

BEYKENT ÜNİVERSİTESİ  
SOSYAL BİLİMLER DERGİSİ



BEYKENT UNIVERSITY  
JOURNAL OF SOCIAL SCIENCES

**BEYKENT ÜNİVERSİTESİ | BEYKENT UNIVERSITY**  
**SOSYAL BİLİMLER DERGİSİ | JOURNAL OF SOCIAL SCIENCES**

**SAHİBİ / PROPRIETOR:**

Prof. Dr. Cuma BAYAT  
(Beykent Üniversitesi adına/ On  
Behalf of Beykent University)

**GENEL YAYIN YÖNETMENİ  
EDITOR -IN-CHIEF:**

Prof. Dr. Muhittin KARABULUT

**GENEL YAYIN YÖNETMEN  
YARDIMCILARI**

**VICE EDITORS:**

Prof. Dr. Günay KARAAĞAÇ  
Doç. Dr. Veysel KILIÇ  
Yrd. Doç. Dr. Gülşen SAYIN

**YAYIN SEKRETERİ**

**PUBLISHING SECRETARY**

Şebnem UZER  
A. Aslıhan SOMUNCUOĞLU

**YAYIN KURULU**

**PUBLISHING BOARD:**

Prof. Dr. Erol EREN  
Prof. Veysel GÜNAY  
Prof. Dr. Can İKİZLER  
Prof. Dr. Emin ÖZBAŞ  
Prof. Dr. Selahattin SARI

**DANIŞMA KURULU**

**ADVISOR COMITTEE:**

Prof. Dr. Mustafa DELİCAN  
Prof. Dr. Mümin ERTÜRK  
Prof. Dr. Adem GENÇ  
Prof. Dr. Mehmet Fikret GEZGİN  
Prof. Dr. Esat HAMZAOĞLU  
Prof. Dr. Tamer İNAL  
Prof. Dr. Oğuz MAKAL  
Prof. Dr. Ebru PARMAN  
Prof. Dr. Ünsal OSKAY  
Prof. Remzi SAVAŞ  
Prof. Dr. Ayten SÜRÜR  
Prof. Dr. Ayşe Didem USLU

Her hakkı saklıdır. Sosyal Bilimler Dergisi yılda iki kez yayımlanan, bilimsel hakem kurulu olan bir yayındır. Sosyal Bilimler Dergisinde yayımlanan makalelerdeki görüş ve düşünceler yazarların kişisel görüşleri olup, hiçbir şekilde Sosyal Bilimler Dergisinin veya Beykent Üniversitesi'nin görüşlerini ifade etmez. Sosyal Bilimler Dergisine gönderilen makaleler iade edilmez.

**ISSN: 1307- 5063**

Beykent Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü  
Sraselviler Cad. No: 65 PK:34437 Taksim/ İSTANBUL  
Tel: 0212 444 1997 Faks: 0212 867 55 76  
[www.beykent.edu.tr](http://www.beykent.edu.tr)

**Kapak Tasarım:** Gaye KALAVLI (Güzel Sanatlar Fakültesi)

ISSN: 1307- 5063

**BEYKENT ÜNİVERSİTESİ  
SOSYAL BİLİMLER DERGİSİ**



**BEYKENT UNIVERSITY  
JOURNAL OF SOCIAL SCIENCES**

Sertifika No:  
**0208-34-010320**

Beykent Üniversitesi Yayınları, No.51

**Cilt / Volume : 2      Sayı / Number : 1      Yıl - Bahar / Year-Spring: 2008**

————— [www.beykent.edu.tr](http://www.beykent.edu.tr) —————

## SON ELLİ YIL

Türkiye'nin son elli yılı, seksen beş yıllık Cumhuriyet'in kendini ispat yılları olarak değerlendirilebilir. Cumhuriyet, çağdaş uygarlıktan, "iyi, doğru ve güzel" adına, ne varsa almaya ve bunları, kendine uygun bir biçimde sentezlemeye ve toplumu "aydınlatmaya" çalışmıştır.

Osmanlı borçlarının çökertip parçalattığı imparatorluğun, yine parçalanmış yaklaşık %10'luk parçasını, askeri bir zaferle kurtarmanın yetmeyeceği bilinciyle, bu zaferin, iktisadi zaferle tamamlanması için, daha, 1923'te "iktisadi" çözüm arayışlarına girilmiştir. Henüz tamamlanmamış olan bu sürecin, bütün kazanımlarına karşın, nispi ve mutlak anlamda, giderek, bozulmakta olduğu söylenebilir.

Cumhuriyetle birlikte, okuryazarlığın fevkalade düşük olduğu bir toplumu "aydınlatmak" için, yeni bir "seferberliğe" girilmişti. Açıkçası, bu süreç, oldukça uzun sürmüş ve henüz sonuç alınmamıştır. Bunun en büyük "mağdurlarını", kız çocuklarımız ve kadınlarımız oluşturmuştur. Eğitimsiz, mesleksiz, kariyersiz, sosyal güvencesiz ve "mesleğini" soranlara "ev hanımı" diyen pek çok kadının durumunu ve konumunun, değişen sosyo-kültürel, ekonomik ve hatta teknolojik yaşam koşulları karşısında, giderek, daha da bozulmaya başladığı bir gerçektir. Bu tablo, ister fark etsinler, isterse etmesinler, birkaç kuruş "yardım" veya birkaç poşet yiyecek vererek veya "o kredi kartı, bu kredi kartıyla" düzeltilemeyecek kadar büyük sorunlarla örülmüştür. Bu sorun, "feminist" yaklaşımların ötesinde, süregelen ve aile "reisinden" başlayarak devam eden, her düzeydeki, "erkek egemenci" bir "yönetim" sorunudur.

Cumhuriyet'in son elli yılını çocuk, genç, öğrenci ve akademisyen olarak yaşamış, kıdemli öğretim üyelerimize, gözlerini açtıkları "ülkenin" o günkü durumu neydi? İçinden geçtikleri süreçte, "şahitlik ettiklerini, yayın kurulu olarak, siz değerli okurlarımıza aktarmalarını istedik. Gelen yazılardan anladığımıza göre, bu akademisyenlerimizin işaret ettikleri "ortak paydanın" oldukça fazla olduğunu gördük.

Böylece, dergimizin bu sayısının eksenini, değerli makaleler yanında, son elli yılın sosyolojik, sanatsal, ekonomik ve işletme düzenine yönelik "çağrılı" çalışmalar oluşturmaktadır. Çağrılı bu değerlendirmeler, bir bakıma, 20. yy'ın ortalarından itibaren, sosyolojik, ekonomik ve işletmecilik olarak nasıl bir ülke devraldığını da bize yansıtmaktadır. Prof. Dr. Ünsal Oskay sosyolojik, Prof. Veysel Günay sanatsal, Prof. Dr. Selahattin Sarı ekonomik ve Prof. Dr. Muhittin Karabulut işletmecilik açısından birer değerlendirme yapmışlardır.

Bir düşünür, "yazmak, hayaletlerden kurtulmaktır" diyor. Değerli bilim insanlarımızı, yazarak "hayaletlerinden" kurtulmaya çağırıyoruz. Bu vesileyle belirtelim ki, bundan sonraki makale kabul tarihimiz, 18 Ekim 2008'dir.

"İyiye, doğruya ve güzele" dönük daha iyi çalışmalarınız ile daha iyiye, doğruya ve güzele erişmemize katkıda bulunacak eleştirilerinizi bekler, esenlikler dileriz.

Prof. Dr. Muhittin KARABULUT  
Genel Yayın Yönetmeni

# FROM EDITOR

---

## *THE LAST FIFTY YEARS ...*

The last fifty years of Turkey can be considered as a period in which the eighty-year-old Republic has tried to prove its case. The Republic has aimed to take everything “good, right and beautiful” from the contemporary civilization and tried to make it of its own by synthesizing it with its own conditions to enlighten the society.

The Ottoman Empire, which was shattered and fallen apart with debts, could not be rescued with a military victory only. In awareness of this, in order to rescue even the 10% of the Empire, the military victory had to be reinforced by an economic revolution. Hence, in 1923, ways of economic solutions started to be investigated. Today, it can easily be said that this process, which is still incomplete, albeit its benefits, both in the relative and absolute sense, is getting aggravated.

Together with the Republic, there started a cultural mobilization to enlighten a society whose literacy was extremely low. In fact, it is a long and still incomplete process and the majority of the victims are unfortunately our women and young girls. It is a fact that the position of these women who have no education, no profession, no social security benefits, and have to be content with being a housewife, is getting even worse in today’s changing socio-cultural and technological living conditions. This problematic picture requires more serious ways of solving the problem than giving those women a limited amount of money or a few bags of charity food, or trying out the credit cards. This problem, which includes the “leader” of the family and goes on and on, cannot be solved within feminist approaches as it is an outgrowth of a male dominated administrative system.

When our senior professors opened their eyes to life in this country and witnessed the last fifty years of the Republic as infants, teenagers, students and academics, what were the conditions of the country? We, the Editorial Board, requested our senior academic members to share with us what they lived through, and we have seen in their articles a fact that all of them pointed to the same common denominator.

Therefore, this issue of our journal includes both articles on various topics of social sciences and the invited articles on management, artistic, socio-economic policies of the last fifty years. These articles show us the conditions of the country that we took over in 1923 from sociological, economic, and artistic angles. Prof. Ünsal Oskay’s article focuses on sociological aspect of the last fifty years of the Republic while Prof. Veysel Günay’s article makes an artistic analysis; Prof. Selahattin Sarı analyzes the last fifty years in terms of economics, and Prof. Muhittin Karabulut studies in his article the business administration policies of the past fifty years.

A philosopher says, “Writing means getting free from ghosts”, and through writing we are inviting our academics to get rid of their “ghosts”. In the meantime, we announce the deadline for articles of the next issue as 18 October 2008.

We are expecting your further studies which will help you reach the “good, right, and beautiful”, and also your criticism which will help us reach the better.

