

E-ISSN: 2602-4594

USOBED

ULUSLARARASI BATI KARADENİZ SOSYAL VE BEŞERİ BİLİMLER DERGİSİ

YIL: 2018 CİLT: 2 SAYI: 1

INTERNATIONAL JOURNAL OF WESTERN BLACK SEA SOCIAL AND HUMANITIES SCIENCES

YEAR: 2018 VOLUME: 2 ISSUE: 1

BAKAD
2011
BATI KARADENİZ
AKADEMİSYENLER
DERNEĞİ

Uluslararası Batı Karadeniz Sosyal ve Beşeri Bilimler Dergisi

USOBED

International Journal of Western Black Sea Social and Humanities Sciences

e-ISSN: 2602-4594

EDİTÖR KURULU

SAHİBİ

Batı Karadeniz Akademisyenler Derneği Adına Yönetim Kurulu Başkanı

Doç. Dr. Mahmut BOZAN, Bartın Üniversitesi

EDİTÖR

Dr. Öğr. Üyesi Ayhan KARAKAŞ, Bartın Üniversitesi, ayhankarakas74@gmail.com

Dr. Öğr. Üyesi Süleyman AĞRAŞ, Düzce Üniversitesi, suleyman.agras@duzce.edu.tr

Dr. Öğr. Üyesi Abdülhamit EŞ, Abant İzzet Baysal Üniversitesi, es_a@ibu.edu.tr

ALAN EDİTÖRLERİ

Doç. Dr. Mahmut BOZAN, Bartın Üniversitesi, Siyaset Bilimi ve Kamu Yönetimi

Doç. Dr. Yaşar ÖZ, Bartın Üniversitesi, Muhasebe-Finans

Doç. Dr. Zafer AKBAŞ, Düzce Üniversitesi, Uluslararası İlişkiler

Dr. Öğr. Üyesi Ahmet ÖZTEL, Bartın Üniversitesi, İstatistik Alanı

Dr. Öğr. Üyesi Rasim TÖSTEN, Siirt Üniversitesi, Eğitim Bilimleri Alanı

Dr. Öğr. Üyesi Said Nuri AKGÜNDÜZ, Abant İzzet Baysal Üniversitesi, İlahiyat

Dr. Öğr. Üyesi Süleyman AĞRAŞ, Düzce Üniversitesi, Yönetim ve Organizasyon

Dr. Öğr. Üyesi Yıldırım YILDIRIM, Düzce Üniversitesi, Pazarlama Alanı

YAYIN KURULU (EDİTORİAL BOARD)

Prof. Dr. Kashif HUSSAIN, UCSI University, Malaysia

Prof. Dr. Stanislav IVANOV, Varna University of Management, Bulgaristan

Prof. Dr. İhsan ALP, Gazi Üniversitesi, ihsanalp@gazi.edu.tr

Prof. Dr. Kemal TİMUR, Düzce Üniversitesi kemaltimur@hotmail.com

Prof. Dr. Mahmut KARTAL, Cumhuriyet Üniversitesi mkartal@cumhuriyet.edu.tr
Prof. Dr. Mehmet ZELKA Üsküdar Üniversitesi mehmet.zelka@uskudar.edu.tr
Prof. Dr. Said KINGİR Sakarya Üniversitesi saidkingir@sakarya.edu.tr
Prof. Dr. Şah Murat ARIK Kastamonu Üniversitesi sahmurat@kastamonu.edu.tr
Prof. Dr. Yalçın KARAGÖZ, Cumhuriyet Üniversitesi ykaragoz@cumhuriyet.edu.tr
Doç. Dr. Mahmut BOZAN Bartın Üniversitesi mabozan@gmail.com
Doç. Dr. Yaşar ÖZ, Bartın Üniversitesi, yasaroz@gmail.com
Doç. Dr. Erdoğan EKİZ, King Abdulaziz University, Suudi Arabistan
Doç. Dr. Ali ÖZTÜREN, Eastern Mediterranean University, Kuzey Kıbrıs Türk Cumhuriyeti
Dr. Norasibah ABDUL JALIL, International Islamic University, Malaysia
Dr. Hale ÖZDOĞAÇ ÖZGİT, Cyprus International University, Kuzey Kıbrıs Türk Cumhuriyeti
Dr. Öğr. Üyesi. Ahmet ÖZTEL, Bartın Üniversitesi, ahmetoztel@gmail.com
Dr. Öğr. Üyesi. Faruk Kerem ŞENTÜRK, Düzce Üniversitesi, keremsenturk@duzce.edu.tr
Dr. Öğr. Üyesi. Ramazan ARSLAN, Bartın Üniversitesi, rarslan@bartin.edu.tr
Dr. Öğr. Üyesi M. Said CEYHAN, Bartın Üniversitesi, sceyhan@bartin.edu.tr
Dr. Öğr. Üyesi Yıldırım YILDIRIM, Düzce Üniversitesi yildirimyildirim@duzce.edu.tr

SEKRETERYA

Arş. Gör. İbrahim ÇENBERLİTAŞ, Dicle Üniversitesi

YABANCI DİL EDITÖRÜ

Öğr. Gör. Hayri KAPSUK, Bülent Ecevit Üniversitesi, hayrikapsuk67@gmail.com

İLETİŞİM

Dr. Ayhan KARAKAŞ

Bartın Üniversitesi

İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Turizm İşletmeciliği Bölümü Zemin Kat No:5

Ağdacı Kampüsü

74100-MERKEZ-BARTIN-TÜRKİYE

Telefon: 0378 223 5430

e-posta: bakaddergi@gmail.com

TEKNİK DESTEK

Dr. Öğr. Üyesi Eyüp Burak CEYHAN

Eposta: eyupburak@gmail.com

DİZİNLER VE PLATFORMLAR

Dergipark , Google Scholar



BU SAYININ HAKEMLERİ

Doç. Dr. Mahmut BOZAN, Bartın Üniversitesi

Dr. Öğr. Üyesi Ali ÖZTÜRK, Bartın Üniversitesi

Dr. Öğr. Üyesi Ayhan KARAKAŞ, Bartın Üniversitesi

Dr. Öğr. Üyesi Ömer BAYKAL, Bartın Üniversitesi

Dr. Öğr. Üyesi Sabahattin ÇETİN, Bartın Üniversitesi

Dr. Öğr. Üyesi Süleyman AĞRAŞ, Düzce Üniversitesi

Öğr. Gör. Dr. Halil İbrahim ŞENGÜN, Dicle Üniversitesi

İÇİNDEKİLER

Küreselleşme Perspektifinden Tüketim Toplumunun Sosyolojik Okuması..... 1 - 11

Sociological Study of Consumption Society from the Perspective of Globalization

Dr. Ali Ulvi ÖZBEY

Şehir Pazarlamasında Bir Marka Şehir Olarak Eskişehir'in İncelenmesi.....12-34

Examination of Eskisehir As A Brand City In City Marketing

Feride Melis ÖZSÖZ

Örgütsel Bağlılık ve Tükenmişlik Sendromu İlişkileri: Çağrı Merkezi Çalışanlarına Yönelik Nitel Bir Araştırma35-55

The Relations of Organizational Commitment And Burnout: A Qualitative Research On A Call Center Employee

Dr. Öğr. Üyesi Süleyman AĞRAŞ, Yüksek Lisans Emre GENÇ

Çevreci Anlayışın Siyasallaşması: Yeşil Siyaset ve Türkiye 56-69

Politicization of Environmental Understanding: Green Politics and Turkey

Özge BOZKIR

Tarih Yazıcılığı Ve Kürtçülük Üzerinden Kürt Halkının Suistimali70-86

Historiography and The Exploitation of Kurdish People Through Kurdism

Şehriban MERCİMEK

EDİTÖRDEN

Uluslararası Batı Karadeniz Sosyal ve Beşerî Bilimler Dergisi'nin (USOBED) ikinci cilt ilk sayısıyla akademik camiaıyı tekrar selamlıyoruz. Batı Karadeniz Akademisyenler Derneği (BAKAD) tarafından yayınlanan USOBED'in sosyal ve beşeri bilimler alanındaki talepleri karşılama da akademisyenler için önemli bir kapı olmaya başladığını söyleyebiliriz. Dergimizin Türkiye'de çıkarılan toplam dergi yüzdesinde en düşük paya sahip olan (%9,5) Karadeniz Bölgesinde çıkarılıyor olması da bir talih olarak yorumlanabilir.

Bu sayıda dergi yayıncılığı ve akademik dergiler üzerinde durmak istiyoruz. Zira akademisyenlerin en fazla şikâyet ettiği konuların başında makale yayın safhasındaki gecikmeler gelmektedir. Konuyu detaylıca ele almadan önce kısa bir cevap olarak iki hususun üzerinde durabiliriz. Birincisi son 20 yılda açılan üniversite sayısına paralel olarak akademik derginin çıkarılmamış olması, çıkarılan dergilerin de ilk yıllarda akademik terfi ve teşvik değerlendirmelerinde dikkate alınmaması ve üçüncü olarak da dergi hakemliklerini akademisyenlerin meccani olarak yapmalarındır.

Konu daha temelden ele alınacak olursa makale ile fikir hürriyeti arasında doğrudan bir ilişki olduğu gerçeği ortaya çıkar. Türkiye'de genelde dergi yayıncılığı, özelde ise akademik dergiye verilen önem demokrasi ve temel hak ve hürriyetlerle yakın bir münasebet arz eder. Düşünceyi suç sayan otoriter ve totaliter anlayışların devlet idaresine hâkim olduğu yıllarda elbette ki fikir ve düşüncenin en önemli neşir araçları olan gazete ve dergiler yakın takip ve kontrol altında tutulmuş, sansüre uğramış, kapatılmış veya yasaklanmıştır. Bu sebeple çok partili hayata geçiş dönemine kadar çok sesliliğe müsaade edilmediği aşikârdır. Ancak 1950'den sonra da çok partili hayatı demokrasi manasına almak gerçekçi olmayacaktır. Zira uzunca bir süre demokrasi bürokratik vesayet altında kalmış, milli irade baskı altında tutulmaya devam edilmiştir.

Konumuzu teşkil eden dergi ve akademik dergi meselesi 1980'li yıllarda önem kazanmaya başlamış, 2017 yılı itibariyle çıkan 2248 derginin yarısı 2000 yılından sonra yayın hayatına başlamıştır. 1970 öncesi Türkiye'de sadece 120 dergi çıkarılırken 1980'li yıllara gelindiğinde bu sayı ancak 280 olabilmiştir. Üniversitelerde akademik terfiinin yayın şartına bağlanması dergi sayısında sistematik bir artışa sebep olmakla birlikte Ak Parti iktidarları döneminde açılan üniversite sayısına bakıldığında dergi sayısının eşit seviyede artmadığı görülür. Akademik teşvikte yabancı dergilerde yayımlanan makalelere fazla puan verilmesi ve özellikle Türkiye'de SCI grubundaki dergi sayısının azlığı yabancı ülke dergilerini hem fikir

ve makale, hem de maddi açıdan ihya etmiş Türkiye’de çıkan dergi sayısında bir gerileme yaşanmıştır. 2017 TUIK verilerine göre 2012 yılında 4016 dergi çıkarılırken 2016 yılında bu sayı 3738’e gerilemiştir (TUIK Haber Bülteni, 26.07. 2017, Sayı: 24673).

Bir başka önemli husus ise üniversitelerin toplam dergi yayınındaki paylarının kifayetsizliğidir. Çıkarılan 100 derginin sadece 40’ını üniversiteler çıkarmaktadır. STK’ların payı ise %22 civarındadır. Bu tablo da Türkiye’nin demokratikleşmesi ile paralellik arzetymekte, akademik personel yoğunluğuna karşı üniversitelerin cılızlığı ve sivil toplum fikir çeşitliliğini dergilere aksettirmesi bunun en iyi delilidir.

Batı Karadeniz Akademisyenler Derneği beşeri sermayenin ne kadar kıymetli olduğunun farkındadır. Beşeri sermayeyi taçlandıran ise bilginin gücüdür. Bilgi sadece mühendislik, tıp veya kısaca fen bilimleri ile sınırlı değildir. Sosyal ve beşeri bilimler de o gücün bir parçası, hatta yol açıcısıdır. Bu anlayışla yayımlanan Uluslararası Batı Karadeniz Sosyal ve Beşerî Bilimler Dergisi akademik camiaya yeni adım atanlara da camianın kıdemli akademisyenlerine de fikirlerini neşretmelerine fırsatlar sunmaktadır. Dergimizde yabancı uyruklu akademisyenlerin özellikle Arapça ve İngilizce makalelerine de yer verilmektedir.

Dergimiz bilimsel kıstasları atlamadan, ilmi nitelikleri haiz tüm makaleleri ciddiyetle ve hızlı bir şekilde değerlendirmeyi, akademik düşüncelerin bilim dünyasına aktarılmasında üzerine düşen vazifeyi yapmayı temel bir misyon olarak kabul etmiştir.

Dergimize makale gönderen, makalelere hakem olarak katkı sağlayan akademisyenlere ve dergimizin yayımlanmasında emeği geçen herkese teşekkür ediyor, yeni sayılarda buluşmak üzere başarılı yayınlar diliyorum.

Doç. Dr. Mahmut Bozan

BAKAD Başkanı

KÜRESELLEŞME PERSPEKTİFİNDEN TÜKETİM TOPLUMUNUN SOSYOLOJİK OKUMASI

Dr. Ali Ulvi ÖZBEY*

aliulviozbey@hotmail.com

ÖZ

İnsanoğlu varlığını devam ettirebilme adına belli ihtiyaçlarını karşılamak için tüketmeye başlar. Tarih boyunca, her toplumun belirli tüketim davranışları gözlemlenmiştir. Bu açıdan küreselleşme kavramı öncesi de bir tüketim alışkanlığı söz konusudur. Fakat küreselleşme ile gelişen dünyanın değişen yüzü, ulaşım ve iletişim teknolojilerinin gelişmesi ile tüketim alışkanlıkları da değişiklik göstermiştir. Çalışmamızda, Küreselleşme olgusunun tüketim toplumunun önünü nasıl açtığına ve bir araç olan tüketimin nasıl amaç haline geldiğine dair soruların cevabı aranmaktadır.

Anahtar Kelimeler: Küreselleşme, tüketim, tüketim toplumu.

SOCIOLOGICAL STUDY OF CONSUMPTION SOCIETY FROM THE PERSPECTIVE OF GLOBALIZATION

ABSTRACT

Human being begins to consume to meet certain needs in order to sustain his/her existence. Throughout history, specific consumption behaviors have been observed in each community. In this respect, there is a consumption habit before the concept of globalization. But the changing face of the developing world with globalization, consumption habits have also changed with the development of transportation and communication Technologies. In our study, we are looking for answers to questions about how the globalization phenomenon opens the way for the consumer society and how consumption as a vehicle has become an object.

Keywords: Globalization, consumption, consumer society

1. Giriş

Postmodern dünyada globalleşme, yeryüzündeki yaşam standartlarının eşitsizliğine, gündelik yaşam biçimlerinin merkezine bir tehdide, toplumsal birlikteliği devam ettiren unsurların aşınmasına işaret eden çok unsurlu kavram olarak karşımıza çıkmaktadır. Önceki

cümlede de belirtildiği üzere küreselleşme, çok boyutlu kavramsal içeriğe sahiptir. Ekonomi, siyaset ve kültür alanlarında değişimlere yol açmış ve açmaktadır.

Küreselleşmeyle ilgili çalışmaların hepsi ekonomik ve kültürel yapılarda bir değişimin söz konusu olduğu noktasında mutabıktır (Tatar, 2008, s. 17). Bu değişim ne olduğu sorusu aynı zamanda küreselleşme sürecinin tanımını da vermektedir. Fakat küreselleşme sürecine ilişkin olarak yapılan tanımlarda bir konsensüs söz konusu değildir. Küreselleşmenin muğlak bir kavram olması, nereden bakılırsa oradan tarif edilmeye olanak vermesi kişiye ve yoruma açık olmaktadır (Koray, 2011, s. 25).

Üretim ve tüketim merkezli dünya görüşleri, grup ve bireylere aidiyet duygusu atfetmenin yanında çeşitli değer yargılarını da yüklemektedir. Örneğin geleneksel tarım toplumlarında üretmek ve biriktirmek mantığı, “kazandığından daha azını harca” değer yargısını yaratırken, bugünün tüketim toplumunda ise “tüket ve üstün ol, önce harca sonra ödemeye çalış, yetişmezse bir çaresini bulursun” mantığı inşa edilmektedir (Erdem, 2006, s. 412).

Bu çalışmamızda öncelikle küreselleşmenin kavramsal ve tarihsel boyutuna değinerek küreselleşmenin tanımı yapılmaktadır. Sonraki başlıklarda ise sırasıyla küreselleşmenin sosyolojik bir metodoloji ile somutlaştırılmasına, küreselleşmenin dünya genelinde göstermiş olduğu performans ile nasıl bit denetim mekanizması haline geldiğine, yeni dünya düzenine sunmuş olduğu söylemlerle yeni bir ideoloji haline gelip tüketim toplumunu şekillendirdiğine değinilecektir.

2. Küreselleşme Kavramı ve Tarihsel Arka Planı

Latince “globus”tan gelen “globe” geometrik olarak yuvarlak, toparlak, küre anlamındadır. Zamanla Fransızca’da “Globe terrestre” (Yerküre) teriminin kısaltılmışı olarak da kullanılmıştır. “Global” ise toplu, topyekûn, bütünü kapsayan, hepsini içeren, blok halinde anlamına gelmektedir: Global harcama, global gelir, global bütçe, global toplam v.b. kavramlar uluslararası literatürde sıkça kullanılan terimler olarak yer edinmiştir (Yusufoğlu, 2005, s. 31).

Küreselleşme kavramı günümüz akademik dünyasında, iktisat, uluslararası ilişkiler, sosyoloji, tarih, antropoloji, coğrafya, işletme gibi branşlarda her an ve her alanda kullanılan bir kavram halini almıştır. Dolayısıyla küreselleşme kavramı, tam olarak tanımlanmamasına

ve farklı tanımlar içermesine karşın, 21. Yüzyılın zihin dünyasını anlama açısından kullanılabilecek yegane metafordur (Karadeli, 2005, s. 3).

Birinci sanayi devrimi ve ikinci sanayi devrimi globalleşme açısından önemli iki basamağı oluşturmaktadır. Sermayenin küreselleşmesi anlamında ise kavram, birinci sanayi devriminin ürünüdür (Görmez, 2005, s. 7). Sanayi devriminde, insanların yaşam koşullarında ciddi bir dönüşüm gerçekleşmiştir. Bu dönemde tüketicinin giderek artan oranda geçmişte erişemediği mallara erişebildiği ve teknik ilerlemenin sonuçlarından yararlandığı görülür (Özboilat, 2015, s. 86).

2.1. Sosyolojik Çerçevde Küreselleşmeyi Somutlaştırma

İnsanoğlu yüzyıllarca uzak mesafenin yol açtığı zorluklarla yüz yüze kalmıştır. Coğrafi keşiflerin başlamasıyla birlikte Portekiz gemilerinin İber Yarımadasının güney ucundaki liman şehri Lagos'tan Batı Afrika sahillerine ulaşmasıyla, bireyler aşama aşama insanoğlunun daha geniş çaplı iletişimi önündeki engelleri kırdılar. Küreselleşmenin tarihi köklerinin coğrafi keşifler'in başladığı çağa kadar uzandığı iddiasının kanıtı, dünyanın o tarihten sonra köklü bir değişikliğe uğramasında aranabilir (Mazrui, Ebu-Rebi, Han, Boxberger, & Klimenta, s. 13-14). Ancak modern zamanlarda küresel dünyada var olmaya çalışan şirketler ihracat yapmak yerine dünyanın çeşitli ülkelerinde fabrika kurarak üretim faaliyetleri yürütmektedirler. Mal ve hizmet piyasaları, bu açıdan sermaye ve emek için de birçok açıdan küresel boyuttadır (Fulcher, 2004, s. 82).

Küreselleşme, başta teknolojik ürünler olmak üzere dünya ölçeğinde tüketimdeki payını artırarak toplumlar üzerindeki etki alanını genişletmiştir. Bu şekilde sayıları sınırlı olan çok uluslu şirketler, teknolojik ürünlerle başlayan diğer ürünlerle devam eden ve geniş pazar ağı sayesinde dünyanın birçok yerine ulaşabilen bir güç haline gelmiştir. Bu aşamada sermayenin teknik aygıtları, bireyleri sadece çalışma güçlerinden değil, duyuşsal yeteneklerinden, hayatlarını seçme ve üstlenme imkanlarının koşullarından da yoksun bırakır (Gorz, 1993, s. 74).

Bilinçsiz tüketim, globalleşmenin ideolojisi olarak fertleri normalin üstünde tüketime özendirilmekte, sonuç olarak insanın daha bencil bir hal almasına, toplumdan uzaklaşmasına, para için yaşamasına sebep olduğu öne sürülmektedir. Aslında tüketim, fertlerin günlük yaşamını tesir eden, dahası kişiliğini şekillendiren maddiyata dayalı simgesel anlamlar

barındırmaktadır. İnsanoğlu, tüketim eylemi ile sunduğu değerleri, belli semboller aracılığıyla topluma aktarır. Bu manada tüketim faaliyeti toplumsal nitelikli bir düşünceye dönüşür.

2.2. Otoriter ve Denetimsel Mekanizma “Küreselleşme”

Küreselleşme, bugün daha çok birinci ligde olmayan ülkeler tarafından yakından izlenmekte ve sorun olarak kabul edilmektedir. Bu ülkeler, kendi toplumları, ekonomileri ve daha genel olarak ülkeleri üzerindeki egemenliklerinin ciddi boyutlarda sınırlandırılması riski ile karşı karşıyadır. Kuşkusuz 19. yüzyılda uluslararası serbest ekonomi düzeninin ortadan kalkmasında Batının emperyalist tercihleri etkili olmuştur. Bugün küreselleşmenin benzer bir harekete dönüşmesi riski artmaktadır (Toprak, 2001, s. 7). Küreselleşme aslında 19. yüzyılda, bugünkünden daha yoğun olarak var olan bir olgudur. Ancak niteliğinde önemli bir farklılaşma söz konusudur (Toprak, 2001, s. 61). Bu farklılaşma daha çok dış ticaret, nüfus, turizm gibi alanlarda yoğunluk sergilemiştir. Uluslararası turizm, kapitalizmin küresel yayılımı hesaplarında sıkça bahsedilmemekle birlikte, büyümesi, ülkeler arasındaki ekonomik bağlantıların artmasının en çarpıcı tezahürlerinden biridir. Zira 1950 ile 2001 arasında uluslararası turist giriş-çıkışları yılda 25 milyondan 700 milyona yükselerek turizm, dünyanın fakir ülkelerinin çoğunda dövizin ana kazananı haline gelmiştir (Fulcher, 2004, s. 90).

Küreselleşmenin yapısal süreçleri politik melezleşme üzerine kuruludur. Pieterse'nin belirttiği gibi Kuzey İrlanda sakinleri İngiliz mahkemelerinin kararlarını Strazburg'taki Avrupa İnsan Hakları mahkemesine getirebilirler; Katalonya, Madrid'i, İngiltere, Paris'i Brüksel'e başvurarak sıkıştırabilir, ya da bunu diğer bölgelerle bağlantılar kurarak yapabilirler (Kömeçoğlu, 2012, s. 44).

Küreselleşmenin dünyayı global bir köy haline getirdiği, bu “köy”de tüketim kalıplarını, kurumları, grupları benzeştirdiği, farklı hayat tarzlarını zorlaştırdığı kabul edilmektedir. Her ne kadar mantıklı gibi gözükse bu kabul pratikte teyit edilmemektedir. Nasıl ki, bu zamana kadar teknolojik buluşların etkileri hakkındaki tahminler tutmadı ve bazen tam aksi gerçekleşti ise, küreselleşmede de aynısının yaşanmaması için bir sebep yoktur (Koçdemir, 2002, s. 215).

2.3. Küreselleşme ve Başkalaşan Dünya

Küreselleşmenin tanımı, kapsamı, tarihsel konumu ve geleceği konusundaki fikir çeşitliliği, küreselleşmeyi doğuran etmenler konusunda da kendini gösteriyor. Kimileri teknolojiye bağlı gelişmeyi, kimileri kapitalizmin yayılcı özelliğini tek belirleyici olarak

görüyor. Bu süreci Batı'nın ya da ABD'nin bir komplosu olarak görenler de var (Ulagay, 2001, s. 63).

Küreselleşme uzun vadeli ve tarihi bir süreçtir. 19. Yüzyılda Asya, Amerika ve Afrika'nın kolonyalizm ve Batılılaşmaya tâbi tutulması bugünkü küreselleşmenin önemli temellerini oluşturur (Koçdemir, 2002, s. 212). Batı'nın az gelişmiş dünyaya kendi rejimini empoze etme çabası, ikinci dünya savaşından sonra sömürge imparatorluklarının tasfiyesi ile başladı. Bu çabada insancıl ve demokratik motifler aramak boşunadır. Söz konusu gayretler, Sovyet bloğunun oluşmasıyla başlayan soğuk harbin çeşitli görünümünden biriydi. Aslında Sovyet Birliği'nin çöküşü en zengin ve en güçlü devletler arasında savaş tehdidi taşıyan bir çatışma ihtimalini yakın gelecek için sona erdirdi. Bu elbette ki tarihin sonu değildir fakat en azından, modern devlet idaresine tutarlılığını veren jeopolitik tutkalin zayıflamasıdır (Falk, 2001, s. 72). Sovyet sisteminin çöküşüyle demokrasinin evrensellik statüsünün yeniden tartışma gündemine gelmesi bir rastlantı değildir (Timur, 1996, s. 29). Var mı yok mu demokrasi, her şeyin esası demokrasi, demokrasi olmadan hiçbir şey olmaz gibi ön yargılar ile diğer bütün kavramların yoğun bir eleştiri altına alındığı ama buna karşılık demokrasi kavramının da fazlasıyla yüceltildiği bir döneme girildiği görülmektedir (Çeçen, 2015, s. 15).

Bugünkü küreselleşme olgusu sanayi toplumundan enformasyon ve iletişim toplumuna geçişle ilgilidir. Bu özelliği nedeniyle bu toplum "teknoelektronik" toplum olarak da nitelenmektedir. Ancak bu, sanayinin ve üretimin önemini kaybettiği anlamına da gelmez. Daha ziyade sanayi devriminin tarımı dönüştürmesine benzer şekilde enformasyon ve iletişim teknolojisinin imalat ve dağıtım süreçlerini dönüştürmesini anlatmaktadır (Yılmaz, 2004, s. 115).

Küreselleşme esas olarak iletişim ve bilişim devrimiyle ilişkili bir olgu iken, Sovyetler Birliği'nin çökmesi ve soğuk savaşın sona ermesi de bu süreçte önemli rol oynamaktadır. Bu anlamda iki kutuplu yapı ile siyasal ve ekonomik engellerin ortadan kalkmasına tekabül eder. Bu şekilde global bir köy haline gelebilmiştir. Bu global köy tek bir siyasal gücün etkin olduğu, ABD'nin askeri ve ekonomik üstünlüğüne işaret etmektedir. Ancak küreselleşme temelde tarım ve sanayi devrimlerinden sonra ortaya çıkan iletişim bilişim devriminin uzantısıdır (Yılmaz, 2004, s. 23-24).

Küreselleşme düşüncesinin hakim olduğu toplumlar, hafızası olmayan '*Carpe Diem*' anlayışının hâkim olduğu yığınlara dönüştürülmek istenmektedir. Tarih boyunca her toplumun tüketim tarzı olmuştur. Fakat kapitalizmin küreselleşmesiyle tüketim bir ideoloji

olarak kutsanmıştır. Tüketim, küreselleşme süreci ve postmodern toplum düşüncesiyle yeni bir boyut kazanarak tüketimciliğin önü açılmıştır. Postmodernizm kültürel alanda nihilist bir tavır takınması ve çeşitliliği savunmasıyla tüketim sürecini doğallaştırmıştır. Artık dünyada büyük davalara yer yoktur ve dünya 'görecelilik' dünyasıdır! Dünyada bir amacı kalmayan/olmayan bireyler/toplumlar kendilerini zamanın akışına bırakmalıdırlar.

3. Modern Yaşamların Yeni İdeolojisi Tüketim

İngilizce'de geç 14. yüzyıldan beri kullanılan tüketim (consume) ve erken 15. yüzyıldan beri kullanılan tüketici (consumer) kavramları belli bir olumsuzluğa gönderme yapar. Söz konusu bu kavramların terminolojik anlamlarına baktığımızda tüketim kavramı, "tahrip etmek, harcamak, israf etmek, bitirmek" anlamına gelirken; tüketici kavramı ise TDK Güncel Türkçe Sözlük'te, "(a.) 1. Mal ve hizmetlerden yararlanan, satın alıp kullanan, tüketen kimse, müstehlik, üretici karşıtı. 2. (sf.) (mec.) Bitiren, mahveden" şeklinde olumsuz anlamlar içerecek şekilde tanımlanmaktadır. Kavram, zaman içinde görece yeni boyutlar kazanmış olsa da tüketim olgusu hep olumsuz anlamlar yüklenen bir tanımlama/çerçemesi günümüze kadar taşımıştır. Ancak tüketim olgusu bu tür tanımlamaların ötesinde başka karmaşıklıklara da sahiptir. Tüketimle ilgili karmaşıklıkların kavranabilmesinde, tüketim ve tüketim toplumundan ne anlaşıldığının açık hale getirilmesinin ve bu kavramların betimlediği toplumsal dönüşümün tarihsel bağlamına oturtulmasının önemli bir rolü vardır. Bu noktada sorulması gereken ilk soru, tüketim toplumunun ne zaman ortaya çıktığı ve hangi aşamalardan geçerek bugüne geldiğidir (Sungur, 2011, s. 19).

Tüketim çağdaş toplumun önemli bir unsurudur. Tüketim kültürü ve toplumsal yapısının insanlar için sonuçları çok çeşitli ve genellikle düzensizdir. Hepsinin, tüketimin kendisinin çelişkili doğasında kök saldığı görülüyor: diğer taraftan, tüketici toplumunun yapısı üretimi yönlendirir, istihdam yaratır, zenginleştirir ve kültürel değişiklikler meydana getirirken öte yandan, bu güçlü ve geniş iktidarlar, görünüşte kaprisli ve değişen tüketici istekleri, arzuları ya da ihtiyaçlarına dayanmaktadır (Martínez, 2015, s. xv).

Çağdaş tüketim ve bunun sonuçları, çağdaş yaşamın giderek daha önemli tarafları haline gelmiştir. Tüketim kararları, geniş bir yelpazede çeşitli amaçlara ulaşmak için ortak bir kanal haline geldi: bir evin günlük yönetimini (örneğin, belirli aletleri, pişirme ürünlerini ve gıda maddelerini kullanma), hayran olduğumuz ve saygı duyduğumuz kişilerin öykünmesi, kişisel bir kamusal imaj geliştirilmesi, kişinin yaşam biçiminin duygularını ve isteklerini ifade etmesi, belirli toplumsal ilişkileri ve statüyü korumak ve daha basit bir şekilde eğlence veya

heyecanı sağlama v.b. (Martínez, 2015, s. 70) Bu çerçevede tüketim kültürünün temel bir özelliği de ortaya çıkıyor: Daha fazla tüketim malının talep edilmesi anlamında ihtiyaçlar ilke olarak sınırsız olmalı ve nihai olarak karşılanmamalıdır. Pek çok kültürde, ama özellikle geleneksel toplumların kültürlerinde, ihtiyaçların sınırsız ya da “doyurulamaz” olma olasılığı bile, sosyal ya da ahlaki bir hastalığa işaret ederken, tüketim kültüründe bireylerin sonsuz ihtiyaçlara sahip olabileceği ilkesi, bu kültür içinde yaşayanlar için olağan kabul edilmektedir (Yanıklar, 2010, s. 26-27).

3.1. Tüketim Toplumu: Özne-Nesne Değişimi

Bugün tüketim kavramı, sadece ekonomik bir eylemi değil, bilgi, kültür, zaman gibi olguların da hızlı bir şekilde tüketilme sürecini kapsayan bir bütün ifade etmektedir. Tüketimin bir statü sembolü, bir kimlik göstergesi olarak görülmesi tüketim çılgınlığını tetiklemektedir. Elbette bunun toplumsal maliyeti de çok yüksek olmaktadır (Şentürk, 2010, s. 7).

Sosyolojik manada üretimden ziyade tüketmeye yönelmiş toplum sosyal bilimlerde yeni bir inceleme sahası oluşturma imkanı sunmuştur. Ayrıca tüketimin Lasch tarafından ileri sürüldüğü anlamda bir propagandasının hâlâ yapılmakta olduğu söylenebilir. Çünkü hâlâ tüketim toplumu nesne üzerine iyi bir propaganda yapmadan ürettiği bir ürünü diğerine göre daha çekici kılmadan ilerleyemez. Bu anlamda tüketim toplumu nesnelere üzerine iyi bir propagandayla var olabilmektedir. Tüketim toplumunun nesnelere üzerine propagandası bireylerin “eksik” olarak gördükleri noktalar üzerinde yoğunlaşmaktadır veya daha doğru bir ifadeyle tüketim toplumunun reklamları, bireyler üzerinde önce eksik bir durum yaratıp daha sonra onun “bu” nesneyle giderilebileceği üzerine bir propaganda yürütmektedir (Senemoğlu, 2017, s. 83).

3.2. Bırakınız Harcasınlar Mottosu Eşliğinde “Canavar Ruhlar”

Adını tüketimden alan toplumunda, asli unsur tüketimin kendisidir. Daha fazla araba üretebilmek ve bunları satabilmek için, daha fazla araba tüketilmesini sağlamak gerekir. Herkesin arabası olduğu bir toplumda, bu döngüyü sürdürmek için herkesin mevcut arabasını yenisiyle değişmesi gerekir. Bu bağlamda nicel doyum noktasına gelmiş modern tüketim toplumundaki insan için nesnenin arzulanabilmesi için “yeni” etiketi veya niteliği taşıması gerekir. Günümüz tüketim toplumunun yeni paradigması “hiçbir şeyin tüketici tarafından kesin bir şekilde benimsenmemesi, hiçbir gereksinimin tam olarak karşılanmış görünmemesi,

hiçbir arzunun nihai kabul edilmemesidir”. Her türlü sadakat yemini ya da bağlılık “ikinci emre kadar” hükmüne tabidir. Geçerli olan tek şey, her türlü bağlanmanın asli geçiciliği ve uçuculuğudur (Şentürk, 2010, s. 231-232). Beşikten mezara kadar, mağazaları yaşamlarımızın ve ortak yaşamların tüm hastalıklarını ve ıstıraplarını iyileştirecek ya da en azından hafifletecek ilaçlarla dolu eczaneler olarak görmeye alıştırılıp, bu yönde eğitiliyoruz. Böylece, mağazalar ve alışveriş tam ve gerçek anlamıyla uhrevi bir boyut kazanıyor (Bauman, 2014, s. 50).

Tüketim eğilimi, kitle iletişim araçları ile sürekli olarak uyarılmaktadır. Bunda hem sürekli tekrarlanan spot cümleler gibi beyin yıkama ve bilinçaltını etkileme yöntemlerinin de kullanıldığı reklâmların hem de üretim-tüketim döngüsüne dayalı modern kapitalist yapının bireyler üzerindeki baskıları söz konusudur (Ardoğan, 2012, s. 102). Tüketim toplumu var olmak için nesnelere ihtiyaç duyar, aslında onları yok etmeye ihtiyaç duyar. Nesnelere yok edilmesi, zenginliğe tanıklık eder. Şiddetli veya simgesel olsun, sistematik ya da kurumsal olsun sanayi sonrası toplumun başat işlevi yok ediciliktir (Baudrillard, 2017, s. 47). Tüketmeyen birey, kapitalist ve postmodern dünya içerisinde kendisini yabancı hisseder ve etrafını saran tüketimcilik yönlendirmelerini gitgide benimsemeye başlar (Demirel & Yegen, Mayıs-2015, s. 135).

