileyle meydana gelmektedir.

5. Sonuç

Sanat ürünleri küçük bir kesim tarafından tüketilse bile, sanatın kamu malı özellikleri ve tüketici-dışı dışsal faydaların varlığı toplumda bir çarpan etkisi yaratarak sanat ürünlerinden yalnız tüketenlerin değil tüketmeyenlerin de fayda elde etmesini sağlar. Bu nedenle devletin toplumun toplam sosyal faydasını düşünerek, talep az olsa bile, sanatı direkt ve dolaylı yollardan desteklemesi meşru ve gerekli olacaktır.

Devletin sanatı neden desteklemesi gerektiğine yönelik teorik bir bakışın ardından Türkiye örneğine dönecek olursak, "*Toplumun tamamının ödediği vergiler ile toplumun küçük bir kısmının faydalandığı sanatlar desteklenmeli midir?*" sorusuna yanıt vermek daha kolay olacaktır. Devletin sanatı desteklemesinin teorik sebebi, salt görece küçük kesim olan sanat tüketicilerine kolaylık sağlamak değil, sanatın sanatı tüketmeyenler üzerindeki dışsal faydasının mevcudiyetidir. Bu durumda, sanat ürünleri tüketmeyen bireyler sanatların var olmasından fayda sağlamaktadır ancak bu faydalar tüketici-dışı faydalar olduğundan piyasa talebi oluşmamaktadır. Piyasada talebi oluşmayan bazı faydaları ihtiva eden sanat ürünleri, devlet desteği olmaz ise özel kesim tarafından optimum miktarda üretilmeyecek ve toplam sosyal fayda azalacaktır. Bu bağlamda, talep analizleri ile kanıtlandığı üzere Türkiye'de talebi az olan gösteri sanatları, sağladığı tüketici-dışı faydalar sebebi ile devlet tarafından desteklenmekte ve bu eylem meşru olmaktadır.

Devlet desteğinin biçimi ve kapsamı ise, Türkiye çapında uygulanacak talep analizleri ile belirlenmelidir. Öncelikle, gösteri sanatlarına olan talebin demografik profili araştırılmalı ve kültür politikasının önemli bir amacı olan, kültür ve sanatı farklı toplumsal tabakalara yayma hedefinin ulaşılmış başarısı tartışılmalıdır. Sonuçlar bağlamında farklı politikalar geliştirilmeli, örneğin eğitim seviyesi düşük kesimlerin katılımı az ise bu alanda gerekli çalışmalar yapılmalıdır.

⁸ Heilbrun, Gray, *The Economics of Art and Culture*, p. 247

⁹ David Throsby- G. A. Withers, "Measuring the Demand for the Arts as a Public Good: Theory and Empirical Results", *Economics of Cultural Decisions*, ed by W. S. Hendon- J.L. Shanahan, 1983, p. 177-191

Diğer yandan, gösteri sanatı kuruluşlarına yönelik talebin fiyat esneklikleri her kuruluş için ayrı ayrı hesaplanmalı, bilet fiyatları bu verilere göre belirlenmelidir ki, kaynak israfının önüne geçilebilsin. Birçok ekonometrik çalışma gösteri sanatlarının talep esnekliklerini düşük bulmuştur. Bu şu demektir, bilet fiyatları belirgin bir seyirci kaybı olmadan artırılabilir. Ancak bu noktada fiyatı düşük tutarak katılımı artırma politikasına dikkat edilmeli, her bir kuruluş için belirlenen hedefler doğrultusunda optimum bilet fiyatı belirlenmelidir.

Kaynakça

- Akdede, Sacit Hadi (2011), *Kültür ve Sanatın Politik Ekonomisi: Devlet Tiyatroları Örneği*, Ankara, Efil Yayınevi
- Baumol, Bowen, William J (1966), *Performing Arts: The Economic Dilemma*, New York, Twentieth Century Fund
- Frey, Bruno S. (2003), *Arts and Economics: Analysis and Cultural Policy*, Germany, Springer-Verlag Berlin Heidelberg New York
- Frey, Bruno S. (2009), *Cultural Economics*, CESifo DICE Report, Munich
- Ginsburgh, Victor, David Throsby (2006) *Handbook of The Economics of Art And Culture*, Amsterdam; Boston, Elsevier North –Holland
- Heilbrun, James, Charles M. Gray (2001), *The Economics of Art And Culture*, New York, Cambridge University Press
- Seaman, Bruce, (2006) *Empirical Studies of Demand for Performing Arts*, The Handbook of the Economics of Art and Culture, Edt by David Throsby- Victor A. Ginsburgh, Volume I, Elsevier
- TAVAK (2013), *Türkiye'de Kültür (Kreatif) Sektör Araştırması*
- TAVAK (2016), *Türkiye'de Kültür (Kreatif) Ekonomi Araştırması*
- Throsby, David, G. A. Withers, "Measuring the Demand for the Arts as a Public Good: Theory and Empirical Results", *Economics of Cultural Decisions*, edt by W. S. Hendon- J.L. Shanahan, 1983, p. 177-191
- Türkiye İstatistik Kurumu (2006), *Türkiye Kültür İstatistikleri*, Erişim Tarihi: 17.02.2016, www.tuik.gov.tr

**PERAKENDE İŞLETMELERİN LOJİSTİK FAALİYETLERİ:
TÜRKİYE'DE BİR UYGULAMA¹****Öğrt. Gör. Tülay SAYIN**Trakya Üniversitesi
tulayadas@trakya.edu.tr**Yrd.Doç.Dr. Nevin ALTUĞ**Trakya Üniversitesi
nevinaltug@trakya.edu.tr**ÖZET**

Perakende lojistiği, gerek üretici gerekse satıcı için, özellikle rafta bulunabilirlik ve fiyat faktörlerini bir arada sunabilmek ve bunu sürekli hale getirebilmek hedefi üzerinde yapılmaktadır. Bu sektörde yer alan kuruluşların temel amacı müşterinin raf önüne geldiği zaman, doğru ürünü, doğru şartlarda ve doğru miktarda bulmasını sağlamaktır. Bu nedenle, uygun lojistik süreçlerin bulunması, tasarlanması ve uygulanmasından önce, işletmelerin lojistik potansiyelin optimizasyonunu sağlaması gerekmektedir. Entegre lojistik hizmet odaklı bir süreçtir. Nihai müşteriye hammadde kaynağından ürünü hareket etmesine yardımcı eylemleri içermektedir. Perakende lojistik hizmetler ise işletme, dağıtım merkezi, depo, mağaza, satış noktası ve raflardan son tüketici yönünde mal, ürün, hizmet ve bilginin akışının gerçekleştirilmesidir. Bu özelliklerden dolayı, her iki hizmet alanı birbirinin alternatifi değil birbirinin bütünleyicisi özelliği taşımaktadır.

Bu çalışmada Türkiye'nin Trakya Bölgesi'nde faaliyette bulunan perakende işletmelerin lojistik faaliyetleri ve hizmetleri hakkındaki görüşleri belirlenmeye çalışılmıştır. Ayrıca sektör ile dış kaynaklardan yararlanma durumları, lojistik faaliyetler ile uluslararası faaliyet durumları, lojistik hizmetler ile sermaye yapıları arasındaki ilişkiler açıklanmaya çalışılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Perakendecilik, lojistik faaliyetler, perakende lojistiği

**LOGISTICS ACTIVITIES OF RETAIL BUSINESS: A
PRACTICE IN TURKEY****ABSTRACT**

Retail logistics, for both producer and seller; especially on the shelf availability and to offer a combination price factors and purpose to make it permanent, is performed. The main objective of the institutions in this sector, is to find the right product, the right conditions and the right amount, when customers come into the rack. So, before the finding the suitable logistics processes, design and implementation, the businesses should provide logistics potential optimizations. Integrated logistics is a service-oriented process. It incorporates actions that help move the product from the raw material source to the final customer. Retail logistics services is to perform towards the final consumer of goods, products, service and information flow from the operation, distribution center, warehouse, store, point of sale and shelves. Because of these features, these two service areas are not alternate each other, but also they are complementary of each other.

In this study opinions of logistics activities and services of retail businesses which operating in Turkey's Trakya Region are aimed. Also the relationships between sector and outsourcing, logistics and international activities, logistics services and capital structure are explained with this study.

Keywords: Retailing, logistics activities, retail logistics

1. GİRİŞ

Son yıllarda küresel düzeyde yaşanan rekabet, firmaları, ürünlerini daha hızlı hazırlamaya ve teslim etmeye doğru yönlendirmektedir. Lojistik faaliyetler üzerinde yapılacak uyarlamalarla rakiplerinin önüne geçmek mümkündür. Böyle bir rekabet ortamında pazar payı ve karın artırılabilmesinin en önemli yolu, lojistik faaliyetlerdir (Kara vd. 2009: 69). Hızla büyüyen yapısal özelliğinin yanında

¹ Makale IBAD tarafından Madrid' de gerçekleştirilen kongrede sunulan bildirinin genişletilmiş şeklidir.

ülkelerin gayrisafı milli hasılları içerisinde lojistiğin büyük bir paya sahip olması, konunun önemine işaret eden bir durumdur (Bilginer vd. 2008: 277).

Perakende ve lojistik, her ikisi de ürün bulunabilirliği ile ilgilenmektedir; bundan dolayı pek çok kişi tarafından perakende lojistiği, ürünün doğru yer ve doğru zamanda temin edilmesi olarak tanımlanmıştır (Ferne ve Sparks 2004: 2). Perakende lojistiği doğru ve verimli bir biçimde kullanıldıkça firmalara rekabet avantajı sağlayacaktır. Bu yüzden de perakende lojistiği, maliyetlerin azaltılması, hizmet kalitesinin artırılması ve müşteri memnuniyetinin sağlanması için en güçlü etkenlerden biri olmaktadır (Erdal vd. 2008: 26).

2. PERAKENDE YÖNETİMİ

Perakendecilik kavramı bireyler arasında değişimin başlaması ile ortaya çıkmıştır. Perakendeciliğin sektör olarak gelişimi ise, Avrupa'da çalışan kadın sayısının, şehre göçün ve çekirdek aile sayısının artması ile gelişmiştir. Bu gelişmenin sonucu olarak tüketicilerin tüketim yapısını ve satın alma alışkanlıklarını da değiştirmiştir (Özgüven 2011: 151).

Perakendecilik, “mal ve hizmetlerin kişisel kullanım için doğrudan doğruya nihai tüketicilere satışıyla ilgili tüm faaliyetlerdir” şeklinde tanımlanmaktadır (Mucuk 2007: 163). Perakendecilikte talebin artması, başarı ve hedeflere ulaşma anlamına geldiğine göre pazarlamanın doğru yapılması bir zorunluluktur. Müşteriyi yani ürünü talep edecek kişiyi doğru zamanda, doğru yerde, doğru üründen haberdar etmek gerekmektedir (MEGEP 2008: 4).

Perakendeciliğin, her zaman dağıtım zincirinde hayati öneme sahip son halka olduğu ifade edilmektedir. Bugün birçok pazarda tüm tedarik ağı boyunca faaliyetleri yönlendiren ve kontrol eden perakendecilerdir (Sullivan ve Adcock 2002: 12). Dağıtım zincirinde perakendecinin önemli rol oynamasının bir diğer nedeni ise perakende mağazada, tüketicinin satın almak istediği ürün ve markaları seçme fırsatı sağlamasıdır. Dolayısıyla perakendeci her zaman tüketicinin özel ihtiyaçlarını bilmekte, zaman zaman ortaya çıkan tüketici taleplerindeki değişiklikleri doğru ve başarılı bir şekilde izlemektedir (Lamba 2003: 1).

Perakendeci kapsamında faaliyet gösteren firmalara bakıldığında çeşitli kriterlere göre sınıflandırmaya tabi tutuldukları ifade edilebilmektedir (Çakmak 2012: 19). Bazı kaynaklarda perakende firmalar satış hacmi ve büyüklüğüne göre, ürün hattının genişliğine göre, sahiplik yapısına göre, işletme yöntemlerine göre sınıflandırılmıştır. Bazı kaynaklarda ise; yasal yapı, organizasyonel yapı, ürün genişliği, hizmetlerin derecesi, fiyatlandırma politikası, yer, mağaza büyüklüğü, müşteri ilişki yöntemi gibi kriterlere göre sınıflandırmalar yapılmıştır (Aydın 2010: 33). Hangi çeşit perakendecilik olursa olsun her birinin temel faaliyetleri arasında, nihai tüketici taleplerini en doğru zamanda, en doğru yerde, en doğru maliyetle karşılamak vardır.

3. LOJİSTİK FAALİYETLER

Lojistik kelimesinin Latince kökenli olup, logic (mantık) ve statics (istatistik) kelimelerinin bütünleştirilmesiyle türediği ve dolayısıyla anlam olarak logistics kelimesine, “mantıklı hesap” gibi bir mana yüklenebileceği belirtilmektedir (Camtez 2011: 37).

Tarihsel gelişimine bakıldığında lojistiğin bugün ortaya çıkmış, yeni bir kavram olmadığı görülmektedir (Koban ve Keser 2011: 57). İlkel insanın uyguladığı lojistik destek faaliyetleri, teknolojinin sağladığı olanaklarla, biçimsel anlamda değişime uğrarken, teknolojik gelişmenin bugünden çok geride olduğu dönemlerde, bugün bile gerçekleştirilmesi çok zor görünen, başarılı lojistik uygulama örneklerine

rastlamak mümkündür (Çekerol ve Kurnaz 2011: 47).

Lojistik günümüzde, tedarik işlevinin yerini almış olan, tedarik ile beraber, üretim aşamasında ve bitmiş ürünün müşteriye ulaştırılması sürecinde, her türlü ürün, bilgi ve para akışının yönetilmesi ve kayıtların tutulması ile ilgili işletme işlevi olarak görülmektedir. Buna göre lojistik; depolamayı da kapsayacak şekilde tedarik zincirinde gerçekleştirilen faaliyetler bütünüdür (Küçük 2011: 27).

Müşteri, kıyasıya rekabet ortamında bir ürün almak istediğinde, son derece farklı seçeneklerle karşı karşıya kalmaktadır. Almak istediği ürünü neredeyse her yerde, yaklaşık olarak aynı fiyata bulabilmektedir. Ama müşteri için önemli olan almak istediği ürünü her yerde bulmak ve almak değil; almak istediği ürünü, en düşük fiyata, en yüksek kalitede, istediği zamanda, istediği miktarda almaktır. İşte bunun için de lojistik son derece önemlidir. Çünkü lojistik olmadan bunların yapılabilme şansı yoktur (Yarmalı 2012: 10).