Prof. Dr. Muhittin KARABULUT  
Chief Editor

## **HAKEMLERİMİZ / OUR REFREES**

Prof. Dr. Halil AKDENİZ .....	Anadolu Üniv. GSF (Resim)
Prof. Dr. Asuman AKDOĞAN.....	Erciyes Üniv. İİBF (İktisat)
Prof. Dr. Şafak AKSOY.....	Akdeniz Üniversitesi (Turizm)
Prof. Dr. Cafer Tayyar ARI.....	Uludağ Üniv. (Uluslararası İlişkiler)
Prof. Dr. Atilla ATAR.....	Anadolu Üniv. GSF (Resim)
Prof. Dr. Aydın AYAN.....	Mimar Sinan Üniv. GSF (Resim)
Prof. Dr. Mustafa AYSAN .....	İstanbul Üniv. (işletme)
Prof. Dr. Nazlı BAYRAM.....	Anadolu Üniv. İletişim (Sinema-TV)
Prof. Dr. Münevver Ölçüm ÇETİN .....	Marmara Üniv.
Prof. Dr. Beril DEDEOĞLU .....	Galatasaray Üniv.(Uluslararası İlişkiler)
Prof. Dr. Mustafa DELİCAN .....	Beykent Üniv. (Uluslararası İlişk.)
Prof. Dr. Vahdettin ENGİN.....	Beykent Üniv. (Uluslararası İlişk.)
Prof. Dr. İlhan ERDOĞAN .....	İstanbul Üniv. (işletme)
Prof. Dr. Mümin ERTÜRK.....	Beykent Üniv. (İİBF) (işletme)
Prof. Veyssel GÜNAY .....	Beykent Üniv. GSF (Resim)
Prof. Dr. Esat HAMZAOĞLU.....	Beykent Üniv. (İİBF) (Yön-Bilişim)
Prof. Dr. Öner ESEN .....	İstanbul Üniv. (işletme)
Prof. Dr. Adem GENÇ.....	Beykent Üniv. GSF (Resim)
Prof. Dr. Nurullah GENÇ.....	Kocaeli Üniv.
Prof. Dr. Zafer GENÇAYDIN.....	Hacettepe Üniv. GSF (Resim)
Prof. Dr. Ahmet GÖKÇEN.....	İstanbul Üniv. İİBF (İktisat)
Prof. Dr. Ersan İLAL .....	Kültür Üniv. (İletişim)
Prof. Dr. Atilla İLKYZAZ .....	Gazi Üniv. GSF (Resim)
Prof. Dr. Ahmet İNCEKARA.....	İstanbul Üniv. İİBF (İktisat)
Prof. Dr. Günay KARAAĞAÇ.....	Beykent Üniv. (Türk Dili ve Edeb.)
Prof. Dr. Oğuz MAKAL.....	Beykent Üniv. GSF (Sinema-TV)
Prof. Dr. Osman Z. ORHAN .....	Beykent Üniv. (M.Y.O)
Prof. Dr. Ünsal OSKAY .....	Beykent Üniv. (iletişim) Sinema-TV
Prof. Dr. İzzettin ÖNDER .....	İstanbul Üniv. İİBF (İktisat)
Prof. Dr. Ferhat ÖZGÜR .....	Hacettepe Üniv. GSF (Resim)
Prof. Dr. Hasan ÖZYURT .....	Karadeniz Teknik Üniv. İİBF (İktisat)
Prof. Dr. Mahmut PAKSOY.....	İstanbul Üniv. (işletme)
Prof. Dr. Işıl PEKDEMİR.....	İstanbul Üniv. (işletme)
Prof. Dr. Recep PEKDEMİR.....	İstanbul Üniv. (işletme)
Prof. Dr. Mümtaz SAĞLAM.....	Dokuz Eylül Üniv. GSF. (Resim)
Prof. Dr. Selahattin SARI.....	Beykent Üniv. İİBF (İktisat)
Prof. Dr. Remzi SAVAŞ.....	Beykent Üniv. GSF (Resim)
Prof. Dr. Recep SEYMEN.....	Beykent Üniv. İİBF (İktisat)
Prof. Dr. Hüner ŞENCAN .....	İstanbul Üniv. (işletme)
Prof. Dr. Ayten SÜRÜR.....	Beykent Üniv. GSF (Tekstil-Tasarım)
Prof. Dr. Ahmet TAŞAĞIL .....	Mimar Sinan Üniv.Fen-Edeb. (Tarih)
Prof. Dr. Mehmet Şükrü TEKBAŞ.....	İstanbul Üniv. (işletme)
Prof. Dr. Şermin TEKİNALP .....	Kültür Üniv. (İletişim)
Doç. Dr. Arman TEVFİK .....	Beykent Üniv. İİBF (İktisat)
Prof. Dr. Enar TUNÇ.....	Kadir Has Üniv. İİBF (Üretim Yön.)
Prof. Dr. Münevver TURANLI.....	İstanbul Ticaret Üniv. (İstatistik)
Prof. Dr. Tansel TÜRKDOĞAN .....	Gazi Üniv. GSF (Resim)
Prof. Dr. Gönül UÇELE .....	Bahçeşehir Üniv. (İng. Dili ve Edeb.)
Prof. Dr. Didem USLU.....	Beykent Üniv. (İng. Dili ve Edeb.)
Prof. Dr. Hayri ÜLGEN.....	İstanbul Üniv. (işletme)
Prof. Dr. Bülent VARDAR.....	Marmara Üniv. GSF (Sinema- TV)
Prof. Dr. Ertan YILMAZ .....	Dokuz Eylül Üniv. (iletişim)

## İÇİNDEKİLER/CONTENTS

### Sayfa No

Çevre Dostu Ürün Satın Alma Davranışına Yönelik Bir Modelin Testi Yrd.Doç.Dr.Tülay YENİÇERİ.....	1 - 24
Çok Katlı Pazarlama Şirketleri İle Piramit Şema Organizasyonlarının Yapısal Farklılıkları Üzerine Bir İnceleme Dr.Nihal Paşalı Taşoğlu.....	25 – 39
Bertolt Brecht Ve Epik Kuram, Sinemada Etkileri Üzerine Prof. Dr. Oğuz MAKAL.....	40 – 72
Art vs Theory Ahmet Feyzi Korur, Ph.D.....	73 – 95
Batılma Dönemi Osmanlı Armağan Geleneğinde Porselin Yeri Yrd. Doç. Dr. Gülgün YILMAZ.....	96 – 113

## ÇAĞRILI MAKALELER

Sanat Ve Sanat Eğitiminde Bütünsellik Prof. Veysel GÜNAY.....	114 – 119
Son 50 Yıllarımız Ya Da Atatürk'ten Hegel'e Prof.Dr. Ünsal OSKAY.....	120 – 128
Son 50 Yılda Türkiye Ekonomisindeki Gelişmeler Prof.Dr.Selahattin SARI.....	129 – 144
Son Elli Yılın İşletme Düzeni Ve Çevresi: Türkiye Üzerine Bir Kesit Analizi Denemesi Prof. Dr. Muhittin KARABULUT.....	145 - 167

## **KAPSAM/ SUBJECTS**

### **İşletme Yönetimi / Management**

- Ulusal ve Küresel Yönetim / National and Global Management
- Ulusal ve Küresel Pazarlama / National and Global Marketing
- Reklam ve Halkla İlişkiler / Advertising and Public Relations
- Mağaza ve Zincir Mağazacılık / Store Management and Chain Stores
- Lojistik ve Tedarik Zinciri Yönetimi / Logistics and Supply Chain Management
- Finans ve Bankacılık / Finance and Banking
- Muhasebe / Accounting
- Üretim ve Teknoloji / Production and Technology
- İnsan Kaynakları / Human Resources

### **İktisat ve Ekonomi Politik / Economics and Political Economy**

#### **Sektörel Yönetim / Sectorial Management**

- Kamu Yönetimi / Public Administration
- İktisat ve Ekonomi Politik / Economics and Political Economy
- Turizm /Tourism
- Hastane Yönetimi / Hospital Management
- Eğitim Yönetimi /Education Management

#### **Uluslararası İlişkiler / International Relations**

#### **Hukuk / Law**

#### **Eğitim Bilimleri / Education Sciences**

- Tarih / History
- Türk Dili ve Edebiyatı / Turkish Language and Literature
- Psikoloji / Psychology
- Sosyoloji / Sociology
- Antropoloji / Anthropology
- İngiliz Dili ve Edebiyatı / English Language and Literature

#### **Bilişim Sistemleri Yönetimi /Information Systems Management**

#### **Güzel Sanatlar / Fine Arts**

- Tekstil ve Moda /Textile and Fashion
- İletişim / Communication
- Sinema-TV / Cinema-TV
- Tiyatro / Theatre

#### **Uygulamalı Araştırmalar / Applied Research**

#### **Vak'a Analizleri /Case Analysis**



## ÇEVRE DOSTU ÜRÜN SATIN ALMA DAVRANIŞINA YÖNELİK BİR MODELİN TEST EDİLMESİ

Yrd.Doç.Dr.Tülay YENİÇERİ\*

### ÖZET

Bu çalışmada çevre dostu ürün satın alma davranışına yönelik bir model oluşturulmuş ve edilmiştir. Çevre dostu ürün satın alma davranışı üzeri nde çeşitli faktörlerin etkisi vardır. Bu faktörlerin çevresel kaygı, çevre bilinçli tüketici davranışı, algılanan tüketici etkinliği ve kolektivizm olduğu düşünülmektedir. Bu araştırmanın temel amacı, çevre bilinci, çevresel kaygı, algılanan tüketici etkinliği ve kolektivizmin çevre dostu ürün satınalma üzerindeki etkisini belirleyebilmektir. Araştırmanın amaç ve kapsamı doğrultusunda bir anket formu geliştirilmiştir. Araştırma verileri yüz yüze görüşme yöntemiyle, Aksaray Üniversitesi öğrencilerinden seçilen ve gerekli eğitim verilen 10 öğrenci tarafından toplanmıştır. 450 adet anket formu çoğaltılıp cevaplayıcılara uygulanmıştır. Yapılan değerlendirme sonucunda analize eksik ve hatalı doldurulan anketlerin elenmesiyle, analize elverişli anket sayısı 402 olarak gerçekleşmiştir. Araştırma hipotezlerini test edebilmek amacıyla yapısal eşitlik modeli uygulamasına gidilmiştir.

**Anahtar Kelimeler:** Yeşil Pazarlama, Çevresel Kaygı, Çevre Bilinçli Tüketiciler, Kolektivizm, Yapısal Eşitlik Modeli.

### ABSTRACT

The study is to establish the model to test the buying approach for the friendly goods to natural environment. At this point, some factors effecting consumers to buy friendly products for the natural environment were figured out. These factors are environmental concerns, environmentally conscious consumers, some environmental anxieties and collectivism. The first aim of the study is to find out the effects of environmental concerns, environmentally conscious consumers, some environmental anxieties and collectivism to buy the friendly products for the natural environment. Hence, the survey was prepared to collect the needed data. Even though 450 questionnaires were implemented, statistically 402 of them are suitable for the testing. In addition to that, the structural equation modeling method was applied to test the hypotheses of the study.