4. Sonuç

Üretim sonrası dönemde ortaya çıkan tüketim kavramı, üretilen ile silip süpürülerek yok edilen arasındaki aracı bir terim olarak kullanılabilir. Tüketim sürecinde, toplum içindeki fert yaşam biçimlerinde kendini yok etmeye, limitini aşmaya, savrulmalara, zihinsel dönüşümlere yönelik sığ bir yönelim bulunur. Süreç içinde toplumda üretilen nesnelere tasarruf ve işlevinde nitelik açısından devasa farklılıklar bulunmasa da tüketim eylemine atfedilen sembolik manada modern hayatta büyük bir varyasyon göstermektedir.

Tüketim eylemi boyunca tüketilen nesnelere ömrü madden ya da manen sona erer. Hayatımızdaki objeler dönüştürülerek veya yıpratılarak ya da başka bir ortamda tümüyle yok olana kadar kullanılıp tüketilerek veya cazibeleri bitirilerek, artık cazibeleri kaybeder, kişinin ihtiyaçlarını ve hazlarını karşılama özelliklerini yitirirler.

Küreselleşme ile inşa edilen tüketim toplumunda “insanın varoluş gerekçesi ve varlığının anlamı, onun tüketim gücüne ve potansiyeline endeksli hale getirilmiştir” (Kızılcıkelik, 2004, s. 60) “Tüketiyorum, öyleyse varım” mottosu hâkim kılınmaya çalışılmıştır.

Herbert Marcuse' un korktuğu “tek boyutlu insan” yerine şimdi “boyutsuz insan” gibi bir tehlikenin varlığı söz konusudur (Koray, 2011, s. 65).

Kaynakça

- Amin, S. (2016). *Liberal Virüs Sürekli Savaş ve Dünyanın Amerikanlaştırılması*. İstanbul: Yordam Kitap.
- Ardoğan, R. (2012). Tüketim, Nüfus Ve Çevre Sorunları: Orantısız Denklem ”[Electronic Version]. *Tarih Kültür ve Sanat Araştırmaları Dergisi*, 1(4), 81-106.
- Baudrillard, J. (2017). İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Baudrillard, J. (2017). *Tüketim Toplumu*. (N. T. Keskin, Çev.) İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Bauman, Z. (2014). İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Bauman, Z. (2015). *Azınlığın Zenginliği Hepimizin Çıkarına mıdır?* (H. Keser, Çev.) İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Çeçen, A. (2015). *Kapitokrasi Sermaye Egemenliği*. İstanbul: Tarihçi Kitabevi Yayınları.
- Demirel, S., & Yegen, C. (2015). “Tüketim, Postmodernizm ve Kapitalizm Örgüsü” [Electronic Version]. *İlef Dergisi*, 2(1), 115-138.
- Demirel, S., & Yegen, C. (Mayıs-2015). *Ankara Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi (İLEF Dergisi)*, 115-138.
- Erdem, T. (2006). *Feodaliteden Küreselleşmeye Temel kavram ve Süreçler*. Ankara: Lotus Yayınevi.
- Falk, R. (2001). *Yırtıcı Küreselleşme*. (A. Aksu, Çev.) İstanbul: Küre Yayınları.
- Featherstone, M. (2013). *Postmodernizm ve Tüketim Kültürü (3.Baskı)*. İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Fulcher, J. (2004). *Capitalism: A Very Short Introduction*. New York: Oxford University Press.
- Görmez, K. (2005). *Küreselleşme ve Yerelleşme*. Ankara: Odak Yayın ve Dağıtım.
- Giddens, A., & W. Sutton, P. (2014). *Sosyolojide Temel Kavramlar (Çev. Ali Esgin)*. Ankara: Phoneix Yayınları.
- Gorz, A. (1993). *Kapitalizm, Sosyalizm, Ekoloji, Yönelim Bozuklukları, Arayışlar*. (I. Ergüden, Çev.) İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Harvey, D. (2009). Zaman-Mekan Sıkışması Ve Post-Modern Durum. K. Bülbül içinde, *Küreselleşme* (s. 307-328). Ankara: Orion Kitabevi.
- Kömeçoğlu, U. (2012). *Küreselleşme ve Batı Despotizmi*. İstanbul: Ufuk Yayınları.

- Kızılcılık, S. (2004). *Zalimler ve Mazlumlar: Küreselleşmenin İnsanı Olmayan Doğası*. Ankara: Anı Yayınları.
- Karadeli, C. (2005). *Küreselleşme ve Alternatif Küreselleşme*. Ankara: Phoenix Yayınevi.
- Kellner, D. (2001). "Popüler Kültür ve Postmodern Kimliklerin İnşası". *Doğu Batı*, 187-219.
- Kızılcılık, S. (2004). *Zalimler ve Mazlumlar: Küreselleşmenin İnsanı Olmayan Doğası*. Ankara: Anı Yayınları.
- Kızılcılık, S. (2013). *Burjuva Sosyolojisi*. Ankara: Anı Yayınları.
- Koçdemir, K. (2002). *Küreselleşme: Koordinatları Okumak*. İstanbul: Ötüken Neşriyat.
- Koray, M. (2011). *Kapitalizm Küreselleşirken Dünya Ahvali*. İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Kumar, K. (2013). *Sanayi Sonrası Toplumdan Post-modern Topluma Çağdaş Dünyanın Yeni Kuramları (4.Baskı)*. Ankara: Dost Kitabevi.
- Özbolet, A. (2015). *Kapitalizme Eklemlenme Dindar Orta Sınıfta Tüketim Kültürü*. Adana: Karahan Kitabevi.
- Lyotard, J.-F. (2014). *Postmodern Durum*. Ankara: BİlgeSu Yayıncılık.
- Martínez, A. N. (2015). *Being Human In A Consumer Society*. Burlington: Ashgate Publishing.
- Mazruı, A. A., Ebu-Rebi, İ. M., Han, M. M., Boxberger, G., & Klimenta, H. (tarih yok). *Globalleşme Bir Aldatmaca Mı?* İstanbul: İnkılap Yayınları.
- Ritzer, G. (2014). *Sosyoloji Kuramları*. Ankara: De Ki Yayınları.
- Ritzer, G. (2016). *Büyüsü Bozulmuş Dünyayı Büyülemek (3.Baskı)*. İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Senemoğlu, O. (2017). "Tüketim, Tüketim Toplumu ve Tüketim Kültürü: Karşılaştırmalı Bir Analiz"[Electronic Version]. *İnsan&İnsan Dergisi*(12), 66-86.
- Sungur, S. (2011). "Tüketimin Küreselleşmesi ve Tüketim Tapınakları: Postmodern Panayır Yerlerinde Alışveriş"[Electronic Version] . *Galatasaray Üniversitesi İletişim Dergisi*(4), 7-35.
- Şentürk, R. (2010). *Tüketim ve Değerler*. İstanbul: İTO Yayınları.
- Tatar, T. (2008). *Kürede Dönen Siyaset*. İstanbul: Doğu Kütüphanesi Yayınları.
- Timur, T. (1996). *Küreselleşme ve Demokrasi Krizi*. Ankara: İmge Kitabevi.
- Toprak, M. (2001). *Küreselleşme ve Kriz*. Ankara: Siyasal Kitabevi.
- Ulagay, O. (2001). *Küreselleşme Korkusu*. İstanbul: Timaş Yayınları.
- Yılmaz, A. (2004). *İkinci Küreselleşme Dalgası*. Ankara: Vadi Yayınları.

Yanıklar, C. (2010). “Tüketim Kültürü, Kapitalizm ve İnsan İhtiyaçları Arasındaki İlişki Üzerine Bir Tartışma”[Electronic Version]. *C.Ü. Sosyal Bilimler Dergisi*, 34(1), 25-32.

Yusufoğlu, Y. (2005). *Küreselleşme@emperyalizm*. İstanbul: Belge Yayınları.

ŞEHİR PAZARLAMASINDA BİR MARKA ŞEHİR OLARAK ESKİŞEHİR'İN İNCELENMESİ

Feride Melis ÖZSÖZ*

Kocaeli Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Halkla İlişkiler ve Tanıtım Anabilim Dalı,
melissozsozz@gmail.com

ÖZ

21. yüzyılda pazarlama dünyasında artık sadece ürün ve hizmetler değil, şehirler de pazarlama iletişiminin birer parçası haline gelmiştir. Kapitalizm, şehirlerin farklılıklarının yok edilmesinde önemli bir rol oynamaktadır, dolayısıyla şehir markalaşma çalışmaları, şehirlerin özgünlüğünü korumak bakımından önemlidir. Bu çalışmada, şehir pazarlaması ve şehir markalaşması çalışmaları ayrıntılı bir şekilde anlatılmıştır. Eskişehir, şehir markalaşması çalışmalarının uygulanmasında çok önemli bir örnektir. Çalışmada, şehir pazarlaması ve şehir markalaşması çalışmaları ayrı başlıklar altında değerlendirilmiş ve şehir pazarlaması ve şehir markalaşması çalışmalarına katkıda bulunan unsurlar ortaya konulmuştur. Son olarak, Eskişehir'i marka şehir haline getiren unsurlar incelenmiş ve bu doğrultuda kavramsal bir çerçeve çizilmeye çalışılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Şehir pazarlaması, Şehir markalaşması, Eskişehir, Şehir varlıkları.

EXAMINATION OF ESKİŞEHİR AS A BRAND CITY IN CITY MARKETING

ABSTRACT

In the 21st Century marketing world, not only products and services, but cities have also become part of marketing communication. Capitalism plays an important role in the destruction of the differences of cities, so city branding studies are important in terms of protecting the originality of cities. In this study, city marketing and city branding in the studies were tried to be explained in detail. Eskişehir, a very important example in the implementation of the city branding studies. In the study, city marketing and city branding issues were evaluated under separate headings and the factors contributing to city marketing and city branding were tried to be revealed. Finally, the elements that make Eskişehir as a brand city have been examined and a conceptual framework has been tried to be drawn in this direction.

Keywords: City marketing, City branding, Eskişehir, City assets.

1. Giriş

Toplumsal değişim ve dönüşüm teknolojide yaşanan hızlı gelişmeler sonucunda önemli ölçüde farklılaşmıştır. Teknoloji hayatımızın yegâne unsurlarından biri haline gelmiş, bilgi üretmek ve bilgiye ulaşmak daha önce hiç bu kadar kolay olmamıştır. İnsanlar artık teknolojiyi kullanarak sadece saniyeler içerisinde dünyanın diğer ucundaki bir ülke hakkında çeşitli enformasyona ulaşabilmektedir. Küreselleşmenin getirdiği rekabet, teknolojiyle gelen bilgiyle birleşince rekabetteki dönüşüm kaçınılmaz olmuştur. Yaşadığımız bilgi ve iletişim çağında önce kurumların sunduğu markalar ve hizmetler rekabet ederken, günümüzde bu rekabet yarışına ülkeler ve şehirlerde dâhil olmuştur. Kapitalizm ile birlikte gelen her şeye sahip olma ve ona hükmetme arzusu, şehirlerin kendi doğasında bulunan özgünlüklerin kaybolmasına ve böylece her şeyin tek tipleşmesine neden olarak türdeş şehirler kavramının doğmasına neden olmuştur. Şehirlerde yaşanan bu aynılaşma sorunu şehrsel sürdürülebilirlik için ciddi bir tehdit haline gelmeye başlayınca şehrsel markalaşma çalışmaları doğmuştur. Yaşadığımız 21. yüzyılda insanlar için farklı yerler görme isteği ve içinde yaşadıkları şehirlerde kaliteli bir yaşam sürme arzusu gün geçtikçe önemli bir hal almaya başlamasıyla, şehir yöneticileri şehir markalaşması için ciddi çalışmalar yürütmeye başlamışlardır. Şehrsel markalaşma şehirlerin kalkınmasında, ekonomilerinin gelişmesinde ve bilinirlik düzeylerinin artmasında önemli bir rol oynamaktadır. Şehir yöneticileri ve şehir sakinleri bir şehrin markalaşmasında rol oynayan iki önemli paydaştır. Bu iki paydaş gurubunun yaptığı çalışmalar ve işbirliği neticesinde şehir bir cazibe merkezi haline gelerek rekabet yarışında avantajlı roller üstlenebilmektedir.

Bugün dünyada marka şehir olarak kabul edilen New York, Paris, Londra, Roma, Tokyo ve Seul gibi şehirler, yürütülen şehir pazarlaması ve markalaşma çalışmaları neticesinde birer marka ögesi ve statü sembolü haline gelmişlerdir. Günümüzde bu şehirleri görmek ve bu şehirlerde yaşamak bir ayrıcalık olarak görülmektedir. Ülkemizde marka şehir olarak düşünülen ilk şehrin İstanbul olması, İstanbul'un tarihi ve coğrafyasının birer pazarlama ögesi olarak kullanımından doğan markalaşma çalışmalarının sonucudur. Ülkemizdeki marka şehir akımına İstanbul, İzmir, Bursa, Ankara, Gaziantep dışında bir yenisi daha eklenerek Eskişehir'de dâhil olmuştur. Eskişehir, kendine has bir markalaşma çalışması yürütmüştür. Çünkü Eskişehir Büyükşehir Belediye Başkanı Yılmaz Büyükerşen'in gerçekleştirdiği şehir pazarlaması ve markalaşma çalışmaları neticesinde şehir son on yıl içerisinde büyük bir değişim yaşamıştır.

Bu çalışmanın amacı, şehir pazarlaması çalışmalarının şehre kattığı değeri Eskişehir üzerinden incelemektir. Çalışmada, Eskişehir'in markalaşmasında rol oynayan unsurlar incelenmiştir. Eskişehir, şehir pazarlaması çalışmalarının şehre kattığı değeri göstermesi açısından çok önemli bir örnektir.

2. Şehir Pazarlaması Kavramı

Şehir pazarlaması, pazarlama disiplini içerisinde yer alan bir uygulama alanıdır. Şehir pazarlaması, pazarlama disiplininin yöntemlerinden, araçlarından ve bulgularından yararlanır. Şehir pazarlamasının temel amacı, bir şehri (içindeki değerler ile birlikte) pazarlayarak, yeni bir değer (refah) artışı gerçekleştirmektir. Şehir pazarlamasıyla birlikte şehre değer artırıcı bir nitelik kazandırılmaya çalışılır (Polat, 2007: 234).

Şehir pazarlaması, yaklaşım, yöntem ve araç olarak ticari pazarlamada kullanılan yaklaşım, yöntem ve araçları kullanmaktadır. Zaten şehir pazarlaması adı bu durumu açık bir şekilde ortaya koymaktadır. Bununla birlikte, şehir pazarlaması ticari pazarlamadan bazı açılardan farklılık göstermektedir. Örneğin, ticari bir ürünün iyi pazarlanması durumunda, ondan en fazla faydayı o ürünü üreten veya satan işletmeler elde ettikleri halde; bir şehri iyi bir şekilde pazarlamanın ekonomik veya sosyal getirisi, farklı oranlarda ve farklı şekillerde de olsa o şehirde yaşayan hemen hemen herkese olmaktadır. Şehir pazarlamasından elde edilecek değer artışından nispeten daha büyük kitleler faydalanmaktadır. Bu durum, hem şehir pazarlamasının nitelik olarak şehrin içindeki bütün değerlerin pazarlanmasını içermesi hem de şehirde ticari bir işletmedekine kıyasla genellikle çok daha fazla sayıda o şehirle ilişkili (şehrin sakinleri vb.) insan olmasıyla ilgilidir. Dolayısıyla 'paydaşlık' şehir pazarlamasında sayı olarak daha fazladır denilebilir (Polat, 2007: 235).

Küresel şehir olmak için şehirlerin küresel algılanmasını sağlayacak stratejiler uygulamak gerekmektedir ki burada da pazarlama kavramı devreye girmektedir. Şehirlerin küresel olması, onların dünya çapında ses getiren eylemleri gerçekleştirmelerini, dünya ile uyum sağlamalarını ve önemli ölçüde uluslararası ticaretin yapıldığı şehir olmalarını ifade etmektedir (Apaydın, 2014: 4).

Şehir pazarlamasının temel stratejilerini şu şekilde özetlemek mümkündür (Langer, 2000: 13):

İmaj Pazarlaması: Aşırı bir pozitif imaja odaklanmak. Örneğin; Kitzbühel ya da Davos gibi kış spor mekânları.

Cazibe Pazarlaması: Doğal cazibe merkezlerine ve turistik yerlere odaklanmak. Örneğin; Venedik.

Altyapı Pazarlaması: Altyapı avantajlarına odaklanmak. Örneğin; Rotterdam ve Hamburg limanları gibi.

Şehir Pazarlaması: Ünlü yerleşim sakinleri ve kurumlar üzerine odaklanmak. Örneğin; Liverpool, The Beatles or Rotterdam, Erasmus Graduate School of Business gibi.

2.1. Şehir Pazarlamasının Hedef Kitleleri

Markalaşması istenen bir şehrin pazarlama stratejisi çok iyi belirlenmelidir. Şehir yöneticileri, şehri hem şehir sakinlerinin nezdinde hem de şehre gelecek potansiyel ziyaretçiler nezdinde çok iyi bir şekilde konumlandırılmalıdır. Bir şehrin sunduğu olanaklar şehre hedef kitlenin çekilmesinde çok büyük bir rol oynamaktadır. Örneğin, turistik tesisleri çok fazla olan bir şehir, şehir pazarlama çalışmalarını turistler üzerinden yaparken, eğitim alanında öncü bir rol oynamak isteyen şehirler, güçlü üniversite kurumlarını tesis ederek hem ulusal hem de uluslararası düzlemdeki öğrencileri şehre çekmeye çalışmaktadır. Bu bağlamda şehirlerin hangi potansiyel ziyaretçiler üzerinde rol oynayacağı çok iyi belirlenmesi gerekir.

Şehir pazarlamasının temel hedef kitleleri dört grupta toplanmaktadır. Bunlar:

- Ziyaretçiler
- Yerleşimciler ve Çalışanlar
- İş Çevresi ve Endüstri
- İhracat Pazarları

2.1.1. Ziyaretçiler

Genel olarak ziyaretçileri; iş, turistik, sosyal ve alışveriş amaçlı ziyaretçiler olmak üzere dört ana gruba ayırmak mümkündür. Her bir grubun tüketim davranışı, profili, harcama miktarı, beklentileri, kalış süreleri birbirinden farklılık göstermektedir (Ceylan, 2010: 20).

Ziyaretçi grubunun en önemli aktörü turistlerdir. Şehre yapılan ziyaretler dinlenme ve boş zaman geçirme üzerine olabileceği gibi, gastronomi ya da eğlence amacıyla yapılan festivallere ve şenliklere katılma üzerine de olabilir. Günümüzde turistleri en çok çeken faktörlerden birisinin deniz, kum, güneş üçlemesi olduğu unutulmamalıdır. Deniz, kum, güneş turizmüne verilebilecek en güzel örneklerden biri İspanya ve Antalya'dır. Bu iki turistik

mekan şehir pazarlaması çalışmalarını deniz, kum, güneş üzerinden oluşturarak markalaşmıştır.

Şehirler, ziyaretçiler için yalnızca belli bir süreliğine destinasyon mekanlarıdır. Şehre gelen turistler için gezip görülecek yerler, ulaşım kolaylığı, konaklama imkanları, toplu ulaşım ve mimari dizayn gibi unsurlar önem taşımaktadır (Sadaklıoğlu, 2014: 40-41).

2.1.2. Yerleşimciler ve Çalışanlar

Yerleşimciler ve çalışanlar sınıfının en önemli aktörleri arasında; göç edenler, emekliler, memurlar, öğrenciler, girişimci ve yatırımcılar bulunmaktadır (Karakullukcu, 2016: 71).

Şehirler için nüfus artışının hem olumlu hem de olumsuz pek çok yanı vardır. Göçle gelen nüfus artışının şehrin ekonomik gelişmişlik düzeyini ve kalkınmasını olumlu yönde etkileyeceğini belirten birçok görüş olmasına rağmen, aşırı nüfus artışının şehrin sunduğu olanakları düşürdüğü de bilinen bir gerçektir (Ceylan, 2010: 28-29).

Örneğin, İstanbul şehrinin sahip olduğu özellikler onu bir cazibe merkezi haline dönüştürürken, aldığı aşırı nüfus birçok hizmetin yeterli seviyede sunulmasına engel olmaktadır.

2.1.3. İş Çevresi ve Endüstri

Şehirler, endüstrileşmenin hızla geliştiği dönemlerde çelik, otomotiv imalatı, tekstil fabrikaları gibi iş alanlarına ilgi duyarken, günümüzde bilişim, bankacılık gibi katma değeri yüksek ve çevreye zararı en az olan iş ve endüstri alanlarını çekmeye çalışmaktadırlar (Apaydın, 2014: 15).

Şehirler, stratejik bir yaklaşımla hedef sektörleri çekmeye çalışmaktadır. Bu açıdan şehirler, istihdam kapasitesi sağlama, sanayi ve yan sanayi kollarının gelişimini destekleme adına avantajlar sunmalıdır. Aynı zamanda şehirler sadece yeni sanayi kollarının kurulmasını değil, mevcut işletmelerin varlığını sürdürmesi ve kapasitelerini artırması açısından da çaba göstermelidir (Ceylan, 2010: 25-26).

Günümüzde hala işletmeler açısından şehirlerin sunduğu hammadde ve ucuz iş gücü potansiyeli en önemli destinasyon seçim kriterleridir. Ancak bilgi teknolojilerinin ve hizmet sektörlerinin daha önemli hale geldiği iş dünyası için yeni kriterler, eğitilmiş ve nitelikli nüfus, güçlü telekomünikasyon altyapısı ve teşviklerdir (Karakullukcu, 2016: 73).

2.1.4. İhracat Pazarları

Şehir pazarlamasının hedef kitlesini oluşturan en son halkası ihracat pazarlarıdır. İhracat pazarları, şehrin sunduğu mal ve hizmeti satın almak isteyenlerden oluşmaktadır (Özdemir, 2013: 8).

Örneğin, yüksek teknoloji ürünleri ile öne çıkan Güney Kore'nin araba ve gemi ihracatında dünyanın en önemli ülkelerinden biri olması ya da Japonya'nın robot teknolojisinde dünyada söz sahibi olması bu duruma örnek olarak gösterilebilir.

Bir şehre yapılacak yatırımlar ile ihraç pazarındaki ürün ve hizmet artışının sağlanabileceği gibi şehre dışarıdan gelecek sıcak para girişinde de önemli ölçüde gelişme sağlanmış olur. Bununla birlikte şehirde yapılacak yatırımlar ile istihdam kapasitesi artar ve şehirde ticari hayat canlanır. Bu noktada kamu teşvikleri, yerli ve yabancı yatırımcıların şehre çekilmesi ve girişimciliğin artırılması son derece önemlidir.

2.2. Şehirlerde Pazarlama İletişimi

Pazarlama iletişimi, bir ürün ya da hizmetin pazarlanması sırasında kullanılan tüm iletişim fonksiyonları için verilen genel bir ifadedir. Pazarlama iletişimini, firmalar ile olası müşterileri arasında gerçekleştirilen fikir ve anlam alışverişi olarak tanımlamak da mümkündür. Pazarlama iletişimi, bir yönetim süreci olarak ele alınmalıdır. Pazarlama iletişimi denildiğinde, 'sadece ve özellikle' müşteriler ve potansiyel alıcılar ile iletişim kurma görevini yerine getirmek için kullanılan iletişim araç ve yöntemleri akla gelmektedir. Tutundurma karması da denilen bu unsurlar; reklam, halkla ilişkiler, satış promosyonu (satış teşviki ya da satış tutundurma) ve kişisel satıştır (Taşoğlu, 2009: 27-28).

Günümüzde her şehir, hedef pazar için gerçekten eşsiz bir şey sunmak üzere mücadele etmelidir. Bir şehrin amacı, geleceğini garanti altına alacak eşsiz bir konumlandırma ve olumlu imaj sağlayan stratejik bir şehir pazarlama planı oluşturmak olmalıdır. Her şehir, yatırımcı ve ziyaretçilerin beklentilerini karşılayacak, ürün ve yarar kombinasyonlarını çok iyi formüle etmelidir. Sonuç olarak şehrin pazarlanması, esas itibarıyla dört temel eylemi içermektedir (İlgüner ve Asplund, 2011: 39):

- Şehir için, güçlü ve çekici bir konumlandırma stratejisi geliştirmek
- Ürün ve hizmetleri, mevcut ve potansiyel alıcı ve kullanıcıları özendirecek şekilde geliştirmek
- Ürün ve hizmetlerin, etkin ve erişilebilir şekilde teminini sağlamak

- Potansiyel kullanıcılar, ayırt edici avantajların farkına varasıya kadar, şehrin cazip yönlerini ve yararlarını tanıtmak

Şehir yöneticilerinin hedefi, ziyaretçi ve yatırımcıların şehre çekilmesini sağlayacak stratejik bir pazarlama iletişimi kampanyasını hayata geçirmek olmalıdır. Şehrin yönetiminde rol oynayan aktörler, pazarlama iletişimini uygularken uzman kişilerden destek alarak kısa, orta ve uzun vadeli planları hayata geçirmelidir.

2.2.1. Halkla İlişkiler

Halkla ilişkiler, hedef kitleler üzerinde olumlu bir imaj gerçekleştirmek için yapılan çift yönlü bir iletişim faaliyetidir. Bu doğrultuda ürün ve hizmetlerin hedef kitlenin gözünde daha değerli, anlamlı ve diğerlerinden farklı olarak konumlandırılmasında halkla ilişkilerin rolü çok büyüktür. Halkla ilişkiler, güvene dayalı ilişkileri tesis ederek hedef kitle ile kurum arasında uzun süren kalıcı bir diyalogun oluşturulmasını sağlar. Şehri bir kurum ya da hizmet olarak ele alırsak, halkla ilişkiler şehrin potansiyel ziyaretçileri nezdinde farklı bir şekilde konumlanmasını sağlayarak şehrin markalaşmasında rol oynar.

Halkla ilişkilerin özellikleri; büyük oranda inandırıcı olması, dolaylı olması ve dramatik olmasıdır. Örneğin basın bülteni ile medyada şehirle ilgili bir gelişmenin haber olarak sunulması bir halkla ilişkiler faaliyetidir. Ancak genelde medyada yer alan bu haberlerin duyurulmasında halkla ilişkilerin oynadığı rol pek bilinmemektedir. Böylece başka şahıslar tarafından şehirle ilgili haberlerin yapılması, kaynağın üçüncü kişiler olması nedeniyle reklamlara göre daha inandırıcı olmaktadır. Reklamlar gibi halkla ilişkiler de şehirleri dramatize edebilme potansiyeline sahiptir. Ancak etkin iletişim sağlama potansiyeline sahip olmasına rağmen şehir pazarlamacılarının halkla ilişkileri yeterince kullanmadığı görülmektedir (Apaydın, 2014: 88).

2.2.2. Reklam

Reklam, pazarlama iletişiminde kullanılan en önemli iletişim yöntemlerinden biridir ve şehirlerin tanıtımında en çok kullanılan bir iletişim faaliyetidir. Şehirlerde uygulanan tutundurma karmalarından biri olan reklam sayesinde hedef kitle üzerinde bir davranış değişikliği gerçekleştirilmeye çalışılarak hedef kitlenin harekete geçmesi amaçlanmaktadır. Şehirlere uygulanan reklam kampanyalarının temel işlevleri arasında, şehre ziyaretçi ve yatırımcıların çekilmesi, şehrin marka değerinin artırılması ve şehrin mevcut imajının pozitif yönde geliştirilmesi gösterilebilir. Reklam, bir şehrin farkındalığının ve bilinirliğinin

artırılmasında çok önemli bir role sahiptir. Ayrıca reklam aracılığıyla potansiyel ziyaretçiler üzerinde duygusal bağ oluşturularak şehrin ziyaret edilmesi sağlanmakta ve bununla beraber yatırım imkanlarının artırılması ile şehir ekonomisinin gelişimine katkı yapılmaktadır (Apaydın, 2011: 84-85).

2.2.3. İnternet

2000’li yıllarda “Web 2.0” adıyla bilinen yeni nesil internet teknolojisinin etkili bir araç olduğu görülmektedir. İnternet teknolojisi sayesinde reklam ve tanıtım kampanyaları çok farklı bir boyut kazanmıştır. İnternet ortamında bir destinasyon hakkında yorum ve paylaşımlarda bulunulması ile, o yerin çok kısa bir zaman dilimi içerisinde bir çekim merkezi haline gelmesi mümkündür. İnternet, pazarlama iletişimi karması içerisinde bulunan reklam ve tanıtım faaliyetlerinin uygulanmasında maliyet açısından en uygunu ve en çok etkili olanıdır (Zeren, 2011: 110).

Bilişim teknolojisindeki gelişmeler kültür ve turizm alanlarını da etkilemiştir. Turizm sektöründeki rekabet ortamı her geçen gün artmaktadır. Bu noktada, güçlü bir destinasyon imajı yaratılmasında internet çok büyük bir rol oynamaktadır. İnternet sayesinde, merak ettiği konularda bilgi sahibi olabilen potansiyel şehir ziyaretçileri, sanal ortamda bir destinasyon hakkında çeşitli bilgilere ulaşabilmekte ve daha önce aynı destinasyonu ziyaret eden kişilerin yorumlarını okuyabilmektedir. Sonuç itibariyle internet, hem destinasyonla ilgili bir bilgi kaynağı hem de turistik deneyimlerin aktarıldığı sanal bir platformdur (Şahin, 2015: 37-35).

2.2.4. Fuarlar

Bir şehrin sahip olduğu özellikler ulusal ya da uluslararası turizm fuarları aracılığıyla ön plana çıkartılabilmektedir. Uluslararası rekabet ortamında yer alarak markalaşmak isteyen şehirler, pazarlama iletişimi çalışmalarına turizm fuarlarını da dahil etmelidir. 21. yüzyılın uluslararası rekabet ortamında farklılaşarak kalıcılığı yakalayabilmenin yegane yolu markalaşmaktır ve fuarlar bir şehrin markalaşmasına yönelik yapılan ciddi yatırımlardır.

3. Şehir Markalaşması Kavramı

Günümüzde her yönüyle amansız bir rekabet yaşanmaktadır. Söz konusu rekabet sadece ürünler ve firmalarla sınırlı kalmamakta ve artık ülkeler arasında da rekabet devasa boyutlara ulaşmaktadır. Ülkeler arasındaki rekabet aynı ülke içindeki şehirler arasında bile kendisini hissettirmeye başlamıştır. Bir diğer ifadeyle ülkelerin rekabetine “şehirlerin

rekabeti” de eklenmiştir. Şehirler arasında artan rekabet “*şehir markalaşması*” veya “*marka şehir*” olma sürecini de beraberinde getirmiştir (Işık ve Erdem, 2015: 6).

Şehir markalaşması, şehrin cazibesinin artırılması, tarihi ve turistik mekanlarının tanıtılması, yöresel ürün ve hizmetlerin duyurulması hedeflerine yönelik çalışmaları kapsamaktadır. Bu çalışmalarla birlikte şehrin yaşam kalitesi de değiştirilmekte, kentsel planlamalar yapılmakta, tanıtım ve marka imajı oluşturma çalışmaları ile birlikte şehrin çehresi de insanlar açısından olumlu olacak şekilde değişmeye başlamaktadır (Akçi ve Uluşık, 2016: 356).

Şehir markalaşması, hedef seçilen pazarın ihtiyacını karşılayacak şekilde, şehrin kendisine çekidüzen de vermesidir. Bu da ancak, şehrin sakinleri ve şehirdeki iş kolları, şehirlerinden hoşnut kaldığında, ziyaretçi ile yatırımcıların beklentileri karşılandığında başarılı olur (İlgüner ve Asplund, 2011: 220).

3.1. Şehir Markalaşma Süreci

Şehir markalaşma süreci, şehri yöneten kişi ve kurumlar tarafından sistematik olarak belirlenmesi gereken bir süreçtir. Bir şehri diğer şehirlerden ayırt edebilecek yönlerin tanımlanması ve buna göre stratejilerin geliştirilmesi gerekmektedir.

3.1.1. SWOT Analizi

SWOT analizi, İngilizce “Strength” (güçlü yönler), “Weakness” (zayıf yönler), “Opportunity” (fırsatlar), “Threat” (tehditler) kelimelerinin baş harflerinin birleştirilmesiyle oluşturulmuştur (İçyer, 2010: 101).

SWOT analizi ile birlikte bir kurumun iç ve dış potansiyel durumu hakkında bilgi elde edilir. Kurumun güçlü ve zayıf yönlerinin bir incelemesi yapılarak oluşabilecek fırsat ve tehditlerin belirlenmesi sağlanır. Bu analiz, şehrin markalaşma sürecinde rol oynayan en önemli stratejik yönetim aracıdır. Şehrin güçlü ve zayıf yönlerinin belirlenmesi şehir markalaşma sürecinin ilk adımıdır.

3.1.2. Vizyon

Vizyon, bir şehrin gelecekte olmak istediği yeri ve uluslararası düzlemde oynayacağı rolü ortaya koymaktadır. Örneğin, İstanbul’u bir dünya şehri haline getirmek vizyona örnek olarak gösterilebilir.

Şehir vizyonunun aşağıdaki konularda açıklayıcı olması gerekmektedir (Kotler ve diğerleri, 2002: 167):

- ✓ Şehrin ön planda tutulması gereken eşsiz özellikleri
- ✓ Şehrin hedef kitlesinin belirlenmesi
- ✓ Kısa, orta ve uzun vadeli hedeflerin ortaya konması
- ✓ İstenilen noktaya varabilmek için öncelikli hedeflerin belirlenmesi

3.1.3. Konumlandırma

Konumlandırma, şehir markasının rakipler karşısındaki konumudur. Şehir markasının konumlandırılması rakiplerle karşılaştırılarak yapılmaktadır. Özellikle rakipler arasında benzerliklerin çok olduğu durumlarda konumlandırma zor olmakta ve dolayısıyla daha da önem kazanmaktadır. Konumlandırma yapılırken aynı zamanda insanlarca şehrin nasıl algılandığının da bilinmesi gerekmektedir. Pazar araştırmalarıyla insanların şehirle ilgili algılamaları öğrenilmesi ve gerekiyorsa şehrin yeniden konumlandırılması gerekmektedir. Bunun dışında da insanların zihninde şehrin marka değerini azaltacak algılamalar bulunmakta ise bu algılamaların değiştirilmesi için pazarlama iletişimi kullanılabilir gibi şehirde mümkün olan gerekli değişiklikler de yapılmalıdır. Bu değişiklikler fiziksel olabildiği gibi imajla da ilgili olabilmektedir ve imajla ilgili değişiklikler yoğun pazarlama faaliyetleri ile yapılabilmektedir (Apaydın, 2014: 34-35).

3.1.4. Şehir İmajı

Şehir imajı, bir şehrin markalaşma sürecinde stratejik bir öneme sahiptir. Çünkü bir şehrin imajı, hem şehir sakinlerinin gözünde hem de potansiyel ziyaretçi ve yatırımcıların gözünde o şehirle ilgili düşünce ve izlenimlerin bütününden oluşmaktadır. İmajın bu kadar çok önemli olduğu bir çağda, şehirlerin de ayakta kalabilmek adına güçlü bir imaja sahip olabilmeleri gerekmektedir.

Şehirlerin ve ülkelerin imajları yatırım ve seyahat başta olmak üzere birçok durumda etkili olmaktadır. Örneğin, üzerinde “Made in Germany” yazılı bir ürünü tercih edenlerin sayısının, “Made in PRC” damgası olan bir ürünü tercih edenlerden kat ve kat fazla olacağı aşikârdır (Işık ve Erdem, 2015: 27).