Lojistik faaliyetlerin neler olduğuna bakıldığında sadece taşımacılık ile sınırlı olmadığı görülmektedir. Planlamadan sipariş alımına, satın almadan envanterlemeye, depolamadan paketlemeye veya atık yönetimine kadar birçok süreçte önemli rolü olan bir alan olarak iş dünyasında yerini almaktadır (Genç 2010: 599). Bu faaliyetler doğrultusunda lojistik sisteminin operasyonel amaçları; hızlı yanıt, tutarlılık, en az stok, taşımaların birleştirilmesi, kalite ve yaşam çevrim desteği olarak belirtilmektedir (Long 2012: 7). Firmalar, belirtilen amaçları gerçekleştirdikçe de maliyetlerini düşürebilmekte, karlarını ve özellikle hizmet kalitelerini arttırabilmektedirler (Genç 2010: 599).

4. PERAKENDE LOJİSTİĞİ

Perakendecilik ve lojistik ürün durumu ile ilgilidir. Doğru ürünleri, doğru zamanda, doğru yerde buldurmak olarak nitelendirilmektedirler. Aslında bu açıklama bir tedarik sistemi için ne kadar çaba gösterilmesi gerektiğini ve tedarik sistemlerinin maruz kalabileceği pek çok yanlış uygulamayı yeterince dikkate almamaktadır. Asıl yönetim becerisi, tüketici taleplerini kavrayıp bunun değişkenlik gösterdiği durumlara, gerekli şekilde tepki verirken, talep edilen ürünün bulunurluğunu her zaman sağlamaktır (Fernie ve Sparks 2004: 3).

Tüm organizasyonlarda olduğu gibi perakende mağazaların da lojistik faaliyetlerinde üretim ve pazarlama departmanlarıyla birlikte işbirliği yapmasını gerektiren ortak bir çalışma gerçekleştirilmesi söz konusudur. Bu nedenle lojistik faaliyetlerin birbiriyle entegre edilmesi ve ortak bir çalışmanın öğeleri olarak uyum içinde olmalarının sağlanması gerekmektedir. Lojistik yönetimi ile ifade edilen faaliyetler daha önce de belirtildiği gibi; sipariş izleme, dağıtım merkezi yönetimi, stok yönetimi, güzergah yönetimi, taşımacılık, koruyucu ambalajlama, kuruluş yeri seçimi, malzeme aktarımı, talep tahminlemesi, tersine lojistik, depo/mağaza yeri seçimi, müşteri hizmetleri şeklindedir (Tek ve Orel 2008: 473). Perakende mağazalarda lojistiğin aşamaları ise 4 temel süreçte ele alınmaktadır. Birinci süreç ilk taşıma olarak ifade edilir. Depoya ürünün girişiyle başlayan bu süreçte depoya girişi yapılan ürünler renk, desen, beden, ambalaj vb. gibi çeşitli yönleriyle kontrol edilmekte, gerekli durumlarda ayrıca mağaza etiketi vb. unsurlarla donatılmaktadırlar (Yamamoto 2013: 107). İkinci süreç olan fiziksel depolama sürecinde ürünler, niteliklerine göre kendilerine ayrılan ilgili depo bölümlerindeki alanlara, raflara yerleştirilmektedirler. Malzeme depolamanın teknik ve ekonomik olarak yapılabilmesi için; ürünün cinsi, ambalajı, miktarı, kullanma durumu, bozulma/kırılma derecelerinin ne olduğu, hacmi ve ağırlığının ne olduğu gibi bilgilere ihtiyaç duyulmaktadır (Acar ve Çakmak 2013: 93). Üçüncü süreç ise dağıtım merkezlerinden mağazalara yapılan nakil işlemlerini ifade eden son

taşımadır. Zincir mağazalar tarafından dağıtım merkezlerine olan talepteki artış sonucunda, bu nakil işlemleri daha da karmaşık bir yapı haline gelmektedir (Tek ve Orel 2008: 478). Son aşama olan sipariş işleme faaliyetleri ise, siparişin alınması ve gerekli yerlere kaydedilip işlemlerin yapılması sürecinden meydana gelmektedir (Tek ve Orel 2008: 480). Sipariş konusunda perakendeciler tarafından kullanılan iki model bulunmaktadır; Çekme ve İtme Stratejileri. İtme ve çekme stratejileri arasında seçim yapmak genellikle duruma bağlıdır. Sık tekrarlanan süreçlere ve standart ürünlerin iyi tanımlanmış iş akışına sahip işletmeler sıklıkla çekme yöntemini kullanmaktadırlar. Çünkü yöntem, stokların ve iş istasyonlarındaki çıktılarının kontrolüne izin vermektedir. Uzun akış süreci ve uygun ölçüde doğru talep tahminleri içeren süreçlere, ortak süreçlere sahip ürün çeşitliliğine ve ürünü uzun süre beklemeyecek müşterilere sahip işletmeler, itme yöntemini kullanma eğilimi göstermektedirler (Krajewski 2013: 300).

5. PERAKENDE İŞLETMELERİN LOJİSTİK FAALİYETLERİNE İLİŞKİN ARAŞTIRMA

Araştırma, tanımlayıcı araştırma modeli ile gerçekleştirilmiştir. Araştırmanın evrenini Trakya Bölgesi'nde Edirne, Tekirdağ ve Kırklareli il sınırları içinde faaliyet gösteren perakende işletmeleri oluşturmaktadır. Araştırmada veri toplama amacıyla anket yönteminden faydalanılmıştır. Anketin güvenilirliğini gösteren Cronbach Alfa katsayısı %93,6 olarak bulunmuştur. Bu sonuç, anketin yüksek oranda güvenilir olduğunu ortaya koymaktadır. Analizler SPSS 21.0 istatistik paket programı kullanılarak gerçekleştirilmiş ve bulgular yorumlanmıştır. Değerlendirmelerde anlamlılık düzeyi $P < 0,05$ olarak kabul edilmiştir.

5.1. Frekans Analizi Sonuçları

Araştırmaya katılan işletmelerin %46,2'si gıda sektöründe, %35,3'ü tekstil sektöründe, %6,7'si elektronik sektöründe, %5'i ayakkabı sektöründe ve %0,8'i kozmetik sektöründe faaliyet göstermektedir. Araştırmada yer alan diğer firmalar ise (züccaciye, kitap-film-müzik, cam-alüminyum, kuyumculuk) %6,7'lik bir orana sahiptir.

Araştırmaya katılan işletmeler çalışan sayısı açısından değerlendirildiğinde 1 ile 49 arasında işçi çalıştıran küçük ölçekli işletmelerin oranının %78,2, 50 ile 249 arasında işçi çalıştıran orta ölçekli işletmelerin oranının %2,5 ve 250 ve daha fazla işçi çalıştıran büyük ölçekli işletmelerin oranının ise %19,3 olduğu belirlenmiştir.

Araştırmaya katılan işletmelerin %68,1'lik kısmı uluslararası faaliyette bulunmazken, %31,9'luk kısmı uluslararası faaliyette bulduklarını belirtmişlerdir. Uluslararası faaliyette buldukları bazı ülkeler ise; Mısır, Azerbaycan, Tunus, Fas, İngiltere, Özbekistan, Almanya, Fransa vb.'dir.

Araştırmaya katılan işletmeler %57,1'lik bir oranla tamamen yerli sermayeli işletmelerdir. Yerli sermaye ağırlıklı işletmelerin oranı ise %20,2'dir. Sermayesinin yarısı yerli yarısı yabancı olan işletmeler %13,4'lük bir orana sahiptir. Tamamen yabancı sermayeli işletmelerin oranı %5, yabancı sermaye ağırlıklı işletmelerin oranı ise %4,2'dir.

Araştırmaya katılan işletmelerin birlikte çalıştıkları tedarikçi sayıları belirlenmiştir. Buna göre, %77,3'lük oranda 1 ile 200 arasında tedarikçiye sahip işletme bulunmaktadır. 201 ile 400 arasında tedarikçiyle çalışan işletmelerin oranı %2,5 iken 801 ve üzerinde tedarikçiyle çalışan işletmelerin oranı %0,8'dir. 401 ile 800 arasında tedarikçiyle çalışan işletme bulunmamaktadır. Ayrıca %19,3'lük orana sahip işletmeler, tedarikçi sayılarını net bir şekilde bilmediklerini belirten işletmeleri kapsamaktadır.

Araştırmaya katılan işletmelerin lojistik faaliyetleri sırasında dış kaynaklardan yararlanma durumları belirlenmiştir. Buna göre; dış kaynaklardan yararlanan işletmeler, araştırmanın %35,3'lük kısmını oluştururken, dış kaynaklardan yararlanmadığını ifade eden işletmeler %47,1'lik kısmını oluşturmaktadır. Dış kaynaklara bazen başvurduklarını ifade eden işletmeler ise araştırmanın %17,6'lık kısmını oluşturmaktadır.

Araştırmaya katılan firmaların dış kaynaklardan yararlandıkları lojistik faaliyetleri belirlenmiştir. Buna göre %74,6'lık büyük bir oranla taşıma faaliyetinde dış kaynaklardan yararlandıkları görülmektedir. Sipariş yönetiminde dış kaynak kullananlar %20,6, depolamada dış kaynak kullananlar %19,0, stok yönetiminde dış kaynak kullananlar %15,9 ve paketlemede dış kaynak kullananlar %11,1'lik orana sahiptir. Ters lojistik uygulamasında dış kaynaktan yararlanan sadece bir işletme olup, araştırmada %1,6'lık bir paya sahiptir. (Araştırmaya katılan firmaların birden fazla lojistik faaliyette dış kaynaklardan yararlanması sebebiyle sonuçlar %100'ü aşmaktadır.)

Tablo 1: İşletmelerin Lojistik Faaliyetler Hakkındaki Görüşlerine İlişkin Dağılım

		Hiç katılmıyorum	Katılmıyorum	Fikrim yok	Katılıyorum	Tamamen katılıyorum	Toplam		
DEĞİŞKENLER		Fi	Fi	Fi	Fi	Fi	Fi	\bar{X}	S
		%Fi	%Fi	%Fi	%Fi	%Fi	%Fi		
X1	Ürünler, zamanında teslim edilebilmektedir	0	1	4	76	38	119	4,24	0,563
		0,0	0,8	3,4	63,9	31,9	100,0		
X2	Ürünlerde hasar oluşması, kullanım ömrünün dolması vb. sorunlar engellenmektedir	2	2	8	71	36	119	4,15	0,755
		1,7	1,7	6,7	59,7	30,3	100,0		
X3	Altyapı yetersizliği sorunu yaşanmamaktadır	4	6	13	63	33	119	3,97	0,947
		3,4	5,0	10,9	52,9	27,7	100,0		
X4	Müşteri hizmet kalitesine dikkat edilmektedir.	1	2	7	63	46	119	4,27	0,721
		0,8	1,7	5,9	52,9	38,7	100,0		
X5	Dağıtım merkezi eleman ve ekipmanlarının yetersizliği sorunu yaşanmamaktadır	2	6	16	63	32	119	3,98	0,873
		1,7	5,0	13,4	52,9	26,9	100,0		
	Dağıtım	2	1	22	61	33	119		

X6	merkezindeki vardiya sisteminin kötü yönetimi sorunu yaşanmamaktadır	1,7	0,8	18,5	51,3	27,7	100,0	4,03	0,807
X7	Depolama konusunda sorun yaşanmamaktadır	1	1	11	74	32	119	4,13	0,676
		0,8	0,8	9,2	62,2	26,9	100,0		
X8	Vasıflı personel bulma konusunda sorun yaşanmamaktadır	3	6	13	64	33	119	3,99	0,907
		2,5	5,0	10,9	53,8	27,7	100,0		
X9	Maddi kaynak temin etme konusunda sorun yaşanmamaktadır	2	12	20	45	40	119	3,92	1,03
		1,7	10,1	16,8	37,8	33,6	100,0		
X10	Bilgi teknolojilerinin kullanımı konusunda sorun yaşanmamaktadır	0	3	13	68	35	119	4,13	0,7
		0,0	2,5	10,9	57,1	29,4	100,0		
X11	Yönetimde bilgi eksikliği sorunu yaşanmamaktadır	1	2	10	67	39	119	4,18	0,724
		0,8	1,7	8,4	56,3	32,8	100,0		
X12	Yasal ve çevresel sorunlar giderilmektedir.	1	0	17	63	38	119	4,15	0,721
		0,8	0,0	14,3	52,9	31,9	100,0		

Tablo 1'den görüldüğü üzere, Trakya Bölgesi'ndeki perakende işletmelerin lojistik faaliyetlerine ilişkin görüşleri "hiç katılmıyorum" dan, "tamamen katılıyorum" a kadar, görüş puanları ise sırasıyla 1'den 5'e kadar kodlandırılmıştır. Böylece bu maddelerin ortalamalarına bakıldığında 3'ün altındaki değerler, bu unsurların "hiç katılmıyorum" ve "katılmıyorum" olduğunu ortaya koyarken, 3'ün üzerinde hesaplanan değerler "tamamen katılıyorum" ve "katılıyorum" u yansıtmaktadır. Tablodan anlaşıldığı üzere tüm maddelerin ortalaması 3'ün üzerinde olduğundan, bu faktörlerle ilgili görüşlerin olumlu olduğu ortaya konulmuştur.