**Key Words:** Green Marketing, Environmental Concerns, Environmentally Conscious Consumers, Collectivism, Structural Equation Modeling.

---

\* Yrd. Doç. Dr. Aksaray Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İşletme Bölümü, Yeni Otogar Yanı, 68100, AKSARAY, [tyeniceri@gmail.com](mailto:tyeniceri@gmail.com), cep tel: 0 533 738 70 35, 0 382 215 66 92.

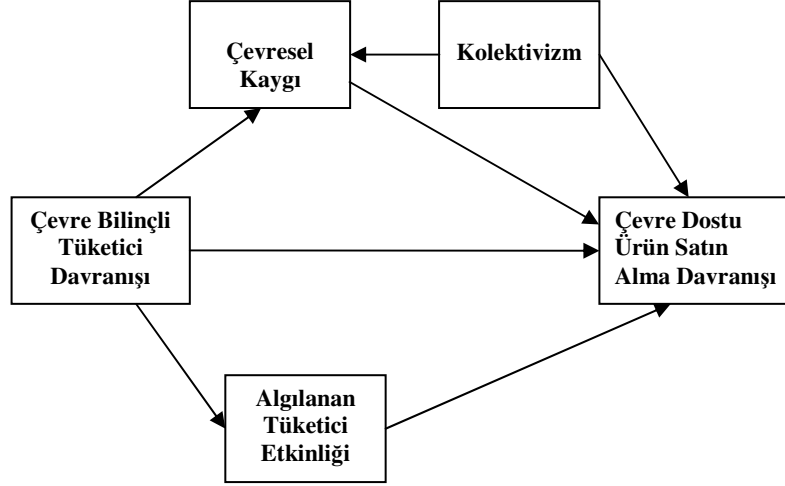
## GİRİŞ

Çevre ile ilgili konular 1990 lı yıllarda önem kazanmaya başlamıştır. Bu yıllarda akademik ve iş çevrelerinde doğal çevrenin işletme çevresinin önemli bir parçası olduğunu fark etmişlerdir. Pazarlamacılar, tüketiciler ve düzenleyiciler de çevrenin önemini fark etmişlerdir (Polonsky vd., 1997: 218).

Toplumsal ve politik baskıların artmasıyla beraber işletmeler, çevre kirliliğini önlemek, atıkları azaltmak, hatta tamamen ortadan kaldırmak amacıyla çevre dostu ürünler (yeşil) üretmeye, atıkları ve kirliliği önleyecek ve kontrol edecek üretim teknolojilerini ve yöntemlerini uygulamaya, daha az kaynak tüketen ambalajlar ve tasarımlar yapmaya ve geri dönüşümü mümkün kılacak çalışmalara yönelmişlerdir. İşletmelerin yeşil pazarları belirleme ve bu pazardaki tüketicilerin isteklerine uygun çevre dostu ürünler sunma amacıyla pazarlama çalışmalarını yönetmeleri yeni fırsatların yaratılması, kaynakların etkinliği ve en önemlisi sosyal sorumlulukların yerine getirilmesi açısından önemli kazançlar sağlayacaktır. Sonuçta tüketiciler de bir yandan yeniliği, kaliteyi ve teknolojik üstünlüklerle donanımlı ürünleri takip ederken diğer yandan da işletmelerden çevreye duyarlı faaliyetler ve uygulamalar beklemektedir (Ay ve Ecevit, 2005: 238). Tüm bu nedenlerden ötürü, tüketicilerin çevre dostu ürün satın alma davranışının açıklanması önemli bir konu olarak karşımıza çıkmaktadır. Buradan yola çıkarak bu araştırmanın amacı, tüketicilerin çevre dostu ürün satın alma davranışına ilişkin modelin test edilmesidir. Ayrıca tüketicilerin çevre dostu ürün satın alma davranışını etkileyen faktörler arasındaki ilişkilerin irdelenmesidir. Daha açık bir ifadeyle, çevre dostu ürün satın alma davranışı, kolektivizm, çevre bilinçli tüketici davranışı, çevresel kaygı ve algılanan tüketici etkinliği arasındaki ilişkilerin irdelenmesi de bu çalışmada amaçlanmaktadır.

## 1. LİTERATÜR TARAMASI VE ARAŞTIRMA HİPOTEZLERİ

Çevre dostu ürün satın alma davranışına ilişkin literatür incelendiğinde, çeşitli faktörlerin etkili olduğu tespit edilmiştir. Bu faktörler; çevresel kaygı, algılanan tüketici etkinliği, kolektivizm ve çevre bilinçli tüketici davranışı olmak üzere dört kategoride ele alınabilir. Çevre bilinçli tüketici davranışı, çevresel kaygı, algılanan tüketici etkinliği, kolektivizm ve çevre dostu ürün satın alma davranışı arasındaki ilişkilerin irdelenmesine yönelik olan bu araştırmanın modeli aşağıda Şekil 1'de gösterilmiştir.



**Şekil 1: Araştırma Modeli**

Yeşil pazarlama ile ilgili literatür incelendiğinde, çevre bilinçli tüketici davranışı ile ilgili olarak çok sayıda çalışmanın yapıldığı görülmektedir. Bu çalışmalar, çevre bilinçli tüketici davranışı gösteren tüketicilerin sosyo-demografik özelliklerinin tanımlanması ve çevre bilinçli tüketici davranışına ilişkin ölçek geliştirilmesine ilişkindir (Samdahl ve Robertson, 1989).

Tüketicilerin çevre bilinçli satın alma davranışı göstermesi çeşitli faktörlerin etkisiyle bir artış göstermiştir. Bu faktörlerin bir kısmı, tüketicilerin sosyo-demografik özellikleriyle ilgiliyken bir kısmı insanoğlunun hayatını

sürdürebilmesi için gerekli kaynakların hızla tükenmesi ile ilgilidir. Tüketicilerin geçmişe oranla daha bilinçli hale gelmesi ve çevre problemlerinin giderek artış göstermesi gibi nedenler çevre bilinçli tüketici davranışının artmasına neden olmuştur. Tüketicilerin çevre bilinç düzeyindeki artış, tüketici davranışlarına yansımış ve yeşil tüketici pazarlarının oluşması sonucunu doğurmuştur (Schlegelmilch vd., 1996:35). Tüketicilerin çevre bilincinin artmasının çevre dostu ürün satın alma davranışına etki edeceği düşünülmektedir. Buradan yola çıkarak, araştırma modeli doğrultusunda test edilecek araştırma hipotezi aşağıdaki gibidir:

*H<sub>1</sub>: Çevre bilinçli tüketici davranışı, tüketicilerin çevre dostu ürün satın alma davranışı üzerinde doğrudan etkilidir.*

Çevre bilinçli tüketici davranışının algılanan tüketici etkinliği üzerinde etkisi olduğu düşünülmektedir Algılanan tüketici etkinliği, “bireylerin faaliyetlerinin, problemlerin çözümünde bir farklılık oluşturacağına inanmaları” şeklinde tanımlanmaktadır (Ellen vd, 1991). Buradan hareketle, araştırma kapsamında test edilecek araştırma hipotezi şu şekildedir.

*H<sub>2</sub>: Çevre bilinçli tüketici davranışı, algılanan tüketici etkinliği üzerinde doğrudan etkilidir.*

Tüketiciler giderek daha az kirlilik yaratan, atıkları azaltan, daha fazla geri dönüşüm sağlayan yenilenebilir kaynakların daha fazla kullanımını ve ürünlerin ekosistem içinde daha güvenli olmasını talep etmektedirler. Yeşil tüketicilerin çevrenin korunması konusunda gittikçe daha fazla bilinçlenmeleri, “yeşil olmayı” şirket yöneticileri ve özellikle pazarlamacılar için daha önemli hale getirmektedir (Ay ve Ecevit, 2005: 260). Tüketicilerin çevre bilincinin artması, hem kendi davranışlarına hem de işletmelerin politikalarına yön vermektedir. Buradan yola çıkarak, çevre bilinçli tüketici davranışının çevre dostu ürün satın alma davranışı üzerindeki etkisini belirlemeye yönelik geliştirilen araştırma hipotezi şu şekilde belirlenmiştir.

*H<sub>3</sub>: Çevre bilinçli tüketici davranışı, çevre dostu ürün satın alma davranışı üzerinde doğrudan etkilidir.*

Hofstede (1980) çalışmasında bireysel hareket etme ve kolektivism arasındaki farklılıkları ortaya koymuştur. Bu farklılıklar, diğer insanlarla olan ilişkiler, grup amaçlarının önceliği noktasında ortaya çıkmaktadır. Bireysel hareket eden insanlar genellikle bağımsız hareket etme eğilimindedir ve kendilerine dönüktür. Buna karşılık, kolektivist hareket etme eğiliminde olanlar ise, gruba bağımlı ve grup yönlü hareket ederler. Bireysel ve kolektivist hareket eden bireyler farklı sosyal davranışlar sergilemektedir. Kolektivist hareket eden bireyler çevreye daha duyarlıdır ve çevre ile ilgili endişeleri vardır (Kim ve Choi, 2005: 592). Bu bağlamda araştırma modeli doğrultusunda test edilen araştırma hipotezi aşağıdaki gibidir.

*H<sub>4</sub>: Kolektivism, çevresel kaygı üzerinde doğrudan etkilidir.*

Kolektivizmin, bireylerin satın alma davranışına etki ettiği düşünülmektedir. Bu bağlama kolektivizmin çevre dostu ürün satın alma davranışı üzerindeki etkisini test etmeye yönelik geliştirilen araştırma hipotezi aşağıdaki gibi belirlenmiştir.

*H<sub>5</sub>: Kolektivism, çevre dostu ürün satın alma davranışı üzerinde doğrudan etkilidir.*

Çevresel kaygı, tüketicilerin çevre ile ilgili olarak bugün ve gelecekte yaşanabilecek endişelerini belirlemeye çalışan değişken olarak tanımlanmıştır (Ay ve Ecevit, 2005: 246). Tüketicilerin çevre ile ilgili olarak kaygıları ve endişeleri ile satın alma davranışları arasında ilişki olduğu düşünülmektedir. Buradan yola çıkarak araştırma modeli doğrultusunda geliştirilen ve test edilecek olan araştırma hipotezi aşağıdaki şekilde belirlenmiştir.