3.1.5. Şehir Kimliği

Şehir kimliği, bir şehrin rakiplerinden ayırt edilmesini sağlayarak şehrin markalaşmasında rol oynayan bütün özelliklerdir. Şehir kimliği ile şehrin gösterilmek istenen yüzü anlatılır.

Şehre ait bir kimliğin yaratılmasında, şehri yansıtan bir logonun, sembolün ve sloganın olması oldukça önem arz etmektedir. Çünkü logo, sembol ve slogan vasıtasıyla şehir imajı inşa edilir ve şehirle ilgili olumsuz bir izlenim varsa oluşturulan şehir imajıyla bu olumsuz izlenimler düzeltilir. Yaratılan imaj üzerinden uygulanan düzenli ve sürekli tanıtım kampanyaları sayesinde şehir kimliği oluşturulur (Zeren, 2011: 107).

Şehir kimliğine verilebilecek örneklere baktığımızda, Almanya içerisinde yer alan Hannover şehri bugün fuar şehri kimliği ile, Paris romantizmin başkenti kimliği ile, Las Vegas eğlence şehri kimliği ile markalaşmıştır.

3.1.6. Logo, Sembol, Slogan

Şehir logosunun ve sembolünün belirli özellikleri taşıması gerekmektedir. Bu özellikler; akılda kalıcılık, uygulanma kolaylığı, şehrin değerlerini ve farklılığını yansıtmadır. Logo, sembol ve slogan oluşturulurken profesyonel ekipler ile birlikte çalışılmalıdır. Şehirle bütünleşen ve şehri yansıtan bir logo, sembol ve slogan yaratılarak şehir markalaşmasına katkıda bulunulmalıdır. Sloganın yaratılması ile birlikte şehrin temel değer ve vaatlerinin ortaya konması amaçlanır.

Las Vegas'ın "*What Happens in Las Vegas, Stay in Las Vegas - Las Vegas'ta Olan, Las Vegas'ta Kalır*" sloganı, New York'un "*I Love New York - New York'u Seviyorum*" sloganı, Hong Kong'un "*Asia's World City - Asyanın Dünya Kenti*" sloganı en popüler slogan örnekleridir.

3.2. Şehir Markalaşmasına Katkıda Bulunan Unsurlar

3.2.1. Şehirlerde Ünlü Olan Ürünleri Markalaştırma

Ürünün kalitesi ve imajı şehrin marka değerini artıran etkili bir strateji olarak görülmektedir. Buna örnek olarak Yalova ilinde bulunan Termal Kaplıcaları, İnegöl ilçesine has İnegöl köfte ve Urfa iline ait lahmacun gösterilebilir (Apaydın, 2014: 27-28).

3.2.2. Kültür ve Eğlence Olaylarının Markalaştırılması

Bir şehrin sahip olduğu kültür şehrin markalaşmasında çok önemli bir rol oynamaktadır. Belli bir geçmişe ve kültür birikimine sahip olan şehirlerin markalaşmada önemli avantajlar elde ettiği görülmektedir. Örneğin İstanbul, kültürü ve tarihi dokusuyla uluslararası düzlemde çok önemli bir rol oynamaktadır. Şehrin markalaşmasını sağlayan bir diğer yol eğlence mekanlarıdır. Şehrin sahip olduğu oteller, alışveriş merkezleri, eğlenceye yönelik mekanlar şehrin markalaşmasını sağlayabilmektedir. Örneğin, günümüzde Dubai, mimarisiyle ön plana çıkan otelleri, eğlence mekanları ve alışveriş merkezleri ile markalaşırken, Las Vegas kendisini kumar ve eğlence merkezi olarak markalaştırmıştır.

3.2.3. Ulusların Markalaşması

Ulus markalaşması, hedeflenen uluslararası izleyiciler arasında ülkelerin itibarını arttırmak için ulusların imajlarının yaratıldığı veya değiştirildiği, gözlemlendiği, değerlendirildiği ve proaktif bir yaklaşımla yönetildiği bir süreçtir (Fan, 2010: 101).

Ulusun markalaştırılması turizm ve yabancı yatırım çekme konusunda bazı yararlar sağlamaktadır. Bu trendden en fazla yararlanan ülkenin Amerika Birleşik Devletleri olduğu görülmektedir. ABD'nin 20. yüzyılda yakaladığı ekonomik ve teknolojik üstünlük aynı zamanda Amerikan şehirlerinin de gerek öğrenim amacıyla gerekse gezme amacıyla çok sayıda insan ve yatırımcı çekmesini sağlamaktadır. (Apaydın, 2014: 28).

3.2.4. Destinasyon Markalaştırma

Destinasyon markalaştırmayı, bir yerin ön plana çıkan bir destinasyon kimliğinin, potansiyel ziyaretçilerin çekilmesine yönelik kullanılarak bir cazibe merkezinin yaratılması olarak tanımlamak mümkündür.

Destinasyona örnek olarak Nevşehir ilindeki Peribacaları gösterilebilir. Nevşehir ili için bu destinasyon bir değer olarak şehrin markasına değer katmaktadır (Apaydın, 2014: 29).

4. Bir Marka Şehir Olarak Eskişehir'in İncelenmesi

4.1. Eskişehir

İsa'dan önce birinci bin yılda Porsuk Nehri kıyılarında Frigyalılar tarafından kurulmuştur. Tarihinin çok eski olmasından dolayı da Eskişehir adı verilmiştir. Türkiye'nin en önemli yol kavşaklarından birisidir. Yunus Emre, Nasreddin Hoca gibi tarihi kişileri yetiştiren Eskişehir, Lületaşı ve çeşitli hastalıklara iyi gelen sıcak su kaynakları ile de ünlüdür. Eskişehir

önemli bir turizm çekim merkezi olmayı hedeflemektedir. Metropoller dışında bünyesinde iki üniversite barındıran tek Anadolu şehridir (TMO, 2017).

4.2. Eskişehir'in Sloganı ve Logosu

Eskişehir'in iki tane sloganı bulunmaktadır. Bunlar: *Şehir Eskişehir'dir* ve *Gurur Veren Şehir* sloganlarıdır. Resim 1'de Eskişehir Büyükşehir Belediyesi'nin kurumsal logosu yer almaktadır.



Resim 1: Eskişehir Büyükşehir Belediyesi Kurumsal Logosu.

Kaynak: http://www.eskisehir.bel.tr/kurumsal_logolar.php?menu_id=61, 20.04.2017

4.3. Eskişehir'in Vizyonu

Eskişehir, Eskişehirliilerin gurur duyduğu, Türkiye'nin şehirleşme açısından örnek şehridir. Bu durumu geliştirerek sürdürmek şehrin vizyonunu oluşturmaktadır (http://www.eskisehir.bel.tr/sayfalar.php?sayfalar_id=7, 20.04.2017).

4.3. Eskişehir'in Misyonu

Eskişehir'de yaşayan nesillerin daha iyi yetişmesi ve hemşehrilerinin yaşam kalitesini artırarak onların geleceğe umutla bakmalarını sağlamak şehrin misyonudur (<http://www.eskisehir.bel.tr/sayfalar>,20.04.2017).

4.4. Eskişehir'in Temel Değerleri

Eskişehir'in Temel Değerleri şu şekilde sıralanabilir (http://www.eskisehir.bel.tr/sayfalar.php?sayfalar_id=7, 20.04. 2017):

- Tarafsızlık
- Şeffaflık ve hesap verebilirlik

- Dürüstlük
- Liyakat
- Kalite
- Güvenilirlik
- Erişilebilirlik
- Yeniliğe ve gelişime açıklık
- Etik değerlere bağlılık
- İnsana ve hukuka saygı
- Katılımcılık
- Saygınlık
- Sürdürülebilirlik
- Doğaya ve çevreye duyarlılık

4.5. Eskişehir'in SWOT Analizi

Eskişehir'in SWOT analizi şöyledir
(<http://www.sp.gov.tr/upload/xSPStratejikPlan/files/JrUIU+2015-2019.pdf>, 20.04.2017):

Güçlü Yönler

- ✓ Büyük ölçekli projeleri hayata geçirebilecek deneyimli, dinamik ve özverili personele sahip olunması,
- ✓ Belediye Başkanı Yılmaz Büyükerşen'in, vizyon sahibi, yenilikçi ve lider kişiliği ile belediye çalışanları ve hemşerileri üzerinde sinerji oluşturması,
- ✓ Toplu taşımada raylı sistemlere öncelik verilmesi,
- ✓ Halkın sanat duygusunu artıran, tarih belleğini yaşatan müzelerin bulunması,
- ✓ Çeşitli etkinliklere olanak verebilecek donatılara sahip halkı buluşturan büyük parkların mevcut olması,

Zayıf Yönler

- ✓ Nitelikli personel istihdamında yaşanan zorluklar,

- ✓ Hizmet binalarının kapasite olarak yetersiz olması,
- ✓ Mevcut mevzuata göre gelir arttırma imkanlarının kısıtlı olması, yatırımların yüksek maliyetli olması ve bütçe yetersizliği,
- ✓ Belediye Meclisindeki karar alma sürecinde yaşanan zorluklar,

Fırsatlar

- ✓ Ulusal ve uluslararası hibe fonlarının bulunuyor olması,
- ✓ Çağdaş şehircilik uygulamaları, kültür ve sanat faaliyetlerinin yoğunluğu, termal kaynaklar nedeniyle gelişen turizm potansiyeline sahip olunması,
- ✓ Şehirde işbirliğine açık iki büyük üniversitenin bulunması,
- ✓ Kent halkının sosyo-kültürel ve eğitim seviyesinin yüksek, genç, dinamik, dışarıdan gelenlerle barışık, yeniliklere açık ve yenilikleri koruyan bir toplum olması,

Tehditler

- ✓ Kuraklık, küresel ısınma, gürültü ve çevre kirliliği gibi olumsuz koşullar,
- ✓ Eskişehir ilinde kişi başına düşen araç sayısının oldukça yüksek olması,
- ✓ Büyükşehir belediyesinin hizmet alanının genişlemesine rağmen gelir artışıdaki yetersizlik,
- ✓ Dış göçle birlikte oluşan nüfus artışının sosyal, kültürel ve ekonomik kırılganlığı artırması.

4.6. Eskişehir'in Markalaşmasında Şehir Varlıkları

4.6.1. Porsuk Çayı

Şehri 12 km. boyunca baştanbaşa bölen Porsuk Çayı, Eskişehir için taşıdığı afet riski ve kirliliği ile bir sorun kaynağı iken rehabilite çalışmaları ile Porsuk Çayı eski canlılığına kavuşturulmuştur. Üzerinde Amsterdam tipi bot ve gondollarla ulaşım sağlayan Porsuk Çayı, aynı zamanda durgun su sporlarının yapılabildiği bir mekan olma özelliği kazanarak şehir hayatına canlılık kazandırmıştır (http://www.eskisehir.bel.tr/dosyalar/gurur_veren_sehir/tr.pdf, 20.04.2017).

4.6.2. Odunpazarı Evleri

Odunpazarı, Eskişehir'in ilk yerleşim yeridir. Odunpazarı'nda, dar sokakların iki yanına sıralanan evlerin rengarenk renkleri adeta yağlı boya tablolarından çıkmış gibidir. Evler, Osmanlı döneminin kent mimarisinin önemli özelliklerini içinde barındırmaktadır. Odunpazarı evlerinin yoğun olarak bulunduğu otuz sokak, üç yüz ev, üç cami, bir külliye, iki kervansaray, on beş çeşme, bir Han'ın restorasyonu ve aslına uygun yapımı gerçekleştirilmiştir. Evliya Çelebi'nin seyahatnamesinde de adından büyük bir övgü ile söz edilen Odunpazarı, bugün seyahatnamede adı geçen sokakların beşini aynı isimle korumaya devam etmektedir (http://www.odunpazarı.bel.tr/odunpazarıbelediyesi-10-odunpazarı_evleri_yasatma_projesi, 20.04.2017). Odunpazarı evleri, UNESCO Dünya Miras Listesi'nde yer almaktadır.

4.6.3. Lületaşı Müzesi

Lületaşı, Eskişehir'in simgesi haline gelmiş bir madendir. Lületaşı, dünyada sadece Eskişehir'de çıkartılmaktadır. Lületaşının bilinen diğer adı "Deniz Köpüğü"dür. 1998 yıllarından beri Eskişehir Valiliği tarafından Uluslararası Lületaşı Festivalleri ve Lületaşı El Sanatları yarışmaları düzenlenmekte, bu organizasyonlarda yer alan eserler Lületaşı Müzesi'nde sergilenmektedir. Bu müze, dünyada bulunan tek lületaşı müzesi olma ayrıcalığına sahiptir.

4.6.4. Kurşunlu Camii ve Külliyesi

Kurşunlu Camii ve Külliyesi, Eskişehir'in Odunpazarı semtinde yer almaktadır. Kurşunlu Külliyesi, 16. yüzyıl Osmanlı dönemine ait bir eserdir. Bu külliye, Osmanlı Devleti vezirlerinden Çoban Mustafa Paşa tarafından 1517 yılında yaptırılmıştır. Kurşunlu Külliyesi'nin mimarı, klasik Osmanlı mimarlığının ilk mimarbaşısı olan Acem Ali'dir. Kurşunlu Camii ve Külliyesi, Eskişehir'in önemli turistik mekanları arasında yer almaktadır (<https://www.kulturportali.gov.tr/turkiye/eskisehir/gezilecekyer/kursunlu-camii-ve-kulliyesi>, 20.04.2017).

4.6.5. Sazova Bilim Sanat ve Kültür Parkı

Sazova Bilim Sanat ve Kültür Parkı, Amfi tiyatrosu, parkı boydan boya dolaşan mini treni, Gemi Müzesi, Masal Şatosu, Korsan Gemisi, Sabancı Uzay Evi ve Bilim Deney Merkezi ile bir diğer çekim merkezidir. 2010 yılında Türkiye – Japonya Yılı Etkinlikleri

kapsamında Japon peyzaj mimarlarının danışmanlığında Büyükşehir Belediyesi Park Bahçeler ekiplerince düzenlenmiştir. Sazova Parkı, Türkiye'nin en büyük Japon bahçesi olma özelliğine sahiptir (http://www.eskisehir.bel.tr/dosyalar/gurur_veren_sehir/tr.pdf, 20.04.2017).

4.6.6. Kentpark

Eskişehir, Kent Park projesi ile Türkiye'nin denizi olmayan bir şehrinde plaja sahip olma ayrıcalığını kazanmıştır. Kent Park'ın Porsuk Çayı'na bakan kısmında oluşturulan özel alanda Türkiye'nin ilk yapay plajı inşa edilmiştir. Gerçek deniz kumu ile donatılan plaj, özellikle yaz aylarında denize gidemeyen şehir halkının deniz keyfini yaşamalarına olanak sağlamaktadır. Kentpark, 350 metre uzunluğunda olan bir yapay plajdır (<http://www.eskisehirkulturturizm.gov.tr/TR,157963/kent-park.html>, 20.04.2017).

4.6.7. Eskişehir Büyükşehir Belediyesi ETİ Sualtı Dünyası

Eskişehir Büyükşehir Belediyesi ETİ Sualtı Dünyası, Türkiye'de belediye işletmesindeki ilk özel sektör destekli akvaryum olma özelliğini taşımaktadır. ETİ, doğduğu şehir olan Eskişehir'e Sualtı Dünyası için 3.5 milyon TL'lik yatırım yaparak şehrin gelişimine katkı sağlamıştır (<http://www.etietieti.com/eskisehirin-ilk-akvaryumu-etinin-sponsorluk-destegi-ile-acildi>, 20.04.2017).

4.6.8. Yılmaz Büyükerşen Balmumu Heykeller Müzesi

Yılmaz Büyükerşen Balmumu Heykeller Müzesi, dünyanın çoğu ülkesinde bulunan "Madam Tussauds" müzesinin Türkiye'deki ilk örneğidir. Bu müze, Eskişehir Belediye Başkanı Yılmaz Büyükerşen tarafından açılmıştır. Müzede, Yılmaz Büyükerşen'in bağışladığı eserlerin yanı sıra yerli ve yabancı ünlü 160 kişinin heykeli de bulunmaktadır. Yılmaz Büyükerşen Balmumu Heykeller Müzesi, Eskişehir'in en çok ziyaret edilen şehir varlıklarından bir tanesidir.

4.6.9. Eti Arkeoloji Müzesi

Eskişehir Eti Arkeoloji Müzesi, Türkiye'de özel sektör desteği ile hayata geçirilen ilk müzedir. Müze bünyesinde Neolitik, Kalkolitik, Tunç, Hitit, Frig, Helenistik, Roma, Bizans, Selçuklu ve Osmanlı dönemlerini kapsayan yaklaşık 22.500 eser yer almaktadır (<http://www.muze.gov.tr/tr/muzeler/eskisehir-eti-arkeoloji-muzesi>, 20.04.2017).

4.6.10. Çağdaş Cam Sanatları Müzesi

Tarihi Odunpazarı Evlerinin içerisinde yer alan müze, Türkiye'nin ilk çağdaş cam sanatları müzesidir. 2007 yılında hizmete açılan Çağdaş Cam Sanatları Müzesi'nde yerli ve yabancı çok sayıda sanatçının eseri sergilenmektedir. Çağdaş Cam Sanatları Müzesi ile Eskişehir cam müzesi olan nadir dünya kentleri arasına girerken, müzenin cam işçiliğinin doğduğu Anadolu'nun güzel bir kentinde açılması da ayrı bir önem taşımaktadır (http://www.eskisehir.bel.tr/sayfalar.php?sayfalar_id=58, 20.04.2017).

4.6.11. Tülomsaş Müzesi

Tülomsaş (Türkiye Lokomotif ve Motor Sanayii A.Ş.) Müzesi bahçesinde Türkiye'de yapılan ilk otomobil "Devrim" arabası ve Türkiye'nin ilk lokomotifi "Karakurt" sergilenmektedir. Dönemin Cumhurbaşkanı Cemal Gürsel'e sunulan Devrim arabasından dört tane üretilmiş, ancak günümüze kadar bir tanesi kalmıştır. Türkiye'nin ilk buharlı lokomotifi Karakurt, Adnan Menderes'in isteği üzerinde yapılmıştır. Karakurt 1958 yılında imal edilmeye başlanmış ve yirmi kadar üretilmiş olmasına rağmen günümüze sadece bir tanesi kalmıştır (<https://www.tulomsas.com.tr/tulomsas-kurumsal/2/>, 20.04.2017).

4.7. Eskişehir'in Markalaşmasında Eğitim Kurumları

Eskişehir Osmangazi ve Anadolu Üniversiteleri, şehrin markalaşmasında önemli bir yere sahiptir. Eskişehir Osmangazi Üniversitesi ve Anadolu Üniversitesi ile birlikte şehir öğrenci şehri olma statüsü kazanmıştır. Türkiye'nin en çok tercih edilen üniversitelerinden ikisinin Eskişehir'de olması ve açıköğretim fakültesinin etkisi öğrencileri bu şehre yönlentmektedir. Böylece Eskişehir'de genç neslin oranı fazla, kültür, eğlence ve sanat imkânı çoktur. Şehir belediyeçiliğinde öğrenci dostu belediye anlayışı gelişmiştir.

4.8. Eskişehir'in Markalaşmasında Yöresel Yemekleri

Balaban köfte, çibörek Eskişehir'in markalaşmasını sağlayan yerel lezzetlerdir. Şehre gelen turistler genel olarak bu iki lezzeti dener. Eskişehir'e göç eden Kırım Tatarlarına özgü bir yemek olan çibörek zaman içinde ülkemizde çibörek veya çiğ börek olarak adlandırılmıştır. Kırım Tatar Kültür Evi, çibörek lezzetinin en uğrak noktasıdır.

4.9. Eskişehir'in Markalaşmasında Festivaller

Festivaller, bir şehrin tanıtımını yapan en önemli organizasyonlardan bir tanesidir. Güçlü bir şekilde markalaşmak isteyen her şehir, ulusal ya da uluslararası organizasyonlar

gerçekleştirmek zorundadır. Eskişehir, uluslararası düzeyde gerçekleşen iki önemli festivale ev sahipliği yaparak şehrin tanıtımına destek olmaktadır.

4.9.1. Uluslararası Eskişehir Festivali

Uluslararası Eskişehir Festivali, şehirdeki kültür sanat faaliyetleri içerisinde çok önemli bir yer tutmaktadır. İlk olarak, bir aile vakfı olan Zeytinoğlu Eğitim, Bilim ve Kültür Vakfı tarafından yapılan “Uluslararası Eskişehir Festivali” 2001 yılında Prof. Dr. Yılmaz Büyükerşen’in öncülüğünde kurulan Kentsel Gelişim Vakfı şemsiyesi altında sürdürülmektedir. Her sene Sonbahar aylarında düzenlenen festival kapsamında Dünya’nın birçok ülkesinden sanatçılar ve sanat toplulukları Eskişehir’de buluşma imkanı bulmaktadır. Klasik müzikten, etnik müziğe, sinema filmlerinden, tiyatro ve resim atölyelerine sanatın farklı dalları yaklaşık on gün boyunca Eskişehir’e bambaşka bir hava katmaktadır. Festival kapsamında her yıl bir ülke konuk ülke programı ile Eskişehir’e davet edilmektedir (http://www.eskisehir.bel.tr/sayfalar.php?sayfalar_id=18, 15.05.2017).

4.9.2. Uluslararası Çocuk Tiyatroları Festivali

Eskişehir'in bir diğer önemli sanat organizasyonu da, Büyükşehir Belediyesi tarafından düzenlenen Uluslararası Çocuk Tiyatroları Festivalidir. Her sene Mart ayında düzenlenen festivalde yerli ve yabancı birçok tiyatro topluluğu sanatın evrensel dili eşliğinde Eskişehirli çocuklar için sahneye çıkmaktadır (http://www.eskisehir.bel.tr/sayfalar.php?sayfalar_id=18, 15.05.2017).

5. Sonuç

21. yüzyılda pazarlama iletişimi çalışmaları sadece kurumların sunduğu ürün ve hizmetlere uygulanmamakta, artık şehirler ve ülkelerde bu rekabet yarışında yerini almaktadır. Kapitalizmin egemenliği ve bilgi teknolojilerinin hızla yayılması, şehirlerin özgünlüklerini koruyarak, farklılıklarını ortaya çıkarmasını zorunlu kılmıştır. Günümüzde farklılaşmaya verilen önem şehrsel kalkınmada da kendini göstermiş ve böylece şehir markalaşması çalışmalarına verilen önem artmıştır. Günümüzün modern şehirlerini yöneten belediyeler şehir markalaşma çalışmalarına ciddi yatırımlar yaparak, şehrin mevcut yerleşimcilerinin ve şehre gelecek olan potansiyel ziyaretçilerinin akıllarında bilinirlik ve farkındalık düzeylerini arttırarak, şehri bir cazibe merkezine dönüştürmeyi amaçlamaktadır. Bir şehir kendine özgü yanlarını koruyup, markalaşma ve tanıtım çalışmalarını bilinçli bir

şekilde yürütürse, şehre yatırımcıları, ziyaretçileri, çalışanları ve öğrencileri çekerek bir cazibe merkezine dönüşebilir. Bir şehrin ekonomik olarak kalkınması onun bilinirlik düzeyi ile doğrudan bağlantılıdır. Bugün dünyanın en iyi ekonomisine sahip şehirlere baktığımızda, onların dünyanın en bilinen ve gelişmişlik düzeylerinin en yüksek olan şehirler olması bir rastlantı değildir. Bu şehirlere örnek olarak; New York, Londra, Paris, Tokyo, Los Angeles, Singapur, Hong Kong, Seul, Frankfurt gibi şehirler verilebilir. Eskişehir'in markalaşmasında, Büyükşehir Belediye Başkanı Yılmaz Büyükerşen çok büyük bir rol oynamıştır. Yılmaz Büyükerşen ile gerçekleştirilen şehir pazarlaması çalışmaları sayesinde, şehir son on yıl içerisinde ciddi dönüşümler geçirerek marka şehir statüsüne kavuşmuştur. Eskişehir'in markalaşmasında Belediye ve Eti arasında gerçekleştirilen yatırım ve projelerin önemi büyüktür. Eti Gıda Sanayi'nin Eskişehir'de kurulmasından dolayı Eti, şehrin kalkınması için şehre birçok yatırım yapmıştır. Eskişehir, İç Anadolu bölgesinde yer almasından dolayı bir denize sahip değildir. Kentpark, Eskişehir'in en popüler parklarından biri olarak, Türkiye'nin ilk yapay plajı olması ile ünlüdür. Şehrin bir diğer popüler mekânı ise Porsuk Çayı'dır. Porsuk Çayı'nda, Venedik'e benzer şekilde kanolar bulunmaktadır. Eskişehir halkı ve şehre gelen ziyaretçiler Porsuk Çayı'nda bot ya da kanolar eşliğinde gezebilmekte, adeta Venedik havasını Türkiye'de, İç Anadolu bölgesinde bulunan bir şehirde yaşayabilmektedir. Türkiye'nin en büyük üniversiteleri içerisinde yer alan Anadolu Üniversitesi ve Eskişehir Osmangazi Üniversiteleri şehrin kalkınmasında çok büyük bir rol oynamış, şehri bir öğrenci kenti profiline kavuşturmuştur. Eskişehir, şehir pazarlama çalışmalarının şehre kattığı değerleri göstermesi açısından çok önemli bir örnek olmasına rağmen markalaşma çalışmalarının geliştirilmesi gerekmektedir. Bu doğrultuda, Eskişehir'in markalaşmasına katkıda bulunacak bazı öneriler aşağıda sunulmuştur.

Eskişehir'in cazibe merkezi konumunu daha etkili bir şekilde sürdürülebilmesi için güçlü bir tanıtım ve imaj çalışması yürütülmelidir. Bu tanıtım ve imaj çalışması profesyonel ekipler tarafından hazırlanmalı ve şehir yöneticilerinin desteğiyle oluşturulmalıdır. Eskişehir'in markalaşma çalışmasında, Anadolu Üniversitesi'nde bulunan İletişim Fakültesi öğrencilerinden de destek alınabilir. Ayrıca, Anadolu Üniversitesi İletişim Fakültesi'nde Eskişehir'in markalaşmasına yönelik bir proje yarışması gerçekleştirilerek, doğru bir marka stratejisinin geliştirilmesi de mümkündür. Bu proje yarışmasıyla birlikte öğrencilerin şehre olan aidiyetlerinin artırılması sağlanabilir.

Eskişehir'in markalaşmasına destek verecek etkili bir konumlandırma stratejisinin yürütülmesi gerekmektedir. Bu bağlamda, yerel halk ve şehir ziyaretçileri olmak üzere iki ayrı

hedef kitle üzerinde derinlemesine görüşme ve anket çalışması yapılarak şehrin algılanan marka profilinin çıkarılması sağlanmalıdır.

Eskişehir'in markalaşma sürecinde güçlü bir şehir logosunun oluşturulması gerekmektedir. Örneğin, İstanbul, Ankara, İzmir, Bursa ve Gaziantep gibi markalaşma çalışması yürüten şehirlerin profesyonel ekipler tarafından hazırlanan logoları bulunmaktadır. Eskişehir'in hedef kitlenin gözündeki somut imajını destekleyecek güçlü bir logoya ihtiyacı vardır. Logonun oluşturulmasında dikkat edilecek en önemli husus, şehri hedef kitlenin gözünde ayrıcalıklı konuma getiren şehir varlıklarının logoda yansıtılmasıdır. Bu Eskişehir için lüle taşı, Porsuk Çayı veya Kentpark olabilir.

Kaynaklar

- Akçi, Y., Uluşık, Ö. (2016). Marka Şehir Oluşturma: Şehirde Oturanların Değerlendirmeleri Üzerine Bir Uygulama (Adıyaman Örneği). *Mustafa Kemal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 13(34), 355-371.
- Apaydın, F. (2011). *Şehir Pazarlaması*. Ankara: Nobel.
- Apaydın, F. (2014). *Şehir Pazarlaması*. Ankara: Nobel.
- Ceylan, H. (2010). *Yerel Kalkınma ve Rekabet Aracı Olarak Şehir Pazarlamasında Yatırımcıların Yatırım Destinasyon Tercih Yapılarının Belirlenmesi ve Uşak Tekstil Sektöründe Bir Uygulama*. Afyon Kocatepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Doktora Tezi, Afyonkarahisar.
- Fan, Y. (2010). Branding The Nation: Towards a Better Understanding. *Place Branding and Public Diplomacy*, Volume: 6, Issue: 2, 97-103.
- Işık, M., Erdem, A. (2015). *Nasıl Marka Şehir Olunur?*. Konya: Eğitim.
- İçyer, A. (2010). *Marka Kent Oluşturma Açısından Stratejik Kent Yönetimi*. Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Yüksek Lisans Tezi, Karaman.
- İlgüner, M., Asplund, C. (2011). *Marka Şehir*. İstanbul: Markating.
- Karakullukcu, B. (2016). *Eskişehir 2013 Türk Dünyası Kültür Başkentliği'nin Ulusal Basındaki Yansımalarının Şehir Pazarlaması Ekseninde Değerlendirilmesi*. Eskişehir Osmangazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Yüksek Lisans Tezi, Eskişehir.
- Kotler, P., Rein, I., Haider, D.H. & Hamlin, M. A. (2002). *Marketing Asian Place*. John Wiley & Sons (Asia), Singapore.
- Özdemir, A. (2013). *Şehir Varlıklarının Şehir Pazarlamasındaki Önemi: Alanya Örneği*. Akdeniz Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Yüksek Lisans Tezi, Antalya.

- Paşalı Taşoğlu, N. (2009). *Pazarlama İletişimi*. Ankara: Detay.
- Polat, C. (2007). Şehir Pazarlaması, Dünya'daki ve Türkiye'deki Gelişmeler ve Karşılaşılan Sorunlar. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu Dergisi*, 20(1,2), 231-258.
- Sadaklıoğlu, H. (2014). *Şehir Pazarlaması Açısından Algılanan Pazar Odaklılık İle Algılanan Performans Arasındaki İlişki*. Yayınlanmamış Doktora Tezi, Sakarya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Sakarya.
- Şahin, E. (2015). *Bir Destinasyon Unsuru Olarak Yerel Gastronominin Marka Şehir Pazarlamasında Etkileri: Gaziantep Örneği*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Gaziantep Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Gaziantep.
- Zeren, E. (2011). *Marka Kent Oluşturma Bağlamında Stratejik Kent Yönetimi: Karaman Kenti İçin Bir Model Önerisi*. Yayınlanmamış Doktora Tezi, İnönü Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Malatya.

İnternet Kaynakları

- Eskişehir Büyükşehir Belediyesi. (2017). *Vizyonumuz ve Misyonumuz*, http://www.eskisehir.bel.tr/sayfalar.php?sayfalar_id=7, (Erişim Tarihi: 20.04.2017).
- Eskişehir Büyükşehir Belediyesi. (2017). *Gurur Veren Şehir*, http://www.eskisehir.bel.tr/dosyalar/gurur_veren_sehir/tr.pdf, (Erişim Tarihi: 20.04.2017).
- Eskişehir İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü. (2017). *Kent Park*, <http://www.eskisehirkulturturizm.gov.tr/TR,157963/kent-park.html>, (Erişim Tarihi: 20.04.2017).
- ETİ. (2014). *Eskişehir'in İlk Akvaryumu ETİ'nin Sponsorluk Desteği İle Açıldı*, <http://www.etietieti.com/eskisehirin-ilk-akvaryumu-etinin-sponsorluk-destegi-ile-acildi>, (Erişim Tarihi: 20.04.2017).
- Langer, R. (2000). *Place Images and Place Marketing*, Department of Intercultural Communication and Management Copenhagen Business School, http://openarchive.cbs.dk/bitstream/handle/10398/7721/langer_place.pdf?sequence=1, (Erişim Tarihi: 06.01.2018).
- Müze. (2017). *Eskişehir Eti Arkeoloji Müzesi*, <http://www.muze.gov.tr/tr/muzeler/eskisehir-eti-arkeoloji-muzesi>, (Erişim Tarihi: 20.04.2017).
- Odunpazarı Belediyesi. (2017). *Kurşunlu Külliyesi*, http://www.odunpazari.bel.tr/odunpazaribelediyesi-9-kursunlu_kulliyesi, (Erişim Tarihi: 20.04.2017).

- T.C. Kalkınma Bakanlığı. (2014). *2015-2019 Dönemi Eskişehir Büyükşehir Belediyesi Stratejik Planı*, <http://www.sp.gov.tr/tr/stratejik-plan/s/1253/Eskisehir+Buyuksehir+Belediyesi+2015-2019>, (Erişim Tarihi: 20.04.2017).
- TMO. (2017). *Eskişehir'in Tarihi ve Turistik Yerleri*, <http://www.tmo.gov.tr/upload/images/subeharita/kultur/eskisehir.pdf>, (Erişim Tarihi: 20.04.2017).
- Tülomsaş. (2017). *Tarihçe*, <https://www.tulomsas.com.tr/tulomsas-kurumsal/2/>, (Erişim Tarihi: 02.02.2018).
- Türkiye Kültür Portalı. (2014). *Kurşunlu Camii ve Külliyesi*, <https://www.kulturportali.gov.tr/turkiye/eskisehir/gezilecekyer/kursunlu-camii-ve-kulliyesi>, (Erişim Tarihi: 20.04.2017).

ÖRGÜTSEL BAĞLILIK VE TÜKENMİŞLİK SENDROMU İLİŞKİLERİ: ÇAĞRI MERKEZİ ÇALIŞANLARINA YÖNELİK NİTEL BİR ARAŞTIRMA

Dr. Öğr. Üyesi Süleyman AĞRAŞ*

Düzce Üniversitesi, Akçakoca Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu
suleyman.agras@duzce.edu.tr

Emre GENÇ

Düzce Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Toplam Kalite Yönetimi Anabilim Dalı
genc.mre@gmail.com

ÖZ

Bu araştırmanın amacı, örgütsel bağlılık ve tükenmişlik sendromunu anlamak, çalışanların örgütsel bağlılık düzeylerinin tükenmişlik sendromu ile arasında anlamlı bir ilişkinin olup olmadığını analiz etmektir. Bu amaçla nitel bir araştırma tasarlanmış ve Düzce’de bulunan bir çağrı merkezindeki takım liderlerinin örgütsel bağlılık ve tükenmişlik sendromu ile ilgili görüşlerine başvurulmuştur. Veriler, örgütsel bağlılık ve tükenmişlik sendromu ile ilişkilendirilen soruları içeren 9 soruluk bir görüşme formu ile toplanmıştır ve betimsel analiz tekniği ile analiz edilmiştir. Ulaşılan bulgular, takım liderlerinin duygusal ve normatif bağlılığının düşük, devam bağlılıklarının ise yüksek olduğunu göstermiştir. Bununla birlikte takım liderlerinin tükenmişlik sendromunu belirli konularda yaşadıkları ancak, kariyer planları, üst yöneticilerle pozitif ilişkileri, kişilik özelliklerinin bağlılıklarını arttırdığı ve tükenmişlik seviyelerini azalttığı tespit edilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Örgütsel Bağlılık, Tükenmişlik Sendromu, Çağrı Merkezi.

THE RELATIONS OF ORGANIZATIONAL COMMITMENT AND BURNOUT: A QUALITATIVE RESEARCH ON A CALL CENTER EMPLOYEE

ABSTRACT

The aim of this research is to understand organizational commitment and burnout to analyze whether organizational commitment levels of employees are significantly related to burnout or not. For this purpose, a qualitative research was designed and the perspective of the team leaders in a call center in Düzce were consulted about organizational commitment and burnout. The data were collected with a 9-question interview form containing questions related to organizational commitment and burnout and analyzed with descriptive analysis technique. Findings have shown that the emotional and normative commitment of team leaders is low and their continuing commitment is high. However, it has been found that team leaders have experienced burnout on certain issues, but it has been found that they have a career plan, a positive relationship with superiors, a loyalty to personality traits, and a decrease in burnout.