Tablo 2: İşletmelerin Uyguladıkları Lojistik Hizmetler Hakkındaki Görüşlerine İlişkin Dağılım

		Hiç katılmıyorum	Katılmıyorum	Fikrim yok	Katılıyorum	Tamamen katılıyorum	Toplam		
DEĞİŞKENLER		Fi	Fi	Fi	Fi	Fi	Fi	\bar{X}	S
		%Fi	%Fi	%Fi	%Fi	%Fi	%Fi		
X13	Tedarikçilerle anlaşma	0	0	2	77	40	119	4,32	0,503

	yapılmadan önce, tedarikçiler her yönüyle değerlendirilmektedir	0,0	0,0	1,7	64,7	33,6	100,0		
X14	Tedarikçilerle uzun dönemli anlaşmalar yapılmaktadır.	0	2	10	70	37	119	4,19	0,655
		0,0	1,7	8,4	58,8	31,1	100,0		
X15	Lojistik personelin eğitimine önem verilmektedir.	2	5	14	65	33	119	4,03	0,848
		1,7	4,2	11,8	54,6	27,7	100,0		
X16	Lojistik personelinin eğitimi için yeterli düzeyde kaynak ayrılmaktadır.	2	8	15	59	35	119	3,98	0,920
		1,7	6,7	12,6	49,6	29,4	100,0		
X17	Lojistik personeline iş becerilerini geliştirmek üzere yeterli sayıda eğitim verilmektedir.	2	10	15	61	31	119	3,92	0,935
		1,7	8,4	12,6	51,3	26,1	100,0		
X18	Lojistik personeline takım çalışması eğitimleri verilmektedir.	2	6	12	64	35	119	4,04	0,867
		1,7	5,0	10,1	53,8	29,4	100,0		
X19	Lojistik hizmetlerimiz, rakiplerin hizmetleriyle rekabet edebilmektedir.	1	1	11	62	44	119	4,24	0,721
		0,8	0,8	9,2	52,1	37,0	100,0		
X20	Rakiplerin lojistik hizmetlerindeki gelişmeler yakından incelenmektedir.	2	2	10	61	44	119	4,20	0,798
		1,7	1,7	8,4	51,3	37,0	100,0		
X21	Depo/dağıtım merkezindeki veriler düzenli kaydedilmektedir.	0	0	6	71	42	119	4,30	0,561
		0,0	0,0	5,0	59,7	35,3	100,0		
X22	Stok kontrolü doğru ve tam yapılmaktadır.	0	1	7	68	43	119	4,29	0,613
		0,0	0,8	5,9	57,1	36,1	100,0		
X23	Siparişlerin takibine ilişkin veriler doğru ve tam kaydedilmektedir.	1	0	4	74	40	119	4,28	0,610
		0,8	0,0	3,4	62,2	33,6	100,0		
X24	Taşıma işlerine ilişkin veriler doğru ve tam kaydedilmektedir.	0	1	6	75	37	119	4,24	0,582
		0,0	0,8	5,0	63,0	31,1	100,0		

X25	Lojistik hizmetlerinin gelişiminin takibinde istatistiksel teknikler kullanılmaktadır.	0	0	15	64	40	119	4,21	0,649
		0,0	0,0	12,6	53,8	33,6	100,0		
X26	Mağaza raflarında en yüksek bulunurluk oranlarını yakalamak hedeflenmektedir.	1	2	6	61	49	119	4,30	0,720
		0,8	1,7	5,0	51,3	41,2	100,0		
X27	Mağaza ve dağıtım merkezi, envanter seviyelerini optimum düzeyde tutmaları hedeflenmektedir.	0	1	5	64	49	119	4,35	0,605
		0,0	0,8	4,2	53,8	41,2	100,0		
X28	Ürün güvenliğini, kalitesini sağlamak ve yönetmek hedeflenmektedir.	1	0	2	68	48	119	4,36	0,607
		0,8	0,0	1,7	57,1	40,3	100,0		
X29	Lojistik operasyonlar, en yeni ve verimli teknolojiler kullanılarak yapılmaktadır.	1	1	5	67	45	119	4,29	0,668
		0,8	0,8	4,2	56,3	37,8	100,0		

Tablo 2'ye göre ankete katılan işletmeler kurumlarında gerçekleştirdikleri lojistik hizmetler hakkındaki düşüncelerini belirtmişlerdir. Tablodan anlaşıldığı üzere bütün maddelerin ortalaması 3'ün üzerinde olduğundan, bu faktörlerle ilgili görüşlerin olumlu olduğu ortaya konulmuştur. Bu sonuca göre araştırmaya katılan işletmelerin lojistik hizmetlerini gerçekleştirirken oldukça disiplinli çalıştıkları söylenebilmektedir.

5.2.Faktör Analizi

Güvenilirlik; "Bir ölçüm sürecinde, ölçüm işleminin tekrarlanabilirliği ya da tekrarlardaki tutarlılık ve bir özelliğin bağımsız ölçümleri arasındaki kararlılıktır." Bu nedenle bir ölçme aracının güvenilir olması için o ölçme aracını aynı koşullar altında tekrar tekrar uygulandığında aynı ya da benzer sonuçları vermesi gerekmektedir (Ağyar ve Lapa 2012: 3). Faktör analizi, veriler arasındaki ilişkilere dayanarak verilerin daha anlamlı ve özet bir biçimde sunulmasını sağlayan çok değişkenli istatistiksel analiz türüdür. Faktör analizinin amacı esas olarak değişkenler arasındaki karşılıklı bağımlılığın kökenini araştırmaktır (Kurtuluş 2004: 397).

5.2.1. Lojistik Faaliyetlerle İlgili Görüşlere İlişkin Faktör Analizi

Bu çalışmada KMO (Kaiser-Meyer-Olkin) katsayısı 0,878 olarak bulunmuştur. Bu sonucun 0,50' den büyük olması faktör analizi yapılabileceğini ve araştırmanın örnek büyüklüğünün yeterli olduğunu göstermektedir. Böylece Trakya Bölgesi'nde faaliyet gösteren perakende işletmelerin, lojistik faaliyetlerle ilgili ifadelerle ilişkin değerlendirmeleri iki alt faktörde gerçekleştirilmiştir. Faktörlere maddelerin

içerikleri dikkate alınarak isim verilmeye çalışılmıştır. Buna göre ilk faktör lojistik faaliyetlerde içsel unsurlar, ikinci faktör ise lojistik faaliyetlerde dışsal unsurlar olarak adlandırılmıştır. Birinci boyut ortak varyansı 0,528-0,767 arasında, ikinci boyut ortak varyansı 0,445-0,754 arasındadır.

Araştırmaya katılan perakende işletmelerin lojistik faaliyetlerle ilgili görüşlerine ilişkin faktör analizi sonuçları tablo 3'teki gibidir.

Tablo 3: Faktör Analizi Sonuçları

Boyut	Başlangıç Özdeğerler			Kareler Toplamı			Kareler Rotasyon Toplamı		
	Toplam	Yüzde Varyans	Yüzde Kümülatif	Toplam	Yüzde Varyans	Yüzde Kümülatif	Toplam	Yüzde Varyans	Yüzde Kümülatif
1	6,290	52,413	52,413	6,290	52,413	52,413	4,187	34,896	34,896
2	1,383	11,527	63,940	1,383	11,527	63,940	3,485	29,044	63,940
3	,953	7,941	71,881						
4	,712	5,931	77,812						
5	,551	4,588	82,400						
6	,485	4,040	86,440						
7	,396	3,299	89,739						
8	,342	2,851	92,590						
9	,317	2,638	95,228						
10	,223	1,861	97,089						
11	,206	1,719	98,808						
12	,143	1,192	100,000						

Açıklanan varyanslar:

- Faktör 1 (Lojistik faaliyetlerde içsel unsurlar) :% 34,896
- Faktör 2 (Lojistik faaliyetlerde dışsal unsurlar) :% 29,044
- Toplam Varyans :% 63,940

Trakya Bölgesi'nde faaliyet gösteren perakende işletmelerin lojistik faaliyetleri hakkındaki düşüncelerine ilişkin unsurların yüzde kaçının hangi faktörler tarafından belirlendiği ortaya konmuştur. Analiz sonucunda karşımıza çıkan faktörlerden "lojistik faaliyetlerde içsel unsurlar" boyutu daha fazla paya sahip olan faktördür. Sonuç olarak perakende işletmelerin lojistik faaliyetlerdeki içsel unsurlarda oluşabilecek sorunları daha kolay çözümledikleri söylenebilmektedir.

Faktör analizi sonucu bulunan alt boyutların normal dağılımını test etmek amacıyla Kolmogorov-Smirnov testi uygulanmıştır. Faktör analizi sonucu bulunan iki alt boyutun bu test sonucunda p değerleri sırasıyla 0,009 ve 0,017 bulunmuştur. $p < 0,05$ olduğundan normal dağılıma uygun olmadığı görülmüştür. Bu durumda verilere parametrik test uygulamak mümkün olmadığı için non-parametrik

testlerden Mann Whitney U testinin yapılması uygun görülmüştür.

Tablo 4: Lojistik Faaliyetler Alt Boyutların Uluslararası Faaliyette Bulunma İtibarıyla Farklılığının Testi

Alt Boyutlar	Uluslararası Faaliyette Bulunuyor musunuz?	Gözlem Sayısı	Sıra Ortalaması
İçsel Unsurlar	Evet	38	68,72
	Hayır	81	55,91
	Toplam	119	
Dışsal Unsurlar	Evet	38	73,04
	Hayır	81	53,88
	Toplam	119	
	İçsel Unsurlar	Dışsal Unsurlar	
Mann-Whitney U	1207,500	1043,500	
Wilcoxon W	4528,500	4364,500	
Z	-1,903	-2,846	
Asymp Sig. (P)	,057	,004	

İşletmelerin uluslararası faaliyette bulunmaları ile lojistik faaliyetlerde içsel ve dışsal unsurlar boyutlarının arasında fark olup olmadığı Mann Whitney U testi ile analiz edilmiştir. Analizde, içsel unsurlar boyutunun P değeri 0,057 çıkmıştır. Bunun anlamı, işletmelerin uluslararası faaliyette bulunmaları ile lojistik faaliyetlerin içsel unsurlar boyutu arasında anlamlı fark olmadığıdır. Lojistik faaliyetlerde dışsal unsurlar boyutunda ise $0,004 < 0,05$ olduğu için fark bulunduğu saptanmıştır. Bu farklılık ise uluslararası faaliyette bulunan işletmelerden kaynaklanmaktadır. Sonuç olarak uluslararası faaliyette bulunan işletmeler ürün teslimatı, bilgi teknolojileri kullanımı, yasal ve çevresel sorunları vb. daha az yaşamakta ya da daha kısa sürede çözümlenmektedir denilebilir.

5.2.2. Lojistik Hizmetlerle İlgili Görüşlere İlişkin Faktör Analizi

Bu çalışmada KMO (Kaiser-Meyer-Olkin) katsayısı 0,885 olarak bulunmuştur. Bu sonucun 0,50' den büyük olması faktör analizi yapılabileceğini ve araştırmanın örnek büyüklüğünün yeterli olduğunu göstermektedir. Böylece Trakya Bölgesi'nde faaliyet gösteren perakende işletmelerin, lojistik hizmetlerle ilgili ifadelerle ilişkin değerlendirmeleri üç alt faktörde gerçekleştirilmiştir. Faktörlere maddelerin içerikleri dikkate alınarak isim verilmeye çalışılmıştır. Buna göre ilk faktör lojistik hizmetlerde izlenebilirlik, ikinci faktör lojistik hizmetlerde personel eğitimi, üçüncü faktör ise lojistik hizmetlerde tedarikçi ve depo yönetimi olarak adlandırılmıştır. Birinci boyut ortak varyansı 0,537-0,779 arasında, ikinci boyut ortak varyansı 0,621-0,896 arasında, üçüncü boyut ortak varyansı 0,556-0,711 arasındadır.

Araştırmaya katılan perakende işletmelerin lojistik hizmetlerle ilgili görüşlerine ilişkin faktör analizi sonuçları tablo 5'teki gibidir.

Tablo 5: Faktör Analizi Sonuçları

Boyut	Başlangıç Özdeğerler	Kareler Toplamı	Kareler Rotasyon Toplamı
-------	----------------------	-----------------	--------------------------

	Toplam	Yüzde Varyans	Yüzde Kümülatif	Toplam	Yüzde Varyans	Yüzde Kümülatif	Toplam	Yüzde Varyans	Yüzde Kümülatif
1	7,194	47,958	47,958	7,194	47,958	47,958	4,432	29,543	29,543
2	1,882	12,547	60,505	1,882	12,547	60,505	3,181	21,209	50,752
3	1,019	6,793	67,298	1,019	6,793	67,298	2,482	16,546	67,298
4	,826	5,506	72,804						
5	,664	4,426	77,229						
6	,586	3,908	81,137						
7	,531	3,539	84,676						
8	,468	3,118	87,793						
9	,449	2,994	90,787						
10	,332	2,213	93,000						
11	,304	2,027	95,027						
12	,265	1,765	96,792						
13	,198	1,321	98,113						
14	,165	1,099	99,213						
15	,118	,787	100,000						

Açıklanan varyanslar:

- Faktör 1 (Lojistik hizmetlerde izlenebilirlik) :% 29,543
- Faktör 2 (Lojistik hizmetlerde personel eğitimi) :% 21,209
- Faktör 3 (Lojistik hizmetlerde tedarikçi ve depo yönetimi) :% 16,546
- Toplam Varyans :% 67,298

Trakya Bölgesi'nde faaliyet gösteren perakende işletmelerin lojistik hizmetleri hakkındaki düşüncelerine ilişkin unsurların yüzde kaçının hangi faktörler tarafından belirlendiği ortaya konmuştur. Analiz sonucunda karşımıza çıkan faktörlerden "lojistik hizmetlerde izlenebilirlik" boyutu daha fazla paya sahip olan faktördür. Sonuç olarak perakende işletmelerin lojistik hizmetlerdeki bilgi akışı ve yönetimine daha fazla önem verdikleri söylenebilmektedir.

Faktör analizi sonucu bulunan alt boyutların normal dağılımını test etmek amacıyla Kolmogorov-Smirnov testi uygulanmıştır. Faktör analizi sonucu bulunan üç alt boyutun bu test sonucunda p değerleri sırasıyla 0,022 - 0,002 ve 0,000 bulunmuştur. $P < 0,05$ olduğundan normal dağılıma uygun olmadığı görülmüştür. Bu durumda verilere parametrik test uygulamak mümkün olmadığı için non-parametrik testlerden Kruskal Wallis testinin yapılması uygun görülmüştür.

Tablo 6: Lojistik Hizmetler Alt Boyutlarının İşletmelerin Sermaye Yapılarına İlişkin Farklılığının Testi

Alt Boyutlar	İşletmelerin Sermaye Yapısı	Gözlem Sayısı	Sıra Ortalaması
İzlenebilirlik	Tamamen Yerli	68	62,37
	Tamamen Yabancı	6	62,67
	Yabancı Sermaye Ağırlıklı	5	75,10
	Yerli Sermaye Ağırlıklı	24	46,38
	Yarı Yerli-Yarı Yabancı	16	64,66
	Toplam	119	
Personel Eğitimi	Tamamen Yerli	68	56,96
	Tamamen Yabancı	6	87,08
	Yabancı Sermaye Ağırlıklı	5	81,20
	Yerli Sermaye Ağırlıklı	24	47,94
	Yarı Yerli-Yarı Yabancı	16	74,25
	Toplam	119	
Tedarikçi İlişkileri ve Depo Yönetimi	Tamamen Yerli	68	60,79
	Tamamen Yabancı	6	78,00
	Yabancı Sermaye Ağırlıklı	5	89,50
	Yerli Sermaye Ağırlıklı	24	39,60
	Yarı Yerli-Yarı Yabancı	16	71,28
	Toplam	119	
	İzlenebilirlik	Personel Eğitimi	Tedarikçi İlişkileri ve Depo Yönetimi
Ki kare	5,473	12,069	16,218
df	4	4	4
Asymp Sig. (P)	,242	,017	,003

İşletmelerin sermaye yapıları ile lojistik hizmetlerin alt boyutları arasında fark olup olmadığı Kruskal Wallis testi ile analiz edilmiştir. Analizde, izlenebilirlik boyutunun P değeri 0,242 çıkmıştır. Bunun anlamı, işletmelerin sermaye yapısı ile lojistik hizmetlerin izlenebilirlik boyutu arasında anlamlı fark olmadığıdır. Lojistik hizmetlerde personel eğitimi ile tedarikçi ilişkileri ve depo yönetimi alt boyutlarında ise P değerleri sırasıyla 0,017 ve 0,003 bulunmuştur. Bulunan değerlere bakıldığında da 0.05'ten küçük oldukları için fark bulunduğu saptanmıştır. Bu farklılıklar ise tamamen yabancı sermayeli ve yabancı sermaye ağırlıklı işletmelerden kaynaklanmaktadır. Bu işletmelerin; personel eğitimine önem verdikleri ve eğitimler için kaynak ayırdıkları, tedarikçilerini özenle seçtikleri ve onlarla uzun dönemli anlaşmalar yaptıkları, dağıtım merkezlerine ilişkin verileri düzenli kaydettikleri ve stok kontrollerini doğru ve tam olarak yaptıkları söylenebilmektedir.