*H<sub>6</sub>: Çevresel Kaygı, çevre dostu ürün satın alma davranışı üzerinde doğrudan etkilidir.*

Algılanan tüketici etkinliği daha önce ifade edildiği gibi, tüketicilerin çevre ile ilgili problemlerin çözümüne katkı sağlayabileceğine inanmalarındır. Konu

ile ilgili olarak yapılan çalışmalarda, algılanan tüketici etkinliğinin artması ile beraber yeşil tüketimin arttığı tespit edilmiştir (Gilg vd., 2005:484). Buradan hareketle, araştırma modeli doğrultusunda test edilecek araştırma hipotezi aşağıdaki gibidir.

*H<sub>7</sub>: Algılanan tüketici etkinliği, çevre dostu ürün satın alma davranışı üzerinde doğrudan etkilidir.*

## **2. ARAŞTIRMANIN METODOLOJİSİ**

### **2.1. Araştırmanın Amacı ve Sınırları**

Günümüzde içeriğinde “çevre” olan çeşitli konuların hayatımıza girmesi, pazar ortamında çevre bilincinin giderek arttığının bir kanıtıdır. Tüketicilerin büyük bir çoğunluğu, satınalma davranışlarının bazı çevre problemlerine doğrudan etki ettiğinin farkına varmışlardır. Tüketicilerin çevreye duyarlı satınalma davranışında artış meydana gelmesinin en önemli kanıtı ise, çevre dostu ürün satın almak için daha fazla para ödemeyi göze alan bireylerin sayısının artmasıdır (Laroshe, Bergeron ve Forleo, 2001: 503). Bu bağlamda çevreye duyarlı satınalma davranışının bir göstergesi niteliğinde olan çevre dostu ürünler için fazla para ödemeyi göze alma üzerinde etkili olan faktörlerin bilinmesinin önemi kuşkusuzdur. Buradan yola çıkarak bu araştırmanın temel amacı çevre bilinci, çevresel kaygı, algılanan tüketici etkinliği ve kolektivizmin çevre dostu ürün satınalma üzerindeki etkisini belirleyebilmektir.

Araştırma aşağıdaki sınırlar içinde yapılmıştır:

- Araştırma örneği Aksaray ilinde yaşayan ve 18 yaşın üstündeki tüketicilerden oluşmaktadır. Araştırma kapsamına sadece Aksaray ilinde yaşayan tüketicilerin dahil edilmesi, çalışma sonuçlarının genellenmesine imkan vermemektedir.
- Araştırmanın bir diğer kısıtı ise, spesifik bir ürünün esas alınmadan, tüketicilerin genel değerlendirmeler yapmalarının istenmesidir.

Bütün bu sınırlarına rağmen, çevre bilinci ve çevreye duyarlı satınalma davranışı ile ilgili olarak yapılan bu çalışmanın işletmelere, sivil toplum kuruluşlarına, kamu kuruluşlarına ve konu ile ilgili çalışma yapacak olan akademisyenlere önemli faydalar ve katkılar sağlayacağı düşünülmektedir.

## **2.2. Örnekleme ve Veri Toplama Süreci**

Araştırmanın amaç ve kapsamı doğrultusunda tüketicilerin çevre bilinci ve çevreye duyarlı satınalma davranışlarını ölçebilmek amacıyla bir anket formu geliştirilmiştir. Araştırma verileri yüz yüze görüşme yöntemiyle, Aksaray Üniversitesi öğrencilerinden seçilen ve gerekli eğitim verilen 10 öğrenci tarafından toplanmıştır. 450 adet anket formu çoğaltılıp cevaplayıcılara uygulanmıştır. Yapılan değerlendirme sonucunda analize eksik ve hatalı doldurulan anketlerin elenmesiyle, analize elverişli anket sayısı 402 olarak gerçekleşmiştir. Veriler SPSS 13.0 ve AMOS 6.0 paket programları kullanılarak analize tabi tutulmuştur.

## **2.3. Veri ve Bilgilerin Analizi**

Araştırma hipotezlerini test etmeden önce araştırma kapsamında kullanılan ölçeklerin güvenilirlik ve geçerlilik analizleri yapılmıştır. Çünkü herhangi bir istatistiksel analize başlamadan önce verilerin güvenilirlik ve geçerlilik açısından değerlendirilmesi gerekmektedir (Albayrak, 2003: 202). Araştırmada kullanılan ölçeklerin güvenilirliklerini test etmek amacıyla güvenilirlik analizi yapılmıştır. En yaygın olarak güvenilirlik ölçümü içsel tutarlılıktır. Ölçeklerin içsel tutarlılıklarını belirleyebilmek amacıyla bu araştırmada Alfa katsayısı yönteminden faydalanılmıştır. Alfa katsayısı için kabul edilen alt sınır 0,70'dir (Hair vd., 1998: 118). Araştırma kapsamında kullanılan ölçeklerin güvenilirliği Alfa katsayısı yöntemi ile test edildikten sonra, ölçeklerin geçerliliklerini belirleyebilmek amacıyla faktör analizi kullanılmıştır. Faktör analizi, pazarlama araştırmalarında değişken sayısının azaltılmasında, ölçek geliştirmede ve veri dönüşünde kullanılan çok değişkenli bir istatistiksel analizdir (Kinnear ve Taylor, 1996: 626).

Araştırma kapsamında kullanılan ölçeklere ilişkin güvenilirlik ve geçerlilik analizi yapıldıktan sonra, araştırma modeli doğrultusunda geliştirilen hipotezler yapısal eşitlik modeli ile test edilmiştir. Yapısal eşitlik modeli, ortaya konulan ilişkisel modellerin, faktör analizi ve regresyon analizini birlikte kullanarak test edilmesine imkan veren ve kolaylaştıran bir uygulamadır (Tabachnich, 1996: 128). Yapısal eşitlik modeli, teorik çerçeveden hareketle oluşturulan modelde yer alan gizli değişkenler ve gözlenen değişkenler arasındaki nedensel ilişkilerle ilgili olarak geliştirilen araştırma hipotezlerini test etmek için kullanılmaktadır (Reisinger ve Turner, 1999: 72-73). Pazarlama, davranış bilimleri, sosyoloji ve psikoloji gibi sosyal bilimlerde teorik yapıların doğrudan ölçülmesi kolay değildir. Doğrudan ölçülemeyen bu yapılara gizli değişken ya da faktör adı verilmektedir (Byrne, 2001: 4; Long, 1983: 25). Yapısal eşitlik modeli uygulamasında gizli değişkenler ya da faktörler gözlenen ya da açık değişken olarak isimlendirilen değişkenler aracılığı ile ölçülmektedir.

Modelin uygunluğu için kullanılan başlıca testler, benzerlik oranı ki-kare istatistiği ( $\chi^2$ ), RMSEA (Root mean square error approximation-Yaklaşık hataların ortalama karekökü), GFI (Goodness of fit index- uyum iyiliği indeksi) ve AGFI (Adjusted goodness of fit index- Düzeltilmiş uyum iyiliği indeksi) dir (Jöreskog ve Sörbom, 2001: 29). Model ile veri arasındaki uyum değerlendirilirken kullanılan kriterlerden biri olan ki-kare istatistiği ( $\chi^2$ ) örnek büyüklüğüne duyarlıdır (Antoncic, 2007: 317). Bu nedenle modelin geçerliliği tartışılırken, diğer uyum kriterleri ile birlikte değerlendirilmelidir. Model ile veri arasındaki uyumu bir başka deyişle modelin geçerliliğinin belirlenmesinde kullanılan kriterlerden bir diğeri RMSEA istatistiğidir. RMSEA istatistiğinde 0,05'e eşit veya daha küçük değer veri ile model arasındaki mükemmel uyumu, 0,08 ile 0,10 arasındaki değerler kabul edilebilir bir uyumu, 0,10'dan daha büyük değer ise kötü uyumu ifade etmektedir (Hayduk, 1987: 165-167).



RMSEA, büyük bir örnek hacmi söz konusu olduğunda kullanılan ve modelin karmaşıklığını gösteren bir ölçüttür (Weston ve Gore, 2006: 742).

Görelî varyans ve kovaryans miktarının bir göstergesi olan GFI, 0 ile 1 arasında bir değer alır ve bu değer in bire yakın olması veri ile model arasındaki uyumun mükemmel olduğunu gösterir (Hair, Anderson, Tahtam ve Black, 1998: 588). Araştırma hipotezlerini test etmek amacıyla uygulanan yapısal eşitlik modeli sonuçları aşağıda ayrıntıları ile sunulmuştur.

### **3. ARAŞTIRMANIN BULGULARI**

Çalışmanın bu bölümünde araştırma kapsamında yer alan tüketicilerin yaş, öğrenim düzeyi, meslek, aile büyüklüğü, aylık toplam net gelir düzeyi gibi sosyo-demografik özelliklerine ilişkin frekans ve yüzde dağılımlarına yer verilmiştir. Tanımlayıcı istatistikî bilgilerin yanı sıra, araştırma kapsamında kullanılan ölçeklerin güvenilirliğini ve geçerliliğini test etmek amacıyla yapılan güvenilirlik analizi ve geçerlilik analizi sonuçları ile araştırma hipotezlerini test edebilmek amacıyla uygulanan yapısal eşitlik modeli uygulaması sonuçları da çalışmanın bu bölümünde yer almaktadır.

#### **3.1. Araştırma Örneğinin Sosyo-Demografik Özellikleri**

Verilerin toplandığı araştırma örneğinin ayrıntılı sosyo-demografik özelliklerine ilişkin frekans ve yüzde dağılımları Tablo 1’de sunulmuştur.