Keywords: Organizational Commitment, Burnout, Call Center.

1.Giriş

Günümüzde işletmelerin müşterileriyle yakın olma ve sundukları ürün ve hizmetlerle ilgili yaşadıkları sorunları hızla çözmek üzere kullandıkları en etkili araçlardan biri 7/24 hizmet veren çağrı merkezleridir. Ancak bu aracın etkin kullanımı çağrı merkezi çalışanlarının moral, motivasyon, genel ruh hali ve performansları ile yakından ilgilidir. Çağrı merkezi çalışanlarının iyi bir psikolojik atmosferde çalışmaları, çalıştıkları organizasyona bağlılıklarını hissetmeleri ve tükenmişlik duygusu içinde olmaları onlardan beklenen performansı ortaya koymalarında oldukça önemlidir.

Örgütsel bağlılık, beş nedenden dolayı örgütler için yaşamsal bir konu haline gelmiştir. Bu kavram; ilk olarak işi bırakma, devamsızlık, geri çekilme ve iş arama faaliyetleri ile; ikinci olarak iş doyumu, işe sarılma, moral ve performans gibi tutumsal, duygusal ve bilişsel yapılarla; üçüncü olarak özerklik, sorumluluk, katılım, görev anlayışı gibi iş görenin işi ve rolüne ilişkin özelliklerle; dördüncü olarak yaş, cinsiyet, hizmet süresi ve eğitim gibi iş görenlerin kişisel özellikleriyle ve son olarak, bireylerin sahip olduğu örgütsel bağlılık kestiricilerini bilmeye yakından ilişkilidir (Balay, 2000: 1).

Çağrı merkezi çalışanlarının yoğun çalışma saatleri, sınırlı olan mola süreleri, uzun süre bilgisayar başında aynı şekilde oturup farklı ekranlardan bilgi kontrolü sağlamak, bekleyen müşteri sayısını, moladaki müşteri temsilcisi sayısını gözlemlemek vb. birçok etken ile birlikte mesai saatleri içerisinde kendine vakit ayıramayan bireyin iş sonrası da gün içerisindeki stres, yorgunluk, sorumluluktan dolayı yaşamış olduğu psikolojik durum kişinin hem çalışmış olduğu örgüte bağlılığını hem de tükenmişlik düzeyini etkilemektedir.

Bu çalışma, günümüzde hizmet sektöründe anahtar birim oluşumuna örnek gösterilecek çağrı merkezlerinde çalışan müşteri temsilcilerinin tükenmişlik düzeylerine etki eden unsurları incelemek amacıyla hazırlanmıştır. Çalışmada örgütsel bağlılık farklılıklarının tükenmişlik sendromunu nasıl etkilediği ele alınmış ve örneklerle açıklanarak, anlamlı bilimsel veri oluşturmak ve literatüre katkı sağlamak amaçlanmıştır.

Literatürde konu ile ilgili araştırmalar bulunmakla birlikte çağrı merkezlerine yönelik konuyla daha önce uygulamalı bir çalışma yapılmadığı tespit edilmiştir. Bu nedenle söz konusu alanda uygulamalı bir çalışmanın yapılması uygun görülmüştür. Elde edilen bulgular sonucunda çalışanların bağlılığına etki eden birçok faktör olduğu başta demografik özellikler, çalışanın statüsü gibi çeşitli faktörlerin tükenmişlik sendromunu etkileyeceği öngörülmektedir. Buna bağlı olarak araştırma sonucunda çağrı merkezi çalışanlarının

tükenmişlik ile örgütsel bağlılık düzeyleri arasında anlamlı bir ilişkinin olacağı beklenmektedir. Araştırma bulguları yapılan görüşmelerdeki verilerin analizi ile elde edilmesi planlanmaktadır.

2.Literatür İncelemesi

Literatür incelemesi kapsamında örgütsel bağlılık kavramı ve kapsamı, tükenmişlik sendromu ve kapsamı ile bu iki kavram arasındaki ilişkilere yer verilmiştir.

2.1.Örgütsel Bağlılık Kavramı ve Kapsamı

Örgütün yaşaması, iş görenlerin örgütten ayrılmamalarına bağlıdır. İş görenler örgüte ne derece bağlıysa örgüt de o derece güçlenir. Örgüt, yaşamını devam ettirmek için iş görenlerin örgütten ayrılmasını önlemeye çalışır (Ölçüm, 2004: 90). Bunu yaparken ücret arttırma, yükselme olanağı sağlama, özendiriciler sunma vb. yolları izler. Bununla birlikte her örgütün çalışanların bağlılığını arttırmada izlediği yol, yöntem araç ve stratejiler farklı olabilmektedir. Başaran (1982:241)'ın belirttiği gibi kimi örgütler iş görenin örgütten ayrılmasından pek etkilenmemekte, örgüte girmek için başvuranları çok olan bir örgüt iş göreni örgüte bağlamak için büyük çabaya gerek duymamaktadır.

Örgütsel bağlılık konusu ilk olarak Whyte (1956) tarafından ele alınmış, daha sonra gibi pek çok araştırmacı tarafından geliştirilmiştir. Örgütsel bağlılığın çeşitli yönleri çeşitli araştırmacılar tarafından ele alınmıştır. 1956 yılından beri süre gelen araştırmalar, bağlılık konusunda çok sayıda ve birbirinden farklı kavramın bulunduğunu ortaya koymaktadır (Gül, 2005:37). Örgütsel bağlılık konusunda yapılan tanımlarda ortak noktalar bulunsa da birçok yazar tarafından farklı tanımlar yapılmıştır.

Çekmecelioğlu'na (2006:155) göre örgütsel bağlılık, iş görenlerin örgüte karşı hissettikleri psikolojik bağlılıktır. Bağlılık, işe duyulan ilgi, sadakat ve örgütsel değerlere karşı duyulan güçlü inançtan kaynaklanmaktadır. Örgütsel bağlılık genel olarak işe katılma, sadakat ve örgüt değerlerine olan inanç da dâhil olmak üzere bireyin örgüte olan psikolojik bağlılığını ifade eder (Ölçüm, 2004: 90). Bir başka tanıma göre bağlılık, birey ve örgüt arasında algılanan uyumun bir fonksiyonudur (Çöl, 2004).

Örgütsel bağlılık, bireyin kimliğini örgüte sağlayan veya ilişkilendiren örgüte doğru bir tutum ve yönelimi, sosyal aktörlerin enerjilerini sosyal sistemlere verme isteği; kişilik sistemlerinin sosyal ilişkilere bağlılığı, zaman içerisinde, birey- örgüt etkileşimleri ve yatırımlar veya yan faydalardaki değişimler sonucu ortaya çıkan yapısal bir görüngü, örgütün

amaçları ile bireyin amaçlarının artan bir biçimde bütünleştiği ve benzer olduğu bir süreç, bireyin bir bütün olarak sistemle ilişkisinin doğası şeklinde tanımlanmıştır(Çırpan, 1999:55). Örgütsel bağlılıkla ilgili literatür, araştırmacıların, büyük ölçüde bireylerin bağlılık niteliği, kişinin örgütsel amaç ve çıkarları koruma isteği, örgüte dönük belli davranışsal gerekleri yerine getirme ve örgütle paylaşılan birlikteliğin daha çok psikolojik gücü üzerinde odaklandığını göstermektedir(Balay, 2000).

Araştırmalardan elde edilen sonuçlara göre örgütsel bağlılığı oluşturan boyutlar aşağıdaki şekilde sınıflandırılmıştır. Bu sınıflandırma Allen ve Meyer'in (1990) ortaya koyduğu üç unsurlu örgüte bağlılık modelidir (Allen ve Meyer, 1990: 3):

- Duygusal bağlılık (Affective Component-Ac)
- Devam bağlılığı (Continuance Commitment-Cc)
- Normatif bağlılık (Normative Component-Nc)

Duygusal, devam ve normatif bağlılık değişen derecelerde psikolojik durumlarının her birini deneyimleyen çalışanlar tarafından bağlılık tiplerinden daha çok ayırt edici biçimde örgütsel bağlılığın boyutları olarak göz önüne alınmaktadır (Wasti,2003: 303).

Duygusal Bağlılık: Duygusal bağlılıkta, çalışanlar, kendilerini örgütün bir parçası olarak görmekte ve gereksinim duydukları için değil kendi istekleriyle örgütte kalmaya devam etmektedirler (Gültekin,2008: 20). İş görenlerin, örgütlerine karşı duygusal anlamda yakınlık duyup, onunla özdeşleşmelerini sağlamalarıdır. Örgütlerine karşı bu şekilde bağlı olan iş görenler, örgütün değerlerini, amaç ve hedeflerini içselleştirerek, onun varlığını sürdürmesi ve bu amaç ve hedeflere ulaşabilmesi için çaba gösterir ve örgütün bir parçası olarak kalmayı arzu etmektedirler. Allen ve Meyer (1990), bu bağlılık türünü, kişinin kendisini örgütün bir parçası olarak görmesinden kaynaklandığı için çok önemli görmektedirler. Güçlü duygusal bağlılık, bireylerin örgütte kalma ve örgütün amaç ve değerlerini kabullenmesi olarak ifade edilmektedir (İnce ve Gül, 2005:40).

Devam Bağlılığı: Devam bağlılığı, çalışanların, örgütten ayrılmalarının kendilerine getireceği maliyeti ve olumsuzlukları dikkate alması, bir zorunluluk olarak devam etmeleridir. Çalışanların örgütlerine yaptıkları yatırımlar, bu bağlılıkta ön plana çıkmakta ve harcadığı emek, zaman ve çaba ile edindiği statü ve para gibi kazanımlarını örgütten ayrılması ile kaybedeceği düşüncesine dayanmaktadır (Obeng ve Ugboro, 2003:84). Lamsa ve Savolainen (1999:36) ise devam bağlılığını, “örgütten ayrılmanın maliyetinin yüksek olacağını

düşünülmesi nedeniyle örgüt üyeliğinin sürdürülmesi durumu” olarak tanımlanmaktadır. Devam bağlılığı, çalışanın örgütte kalmaya devam etme isteğini, örgütteki yatırımlarının toplamını, örgütü terk ettiğinde kaybedeceklerini ve karşılaştırılabilir alternatiflerin sınırlı olmasını değerlendirmesi yoluyla ortaya çıkmaktadır (Yıldırım, 2002:57). Devam bağlılığı çerçevesinde yapılan çalışmalarda, devam bağlılığının yaş, örgütsel hizmet süresi, yükselme olanakları, ödemedi sağlanan doyum, örgütten ayrılma isteği, iş devri, evlilik kavramları ile ilişkili olduğu ortaya çıkmıştır. Devam bağlılığını etkilediği düşünülen bir diğer unsur da çalışanın sahip olduğu iş alternatifleridir. Farklı ve çok sayıda iş alternatifine sahip olduklarını düşünen çalışanlar, az alternatife sahip olduğunu düşünen çalışanlardan daha düşük düzeyde devam bağlılığına sahiptir (Çakar ve Ceylan, 2005:56).

Normatif Bağlılık: Bu bağlılık türünde çalışanlar, işverenlerine karşı mecbur olduklarını düşünürler. Bir minnettarlık duygusu sonucu örgütte kalırlar. Bunun temel nedeni, işverenlerin onları gerçekten çok ihtiyaçları olduğu bir zamanda işe alması ya da işverenleriyle kalmalarının en doğru şey olacağı yolunda değer yargılarına sahip olmasıdır. Bu durumdaki çalışanlar, örgütün kendilerine iyi davrandığını ve bundan dolayı da kendilerinin örgütte bir süre çalışmalarının örgüte karşı borçları olduğu kanısındadırlar (Ölçüm Çetin, 2004: 96). Normatif bağlılık, bireyin hem örgütte giriş öncesindeki hem de giriş sonrasındaki yaşantılarından etkilenmektedir. Dolayısıyla çalışanların sahip oldukları örgütsel bağlılık normlarını da etkilemektedir. Çalışanların normatif bağlılıkları üzerinde iyi tanımlanmış bir görevin işe girmeden önce, yani başlangıçta kabul edilmesi anlamını taşıyan psikolojik sözleşmenin önemli etkileri bulunmaktadır (İnce ve Gül, 2005:92). Normatif bağlılık, bireyin örgütte çalışmayı kendisi için bir görev olarak görmesi ve örgütüne bağlılık göstermesinin doğru olduğunu düşünmesi yönüyle duygusal bağlılıktan; örgütten ayrılma sonucunda ortaya çıkacak kayıplardan etkilenmediği için de devam bağlılığından farklılaşmaktadır(Wasti, 2000:201-202).

Bu üç bağlılık unsuru, çalışanları bir örgüte bağlayan ve onların ayrılma ya da kalma kararlarını etkileyen bir psikolojik durumu yansıtır (Obeng ve Ugboro, 2003:84). Bu üç bağlılık türü özetlenecek olunursa, “arzu” (duygusal), “ihtiyaç” (süreklilik) ve “yükümlülük” (normatif) ekseninde değerlendirilmektedir (Meyer ve Allen, 1991:61). Örgütsel bağlılığı etkileyen ve belirleyen çeşitli faktörler vardır. Çetin (2004:99)’e göre İşgörenlerin örgüte bağlılığını etkileyen faktörler şu şekilde sıralanabilir:

- Yaş, cinsiyet ve deneyim,

- Örgütsel adalet, güven, iş tatmini,
- Rol belirliliği, rol çatışması,
- Yapılan işin önemi, alınan destek,
- Karar alma sürecine katılım, işin içinde yer alma,
- İş güvenliği, tanınma, yabancılaşma,
- Medeni durum, ücret dışında sağlanan haklar,
- Çaresizlik, iş saatleri, ödüller, rutinlik,
- Terfi olanakları, ücret, diğer iş görenler ve
- Liderlik davranışları, dışarıdaki iş olanakları, iş görenlere gösterilen ilgi.

Örgütsel bağlılığı yüksek olan çalışanların, bağlılığı olmayan çalışanlara göre, örgüte ve üretime katılımları da yüksek olmakta ve örgüt içerisinde daha iyi bir performans gösterdikleri görülmektedir. Ayrıca örgütsel bağlılığı yüksek olan çalışanlar, işletmenin diğer üyeleri ile iyi ilişkiler kurmakta ve işte tatmin düzeyleri daha yüksek olmaktadır. Bu nedenle, çalışanların örgütsel bağlılığını tespit edebilmek, organizasyonlar için oldukça önemlidir (Yalçın ve İplik, 2005: 396). Genellikle örgütsel bağlılığın yüksek seviyesindeki örgüte yönelik pozitif davranışlar, örgütsel verimliliği sağlayan uygun davranışlar olarak kabul edilmektedir. Örneğin, örgütsel bağlılığın yüksek seviyesinin, düşük iş gücü devri, daha az işe geç kalma, düşük devamsızlık oranı ve yüksek iş performansı ile ilgili olduğuna inanılmaktadır (Randal vd., 1990). İş tatmini, motivasyon, kararlara katılma ve örgütte kalma arzusu bağlılıkla olumlu yönde; iş değiştirme ve devamsızlık ise bağlılıkla olumsuz yönde ilişkili bulunan en önemli davranışsal sonuçlardır (Becker vd., 1996:464-466; İnce ve Gül, 2005:94 ; Wiener, 1982:419).

Yüksek bağlılık düzeyinin birey açısından olumlu sonuçları davranışın örgütçe ödüllendirilmesi, bireyin iş yapma tutkusu; olumsuz sonuçları ise bireysel gelişme, yenilikçilik, yenileşme ve hareketlilik fırsatlarının boğulması; değişmeye karşı direnç, sosyal ilişkilerde gerilim, arkadaş dayanışması yoksunluğu, iş dışı örgütler için sınırlı zaman ve enerji olabilir. Örgüt için ise olumlu sonuçlar güvenli ve dengeli işgücü, yüksek düzeyde görev yarışı ve performans, örgütsel amaçların karşılanabilmesi şeklinde ifade edilirken; olumsuz sonuçlar insan kaynaklarının yerinde kullanılmaması, örgütsel esneklik, yenileşme

ve uyum yoksunluğudur (Balay, 2000, 93). Buna karşılık örgütsel bağlılığın sonucunu konu alan çalışmalarda performans, devamsızlık, işe geç kalma, iş gücü devir oranı, işten ayrılma niyeti ve örgütsel stres ile ilişkilendirilerek açıklanmıştır. Performansla örgütsel bağlılık arasında Mowday ve diğ., (1982) zayıf bir ilişkiden söz ederken Mathieu ve Zajac (1990) bu iki kavramın ilişkili olduğunu bulmuşlardır. Bunun yanında Angle ve Perry (1981), Marsh ve Mannari (1977), Mathieu ve Zajac (1990) ile Mowday ve arkadaşları (1982) gibi birçok araştırmacı örgütsel bağlılıkla gecikme, devamsızlık ve iş devir hızı arasında negatif bir ilişkinin olduğunu belirtmişlerdir.

Örgütsel bağlılığın azalmasında etkili olan bir husus da çalışanların tükenmişlik sendromu yaşamalarıdır. Bu noktada tükenmişlik sendromu ile ilgili kavramsal çerçevesinin açıklanmasında yarar bulunmaktadır.

2.2. Tükenmişlik Sendromu Kavramı ve Kapsamı

Modern zamanların önemli kavramlarından biri olarak bilinen tükenmişlik (burnout), ilk olarak 1970'lerde ABD'de, müşteri hizmetlerinde çalışan insanların yaşadığı mesleki bunalımı ifade etmek amacıyla kullanılmıştır (Maslach, Wlmar, Schaufeli & Leiter, 2001). Tükenmişlik kavramı ilk kez, psikolog Herbert Freudenberger' in örgütsel stres üzerinde yaptığı çalışmalarda ortaya çıkmıştır. Freudenberger (1974) tükenmişliği; enerji, güç veya kaynaklar üzerinde aşırı istekler ve taleplerden dolayı tükenmeye başlamak olarak tanımlamıştır. Daha sonra Maslach ve Jackson, (1981) yılında konuyu yeniden ele almış, tükenmişliğin en çok kabul gören modelini geliştirmiş ve tükenmişliği, duygusal tükenme, duyarsızlaşmada artış ve kişisel başarı duygusunda azalma olarak tanımlamıştır (Maslach ve Jackson, 1981:102). Uzun dönemli iş stresinin tükenmişliğe yol açtığını söyleyen Maslach tükenmişliği "profesyonel bir kişinin mesleğinin özgün anlamı ve amacından kopması, hizmet verdiği insanlar ile artık gerçekten ilgilenemiyor olması" biçiminde tanımlamıştır (Maslach, 1976:200). Tükenmişlik sendromu için en ayrıntılı ve yaygın olan tanımlamayı Maslach (1976) yapmıştır. Maslach'ın (1976) tanımında tükenmişlik, işe bağlı tutum ve davranışlardaki değişikliklerle kendini gösteren, duygusal tükenmişlik, duyarsızlaşma ve azalmış başarı duygusu olmak üzere üç boyuta sahip olmasının yanında, fiziksel tükenme, kronik yorgunluk, çaresizlik ve ümitsizlik, negatif bir benlik duygusunun gelişmesi ile iş, yaşam ve insanlara yönelik olumsuz tutumlarla belirginleşen, fiziksel, duygusal ve zihinsel bir tükenme sendromudur (Çapri, 2006:63). Maslach'ın (1976) tükenmişlik tanımında

tükenmişlik üç bileşen etrafında ele alınmıştır. Bu boyutlar; duygusal tükenme, duyarsızlaşma ve kişisel başarı düzeyidir (Koçak, 2009, s.67). Bileşenler şu şekilde ifade edilir;

Duygusal Tükenme: Tükenmişlik sendromu üç bileşenden oluşsa da duygusal tükenme en merkezi bileşendir (Kroon, 2009, s.511). Duygusal tükenme, çalışanların kendilerini yorgun ve duygusal yönden çok yıpranmış hissetmelerini ifade eder. Enerji eksikliği ve bireyin duygusal kaynaklarının bittiği hissine kapılmasıyla ortaya çıkar ve kişilerde eskisi kadar verimli, sorumlu olmama hissi uyandırır. Tükenmişliğin bu boyutu, kişinin duygusal kaynaklarının bitmesi ve enerji eksikliği hissetmesi biçiminde de nitelendirilmektedir. Bu duygusal yorgunluk, düş kırıklığı ve gerginlik duygularıyla aynı anda var olabilmektedir. Çalışanlar, geçmişte olduğu kadar kendilerini işe veremediklerini ya da müşterilere karşı yeterince sorumlu olamadıklarını düşünebilmektedir. Ertesi gün tekrar işe gitme beklentisi, çalışanların endişe ve korkuya kapılmalarına neden olmaktadır (Cordes ve Daugherty, 1993:623; Maslach ve Goldberg, 1998: 64). Duygusal tükenmişlikte bireyin artık duygusal anlamda birçok duyguya kayıtsız kaldığı gözlenmektedir.

Duyarsızlaşma: Tükenmişliğin kişiler arası boyutu olarak nitelendirilen duyarsızlaşma müşterilere karşı olumsuz tutum ve işe karşı tepkisizleşmeyi belirtmektedir. Çalışanın duygudan yoksun bir biçimde; katı, soğuk ve ilgisiz davranışlar göstermesi şeklinde tanımlanmaktadır (Maslach ve Jackson, 1981:99; Maslach ve Goldberg, 1998:64; Tsigilis, Koustelios ve Togia, 2004:668). Duyarsızlaşma yaşayan çalışan, kendisini diğer insanların sorunlarını çözmeye güçsüz hissetmekte ve duyarsızlaşmayı bir kaçış yolu olarak kullanmaktadır. İşin yapılabilmesi için gerekli olan insanlarla ilişkilerini en alt seviyeye indirmekte ve hizmet verdikleri kişilere karşı uzaklaşmaktadır. Bu durum neticesinde duyarsızlaşan birey, diğer insanların gereksinmelerine ve duygularına aldırış etmeyen bir tutum sergilemekte ve diğerleriyle kendi arasında duygusal bir tampon oluşturmaktadır. Kişinin diğer insanlardan kendini uzaklaştırması duygusal tükenmişliğe karşı bir tepki ve kendini koruma yoludur. Bu durumdaki çalışan hizmet sunduğu kişilere, insandan ziyade birer nesneymiş gibi davranmaktadır. Duyarsızlaşma yaşayan çalışan, kendi başına buyruk ve duygusuz davranışlar gösterebilmekte ve birlikte çalıştıkları iş arkadaşlarına, hizmet verdikleri kişilere ve örgüte karşı olumsuz tutum sergileyebilmektedir. Duyarsızlaşma belirtileri; karşısındakilerle uygunsuz ve özet bir dil kullanımı (sorulan soruya kısa cevap vermek), kaba ve aşağılayıcı davranışlar sergileme, rica ve talepleri göz ardı etme, meslek hayatını katı bir şekilde kategorize etme, iş arkadaşlarıyla uzun sohbetlerden kaçınma gibi belirtileri içermektedir (Cordes ve Daugherty, 1993:623).

Kişisel Başarı Düzeyi: Çalışanın işiyle ilgili kendisini olumsuz değerlendirmesi, diğer bir deyişle kendisini işinde yetersiz ve başarısız hissetmesi olarak tanımlanmaktadır (Maslach ve Jackson, 1981:99). Birey, mesleki yeteneklerinde ve işi gereği karşılaştığı kişilerle etkileşimlerinde azalma yaşamaktadır. Bu durumda sıklıkla ilerleme eksikliği ve kötüye gitme hissi oluşmaktadır. İşinde ilerleme kaydedemediğini hatta gerilediğini düşünen birey kendini suçlu hissetmektedir. Kişinin kendisiyle ilgili geliştirdiği olumsuz düşünceler; suçluluk ve başarısızlık gibi duygular kendine olan saygısının azalmasına ve depresyona girmesine neden olabilmektedir. Tükenmişliğin bu boyutu bazı kaynaklarda kişisel başarısızlık biçiminde de adlandırılmaktadır (Cordes ve Daugherty, 1993:624). Düşük kişisel başarı en genel haliyle kişinin kendisini olumsuz değerlendirmesini ifade etmektedir ve tükenmişliğin öz değerlendirme boyutunu yansıtmaktadır (Maslach ve Goldberg, 1998:64). Tablo 1’de tükenmişlik sendromuna yol açan faktörler özetlenmiştir.

Tablo 1: Tükenmişliğe Etki Eden Faktörler

Faktörler	Açılımı
Bireysel Faktörler	Demografik Değişkenler Yaş, cinsiyet, medeni durum ve eğitim düzeyinin tükenmişliğin güçlü yordayıcıları olduğu belirtilmiştir.
	Kişilik Özellikleri: Dış kontrol odaklı kişilerde iç kontrol odaklılara göre tükenmişlik düzeyi daha yüksektir. Nevrotik kişilerin duygu durumu değişkendir, psikolojik sorunlara eğilimlidirler ve tükenmişlik yaşama eğilimleri daha yüksektir
	İşe Yönelik Tutumlar: Gerçekçi olmayan aşırı beklentilerin kişiyi daha fazla çalışmaya yönelteceği, kişinin yorulacağı; beklenti geliştirilen sonuçlara ulaşamamanın da tükenmişliğe yol açabileceği belirtilmiştir.

Örgütsel Faktörler	<p>İş Yükü: Aşırı iş yükü ve dinlenme zamanlarının az oluşu</p> <p>Kontrol: Kontrol konusundaki çalışan ve iş uyumsuzluğu</p> <p>Ödüller: Örgüt veya yönetim tarafından takdir edilmesi, ödüllendirilmesi</p> <p>Aidiyet: Birey ile iş arasındaki aidiyet uyumu, bireylerin sürekli destekleyici ilişkiler içerisinde olması</p> <p>Adalet: çalışanın örgüt içinde adaletsizlik hissettiği zaman duygusal olarak tükenir, adaletsiz ortam çalışanın iş ve örgüte karşı duyarsızlaşmasına neden olur.</p> <p>Değerler: Benimsenmeyen değerler çalışan açısından memnuniyetsiz ve manevi tatmin sağlamayan bir iş ortamı anlamına gelir.</p>
Çevresel Faktörler	Örgütlerde kişiler arası ilişkilerin sıklığı ve yoğunluğu

Kaynak: Capel, 1991, Maslach ve diğ., 2001, Sağlam, 2013 ve. Budak – Sürgevil, 2005'ten uyarlanmıştır.

Tablo 1’de özetlenen faktörlerden ortaya çıkan tükenmişlik sendromu örgütlerde bazı sonuçlara yol açmaktadır. Genel olarak tükenmişliğin sonuçları, işi savsaklama, işi aksatma, çalışılan ortamdaki işin fazlalığından dolayı ortamdaki uzaklaşma eğilimi, çalma ve hırsızlık eğilimleri, işe zaman zaman izinsiz gelmeme, evraklarla ilgili sahtekârlık, azalmış verim, düşük performans, eş ve aile bireylerinden uzaklaşma, insan ilişkilerinde bozulma, düşük iş performansı, iş doyumsuzluğu, örgütsel bağlılıkta azalma, şikâyet sayılarındaki artış, sağlık problemleri, ani öfke, paranoya, cilt hastalıkları, nefes almada güçlük, psikolojik sorunlar, depresyon, işe karşı gittikçe büyüyen hoşnutsuzluk, başka iş alanlarına transfer olma isteği, iş gücü devrinde yükselme şeklinde sıralamak mümkündür(Sürgevil, 2006).Tükenmişlik örgütler açısından son derece önemli ve köklü değişikliklere sebep olmaktadır (Ersoy ve Utku, 2005: 45).

Tükenmişlik tek başına onu yaşayana zarar getiren bir olgu değil, aynı zamanda bireyin etrafındaki her şeyi ve herkesi yıkıma uğratabilen bir olgudur (Sürgevil, 2014: 138). Tükenmişlik kişisel ve örgütsel sonuçları olan bir kavram olarak karşımıza gelmektedir (Arı ve Bal, 2008: 141; Onay ve Kılıcı, 2011: 365; Kırcan, 2014: 36).

2.3.Örgütsel Bağlılığın Tükenmişlik Sendromu İle İlişkisi

Çalışan tükenmişliği ve örgütsel bağlılık, örgütsel davranış ve insan kaynakları yönetimi araştırmacılarının ilgisini çeken önemli konular arasında yer almaktadır. Örgütsel

bağlılık ve tükenmişliğin öncülleri ve çıktıkları benzerdir (Kun ve Hailong, 2011). Ancak aralarındaki ters ilişki nedeniyle öncüller birini negatif yönde etkilerken diğeri pozitif yönde etkilemektedir. Çıktılar ise birisi tarafından pozitif yönde etkilenirken diğeri tarafından negatif yönde etkilenmektedir. İş tatmini bağlılığın öncülleri arasında yer almaktadır (Güleryüz, 2008: 1632). İş, çalışanın bireysel istek ve ihtiyaçlarını karşılayabildiği oranda onu tatmin etmekte ve bağlılığa yol açmaktadır (Demirel, 2009:118). İş tatminsizliği ise tükenmişliğin öncüllerindendir. Yapılan araştırmalarda iş tatmini ile tükenmişlik arasında güçlü ve negatif ilişki bulunmuştur.

Örgütlerde zorunlu olarak kalanlarda (devam bağlılığı) ortaya çıkan devamsızlık (Izgar, 2003) örgütsel bağlılığın düşük olduğunun önemli göstergesi olarak görülmektedir. Bunun yanı sıra verimlilik çıktı olarak nitelendirildiğinde verimlilik tükenmişlikle negatif ilişkiliyken bağlılıkla pozitif ilişkilidir (Yeniçeri ve diğ., 2009: 87). Gerilim, fiziksel ve zihinsel hastalıklarla sonuçlanarak hizmetin genel kalitesini düşürdüğü gibi hizmet veren ve alan arasındaki ilişkide zayıflayabilmektedir (Balay, 2000:49). Tükenmişlik sendromu yaşayan insanlarda iş yapmak için daha az istek, örgütsel amaçları benimsemekte ve gerçekleştirmekte zorlanma ve işten çekilme eğilimlerinde yükselme olacak yani bağlılıkları zayıflayacaktır (Leiter ve Maslach, 1988: 298). Çeşitli bağlılık derecelerine sahip çalışanların stres düzeylerinin incelendiği bir araştırmada bağlılığın stresi azaltıcı etkisi olduğu gözlenmiştir (Kun ve Hailong, 2011).

Bununla birlikte örgütsel bağlılık, bireye istikrar ve aidiyet duygusu sağlamakta ve bu durum stresli çalışma koşullarının etkisini azaltmaktadır (Koç, 2009:203). Konuyla ilgili bir araştırma düşük örgütsel bağlılığın ve işi bırakma niyetini güçlü olarak dile getirmenin tükenmişlikle yüksek düzeyde ve pozitif ilişkili olduğu saptanmıştır (İlgün, 2010:33). Tulunay (2010:126), tükenmişlik ile örgütsel bağlılık ve örgütsel iletişim arasındaki ilişkiyi irdelediği çalışmada öğretmenlerin tükenmişlik düzeyleri artarken, örgütsel bağlılık düzeylerinin paralel olarak azaldığını ve örgütsel iletişimin zayıfladığını tespit etmiştir.

Günümüzde işletmelerin müşterilerine etkin bir şekilde ulaşabilmek amacıyla çağrı merkezlerini yoğun bir şekilde kullandıkları görülmektedir. Çağrı merkezleri, müşteri problem ve şikâyetlerini çabuk çözerek, müşteriyi tanıyarak, sorularını cevaplandırarak, günün 24 saati, haftanın 7 günü, yılın 365 günü ulaşılabilen; müşteri ilişkileri kurmaya, sürdürmeye ve yönetmeye imkân sağlayan iş birimleridir. Özünde işletmelerin müşterilerine en kısa yoldan ulaşma, sorunlarını çözme veya onlara yönelik satış ve pazarlama

faaliyetlerinde daha etkin olma hedefine dayanmaktadır. Özellikle çalışma şekilleri ile çalışma/örgütsel psikolojisi yazınında son yıllarda yoğun bir şekilde gündeme gelen çağrı merkezlerinde yapılan işin monoton olması, iş yükünün fazla olması, çalışanın işte üstünlük kullanamaması ve yoğun stresli olması temel eleştiriler arasındadır.

Bu alanda yapılan çalışmaların üzerinde ittifak ettiği nokta, çağrı merkezlerinde yapılan pek çok işin herhangi bir vasıf gerektirmeyen işlerden oluştuğu yönündedir, bunun yanında kimi yazarlara göre (Knights ve McCabe, 1998) çağrı merkezi işleri “Taylorizm”in gelişmiş modeli olarak tanımlanmaktadır. Bazı akademisyenler yoğun baskı altındaki bu çalışmayı, “ileri aşamalı Taylorizm” olarak ele almaktadırlar (Taylor ve Bain, 1999). Çağrı merkezi çalışmaları, aşırı işbölümü özelliği, düşük vasıf gerektirmesi, basit iş olması ve sınırlı iş talebine dayalı olması gibi özellikleri ile Taylorizme benzetilmektedir (Grebner, 2003: 342). Günde kaç kişi ile görüşme yapacağı, bir kişiye en fazla ne kadar zaman ayırabileceği gibi ayrıntılar çalışana bildirilmekte ve denetlenmektedir, yani birey her dakika gözetim altında tutulmaktadır.

Çağrı merkezlerinde gerçekleştirilen araştırmalarda, çağrı merkezi çalışmasının stresli bir iş olduğu saptanmıştır (Taylor ve Bain, 1999; Wallece, ve diğ., , 2000). Bu araştırmada çağrı merkezleri müşteri temsilcilerinin Taylorizm’in gelişmiş modelin de iş görmeler, mola sürelerinin sınırlılığı, mesai saatleri, çağrı karşılama arasındaki kısa dinlenme süreleri, iç müşteri tarafından belirlenen cümlelerle ve sınırlamalarla müşteri memnuniyeti için çalışmalarının etkisi ile kişinin örgüte bağlılığı, yaşamış olduğu bu makineleşme durumundan doğan tükenmişlik düzeyi incelenmiştir.

3.Araştırma Yöntemi

Bu araştırma nitel araştırma yöntemi kullanılmıştır. Nitel araştırma gözlem, görüşme ve doküman analizi gibi nitel veri toplama yöntemlerinin kullanıldığı algı ve olayların doğal ortamına bağlı olarak gerçekçi ve bütüncül şekilde ortaya konmasına yönelik nitel sürecin izlendiği araştırma olarak tanımlanır (Yıldırım, 2010). Araştırmada veri toplama aracı olarak görüşme tekniği kullanılmıştır. Görüşme tekniği içerisinde yarı yapılandırılmış görüşme tekniği tercih edilmiştir. Görüşme tekniği araştırmacı ile araştırmacının öznesi konumunda yer alan kişi arasında geçen kontrollü ve amaçlı sözel olan bir iletişim biçimidir (Türnüklü, 2000). Yarı yapılandırılmış görüşme ise araştırmacı önceden sormayı planladığı soruları hazırlar. Buna karşın araştırmacı görüşme anında akışı etkileyebilir ve kişinin yanıtlarını ayrıntılandırmasını sağlayabilir (Develioğlu, 2014).

Araştırma evreni olarak Düzce’de faaliyet gösteren bir çağrı merkezi tercih edilmiştir. Görüşmelerde örgütsel bağlılık ve tükenmişlik sendromu ile ilgili olarak çağrı merkezindeki 10 takım liderinin konuya ilişkin bakış açıları literatür incelemesine dayanılarak aşağıdaki konular çerçevesinde ele alınmıştır.