5.3.Trakya Bölgesi'nde Faaliyet Gösteren Perakende İşletmelere Ait Değişkenler Arasındaki Bağımlılığı Gösteren Testler

Bu başlık altında, Trakya Bölgesi'nde faaliyet gösteren perakende işletmelerin sektörleri ile dış kaynak kullanımları ve sektörleri ile çalıştıkları tedarikçi sayıları arasındaki bağımlılığı ölçen çapraz tablolar düzenlenmiştir.

5.3.1. İşletmelerin Sektörlerine Göre Dış Kaynaklardan Yararlanma Durumları Arasındaki İlişki

Trakya Bölgesi'nde faaliyet gösteren perakende işletmeler ile bu işletmelerin dış kaynaklardan yararlanma durumları arasındaki bağımlılığa ilişkin testin yapılmasına yönelik çapraz tablo aşağıda düzenlenmiştir.

H₀: İşletmelerin sektörlerine göre dış kaynaklardan yararlanma durumları arasında anlamlı ilişki yoktur.

H₁: İşletmelerin sektörlerine göre dış kaynaklardan yararlanma durumları arasında anlamlı ilişki vardır.

Tablo 7: İşletme Sektörlerinin Dış Kaynaklardan Yararlanma Durumlarına İlişkin Çapraz Tablo

	Evete	Hayır	Bazen	Toplam	SD	χ^2	P
Gıda	12	35	8	55	10	28,708	0,01
Tekstil	23	14	5	42			
Elektronik	3	4	1	8			
Ayakkabı	2	0	4	6			
Kozmetik	0	1	0	1			
Diğerleri	2	2	3	7			
Toplam	42	56	21	119			

Tablo 7’de görüldüğü üzere, $\alpha=0,01$ olarak hesaplanmıştır. Bu durumda $P= 0,01 < 0,05$ olduğundan H₀ hipotezi reddedilecek ve H₁ hipotezi kabul edilecektir. Yapılan bu çalışmaya göre, sektörler ile dış kaynaklardan yararlanma durumları arasında anlamlı bir ilişki vardır. Tablodan çıkan sonuçlara göre denilebilir ki; perakende işletmelerin içinde buldukları rekabet ortamında piyasada kalabilmeleri için maliyetlerini düşürmeleri, ana yetkinliklerine odaklanmaları için dış kaynaklara başvurmaktadırlar.

5.3.2. İşletmelerin Sektörlerine Göre Tedarikçi Sayıları Arasındaki İlişki

Trakya Bölgesi’nde faaliyet gösteren perakende işletmeler ile bu işletmelerin çalıştıkları tedarikçi sayıları arasındaki bağımlılığa ilişkin testin yapılmasına yönelik çapraz tablo aşağıda düzenlenmiştir.

H₀: İşletmelerin sektörlerine göre tedarikçi sayıları arasında anlamlı ilişki yoktur.

H₁: İşletmelerin sektörlerine göre tedarikçi sayıları arasında anlamlı ilişki vardır.

Tablo 8: İşletme Sektörlerinin Tedarikçi Sayılarına İlişkin Çapraz Tablo

	1-200	201-400	401-600	601-800	801-+	Toplam	SD	χ^2	P
Gıda	46	2	0	0	0	48	10	26,971	0,03
Tekstil	29	0	0	0	0	29			
Elektronik	7	1	0	0	0	8			
Ayakkabı	3	0	0	0	1	4			
Kozmetik	1	0	0	0	0	1			
Diğerleri	6	0	0	0	0	6			
Toplam	92	3	0	0	1	96			

Tablo 8’de görüldüğü üzere, $\alpha=0,03$ olarak hesaplanmıştır. Bu durumda $P= 0,03 < 0,05$ olduğundan H₀ hipotezi reddedilecek ve H₁ hipotezi kabul edilecektir.

Yapılan bu çalışmaya göre, sektörler ile tedarikçi sayıları arasında anlamlı bir ilişki vardır. 23 perakende işletmenin tedarikçi sayıları net olarak bilinmemektedir. Ancak yine de çoğunluk ele alındığında sektörler ile tedarikçi sayıları arasında anlamlı ilişki bulunması doğal bir sonuçtur. Çünkü her sektörün ürün ve hizmet çeşitliliği, hitap ettikleri hedef kitle vb. birbirinden farklıdır. Dolayısıyla bu unsurlara bağlı sayıda tedarikçi ile çalışmaktadırlar.

SONUÇ VE DEĞERLENDİRME

Günümüzde lojistik yönetiminin önemini kavrayan sektörler arasında perakende sektörü de yer almaktadır. Tüketicilerle üreticileri bir araya getiren, müşteri memnuniyetinin de müşteri şikayetlerinin de direkt muhatabı olan perakende işletmelerin lojistik faaliyetlerini doğru planlaması ve yönetmesi gerekmektedir. Bunun için; esnek bir yapıya sahip olmaları, güncel teknolojileri takip etmeleri, güvenilir tedarikçilerle anlaşmaları, taşıma, depolama, stok yönetimi, ambalajlama gibi lojistik faaliyetlerini doğru maliyet, doğru zaman, doğru yer, doğru müşteri, doğru miktar ilkeleri çerçevesinde yönetmeleri gerekmektedir.

Bu araştırmada Türkiye'nin Trakya Bölgesi'nde faaliyette bulunan perakende işletmelerin lojistik faaliyetler ve hizmetler hakkındaki görüşleri belirlenmiştir. Ayrıca faaliyet alanları ile dış kaynaklardan yararlanma arasında, uluslararası faaliyette bulunmaları ile lojistik faaliyetler hakkındaki görüşleri arasında bir ilişki olup olmadığı incelenmiştir.

Araştırma bulgularına göre öne çıkan sonuçlar şu şekilde özetlenebilir:

- Araştırma sonuçlarına göre Trakya Bölgesi'ndeki perakende işletmelerin özellikle taşıma konusunda dış kaynaklara başvurdukları gözlenmiştir. Ayrıca faaliyet alanları ile dış kaynaklardan yararlanma arasında bir ilişki olduğu belirlenmiştir. Örneğin gıda sektöründeki ürün sayısı/çeşidi ile ayakkabı sektöründeki ürün sayısı/çeşidi arasında fark bulunması normaldir. Ürün çeşitliliği arttıkça da yönetsel anlamda daha fazla sorun yaşanması olası bir durumdur. Bu sebeple sektörün karmaşık hale gelmesi ve ortaya çıkması muhtemel sorunları engellemesi adına işletmelerin dış kaynaklara (alanında uzman işletmelere) başvurmaları doğru bir yaklaşım olmaktadır.
- Ortaya çıkan sonuçlardan bir diğeri; uluslararası işletmelerin öncelikli hususlarının, yerel düzeyde faaliyet gösteren işletmelerden farklı olduğudur. Küresel düzeyde faaliyette bulunan işletmeler; zamanında teslimat, müşteri hizmet kalitesi, bilgi teknolojileri kullanımı, ürünlerin hasarsız teslimatı vb. hususlara daha fazla önem vermektedir.
- Yabancı sermayeli işletmelerin personel eğitimine önem verdikleri ve eğitimler için kaynak ayırdıkları, tedarikçilerini özenle seçtikleri ve onlarla uzun dönemli anlaşmalar yaptıkları, dağıtım merkezlerine ilişkin verileri düzenli kaydettikleri ve stok kontrollerini tam olarak yaptıkları, araştırmanın bir diğer önemli sonucudur. Buradan hareketle; yerli sermayeli işletmelerin lojistik personellerine verdikleri eğitimleri arttırmaları ve daha kaliteli hale getirmeleri tavsiye edilmektedir. Aynı zamanda tedarikçilerin seçiminde ve onlarla kurulacak ilişkilerde daha dikkatli olunması gerektiği önerilebilmektedir.

Günümüzde perakende lojistiği, özel lojistik alanları olarak ifade edilen güncel lojistik uygulamaları arasında yer almaktadır. Bu çalışmanın diğer özel lojistik alanlarına yol gösterici olması temenni edilmektedir.

KAYNAKÇA

- A. Zafer Acar – Emre Çakmak, *Depolama ve Depo Yönetimi*, Nobel Yayın Dağıtım, Ankara, 2013, s. 93
- E. Ağyar – T. Yerlisu Lapa, “Rekreasyon Alanında Ülkemizde Kullanılan Ölçeklerin İncelenmesi”, *I. Rekreasyon Araştırmaları Kongresi*, Nisan 2012, s. 3
- Kenan Aydın, *Perakende Yönetiminin Temelleri*, Nobel Yayın Dağıtım, Ankara, 2010, s. 33
- Nejat Bilginer vd., “Lojistik Faaliyetlerin Süreçsel Etkinliğine Etki Eden Faktörlerin Değerlendirilmesi Üzerine Ampirik Bir Çalışma”, *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, Sayı 22, 2008, s. 277
- Murat Canitez, *Uluslararası Pazarlamada Lojistik ve Uygulamalar*, Gazi Kitabevi Tic. Ltd. Şti., Ankara, 2011, s. 37
- Ali Çağlar Çakmak, “Outlet Alışveriş Merkezlerinden Alışveriş Yapanların Bu Alışveriş Merkezleriyle İlgili Algılamaları: Safranpark Outlet Alışveriş Merkezi Örneği”, *Zonguldak Karaelmas Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, Cilt 8, Sayı 15, 2012, s. 19
- Gülşen Serap Çekerol - Niyazi Kurnaz, “Küresel Kriz Ekseninde Lojistik Sektörü ve Rekabet Analizi”, *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, Sayı 25, 2011, s. 47
- Murat Erdal vd., *Entegre Lojistik Yönetimi*, Beta Basım Yayım Dağıtım A.Ş., İstanbul, 2008, s. 26
- John Fernie – Leigh Sparks, “*Logistics And Retail Management: Insights Into Current Practice And Trends From Leading Experts*”, Kogan Page Limited, London, 2004, s. 2-3
- Ruhet Genç “Lojistik Yönetiminde Çevresel Değişimler Bağlamında Stratejik Uygulamalar”, *Selçuk Üniversitesi İİBF Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, Cilt 13, Sayı 19, 2010, s. 599
- Mehmet Kara vd., “Küresel Ticarete Lojistik Üslerin Önemi ve Türkiye”, *Mustafa Kemal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, Cilt 6, Sayı 11, 2009, s. 69
- Emine Koban – Hilal Y. Keser, *Dış Ticarete Lojistik*, Ekin Basım Yayın Dağıtım, Bursa, 2011, s. 57
- Kemal Kurtuluş, *Pazarlama Araştırmaları*, Literatür Yayıncılık, İstanbul, 2004, s. 397
- Orhan Küçük, *Lojistik İlkeleri ve Yönetimi*, Seçkin Yayıncılık San. ve Tic. A.Ş., Ankara, 2011, s. 27
- Lee J. Krajewski vd., *Üretim Yönetimi: Süreçleri ve Tedarik Zincirleri*, Çeviren Semra Birgün, 9. Baskı, Nobel Yayın Dağıtım, 2013, s. 300
- A.J. Lamba, “The Art of Retailing”, *Tata McGraw-Hill Publishing Company*, New Delhi, 2003, 12 Mayıs 2012, <http://books.google.com.tr/>, s. 1
- Douglas Long, *Uluslararası Lojistik Küresel Tedarik Zinciri Yönetimi*, Çeviren Mehmet Tanyaş – Murat Düzgün, 2. Basımdan Çeviri, Nobel Akademik Yayıncılık Eğitim Danışmanlık Tic. Ltd. Şti, Ankara, 2012, s. 7
- MEGEP, *Pazarlama ve Perakende: Perakendeciliğin Özellikleri*, Milli Eğitim Bakanlığı: Mesleki Eğitim ve Öğretim Sisteminin Güçlendirilmesi Projesi (MEGEP), Ankara, 2008, s. 4
- İsmet Mucuk, *Temel Pazarlama Bilgileri*, Gözden Geçirilmiş 3. Basım, Türkmen Kitabevi, İstanbul, 2007, s. 163
- Nihan Özgüven, “Kriz Döneminde Küresel Perakendeci Aktörlerin Performanslarının Topsis Yöntemi ile Değerlendirilmesi”, *Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, Cilt 25, Sayı 2, 2011, s. 151

Malcolm Sullivan – Dennis Adcock, “Retail Marketing”, *Cengage Learning EMEA*, First Edition, 2002, 12 Mayıs 2012, http://books.google.com.tr/books/about/Retail_Marketing, s. 12

Ömer Baybars Tek - Fatma D. Orel, *Perakende Pazarlama Yönetimi*, 3. Basım, Birleşik Matbaacılık, İzmir, 2008, s. 473-478

Gonca T. Yamamoto, *Perakendecilikte Ürün Yönetimi*, 1. Baskı, Anadolu Üniversitesi Uzaktan Öğretim Yayınları, Eskişehir, 2013, s. 107

Hasan Özgür Yarmalı, *Lojistikte Pazarlama*, 1. Basım, Nobel Akademik Yayıncılık Eğitim Danışmanlık Tic. Ltd. Şti., Ankara, 2012, s. 10.