**Tablo 1: Cevaplayıcıların Sosyo-Demografik Özelliklerine İlişkin Frekans ve Yüzde Dağılımları**

<b>Yaş</b>	<b>n</b>	<b>%</b>	<b>Meslek</b>	<b>n</b>	<b>%</b>
20-24	6	1,5	Serbest Meslek	67	16,7
25-29	26	6,5	Ev Hanımı	98	24,4
30-34	93	23,1	Memur	116	28,9
35-39	125	31,1	Tüccar-Sanayici	13	3,2
40-44	101	25,1	Yönetici	3	0,7
45-49	28	7,0	Esnaf	46	11,4
50 ve üzeri	23	5,7	Emekli	18	4,5
Toplam	402	100,0	İşçi	41	10,2
			Toplam	402	100,0

<b>Gelir Düzeyi (YTL)</b>			<b>Aile Büyüklüğü</b>		
1.000 ve altı	115	28,6	2 kişi	5	1,2
1.001-2.000	131	32,6	3 kişi	29	7,2
2.001-3.000	59	14,7	4 kişi	176	43,8
3.001-4.000	38	9,5	5 kişi	114	28,4
4.001-5.000	46	11,4	6 kişi ve üzeri	78	19,4
5.001 ve üzeri	13	3,2	Toplam	402	100,0
Toplam	402	100,0			

<b>Öğrenim Durumu</b>			<b>Cinsiyet</b>		
Tahsili olmayanlar	79	19,7	Kadın	151	37,6
Lise ve öncesi	233	58,0	Erkek	251	62,4
Fakülte/Yüksekokul	77	19,1	Toplam	402	100,0
Yüksek	13	3,2			
Lisans/Doktora	402	100,0			
Toplam					

Araştırma örneğinin dağılımına bakıldığında cevaplayıcıların önemli bir bölümünün genç ve orta yaşlı tüketicilerden oluştuğu görülmektedir. Cinsiyet dağılımı açısından araştırma örneğinin %62,4'lük bölümünün erkeklerden ve %37,6'lık bölümünün ise kadınlardan oluştuğu Tablo 1'den anlaşılmaktadır. Cevaplayıcıların %19,7'lik bölümünün tahsili olmadığı, %58'lik bölümünün lise ve öncesi öğrenim durumuna sahip olduğu ve %22,3'lük bölümünün ise

üniversite ya da lisansüstü öğrenim düzeyine sahip oldukları anlaşılmaktadır. Araştırma örneğinin ailedeki toplam birey sayısı itibariyle dağılımına bakıldığında ise, %43,8'lik bölümünün dört kişilik ailelerden, %28,4'lük bölümünün ise beş kişilik ailelerden oluştuğu anlaşılmaktadır. Araştırma kapsamına dahil edilen cevaplayıcıların %24,4'lük bölümünün ev hanımı, %28,4'lük bölümünün memur olduğu, %16,7'lik bölümünün serbest meslek sahibi oldukları tespit edilmiştir.

### 3.2. Araştırma Kapsamında Kullanılan Ölçeklere İlişkin Güvenilirlik ve Geçerlilik Analizi Sonuçları

Araştırmanın amacı ve modeli doğrultusunda kullanılan ölçeklerin açık ifadeleri ve ölçekler oluşturulurken yararlanılan kaynaklar Tablo 2'de ayrıntıları ile görülebilmektedir. Ayrıca araştırma kapsamında kullanılan ölçeklere ilişkin uygulanan güvenilirlik analizi ve geçerlilik analizi sonuçları da Tablo 2'de sunulmuştur.

**Tablo 2: Araştırma Ölçekleri, Güvenilirlik ve Geçerlilik Analizi Sonuçları**

	Faktör Yüğü	Alfa Katsayısı
<b>Çevre Bilinçli Tüketici Davranışı (Straughan ve Roberts, 1999)</b>		<b>0,851</b>
Elektrikli araçları daha ekonomik olan saatlerde kullanmaya dikkat ediyorum.	<b>0,806</b>	
Seçme imkanım olduğunda, genellikle çevreye en az zarar veren ürünleri satın alıyorum.	<b>0,731</b>	
Satın almayı düşündüğüm ürünlerin çevreye zarar verdiklerini fark edersem, almaktan vazgeçiyorum.	<b>0,755</b>	
Satın aldığım ürünleri çevresel nedenlerle değiştiririm.	<b>0,841</b>	
Ev çöplerini ayırarak tekrar kullanılmalara katkıda bulunmaya çalışıyorum.	<b>0,709</b>	

Kağıt ürünlerini yeniden kullanılabilir kağıttan yapılmış olanlardan seçmeye çalışıyorum.	0,657
Aile bireylerimi ve arkadaşlarımı çevreye zarar vermeyen ürünleri satın almaları konusunda ikna etmeye çalışıyorum.	0,797
Çevreye daha az zarar veren ürünleri satın almaya özen gösteriyorum.	0,697
Alışveriş yaptığım zaman çevreye daha az zarar veren ürünleri satın almak için bilinçli bir çaba gösteriyorum.	0,718
Yeniden kullanılabilir kağıttan yapılmış olan kağıt havluları satın alıyorum.	0,659
<b>Algılanan Tüketici Etkinliği</b>	
<b>(Kim ve Choi, 2005; Straughan ve Roberts, 1999)</b>	<b>0,704</b>
Bireysel olarak çevre kirliliği hakkında bir şey yapmanın çok anlamsız olduğunu düşünüyorum.	0,775
Bir kişinin çevre kirliliği ve doğal kaynaklar üzerinde herhangi bir etkisi olmayacağı için benim yaptıklarımın bir önemi olacağını düşünmüyorum.	0,707
Su ve enerji tasarrufu yapılarak doğal kaynaklar probleminin çözülebileceğini düşünüyorum.	0,695
<b>Çevresel Kaygı</b>	
<b>(Straughan ve Roberts, 1999)</b>	<b>0,735</b>
İnsanlık çevreyi önemli ölçüde kötüye kullanmaktadır.	0,802
Dünyanın çevresel problemleriyle ilgili olarak çok endişeliyim.	0,770
Doğanın dengesi kolaylıkla alt üst olabilecek kadar hassastır.	0,743
İnsanlar hayatta kalabilmek için doğayla uyum içinde yaşamalıdır.	0,608
<b>Kolektivizm</b>	

<b>(Kim ve Choi, 2005)</b>	<b>0,750</b>
Çoğunluğun isteklerine riayet ederim.	<b>0,780</b>
Grubum tarafından alınan kararları desteklerim.	<b>0,871</b>
Grubumla uyumumu sürdürürüm.	<b>0,805</b>
<b>Çevre Dostu Ürün Satın Alma (Laroche, Bergeron ve Forleo, 2001; Vlosky, Ozanne ve Fontenot, 1999)</b>	<b>0,807</b>
Çevre dostu ürün satın almak için daha fazla para ödemeye razıyım.	<b>0,802</b>
Çevre temizlik programları için %10 daha fazla vergi ödemeyi kabul ederim.	<b>0,865</b>
Çevreye zarar vermeden üretilmiş ve ambalajlanmış ürünler için %10 daha fazla para ödemek kabul edilebilirdir.	<b>0,883</b>

Araştırma kapsamında kullanılan ölçekler oluşturulurken yararlanılan kaynaklar ve ölçeklerin hangi değişkenler kullanılarak oluşturulduğu Tablo 2’de görüldüğü gibidir. Tablo 2’den görüleceği üzere, tüketicilerin çevre bilincini ölçebilmek amacıyla toplam 10 değişken kullanılmıştır. Çevre bilinçli tüketici davranışını ölçebilmek amacıyla oluşturulan ve 10 değişkenden oluşan ölçeğin alfa katsayısı 0,851 olarak gerçekleşmiştir. Çevre bilinçli tüketici davranışını ölçebilmek amacıyla kullanılan değişkenlerin faktörle ilişkisini gösteren faktör yükleri de Tablo 2’de görülebilmektedir. Değişkenlerin faktör yükleri, 0, 657-0,841 arasında değişmektedir.

Tablo 2’de görüleceği üzere algılanan tüketici etkinliği üç değişken ile ölçülmüştür. Algılanan tüketici etkinliği ölçeğin alfa katsayısı 0,704 olarak gerçekleşmiştir. Bununla birlikte, değişkenlerin faktörle ilişkisini gösteren faktör yükleri ise 0, 695-0,775 arasında değişmektedir. Tüketicilerin çevresel kaygıları dört değişken aracılığı ile ölçülmüştür. Ölçeğin alfa katsayısı 0,735’tir. Çevresel kaygıyı ölçmek amacıyla kullanılan dört değişkenin faktör yükleri ise 0,608 ile 0,802 arasında değişmektedir. Kolektivizmi ölçebilmek

amacıyla kullanılan üç değişkenin faktör yükleri 0,780 ile 0,805 arasında değişirken, ölçeğin alfa katsayısı ise 0,75 olarak gerçekleşmiştir. Son olarak çevre dostu ürün satın alma davranışını ölçebilmek amacıyla kullanılan üç değişkenin faktör yükleri 0,802-0,883 arasındadır. Ayrıca çevre dostu ürün satın alma davranışına ilişkin ölçeğin Alfa katsayısı ise 0,807'dir. Bu sonuçlardan hareketle, araştırma kapsamında kullanılan ölçeklerin geçerli ve güvenilir oldukları rahatlıkla söylenebilir.

### 3.3. Araştırma Hipotezlerinin Testi İçin Uygulanan Yapısal Eşitlik Modeli Uygulaması Sonuçları

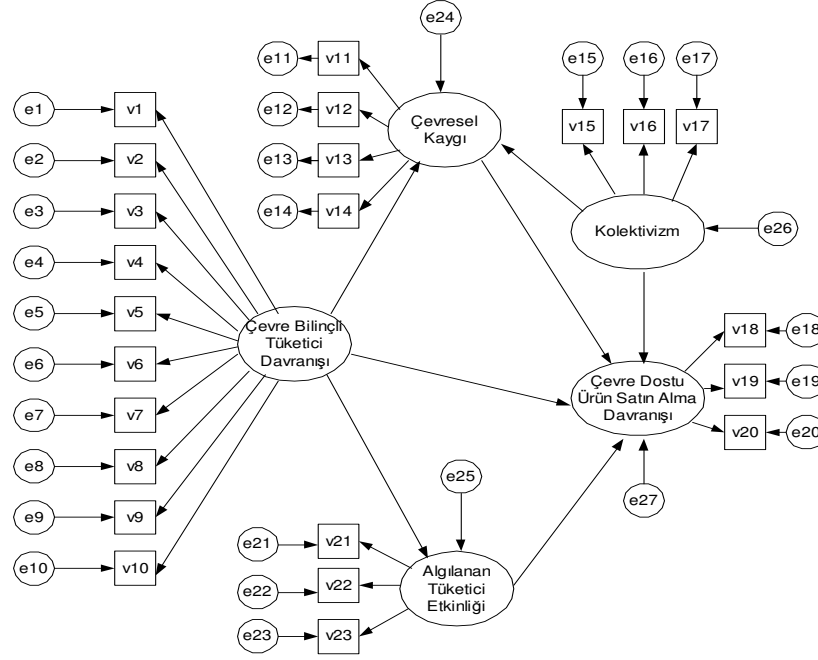
Çevre dostu ürün satın almak için fazla ödeme yapma, çevre bilinçli tüketici davranışı, çevresel kaygı, algılanan tüketici etkinliği ve kolektivizm arasındaki ilişkileri test etmeye yönelik olan bu araştırmanın hipotezlerini test etmek için yapısal eşitlik modeli uygulamasına gidilmiştir. Yapısal eşitlik modeli uygulaması için AMOS 6.0 programından faydalanılmıştır.