- Devam Bağlılığı
- Duygusal Bağlılık
- Normatif Bağlılık
- Duygusal Tükenme
- Duyarsızlaşma
- Kişisel Başarı Düzeyi

Görüşme sorularına verilen yanıtlarla ilgili içerik analizi ve betimsel analiz uygulanmıştır. Betimsel analiz elde edilen verilerin önceden verilen temalara göre kategorize edilmiş halidir. Betimsel analiz için çerçeve oluşturma, tematik çerçeveye göre verilerin işlenmesi, bulguların tanımlanması ve yorumlanması şeklindedir (Üzümcü, 2016). Yapılan analiz ve değerlendirmelerle 10 takım liderinin örgütsel bağlılık ve tükenmişlik sendromuna ilişkin bakış açıları ele alınmıştır.

4. Bulgular

Bulgular kapsamında ilk olarak takım liderlerinin örgütsel bağlılık konusuna ilişkin bakış açılarına ve deneyimlerine ilişkin değerlendirmeleri betimlenmiştir.

4.1. Örgütsel Bağlılık ile İlgili Bulgular

Tablo 2’de takım liderlerinin, devam bağlılığı, normatif bağlılık ve duygusal bağlılık ile ilgili sorulara verdikleri yanıtlar özetlenmiştir.

Tablo 2: Örgütsel Bağlılıkla İlgili Bulgular

ÖRGÜTSEL BAĞLILIK	GÖRÜŞME SORULARINA VERİLEN CEVAPLAR
DEVAM BAĞLILIĞI / Bu firmada çalışmaya devam etmek sizin için bir istek mi yoksa gereklilik midir?	Şuanda kendimi geliştirebileceğim bir alan olduğunu düşündüğümden bu firmada çalışmada istekliyim.
	Mezuniyet durumum, evli olmam ve alışmışlıktan dolayı burada çalışmak benim için bir gereklilik.
	Hem istek hem gerekliliktir. Kişisel borçlarımdan dolayı gereklilik, yaşadığım yerde daha iyi bir iş olanağı olmadığı için de istek.
	Hem yaş hem okul hem medeni durumumdan dolayı benim için bir gereklilik halini aldı.
	Kredi borçlarım ve yaşadığım lokasyondaki iş azlığı sebebi ile gereklilik.

	Maddi olarak, statü olarak ve yaşadığım şehirde çalışabileceğim en iyi iş olduğunu düşündüğümünden gereklilik
	Maddi açıdan benim için bir gereklilik
DUYGUSAL BAĞLILIK / Çalıştığınız kurumda kendinizi " Ailenin bir parçası " gibi hissediyor musunuz?	Kendimi geliştirmeye çalıştığım için işimi iyi yapmaya çalışıyorum. Ancak ailenin bir parçası gibi hissetmiyorum.
	Burada çalışmak bir gerekliliktir. Bu yüzden kendimi aileden hissetmiyorum.
	İşimi iyi yapmam için kendimi ailenin bir parçası gibi hissetmeliyim.
	Operasyon kurulduğu gün itibariyle bu firmada çalıştığım için kendimi ailenin bir parçası gibi hissediyorum.
	Ailenin bir parçası gibi hissediyorum. Günün sonunda başardığım şeyleri görmek. Aileye kattıklarımı görmek beni mutlu ediyor.
	Maddi olarak bağlı olduğum bir iş. Dolayısı ile manevi olarak bir bağ hissetmiyorum.
NORMATİF BAĞLILIK / Yeni bir iş teklifi aldığınızda menfaatinize dahi olsa bu iş yerinden ayrılmayı doğru buluyor musunuz?	Normatif bağlılık ile ilgili sorulan soruya tüm katılımcılar " Evet " cevabı vermiştir.

Tablo 2’de örgütsel bağlılıkla ilgili devam bağlılığına verilen cevaplarda genel olarak kişilerin mezuniyet durumu, medeni hali, yaş gibi kriterlerden dolayı şirkete karşı devam bağlılıklarının olduğu saptanmıştır.

Duygusal bağlılıkla ilgili sorulan soruya verilen cevaplar sonucunda ise genel olarak şirkete veya bölüme karşı herhangi bir duygusal bağlılığın olmadığı saptanmıştır. Ancak birkaç katılımcı operasyonun ilk kurulduğu dönem itibari ile işin içinde olduğundan ve aynı zamanda işte başarıyı yakalamak adına aileye bağlı olmanın gerektiğini iletmışlerdir. Normatif bağlılık sorusuna ise tüm katılımcılar aynı cevabı vermişlerdir.

4.2. Tükenmişlikle İlgili Bulgular

Tablo 3’de takım liderlerinin tükenmişlik sendromu kapsamında duygusal tükenme, duyarsızlaşma ve kişisel başarı düzeyine ilişkin sorulara verdikleri yanıtlar özetlenmiştir.

Tablo 3: Tükenmişlikle İlgili Bulgular

TÜKENMİŞLİK	GÖRÜŞME SORULARINA VERİLEN CEVAPLAR
DUYGUSAL TÜKENME / Çalışmış olduğunuz firmada iş yükünüzün çok fazla olduğunu düşünüyor musunuz?	Aldığım maaşın iş yüküne karşılık geldiğini düşünüyorum.
	Hem finansal işlemler hem takım liderleri arasındaki iletişim hem çalışan sorunları hem anlaşılmalı olunan firmalar ile yapılan görüşmelerin iş yükünü fazlalaştırıyor.
	Birçok işi aynı anda yapmaya çalışmak hem fiziksel hem de ruhsal olarak yorgunluğa yol açıyor.
	Hem çağrı almak hem mail gönderimleri ile ilgilenmek çok yorucu
	Yaptığımız işin sektörel olarak çalışma şartlarının ağır olduğunu biliyorum. Bundan dolayı iş yükümün normal olduğunu düşünüyorum.
	Her takım liderinin farklı sorumlulukları var. Benim üzerimde olan çalışan shiftleri, her gün yaptığım raporlamalardan dolayı iş yükümün fazla olduğunu düşünüyorum
	İş yükümüz fazla ve genellikle haftada 1 gün iznimizin olması da

	psikolojik olarak epey yorucu.
DUYARSIZLAŞMA / İşinin insanlara karşı olan tavrınızı olumsuz etkilediğini düşünüyor musunuz?	İşim gereği hem müşteri hem de çalışanlara karşı sabırlı olmaktan ve tahammül sınırımın yükselmesinden dolayı insanlara karşı olan tavrımda bir olumsuzluk olmuyor.
	Ağırlıklı olarak zamanımın çoğunu iş yerinde geçirdiğimden ve yoğun çalışmaktan kişisel hayatımda insanların problemlerine karşı duyarsızım.
	İşteki gerginlik ve stres nedeni ile insanlara karşı tavrım da olumsuz oluyor.
	İşi işte bırakıp kişisel hayatıma normal seyrinde devam ediyorum.
	Ne kadar stresli ve gergin bir işte çalışsam da iş hayatımla sosyal hayatım arasındaki dengeyi kurabiliyorum
	İşte sürekli problem çözmeye odaklı olmaktan dolayı günlük hayatımda umursamaz oluyorum.
	Yöneticilerle aramdaki iletişim kopukluğu işime yansıyor. Bu da günlük hayatıma yansıyor.
KİŞİSEL BAŞARI DÜZEYİ / Çalışanlarınızın sorunlarına karşı en uygun çözüm yolunu bulduğunuzu düşünüyor musunuz?	Müşteri memnuniyet merkezinde çalışmak bir şekilde problem çözmeye becerisini geliştirdiğinden çalışan sorunlarına da uygun çözümler bulabiliyorum.
	İş yüküm çok fazla olduğu için çalışan sorunlarına çok fazla zamana ayıramıyorum.
	Her ne kadar yoğun çalışsam da çalışan sorunlarına vakit ayırıyorum ve en uygun çözümü buluyorum.
	Mola saatleri, çalışma koşulları, hatların yoğun olmasından ötürü çalışanlarıma çok fazla zaman ayıramıyorum.
	Çalışanlar çok yoğun çağrı karşıladıkları için sorunlar ile ilgili çok fazla geri dönüş almıyorum.
	Yeterli takım lideri olmadığı için Takım lideri başına çok fazla çalışan düşüyor. Bu yüzden çalışan sorunlarına çok fazla vakit ayıramıyorum.
	Elimden geldiğince vakit ayırıp sorunlara çözüm bulmaya çalışıyorum.

Tablo 3’de duygusal tükenme ile ilgili sorulan soruya genel olarak iş yükünün fazla olduğu cevabı verilmiştir. 50 dakika olan mola süreleri, günde kişi başı karşılanan çağrı sayısı, değerlendirilen çağrılarla ilgili çalışanlara verilen geribildirimler, günlük, haftalık olarak alınan raporlar vb. işlemlerden dolayı takım liderlerinin iş yükünün fazla olduğu görülmüştür. Ancak genel olarak çağrı merkezi sektörü çalışma şartlarının ağır olduğu bilinmektedir. Bu bilince sahip olan takım lideri kendisine yüklenen iş yükünün normal olduğunu belirtmektedir.

Duyarsızlaşma ile ilgili sorulan soruya ağırlıklı olarak işteki yoğun çalışma saatleri, müşteri memnuniyeti sağlamak amacıyla çağrı sırasında yapılması gereken işlemlerin oluşturduğu stres, gerginlik, aynı zamanda stresli ve gergin müşterilere sakin kalıp işlem yapma ve bilgi aktarma durumu çağrı merkezi çalışanlarını ve üst düzey yöneticilerinin sürekli gergin ve stresli çalışmasına sebep olmaktadır. Bundan dolayı bu denli zor koşullarda çalıştıktan sonra kişisel hayatlarındaki kişilere, problemlere ve olaylara karşı duyarsız olduklarını belirtmektedirler. Ancak herhangi bir firma veya bölümde olursa dahi sektörün zor olduğunu bilen çalışanlar işi işte bırakıp normal hayatlarına bu stresi ve gerginliği

yansıtmadıklarını ilettiler. Son olarak kişisel başarı düzeyine verilen cevaplarda ise takım lideri başına düşen çalışan sayısının çok fazla olduğu, bundan dolayı kişi kendi işine odaklandığından çalışan sorunları ile çok fazla ilgilenemediği görülmüştür.

4.3. Örgütsel Bağlılık ve Tükenmişlik İlişkisi İle İlgili Bulgular

Araştırmada takım liderlerinin örgütsel bağlılık ve tükenmişlik sendromu ilişkilerine yönelik sorulan sorulara verdikleri yanıtlar tablo 4'te özetlenmiştir.

Tablo 4: Örgütsel Bağlılık ve Tükenmişlik İlişkisi İle İlgili Bulgular

ÖRGÜTSEL BAĞLILIK VE TÜKENMİŞLİK İLİŞKİSİ	GÖRÜŞME SORULARINA VERİLEN CEVAPLAR
Her gün rutin olarak tekrarlanan işlerin karşısında sizi motive eden şey nedir?	Mesainin sona ermesi , Gün sonunda iyi şeyler yapmış olmak
	Çalışma arkadaşlarımla olan iletişimin verdiği keyif
	Statü olarak üst düzey olsam da üzerime yüklenen sorumluluğun az olması
	Yaşadığım yere göre aldığım maaş ve prim
	Çalışma ortamı ve iş arkadaşlarım
	Eve gittiğimde eşimin ve çocuklarımla beni karşılıyor olması
İşinizde çok fazla çalıştığınızı hissetmenize rağmen bunun maddi olarak karşılığını aldığınızı düşünüyor musunuz?	Katılımcıların hepsi bu soruya " Hayır " cevabı verdiler.
Bütün gün insanlarla uğraşmanın yıpratıcı sorunlarına karşın size aitlik hissi veren nedir?	Kariyer planım ve aldığım maaş aitlik hissi veriyor.
	Aitlik hissetmiyorum.
	Üst yönetimle ve ekibimle olan iletişimin iyi olmasından dolayı aitlik hissediyorum.
	Yöneticimin baskısı tavrından dolayı şirkete ait hissediyorum.
	Operasyon açıldığı gün itibariyle burada çalıştığımdan dolayı kendimi projenin bir parçası olarak hissediyorum.
	Mükemmeliyetçi olduğumdan dolayı çalıştığım sektör hangi sektör olursa olsun " Bu iş benim " dediğimden kendimde aitlik hissi yaratıyorum.
	Yaşama sevincim, hayata tutunma arzum bir şekilde iş ne olursa olsun çalıştığım firmaya aitlik hissi kazandırıyor.

Tablo 4'te sorulan sorulara verilen cevaplarda ise tükenmişlik hisseden birçok çalışanın firmada duygusal bağlılığın olmamasına karşın çalışma arkadaşlarına karşı duygusal bağlılığın olduğu görülmüştür. Sorulan ilk soruya birçok katılımcı onları motive eden şeyin iş arkadaşları olduğunu söylemiştir. 2. soruya tüm katılımcılar yaptıkları işin karşısında aldıkları maaşın yetersiz olduğunu söylemiştir. Son soruya verilen cevaplarda ise yarı yarıya aitlik hissini olduğu görülmüştür.

5. Tartışma Ve Sonuç

Bu çalışmada, bir çağrı merkezindeki takım liderlerinin örgütsel bağlılık ve tükenmişlik sendromu ile ilgili mevcut durumları nitel bir araştırma aracılığı ile ele alınmıştır. Yapılan araştırmadan elde edilen bulgular çalışanların çalıştığı kuruma bağlılıkları ve

tükenmişlik sendromu içinde olmalarını açıklayan çok sayıda faktörün bulunduğunu göstermektedir.

Çağrı merkezindeki takım liderlerinin örgütsel bağlılıkla ilgili sorulara verdikleri yanıtlardan, takım liderlerinin devam bağlılığında; daha iyi iş olanağının olmaması, eğitim durumu, yaş, kişisel borçlar, medeni durum, yaşanılan şehrin dışına çıkmama isteği gibi faktörlerin etkili olduğu anlaşılmaktadır. Yalnızca bir takım lideri çalıştığı işte kendisini geliştirme olanağına sahip olduğundan devam bağlılığının olduğunu ifade etmiştir. Devam bağlılığını etkileyen bu faktörler, Yıldırım (2002)'in ifade ettiği “alternatiflerin sınırlı olması” ve Çakar ve Ceylan (2005)'in belirttiği “yaş, evlilik ve iş alternatifleri”nin devam bağlılığını etkilediği yönündeki tespitleri ile örtüşmektedir. Bu çalışmada mevcut çalışmaların tespitlerine katkı olarak mezun olunan alanın ve kişinin maddi durumunun (kişisel borçlar) devam bağlılığında etkili olduğu ortaya çıkmıştır.

Araştırmanın bulgularına göre çalışanların duygusal bağlılıklarının, çalıştığı ortamda kendisini aileden biri gibi hissetmesi, yaptığı katkıların fark edilmesi ve işin kendisini geliştirme olanakları sunması gibi faktörlere dayandığı söylenebilir. Bu faktörler Allen ve Meyer (1990) ve Gültekin (2008) tarafından belirtilen görüşlerle örtüşmektedir. Araştırma bulgularından takım liderlerinin çalıştıkları kuruma karşı (genel olarak) güçlü bir duygusal bağlılığa sahip olmadığı söylenebilir. Öte yandan takım liderlerinin normatif bağlılıklarının da olmadığı görülmektedir. Takım liderleri yeni bir iş teklifinin (yararı olması durumunda) olması halinde buldukları kurumdan ayrılabilceği ortaya çıkmıştır.

Çağrı merkezi takım liderlerinin tükenmişlik sendromu ile ilgili ifadelerine verdikleri yanıtlardan yola çıkılarak, Duygusal Tükenme boyutunu etkileyen temel faktörün takım liderlerinin iş yükü ile ilgili olduğu görülmektedir. Takım liderlerinin bir kısmı, iş yükünün ağır olduğunu ve bunun duygusal tükenmeyi tetiklediğini, bir kısmı ise iş yükünün altına ücretle örtüştüğünü belirtmiştir. Tükenmişliğin bu boyutunda takım liderlerinin işte çok fazla sorumluluğunun olması nedeniyle duygusal tükenme yaşadığı söylenebilir. Bu boyutla ilgili bulguların Cordes ve Daugherty (1993)'nin duygusal tükenme ile ilgili “duygusal tükenme, çalışanların kendilerini yorgun ve duygusal yönden çok yıpranmış hissetmeleri” şeklindeki tanımını doğruladığı ifade edilebilir.

Tükenmişliğin duyarsızlaşma boyuna ilişkin bulgulara dayanılarak, takım liderlerinin duyarsızlaşmalarının; işteki yoğunluktan dolayı insanların problemlerine karşı duyarsızlaşma, yoğun insan ilişkili bir işte çalışmalarından dolayı tahammül sınırlarının yüksek olması, iş

stresinin yüksek olmasından insanlara karşı olumsuz olması, işteki problemlerden dolayı kişisel hayatta umursamaz olmak ve zaman zaman iletişim kopukluğu şeklinde ortaya çıktığı görülmektedir. Bu çerçevede ulaşılan sonuçlar, literatürde belirtilen ve iş yerindeki davranışlarla ilgili görüşlerle örtüşmemekte, daha çok kişisel yaşamdaki duyarsızlaşmayı ifade etmektedir. Takım liderlerinin kişisel başarı düzeyine ilişkin elde edilen bulgular tükenmişliğin bu boyutu ile ilgili ortaya çıkan sonuçların; iş yükünün fazlalığının, çalışma saatlerinin negatif etkisi ve çok sayıda problemle karşılaşılmasının kişisel başarı düzeyini ve çalışma arkadaşlarına yeterli ilgiyi gösterememelerine yol açtığını göstermektedir. Bu değerlendirme Cordes ve Daugherty (1993) “birey, mesleki yeteneklerinde ve işi gereği karşılaştığı kişilerle etkileşimlerinde azalma yaşama” şeklindeki görüşleri ile örtüşmektedir.

Araştırmada takım liderlerinin tükenmişlikle nasıl mücadele ettiği ve bağlılık ve aidiyet duygularını nasıl koruduğuna ilişkin sorular sorulmuştur. Takım liderlerinin ifadelerinden, çalışma arkadaşlarıyla olan pozitif ilişkiler, kişisel yaşam ve işteki başarının onları motive ettiği anlaşılmaktadır. Öte yandan tükenmişliği azaltıcı ve bağlılığı artırıcı bir etkisi olduğu varsayılan “ücret ve maddi olanakların yeterli olmadığı fikri” araştırmaya katılan takım liderlerinin ortak görüşü olarak ortaya çıkmıştır. Son olarak takım liderlerinin bağlılık ve aidiyet hislerini güçlendirin faktörler olarak, kariyer planları, üst yönetimle olan pozitif ilişkiler, işi sahiplenme duygusu ve kişisel değerlerin aitlik ve bağlılık hislerini güçlendirdiği ortaya çıkmıştır.

Bu çalışma, bir çağrı merkezindeki takım liderlerine yönelik olarak tasarlanmış olmasından dolayı sonuçları itibariyle genellenebilecek nitelikte değildir. Ayrıca tüm takım liderleri (katılma isteğinin olmaması) dâhil edilememiştir. Bununla birlikte çalışmanın sonuçları iş stresi ve çalışma yaşamının fazla olduğu bir alanda yürütülmesi açısından önemli bulgular ortaya koymuştur. Çalışmanın sonuçlarına dayanılarak çağrı merkezi yöneticilerine, çalışma saatlerinin düzenlenmesi, çalışanların kişisel gereksinimlerine daha fazla ilgi duyulması, kurum içi iletişim ve işbirliğinin artırılması, çalışanların maddi olanaklarının iyileştirilmesiyle çalışanlarının bağlılık duygularını güçlendirebileceği ve tükenmişlik duygularını azaltabileceği söylenebilir. Bu konuda araştırma yapılacak araştırmacılara ise kişilik özellikleri ve bağlılık/tükenmişlik duyguları arasındaki ilişkilere yönelmeleri, yöneticilerin tükenmişlikle mücadele taktikleri ve bağlılığı artırma çabalarının neler olduğunu araştırmaları tavsiye edilmektedir.

KAYNAKÇA

- Allen, N.J., Meyer, J.P. (1990). The measurement and antecedents of affective, continuance and normative commitment to the organization, *Journal of Occupational Psychology*, 63, 1-18.
- Angle, H. L. ve J.L. Perry. (1981). An empirical assessment of organizational commitment and organizational effectiveness. *Administrative Science Quarterly*, 21,1-14.
- Arı, G.S. ve Bal, E.Ç. (2008).4. Tükenmişlik kavramı: Birey ve örgütler açısından önemi. *Yönetim ve Ekonomi*, 15(1): 131-148.
- Balay, R. (2000), Özel ve resmi liselerde yönetici ve öğretmenlerin örgütsel bağlılığı ankara ili örneği, *Yayınlanmamış Doktora Tezi*, Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.
- Balay, R. (2000), *Yönetici ve öğretmenlerde örgütsel bağlılık*, Nobel Yayın Dağıtım Ltd. Şti: Ankara, Kasım.
- Başaran, İ. E. (1982), *Örgütsel davranışın yönetimi*, Ankara: A.Ü. Eğitim Fakültesi Yayınları, No: 111
- Becker, T. E. Billings, R. S. Eveleth, O. M. ve Gilbert, N. L. (1996), Foci and bases of employee commitment: implications for job performance, *Academy of Management Journal*, 39, 2, 464-482.
- Budak, G. ve Sürgevil O. (2005), Tükenmişlik ve tükenmişliği etkileyen örgütsel faktörlerin analizine ilişkin akademik personel üzerinde bir uygulama, *Dokuz Eylül Üniversitesi İBBF Dergisi*, 20 (2), 95-108.
- Cordes, C. L. ve Dougherty, T. W. (1993), A review and an integration of research on job, *Academy of Management Review*, 18 (4), 621-656.
- Çakar, N.D., Ceylan, A. (2005), İş motivasyonunun çalışan bağlılığı ve işten ayrılma eğilimi üzerindeki etkiler, *Doğuş Üniversitesi S.B.E. Dergisi*, 6 (1) 52-66.
- Çapri, B. (2006),Tükenmişlik ölçeğinin Türkçe uyarlaması: geçerlik ve güvenilirlik çalışması, *Mersin Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 2(1), 62-77.
- Çetin, F., Basım, H.N. ve Aydoğan, O. (2011), Örgütsel bağlılığın tükenmişlik ile ilişkisi: öğretmenler üzerine bir araştırma, *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 25, 61-70.
- Çırpan, H. (1999), Örgütsel öğrenme iklimi ve örgüte bağlılık ilişkisi: bir alan araştırması, *Yayınlanmamış Doktora Tezi*, İstanbul Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Çöl, G. (2004), Örgütsel bağlılık kavramı ve benzer kavramlarla ilişkisi, *Endüstri İlişkileri ve İnsan Kaynakları Dergisi*, 6(2), 0-0.
- Demirel, Y. (2009). Örgütsel bağlılık ve üretkenlik karşıtı davranışlar arasındaki ilişkiye kavramsal yaklaşım. *İstanbul Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*. 8(15), 115-132.
- Develioğlu, A.U. (2014), Kriz yönetiminde insan kaynakları planlaması: 2008 küresel finansal krizi sürecinde inşaat sektörüne ilişkin bir nitel araştırma, *Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi*, Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.

- Ersoy, A. ve Utku, B.D. (2005), Konaklama işletmeleri muhasebe müdürlerinde tükenmişlik sendromu, *MUFAD Journal*, 26: 43-50.
- Güleryüz, G., Güney, S., Aydın, E.M. Ve As, Ö. (2008), The mediating effect of job satisfaction between emotional intelligence and organisational commitment of nurses: A questionnaire survey, *International Journal of Nursing Studies*, 45, 1625–1635.
- Gültekin, F. (2008), İnsan kaynakları yönetiminde eğitim çabaları çerçevesinde uygulanan performans yönetim sisteminin çalışanların örgütsel bağlılığı üzerine etkilerinin araştırılması Ankara organize sanayi örneği, *Yayınlanmamış Proje Ödevi*, Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Kütahya.
- Izgar, H. (2003). *Okul yöneticilerinde tükenmişlik*, Ankara: Nobel Yayıncılık
- İlgün, E. (2010), İnfaz koruma memurlarının iş doyumu ve tükenmişlik düzeylerinin bazı değişkenlere göre incelenmesi, *Yayınlanmamış Yüksek lisans Tezi*, Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Konya.
- İnce, M, Gül, H. (2005), *Yönetimde yeni bir paradigma: Örgütsel bağlılık*, Çizgi Kitabevi.
- Koç, H. (2009), Örgütsel bağlılık ve sadakat ilişkisi, *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*. 8(28), 200-211.
- Koçak, R. (2009), Okul yöneticilerinin mesleki tükenmişlik düzeylerinin bazı değişkenler açısından incelenmesi, *Fırat Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 19(1), 65-83.
- Kroon, B , Van de Voorde, K ve Veldhoven, M. (2009), Cross-level effects of high-performance work practices on burnout: two counteracting mediating mechanisms *Compare Personel Review*, 38(5), 509-525.
- Kun, Z. ve Hailong. M. (24.08.2011), An empirical analysis on the relationship between job burnout and organizational commitment, <http://www.seiofbluemountain.com/upload/product/200911/2009scyxy09a3.pdf> (Erişim: 10.03.2018).
- Leiter, M.P. ve Maslach, C. (1988). The impact of interpersonal environment on burnout and organizational commitment, *Journal Of Organizational Behavior*, 9, 297-308.
- Marsh, R. M. ve H. Mannari. (1977), Organizational commitment and turnover: A predictive study, *Administrative Science Quarterly*, 22, 57–75.
- Maslach, C. v Jackson, S. E. (1981). The measurement of experienced burnout, *Journal of Occupational Behavior*, (2), 73-81.
- Maslach, C. ve Goldberg, J. (1998). Prevention of burnout: New perspectives, *Applied and Preventive Psychology*, 7, 63-74.
- Maslach, C. Wlmar, B. Schaufeli, M. & Leiter, P. (2001), Job burnout, *Annual Review of Psychology*, (52), 397-422.
- Mathieu, J. E., ve D. M. Zajac (1990), A review and meta- analysis of the antecedents, correlates, and consequences of organizational commitment, *Psychological Bulletin*, 108(2), 171-194.
- Mowday, R.T., L.W. Porter ve R.M. Steers (1982), *Employee organization linkage, The psychology of commitment, absenteeism and turnover*, New York: Academic Press.
- Ölçüm, Ç. M. (2004) *Örgüt kültürü ve örgütsel bağlılık*, Ankara: Nobel Yayın Dağıtım, 1. Basım.

- Randal, D.M., Fedor, D.B., Longenecker, C.O. (1990). The behavioral expression of organizational commitment, *Journal of Vocational Behavior*, 36, 210-224.
- Sürgevil D.O. (2014), *Çalışma hayatında tükenmişlik sendromu*, Nobel Akademik Yayıncılık, 2. Baskı, Ankara.
- Sürgevil, O. (2006), *Çalışma hayatında tükenmişlik sendromu tükenmişlikle mücadele teknikleri*, 1. Basım, Ankara: Nobel Yayın Dağıtım.
- Taylor, P. ve Peter, B. (1999), An assembly line in the head: Work and employee relations in the call center, *Industrial Relations Journal*, 30 (2), 101-117.
- Tulunay, Ö. (2010), Sınıf öğretmenlerinin tükenmişlik düzeylerine örgütsel bağlılık ve örgütsel iletişim ile ilişkisi (Sivas ili örneği), *Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi* Kırıkkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü , Kırıkkale.
- Türnüklü, A.(2000), Eğitim bilim araştırmalarında etkin olarak kullanılabilir nitel bir araştırma tekniği: görüşme, *Kuram ve Uygulamada Eğitim Yönetimi*, 24, 543-559.
- Üzümcü, Ö.(2016), Nitel araştırma yöntemine sahip tezlerin bazı değişkenler açısından incelenmesi, *Akademik Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 4(32) 327-340.
- Wallece C., Eagleson G. and Waldersee R. (2000), The sacrificial hr strategy in call centers, *International Journal of Service Industry Management*, 11(2), 174-184.
- Wasti, S.A. (2000). Meyer ve Allen'in üç boyutlu örgütsel bağlılık ölçeğinin geçerlilik ve güvenilirlik analizi, 8. *Ulusal Yönetim ve Organizasyon Kongresi Bildiri Kitabı*, 401-410.
- Wasti, S.A. (2003). Organizational commitment, turnover intentions and the influence of cultural values, *Journal of Occupational and Organizational Psychology*, 76, 303-321.
- Wiener, Y. (1982). Commitment in organizations: A normative view, *Academy of Management Review*, 7(3), 418-428.
- Yalçın, A., İplik, F.N. (2005): Beş yıldızlı otellerde çalışanların demografik özellikleri ile örgütsel bağlılıkları arasındaki ilişkiyi belirlemeye yönelik bir araştırma: adana ili örneği, *Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 14(1), 395-412.
- Yeniçeri, Ö., Demirel, Y. ve Seçkin, Z. (2009). Örgütsel adalet ile duygusal tükenmişlik arasındaki ilişki: imalat sanayi çalışanları üzerine bir araştırma, *KMU İİBF Dergisi*. 11(16), 83-99.
- Yıldırım, E. (2002), Stratejik yönetim ve örgüt kültürü ilişkisi, *Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi*, Marmara Üniversitesi, İstanbul.
- Yıldırım, K. (2010), Nitel araştırmalarda niteliği artırma, *İlköğretim Online*, 9(1), 79-92.

ÇEVRECİ ANLAYIŞIN SİYASALLAŞMASI: YEŞİL SİYASET VE TÜRKİYE

Özge BOZKIR

Bartın Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Siyaset Bilimi ve Kamu Yönetimi Anabilim

Dalı,

bozkir.ozge@gmail.com

Öz

Endüstri devrimi sonrası artan çevresel sorunların canlı ve cansız varlığını tehdit etmesi, çevreye verilen zararın sorgulanmasına ve çevreci anlayışın gündeme gelmesine vesile oldu. Özellikle gelişmiş ülkelerde çevreci söylemler ve çevreci hareketler hız kazanmaya başladı en nihayetinde çevreci anlayışa sahip çevreci örgütler ve yeşil partiler kurulmaya başladı. Çevreci anlayışın siyasi alanda boy göstermeye çalışması siyasette yeşil görüş anlayışını ortaya çıkardı. Dünya siyasetin de var olan bu anlayış, Türkiye’de de kendine yer bulmaktadır. Bu çalışma da çevrecilik kavramına, çevreci anlayışın ortaya çıkışı ve siyasallaşma sürecine ve Türkiye’ de çevreci anlayışın gelişimine ve siyasallaşmasına yer verilecektir.

Anahtar Kelimeler: Çevre, Yeşil Siyaset, Türkiye

POLITICIZATION OF ENVIRONMENTAL UNDERSTANDING: GREEN POLITICS AND TURKEY

Abstract

Because of the increasing environmental problems after the industrial revolution threatening the existence of live and lifeless environment, it has led to the question of environmental damage and the emergence of environmental understanding. Especially in developed countries, environmentalist discourses and environmentalist movements started to gain speed. At last, environmental organizations and green parties with environmentalist understanding started to be established. The study of the politics of environmentalism in politics revealed the concept of green vision in politics. This understanding that exists in World Politics also finds its place in Turkey. In this study, the concept of environmentalism, the emergence of environmental understanding and the process of politicization, and the development of environmental understanding in Turkey and politicization will be discussed.

Keywords: Environment, Green Politics, Turkey

1. Giriş

Canlı ve cansız varlıkların karşılıklı etkileşim halinde buldukları sosyal-kültürel, ekonomik ve fiziki ortam olarak tanımlanan çevrenin özellikle canlı varlığının devamı adına sağlıklı bir ortama ihtiyacı vardır. Sağlıklı çevre yaratılması için çevrenin korunması gerekmektedir. Çevre içinde tanımladığımız canlı varlıkların her biri eko-sistemin bir parçası ve zincir gibi birbirine bağlıdır. Bu zincirin bir halkasının bile tahribata uğraması özellikle canlı varlığı için büyük tehdit oluşturabilir. Bu zincirin bozulmasına sebebiyet veren insanlardır.

İnsanların çevreye verdiği zararın her geçen gün artması ve bu zararın tehdit oluşturmaya başlaması çevreci düşüncelerin ortaya çıkmasına sebebiyet verdi. Özellikle endüstri devrimi sonrası ortaya çıkan çevresel sorunlar çevreci anlayışının daha yüksek sesle ifade edilmesine neden oldu. Endüstri devrimi büyük ölçüde batılı ülkelerde ortaya çıksa da tüm dünyayı etkiledi. Dünyanın ekonomik, sosyal-kültürel gibi alanlarının değişimine neden olan bu devrim en çok da doğanın tahribatına neden oldu. Bugün sadece devrim sonucu artan sanayileşme değil, dünya nüfusunun artması, sağlıksız kentleşme gibi sorunlar çevrenin her geçen gün daha da kirlenmesine sebebiyet vermektedir. Çevresel sorunları sadece bölgesel sorun olarak tanımlamak yaşadığımız yüzyıl açısından pek mümkün değildir. Günümüzde küresel boyutta çevre sorunları meydana gelmektedir. Bu sorunlar; küresel ısınma, iklim değişikliği, ozon tabakasının tahribatı gibi acil önlem alınması gereken çevre sorunlarıdır.

Dünyada çevre sorunları farklı sivil toplum örgütleri tarafından veya çevreci anlayışa sahip kişiler tarafından farklı şekillerde dile getirilse de çevreci sorunların tüm insanlığın bir sorunu olduğu düşüncesi 1970'li yıllardan sonra birçok dünya ülkesinin katıldığı çevre konferanslarının yapılmasından sonra kabul edilmeye başlandı. Çevreci düşüncenin siyasal alanda kendine yer bulması ise 1980'li yıllardan sonra gerçekleşti. Yeşil düşüncenin siyasal hayatta ki temsilcileri kuşkusuz yeşil partiler başta olmak üzere yeşilci sivil toplum örgütleridir.

Türkiye'de çevreci anlayış ise 1970'lerden önce kurulan çevreci sivil toplum örgütleri ve çevreci anlayışa sahip kişiler tarafından dile getirilse de 1970'lerden sonra dünyada ki çevresel gelişmelere bağlı olarak artış göstermeye başladı. Türkiye'de çevreci anlayışın siyasallaşma süreci 1980'li yılların sonlarına doğru yeşil partilerin kurulmasıyla başladı diyebiliriz. Türkiye'de yeşil hareket, özellikle yeşil partilerin siyasal hayata girmesiyle siyasal bir ideolojiye dönüştü.

2. Çevre ve Çevrecilik Kavramı

Çevre kavramı içinde yaşadığımız dünyaya baktığımız da gördüğümüz insanları, bitkileri, hayvanları, dağları, dereleri, denizleri, okyanusları, toprağı, suyu, havayı kısacası dünyada ki tüm canlı ve cansız varlıkların yaşadığı tüm ortamlar çevreyi oluşturmaktadır. Günümüzde çevre kavramının birçok tanımı bulunmakta ve fen bilimcinin çevre tanımı ile sosyal bilimcinin çevre tanımı birbirinden farklılık göstermektedir (Şakar, 2004: 3). Konumuz itibariyle ve genel anlamıyla çevre, canlı ve cansız varlıkların ömürleri boyunca karşılıklı ilişki ve etkileşimde buldukları fiziki, biyolojik, kültürel ve sosyal ortamdır şeklinde tanımlanmaktadır (Torunoğlu, 2013: 3).

Çevre kavramının kökeni Alman zoolog Ernest Haeckel tarafından 1866 yılında ifade edilen ekoloji kavramına dayanmaktadır. Ekoloji Yunanca da yaşanan yer, yurt, ev/mekan anlamına gelen “*oikos*” ve söz, söylem, bilim anlamına gelen “*logia/logos*” sözcüklerinden türetildi ve 20. yüzyılın başlarından itibaren biyolojinin alt dalı olarak hayat buldu. Türkçeye çevre bilimi olarak çevrilen ekoloji kavramının ekolojik bir hareket olarak ortaya çıkması ise 1950’lili yıllardır. Ekolojik hareketlerin siyasi bir kavrama dönüşmesi ise 1960’lı yıllara dayanmaktadır diyebiliriz (Heywood, 2013: 259).