**AKADEMİSYENLERİN OTOMOBİL SATIN ALIM
TERCİHLERİNİ ETKİLEYEN FAKTÖRLER***

Araş. Gör. Murat RUHLUSARAÇ
Erciyes Üniversitesi (mruhlusarac@erciyes.edu.tr)

Prof. Dr. Mahir NAKİP
Çankaya Üniversitesi (mnakip@yahoo.com)

Özet

Otomobil insanların günlük ulaşımını sağlaması yanında, dinlenme, eğlenme, gezi gibi maddi ihtiyaçlarını ve psikolojik ihtiyaçlarını da karşılamaktadır. Akademisyenler ise toplumun fikirlerini merak edip ilgiyle takip ederek rol model aldıkları bir kesimini oluşturmaktadır. Bu nedenle bu çalışma, akademisyenlerin demografik yapıları ile vazgeçilmez bir ürün olan otomobillerin satın alım ve kullanımları arasında ilişkinin varlığını araştırmayı konu edinmiştir. Akademisyenler hazırlanan anketteki sorularda demografik özelliklerine göre yaş, cinsiyet, gelir seviyesine göre ve psikolojik faktörlerden de kişilik ve öğrenmeye bağlı özelliklerine göre incelenmiştir. Araştırma farklı sosyal ve sayısal alanlarda fakültelerde görev yapan 135 akademisyene 2 sayfadan oluşan anketi uygulamak suretiyle yapılmıştır. Uygulanan anketlerin verileri SPSS paket programına girilerek birtakım hipotezlere ayırma analizi yapılmış ve Wilks' Lambda testi kontrolü yapılmıştır. Sonuç olarak, %5 anlamlılık düzeyinde, akademisyenlerin cinsiyetleri ile aylık gelirleri itibariyle çekici buldukları otomobil markası tercihleri arasında fark olduğu ve aylık gelirleri ile yaşları itibariyle otomobil satın alım sıklıkları arasında fark olduğu tespit edilmiştir. Bu durumda otomobil satın alım tercihlerini etkileyen demografik faktörlerden aylık gelir çok etkili, yaş ve cinsiyet ise diğer etkili etmenler arasında yer almıştır.

Anahtar Kelimeler: Akademisyenler, Otomobil, Satın Alım Tercihleri, Aylık Gelir, Tüketici Davranışları

**FACTORS AFFECTING CAR PURCHASING PREFERENCES
OF ACADEMICIANS****Abstract**

Besides providing people's daily transportation, cars also meet the psychological needs and the corporeal needs such as recreation, entertainment and trip. Academicians on the other side constitute a part of the society taken as a role model to pursue with interest whose ideas wondered. Therefore, this study investigates the existence of relationship between the purchase and use of cars which is an indispensable product due to demographic structures of academicians. Academicians are given a questionnaire according to demographics such as age, gender, income level and by the psychological factors such as the personality and learning-related features as well. The research questionnaire consisting of 2 pages was applied on 135 academicians who work in schools on different social and science areas. Applied survey data is processed with SPSS 20.0 and discriminant analysis was made to a number of hypotheses and then Wilks' Lambda test control is conducted. As a result, at the level of 5% significance, it was found that there exists difference between gender and monthly income with the preferred automobile brand they find attractive and difference between age and monthly income with frequencies of car purchase. In this case, the monthly income among the demographic factors that affects the choice of buying a car is very effective, and age and gender are among the other influential factors.

Keywords: Academicians, Car, Purchasing Preferences, Monthly Income, Consumer Behaviour

* Bu çalışma, 1. Uluslararası Bilimsel Araştırmalar Kongresi-İnsan ve Toplum Bilimleri (IBAD-2016), 19-22 Mayıs 2016, Madrid (İSPANYA)'de sözlü olarak sunulmuş çalışmanın genişletilmiş şeklidir.

1. Giriş

Otomobiller tekerleğin icadından beri gelen süreçte insanların hayatını kolaylaştıran, bir yerden bir yere ulaşım sürelerini kısaltan ve gündün güne dünya üzerindeki sayıları artan temel ihtiyaçlarımız arasında yer alır hale gelmişlerdir. Kimi zaman kullanıcılarının lüks yaşam tarzını kimi zaman ise kendine özgü hayat felsefesini yansıtan otomobillerin satın alım tercihi de kişisel özelliklerin birebir dışa aktarımı olabilmektedir.

Otomobil günlük kullanımın yanı sıra, insanların dinlenme, eğlenme gezi gibi ihtiyaçlarını da karşılamaktadır. Tüketiciler otomobil satın alarak yukarıda bahsedilen maddi ihtiyaçlarının yanında, çeşitli psikolojik ihtiyaçlarını da karşılamaktadırlar. Otomobil pazarında bir tek ürün olmadığı için, tüketici birçok seçenek arasından istediği ürünü seçebilmektedir. Bu nedenle firmalar da, tüketicinin satın alma kararına etki eden faktörleri, beklentileri, ihtiyaçları dikkatle incelemeli, üretim ve satış stratejilerini buna göre belirlemelidirler (Akay 2003: 82).

Tüketici davranışını, gelirin dışında, çeşitli sosyo-kültürel, demografik ve psikolojik faktörler belirler. Kültürel faktörleri ikiye ayırabiliriz; kültür ve alt kültür. Sosyal faktörleri de üçe ayırabiliriz; aile, referans grupları, rol ve statüler. Demografik özellikleri de yediye ayırabiliriz; yaş, cinsiyet, medeni hal, gelir seviyesi, eğitim düzeyi, meslek ve yaşam tarzı. Psikolojik faktörleri de beşe ayırabiliriz; kişilik, tutum ve inançlar, güdülenme, algılama ve öğrenme (Karatekin, 2009).

2. Çalışmanın Amacı

Çalışma, öğretim üyelerinin demografik yapıları ile otomobil alım ve kullanımları arasında ilişkinin varlığını araştırmayı konu edinmiştir. Araştırmada hedef kitle olarak akademisyenler düşünülmüştür. Böylece amaç, sosyal bir sınıf olan akademisyenlerin otomobil satın alım tercihlerini incelemektir. Akademisyenler hazırlanan anketteki sorularda, demografik özelliklerine göre özellikle yaş, cinsiyet, gelir seviyesine göre ve psikolojik faktörlerden de kişilik ve öğrenmeye bağlı özelliklerine göre incelenmiştir.

Çalışmanın amacını aşağıdaki hipotezlerle test etmek mümkündür;

H_1 : Otomobil tercih seçenekleri, farklı cinsiyetteki öğretim üyelerini birbirinden ayırmaktadır.

H_2 : Otomobil tercih seçenekleri, öğretim üyelerinin sahip oldukları otomobil tiplerini birbirinden ayırmaktadır.

H_3 : Otomobil tercih seçenekleri, öğretim üyelerinin sahip oldukları otomobil markalarını birbirinden ayırmaktadır.

H_4 : Otomobil tercih seçenekleri, öğretim üyelerinin otomobil satın aldıkları yer tercihlerini birbirinden ayırmaktadır.

H_5 : Otomobil tercih seçenekleri, öğretim üyelerinin otomobil satın alırken etkilendikleri yerleri birbirinden ayırmaktadır.

H_6 : Otomobil tercih seçenekleri, öğretim üyelerinin unvanlarını birbirinden ayırmaktadır.

H_7 : Otomobil tercih seçenekleri, öğretim üyelerinin yaşlarını birbirinden ayırmaktadır.

H_8 : Otomobil tercih seçenekleri, öğretim üyelerinin aylık gelirlerini birbirinden ayırmaktadır.

H_9 : Otomobil tercih seçenekleri, öğretim üyelerinin otomobil alım sıklıklarını birbirinden ayırmaktadır.

H_{10} : Öğretim üyelerinin cinsiyetleri itibarıyla çekici buldukları otomobil

tercihleri arasında fark vardır.

H_{11} : Öğretim üyelerinin unvanları itibariyle çekici buldukları otomobil tercihleri arasında fark vardır.

H_{12} : Öğretim üyelerinin aylık gelirleri itibariyle çekici buldukları otomobil tercihleri arasında fark vardır.

H_{13} : Öğretim üyelerinin yaşları itibariyle çekici buldukları otomobil tercihleri arasında fark vardır.

H_{14} : Öğretim üyelerinin aylık gelirleri itibariyle otomobil satın alım sıklıkları arasında fark vardır.

H_{15} : Öğretim üyelerinin yaşları itibariyle otomobil satın alım sıklıkları arasında fark vardır.

H_{16} : Öğretim üyelerinin cinsiyetleri itibariyle otomobil satın alım sıklıkları arasında fark vardır.

3. Literatür İncelemesi

Konuyla ilgili olarak literatüre bakıldığında birtakım çalışmalar yapıldığı gözlemlenmektedir ancak doğrudan akademisyenlere odaklanan çalışma sayısı çok azdır. Literatürdeki çalışmalar genelde, otomobil sahibi olmayı nelerin etkilediğini ortaya koymaya yönelik olmuştur.

Fırat (2003) tez çalışmasında, tüketicileri çeşitli değişkenler itibariyle yaşam tarzı gruplarına ayırmayı ve farklı yaşam stillerine sahip tüketicilerin sahip oldukları otomobil markalarının farklı olup olmadığını belirlemeyi amaçlamıştır. Bu amacı gerçekleştirmek için tüketicileri bazı değişkenlere göre gruplara ayırmıştır. Ankete katılan bireyleri belirlemek için sistematik tesadüfi örnekleme kullanmıştır. Ankete katılan bireyleri gruplara ayırmak için faktör analizi uygulamıştır. Analiz sonucunda çıkan faktör skorlarına K-ortalama kümeleme analizi uygulamıştır. Bu analiz sonucuna göre “çağdaşlar” ve “yeniliğe karşı olanlar” adında iki grup oluşturmuştur. Tüketicilerin yaşam tarzlarıyla otomobil markaları arasında fark olup olmadığını incelemek için Ki-kare testi uygulamıştır. Sonuçlara göre ise, farklı yaşam tarzına sahip tüketicilerin şu anki kullandıkları, geçmişte kullandıkları ve gelecekte satın almayı planladıkları otomobil markası tercihlerinin farklı olduğunu belirtmiştir.

Akay (2003) tez çalışmasında, tüketici davranışları, tüketici davranışlarına etki eden faktörler: psikolojik, sosyokültürel, kişisel faktörler, otomobil satın almada tüketici kararlarını belirleyen faktörler ve verilen kararlara reklamların etkisi konularını incelemiştir. Bu amaca yönelik veri toplamak için Ankara’da Merkez Bankasında çalışan 105 kişiye anket uygulamıştır. Araştırma sonucu elde ettiği bulgulara göre tüketicilerin otomobillerini satın alırken dikkat ettiği özellikler sırasıyla; marka, ekonomik olması, kalite, dayanıklılık, teknik üstünlük taşıması, konfor, ödeme kolaylığı, yedek parça bulunabilirliği, yedek parça fiyatı, kampanya olanağı, kredi alma olanağı ve servis hizmetleridir. Reklamların etkisinin sonuncu sırada yer aldığı böylelikle sadece reklamın yeterli olmadığı ve tüketicilerin demografik özellikler, kültür ve yaşam tarzı gibi özelliklerine de firmaların dikkat etmesi gerektiğini ifade etmiştir.

Arslan (2003) çalışmasında, otomobil satın alan tüketicilerin nelerden etkilendiğini incelemiştir. Tüketici tatminini ön plana alarak, onun hangi pazarlama bileşenleri veya markalarla tatmin olduğunu, bu tatmini sağlamak için çeşitli marka ve modeller arasından nasıl ve neye göre seçim yaptığını belirlemek suretiyle otomobil pazarlamasında “müşteri odaklı” yaklaşım anlayışının sağlayacağı yararlar üzerinde durmuştur. Sonuç olarak tüketicilerin bu seçimi yaparken, aile, sosyal sınıf ve danışma grupları gibi dış değişkenlerden etkilendiğini tespit etmiştir.

Choo ve Mokhtarian (2004) çalışmalarında, bireysel tüketicilerin araç tipi seçimleri için birtakım faktörleri araştırmayı ve tipik demografik değişkenlerin yanında bu faktörlere dayalı bir araç tipi ayrık seçim modeli geliştirmeyi amaç edinmişlerdir. Bu çalışma için San Francisco körfez alanından 1904 yerli ile mail gönderimi/alımı şeklinde bir incelemeyle veri toplamışlardır. Bağımlı değişkeni 9 alanda kategorize etmişler; küçük, kompakt, orta sınıf, büyük, lüks, spor, minivan/van, pickup ve spor kullanım aracı. Bu kategorilere dayanarak, one-way ANOVA ve Ki-Kare testleri kullanarak araç tipi ile kişilik, seyahat tutumu, hayat stili, hareketlilik ve demografik değişkenleri ilişkilendirmişlerdir. Daha sonra araç tipi seçimi için çok terimli bir mantık modeli geliştirmişlerdir. Son modelin, dikkatli şekilde incelenen değişkenlerin bireysel tüketicilerin otomobil tipi seçimi etkilediğini ifade etmişlerdir. Bu sonuçların sadece araç üreticileri için değil aynı zamanda karar vericiler ve enerji tüketimi, trafik karmaşası ile ilgili ulaşım planlayıcıları için de faydalı olduğunu belirtmişlerdir.

Çildir (2006) tez çalışmasında, otomotiv sanayi ürünlerinin internet üzerinden pazarlanmasını irdelemeye yönelik hazırladığı, bu sanayinin ürünlerinden biri olan “otomobil” sahibi olan veya olmayı planlayan öğretim üyelerinin online otomobil satın alma tercihlerini ortaya koymayı amaçlamıştır. Bu tercihleri belirlemeye yönelik olarak 34 tane hipotezi incelemek istemiştir. Hazırladığı anketi “yüz yüze anket” yöntemiyle 3 üniversiteden 180 öğretim görevlisine uygulamıştır. Analiz için SPSS paket programında iki değişkenli ki-kare analizi kullanmıştır. Elde ettiği sonuçlara göre, öğretim üyelerinin otomobil marka tercihlerinin cinsiyete göre farklılık göstermediğini ve otomobil marka tercihini en çok “kişiye özel beklentilere uygun olması” kriterinin etkilediğini belirtmiştir. Öğretim üyelerinin otomobil satın almadan önce yapılan araştırmada en çok internetten yararlandıkları tespit edilmiştir. Online otomobil satın almayı engelleyen en önemli faktörün cinsiyete göre farklılık göstermediğini ve “otomobili üç boyutlu görme, dokunma, test etme imkanının olmaması” faktörünün ağır bastığını belirtmiştir. Son olarak, otomobil markası tercihinde öğretim üyelerinin yaş faktörünün ve gelir faktörünün etkisinin önemli bir farklılık yapmadığını belirtmiştir.

Rijnsoever, Farla ve Dijst (2009) çalışmalarında, Hollanda’daki 1500 hane halkına yapılan bir araştırmaya dayanarak, belirtilen ve ortaya çıkan otomobil tercihleri arasındaki ilişkiyi ve otomobil satın alma sürecindeki bilgi kaynağı kullanımını ölçmüşlerdir. Yaptıkları analiz sonuçlarına göre tutumsal ve davranışsal yapılar bulmuşlar ve insanların tutum ve davranışları arasında bir boşluk olduğunu tespit etmişler. Sonuçlara göre ise, çevre dostu davranış sergileyen pozitif çevreci tutumlu insanlar, çevreci tutumlarını davranışa dönüştürmeyen insanlardan daha çok otomobillerle ilgilidirler. Yani, çevre dostu bir araç alırken sadece çevre bilincinin değil aynı zamanda otomobillere ilginin de ön koşul olduğunu ortaya çıkarmışlardır.