**Tablo 3: Modelde Yer Alan Değişkenler**

Modelde Yer Alan Değişken Sayısı	55
Gözlenen (ölçülen, açık) Değişken Sayısı	23
Gözlenemeyen Değişken Sayısı	32
Egzogen (dış) Değişken Sayısı	28
Endojen (iç) Değişken Sayısı	27

Tablo 3'te görüleceği üzere, çevre dostu ürün satın alma, çevre bilinçli tüketici davranışı, çevresel kaygı, algılanan tüketici etkinliği ve kolektivizm arasındaki ilişkileri test etmeye yönelik olarak oluşturulmuş modelde toplam 55 değişken vardır. Bu değişkenlerden 23'ü gözlenen değişken niteliğindedir. Gözlenen değişkenler, gizli değişkenleri ölçmek amacıyla kullanılmaktadır. 10 değişken çevre bilinçli tüketici davranışını, dört değişken çevresel kaygıyı, üç değişken algılanan tüketici etkinliğini, üç değişken kolektivizmi ve üç değişkende çevre dostu ürün satın alma davranışını ölçmeye yönelik olmak

üzere toplam gözlenen değişkenler 23 olarak gerçekleştirilmiştir. Modelimizde gözlenemeyen değişken sayısı ise 32'dir. Gözlenemeyen değişkenler modelimizde hatayı gösteren ve "e" ile ifade edilen 27 değişken ile çevre bilinçli tüketici davranışı, algılanan tüketici etkinliği, çevresel kaygı, kolektivizm ve çevreye dostu ürün satın alma davranışını ölçmek amacıyla kullanılan beş gizli değişkenin toplamıdır. Gizli değişkenler test edilen modelde elipslerle gösterilmiştir.



**Şekil 2: Çevre Bilinçli Tüketici Davranışı, Algılanan Tüketici Etkinliği, Çevresel Kaygı, Kolektivizm ve Çevre Dostu Ürün Satın Alma Davranışı Arasındaki İlişkileri Test Etmeye Yönelik Model**

Araştırma hipotezlerini test etmeye yönelik olarak uygulanan yapısal eşitlik modeli sonuçları Tablo 4 ve Tablo 5'te sunulmuştur.

**Tablo 4: Veri ile Model Arasındaki Uyumu Değerlendirme Kriterleri**

Uyum Ölçüleri	Araştırma Modeli	İdeal Model	Kısaltmalar
$\chi^2$ değeri	437,491	0,000	CMIN
Serbestlik derecesi	223	0	DF
P	0,000		P
$\chi^2/sd$	1,962		CMIN/DF
Uyum iyiliği indeksi	0,914	1,000	GFI
Düzeltilmiş uyum iyiliği indeksi	0,894		AGFI
Normlaştırılmış uyum indeksi	0,834	1,000	NFI
Göreceli uyum indeksi	0,811		RFI
Artırmalı uyum indeksi	0,911	1,000	IFI
Tucker-Lewis indeksi	0,898		TLI
Karşılaştırmalı uyum indeksi	0,910	1,000	CFI
Yaklaşık hataların ortalama karekökü	0,049	0,05'ten küçük	RMSEA
Hoelter ,05 indeksi	238		HFIVE
Hoelter ,01 indeksi	253		HONE

Tablo 4'ten anlaşılacağı üzere, yapısal eşitlik modelindeki veri ile modelin uyumunu gösteren uyum iyiliği testlerinden istatistiksel temele sahip tek ölçüt olan Ki-kare istatistiği anlamlı ( $p=0,000$ ) bulunmuştur. Ki-kare değerinin serbestlik derecesine bölünmesiyle ( $437,491/223$ ) elde edilen standart ki-kare değeri ise 1,962 olarak gerçekleşmiştir. Bu değer sıfıra yakın olması veya en azından beşin altında olması gerekmektedir (Yoon, Gürsoy ve Chen, 2001: 360). Ki-kare istatistiği bakımından değerlendirildiğinde model ile veri arasındaki uyumun mükemmel olduğu söylenebilir. Ancak ki-kare istatistiği örnek büyüklüğüne duyarlı bir istatistik olduğundan model ve veri arasında uyumu belirlemede diğer uyum kriterlerinin de incelenmesi gerekmektedir. Bu nedenle model ile verinin uyumunun tespit edilebilmesi bakımından GFI, AGFI, NFI, RFI, IFI, TLI VE CFI değerleri de incelenmiştir. Tablo 4'te görüleceği üzere, GFI değerinin 0,914, AGFI değerinin 0,894, NFI değerinin 0,834, RFI değerinin 0,811, IFI değerinin 0,911, TLI değerinin 0,898 ve CFI



değerinin 0,91 olduğu görülmektedir. Bu değerlerin 1.0'e yakın olması model ile verinin uyumunu göstermektedir. Bu kriterlere göre araştırma modeli ile veri arasında mükemmel uyum olduğu anlaşılmaktadır. Daha önce ifade edildiği gibi, model ile veri arasındaki uyum değerlendirilirken kullanılan bir diğer kriter ise RMSEA değeridir. bu çalışmada RMSEA değeri 0,049'dur. Bu değere göre de test edilen model ile veri arasında mükemmel bir uyum vardır.

Hoelter ,05 indeksi, 0,05 anlamlılık düzeyinde Hoelter ,01 indeksi de 0,01 anlamlılık düzeyinde araştırma hipotezlerini test etmek için gerek duyulan minimum örnek büyüklüğünü göstermektedir. Tablo 4'te görüldüğü üzere araştırma hipotezlerini 0,05 anlamlılık düzeyinde test edebilmek için gereken minimum örnek büyüklüğü 238 ve 0,01 düzeyinde test edebilmek için gereken minimum örnek büyüklüğü ise 253 olarak gerçekleşmiştir. Araştırmanın örnek büyüklüğü 402'dir. Bu rakamlardan anlaşılacağı üzere, araştırma örnek büyüklüğü Hoelter ,05 indeksi ve Hoelter ,01 indeksi sonucunda elde edilen minimum örnek büyüklüğünün çok üzerindedir.

Tablo 5, çevre dostu ürün satın alma davranışına ilişkin geliştirilen ölçüm modelinde gözlenemeyen değişkenlere ilişkin faktör yüklerini içermektedir. Bu bağlamda araştırma modelinde yer alan çevre bilinçli tüketici davranışı, çevresel kaygı, algılanan tüketici etkinliği, kolektivizm ve çevre dostu ürün satın alma davranışı boyutlarının gözlenen değişkenler tarafından ne derece açıklandığı görülmektedir.

**Tablo 5: Modelde Gözlemlenemeyen Değişkenlere İlişkin Faktör Yükleri**

			<b>Tahmin</b>
V1	<---	Çevre bilinçli tüketici davranışı	0,798
V2	<---	Çevre bilinçli tüketici davranışı	0,746
V3	<---	Çevre bilinçli tüketici davranışı	0,759
V4	<---	Çevre bilinçli tüketici davranışı	0,802

V5	<---	Çevre bilinçli tüketici davranışı	0,724
V6	<---	Çevre bilinçli tüketici davranışı	0,694
V7	<---	Çevre bilinçli tüketici davranışı	0,788
V8	<---	Çevre bilinçli tüketici davranışı	0,719
V9	<---	Çevre bilinçli tüketici davranışı	0,743
V10	<---	Çevre bilinçli tüketici davranışı	0,707
V11	<---	Çevresel kaygı	0,778
V12	<---	Çevresel kaygı	0,747
V13	<---	Çevresel kaygı	0,746
V14	<---	Çevresel kaygı	0,622
V15	<---	Kolektivizm	0,719
V16	<---	Kolektivizm	0,868
V17	<---	Kolektivizm	0,762
V18	<---	Çevre dostu ürün satın alma davranışı	0,750
V19	<---	Çevre dostu ürün satın alma davranışı	0,803
V20	<---	Çevre dostu ürün satın alma davranışı	0,861
V21	<---	Algılanan tüketici etkinliği	0,769
V22	<---	Algılanan tüketici etkinliği	0,708
V23	<---	Algılanan tüketici etkinliği	0,688

Çevre dostu ürün satın alma davranışına yönelik olan ölçüm modelinde faktör yükleri 0,622 ile 0,868 arasında değişmektedir.

Gözlenen değişkenlerin gizli değişkenleri açıklama gücünü gösteren faktör yükleri değerlendirildikten sonra, standardize edilmemiş regresyon katsayılarına Tablo 6'da yer verilmiştir.

**Tablo 6: Regresyon Katsayıları**

			Tahmin	Std. t- Hata değeri	P		
Çevresel kaygı	<---	Çevre bilinçli tüketici davranışı	0,220	0,053	4,121	<b>0,000</b>	<b>H<sub>1</sub> Kabul</b>
Algılanan tüketici etkinliği	<---	Çevre bilinçli tüketici davranışı	0,529	0,152	3,472	<b>0,000</b>	<b>H<sub>2</sub> Kabul</b>
Çevre dostu ürün satın alma davranışı	<---	Çevre bilinçli tüketici davranışı	1,215	0,545	2,229	<b>0,026</b>	<b>H<sub>3</sub> Kabul</b>
Çevresel kaygı	<---	Kolektivizm	0,121	0,037	3,288	<b>0,001</b>	<b>H<sub>4</sub> Kabul</b>
Çevre dostu ürün satın alma davranışı	<---	Kolektivizm	0,096	0,070	1,372	0,170	H <sub>5</sub> Red
Çevre dostu ürün satın alma davranışı	<---	Çevresel kaygı	0,425	0,176	2,407	<b>0,016</b>	<b>H<sub>6</sub> Kabul</b>
Çevre dostu ürün satın alma davranışı	<---	Algılanan tüketici etkinliği	-0,741	0,982	-0,755	0,450	H <sub>7</sub> Red

Tablo 6' da regresyon katsayılarına ilişkin yürütülen t-testi sonuçları ve anlamlılık düzeyleri de verilmiştir. Bu bağlamda araştırma hipotezlerinden H<sub>3</sub> ve H<sub>6</sub>  $\alpha= 0,05$  anlamlılık düzeyinde, H<sub>1</sub>, H<sub>2</sub> ve H<sub>4</sub> ise  $\alpha= 0,01$  anlamlılık düzeyinde kabul edilmiştir. Bununla birlikte, H<sub>5</sub> ve H<sub>7</sub> hipotezleri ise red edilmiştir.