Ekoloji kavramının siyasi bir kavram olarak ekolojizm olarak adlandırılmaktadır ve Türkçeye çevrecilik/yeşilcilik ideolojisi olarak çevrilmektedir. Çevrecilik, bireysel olarak çevreye duyarlı ve bilinçli bir kimlik olmaktan, canlı-cansız varlığına yahut sadece canlı varlığına ya da cansız varlığına, en önemlisi de insan yaşamına zarar verici etkilere karşı gelişen toplumsal hareketlere, siyasi çevreci gruplardan yeşil partilere kadar geniş düşünce ve etkileri tanımlamak olarak kullanılmaktadır. Çevreci düşünceden beslenen ve farklı temelde çevreci anlayışa sahip çevreci gruplar meydana gelmektedir. Bu yüzden birbirine eş anlamlı olarak görülen çevre, ekoloji ve yeşilcilik kavramları çevrecilik anlayışı içinde farklı yorumlanmasına sebebiyet vermektedir.

Ekolojizm, doğanın korunması için toplumsal ve siyasi anlamda köktenci değişiklikler yapmayı savunurken çevreci anlayış, köktenci değişiklikler değil, doğal çevrenin yerinde ve zamanında korunması için gerekli önlemlerin alınmasını savunur. Örneğin, ekolojizm hava kirliliğine sebebiyet veren fabrikaların kurulmamasını savunurken, çevreci anlayış, fabrikalara filtre takılması taraftarıdır. Konumuz itibariyle ve genel anlamıyla çevreciliği sadece doğayı korumak olarak kısaca tanımlamak elbette ki çevreye siyasi bir anlam tam anlamıyla katmamaktadır. Siyasi bir ideoloji olarak çevrecilik, canlı ve cansız

varlıkları korumak adına lobi faaliyetleri yapma, çevreci söylemler ve eylemlerde bulunma, çevreci eğitimleri hayata geçirme gibi girişimlerde bulunma ve bu tür faaliyetlerle merkezi ve yerel idareleri etkileme amacı güden sosyal harekettir (Cerit Mazlum, 2014: 209).

3. Çevreci Anlayışın Ortaya Çıkma ve Siyasallaşma Süreci

Çevreci anlayışın insanlık tarihi kadar eski olduğu hatta ateşin bulunmasıyla çevrenin tahribatının başladığını düşünen çevreci anlayışlar vardır. Eski dönemlerden beri doğanın yapısı, kaynağı ve bu yapı içerisinde insanın yeri, insanlığın tarih boyunca meşgul olduğu konulardan oldu (Kılıç ve Tok, 2013: 233). Hatta çevreciliğin bazı ilkelerinin Paganizm, Budizm, Hinduizm ve Taoizm gibi inançlarında yer verildiği ifade edilmektedir (Heywood, 2013: 259).

Çevreci anlayışın çevreci hareketlere dönüşmesi, dünya nüfusunun her geçen gün dengesiz şekilde artması, hava, su ve toprak kirliliğinin artması, canlı türlerinin yok olması veya yok olma tehdidiyle karşı karşıya olması, dünya kaynaklarının dengesiz dağılması gibi nedenlerin çevreye her geçen gün daha fazla zarar vermesi çevreci hareketlerin başlamasına neden oldu (Ceritli, 2001: 214).

Çevreci hareketlerin gelişimi iki dalgada ortaya çıktı. Birinci dalga 19.yüzyılın sonlarından 20.yüzyılın ortalarına kadar devam eden “doğa korumacılık” anlayışıdır. Birçok çevreyi koruma örgütü bu dönemde ortaya çıktı. Örneğin, Amerika Birleşik Devletlerinde kurulan ve eski çevre örgütü olan “Sierra Kulübü” 1892’de kuruldu. Kuzey Amerika ve Avrupa kökenli olan bu dalga; habitatın, başta kuşlar olmak üzere ormanların, yabani hayvanların korunmasını gaye edindi, doğanın korunmasını ve endüstriyel kirliliğin önlenmesini ise öncelikli gaye olarak ifade etti. Ancak Kuzey Amerika’daki doğa korumacı anlayış ile Avrupa’daki doğa korumacı anlayış temel de farklılıklar barındırmaktadır. Avrupa’daki doğa korumacı anlayışta romantizmin etkileri daha fazla hissedilmektedir. Kuzey Amerika’daki doğa korumacı anlayış ise kendi içinde iki farklı anlayış barındırmaktadır. Bir taraf doğayı insan müdahalesinden sakınarak olduğu gibi korumak diğer taraf ise çevreyi koruyarak kullanmayı savunur. Doğanın korunması için yasal düzenlemelerin yapılmasına sebebiyet veren birinci dalgadır. Bu dalga 1.Dünya Savaşı sebebiyle kesintiye uğradı ve 2. Dünya Savaşı’na kadar bu kesinti devam etti. Savaştan sonra tekrar hareketlenmeye başlayan doğa korumacı anlayış en önemli gelişmesi, 1948 yılında doğayı korumak adına önemli bir adım olan sivil toplum örgütlerinin ve devlet kurumlarının

bir araya getiren “Uluslararası Doğa Koruma Birliği (IUCN)” kuruluşudur (Cerit Mazlum, 2014: 212-213).

Çevreci hareketler ve çevreci örgütlere bugünkü görünümünü kazandıran, 1960’larda modern çevre hareketi olarak ortaya çıkan ikinci dalga da ekoloji hareketi olarak adlandırılmaktadır. Birinci dalganın öncelikli gayesi olan doğa koruma ve endüstriyel kirliliği önleme, ikinci dalga da çevreci hareketlerin gündeminde olmasının yanında kitlesel bir nitelik taşıyan çevre hareketlerinin gündemine aldığı yeni sorunlar ve sorunların sorunsallaşma şekli ve temsil ettiği değerler olması sebebiyle birinci dalgadan ayrılmaktadır. İkinci dalga dönemindeki çevreci protestolarda endüstri devriminin yarattığı yeni çevresel sorunlara karşı yapılmaktaydı. Yeni çevresel sorunlar, doğal kaynak kıtlığı, nükleer gücün ortaya çıkması, zehirli atıkların çevreye zarar vermesi, asit yağmurlarının oluşması gibi sorunlardı. Yeni çevresel sorunların yaşam kalitesini olumsuz etkilediğini ileri süren çevreciler bu durumun düzeltilmesi adına protestolar düzenlemekteydi (Cerit Mazlum, 2014: 213-214).

Günümüzde de devam eden endüstriyelleşmenin etkisiyle çevre her türlü kirlilikle karşı karşıya ve çevreci hareketler dünyanın her yerinde yapılmaktadır. Ancak çevreci hareketlerin görünür hale geldiği dönem endüstri devrimin gerçekleştiği yüzyıldan sonraki süreçte endüstriyelleşme sürecine ve bu sürecinin doğada ve sosyal hayatta yarattığı tahribatta bir tepkidir (Kılıç ve Tok, 2013: 233).

1950’lili yıllardan sonra ideolojik kimlik olma yolunda ilerleyen çevrecilik, 1960’dan sonra ise çevreci hareket ve akımlar çok geniş kapsamlı olmaya ve yeni boyutlar kazanmaya başladı (Heywood, 2013: 259; Aygün ve Şakacı: 141). Diğer taraftan bir düşünce kulübü olan “Roma Kulübü’nün”, 1972 yılında büyümenin sınırları raporunu yayınlaması ve aynı yıl Birleşmiş Milletlerin düzenlediği “Stockholm Konferansı’nda” çevre sorunlarının çevre-siyaset-ekonomi ilişkisi bağlamında değerlendirilmesi, çevre sorunlarının dünyanın gündemine gelmesine sebebiyet verdi (Öztürk, 2017: 447).

1970’li yıllardan sonra daha politik ve farklılaşan çevreci anlayışla, birçok çevreci hareket ortaya çıktı ve bu çevreci hareketler, lobicilik, protesto, boykot, dava açma, sokak tiyatrosu gibi faaliyetlerde bulunmaya başlayarak gündemde kalmaya çalıştı (Aygün ve Şakacı, ty: 142). Dünya da çevreci hareket ilk olarak gelişmiş ülkelerde özellikle Amerika, Almanya, Fransa gibi ülkelerde ortaya çıktı. Avrupa da (Almanya, İtalya, İngiltere ve Fransa) sosyalist temelli partiler ve sosyalist anlayışın altında örgütlenen gruplar çevreci hareketlere

bünyelerinde yer vererek yeşil partilerin kurulmasını sağladılar (Erdoğan ve Ejder, 1997: 156).

Dünya da 1970-80'li yıllarda çevreci örgütlerin sayılarının artması, yeşil partilerin kurulması, çevreci anlayışın siyasal hayatta yer almasını sağladı. Çevreci anlayışla kurulan örgütler ve siyasi partiler, çevreci anlayışı temel almanın yanı sıra demokrasiye, sivil haklara, adalete vb. bakış açılarını ortaya koydular. Bu bakış açısı çerçevesinde özellikle yeşil partiler kimi ülkelerde iktidara gelmeyi kimi ülkelerde sadece muhalefet yapmayı amaç edinerek ülke siyasetinde yer almaya çalıştılar. Çevreci örgütlerin faaliyetleriyle ülke yöneticileri etkileme çabası ve siyasette çevreci anlayışın ortaya çıkması yeşil siyaset anlayışını ortaya çıkardı.

4. Yeşil Siyaset

Endüstri toplumunun yarattığı yeni çevresel sorunlar çevreci protestoların dünya genelinde artmasına sebebiyet verdi (Cerit Mazlum, 2014: 214). Çevreci örgütlerin ve çevreci anlayışa sahip grupların yaptıkları gösterilerin, protestoların siyasal alanda istenilen karşılığı bulamadığını düşünmeleri çevrecileri partileşmeye yönlendirdi (Göktolga, 2013: 132-133). Aslında yeşil siyaset, çevrecilerin insanların içinde yaşamlarını sürdürdükleri doğal ve kentsel toplumsal çevrenin ve bu çevreyle olan ilişkilerin değişmesi gerektiğini düşünmesi ve bu konu da eleştirilerini dile getirmeleri sonucunda ortaya çıktı. Bu eleştiriler 1970'li yıllarda batı dünyasında yükselmeye başladı. Yeşil eleştiri olarak adlandırılan bu eleştiriler endüstriyel gelişmenin, doğayı kentsel ve toplumsal hayatı dolayısıyla insan ilişkilerini yıpratıcı, bozucu, yabancılaştırıcı etkilere yönelik tepkilerle birleşerek siyasallaşmaya yöneldi. Zamanla bu düşünceyi savunan düşüncelerle birleşerek kendilerini "Yeşiller" olarak tanımlayan gruplar oluştu (Özer, 2001: 180). Yeşiller kavramı ise Alman Yeşiller Partisi'nin 1983 yılında yapılan genel seçimlerde % 5,6 oy alarak Federal meclise girmesinden sonra moda oldu ve bu çerçevede kurulacak olan partilere isim babası olduğu gibi daha önce kurulmuş partilerin isimlerini değiştirilmesine sebebiyet verdi (Özer, 2001: 180; Kaya, 2011: 5). Yeşil partilerin siyaset sahnesine girmesi literatüre yeşil siyaset kavramı bir nevi girmesini sağladı.

Yeşil siyaset, 20. yüzyılın sonralarına doğru kurulmaya başlayan yeşil partilerin ve çevresel sorunların dile getirilmesinde baskı ve çıkar grubu olma özelliğine sahip, yeşil anlayışa odaklı sivil toplum örgütlerinin benimsedikleri değerler ekseninde bir nevi şekillendi. Uluslararası ve ulusal alanda çevre korumacı veya radikal çevreci anlayışa sahip çok sayı da sivil toplum örgütü mevcuttur. Bu çevreci sivil toplum örgütleri, baz aldıkları çevreci anlayış doğrultusunda faaliyetlerini sürdürmektedirler. İlk defa 1972 yılında Yeni Zelanda da kurulan,

daha sonra İngiltere, Almanya, Fransa, İtalya, Hollanda, İrlanda gibi ülkelerde kurulan yeşil partiler ise, parti programlarında farklı değerler benimsemiş olsalar da birtakım değerleri benzerlik göstermektedir (Cerit Mazlum, 2014: 226).

Yeşil partiler, çevresel gayelere değer veren, toplumsal adaleti, katılımcı demokrasiyi, şiddet karşıtlığını benimsediklerini ve güçlerini temelde üç unsurdan aldıklarını ifade ederler. Bunlar; çevrecilik, demokrasi ve sosyal adalettir. Ayrıca demokrasi ve çevre ile ilgili çalışmalarının dışında sivil haklar, pasif direniş, toplumsal eşitlik, sosyal ilerleme, adem-i merkeziyetçilik gibi konularda da çalışmalar yaparlar (www.europolitika.com, 22.03.2018).

Yeşil siyaset, kendine yakın bulduğu diğer siyasi ideolojilerle bağlantı halindedir. Bunlar; eko-sosyalizm, eko-anarşizm ve eko-feminizmdir (www.europolitika.com, 22.03.2018). Yeşil siyaset, daha çok sol ideoloji içinde değerlendirilmektedir (Üste, 2015: 43).

Yeşil siyaset, çevreyi korumayı temel amaç edinen ve bunun yanında benimsediği birtakım değerleri de hayata geçirmek adına siyasi faaliyetler düzenlemeye çalışan bir siyasi ideolojidir. Bu ideolojinin siyasal hayatta temsilcisi yeşil partilerdir. Ancak dünyadaki yeşil partiler, siyasette birtakım başarılar elde etmiş olsa da siyasette yeteri kadar başarılı olamadılar. Türkiye’de dünyada ki yeşilci hareketlerden etkilendi. 1980’li yıllardan sonra yeşil parti kurma girişimlerine başladı.

4.1. Türkiye’de Yeşil Siyaset

Türkiye’de çevreci anlayış, 1970’li yıllardan sonra çıkan Türkiye’nin çevresel sorunlarını dile getiren protestoların ve örgütlenmelerin ortaya çıkmasıyla yine aynı yıllarda dünyada çevresel anlamda meydana gelen gelişmeler sonucu atılan adımlar sonucu gelişmeye başladı. Dünya gündeminde uluslararası alanda çevre sorunları ilk defa Birleşmiş Milletlerin 1972 yılında düzenlediği “Stockholm Konferansı’nda” gündeme geldi ve tüm dünyada yankı uyandırdığı gibi Türkiye’de de yankı uyandırdı (Öztürk, 2017: 447).

4.1.1. Türkiye’deki Çevreci Hareketlerin Gelişimi ve Siyasallaşması

Türkiye’de 1970’li yıllar çevre bilincinin gelişmesi ve yaygınlaşması adına önemli adımların atıldığı dönem oldu. İlk çevreci hareketler, yerel çevresel sorunların yerel halk tarafından protesto edilmesiyle ortaya çıktı. Çevreye yönelik ilk protesto, 1975 yılında Artvin Murgul’daki Etibank Bakır İşletmelerinin tarım alanlarına ve bitki örtüsüne zarar vermesi nedeniyle yapıldı (Duru, 1995: 53). Aynı yıl Samsun’daki bakır izabe tesislerin ve 1977

yılında Ankara Elmadağ'daki barut ve çimento fabrikalarının tarımsal üretime zarar vermesi nedeniyle halk tarafından protesto edildi. 1970'li yıllarda yapılan çevreci protestoların temel nedenleri arasında sadece çevreye verilen zarar değil çevreye verilen zarar sonucunda ekonomik zararların da ortaya çıkmasıdır (Öztürk, 2017: 448).

Türkiye'de çevreci hareketlerin ülke sathında genişlemesi ve kitlelerin dikkatini çekmesi yine 1970'li yıllarda oldu. 1977-1979 yılları arasında Akkuyu'daki nükleer santralin yapımına karşı olan yerel halk ve nükleer karşıtı örgütler tarafından protestolar yapıldı, raporlar hazırlandı ve Türkiye ilk defa geniş çaplı bir çevre protestosu gerçekleşti. Bu protestoyu geniş çaplı yapan sadece yerel çapta olmaması, ülkemizin birçok şehrinden protestolara destek gelmesidir (Öztürk, 2017: 448). 1984 yılında Gökova'daki termik santralin, 1986 yılında Çernobil'in Türkiye'yi olumsuz etkilemesi ve 1989 yılında Aliğa termik santralının çevreye verdiği zarar protesto edildi (Üste, 2015: 48) .

Çevreci hareketlerin siyasallaştığı yıllar 1980'li yıllardır. 1970'li yıllar çevre sorunlarının ekonomik boyutunun ön plana çıktığı yıllarken, 1980'li yıllar artık tüm bunlarla birlikte çevre sorunlarının siyasal zeminde kendine yer bulduğu yıllardır (Öztürk, 2017: 449). Ancak 1980'de gerçekleşen darbenin ülkede yarattığı anti-demokratik ortam nedeniyle Türkiye'de çevreci anlayışın siyasallaşması 1980'li yılların ortalarına doğru oldu (Duru, 1996: 54). Çevreci anlayışı siyasallaştıran ise Yeşiller Partisi'nin kurulmasıdır. Yeşiller Partisi, Türkiye'deki o zamana kadar kurulmuş siyasi parti mantığının dışında kalan, daha çok çevre ve toplum konularını gündemine alan, muhalefeti temsil etmek adına kuruldu (Öztürk, 2017: 450).

1985 yılından sonra Türkiye'de yeşil partilerin kurulmasının dışında çevreyi korumak adına kamuoyu yaratmak, bireylere çevre bilincini aşlamak ve devletin çevreci olmayan uygulamalarına tepki göstermek gayesinde olan çevreci otoritelerin sayıları arttı. Çevreci sivil toplum örgütlerinin, çevre kirliliğini önlemek adına faaliyetlerde bulunması ve artan kentleşme nedeniyle çevreye daha fazla zarar verdiğini, bunun için de kentlerin düzeninin sağlanarak kirliliğin önüne geçilmesi adına eğitici faaliyetlerin yapılmak istenmesi Türkiye'de yeşil hareketin güçlenmesine ön ayak oldu (Kaya, 2011: 7). Türkiye'de çevresel sorunlara ilişkin yasal düzenlemelerin yapılması hatta 1991 yılında Çevre Bakanlığı'nın kurulması, çevreyle ilgili üniversite bölümlerin kurulması, basın ve yayın araçlarının gelişmeye başlaması yeşil hareketlerin daha da güçlenmesine neden oldu (R.G., 21.08.1991, Sayı 200976; Kaya, 2011: 7).

Türkiye’de 1990’lı yıllar hidroelektrik santrallerine ve madencilik faaliyetlerine karşı protestoların yapıldığı yıllar oldu. 1990’lı yıllardan günümüze kadar yeşil hareketin gündemine aldığı bu konulara karşı protestolar zaman zaman yapılmaya devam etmektedir. 1990’lı yıllar aynı zamanda sayıları artan çevreci otoritelerin planlanmış programlar ve çevreci projeler ürettiği yani kurumsallaştığı yıllardır (Öztürk, 2017: 450-451).

2000’li yıllar da çevreciliğin ekonomi ve siyasetle kurduğu bağlantının değişme uğradığı pek söylenemez. Ancak 1990’lı yıllarda birçok çevreci sivil toplum örgütünün kurulmasıyla kurumsallaşan çevreci anlayış, 2000’li yıllarda kurumsallaşmak amacıyla sadece çevreci hedefleri ortaya koymamış bunun yanında hedeflere ulaşacak araçları belirleyerek, bir nevi çevreye sahip çıkılması, Türkiye’de çevreci anlayışın değişmesini ve gelişmesini sağladı. Yine 2000’li yıllarda çevreci sivil toplum örgütlerinin, üye sayılarının artması, çevre bilincinin okullarda anlatılması ve devletin çevreye bakış açısının değişmesi çevreci anlayışın değişmesini sağladı ve sağlamaya devam etmektedir. Çevre, toplumsal konu olarak her zaman siyasal nitelik taşımaktadır. Türkiye’de çevreci farklı söylemler siyasi alanda yer almaktadır. 2000’li yıllar çevre-siyaset ilişkisi bağlamında enerji sorunu konusunda gündemde olmuş ve olmaya devam etmektedir (Öztürk, 2017: 452-453). Enerji üretmek için kurulan veya kurulması planlanan hidroelektrik, termik ve nükleer santrallerin çevreye vereceği zarar nedeniyle kurulmaması gerektiğini söyleyen çevreci sivil toplum örgütleri ve bireyler diğer tarafta enerji de Türkiye’nin yüksek oranda dışarı bağımlı olduğunu ülkemizin bu santralleri kurarak enerji üretmesi gerektiğini söyleyen kurumlar ve bireyler bulunmaktadır. Günümüzde çevreci protestoların birçoğu da bu santrallerin çevreye verdiği zararı dile getirmek adına yapılmaktadır.

4.1.1.1. Yeşil Partiler

Demokratik yönetimin vazgeçilmez unsuru siyasi partilerdir. Yeşil partiler ise çevreyi korumak anlayışıyla örgütlenen ve düşüncelerini siyasal alanda ifade etme amacı güden partilerdir. Türkiye’de 1980’li yılların sonralarına doğru kurulmaya başlayan yeşil partilerin ilk örgütlenme girişimleri 1988 yılında oldu. Aslında 1980’li yılların başında beri Türkiye’de bir yeşil parti kurma düşüncesi vardı ve yurt dışındaki yeşil partilere mektup yazıp yardım talep edilmekteydi (Görmez, 2003: 142; Üste, 2015: 49).

Türkiye’de yeşil parti kurulmadan önce bir araya gelen parti taraftarları siyasi parti mi yoksa dernek mi olmaları gerektiği konusunda çelişkiye düştüler ve anket yapılmasına karar verildi. Anket sonuçlarının da partileşilmesi gerektiği şeklinde sonuçlanması yeşillerin

partileşmesine sebebiyet verdi (Duru,1995: 75). Daha önce İbrahim Eren'in "Radikal Partisi'nin" yeşil parti olması için çalışılsa da, "İzmirli Yeşiller" 6 Haziran 1988 "Yeşiller Partisi'ni" kurdu. Partinin ilk genel başkanı ise Celal Ertuğ'dur (Görmez, 2003: 142).

Yeşiller Partisi, demokratik bir toplum yaratmayı gaye edinen siyasal kuruluş olmanın yanında insanlar arası ilişkilerin insan-doğa ilişkisinden bağımsız olamayacağını belirtir. Aynı zaman da dünya barışını ve doğal dengenin korunmasını sağlamayı gaye edindiklerini ifade ederler (Yeşiller Partisi Programı ve Tüzüğü, 1989: 3-4). Parti programı ise onbir başlıktan oluşmaktadır. Bu başlıklar; demokrasi, ekolojik sistem (doğa, kültürel değerler), sosyal işler (kadın sorunları, çalışma barışı, sağlık) gibi başlıklardır (Yeşiller Partisi, 1989: 17). Türkiye'nin 1988 yılında kurulan "Yeşiller Partisi'nin" ömrü uzun sürmedi ve 1994 yılında kapatıldı (Üste, 2015: 50).

Türkiye de yeniden "Yeşiller Partisi" yaklaşık 12 yıl sonra 2008 yılında kuruldu. Kurucuları arasında eski yeşil partililerinde yer aldığı kırk kişilik grup tarafından kurulan yeni "Yeşiller Partisi", parti genel başkanlığı yerine parti eş sözcülüğünü kabul etti. Partinin eş sözcüleri de Bilge Contepe ve Ümit Şahin oldu (Kaya, 2011: 13; www.milliyet.com, 28.03.2018).

Yeşiller Partisi, ülkenin tıkanan politikasını yeşil yaşam politikalarıyla aşmayı gaye edinmenin yanı sıra iktidara gelmeyi değil, yani hükümet veya koalisyon ortağı olmadan, devleti ve kurumlarını eleştiren bir muhalefet partisi olmayı da siyasi gaye olarak belirledi (Üste, 2015: 50). Partinin doğaya uyum, sürdürülebilirlik, küresel mücadele, erkek egemenliğinin reddi, doğrudan demokrasi gibi toplamda on temel ilkesi bulunmaktadır (Kaya, 2011: 14). Ayrıca parti yüzde elli kadın kotası prensibini kabul etti (www.milliyet.com, 28.03.2018).

Türkiye'de 30 Haziran 2008'de kurulan "Yeşiller Partisi'nin" de siyasal hayattaki ömrü uzun sürmedi ve kapatıldı. "Yeşiller Partisi", "Eşitlik ve Demokrat Partisi" ile birleşme kararı aldı. 25 Kasım 2012 de iki partinin birleşmesi sonucu "Yeşiller ve Sol Gelecek Partisi" kuruldu (www.agos.com.tr, 28.03.2018).

4.1.1.2. Yeşilci Sivil Toplum Örgütleri

Dünya da olduğu gibi Türkiye'de yeşil siyaset alanında yeşil partiler önemli yere sahiptir. Ancak Türkiye'de çeşitli çevreci anlayışla kurulan çevreci sivil toplum kuruluşları da

ülkemizde yeşil siyasetin hayat bulmasında önemli bir paya sahip olduğu yadsınamaz bir gerçektir.

Türkiye’de kurulan yeşilci sivil toplum örgütlerini temelde iki gruba ayırabiliriz. Bunlar; radikaller (ekolojistler ve köktenciler) çevreciler ve çevre korumacılarıdır (liberaller, çevreciler). Bu ayrım örgütlerin kendilerini tanımlama usulleri ve yaptıkları faaliyetlerin amaçları dikkate alınarak yapıldı (Kavas, 2011: 100-101). Radikal çevreciler: “Greenpeace (Yeşil Barış), Toplumsal Ekoloji Grubu, Batı Akdeniz Çevre Platformu (BAÇEP)” gibi çevreci örgütler iken “Türkiye Erozyonla Mücadele, Ağaçlandırma ve Doğal Varlıkları Koruma Vakfı (TEMA), Doğal Hayatı Koruma Vakfı (WWF) vs.” çevre korumacıdır. Elbette ki iki grubunda kapsamına girmeyen çevreci diğer sivil toplum örgütleri mevcuttur.

Türkiye’de yeşil partilerin kurucuların, yeşilci sivil toplum örgütleri üyeleri olmaları ve özellikle 1970’li yıllardan sonra yapılan protestolar bu örgütlerin de payının olması, yeşilci sivil toplum örgütlerinin siyasi hayatta söz söyleme yetisine sahip olduğunu açıkça göstermektedir.

Türkiye’deki yeşil siyaset, siyasal alanda etkin olmadı. Kurulan yeşil partiler kısa sürede kapatıldı. Çevreci sivil toplum örgütlerinin sayısı ve üye sayıları artsa da gelişmiş ülkelere göre bu sayının geri kaldığı görülmektedir. Çevre her alanda kendine yer bulan insanlık için önemli bir ortamdır. Bu yüzden tüm dünya ülkelerinde ve Türkiye’de de bu anlayışın gelişimi, siyasal hayatta önem verilen konu olmalıdır.

Sonuç

İçinde nefes aldığımız çevre, insanlığın olduğu kadar diğer canlı ve cansız varlıkların yaşam alanıdır. Sağlıksız bir çevrenin yarattığı sorunlar dünya için tehdit oluşturmakta ve önlem alınmazsa tehdit oluşturmaya devam edecektir. Çevresel alanın kirletilmesi çevreci birtakım fikirlerin ortaya çıkmasına, bu düşünceleri savunan ve hayata geçirmek adına faaliyetlerde bulunan çevreci sivil toplum örgütlerinin ortaya çıkmasına neden oldu.

Genel anlam da çevreyi korumayı baz alan çevreci anlayış daha çok endüstri devriminin meydana getirdiği çevresel tahribata tepki olarak ortaya çıktı. Her ne kadar endüstri devrimine tepki olarak çıksa da doğa, ekoloji ve çevre gibi adlandırmalarla endüstri devrimi öncesinde insanlığın gündeminde olan konulardan biri oldu.

Bir fikrin ideoloji haline gelmesi ve siyasal hayata girmesi o fikrin hayata geçirilmesi ya da hayatta kalması açısından önem arz ettiğinden, dünya da çevreci anlayışa sahip gruplar

tarafından 1980’li yıllarda yeşil partiler kuruldu. Yeşil siyasette baskı ve çıkar grubu olma özelliği taşıyan çevreci sivil toplum örgütlerinin Türkiye’de sayıları artsa da tam anlamıyla faaliyet gösterdikleri söylenemez. Türkiye’de yeşil siyasetin gelişemediği kapanan partilerden ve sivil toplum örgütlerinin sayısı artsa bile gelişmiş ülkelere nazaran sayılarının ve üyelerinin yeteri kadar olmamasından bir nevi kaynaklanmaktadır.

Türkiye’de yeşil partiler, siyasi parti kurma temellerinde kurulmadı, bir iki çevreci sivil toplum örgütünün birleşerek oluşturdukları yapılardır. Bir nevi seslerini daha fazla duyurabilmek adına partileşme yoluna başvurdular. Parti programlarında belirtildiği gibi hükümet olmayı veya koalisyon ortağı olmayı amaç edinmediler. Hükümeti ve devlet kurumlarını eleştirmek amacıyla kurulduklarını belirttiler. Hükümet olmayı amaç edinmeyen bir siyasi partinin seçimi kazanması da beklenemez. Türkiye’de seçimleri kazanıp, hükümet kuran, muhalefet partisi olarak mecliste yer alan yahut koalisyon ortağı olan partilerinde, parti programlarında çevrenin korunmasına, çevreci anlayışın topluma kazandırılmasına ilişkin söylemlere yer verilmektedir. Seçmen bu yüzden çevreciliği temel gaye edilen partiye yönelmemektedir. Yeşil partilerin söylemlerinin doğruluk payının az olması partiye olan güveni sarstı. Yine çevreci sivil toplum örgütlerinin desteğini alamamaları, Türkiye’de yeşil partilerinin destek bulamamasına sebep verdi.

Türkiye’de çevreci sivil toplum örgütlerinin gelişmemesinin sebepleri ise toplum desteğini yeteri kadar alamamalarıdır. Bunun nedenleri, Türkiye’de sivil toplum örgütlerine katılım düzeyi çok yüksek olmadığından çevreci sivil toplum örgütlerinin toplumdan tam destek alamamaları, bazı çevreci sivil toplum örgütlerinin aşırı çevreci söylemde bulunarak ülkemizin gelişmesini engellediği görüşü çevreci sivil toplum örgütlerine katılımı azaltmaktadır. Son olarak bireysel olarak çevreci olduğu düşünülen bireyler, çevreci sivil toplum örgütlerin de yer almaya gerek duymuyor.

Türkiye’de çevre bilincin gelişmesi ve çevreye verilen tahribatın önlenmesi amacıyla daha fazla düzenleme yapmalı, siyasi partiler çevreci anlayışa parti programlarında daha fazla yer vermeli ve çevreye duyarlı toplum inşa etmeyi gayeleri arasında saymalıdır. Çevreci sivil toplum örgütleri ise benimsedikleri çevreci gayeleri hayata geçirmeyi temel gaye edinip, gayelerinden sapmamalıdır. Ancak bu şekilde Türkiye sağlıklı bir çevreye kavuşabilir.

Kaynakça

Aygün B. ve Şakacı B.K.,(t.y). Türkiye’de Çevre Konusuna Doğrudan Odaklı Çevreci Sivil Toplum Hareketleri ve Çevresel Yaklaşımları, 38. ICANAS (International Congress of Asian and North African Studies), 1,139-162.

Cerit Mazlum, S. (2014). *Çevrecilik ve Çevre Hareketleri, Bilhan Kartal ve Belkis Kümbetoğlu (Ed.), Yeni Toplumsal Hareketler, Anadolu Üniversitesi Yayınları, 206-245.*

Ceritli, İ. (2001). Çevreci Hareketin Siyasallaşma Süreci, *Cumhuriyet Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, Cilt 25, Sayı 2,213-226.*

Duru, B. (1995). Çevre Bilincinin Gelişim Sürecinde Türkiye’de Gönüllü Çevre Kuruluşları (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Ankara Üniversitesi/ Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.

Erdoğan, İ. ve Nazmiye E. (1997). *Çevre Sorunları, Nedenler, Çözümler, Ankara: Doruk*

Göktolga, O. (2013). Yeni Siyaset ve Ekolojik Hareketler, *Birey ve Toplum Sosyal Bilimler Dergisi, Cilt 3, Sayı 1,127-136.*

Görmez, K. (2003). *Çevre Sorunları ve Türkiye, 3.Baskı, Ankara: Gazi.*

Heywood, Andrew (2013). *Siyasi İdeolojiler, Ahmet K. Bayram, Özgür Tüfekçi, Hüsamettin İnanç, Şeyma Akın ve Buğra Kalkan (Çev.), Ankara: Adres.*

Kaya, R. (2011), Bir Ekoloji Hareketi Olarak Yeşiller ve Türkiye’de Yeşiller Partisi, Yeşil Düşünce Broşür Dizisi-2, https://modernwish.files.wordpress.com/2012/01/yesil_dusunce_brosur_dizisi_2ramazan_kaya11.pdf, Erişim Tarihi: 23.03.2018.

Kavas, A. (2011), Türkiye’deki Gönüllü Çevre Örgütleri (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Ankara Üniversitesi/Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.

Kılıç, S. ve Nafiz T. (2013). Çevrecilikte Yeni Bir Kimlik: Ekolojizm, *Akademik İncelemeler Dergisi, Cilt 8, Sayı 2, 223-250.*

Özer, M. A. (2001). Yeşil Hareket: Alman Yeşilleri Üzerine Bir Değerlendirme, *Gazi Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, Cilt 1, 173-198.*

Öztürk, Ö. (2017). Çevrecilik Söylemleri ve Türkiye’deki Çevre Hareketlerinin Seyri, *Tarih Kültür ve Sanat Araştırmaları Dergisi, Cilt 6, Sayı 2, 44-456.*

Resmi Gazete, 21.08.1991, Sayı 200976, <http://www.resmigazete.gov.tr/arsiv/20967.pdf>, Erişim Tarihi: 25.03.2018.

Şakar, S. (2014). *Küresel Çevre Ders Notları*, Yıldız Teknik Üniversitesi/İnşaat Fakültesi, İstanbul.

Torunoğlu, E. (2013). *Çevre, Ekosistem ve Temel Kavramlar, Ülker Bakır Öğütveren(Ed.), Çevre Sorunları ve Politikaları*, Eskişehir: Anadolu Üniversitesi, 2-22.

Üste, R.B. (2015), Doğanın Siyaset Paradigması: Yeşil Siyaset, Sosyal ve Beşeri Bilimleri Dergisi, Cilt 7, Sayı 2, 38-54.

Yeşiller Partisi Programı ve Tüzüğü,1989, Ankara.

<http://www.agos.com.tr/tr/yazi/3431/yesiller-ve-sol-gelecek-partisi-programini-acikladi>, Erişim Tarihi: 28.03.2018.

<http://www.europolitika.com/?p=45>,Erişim Tarihi: 22.03.2018.

<http://www.milliyet.com.tr/turkiye-nin-de-yesiller-partisi-kuruldu-siyaset-888149/>, Erişim Tarihi: 28.03.2018.