Karatekin (2009) tez çalışmasında, tüketicilerin otomobil satın alma davranışlarında sosyo kültürel etkilerden sosyal sınıfın, tüketiciler üzerindeki etkilerini incelemiştir. Çalışmasının ilk bölümünde kavramsal öğeleri açıklamış, ikinci bölümde ise sosyal sınıfları tanımlamış ve tüketiciler üzerindeki etkilerini incelemiştir. Üçüncü bölüm olan son bölümde ise, önceden belirlenmiş olan sosyal sınıflar üzerinde yapılan anket uygulaması ve değerlendirilmesi ve hipotezlerin test edilip yorumlamasını yapmıştır. Sonuçlara göre akademisyenlerin büyük bir çoğunluğunun Renault marka otomobil kullandığı, otomobillerini genelde bayiden aldıkları, internetten araştırma yaptıkları, genelde sıfır km otomobil aldıkları, genelde yetkili servis kullandıkları, genelde Michelin marka lastik tercih ettikleri, genelde akaryakıt istasyonundaki makinalarda yıkama yaptırdıkları, otomobillerde

en önem verdikleri özelliğin güvenlik düzeyi olduğu, Audi, Bmw, Mercedes markalarını üst sınıf gördükleri ve Daihatsu markasını alt sınıf gördükleri, sağlamlık anlamında en iyi marka olarak Volvo ve Mercedes markalarını düşündükleri, sağlamlıkta en zayıf markaları ise Dacia ve Lada olarak gördükleri sonraki araçları olarak Vw ve Audi almayı planladıkları, genelde siyah renk otomobil tercih ettikleri gibi detaylar dikkat çekmiştir.

Güven ve Davudov (2012) çalışmalarında, Türkiye ve Azerbaycanlı otomobil kullanıcılarının otomobil satın alımına etki eden faktörleri belirlemeyi ve karşılaştırmayı amaç edinmişlerdir. Bu amaca yönelik olarak Türkiyeli ve Azerbaycanlı otomobil kullanıcılarından 589 kişiye anket uygulamışlardır. Sonuçlara göre iki ülke katılımcıları arasında bazı konularda farklılıklar gözlemişlerdir. Bunlar; otomobilin üretim yılı, hangi ülkede üretildiği, servis ve yedek parça olanakları, motor gücü, yakıt ekonomisi, fiyat, vergi avantajı faktörleridir. Bunlarla birlikte anlamlı farklılıklar bulunmayan faktörleri ise şöyle açıklamışlardır; otomobilin çevreci olması, güzel bir görünüme sahip olması, kolay satılabilir olması, üstün güvenlik özelliklerinin olması, markası, modeli, dayanıklılığı, imajı ve rengidir.

Baltas ve Saridakis (2013) çalışmalarında, 1622 müşteriye uygulanan geniş ölçekli bir araştırmadan toplanan verilere dayanarak, müşterilerin otomobil tipi seçim davranışındaki uygulanan faktörlerin etkisini inceleyen dengeleyici bir seçim modeli geliştirmişlerdir. Önerilen seçim modeli, 12 otomobil alternatif tipi olarak düşünülür ve objektif davranışsal ve psikografik müşteri özellikleriyle ilişik 30 değişken kümesi boyunca bireysel heterojenlikten kaynaklanan seçi çarpıklığına izin vermek için bunun ardına genişletilmiştir. Sonuçlar; otomobil kullanım amacı gibi değişkenler, satın alım öncesi bilgi kaynağı kullanımı, müşterilerin ekolojik bir otomobil alma eğilimleri, müşterileri otomobil ilgisi ve müşterilerin otomobillere olan bağlılıklarının otomobil seçiminde etkili olduğunu göstermiştir. Bu sonuçların üreticiler, ulaşım planlayıcılar ve araştırmacılar için önemli etkiler sağlayacağını belirtmişlerdir.

Kumar (2014) çalışmasında, kuvvetli bir literatür desteği ile otomobiller hakkında bilgi araştırmada tüketicilerin eğitim düzeylerinin etkisini açıklamıştır. Bunun için ilk olarak, Chennai şehrindeki 2010-2011 yıllarından otomobil satın alan 405 otomobil sahibinden toplanan verileri kullanmıştır. Rasgele basit örnekleme metodu kullandıktan sonra özel bir anket geliştirip cevaplayıcılardan bilgi toplamıştır. SPSS paket programında tek yönlü ANOVA kullanarak verileri analiz etmiştir. Sonuçlara göre küçük otomobil sahipleri için çeşitli eğitim düzeyleri ve otomobil bilgileri arasında önemli bir fark olmadığı ancak orta sınıf otomobil ve premium otomobil sahiplerinde çeşitli eğitim düzeyleri ile otomobil bilgileri arasında önemli bir fark olduğunu belirtmiştir.

Kaushal (2014) çalışmasında, Hindistan'ın Uttar Pradesh eyaletindeki otomobil pazarlama stratejileri ve otomobil satın alma niyetlerine istinaden satın alma davranışını incelemeyi konu edinmiştir. 400 otomobil sahibinin, otomobil satın almaya ilişkin kendi tutumlarına göre kendi kendilerine uyguladıkları anketi kullanmıştır. Çalışmada ilk olarak, bu maddelerin psikometrik özelliklerini ve faktör yapılarını incelemek için faktör analizi uygulamıştır. Tüketicilerin satın alma davranışı 39 madde ile tanımlanmış ve faktör analizi uygulayarak 5 boyut tespit etmiştir. AMOS versiyon 16'da Yapısal Eşitlik Modellemesi kullanarak modeli test etmiş ve otomobil satın alıcılarının niyetlerinin 5 boyutunu doğrulamıştır. Bu beş boyutu şu şekilde açıklamıştır; güvenlik, kalite, performans, değer ve teknoloji. Sonuç olarak bu 5 boyutun otomobil satın alıcılarının satın alma davranışlarını etkilemede önemli olduğunu ve otomobil imalatçısı ile satıcılarına yol göstereceğini

belirtmiştir.

Köksal ve Türedi (2014) çalışmalarında, tüketicilerin düşünce tarzlarına ve marka tercihlerine etki eden en önemli unsurlardan bir tanesinin bilgi ve iletişim kanalları olması nedeniyle çalışma konusu olarak, tüketicilerin otomobil tercihlerinde etkili olan bilgi ve iletişim kanallarının tüketiciler açısından önem düzeyinin belirlenmesini ve hangilerinin daha etkin olduğunu ortaya çıkarmayı seçmişlerdir. Bu bağlamda, Antalya, Burdur ve Isparta şehirlerinde 477 kişiden topladıkları verileri yapısal eşitlik modellemesi ile analiz etmişler ve iletişim kanalı kullanmanın marka tercihi üzerinde rolünü incelemişlerdir. Sonuçlara göre, kişisel deneyim ve otomobil bayileri, galeriler ve satışıların tüketicilerin otomobil marka tercihine doğrudan, geleneksel medya, ağızdan ağıza iletişim ve internetin ise dolaylı bir etkiye sahip olduklarını tespit etmişlerdir.

Aritan ve Akyüz (2015) çalışmalarında, tüketicilerin otomobil markalarına yönelik sadakatlerini ölçmeyi ve tüketicilerin ileriki dönemlerdeki marka tercihlerini öngörmeyi amaçlamışlardır. Sonuçlara göre, katılımcıların en yüksek marka bağlılığının Audi, Mercedes ve Opel markalarına olduğu tespit edilmiştir. Bayan katılımcılar başta Volkswagen olmak üzere, Renault ve Peugeot gibi Fransız markalarını tercih ederken; erkek katılımcılar, başta Tofaş olmak üzere Renault, Fiat ve Ford markalarını en çok tercih etmişlerdir. Düşük gelirli katılımcıların en çok Tofaş ve Renault markalarını seçtiğini, orta gelir grubunda yer alanların Tofaş, Renault, Fiat ve Ford markalarını seçtiğini ve üst gelir grubunda yer alanların ise Vw, Toyota, Skoda, Opel, Nissan, Honda, Citroen markalarını seçtiğini tespit etmişlerdir.

Rimple, Srikant, Naseem ve Kumar (2015) çalışmalarında, para yaklaşımı ve materyalizmin etkileşiminin son altı ay içerisindeki satın alımlarda bireylerin araba fiyatı seçim aralığını nasıl etkilediğini araştırmışlardır. Araç fiyat aralığı sayesinde Hindistan'daki araba satın alma davranışını aynı zamanda farklı gelir ve yaş grupları ve cinsiyet için test etmişlerdir. Verileri, yakın zamanda kendi kişisel kullanımı için araba satın alan 164 anket cevaplayıcıdan yargısal örnekleme ile toplamışlardır. Bulguların, son 6 ay içinde araba satın alan cevaplayıcıların kullandıkları paraya dair farklı tutumları ve materyalizm arasında önemli bir ilişkiyi ifşa ettiğini ifade etmişlerdir. Materyalizm aşamasının farklı gelir düzeylerinde değiştiğini ve para tutumunun erkekler ve kadınlar arasında değiştiğini belirtmişlerdir. Sonuçlara göre gelir, araç fiyat aralığı seçimiyle ilişkili önemli olan tek değişken olarak bulunmuştur. Yaş ve cinsiyetin ise araç satın alma davranışını etkilemediğini gözlemlemişlerdir.

Yayar, Çoban ve Tekin (2015) çalışmalarında, Türkiye'deki ekonominin büyümesine paralel olarak otomobile olan talebin artması sebebiyle otomobil sahipliğinin hangi değişkenlere göre farklılık göstereceğini araştırmışlardır. Bunun için Tokat ili şehir merkezinde ikamet eden 438 ailenin otomobil sahibi olup olmadıklarını araştırmakla başlamışlardır. Otomobil sahibi olmayı belirleyen sosyoekonomik ve demografik faktörlerin neler olduğunu ve bu faktörlerin tüketicilerin otomobil sahibi olmasını etkileme derecelerini araştırmışlardır. Çalışmada Binary Logit Modeli kullanmışlardır. Modellerine göre; aile reisinin erkek, esnaf, yüksek gelirli, ev sahibi ve kredi kartının bulunması değişkenleriyle istatistiksel olarak anlamlı bulup otomobil sahipliğini olumlu etkilediğini tespit etmişlerdir.

4. Çalışmanın Kapsamı, Metodolojisi

Çalışma, Erciyes Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, Mühendislik Fakültesi, İlahiyat Fakültesi ve Turizm Fakültesinde çalışan 135 akademisyene 2 sayfadan oluşan anketi uygulamak suretiyle yapılmıştır. Gözetim

yöntemlerinden biri olan yüz yüze anket kullanılmıştır. Hazırlanan anketler akademisyenleri odalarında ziyaret ederek ankete katılma durumları sorulmuş, katılmak isteyenlere anketler bizzat elden verilmiş, daha sonra doldurmaları için zaman tanınarak odadan çıkılmış ve yaklaşık 10 dakika sonra tekrar odaya uğrayıp anketler toplanmıştır. Ankete şu linkten erişilebilir: <http://bit.ly/1Xin6jp>

5. Anket Sonuçlarının Değerlendirilmesi

Araştırmada bulunan sonuçlar, ölçülen frekanslar ve yapılan tespitler şöyledir:

Tablo 1: Öğretim Üyelerinin Kullandıkları Arabalar

Katılımcı Kişi	Erkek			Kadın		
	Yüzde (%)	97 71,9			38 28,1	
Katılımcılar	Yaş Ortalaması			Aylık Gelir Ortalaması (TL)		
	36			3048		
Unvanlar Kişi	Arş.Gör.	Okt.	Öğr.Gör.	Yrd.Doç.	Doç.Dr.	Prof.Dr.
	56	8	7	29	18	17
Fakülteler Kişi	İİBF		Müh. Fak.	İlahiyat F.		Turizm F.
	61		52	14		8

Tablo 2: Öğretim Üyelerinin Satın Alma Davranışları

Sahip Oldukları Oto. Markaları	Opel	Ford	Hyundai	Toyota	VW	Fiat
	18	14	14	12	11	11
Sahip Oldukları Otomobil Tipleri	Sedan	Hatchback	SUV	S.Wagon	P.Van	Coupe
	62	56	8	7	2	1
Otomobil Alım Sıklıkları	0 Yıl/Henüz Hiç		1 ila 5 Yıl		6 ila 20 yıl	
	37		56		42	
Otomobil Üretim Tercihi	Yerli			İthal		
	23			112		
Otomobil Satın Alırken Tercih Ettikleri Yerler	Yet. Bayi	İnternet	Çevre/Ortam	Galeri	Pazar	
	Kişi	73	28	17	14	3
	Yüzde	54,1	20,7	12,6	10,4	2,2
Otomobil Satın Alırken Etkilendikleri Yerler	Değer/Yargı	Çevre/Deneyim	İnternet	SatışTemsilcisi		
	Kişi	65	50	13	7	
	Yüzde (%)	48,1	37	9,6	5,2	
En Çekici Buldukları Markalar	Audi		Bmw	Mercedes		
	Kişi	21	21	21		
	Yüzde (%)	15,5	15,5	15,5		
En İtici Buldukları	Fiat		Renault	Dacia		
	Kişi	22	17	12		

Markalar	Yüzde (%)	16,3	12,6	8,9
İmkânım Olsa Ondan Şaşmam Dedikleri Markalar		Audi	Mercedes	Bmw
	Kişi	29	26	21
	Yüzde (%)	21,5	19,3	15,6

Bu frekans tespiti ve genel bilgilerden sonra 16 adet 5li likert soruları olan otomobil tercihleri için yapılan güvenilirlik testi sonucuna göre Cronbach's Alpha değeri 0.695 çıkmış yani güvenilirlik testimiz yaklaşık %70 düzeyinde güvenilir çıkmıştır. Ayrıca yapılan Hotelling's T testi sonucu da, %5 anlamlılık düzeyinde anlamlı çıkmıştır.

Daha sonra bu 16 soru için faktör analizi uygulanmış ve sonuçlar anlamlı çıkmıştır, analiz 4 faktör ile bu soruları ifade etmenin ve özetlemenin mümkün olduğunu göstermiştir. KMO değeri 0.79 olarak bulunmuş ve Bartlett's testi sonucuna göre analiz %5 güven düzeyinde anlamlı bulunmuştur.

Rotated Component Matrix de verilen sonuçlara göre, 4 faktöre hangi soruların girdiği tespit edilmiştir. Bu bilgiler Tablo 3'de verilmiştir.

Tablo 3: Faktör Analizi Sonucu Oluşan 4 Faktör

Faktör Numarası	Faktör Adı	İçerdiği İfade Numarası
1	Bağlılık	1,2,3,4,5,6,12,15
2	Moda	13,14
3	Ekonomi	7,8,9,11
4	Bağımsızlık	10,16

• Hipotezlerin Değerlendirilmesi ve Yapılan Analizler

Hazırlanan hipotezler ve bulunan tüm frekanslar SPSS 20.0 paket programı ile ölçülmüştür.