Hipotez testi sonuçlarına göre, tüketicilerin çevre bilinci çevresel kaygıyı, algılanan tüketici etkiliğini ve çevre dostu ürün satın alma davranışını etkilemektedir. Ayrıca kolektivizmin çevresel kaygı üzerinde pozitif bir etkisi olduğu tespit edilmiştir. Yine çevresel kaygının da çevre dostu ürün satın alma davranışı üzerinde etkili olduğu görülmüştür.

Tablo 7’de ise standardize regresyon katsayıları verilmiştir.

**Tablo 7: Standardize Edilmiş Regresyon Katsayıları**

			<b>Tahmin</b>
<b>Çevresel kaygı</b>	<---	<b>Çevre bilinçli tüketici davranışı</b>	<b>0,317</b>
<b>Algılanan tüketici etkinliği</b>	<---	<b>Çevre bilinçli tüketici davranışı</b>	<b>0,719</b>
<b>Çevre dostu ürün satın alma davranışı</b>	<---	<b>Çevre bilinçli tüketici davranışı</b>	<b>0,706</b>
<b>Çevresel kaygı</b>	<---	<b>Kolektivizm</b>	<b>0,241</b>
Çevre dostu ürün satın alma davranışı	<---	Kolektivizm	0,078
<b>Çevre dostu ürün satın alma davranışı</b>	<---	<b>Çevresel kaygı</b>	<b>0,172</b>
Çevre dostu ürün satın alma davranışı	<---	Algılanan tüketici etkinliği	-0,317

## SONUÇ VE ÖNERİLER

Tüketicilerin çevre dostu ürün satın alma davranışı, çevresel kaygı, algılanan tüketici etkinliği, çevre bilinçli tüketici davranışı ve kolektivizm arasındaki ilişkileri test edebilmek amacıyla yapısal eşitlik modelinden faydalanılmıştır. Uygulama sonucunda çevre dostu ürün satın alma davranışı konusunda kullanılabilecek bir model test edilmiş ve geçerliliği ortaya konmuştur (GFI: 0,914,  $\chi^2/sd$ : 1,962, RMSEA: 0,049). Araştırmanın amacı ve modeli doğrultusunda geliştirilen toplam yedi araştırma hipotezinden beşi kabul edilmiştir. Yapısal eşitlik modeli hipotezleri sonucunda kabul edilen araştırma hipotezleri şu şekildedir: “Çevre bilinçli tüketici davranışı, çevresel kaygı

üzerinde doğrudan etkilidir”, “çevre bilinçli tüketici davranışı, algılanan tüketici etkinliği üzerinde doğrudan etkilidir”, “çevre bilinçli tüketici davranışı, çevre dostu ürün satın alma davranışı üzerinde doğrudan etkilidir”, “kolektivizm, çevresel kaygı üzerinde doğrudan etkilidir”, “çevresel kaygı, çevre dostu ürün satın alma davranışı üzerinde doğrudan etkilidir”. Araştırma modelinde yer alan gizli değişkenler arasındaki neden-sonuç ilişkileri değerlendirildiğinde çevre bilinçli tüketici davranışının algılanan tüketici üzerindeki etkisi diğerlerine göre birinci sıradadır. Çevre bilinçli tüketici davranışının çevre dostu ürün satın alma davranışı üzerindeki etkisinin ağırlığı ikinci sırada iken çevresel kaygı üzerindeki etkisi ise üçüncü sıradadır. Regresyon katsayısı dördüncü sırada olan; kolektivizmin çevresel kaygı üzerindeki etkisidir. Bu sonuçlardan hareketle, çevre bilinçli tüketici davranışının çok önemli olduğu rahatlıkla söylenebilir.

Yukarıda da belirtildiği üzere, çevre bilinçli tüketici davranışı çevre dostu ürün satın alma davranışı, çevresel kaygı, algılanan tüketici etkinliği üzerinde etkilidir. Bu nedenle, işletme yöneticileri ve pazarlama yöneticileri tüketicilerin çevre bilinç düzeyinin her geçen gün arttığını ve bu durumun tüketicilerin çevre dostu ürün satın alma davranışını pozitif yönde etkilediğini dikkate almak durumundadırlar. Çünkü çevre dostu ürün satın alma davranışı, işletmelerin gerek üretim politikalarına gerekse pazarlama politikalarına yön vermektedir.

#### **KAYNAKÇA**

*I. Albayrak, Ali Sait , “Türkiye’de İllerin Sosyo-Ekonomik Gelişmişlik Düzeylerinin Çok Değişkenli İstatistik Çok Değişkenli İstatistik Yöntemlerle İncelenmesi”, Yayınlanmamış Doktora Tezi, İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, 2003.*

2. Antoncic, Bostjan, “Entrepreneurship: A Comparative Structural Equation Modeling Study”, *Industrial Management & Data Systems*, 107 (3), 2007, 309-325
3. Ay, Canan ve Zümriüt ECEVİT , “Çevre Bilinçli Tüketiciler”, *Akdeniz İ.İ.B.F. Dergisi*, 10, 2005, 238-263.
4. Byrne, Barbara M., *Structural Equation Modeling with AMOS Basic Concepts, Applications and Programming*, Lawrence Erlbaum Associates, Inc., New Jersey, 2001.
5. Ellen, Pam, Joshua L. Wiener ve Cathy Cobb-Walgren, “The Role of Perceived Consumer Effectiveness in Motivating Environmentally Conscious Behaviors”, *Journal of Public Policy & Marketing*, 10 (Fall), 1991, 102-117.
6. Gilg, Andrew, Stewart Barr ve Nicholas Ford, “Green Consumption or Sustainable Lifestyles? Identifying the Sustainable Consumer”, *Futures*, 37, 2005, 481-504.
7. Hair, Joseph, Rolp Anderson, Ronald Tatham ve William Black, *Multivariate Data Analysis with Readings. 5<sup>th</sup> Edition*, Prentice- Hall International, Inc. United States, 1998.
8. Hayduk, Leslie A., *Structural Equation Modeling with LISREL Essential and Advances*, Hopkins University Press, 1987.
9. Hofstede, Geert, *Culture’s Consequences: International Differences in Work Related Value*, Beverly Hills, Sage Publications, 2005.
10. Jöreskog, Karl G., Dag Sörbom, *LISREL 8: User’s Reference Guide*, Scientific Software International Inc. , 2001.
11. Kim, Yeonshin ve Sejung Marina Choi, “Antecedents of Green Purchase Behavior: An Examination of Collectivism, Environmental Concern, and PCE”, *Advances in Consumer Research*, 32, 2005, 592-599.

12. Kinneear, Thomas ve James Taylor, *Marketing Research An Applied Approach, Fifth Edition, McGraw-Hill, Inc., 1996.*
13. Laroshe, Michel, Jasmin Bergeron ve Guido Barbaro-Forleo, “Targeting Consumers who are Willing to Pay more for Environmentally Friendly Products”, *Journal of Consumer Marketing*, 18 (6), 2001, 503-520.
14. Long, Scott J., *Covariance Structure Models An Introduction to LISREL, Sage Publications, Inc., USA, 1983.*
15. Polonsky, Michael Jay, Les Carlson, Stephen Grove ve Norman Kangun, “International Environmental Marketing Claims Real Changes or Simple Posturing?”, *International Marketing Review*, 14 (4), 1997, 218-232.
16. Reisinger, Yvette ve Lindsay Turner, “Structural Equation Modeling with Lisrel: Applications in Tourism”, *Tourism Management*, 20, 1999, 71-88.
17. Samdahl, Diane M. ve Robert Robertson, “Social Determinants of Environmental Concern”, *Environment and Behavior*, 21 (1), 1989, 57-81.
18. Schlegelmilch, B.B., Bohlen, G.M. ve Diamantopoulos, A., “The Link Between Green Purchasing Decisions and Measures of Environmental Consciousness”, *European Journal of Marketing*, 30(5), 1996, 35-55
19. Straughan, Robert D. ve James A. Roberts, “Environmental Segmentation Alternatives: a Look at Green Consumer Behavior in the New Millennium”, *Journal of Consumer Marketing*, 16 (6), 1999, 558-575.
20. Tabachnich, Barbara ve Linda S. Fidell, *Using Multivariate Statistics, Third Edition, Harper Collins College Publisher, California, 1996.*
21. Vlosky, Richard, Lucie K. Ozanne ve Renee J. Fontenot, “A Conceptual Model of US Consumer Willingness-to-Pay for Environmentally Certified Wood Products”, *Journal of Consumer Marketing*, 16 (2), 1999, 122-136.

22. *Weston, Rebecca and Gore, Paul A., "A Brief Guide to Structural Equation Modeling", The Counseling Psychologist, Vol (5), 2006, 719-751.*



## ÇOK KATLI PAZARLAMA ŞİRKETLERİ İLE PİRAMİT ŞEMA ORGANİZASYONLARININ YAPISAL FARKLILIKLARI ÜZERİNE BİR İNCELEME

Dr. Nihal Paşalı Taşoğlu\*

### Abstract:

Multi-level marketing (also called Network Marketing) used direct selling methods is a marketing concept which people sells as a retailer and builds an organization consisting of people sells as a retailer. In multilevel marketing, distributors have applied to some individual communication methods such as face-to-face, word-of-mouth and home-office meetings. On the other hand, pyramid shemes require people to invest money upfront, based on the promise that others will put more money into the system, some of which will be filtered back to the original investors. A pyramid is a money game and it has nothing to do with real commerce. While multi level marketing organizations have proper products, buy-back policy, marketing compansation plan and retailing system, pyramid shemes have no regulations about these issues. To sum up, in this study, the differences between these organizations will be examined in terms of their structure, operating systems and rules.