TARİH YAZICILIĞI VE KÜRTÇÜLÜK ÜZERİNDEN KÜRT HALKININ SUİSTİMALİ

Şehriban MERCİMEK

Bartın Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Siyaset Bilimi ve Kamu Yönetimi Anabilim
Dalı

sehriban.mercimek@gmail.com

Öz

Ulus devlet olma sürecinde birçok toplum, ortak bir tarih inşa etme yoluna gitmiştir. Bu durum farklı etnik unsurları barındıran devletleri zayıflatma aracı olarak da kullanılmaktadır. Bu çalışmada ele alınacak olan konu, zorlama bir tarih icadıyla Kürtçülüğün yine Kürt halkına karşı bir suistimal aracı olarak kullanılmasıdır. Osmanlı Devleti içindeki Kürt unsurunu fark eden emperyalist güçler, misyonerler ve konsololar gibi ajanlık faaliyeti de yürüten elemanları ile ayrılıkçı tohumlarını ekmişlerdir. Ayrılıkçı Kürt milliyetçiliğinin ortaya çıkmasının bir nedeni de Osmanlı Devleti'nin son zamanlarında ve Cumhuriyet'in ilk dönemlerinde yürütülen politikalarıdır. Kendi çıkarları için sürekli Kürt toplumunun milli duygularını kullanan emperyalist güçler, verdikleri vaatlerle Kürt toplumu üzerinden vekalet savaşları yürütmektedir. 21. yüzyılda hâlâ etkili olmaya devam eden milliyetçilik akımı yüzyıllardır bir arada yaşayan kardeş halklar arasında oluşturulmaya çalışılan suni bir savaş çabasına dönüşmüştür.

Anahtar Kelimeler: Tarih Yazıcılığı, Kürtçülük, Kürt Kartı

HISTORIOGRAPHY AND THE EXPLOITATION OF KURDISH PEOPLE THROUGH KURDISM

Abstract

In the process of becoming a nation state, many societies have gone on to establish a common history. This situation is also used as a means of weakening for the states that contain various ethnic elements. The issue to be addressed in this study is the use of Kurdism as an instrument of abuse against Kurdish people through a forced fabricated history. The imperialist powers who recognized the Kurdish element within the Ottoman Empire, including their missionaries and consuls who carried out spying activities, planted the seeds of separation. One reason for the emergence of separatist Kurdish nationalism is the policies of the late Ottoman period and in the early Republican era. The imperialist powers who constantly use the national sentiments of Kurdish society for their own interests, wage proxy wars through Kurdish society, with the promises they make. The nationalist movement, which continues to be influential in the 21st century, has turned into an effort to picking a fictitious war between fellow nations who have lived together for centuries.

Keywords: Historiography, Kurdism, Kurdish card.

1. Giriş

Her toplum devlet olma aşamasında kökenlerini dayandırdıkları bir ata 'ya ve şanlı bir tarihe ihtiyaç duyar. Bir arada olma ve ortak bir kültür etrafında birleşmelerini sağlayan bu

tarihi kökenin icat edilmesi tarih yazıcılığı olarak adlandırılmaktadır. Milliyetçilik akımının etkisiyle ulus devlet olma aşamasında birçok etnik unsurun kullandığı bu yöntem Kürt toplumu için de oluşturulmaya çalışılan bir senaryodur. Bu senaryo çerçevesinde öncelikle Kürtlerin birlikte yaşadıkları toplum ile tüm bağları koparılmaya çalışılmıştır. Örneğin Encyclopedia Britannica'nın 1875 ile 1911 yılları arasındaki bütün baskılarında Kürtler, Turani bir toplulukken 1911 yılından sonraki baskılarında birdenbire Mezopotamyalı bir kavme dönüşmüşlerdir (Şimşir, 2009: 16).

Ayrılıkçı Milliyetçilik kısıpına alınarak bağımsız devlet kurma vaadiyle Kürt halkının milli duyuları, emperyalist devletler ve Kürt toplumunu temsil ettiğini iddia edenler aracılığı ile suiistimal edilmektedir. Kürtlerin kökeni ile ilgili yapılan bu tanımlamaların bölücülük amacı taşıdığı savunulabilir. Aşılana ayrılıkçı milliyetçilik üzerinden, çıkarlarına yönelik hareket eden emperyalist güçler, ellerini kirletmeden karışıklık çıkarmakta, çıkan kaos ortamından istedikleri gibi faydalanmaktadırlar.

2. Tarih Yazıcılığı ve Ulus Devlet

Birinci Dünya Savaşı'ndan sonra, milliyetçilik akımı özellikle çok uluslu toplumlarda yayıldı ve Avusturya-Macaristan, Osmanlı İmparatorluğu gibi yapıların dağılmasına sebep oldu. Birinci Dünya Savaşı'nın sonunda oluşan ulus devlet sınırlarından sonra bile milliyetçilik temelli çatışmalar son bulmamıştır. Osmanlı devleti zamanında gelenek haline gelen azınlıkların bahane edilerek iç işlerine müdahale, Türkiye Cumhuriyeti'nin de mustarip olduğu bir durum haline gelmiştir. Başta Rusya, İngiltere, Fransa ve Amerika Birleşik Devletleri (ABD), batılı emperyalist devletlere has bir üslupla bu yarayı kaşımaya devam etmişlerdir (Gürsel, 1977: 23). Mevcut ulus devletlerin içinde bulunan etnik grupları kışkırtarak ve vatandaşlık bağı ile bağı olduğu devlet karşısında etnik kimliğini konumlandırmasını sağlayarak, çıkarlarına göre hareket etme yoluna gitmişlerdir. Ulus devlet olma sürecinde kullanılan argümanların Kürt halkı için oluşturulmaya çalışılması, kısaca bir Kürt tarihi icat edilmesi bu amaç çerçevesinde değerlendirilebilir. Bu bağlamda Benedict Anderson'un ulusların modern bir olgu olarak "icat edilmiş hayali cemaatler" olduğu görüşleri bir gerçekliği yansıtmaktadır (Kaya, 2012: 354-378).

Ele alınan konu çerçevesinde Hans Kohn'un tasnifi önemli görülmektedir. Milliyetçiliğin biçimleri üzerine yürütölen tartışmalardan, "Sivil" ve "Etnik" milliyetçilik olarak adlandırılan bu tasnife göre: ulus haline gelmiş halklar, üzerinde bir ulus olarak var oldukları toprağa ve bunun üzerindeki medeniyete sahip çıkarak milliyetçiliği inşa ederler.

Sivil (uygarlıkçı) milliyetçilik denen bu birinci ayırım, birleştirici bir rol oynar (Aydın, 2013: 246). İkinci ayırım olan etnik milliyetçilik ise hangi toprak üzerinde yaşıyor olduğu fark etmeksizin kendisini kültürel bir bağ üzerinden tanımlayan halkların, tarihsel varlıklarına gönderme yaparak, dil, din, gelenek ve soy gibi öğeleri öne çıkarması ile oluşur. Sivil milliyetçilik birleştirici iken etnik milliyetçilik ayrıştırıcı rol oynar. İlginç bir şekilde bu tasnif çerçevesinde Batı'da ortaya çıkan genellikle sivil milliyetçilik iken Doğu'da ortaya çıkan etnik milliyetçilik türü olduğu söylenmektedir. Bu coğrafi temelli ayırım üzerinden bir tasnifin bugün için zor olduğu görüşleri de vardır (Aydın, 2013: 246).

Kürtler için oluşturulmaya çalışılan Türklerden ayrı tarih yazımının bu çerçevede ele alınması gerekir. Ulus bu çerçevede hayal edilen ve zihinde uyanan bir tanımdır. Hiç kimse kendisini dünyadaki bütün insanlarla aynı görmez. Ulus bir egemen olarak hayal edilir, egemen devlet olarak karşımıza çıkar. Son olarak ulus bir cemaat olarak hayal edilir (Anderson, 1995: 22-23). Anderson ile benzer bir şekilde eski gibi duran geleneklerin aslında çok eski olmadığı, icat edilen geleneğin eski ile bağ kurarak sürekliliği gibi durduğunu iddia eden Hobsbawm'ın geleneğin icadı tanımı da önemlidir. İcat edilmiş gelenekler, kendisi bir yenilik olan ulusla ilintili; milliyetçilik, ulus devlet, ulusal semboller vb. fenomenlerle yakından alakalıdır. Doğal bir sürecin ürünü gibi görünse de kurgusal ya da icat edilmiş bir öge içermek zorundadır (Hobsbawm, 2006: 17-18).

Öncelikle tarihin neden icat edilme yoluna gidildiğine değinmek gerekecektir. Ulus devletlerin resmi tarihlerinin ve ritüellerinin bir parça kurgu içermesi son kertede doğal karşılanabilir. Ulusal birlik ve bütünlüğü sağlaması açısından baş vurulan bu yol birçok ulus devletinin resmi tarih yazımında yer almaktadır. Ulus devlet olma aşamasında neredeyse tüm ulusların ihtiyaç duyduğu ve yararlandığı bir yol olarak ulusal tarih yazımı, tüm dillerin Türkçeden türediği savına dayanan "Güneş Dil Teorisi" gibi bazen abartılmış söylemler ortaya çıkarmıştır. Ulusal tarih yazıcıları, ulus devletinin yüceltilen bir geçmişe dayanan ve ortak aidiyet duygusu oluşturan tarih yazıcılığını iki şekilde gerçekleştirmiştir. Birincisi "atalar" ve "yurt kurucuları" olarak tanımlanan tarihsel insan grubunun biricikliğin tescili ve bugünkü halkla soy ilişkisinin vurgulanmasıdır. İkincisi ise bu söz konusu ataların uygarlık kuran, diğerlerinden üstün beşeriyete ve kültüre sahip olduğunun gösterilmesidir. Örneğin Franco döneminde, antik devirlerde birleşik bir İspanya tasavvurunu hayata geçiren tek gerçek İspanyol ırk grubunun Keltler olduğu savunulmuştur (Aydın, 2013: 247).

Ulus devlet olma aşamasında köklü bir tarihe sahip olmayan ve yeni uluslaşmış topluluklar tarih icat etme aşamasında vakanüvisleri ulus devletinin fetvacısı olarak kullanmıştır. Kısacası tarih mevcut duruma göre yeniden yazılmış, Ernest Renan'ın deyimini ile tarihin yanlış yazılması ulus olmanın parçası olmuştur (Aydın, 2013: 247).

2.1. Kürtler ve Köken Sorunu

Sanayileşmeye geçiş, beraberinde ulusçuluk çağını da getirmiştir. Sanayi toplumunun örgütlenmesi sonucu sömürge hareketlerinin hız kazanması, imparatorlukların parçalanması ve dünyanın parsellenmesiyle ulusların inşasının başlamış olduğu görülmektedir (Dağ, 2015: 21). Milliyetçiliğin hala etkisinin kırılmadığı ayrılıkçı (mikro milliyetçilik) hareketler ortaya koymaktadır. Kürt ulusunun inşası sürecinde tarih yazımı ve ulusal değerlerin icat edilmesi süreci gözlemlenebilmektedir.

Tarihsel süreçte Kürt Türk'ten ayrı düşünülmemiştir. Osmanlıda ayırım ırk üzerinden değil dini aidiyet üzerinden (Özcoşar, 2003: 124-139). Müslüman olan Kürtler bu yüzden millet-i hâkime içerisinde değerlendirilmiştir. Türkiye Cumhuriyeti'nin resmî ideolojisi çerçevesinde değişen bu durum Kürtlerle Türklerin ayrılığının ilk adımları olarak görülebilir. Bu ayrılığı körükleyen en önemli unsurlardan biri de milliyetçi Kürt tarih yazımıdır denilebilir. Kürt unsurları için ulus ve tarih inşa etme çabaları kapsamında, Kürtlerin menşei birçok kökene dayandırılmıştır. Bu bağlamda Kürtlerin menşei dayandırdıkları belli başlı beş tez olduğunu söylemek mümkündür. İlginç olan ise bu tezleri ortaya atanların bazılarının bir dayanağı olmadan Kürt tarihi icat etmeye çalışmasıdır.

Bilal Şimşir'e göre, 2. Katerina'dan beri Kürtlerle ilgilenmeye başlayan Ruslar, 1828 Rus-İran savaşında Safevi kütüphanesini savaş ganimeti olarak ülkelerine taşımışlar ve Kürt tarihi üzerine geniş çaplı çalışmalar ile bir Kürt tarihi çıkarmaya çalışmışlardır (Şimşir, 2009: 67). Kürtlerin menşeinin dayandırıldığı ve çoğunlukla şanlı geçmişe aitlik temalı teoriler, son dönem Kürtçüler tarafından rağbet görmüş ve binlerle anılan bir tarihi bakiyesi olan Türk kimliği karşısında artık kendisine de bir tarihi köken atfedilen Kürt kimliği inşa edilmiştir.

Tarihte ilk defa Kürt adına Yenisey yazıtlarında rastlanmaktadır. Elegeş yazıtı olarak bilinen bu yazıt Göktürk yazısının eski biçimi olan Yenisey yazısıyla yazılmıştır ve Kürt adı iki kez geçmektedir (Özdemir, 2014: 48). İskit-Saka Uruğundan Kürt İlhanlığının 39 yaşında ölen ilhanı Alp Urungu'nun Öztürkçe olarak yazdığı "Ben Kürt ilhanı Alp Urungu'yum" diye başlayan yazıtı Kürtlerle Türklerin ayrılamayacak kadar iç içe geçtiği söylemini desteklemektedir (Onay, 2016: 106).

Kürtlerin menşeyini tarihin derinliklerinde kayıp olmuş Mezopotamyalı birtakım kavimlere dayandıranlar, Karduk ya da Kardular ile Urartular Kürtlerin atası olarak kabul etmiş, Kürtlerin atasını bulmakta gecikmemişlerdir. Ünlü Kürdolog Minorsky ise Kürtlerin menşeyinin Medlere dayandığı kanısındadır. Medler ise Doğu'dan gelen, Aryan bir halktır. Bu iki tezin sentezi niteliğinde Mezopotamyalı kavimlerin Medlerle karışarak Kürtleri oluşturduğu savları da mevcuttur (Ağca, 2012: 49). Kürtlerin atasının Medler olduğu görüşü Kürtçüler arasında geniş kabul görmektedir. Bunun nedeninin bu gizemli kavmin Med İmparatorluğu gibi büyük bir devlet kurdukları düşüncesi olduğu savunulabilir.

Kürtlerin atasının Araplar olduğu tezi de mevcuttur. “Kürt kelimesini ilk defa kullanan İslam coğrafyacısı Mesudi, 932 yılında tamamladığı Maruc‘üz-Zeheb (Altın Çayırklar) adlı eserinde Kürtlerin menşeyi ile ilgili olarak Hz. Süleyman’a atfedilen bir efsaneden söz etmektedir. Efsanede dağlara sürülen kabileden bahsedilerek bu kabileye Arapça Karrad anlamına gelmek üzere Kürt denilmiştir” (Ağca, 2012: 50).

Diğer bir tez ise, Yafetik Okulunun önde gelen temsilcisi N. J. Marr'ın da aralarında olduğu bir kısım araştırmacıya aittir. Kürtleri Kafkas halklarına daha yakın bulmakta, Ermeniler ve Gürcülerle akraba olduklarını ileri sürmektedirler. Bu ilk dört tez Kürtlerle Türkler arasında etnik bir duvar örmeye yönelik olarak Kürtçü çevrelerce kullanılmaktadır (Ağca, 2012: 50). Yukarıda belirtilen Kürtlerin kökeni ile ilgili iddiaların sahibi olan batılı ve Rus Kürdologların deyimi Kürtlerin Türklerden ayrı bir kavim olduğu şeklindedir.

Bu konuda değinilecek olan bir başka iddia Kürtlerin, dağlı Türkler olduğudur (Ağca, 2012: 51). Biraz ütöpik olmakla beraber resmî ideolojinin argümanı olması açısından önemlidir. Bu iddia dağlık ve karlı bölgede yaşayan Türklerin kar dolayısıyla yürüdüklerinde ortaya çıkan sestten dolayı Kart-Kurt daha sonra Kürt diye anıldıklarını savunmaktadır. İlk olarak, 1945 yılında yayımlandıktan bir hafta sonra yazarı M. Şerif Fırat'ın öldürüldüğü ve 1960 darbesinden sonra Devlet Başkanı ve Başbakan Cemal Gürsel tarafından özel bir sunuş yazısı yazılarak dağıtılan “Doğu İlleri ve Varto Tarihi” isimli çalışma, Kürtleri, yakın çağda Kürt adını alan Dağlı Türkler olarak tanımlamaktadır (Onay, 2016: 106).

Kürtlerin kökeni ile ilgili en yaygın kanaatin olduğu bir tez olarak kabul edilebilecek, “Hind-Avrupa kökenli, kadim Orta Doğulu, Subarular, Huriler, Mit- taniler, Haldiler, Urartular, Gutiler, Kurtiler Karduklar ve Kassit- ler ile Hind-Avrupa kökenli Medlerin tarih içerisinde bir potada eriyerek günümüzdeki Kürtleri oluşturdukları görüşüdür” (Tan, 2011: 27). Bu çerçevede bazı Türk boylarının da zamanla Kürtleştikleri kabul edilebilir.

Kürt tarih yazıcılığının en radikal isimlerinden Cemşit Bender medeniyetin ilk ortaya çıktığı yerin Mezro-Botan denilen bölgeyi işaret ettiğini ve bu bölgenin Kürdistan olarak bilindiğini söylemektedir (Çavuş, 2013: 69). Bu iddiaya göre kayda değer bir tarihi buluntu bulunmamasına rağmen Kürtler uygarlığın kurucusu durumuna getirilmiştir. Bir başka Kürtçü yazar olan Faik Bulut'un Cemşit Bender'in Kemalist tarih tezini tersinden okuduğunu iddia etmesi bu noktada haklı gözükmektedir (Bulut, 2006: 79).

Kürtlerin atalarının büyük devletler kurduğu, çeşitli efsanelere konu olduğu ve atalarına şanlı kahramanlıklar atfedildiği söylemler, tutarsız ve dayanaksız olmakla birlikte zaten amaç gerçeği yansıtması değil, bu söylemlerin halkın ortak değerleri haline getirilme çabasıdır. Bu çabalardan anlaşılan “tarih yazımının görevi tutarlı olmak değil, grubu ve dışarıdaki üyeyi tek vücut yaparak, onları bir araya getirmektir” (Vali, 2005: 41). Bu durum tersten okunduğunda öteki olanın ise dışarıda bırakılması demektir. Bu bağlamda kimlik inşası kapsamında ‘öteki’nin ‘ben’den derece ve mahiyet itibarıyla daha aşağıda görülme ihtiyacı, Kürt kimliğinin inşası sürecinde, Kürtlerin içinde yaşadıkları Türk, Arap ve Fars toplumlarından kendilerini üstün tutma söylemlerini de birlikte getirmiştir. Kürtlerin içinde yaşadıkları diğer toplumların sembol, mit, ırk, din, dil, gelenek ve değerleri dahil olmak üzere bazılarını da kendilerine mal ederek veya daha iyi versiyonlarını ortaya koyarak diğer toplumlardan kadim ve üstün oldukları savı ile gerçekleştirilmeye çalışılan tarih inşasıdır (Onay, 2016: 111- 112).

Geleneğin icat edilmiş bir kavram olduğu ve eski gibi görünen birçok ritüelin vs. aslında yakın tarihlere dayandığı ancak çok eskiymiş gibi bir süreklilik iddiası olduğu Hobsbawm’ın ortaya attığı bir kavramdır (Hobsbawm, 2006: 1-2). Kültürlerin ve geleneğin icadı her toplumda görülebilecek bir durumdur. Geleneğin icadı aşamasında eğer bir tarih icat edilecekse en azından bunun kabul edilebilir bir dayanağı olması gerektiği aşıkardır. Arkasında köklerini dayandırabilecek tutarlı bir tarih bulamayan ve tarih inşa etmek isteyen Kürtçülerin iddiası Kürtlerin tarihinin gizlendiğidir (Kerim, 2014). Ancak eğer böyle bir tarih varsa belirli devletler tarafından kasıtlı gizleniyorsa neden diğer ülkelerin müzelerinde Kürtlere ait tek bir ok ucunun dahi bulunamadığı tartışmaya açıktır (Batur,2011: 24). Her milletin kendi tarihini araştırmak ve bilmek ebetteki en tabi hakkıdır. Kürt tarihini de Ahsen Batur’un deyimiyle “reaksiyoner zihniyetle değil, gerçek bir tarihçi ve bilim adamı zihniyetiyle yazacak” kişilere ihtiyaç vardır (Batur, 2011: 432).

2.2. Kürtlerin Ayrılkçı Hareketlerinin Başlaması

Öncelikle değinilmesi gereken ayrılıkçı Kürtçülüğün öncülerinin Kürtler olmadığıdır. Osmanlının son döneminde ve Türkiye Cumhuriyeti'nin ilk dönemlerinde Cumhuriyetin resmî ideolojisi çerçevesinde yürütülen politikalar da Kürtlerin milli duygularını kamçulamıştır. Birçok unsur tarafından beslenmiş olmasına karşın, ayrılıkçı Kürtçülüğün birincil müsebbibi emperyalist devletlerin ajan olarak kullandığı, misyonerler, gezginler ve konsoloslardır (Şimşir, 2009: 46). Kürtçülüğün Babası olarak bilinen Maurizio Garzoni'de Katolik bir misyonerdir (Şimşir, 2009: 47). Kürtler arasında yaşayan ve ajanlık faaliyetleri yürütenlerin, icat edilen bir Kürt tarihi ile ayrılıkçı bir Kürt milliyetçiliğinin ortaya çıkmasındaki rolü yadsınamaz. Aynı zamanda ayrılıkçı Kürt milliyetçiliğinin geniş taban bulduğu da söylenemez; bu kulvarda bulunan düşüncenin takipçileri daima marjinal gruplar olmuştur. Bu grupların güçlü milliyetçi arzularına karşın, bu arzulardan yoksun olan Kürt halkı ile bölgede Kürt devletinin kurulmasına engel olabilecek aktörlerin daha güçlü oldukları gerçeği gözden kaçırılmamalıdır (Çiçek, 2012: 107). Tüm bunlara rağmen, bir Kürt devletinin yapılanması programı olarak Kürt milliyetçiliğinin 1918-19 yılları sırasında ortaya çıktığı iddia edilmektedir (Vali, 2005: 36). Ortaya çıkmasında ise İngiliz etkisi belirgin şekilde görülür.

Kürtlerin kökenlerini belirli tarihe kadar Turani olarak ele alan ancak çıkarlarına göre bu durumu tersine çeviren “İngilizlerin, bu dönemdeki Kürtçülük propagandasındaki amaçları, kendi kontrollerinde bir Kürt devleti kurmak suretiyle, Musul ve Kerkük petrol bölgelerini hakimiyetleri altına almak, Bolşevizm'in güneye doğru yayılmasına engel olmak, Hindistan yolunun güvenliğini sağlamak ve işgallere karşı uyanan Türk milli hareketini” bastırmak şeklindeydi. Bunun için birçok Kürt cemiyeti kurdurulmuştur (Okur, Erişim Tarihi: 01.04.2018). İstanbul'da kurulan Kürt Teali Cemiyeti ile Kürt entelektüelleri, bağımsızlık ve özerklik söylemleri etrafında faaliyetlerine hemen başlamışlardır (Çiçek, 2012: 108).

İngilizler, Doğu ve Güneydoğu Anadolu'ya Binbaşı Noel gibi Kürtçü faaliyetlerde bulunacak ajan ya da temsilciler göndermekten başka Şeyh Abdülkadir gibi ayrılıkçı Kürtçü aydınları da Wilson Prensipleri'nden faydalanmaları yönünde kışkırtarak otonom bir Kürt devleti kurulması için çaba harcıyorlardı. Hatta Sevr Anlaşması'na (mad: 62-63-64) bunu sağlayacak maddeler de koydurmuşlardı (Okur, Erişim Tarihi: 01.04.2018). Bu çerçevede Kürtlerin Lawrence'si olarak anılan Binbaşı Noel'in Kürt aşiretleri ayaklandırmak için çok uğraştığı ancak başarısız olduğu bilinmektedir.

Kurtuluş Savaşı sırasında da Kürtler kendi farklılıklarına vurgu yapmış; fakat diğer yandan Türklerle ilgili geçmişe ilişkin ortak tarih bilincini ve geleceğe ilişkin birlikte yaşama

iradesini ortaya koymuş ve işgalcilere karşı omuz omuza savaşılarak millet olmanın temel bilincini göstermeyi başarmışlardır (Ağca, 2012: 48).

İkinci Dünya Savaşı sırasında ise Suriye'den Türkiye'ye Kürtçülük ihraç ediliyordu. Gizli kuryelerle gönderilen Kürtçülük yayımları Dicle Talebe Yurdu'nda kalan doğudan gelen fakir ailelerin çocuklarına okutuluyor ve Kürtçü bir nesil yetiştirilme payesi güdülüyordu (Şimşir, 2011: 33). Çok partili hayata geçiş sürecinden sonra canlanan Kürtçülük faaliyetleri, büyük oranda bu ihraç edilen fikirlerin genç nesillere empoze edilmesi ile sağlanmıştır.

3. Devletleşme Çabası ve Kürtçülük

Bir Kürt devleti hayalini radikal Kürtçüler, Ahmedi Xani'nin Kürtçe kaleme aldığı Mem-ü Zin adlı kitabında özlemi duyulan Kürt devleti ve Kürt padişahı söylemlerine kadar götürmektedirler (Çiçek, 2012: 107). Bu bakımdan Kürt ulusunun uyanışını sağlama çabalarının nihai amacı, sömürge durumuna getirilmiş ve dört ülke tarafından parçalanmış Kürdistan'ın esaretten kurtarılmasıdır (Batur, 2011: 402). Bu amacı gerçekleştirmek için yürütülen devletleşme çabaları çerçevesinde Kürtçüler tarafından Türk kimliğine biçilen rol, Kürtlerin topraklarını işgal eden sömürgeci olmaktır. "Siyasi Kürtçüler, bu toprakların ezelden beri kendilerine ait olduğunu Türklerin gelip işgal ettiğini söylemektedirler" (Batur, 2011: 22). Ortak düşman yaratmak Kürtlerin birbirine kenetlenmesini sağlaması açısından önemli bir süreç olarak görülmektedir. Öyle ki İsmail Beşikçi'nin deyişiyle "Kürtlerin etrafı hep düşmanlarla çevrilidir. Kürtler adeta bir cehennem içinde varlıklarını korumaya ve sürdürmeye çalışmaktadır" (Beşikçi, 1991: 20). Tabii olarak bu durum da Kürtlerin bir bağımsızlık savaşı içinde olduğu ve sömürgeci devlete karşı bir mücadele yürüttüğü söylenecektir. Her ulusun hakkı olan kendi kaderini tayin hakkını talep ettikleri söylemleri ile yürütülen ajitasyon, terör eylemlerine meşruluk kazandırma çabasına dönüştürülmüştür.

Kürt milliyetçiliği hiçbir zaman Kürt halkının tamamından destek görmemiştir. Devletçilik hareketi olarak Stockholm büyükelçiliği görevinde de bulunan Şerif Paşa'nın Paris Barış Konferansı sürecinde bir Kürdistan talebi olmuştur. Konferansta, "Kürt halkının talepleri hakkında bir muhtıra" sunmuştur (Ertem, 2012). Bu talep devletine bağlı Kürt aşiretleri tarafından çekilen bir protesto telgrafi ile kınanmıştır. Telgrafta: "Vatan haini, din düşmanı Şerifnam şahsın Bogos Nubar ile teşrik-i mesai ederek Kürtlerin mukadderat-ı ati-si hakkında beyan-ı mütalaa ettiğini istihbar ettik. Kürtlük ve Türklük birliktir. Yekdiğerinin öz kardeşi ve din kardeşidir, her iki millet için vatan müşterektir" denmektedir (Okur, Erişim Tarihi: 01.04.2018).

Kuzey Irak ve İran içinde oluşturulmaya çalışılan Kürt devletlerini de destekleyen Bedirhanilerin yürüttüğü çabalar da devletçilik hareketleri olarak değerlendirilebilir. Bedirhaniler Botan aşiretinin önderi Bedirhan Bey'in soyundan gelmektedirler (Kahraman, 2004: 40). Bedirhan Bey Sait Bey'in isyanı ve Mısır valisinin isyanında Osmanlı saflarında yer almıştır. Daha sonra Osmanlı'ya karşı isyan eden Bedirhan Bey, maiyetiyle birlikte sürgün edilmiştir. Bedirhan Bey'in ailesi ile birlikte Girit'e sürülmesi, Bedirhan Bey'in çocuklarının bazılarının Türklere karşı bir kin beslemesine sebep olmuştur. Gerçekleştirilen her ayaklanmada bu yüzden bir Bedirhani mutlaka yer almıştır (Ağca, 2012: 103). Bu bağlamda Bedirhanilerin bir Kürt devleti kurmak için çeşitli sebeplerden çıkan Kürt isyanlarına bağımsızlık talebi olan bir Kürtçülük hüviyeti kazandırma çabaları görülmektedir.

Diğer bir devletleşme hareketi olarak SSCB'nin yardımı ile İran'da 22 Ocak 1946'da Mahabad Bölgesinde "Mahabad Kürt Cumhuriyeti" adı ile ilân edilen ve "Başkanlığına" Kadı Muhammed, "Savunma Bakanlığına" ise yaklaşık 3 bin silahlı adamı olan Molla Mustafa Barzani'nin getirildiği süreçtir (Ertem, 2012: 4). 11 ay yaşayan Mahabad Cumhuriyeti SSCB'nin desteğini çekmesi üzerine yıkılmış, Mustafa Barzani Rusya'ya kaçmıştır. Irak'ta yaşanan devrimden sonra tekrar Kuzey Irak'a dönen Barzani'nin 1961-1975 yıllarında Irak Kürdistan'ındaki faaliyetleri, Nuri Dersimi gibi Kürtçülerin yaptıkları çağrılar, Türkiye Kürtlerinin içinde karşılık buldu. Bu uyanış Türkiye'de kamusal alanda da yer alarak 1971 yılında ki kitlesel mitinglere dönüştü (Çiçek, 2012: 111). Barzani hareketinden etkilenen Türkiye'deki Kürtçüler Kürt istiklal partisini kurmuşlardır (Şimşir, 2011: 46).

Cumhuriyet'in ilk yıllarından çok partili siyasal hayata geçişe kadar tüm farklı seslerin susturulmuş olmasından dolayı Kürtçülük de bir sessizlik dönemi yaşamıştır. Daha sonra siyasal zeminde kendine yer edinmeye başlamış, Türkiye İşçi Partisi (TİP) içerisinde yer alan siyasi Kürtçüler daha sonra Türk solundan kendilerini ayırmışlardır. TİP Kürt hareketinin dinamiklerini oluşturacak okul işlevi görmüştür. Sol eğilimli Kürtçüler 1961 yılında legal zeminde Devrimci Doğu Kültür Ocakları'nı (DDKO) kurmuştur. 1971 Muhtırasından sonra kapatılan DDKO'lar Kürtlerin toplu siyasi savunmalarının ilk örneği olarak görülmesinden dolayı önemlidir (Doğanoğlu, 2016: 941-959). DDKO gibi genç Kürtçülerin barındığı yapılar sayesinde Kürt milliyetçiliğine taban bulma faaliyetleri uzun yıllar Türkiye içinde yaşanan çatışmaların sebebi olmuştur. PKK ile tamamen silahlı bir terör örgütüne dönüşen Kürtçülük ideolojisi varlığını geniş coğrafyalara yaymayı başarmıştır. Son olarak yakın tarihte gerçekleşmiş olan özerklik ilanları ve devamında yaşanan hendek olayları devletleşme çabalarına örnek olarak verilebilir.

Kürtçülük ideolojisinin devletleşme hareketlerinin sonuçsuz kalmasının nedeni birçok etkene dayandırılabilir. Uluslararası siyasetten kaynaklananları bir kenara bırakırsak, dört farklı devlet içerisinde yaşayan Kürtler, dağınık durumdadır ve diğer unsurlar o yaşadıkları bölgede güçlü durumdadır. Kürtler Kurmanci, Sorani, Dimili (Zazaki) ve Gorani (Hevremani) olarak ayrılan dillerinden ziyade kültürel olarak da farklılaşmaktadır. Ulus inşası açısından ortak dil önemli bir unsur olarak görülmektedir (Kaya, 2012: 354-378). Türkiye’de resmî ideoloji çerçevesinde gerçekleştirilmeye çalışılan dil birliğinin amacının da homojen toplum yaratmak olduğu aşikardır. Olası Kürt devletinin homojen bir yapıda olamayacağından yeni çatışmaların doğmasına sebep olma ihtimali taşımaktadır. Kürtlerin menşeinin dayandırıldığı köklü bir tarihin icat edilmesi bile ulus devlet olmanın en önemli araçlarında biri olarak görülen ortak dilin, Kürtlerin sahip olduğu bir durum olmaması devletleşmesinin önündeki şu an için aşılması güç bir engel gibi durmaktadır. Dahası Kürtçü çevrelerce Kürtlük atfedilen Zazaların Kürt olup olmadıkları tartışma konusu iken, Zazaların çoğunluğu Kürt olarak adlandırılmalarına itiraz etmektedir (Zenginoğlu, 2012: 50). Zazalar, Türklerin Kürtlere yaptığı Türkleştirme çabalarının benzerini Kürtlerin Zazalara yaptığını söylemektedirler (Kalafat, 1998: 285-304).

Tüm bunlara rağmen şartların zorlanması sonucu kurulan bir Kürdistan’ın, bölgenin zengin yer altı kaynakları da düşünüldüğünde bölge zenginliklerini elde etmek isteyebilecek olan emperyalist güçlerin vesayeti altına girme tehlikesi de bulunmaktadır. Bu bağlamda terör örgütü lideri Abdullah Öcalan’ın ilk söylemleri bağımsız bir Kürdistan iken daha sonra ki söylemleri değişmiştir. Bağımsız Kürdistan’ın güçlü devletlerin egemenliği altında kalacağı düşüncesinden dolayı söylemleri, özerk Kürdistan talebi olarak revize edilmiştir (Onay, 2016: 284).

3.1. Resmi İdeolojinin Açmazları ve Kürtler

Ayrılkçı Kürt milliyetçiliğinin altında yatan bir diğer sebep, Osmanlı Devleti’nin son dönemlerinde ve Cumhuriyet’in ilk dönemlerinde Kürt halkına karşı yürütülen kışkırtıcı politikalarıdır. Osmanlı Tanzimat Dönemi’nde 2. Mahmut ile başlayan merkezileşme çabaları, görece özerk durumda olan Kürt beyliklerinin özerkliğinin ellerinden alınması sonucunu doğurmuştur (Onay, 2016: 229). Devamında meydana gelen Kürt isyanlarının sebebi Kürtçülük değilken, Kürt isyanları sonucunda sürgüne gönderilen aşiretlerin üyelerinde ilk ayrılkçı Kürtçülük fikirlerinin filizlendiği söylenebilir. Bu durumun, Kürtlerden oluşan Hamidiye Alayları adı verilen birliklerin kurulması gibi Sultan 2. Abdülhamit’in uyguladığı

başarılı politikalarla tersine çevrildiği söylenebilir. Devlet içerisinde önemli pozisyonlara getirilen Kürtlerin devletle bütünleşmesi büyük oranda sağlanmıştır. Şeyh Sait ayaklanmasının taleplerinden birinin 2. Abdülhamit'in oğullarından birinin saltanata geçmesi olduğu düşünüldüğünde bu politikaların neticesinde Sultan 2. Abdülhamit'in Kürtlerin sempatisini kazandığı görülmektedir (Ertem, 2012).

Yeni kurulan Türkiye Cumhuriyeti ise laik, Batıcı ve Türk milliyetçiliği çerçevesinde bir ulus devlet olarak formüle edilmiştir (Dağ, 2015: 93). Devletin resmî ideolojisi haline gelen bu politikalar bir zamanlar millet-i hâkime olarak aynı safta yer alan Kürt ve Türk'ün ayrışmaya başlamasına neden olmuştur. Bu politikalar çerçevesinde saltanatın kaldırılması akabinde hilafet makamının ilgası, bir ulusun adının devlet adı olarak belirlenmesi, Türklüğün bir üst kimlik olarak görülmesi, diğer unsurların varlığının inkâr edilmesi Kürtlerin devlete yabancılaşması sonucunu doğurmuştur (Dağ, 2015: 85).