5.1. Otomobil Tercih Seçenekleri ve Cinsiyet

Öğretim üyelerinin tercihleri itibariyle cinsiyetlerini birbirinden ayırabilen güçlü bir değişkenin olup olmadığını test etmek amacıyla ayırma analizi kullanılmıştır. Sonuca göre Wilk Lamdası anlamsız ve öz değer birin altında kalmıştır. Yani farklı cinsiyetteki akademisyenleri birbirinden ayıran güçlü bir tercih seçeneği bulunmamıştır.

5.2. Otomobil Tercih Seçenekleri ve Öğretim Üyelerinin Fiilen Kullandıkları veya Satın Almak İstedikleri Otomobil Tipleri

Burada öğretim üyelerinin tercihleri itibariyle fiilen kullandıkları veya satın almayı düşündükleri otomobil tiplerini birbirinden ayıran güçlü bir değişken olup olmadığı test edilmiştir. Sonuca göre Wilk Lamdası anlamsız ve öz değer birin altında kalmıştır. Yani faktör analizi yoluyla kümelenen tercih seçenekleri, öğretim üyelerinin kullandıkları mevcut otomobil tiplerini birbirinden ayırmamaktadır. Bu da bir bakıma öğretim üyelerinin otomobil tercihleri ile kullandıkları veya almak istedikleri otomobil tipleri arasında bilinçli bir uyum olmadığını göstermektedir.

5.3. Otomobil Tercih Seçenekleri ve Öğretim Üyelerinin Fiilen

Kullandıkları Otomobil Markaları

Burada öğretim üyelerinin tercihleri itibariyle fiilen kullandıkları markaları birbirinden ayıran güçlü bir değişken olup olmadığı test edilmiştir. Sonuca göre Wilk Lamdası anlamsız ve öz değer birin altında kalmıştır. Yani faktör analizi yoluyla kümelenen tercih seçenekleri, öğretim üyelerinin kullandıkları mevcut markaları birbirinden ayırmamaktadır. Bu da bir bakıma öğretim üyelerinin otomobil marka tercihleri ile kullandıkları markalar arasında bilinçli bir uyum olmadığını göstermektedir.

5.4. Otomobil Tercih Seçenekleri ve Öğretim Üyelerinin Otomobil Satın Alırken Tercih Ettikleri Yerler

Burada öğretim üyelerinin tercihleri itibariyle otomobil satın alırken tercih ettikleri yerleri birbirinden ayırabilen güçlü bir değişkenin olup olmadığını test etmek amacıyla ayırma analizi kullanılmıştır. Sonuca göre Wilk Lamdası anlamsız ve öz değer birin altında kalmıştır. Yani tercihlerle, öğretim üyelerinin otomobil satın alırken tercih ettikleri yerler arasında bilinçli bir uyum olmadığı görülmektedir.

5.5. Otomobil Tercih Seçenekleri ve Öğretim Üyelerinin Otomobil Satın Alırken Etkilendikleri Yerler

Burada öğretim üyelerinin tercihleri itibariyle otomobil satın alırken etkilendikleri yerleri birbirinden ayırabilen güçlü bir değişkenin olup olmadığını test etmek amacıyla ayırma analizi kullanılmıştır. Sonuca göre Wilk Lamdası anlamsız ve öz değer birin altında kalmıştır. Yani tercihlerle, öğretim üyelerinin otomobil satın alırken etkilendikleri yerler arasında bilinçli bir uyum olmadığı görülmektedir.

5.6. Otomobil Tercih Seçenekleri ve Unvanlar

Burada öğretim üyelerinin tercihleri itibariyle öğretim üyelerinin unvanlarını birbirinden ayırabilen güçlü bir değişkenin olup olmadığını test etmek amacıyla ayırma analizi kullanılmıştır. Sonuca göre Wilk Lamdası anlamsız ve öz değer birin altında kalmıştır. Yani tercihlerle, öğretim üyelerinin unvanları arasında bilinçli bir uyum olmadığı görülmektedir.

5.7. Otomobil Tercih Seçenekleri ve Yaşlar

Burada öğretim üyelerinin tercihleri itibariyle öğretim üyelerinin yaşlarını birbirinden ayırabilen güçlü bir değişkenin olup olmadığını test etmek amacıyla ayırma analizi kullanılmıştır. Sonuca göre Wilk Lamdası anlamsız ve öz değer birin altında kalmıştır. Yani tercihlerle, öğretim üyelerinin yaşları arasında bilinçli bir uyum olmadığı görülmektedir.

5.8. Otomobil Tercih Seçenekleri ve Aylık Gelirler

Burada öğretim üyelerinin tercihleri itibariyle öğretim üyelerinin aylık gelirlerini birbirinden ayırabilen güçlü bir değişkenin olup olmadığını test etmek amacıyla ayırma analizi kullanılmıştır. Sonuca göre Wilk Lamdası anlamsız ve öz değer birin altında kalmıştır. Yani tercihlerle, öğretim üyelerinin aylık gelirleri arasında bilinçli bir uyum olmadığı görülmektedir.

5.9. Otomobil Tercih Seçenekleri ve Otomobil Alım Sıklıkları

Burada öğretim üyelerinin tercihleri itibariyle öğretim üyelerinin otomobil alım sıklıklarını birbirinden ayırabilen güçlü bir değişkenin olup olmadığını test etmek amacıyla ayırma analizi kullanılmıştır. Sonuca göre Wilk Lamdası anlamsız ve öz değer birin altında kalmıştır. Yani tercihlerle, öğretim üyelerinin otomobil alım sıklıkları arasında bilinçli bir uyum olmadığı görülmektedir.

5.10. Cinsiyet ve Çekici Bulunan Otomobil Tercihleri

Uygulanan bütün ayırma analiz sonuçları anlamsız çıkınca öğretim üyelerinin cinsiyetleri itibariyle çekici buldukları otomobil tercihleri arasında fark olup

olmadığını ortaya koymak amacıyla başka bir analiz düzenlenmiştir. Her iki değişken metrik olmayınca burada Ki Kare analizi daha uygun bulunmuştur. Pearson Ki Kare katsayısı 0.006 düzeyinde anlamlı çıkmıştır. Yani cinsiyetler itibariyle çekici bulunan otomobil tercihleri arasında fark vardır.

5.11. Unvanlar ile Çekici Buldukları Otomobil Tercihleri

Uygulanan Ki Kare testinin sonuçlarına göre Pearson Ki Kare 1,96 değeri 0,580 gelmiştir, buna göre test anlamsız çıkmıştır. Çünkü $P > 0.05$ gelmiştir. Böylelikle unvanlar itibariyle çekici bulunan otomobil tercihleri arasında fark yoktur.

5.12. Aylık Gelirler ile Çekici Buldukları Otomobil Tercihleri

Uygulanan Ki Kare testinin sonuçlarına göre Pearson Ki Kare 12,77 değeri 0,047 anlamlılık düzeyinde anlamlı çıkmıştır. Böylelikle öğretim üyelerinin aylık gelirleri itibariyle çekici buldukları otomobil tercihleri arasında fark vardır.

5.13. Yaşlar ile Çekici Buldukları Otomobil Tercihleri

Uygulanan Ki Kare testinin sonuçlarına göre Pearson Ki Kare 6,55 değeri 0,365 gelmiştir, buna göre test anlamsız çıkmıştır. Çünkü $P > 0.05$ gelmiştir. Böylelikle öğretim üyelerinin yaşları itibariyle çekici buldukları otomobil tercihleri arasında fark yoktur.

5.14. Aylık Gelirler ile Otomobil Alım Sıklıkları

Uygulanan Ki Kare testinin sonuçlarına göre Pearson Ki Kare 17,31 değeri 0,002 anlamlılık düzeyinde anlamlı çıkmıştır. Böylelikle öğretim üyelerinin aylık gelirleri itibariyle otomobil satın alım sıklıkları arasında kuvvetli bir fark vardır.

5.15. Yaşlar ile Otomobil Alım Sıklıkları

Uygulanan Ki Kare testinin sonuçlarına göre Pearson Ki Kare 21,27 değeri 0,000 anlamlılık düzeyinde anlamlı çıkmıştır. Böylelikle öğretim üyelerinin yaşları itibariyle otomobil satın alım sıklıkları arasında %100 anlamlı kuvvetli bir fark vardır.

5.16. Cinsiyetler ile Otomobil Alım Sıklıkları

Uygulanan Ki Kare testinin sonuçlarına göre Pearson Ki Kare 5,91 değeri 0,052 gelmiştir, buna göre test çok ufak bir farkla anlamsız çıkmıştır. Çünkü $P > 0.05$ gelmiştir. Böylelikle öğretim üyelerinin cinsiyetleri itibariyle otomobil satın alım sıklıkları arasında fark yoktur.

6. Sonuç ve Değerlendirme

Anketler sonucu SPSS 20.0 programına girilen verilerin analizi neticesinde incelenen 16 hipotez sonucu birtakım analizlerin anlamlı gerçekleştiği bazılarının ise anlamsız çıktığı görülmüştür.

Yapılan ayırma analizlerine göre, akademisyenlerin otomobil tercihleri ile; demografik özellikleri, kişilik ve öğrenmeye bağlı özellikleri arasında bilinçli bir uyum olmadığı görülmüştür.

Anlamsız çıkan bir analizde, akademisyenlerin yaşları itibariyle çekici buldukları otomobil markası tercihleri arasında fark yoktur sonucu çıkmıştır. Bu durumu, akademisyenlerin farklı yaşlarda da aynı lüks markaları çekici bulabilmelerinin mantıklı olduğu şeklinde yorumlayabiliriz.

Yapılan Ki Kare analizlerine göre; cinsiyetlere göre çekici bulunan otomobil markaları arasında fark vardır. Bu farkın çıkması gayet mantıklıdır zira erkeklerle kadınlar yaratılışlarından gelen farklı estetik duygulara sahiptir. Kadınlara daha estetik gelen bir otomobil markası erkeklere hiç de çekici gelmeyebilmektedir.

Diğer bir anlamlı çıkan analize göre, aylık gelirler ile akademisyenlerin çekici

buldukları otomobil markaları arasında fark vardır. Bu farkın çıkması akademisyenlerin de diğer tüketiciler gibi gelirlerine göre çekici buldukları otomobillerin değişebildiğini göstermiştir.

Bir diğer hipoteze göre, aylık gelirler ile akademisyenlerin otomobil satın alım sıklıkları arasında kuvvetli bir fark vardır. Bu durum, akademisyenlerin aylık ortalama kazançlarının var olan otomobillerini değiştirme sürelerinde oldukça etkili olduğunu göstermektedir ki makul bir davranış olarak yorumlanabilir. Buna göre, aylık kazançları nispeten daha yüksek olan akademisyenler diğer akademisyenlere oranla daha hızlı otomobil değiştirmeye eğilimlidir diyebiliriz.

Son anlamlı analize göre; akademisyenlerin yaşları ile otomobil satın alım sıklıkları arasında çok kuvvetli bir fark vardır. Bu fark sürpriz olmayan gayet mantıklı bir fark olarak yorumlanabilir. Çünkü nispeten daha yaşlı olan akademisyenler genç olanlara oranla otomobillerini değiştirmekte daha yavaş kalmaktadırlar.

Anlamlı çıkan tüm Ki Kare analizlerinde de gördüğümüze göre, akademisyenleri otomobil satın alırken etkileyen faktörlerin başında aylık ortalama gelir gelmektedir. Bunu ise gayet etkili olan yaş faktörü ve cinsiyet faktörü takip etmektedir.

7. Kaynakça

AKAY, Aynur (2003), “Otomobil Pazarında Tüketici Davranışları: Satın Alma Kararlarını Etkileyen Faktörlerin Tespitine Yönelik Ampirik Bir Çalışma”, *Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü*, yayınlanmış yüksek lisans tezi, Ankara.

ARITAN, Tolga ve A.M. Akyüz (2015), “Tüketicilerin Otomobil Markalarına Yönelik Marka Sadakatleri Ve Tercihleri Üzerine Bir Araştırma”, *Uluslararası Yönetim İktisat ve İşletme Dergisi*, Cilt 11, Sayı 26, s. 195-220.

ASLAN, Kahraman (2003). “Otomobil Alımında Tüketici Davranışlarını Etkileyen Faktörler”, *İstanbul Ticaret Üniversitesi Fen Bilimleri Dergisi*, Cilt 2, Sayı 3.

BALTAS, George and Charalampos Saridakis (2013), “An Empirical Investigation of The Impact of Behavioural and Psychographic Consumer Characteristics on Car Preferences: An Integrated Model of Car Type Choice”, *Transportation Research Part A*, Vol. 54, p. 92-110.

CHOO, Sangho and Patricia L. Mokhtarian (2004), “What Type of Vehicle Do People Drive? The Role of Attitude and Lifestyle in Influencing Vehicle Type Choice”, *Transportation Research Part A*, Vol. 38, p. 201-222.

ÇİLDİR, İlker (2006), “Otomotiv Sanayi Ürünlerinin İnternet Üzerinden Pazarlanması Ve Üniversite Öğretim Üyelerinin Online Otomobil Satın Alma Tercihleri Üzerine Bir Uygulama”, *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü*, yayınlanmış yüksek lisans tezi, Eskişehir.

FIRAT, Duygu (2003), “Yaşam Tarzının Otomobil Satın Alma Kararları Üzerine Etkisi”, *Kocaeli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü*, yayınlanmış yüksek lisans tezi, Kocaeli.

GÜVEN, Ömer Zafer ve Gadir Davudov (2012), “Türkiye ve Azerbaycan’da Tüketicilerin Otomobil Satın Alımına Etki Eden Faktörlerin Belirlenmesi ve Karşılaştırılmasına Yönelik Bir Araştırma”, *Akademik Bakış Dergisi*, Sayı 30, s. 1-20.

KARATEKİN, Uğur (2009), “Sosyal Sınıflar İçinde Mesleklere Göre Tüketicilerin Otomobil Alma Ve Kullanma Alışkanlıklarına Etkisinin İncelenmesi”,

Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, yayımlanmış yüksek lisans tezi, Isparta.

KAUSHAL, Shailesh K. (2014), “Confirmatory Factor Analysis: An Empirical Study of The Four-Wheeler Car Buyer’s Purchasing Behavior”, *International Journal on Global Business Management and Research*, Vol. 2, Issue 2, p. 90-104.

KÖKSAL, Yüksel ve M.K. Türedi (2014), “Tüketici Otomobil Tercihinde Etkili Olan Bilgi ve İletişim Kanalları Üzerine Bir İnceleme”, *Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, Cilt 17, Sayı 32, s. 105-125.