1924 Anayasanın 88. maddesinde, “Türkiye ahalisi din ve ırk farkı olmaksızın vatandaşlık itibariyle Türk ıtlak olunur” şeklinde yer alan tanımlamanın, 1961 ve 1982 Anayasalarında da daha da sertleşeceği görülecektir (Zenginoğlu, 2012: 68). Gerçekleştirilen zorunlu iskanlar, Kürtçenin yasaklanması gibi uygulamalar Kendini Türk'ten ayrı düşünmeyen Kürtlerde ayrılıkçı Kürtçülük düşüncesinin filizlenmeye başlamasında etkili olmuştur. Özellikle emperyalist devletlerin özel ilgisi ile bu ayrışma daha çok körüklenmiştir. Kürt isyanları baş göstermiş ve isyanlar ağır şekilde bastırılmıştır.

Halifeliğin kaldırılması ile ilgili olarak, Kürtçü ayaklanmaların içerisinde en dikkat çeken Şeyh Sait isyanı olmuştur. Şeyh Sait isyanının arkasında bir İngiliz desteğinin varlığı hala tartışma konusudur (Onay, 2016: 289). İsyanın Kürtçülük hüviyeti taşıdığını iddia edenlerin yanında, feodal dolayısı ile gerici nitelikte olduğunun yanında tamamen dini gerekçelerle gerçekleştiği iddiaları da vardır (Onay, 2016: 191). Türk hükümeti ise dini taassupla gerçekleştirildiğini savunmuştur (Onay, 2016: 243). Bu dönemin arkasındaki temel etkenlerden biri de ordudan ayrılan Kürt subaylardır. Şeyh Sait isyanı sırasında Şeyh Sait'in en yakınındaki isimler Cibranlı Halit Bey ve Binbaşı Kasım'dı (Çavuş, 2013: 85). Kürt milliyetçi mücadelesinin ideolojik, politik ve askeri liderliğini yapan bu sınıf, 1925'teki Şeyh Said isyanının arkasındaki Azadi Örgütü ve 1930'daki Ağrı Dağı isyanını yöneten Hoybun ile kendini açıkça ortaya koymuştur (Çiçek, 2012: 109). Millî mücadele dönemindeki ve Cumhuriyet dönemindeki isyanlar Kürtçü isyanlar olarak belirtilse de din olgusunun bu isyanda önemli bir yer tuttuğu belirtilmelidir. Dolayısıyla da Şeyh Sait İsyânının dini

amaçlarla mı, yoksa Kürtçü amaçlarla mı hareket ettiği tartışmaya açıktır (Zenginoğlu, 2012: 68). Ancak isyanın taleplerinden birinin 2. Abdülhamid'in oğullarının saltanatının temini gibi bir söylemin olması, Kürtçü değil feodal ve dini bir ayaklanma olduğu düşüncesini kuvvetlendirmektedir.

Zorunlu iskanlar, Kürt dilinin yasaklanması Kürtlerin varlığının inkâr edilmesi, köy boşaltmaları, köy yakma, Türkçülük gibi faaliyetler Kürtlerin devletle bağımlı zayıflatmıştır. M. Zeki Beg'e göre Osmanlı fikriyatının çökmesi ile yerine ikame edilen Türk milliyetçiliği, beraberinde Kürt milliyetçiliğini getirmiş oldu (Çiçek, 2012:103). Resmî ideoloji çerçevesinde yürütülen politikalar, ayrılıkçı bir Kürt milliyetçiliğinin kamçılanması ve Türk kimliği karşısında Kürt kimliğinin konumlandırılması ile sonuçlanmıştır.

4. Bir Suistimal Aracı Olarak Milliyetçilik

Ayrılıkçı Kürt milliyetçiliğinin temelini atılması, yabancı devletlerin çabası ile gerçekleşmiştir. Resmî ideoloji çerçevesinde ise palazlanmış ve Kürt sorunu olarak hüviyet kazanmıştır. Osmanlı tabiiyetinde bulunan Kürt unsurların fark edilmesinden sonra Osmanlı devletine karşı nasıl kullanılacağına hesapları yapılmıştır. Bu çerçevede sömürgeci devletlerin öncülerini kabul edilen misyonerler Osmanlı toprağında boy göstermeye başlamıştır (Şimşir, 2009: 47). Misyonerlerin büyük çabalarına rağmen dini bir aidiyet duygusu ile Osmanlı devletine bağlı bulunan Kürtler üzerinde yürüttükleri politikalar başarısız olmuştur. Misyonerlerin Kürtleri kullanabilmek amacıyla Osmanlı devletine karşı kışkırtma girişimleri sonuç vermeyince, daha tehlikeli bir yol izlenmiş zaten hali hazırda beslenen Ermeni milliyetçiliğinin karşısına Kürtleri düşman olarak almıştır (Ertem, 2012). Uzun uğraşlara rağmen Kürtlerin devlete en zor zamanlarında sadık kalmaları dış güçlerin Kürtlere karşı bir nefret beslemelerine dahi sebep olmuştur. Kürtlere çevrilen bu ok anlaşmalara da yansımış, Berlin Anlaşması'nın 61. maddesinde Kürtlere karşı Ermenilerin korunması Türklerin sorumluluğuna verilmiştir (Şimşir, 2009: 25-27).

Kürtlerin yavaş yavaş ulusal bilinçlerini kazanması ve isyanlar emperyalistlerin gözlerini yeniden Kürtlere çevirmesine neden olmuştur. Ulusal birliğin sağlanmasında başat rol oynayan ortak dil için, Fransa ve Rusya gibi devletlerin desteği ile dil birliği çalışmaları da gerçekleştirilmiştir (Çavuş, 2013: 105). Bunun dışında Kürtçülük faaliyetlerinin yoğun olduğu Paris'te Yaşayan Doğu Dilleri Ulusal Okulu'nda önemli Kürtçülerin yetişmesi sağlanmıştır. Bu okulda Bedirhani'lerden Kamuran Ali Bedirhan Kürt dili ve edebiyatı dersleri vermiştir. O dönemlerde hükümete başkaldırıp Kuzey Irak'ta dağlara çekilmiş olan Mustafa Barzani ile

görüşmek için Kamuran Ali Bedirhan'ın onayını almak gerektiği de söylenmiştir (Şimşir, 2009: 64).

Gizli veya açıktan desteklenen Kürtçülük ideolojisi dünya kamuoyunda da yer almıştır. Fransa Cumhurbaşkanı'nın eşi Danielle Mitterand'ın başkanı olduğu Özgürlükler Vakfı ve Paris Kürt Enstitüsü tarafından 14-15 Ekim 1989'da düzenlenen Kürt konferansı ve 1989'da Danielle Mitterand'ın Diyarbakır'a yaptığı ziyaret ile oluşturulmaya çalışılan imaj özgürlük mücadelesi içerisinde olan bir halk görünümüdür. Bilal Şimşir'e göre, siyasi Kürtçülüğün teorik alt yapısı Batı tarafından icat edilmiştir (Şimşir, 2009: 63). Siyasal Kürtçülük ile ayrılıkçı bir düşüncenin aşılınmaya çalışıldığı söylenebilir. Terör ile bağlarını koparamayan ve meşru zeminde Kürt halkının haklarını savunduğunu iddia eden parlamenterlerin de Kürtçülük üzerinden Kürt halkını suistimal ettiği iddia edilebilir. Terör ise suistimalin en büyük ayağını oluşturmaktadır. Resmî ideolojinin getirdiği olumsuzluklardan kurtulmak isteyen halkın istekleri basitti. Kendi devletlerinden hak talebinde bulunuyorlardı. İş, sağlık, yol vs. yani insan gibi yaşamak istiyorlardı. Türk hükümetinin göremediği ve terörün kullandığı zayıflıklar bunlardı. Batının Kürtleri keşfetmesi sayesinde terör uluslararası medyalara önemli oranda hâkim olabildi. Kendilerini "Ezilmiş toplumun savaşçıları" gibi gösterdiler (Birand, 1992: 283-284).

Batılılar tarafından bir suistimal aracı olarak kullanılan Kürtçülük, Rusya, İngiltere, Fransa ve Amerika tarafından destek görmektedir. Batılı devletlerin yoğun ilgisine mahzar olan Kürtler için bu durum bir kazanç değildir. Bu bağlamda ideolojik alt yapısının Batı'da oluşturulduğu söylenebilecek olan Kürtçülük ile Kürt vatandaşların tabiiyetinde buldukları devlete karşı ayaklanması sağlanmış, bu yolla mevcut devlete baskı yaparak kendi çıkarlarına hizmet edecek politikalar yürüten devletler Kürtçülük üzerinden Kürt halkını suistimal etmiştir. Aradan geçen yılların kanıtladığı üzere Kürtçülük Kürtlere kaostan başka bir şey kazandırmamıştır.

4.1. Oyunun Kazananı Kim?

Kürtler homojen bir yapı ihtiva etmemektedir. Dört devletin içinde dağınık halde olmalarının yanında ortak bir dile de sahip değillerdir. Diğer taraftan Kürtlerin yaşadığı bölgelerde diğer unsurların varlığı da azımsanamayacak durumdadır. Bu yüzden devlet olmalarına bölgede bulunan diğer unsurların sessiz kalacağı düşünülemez. Devletlerin de kendi içinden yeni bir ulus devlet yaratılmasına seyirci kalması beklenemez (Çetin, 2012: 508). Kürtlerin devletleşmesi durumunda o topraklarda yaşayan diğer unsurların ne olacağı da

tartışma konusudur. Her halükârda Kürtlerin milliyetçilik üzerinden suiistimal edilmesinin aracı milliyetçiliğin özünde var olduğu iddia edilebilecek sebep, ulus devlet olma hayalidir.

Bölgedeki çatışma ortamından ve Kürtlerden yararlanabileceğini düşünen İngiltere, Rusya, ABD ve diğer devletler, adına Kürt Kartı dedikleri bir politika ile bölgeyi kontrol altında tutmak, gerektiğinde bölge devletlerine baskı aracı olarak kullanmak üzere daima bu yarayı taze tutma yoluna gitmektedir. Buradan hareketle dış yardımla oluşan ulusçuluk hareketlerinin, dışarıdan desteklenmesinin sömürgecilik amacı taşıdığı yorumu da yapılabilir. ABD, SSCB'nin bölgedeki nüfusunu kırmak istediği zaman Kürtlerden yararlanabilmek için çeşitli vaatlerde bulunmuş ancak tıpkı İran'da Mahabad Cumhuriyeti'ni önce kuran ama daha sonra İran'la petrol üzerine anlaşma yaparak Kürtleri yalnız bırakan SSCB 'nin politikası gibi ABD'nin politikası da iki taraflı olmuştur. İhtiyacı olduğunda Kürtleri desteklemiş, ihtiyacı kalmadığında desteğini çekmiştir (Kurubaş, 2017). Görünen gerçek uzun vadede kazanan ne Kürtlerdir ne Kürtlerin tabiiyetinde bulunduğu devletlerdir. Kazanan oyunu kuran bir Kürt kimliği inşa eden Kürtlerin devletle bağını koparan ve bu yolla ağır kayıplar yaşanmasına sebep olan emperyalist devletlerdir.

5. Sonuç

Ayrılıkçı Kürt milliyetçiliğinin ortaya çıkışının suni olarak üretilen sorunlar olduğu söylenebilir. Bu çerçevede Kürtçülük ideolojisinin uzun uğraşlar sonucu vücut bulduğu bir gerçektir. Kürtler arasında uzun yıllar ajanlık faaliyeti yürüten, devamında mesnetsiz Kürtçülük teorileri üreterek bazı Kürtleri etkilemeyi başaran Kürdologlar, ürettikleri tarihle Kürtlere Türklerden ayrı bir yol çizme yoluna gitmişlerdir. Ancak ayrılıkçı bir milliyetçiliğin tek nedeni yabancı devletlerin yürüttüğü politikalar değildir. Tarihsel bir okuma ile ele alınacak olursa Kürt sorunu, bir milliyetçilik olarak Osmanlı'nın son döneminde filizlenmeye başlarken, Türkiye Cumhuriyeti'nin ilk yıllarından itibaren yürütülen baskıcı politikalarla da kendisine zemin bulmuştur. Bu aşamada resmî ideoloji olan Kemalizm'in oluşturmak istediği bir Türk kimliği ötekileştirilen Kürt kimliğinin çıkar sahibi devletler tarafından kaşınmasına ve Kürtlerin bir iç çatışma aracı olarak kullanılmasına sebep olmuştur.

Dini aidiyete bağlı olarak oluşturulan Osmanlı millet sisteminin terk edilmesi, Kürt unsurların inkâr edilmesi, Kürtçülük barındırmayan isyanların kanlı bir şekilde bastırılması, muhafazakâr olan Kürt halkının kendisini bağlı hissettiği saltanat ve hilafetin kaldırılması, dahası Kürtçe konuşmanın dahi yasaklanması gibi yürütülen baskıcı politikalar, Kürt milliyetçiliğinin devlet talebi ile ortaya çıkmasına sebep olmuştur. Ancak bu talepte

bulunanlar Kürt halkı değil, belli birkaç marjinal gruptur. Kürtler ile Türklerin büyük oranda akrabalık ilişkisi içinde bulunması toplumsal kaynaşma sağlamaktadır. Lozan'da Türk heyetinin, Kürtlerin bir etnik grup olarak adlandırılmasını kesinlikle kabul etmediklerini ifade etmeleri. Rıza Nur'un görüşmelerde, "Onlar bizim gibi Müslüman insanlardır ve etnik bir grup olarak görülemez. Biz kız aldık kız verdik" dediğini bilmekteyiz (Onay, 2012: 110).

Diğer yandan emperyalist devletlerin vaat ettiği bir Büyük Kürdistan'ın teoride gerçekleşmesi var olan sorunlara yenisini eklemekten öteye gidemeyecektir. Bu durumun farkında olan emperyalist güçlerin amacı Kürtlerin bir devleti olsun değildir. Bu zaafların nasıl çıkarlarına hizmet edeceğidir. Bu aşamada kaybettiği ayrıcalıkları tekrar elde etmek isteyen ve yahut yeni ayrıcalıklar talep eden Kürt beylerinin isyanlarını, şanlı bir Kürt direnişi, bağımsızlık savaşı gibi gösterme yoluna gidilmesinin asıl amacı Kürt kimliğinin karşısına konumlandırılan işgalci Türk kimliğine karşı Kürt kartı dedikleri kozun kullanılmasından başka bir şey değildir. Kısacası bu oyunda kaybedecek bir taşı olmayan ancak oyunun kurucuları durumunda olan dış güçlerin, bir Kürt tarihi inşa etmelerinin asıl amacı tabiiyetinde buldukları ülke ile bağlarını kopardıkları Kürtler sayesinde elde etmeyi umdukları parsadır. Neticede bir çatışma ortamından Türkiye Devleti'nin de Kürt vatandaşların da kazanacağı bir zafer yoktur. Dahası kaybedecek çok şeyleri olduğu ortadadır.

Tüm bu olumsuzluklara rağmen uzun süre devlete sadık kalmış ve kurtuluş savaşında devletin yanında yer almış olan Kürt unsurlara karşı yürütülecek hoşgörü politikaları ile azınlıkta kalan ayrılıkçı Kürt milliyetçiliğinin ortadan kalkması sağlanabilir. Bin yıldır aynı coğrafyada yaşayan Kürt ve Türk ulusu organik bir bağ ile birbirine bağlı durumdadır. Hatta Suriye, Irak ve İran içinde yaşayan Kürt unsurlardan daha fazla ortak bir kültürü paylaştıkları söylenebilir. Daha da ilerisi bir toplumun kültürünün tarihsel bir birikimin ürünü olduğu gerçeğinden hareketle bin yıldır bir arada yaşayan Türk ve Kürt ulusunun Anadolu'nun zengin kültürünü birlikte inşa ettiği savunulabilir.

Kaynakça

- Anderson, B. (1995). *Hayali cemaatler milliyetçiliğin kökeni ve yayılması*, İstanbul: Metis
- Ağca, A. (2012). *Şark Meselesinde Kürtçülük (1787-1923)*. (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Uludağ Üniversitesi/Sosyal Bilimler Enstitüsü Tarih Anabilim Dalı Tarih Bilim Dalı, Bursa. <https://tez.yok.gov.tr/UlusalTezMerkezi/tezSorguSonucYeni.jsp>

- Aydın, S. (2013). *Milliyetçilik*. Ömer Çaha ve Bircan Şahin (Ed.) Dünyada ve Türkiye’de Siyasal İdeolojiler (s. 223-286). Ankara: Orion
- Batur, A. (2011). *Kürdoloji Yalanları*, İstanbul: Selenge
- Beşikçi, İ. (1991). *Devletlerarası Sömürge Kürdistan*, Ankara: Yurt
- Birand, M. A. (1992). *Apo ve PKK*, İstanbul: Milliyet
- Bulut, F. (2006). *Kürt Dilinin Tarihçesi*, İstanbul: Berfi
- Çavuş, S. (2013). Türk Basınında Kürt Kimliğinin Temsili: 2002 ve 2011 Seçim Dönemleri Üzerine Bir İçerik Analizi, (Yayımlanmamış Doktora Tezi), Selçuk Üniversitesi /Sosyal Bilimler Enstitüsü Gazetecilik Anabilim Dalı, Konya.
- Çiçek, M. F. (2012). Osmanlı'dan Cumhuriyete Kürt Milliyetçiliğinin Tarihsel Kökenleri ve Gelişimi, Kimlik, Kültür ve Değişim Sürecinde Osmanlı'dan Günümüze Kürtler Uluslararası Sempozyumu 6-8 Eylül 2012 Bingöl.
- Çetin, H. (Ed.) (2012). *Siyaset Bilimi*, Ankara: Orion
- Dağ, G. (2015). Türklük ve Kürtlük Bağlamında Birlikte Yaşama ve iç içe Geçişler: Başakşehir Örneği. (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Dumlupınar Üniversitesi/Sosyal Bilimler Enstitüsü Sosyoloji Anabilim Dalı, Kütahya. <https://tez.yok.gov.tr/UlusalTezMerkezi/tezSorguSonucYeni.jsp>
- Doğanoğlu, M. (2016). Devrimci Doğu Kültür Ocakları DDKO ve Siyasal Ayrışma, *Ankara Üniversitesi SBF Dergisi*, 71 (3), 941-959.
- Ertem, B. (2012). Türkiye’de “Kürtçülük” (1950-1984). (Yayımlanmamış Doktora Tezi), Marmara Üniversitesi Türkiyat Araştırmaları Enstitüsü Türk Tarihi Anabilim Dalı Cumhuriyet Tarihi Bilim Dalı, İstanbul.
- Gürsel, İ. E. (1977). *Kürtçülük Gerçeği*, Ankara: Kömen
- Hobsbawm, E. (2006). *Geleneğin İcadı*, İstanbul: Agora
- Kahraman, A. (2004). *Kürt İsyanları*, İstanbul: Doğa
- Kaya, A. (2012). SSCB Sonrası Coğrafyada Ulus İnşa Süreci: Kazakistan Örneği, *Alternatif Politika Dergisi*, 4 (3), 354-378, Kasım 2012.
- Kalafat, Y. (1998) Anadolu Türk Halk Sufizminde Zazalar, Dinler Tarihi Araştırmaları-I Sempozyum: 8-9 Kasım 1996, Ankara.

- Kerim, A. H. (2014). *Balkan Yarımadasında Kürtler*, İstanbul: Evrensel
- Kurubaş, E. (2017, 30 Mart). Amerika'nın Kürt politikası: Bir varmış bir yokmuş. <http://www.aljazeera.com.tr/gorus/amerikanin-kurt-politikasi-bir-varmis-bir-yokmus>
Erişim Tarihi: 14.04.2018.
- Onay, A. (2016) Türkiye'deki Kürt Ayaklanmaları ve Kürt Ulusçuluğunun Oluşum Ve Gelişimine Etkileri. (Yayımlanmamış Doktora Tezi), Hacettepe Üniversitesi/Sosyal Bilimler Enstitüsü Siyaset Bilimi ve Kamu Yönetimi Ana Bilim Dalı Siyaset Bilimi Programı, Ankara. <https://tez.yok.gov.tr/UlusalTezMerkezi/tezSorguSonucYeni.jsp>
- Okur, M. *Millî Mücadele Yıllarında Ayrılıkçı Kürt Girişimlerine Karşı Doğu Vilayetlerinden Meclis- i Mebusan'a ve TBMM'ye Gönderilen Protesto Telgrafları*. <http://dergipark.gov.tr/download/article-file/26145> Erişim Tarihi: 01.04.2018.
- Özdemir, A. R. (2014). *Kayıp Türkler Etnik Coğrafya Bakımından Kürtleşen Türkmen Aşiretleri*, Ankara: Kripto
- Özcoşar, İ. (2003). Osmanlı Devleti'nde Gayrimüslimlerin Hukuki Durumu ve Millet Sistemi, *Dicle Üniversitesi Hukuk Fakültesi Dergisi* 7, 124-139, 2003.
- Şimşir, B. (2009). *Kürtçülük 1*, Ankara: Bilgi
- Şimşir, B. (2011). *Kürtçülük 2*, Ankara: Bilgi
- Tan, A. (2011). *Kürt Sorunu*, İstanbul: Timaş
- Vali, A. (2005). *Kürt Milliyetçiliğinin Kökenleri*, İstanbul: Avesta
- Zenginoğlu, S. (2012) Kimlik Tartışmaları Ekseninde Türkiye'de Türkçülük ve Kürtçülük Akımları. (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Akdeniz Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Uluslararası İlişkiler Ana Bilim Dalı, Antalya.

Yazım Kuralları

Batı Karadeniz Akademisyenler Derneği tarafından yayınlanan USOBED (Uluslararası Batı Karadeniz Sosyal ve Beşeri Bilimler Dergisi) (International Journal of Western Black Sea Social and Humanities Sciences) Dergisi 2017 yılından itibaren; İktisat, İşletme, Maliye, Siyaset Bilimi, Kamu Yönetimi, Uluslararası İlişkiler, Çalışma Ekonomisi, Endüstri İlişkileri, Tarih, Felsefe, Psikoloji, Sosyoloji, İslami İlimler, Coğrafya gibi sosyal ve beşeri bilim alanlarında yayın hayatını sürdürmektedir.

Hakemli bir dergi olup, Haziran ve Aralık aylarında yılda iki kez yayınlanmaktadır. Editörlüğümüze gelen makaleler, bir ön incelemeden sonra Hakem Kurulu içerisinde konunun uzmanı olan iki, gerektiğinde üç hakemin değerlendirmesinden geçmektedir.

Dergimizin yayınlanması arzu edilen çalışmaların aşağıda belirtilen yazım kurallarına ve diğer koşullara uygun bir şekilde editörlüğümüze ulaştırılması gerekmektedir.

Makalede yazarı tanıttıcı herhangi bir bilgi bulunmamalıdır. Yazar adı /adları, görev yeri/yerleri, e-posta gibi bilgiler, sürecin sonunda editör tarafından makaleye eklenecektir. Yazı, birden fazla yazarlı ise makale yükleme basamağının ilgili bölümünde "yazar ekle" butonuna tıklayarak diğer yazarı/yazarları da eklemeyi unutmayınız.

Dergiye ancak başka bir yerde yayınlanmamış veya halen yayınlanmak üzere değerlendirme sürecinde olmayan yazılar gönderilebilir. Hakem değerlendirme süreci sonunda yazı yayına kabul edilirse, yazının tüm yayın hakları USOBED Dergisi'ne aittir.

USOBED Dergisi'ne gönderilen aday makalenin değerlendirme basamağındaki her işlem, yazarlara e-posta ile iletilmektedir. Ancak sistem üzerinden gönderilen bazı mesajlar, yazarın e-posta sunucusu tarafından engellenmekte veya spam klasörüne atılmaktadır. Bu durumda da raporların veya düzeltme isteklerinin yazara ulaşmaması gibi olumsuz bir sonuç ortaya çıkmakta ve değerlendirme süreci uzamaktadır. Muhtemel bir iletişimsizliğin önüne geçmek için yazarların ilgili aşamaları sistem üzerinden takip etmesi de sağlıklı olacaktır.

Başlık makaleyi betimleyici olmalı, makalenin esas konularını teşkil etmelidir. Türkçe ve İngilizce başlıklar mümkünse 12 kelimeyi aşmamalıdır. Yazının başlığı büyük harflerle 12 punto ve koyu olarak yazılmalı ve ortalanmalı; Özet yerine "Öz" kavramı kullanılmalıdır. Öz makalenin ana bölümlerinin her birinin kısa özetini içermeli,

okuyucunun makaleyi bütünüyle okumaya karar vermesini sağlayacak bilgileri içermelidir. Öz, Abstract dahil tüm ana başlıklar 12 punto büyük harflerle, alt başlıklar ise küçük harflerle, koyu ve 12 punto olarak yazılmalıdır. Öz ve Abstract metni 11 punto olmalıdır.

Dergimize gönderilecek makaleler Türkçe veya yabancı dilde (İngilizce, Fransızca veya Almanca) olabilir. Makalenin Türkçe ve İngilizce dilleriyle hazırlanmış en çok 100-150 kelimelik özetinin de eklenmesi gerekir (İngilizce ve Türkçe başlık da yer almalıdır). Ayrıca bu özetin altında, çalışmanın alanını tanımlayabilecek Türkçe ve İngilizce “anahtar sözcükler, (keywords)” de bulunmalıdır.

Yazılar A4 ebatlı kağıda aşağıdaki biçimde yazılmalıdır. Makale kaynakça dahil; Sayfa sayısı olarak 25 sayfayı, kelime sayısı olarak da 8000 kelimeyi geçmemelidir. Sayfa Düzeni Normal: Üst : 2,5 cm Sol : 2,5 cm Alt : 2,5 cm Sağ :2,5 cm

Yazı Tipi: Times New Roman; **Yazı Puntosu** 12 punto Satır Aralığı : 1.5

Makale metninin başlıklar hariç hizalaması “İki Yana Yasla” olacak, Metin içindeki başlıklar sola dayalı olacak. *Makale metninde Girinti: Sol:0 , Sağ:0, Özel: İlk Satır, Değer: 1,25 olacak. Kaynakça kısmında ise Özel: Asılı, Değer: 1,25 olacak.*

Aralık Ayarları: Önce: 6nk, Sonra 6 nk ve Satır Aralığı: 1,5 olacak. Manule olarak boşluk bırakılmayacak.

Makale, dergipark sistemi üzerinden gönderilmelidir. Ayrıca yazar/lar tarafından imzalı "YayınDevir Hakkı Formu" nun da taranarak aynı sisteme üzerinden gönderilmesi gerekmektedir.

Yazıda yer alan konu başlıkları Arabik sisteme göre numaralandırılmalıdır (1. , 1.1, vs.) Başlıkların sadece ilk harfleri büyük olmalı. Tablo ve şekillerin hazırlanmasında derginin boyutları ve genel dizayn dikkate alınmalıdır. Şekillere ve tablolara başlık ve sıra numarası verilmeli ve sayfaya ortalanmalıdır. Başlıklar tabloların üstünde şekillerin ise altında yer almalıdır. Denklemlere sıra numarası verilmelidir. Sıra numarası parantez içinde ve sayfanın en sağında bulunmalıdır.

Makale Değerlendirme Süreci: Makale; “Hakem Kurulu” içerisinde belirlenecek hakemlerin değerlendirme sürecinden geçtikten sonra, eğer varsa, düzeltmeleri yapması için yazara geri gönderilecektir. Yazar, hakem tarafından istenen düzeltmeleri yaptıktan sonra, geri göndermelidir.

Bu duyuruda belirtilen kurallara uyulmamasının tüm sorumluluğu yazar(lar)a aittir.

Böyle bir durumda hakem değerlendirme raporuna bakılmaksızın Dergi Yayın Komisyonu ilgili makaleyi yayınlamama hakkını saklı tutar.

Kaynakça ve atıflarda; Amerikan Psikologlar Derneği (American Psychological Association, APA) tarafından yayınlanan “ The Publication manual of the American Psychological Association (6th edition), 2001 “ isimli kaynakta belirtilen yazım ilkelere uygun bir biçimde yazılmalıdır. Apa'nın 6. Baskısı yazarların dikkate alacağı versiyon olmalıdır.

Bahsedilen kaynağa ilişkin internet adresi ;

<http://www.apastyle.org/> ,

http://www.muhenberg.edu/library/reshelp/apa_example.pdf

Kaynaklar latin alfabesi ile yazılmış olmalıdır.

Dergilerin varsa DOI numaraları kaynağın sonuna eklenmelidir. Örneğin;

Silverson, B. E. (2011). Fundamental of Personal Initiative. Journal Of Management and Economics: General, 224, 202 – 253. Doi: 10.1037/0056- 3245.134.2.248

Yoksa makaleye dair URL numaraları yazılır ,

Klasik eserlerin (Adam Smith , Marx , Locke vb) özgün tarihleri biliniyorsa kaynağın sonunda şu şekilde verilmektedir : (Özgün eser 1882 tarihlidir)

Aynı soyadlı yazarlardan, yayını daha eski olsa bile adının ilk harfi alfabetik olarak önce gelen kaynakçada önce belirtilmektedir. Örneğin; Vasfi, E. (1998). Hukuki Terimler, Ankara: Vadi. Vasfi, L. (2007). Hukuk Reformları Sürecinde Türkiye'nin İnsan Hakları Sorunu. İnsan Hakları Haberciliği, (derl.) Sevda Alankuş, İstanbul: STE Vakfı.

Kitap ve Raporların kaynakçada gösteriminde önce yayınlandığı yer ve sonra kitabevi, yayınevi adı “ kitabevi” “yayınevi” “yay” vb. ekler belirtilmeksizin verilir. Örneğin;

Ankara: Dost

İstanbul: Nesa

İstanbul: Sabancı Vakfı

New York, NY: McGraw – Hill

Tek Yazarlı Kitap

Ansel, N. (2006). Sessiz Gün. İstanbul: Deki.

Carlsen, S. (2009). *Matrix: Ya da Sapkınlığın İki Yüzü*. Bahadır Turan (Çev.). İstanbul: Encore.

Çok Yazarlı Kitap

Abisel, N., Arslan, U.T., Behçetoğulları, P., Karadoğan, A., Öztürk, S.R. & Ulusay, N. (2005). *Çok Tuhaf Çok Tanıdık*. İstanbul: Metis.

Editörlü Kitap

Katip, M. (Ed.) (2007). *Kamusal Fayda*. Ankara: İmge.

Editörlü Kitapta Bölüm

Akyol, B. (2004). *Saha Çalışmalarında Kamusal Alan Kavramı*. Kemal Özbek (Ed.), *Kamusal Alan Dahilinde* (s. 689-713). Ankara: Dost.

Birden Çok Baskısı Olan Kitap

Straight, W. Jr. & Walles, E. B. (2004). *The Elements of World*(7. Baskı). New York: Longman.

Sadece Elektronik Basılı Kitap

O'Keefe, E. (n.d.). *Egoism & the cnsts in Western values*. Erişim [http://www.onlineoriginals.com/showitem .asp litem I 135](http://www.onlineoriginals.com/showitem.asp?item I 135)

Kitabın Elektronik Versiyonu

Shelton, M. A (1989). *Magazine addiction? A study of Social Life* [DX Reader version]. Retrieved from <http://www.ebookstore.tandf.co.uk/html/index.asp>

Elektronik Adresten Yararlanılan Kaynakta Kaynağın erişilebileceği URL verilir , <http://www.antraktsinema.com/makale.php?id=729>

Elektronik Makaleler

Bulunması durumunda digital object identifier (DOI) numarası belirtilmelidir.

Rousseau, S. C. (2009). *What is Freedom ?*. Knowledge Management Research & Practice. Advance online publication. doi: 1 0.1057/palgrave.kmrp.8500141

Elektronik Gazete Makaleleri

Seran, Ö. (2010, 21 Ocak). Televizyon alışkanlıklarımız ve çocuklar. www.hurriyet.com.tr

Daha Önceki Bir Baskının Yeni Basımı (Özellikle Klasik Eserlerde)

Smith, A. (1976). *An inquiry into the nature and causes of the wealth of nations*. E. Cannan (Ed.). Chicago: University of Chicago Press. (İlk baskı 1776). Metin İçinde Kullanımı ::(Smith, 1776/1976)

Kitaptan Çevrilmiş Bölüm

Kaynakçada: Hengel, M. (1958). *The Best Quality*. T. Prast (Çev.). Chicago: Charles Scribner's Son. (İlk baskı. 1912-1917).

Rapor ve Teknik Makaleler

Özer, H. (2008). *Mediscap Turkey 2000* (Report No. 2). Ankara: SERAUM

Dergi Tek Yazarlı Makale

Cenah, Y. (2009). Geçmişin Sosyolojik Baskısı: Tarihsel ve Toplumsal Akla Doğru. *Toplum ve Bilim*, 12, 202-240.

Dergi Çok Yazarlı Makale

Bilken, F. S., Çelik, P. (1998). *Müzakere Yöntemleri*. Kültür ve İletişim, 2 (1), 397-414.

Yazarı Belirsiz Editör Yazıları

Editorial: "What is a Chaos" [Editorial]. (2006). *Journal of Management and Business*, 25, 8-10.

Yazarı Belirsiz Gazete Ve Dergi Yazıları İçin

Kaynakçada: Türkiye ve Rusya İlişkileri Ne Yönde: Bir Tarih, İki Devlet. (2003, 13 Aralık). *Hürriyet*, 36.

Metin İçinde : (Türkiye Rusya İlişkileri Ne Yönde, 2003)

Yazarı Belli Gazete ve Dergi Yazıları

Öymen, F. (2013, 29 Aralık). *Siyaset ve Ekonomi*. Milliyet, s.21.

Basılmamış Tezler, Poster Yazılar, Tebliğler

Eğer Yök'den indirilmiş ise Url adresi kaynağın sonuna yazılmalıdır.

Erkan, F. (2012). Politika ve Yansıması: Mardin'de Sosyolojik Altyapı. (Yayımlanmamış doktora tezi). Celal Bayar Üniversitesi/Sosyal Bilimler Enstitüsü, Manisa.

Ansiklopediler

Kaynakçada: Ottomans: History. (1997). Encyclopaedia Britannica içinde (12. Baskı. Cilt. 14, s. 1170- 1188). Chicago: Encyclopaedia Britannica.

Metin İçinde: (Ottomans: History, 1987)

Sözlükler

Kaynakçada: Hellmender. (208). Political Dictionary (11. Baskı). Los Angeles, Longman. Metin İçinde: (Helmmender, 2008)

Görüşme

Şenay, YILDIZ. (2012).Rusya Ukrayna'ya Girerse Çekoslovakya Gibi

Olur. Cengiz SAĞAN ile söyleşi. Akşam. 28 Temmuz 2003.Erişim

Tarihi 13 Ocak 2004, <http://www.aksam.com.tr/roportaj/rusyaukraynaya-girerse-cekoslovakya-gibi-olur/haber-289039>

Televizyon Programı

Kaynakçada: Long, T. (Yazar), ve Moore, S. D. (Yönetmen). (2002). Bart vs. Lisa vs. 3. Sınıf [Televizyon Dizisi]. B. Oakley ve J. Weinstein

(Yapımcı), Simpsonlar içinde. Bölüm: 1403 F55079. Fox. Metin İçinde Gösterimi: (Simpsonlar, 2002)

Film

Kaynakçada: Micheal, K. (Yönetmen/Senaryo Yazarı). (2001). Economist[Film]. U.S.: Warner Bros.

Metin İçinde Gösterimi: (Economist, 2001)

Fotoğraf

Kaynakçada: Ara, Güler. (1987). Ankara Milli Parkı [Fotoğraf]. Güzel Sanatlar Fakültesi, Ankara.

Metin İçinde Gösterimi : (Ara, 1987)