KUMAR, S. Prem (2014), “Impact of Educational Qualification of Consumers on Information Search: A Study with Reference to Car”, *International Journal on Global Business Management and Research*, Vol. 2, Issue 2, p. 39-47.

NAKİP, Mahir (2006), *Pazarlama Araştırmaları Teknikler ve SPSS Destekli Uygulamalar*, Seçkin Yayıncılık, İkinci Basım, Ankara.

RIJNSOEVER, Frank J. van, Jacco Farla and Martin J. Dijst (2009), “Consumer Car Preferences and Information Search Channels”, *Innovation Studies Utrecht (ISU) Working Paper Series*, p. 2-15.

RIMPLE, M., Srikant, M., Naseem, A. and Jitendra Kumar, M. (2015), “A Study of Interaction of Materialism And Money Attitude and Its Impact On Car Purchase” *Management & Marketing. Challenges for the Knowledge Society*, Vol. 10, No 3, p. 245-269.

YAYAR, Rüştü, M.N. Çoban ve Bilge Tekin (2015), “Otomobil Sahipliğini Etkileyen Faktörlerin Belirlenmesi: Tokat İli Kentsel Alanda Bir Uygulama”, *Yönetim ve Ekonomi*, Cilt 22, Sayı 2, s. 603-617.

Kitap Tanıtımı

Lale Bilir

Yıldız Teknik Üniversitesi (lalebilir.ege@gmail.com)

Prof. Dr. Hayati Develi, *Osmanlı'nın Dili*, Kesit Yayınları, İstanbul 2009.

Mehmet Kaplan, *Nesillerin Ruhu* adlı kitabında “*Türkiye'nin en mühim kültür davası, hiç şüphesiz, dil davasıdır. O, bütün davaların başında gelir. Onu halletmedikçe, kültürle alakalı diğer meseleleri halletmeye imkân yoktur. Çünkü düşünce ve duyguları nesilden nesile, insandan insana nakletme vasıtası dil, her türlü kültür faaliyetinin temelini teşkil eder. İnsanoğlu, dil vasıtasıyla, dille dayanarak düşünür; dil vasıtasıyla bilgi edinir; milli ve içtimai tesanüt dil ile olur.*”¹der. Yani dil insanoğlunu çevreleyen bir hayat damarı gibi onun yaşamını devam ettiriyor. Ancak biz hayat damarımıza ya da Kaplan'ın deyimiyle Dil davamıza yıllarca sahip çıkamadık. Osmanlı Türkçesi diye adlandırdığımız dilimizin 600 yıllık tarihine başka bir dilmiş gibi uzak durduk. Bunda Türk Dil Kurumunun Nurettin Topçu'nun tanımıyla donkişorvari bir budama yapmasının etkisi büyüktür. Bu budama dilimizi zayıf bırakmıştır. Günümüzde gençler bundan 20 yıl öncesinin bile gazete, kitap ve dergilerini okuyamayacak hale gelmiştir. Durum daha kötüye gitmeden yapılan hatadan geri dönülmeye başlanmıştır. Bu dönüşle Osmanlı Türkçesine karşı ciddi bir ilgi artışı vardır. İlgiyle birlikte ortaya çıkan eserlerde de artış yaşanmaktadır.

Türkçeyle ilgili nitelikli çalışmalarıyla tanınan İstanbul Üniversitesi Edebiyat Fakültesi Dil Bilimi bölümü Öğretim Üyesi Prof. Dr. Hayati Develi tarafından kaleme alınan, Eğitim ve Edebiyat Fakültelerinde lisans düzeyinde öğrenim gören öğrenciler ve Osmanlı Türkçesine ilgi duyanlar için bir ders ve sahaya giriş kitabı niteliği taşıyan bu eser, Kesit yayınları tarafından 2009 yılında okuyucuların tevecçühüne sunuldu.

Kitap, kısa bir önsözün ardından bir giriş, yedi ana bölüm ve kaynakça bölümlerinden oluşmaktadır.

Yazar kitabın önsözünde Türkçenin tarihi süreçteki değişimini ve kitabın amacını ortaya koymuştur. Giriş kısmında ise (s. 9-10), Osmanlı Devletinin resmi dilinin Türkçe olması ve sarayda her zaman Türkçe konuşulması üzerinde durmuştur.

Kitabın birinci bölümü (s.11-20) Osmanlı Kimdir? adlı bölümdür. Bu bölüm Osmanlı'nın Aidiyeti ve Osmanlı Aidiyeti adlı iki kısımdan oluşmaktadır. Bu bölümde Yazara göre hanedan veya kurucu çekirdek kadro anadillerini terk etmemişlerdir. Bu da Osmanlı aidiyetinin özünü oluşturmaktadır. Osmanlı

¹ Mehmet Kaplan, *Nesillerin Ruhu*, İstanbul 2014, s.134

Devletinde yeknesak bir kimlik/aidiyet yoktur. Müslüman halk Hristiyan halka göre Osmanlı kimliğine daha çok sahip çıkmıştır. Bununla birlikte merkezin patronajında şekillenen kültür kendi kimliğini de oluşturmuş, bu kimliğin taşıyıcısı da esasen Türkçe olmuştur.

Kitabın Osmanlı'nın Dilleri adlı ikinci bölümü (s. 21-33) İkidillilik/Çokdillilik, 17. Yüzyılda Osmanlı İmparatorluğunda Dilsel Dağılım ve 19. Yüzyılda Osmanlı İmparatorluğunda Dilsel Dağılım adlı üç kısımdan oluşmaktadır. Yazar bu bölümde Osmanlı Devletinin antik imparatorluklar geleneğine uyarak çok dilli olmayı toplumsal sorun teşkil etmediğinden bahseder. Ancak Balkanlarda çokdilliliğin Anadolu'ya göre fazla olduğunu söyler. Osmanlı Devletinin yaşadığı dönemde güçlü bir devlet olması ve geniş coğrafyaya yayılması sayesinde 19. Yüzyılda Avrupa'da en yaygın dillerden birinin Türkçe olduğunu belirtir.

Kitabın üçüncü bölümü (s 35-50) olan Osmanlı Türkçesi adlı bölüm iki kısımdan oluşmaktadır. Türkiye Türkçesinin Oluşumu adlı kısımda yazar Türkiye Türkçesinin 13. yüzyıldan itibaren gelişimine ve tasnifine değinmiştir. Selçuklu devletindeki Farsçanın güçlü etkisi Anadolu Selçuklu devletinde de kendisini güçlü bir şekilde hissettirdi. 13. yüzyıldan itibaren ise Anadolu'da Orta Asya'dan gelen Türk göçleriyle birlikte nüfusun artması ve hitap edilen kitlenin değişmesi ve bu kitlenin zorunlu Türkçe isteğiyle Farsça ve Arapça Anadolu'da güç kaybetti. Yerini Türkçeye bıraktı. Anadolu Selçuklu Devletinden sonra yerine kurulan yönetimlerde Türkçeye dayalı bir yönetim tercih ettiler. Bu da Türkçenin gücünü pekiştirdi.

13. yüzyıldan sonraki yazılı kaynaklarda tanıdığımız Türkiye Türkçesi Oğuz dili olarak adlandırılmaktadır. Oğuzca ilk defa yazı dili olarak Türkiye'de gelişmeye başlamıştır. Türkler bu dönemde ana hatlarıyla üç ayrı bölgede üç ayrı yazı dili meydana getirmişlerdir. Bunlardan ilki Doğu Türkçesi mirasını devralan Çağatayca, ikincisi İdil boyu ve Memlûklerde gelişen Kıpçakça ve sonuncusu da Anadolu'da gelişen Türkiye Türkçesidir.

Yazar sınıflandırma ve isimlendirmelerde dilin bütünlüğünü ve sürekliliği açısından 20. yüzyıldan önceki dili "Tarihi Türkiye Türkçesi" olarak isimlendirir. Develi'nin daha çok dilin söz varlığının niteliğine ve söz dizimindeki değişmelere göre yaptığı tasnife göre genel hatlarıyla Türkiye Türkçesini şu dönemlere ayırır:

Tarihi Türkiye Türkçesi (Osmanlı Türkçesi)

a)Eski Osmanlı Türkçesi (Eski Türkiye Türkçesi):13. yüzyıldan 15. yüzyılın ortalarına kadar.

b)Klasik Osmanlı Türkçesi: 15. yüzyılın ortalarından 19. yüzyıla kadar.

c)Yeni Osmanlı Türkçesi: Tanzimat döneminden 1908'e kadar.

Yeni Türkiye Türkçesi (Bugünkü dilimiz): 1908'den günümüze kadar.

Üçüncü bölümün ikinci kısmı olan Türkiye Türkçesinde Standartların Oluşması adlı kısmında yazar 13. ve 14. yüzyıl metinlerinde imlâ konusundaki

ayrılıklarına ve Türkiye Türkçesinin özellikle İstanbul'un fethinden sonra İstanbul odaklı değişmesine değinmiştir. İmlâdaki farklılıklarda kullanılan alfabenin etkisi üzerinde durmuştur. Zira kullanılan alfabe dilin ünlü sistemini elverişli bir şekilde göstermemektedir. Bu da metinlerin okunmasında birkaç farklı seslendirmeye imkân vermiştir.

Osmanlı'nın Türkçesi adlı bölüm (s.51-68) kitabın dördüncü bölümünü oluşturmaktadır. Bu bölüm üç kısımdan meydana gelmektedir.

Yazar bölümün girişinde Anadolu Türk entelektüellerinin 13. yüzyıl sonunda büyük ölçüde İslamlaşması ile Arapça ve Farsçanın neden İslam coğrafyasında güçlü olduğuna değinmiştir. Arapçanın bu kadar yaygın ve güçlü olmasını İhsan Fazlıoğlu'nun görüşleriyle açıklamıştır. Fazlıoğlu "*Hakikatin hangi dille temsil edileceği sorunu, hakikatin ulaştırıldığı insanın hangi dili konuştuğu sorusuna verilecek cevaba bağlıdır. Bu dönemde yüksek İslam kültürünün dili Arapça olunca yani hakikatin temsil edildiği dil Arapça olunca, üst-kültürün eğitimi alan kişi de Arapça üzerinden hakikati elde eder ve onunla ilişki kurar. Hakikatin ulaştırıldığı kişi Türkçe konuşan bir kişi ise, anlama sorununu aşmak için, hakikatin Türkçe'yle temsil edilmesi gerekir.*" der.

Dördüncü bölümün ilk kısmı olan bir Üst Dil Oluşturma Çabası adlı bölümde ise yazar İstanbul'un fethinden sonra İstanbul ve çevresinde oluşan dil ile Osmanlı devletinin diğer yerlerinde konuşulan dil arasındaki farklılıklar üzerinde durmuştur. Yazara göre İstanbul'da konuşulan Türkçe, Anadolu'daki Türkçeden hayli farklıdır. Kelime hazinesinin zenginliği ve söyleş bakımından İstanbul'da gelişen Türkçe daha ince bir dildir.

Dördüncü bölümün ikinci kısmı olan Osmanlıca Nedir? adlı kısımda yazar A. Sırrı Levend, Suat Baydur ve T. Yücel'in Osmanlıca hakkındaki görüşlerine yer vermiştir. Yazara göre benzeri pek çok olan bu görüşler ortak argümanlara dayanır:

a) Osmanlıca/yapay düzmece bir yazı dilidir; b) Üç dili oluşmasıyla oluşmuş bir aşuredir; c) Osmanlıca halktan kopuktur; d) Osmanlıca aydınların yapay dili iken Türkçe halkın dilidir.

Yazar bu Osmanlıca görüşlerini bilimsellikten ve durumu anlamaktan uzak olarak tanımlamıştır.

Dördüncü bölümün üçüncü kısmı olan Dil Düzlemleri: Konuşma Dili ve Yazı Dili adlı kısımda yazar ana dil/konuşma dili bir de standart dil/yazı dili açısından Osmanlıca'yı incelemiştir. Develi'nin görüşlerine yer verdiği E. Sezer göre "*Osmanlıca, Türkçe'nin temel sözdizimi üzerine kurulmuş, ama pek çok farklı sözcük ve yapıyı içeren, anadilden uzak bir yazı dili/standart dil idi; başka bir deyişle Türkçe diye konuşulan bir dil vardı, ama standart dil bundan oldukça farklıydı.*"

Yazar genel olarak dördüncü bölümün sonunda sayfa 64'te belirttiği üzere şu sonuca ulaşmıştır: "*Osmanlıca diye ayrı bir 'dil' yoktur. Osmanlı aydınının yüzyıllar içerisinde, Oğuzların içine girdikleri kültür ortamının paylaşıldığı diğer dillerle*

rekabet etme ve bu rekabette yenilmeme arzusu bir yazı dili/üst değişke yaratılmasına sebep olmuştur, konuşma dili veya halk dili ile bu yazı dili/üst değişke arasındaki anlaşılabilirlik makası gitgide açılmıştır. Osmanlı aydınını bu konuda güdüleyen etkenlerden biri de, İ. Fazlıoğlu'nun formüle ettiği "hakikate ilişkin nazari bilgiyi temsil edebilecek 'yarı-sembolik dil' seviyesine hızla ulaştırılmak istenmesi arzusu"dur. "

Kitabın beşinci bölümü olan Devletin Dili adlı bölümde (s.69-74) yazar Osmanlı Devletinde Türkçenin devlet dili olması üzerinde durmuştur. Osmanlı Devleti, Selçuklu Devleti gibi devlet dilini Arapça yapmamıştır. Orta Asya'dan gelen yoğun Türk nüfusu ve Osmanlı Devletinin kurulduğu yer itibariyle Farsça ile uzun süreli temasta bulunmaması bunda etkili olmuştur. Bununla birlikte Osmanlı Devletinde saray dili hep Türkçe olmuştur.

Kitabın son bölümü olan Osmanlı Diplomatası adlı altıncı bölümde yazar bölümün başında Osmanlı belgelerinin L. Fekete'den beri dini ve laik olmak üzere iki grupta incelendiğine değinir. Bu belgelerin Türkçesinin yüzyıllara ve çıktığı kuruma göre değişmesinden bahseder. Diğer devletlere gönderilen belgeler ile ülke içinde çıkarılan belgeler arasındaki dil farklılıkları üzerinde durur. Tanzimat'la birlikte belgelerdeki değişimden bahseder. Belgeleri yazan kişilerin eğitimine yer verir.

Kaplan "*Osmanlıca hakkında hüküm verirken, yeni bir medeniyet alemine giren ve onun içinde asırlarca yaşayan insanların duygu ve davranış tarzını benimsemek ve tasavvur etmek lazımdır*"²der. Bu kitap bu açıdan bir anahtar işlevi görmektedir.

² Mehmet Kaplan, Nesillerin Ruhu, İstanbul 2014, s.140