**Keywords:** *Direct selling, multi-level marketing, network marketing, pyramid shemes*

### Özet:

Doğrudan satış yöntemini kullanan bir pazarlama konsepti olan çok katlı pazarlama (ağ pazarlaması da denir), kişilerin hem perakende satış yaparak ve hem de perakende satış yapacak kişilerden bir satış organizasyonu kurarak gelir elde etmelerini sağlayan bir pazarlama türüdür. Çok katlı pazarlamada distribütörler; yüz yüze ve ağızdan ağza iletişim ile ev-ofis toplantıları gibi bireysel iletişim stratejilerine başvurumaktadırlar. Piramit şemalar ise, başkalarının da onlar için para yatıracağı vaadi ile sadece piramidin en üstünde yer alan kişilere para akışını sağlayacak bir sisteme insanları yüksek giriş ücretleriyle kayıt etmektir. Piramitler, gerçek ticaretle hiçbir ilgisi olmayan para oyunudur. Çok katlı pazarlama, Pazar değeri olan ürünlere, bir pazarlama planına, ürün ve para iade garantisine ve perakende sisteme sahipken, piramit şemada bu konularla ilgili herhangi bir düzenleme bulunmamaktadır. Bu çalışmada, bu iki organizasyon arasındaki farklılıklar, yapı ve işleyişleri ile belli başlı kuralları açısından ele alınacaktır.

**Anahtar Kelimeler:** *Doğrudan satış, çok katlı pazarlama, ağ pazarlaması, piramit şema.*

---

\* Öğr.Gör.Dr. Beykent Üniversitesi, Meslek Yüksekokulu, Halkla İlişkiler ve Reklamcılık Programı

## I. GİRİŞ

Kitlesel pazarlamanın tüm dünyada yerini bireysel pazarlamaya bırakmaya başladığı günümüz pazarlarında, (Kotler ve Armstrong,2001:11, Kotler, 2003:33-41) ilişkisel pazarlama ve veri tabanı pazarlaması da şirketlerin müşteri odaklı stratejilerinin vazgeçilmez unsurları olmuşlardır. (Berkowitz, 1997:265, Mc Kenna, 1991:3, Gordon, 1998:7) Hiper rekabet ortamında bu teknikleri başarıyla uygulayan doğrudan pazarlama şirketleri de adlarından daha sık söz ettirmeye başlamışlardır. (Berkowitz, 1997:480) Yüz yüze satış gibi geleneksel yöntemler yanında internet, katalog ve TV gibi araçlardan da yararlanan doğrudan pazarlamacılar, müşteriler hakkında veri toplamanın çok ötesinde, müşterilerle ilişki kurmayı, satın alma kararlarıyla birlikte tatmin hissi duymalarını sağlamayı, onların ihtiyaçlarını anlamayı ve yanıt vermeyi hedeflemektedirler.(McDonald, 1998:31)

Doğrudan pazarlamanın en eski ve orijinal şekli olan doğrudan satış, (Kotler, Armstrong, 2001:628) ürünlerin ve hizmetlerin tüketicilere evlerinde, ofislerinde ve perakende noktası sayılmayacak yerlerde bir satışı tarafından anlatılarak tanıtıldığı bir satış yöntemidir. (Tek, 1997:57) Peterson ve Wotruba'a göre, doğrudan satışın iki temel özelliği, yüz yüze satış yapılması ve sabit bir perakende noktasının dışında yapılıyor olmasıdır. (Peterson ve Wotruba, 1996:3) Kapıdan kapıya satış, kişiden kişiye satış ve parti satışları, doğrudan satışın kullandığı belli başlı yöntemler olup, kişiden kişiye satış metoduna ağ pazarlaması ya da çok katlı pazarlama da denilmektedir. (Kerin, 2001:333)

## II. ÇOK KATLI PAZARLAMANIN YAPISI VE İŞLEYİŞİ

Doğrudan satışın geliştirilmiş bir türü olan bu pazarlama konseptinde, satışı profesyonel olmamakla birlikte ürün veya hizmetlerin üreticiden tüketiciye ulaşma sürecinin her aşamasında, kendine özgü dağıtım kanalları, satış yöntemleri ve müşteri hizmetleri ile satıştan daha fazlasını gerçekleştirmektedirler. (Failla, 1995:6-8)

Çok katlı pazarlama uygulamaları, geleneksel doğrudan satış uygulamalarından daha fazla girişimciliği ön plana çıkararak, üyelerini, doğrudan ve dolaylı satışlar için ödüllendirirken bu üyelere, yeni insanlar bulma ve eğitme sorumluluğunu da yüklemektedir. (Sherman 1991; Aktaran Nat ve Keep, 2002:140) Çok katlı pazarlamada doğrudan satışçılar bağımsız olmakla birlikte birbirlerine liderlik ve kılavuzluk edecek destek sistemlerine sahiptirler. Doğrudan satışçıların, en büyük desteği, kendilerini organizasyonla tanıştıran, işi yapmak üzere ikna eden kişiler olup bunlara 'sponsor' ya da 'üst hat' denilmektedir. (Sparks ve Schenk, 2001:851)

Üst hatlar genellikle, 'sistemi anlatmak, sorulara yanıt vermek, sunum yapmak, eğitim vermek, referans sağlamak, hedef oluşturmaya yardım etmek, motive etmek, moral destek vermek' türünden desteklerle, çok katlı pazarlama işini inşa etmesi için alt hattına yardımcı olur. Alt hatlardan beklenenler ise genel olarak, şirket ve ürünler hakkında bilgi sahibi olması, hedef oluşturması, toplantılara katılması, ürün satması, yeni üyeler edinmesi, eğitim verme ve liderlik becerilerini geliştirmesi olarak özetlenebilir.(Kishel ve Kishel, 1999:108-111)

Bir 'çok katlı pazarlama organizasyonu', perakende kazanç elde etmek amacıyla satılan 'yasal' ürünlere sahiptir. (Nichols, 1995:XI) Ancak, tüm ürün ve hizmetler, çok katlı pazarlama tekniğiyle pazarlanmaya uygun değildir. Ürünler, dayanıklı ve kamuoyu ilgisine yönelik olmanın yanı sıra, tavsiye edilebilir nitelikte olmalıdır çünkü çok katlı pazarlamada, kitle iletişim araçları yerine yüz yüze iletişim ile ağızdan ağıza pazarlama yaygın olarak kullanılmaktadır. (Bhattacharya, 1999:59)

Ampirik kanıtlar, arkadaşlar ve akrabalarından elde edilen referansların, tüketicilerin satın alma kararlarında, herhangi bir reklam uygulamasından çok daha etkili olduğunu göstermektedir. Müşteriler ağızdan ağıza yayılan tavsiyeleri, enformasyon sağlamak ve satın alma kararlarını destekleyerek kuvvetlendirmek amacıyla kullanılmaktadırlar. Bu yaklaşımın temelinde ise

tavsiyeleri alınan kaynağın güvenilirliği yer almaktadır.(Fill, 1999:32) Çok katlı pazarlama şirketleri de, tüketiciyi tüketmeye yöneltmek için, yoğun bir biçimde, biraz daha yavaş olan ama hala en etkili reklam aracı olma vasfını koruyan ‘ağızdan ağıza’ yöntemini kullanmaktadır.(Yarnell ve McCommon, 1990:13)

Formal ve hiyerarşik olarak çok katlı ya da ağ pazarlama yapısında organize olan doğrudan satışıçılar, çok katlı pazarlama şirketi içinde, geleneksel pazarlamada perakendecinin üstlenmiş olduğu ‘ürün ve hizmetleri son tüketickiye tanıtmaya, dağıtmaya ve satmaya’ rollerini üstlenmektedirler. (Peterson ve Wotruba, 1996:7, Clothier, 1997:21)

Doğrudan satışıçılar, şirket adına tanıtım, dağıtım ve satış gibi işlevleri üstlenirken iki tür kazanç elde etmektedir. Kişisel olarak yaptıkları perakende satışlar sonunda elde ettikleri gelirlerin yanında, uygulanan bir plan dahilinde, satışıçı olarak sisteme dahil ettikleri satışıçılardan da gelir elde etmektedirler. (Kerin ve Peterson, 2001:333) Doğrudan satışıçıların; sadece kaydettikleri satışıçılar tarafından üretilen satışlardan değil, onların da kaydettikleri satışıçıların satışlarından -birden fazla seviye için- komisyon alması ‘çok katlı’ sistemin en önemli özelliğidir. Böylelikle, tüm üyelerin üye getirmesi ve bu sistemi devam ettirmesi ile birlikte bir doğrudan satışıçının yüzlerce satışıçının ürettiği satıştan komisyon alması mümkün olabilmektedir. (Sparks ve Schenk, 2001:851) Bir başka deyişle, çok katlı pazarlama sistemindeki doğrudan satışıçılar, perakende satışlarından doğan ve sabit gelirleri ifade eden lineer(doğrusal) gelirler yanında, ekonomik değerin katlanarak büyümesine imkan veren ve bir anlamda telif hakkı olarak da nitelendirilebilecek olan artan gelirlere sahiptir. (Mukherjee, 2003:490)

Çok katlı pazarlamada sözü geçen artan gelirler, bu pazarlama konseptinin, sıklıkla “piramit satış”, “sonsuz zincir”, “Ponzi Şeması” (Koehn, 2001:153) şeklinde adlandırılan illegal organizasyonlar ile karşılaştırılmasına ve hatta karıştırılmasına neden olmaktadır.

Çok katlı pazarlama ile piramit satış arasında yapısal bir benzerlik bulunmakla birlikte bu iki yapı birbirinden tamamen farklıdır. (Ziglar ve Hayes, 2001:26) İki faaliyet arasındaki ayrımın net bir biçimde ortaya konması; önemli ölçüde, piramit şemaların ve çok katlı pazarlamanın tarihsel gelişimi, sistemlerinin işleyişi, katılımcılara ödenen komisyonlar gibi konuların karşılaştırmalı incelenmesiyle mümkün olacaktır.

Çok katlı pazarlamayı başlatan kişi olarak bilinen Carl Rehnberg, 1934 yılında vitamin ve minerallerden oluşan gıda takviyelerini ‘California Vitamins’ adıyla piyasaya sürmüş (1939’da Nutrilite Products olmuştur) ve 1945’te birlikte çalışmaya başladığı Dr.Castleberry ve Lee Mytinger ile birlikte daha fazla kişiyi bulup eğiterek satışları artırmaya teşvik edici bir “C&M çok katlı pazarlama planı”nı geliştirmişlerdir. (Ziglar ve Hayes, 2001:15) Satışçıların, kaydettikleri satışçıların cirolarından %3 almaya başlamasıyla organizasyon hızla büyümüş, orijinal sponsor (satışçıyı işe ilk dahil eden kişi) için çok büyük miktarda ürünün toptan satışıyla ilgilenmek, şirketten ürün satın alıp kaydettiği satışçılara dağıtmak da aynı ölçüde zorlaşmıştır.(Clothier, 1997:27) Bu nedenle, bir satış ekibi 15.000 \$ değerinde ürün satışı yaptığında, orijinal sponsoru yerine şirkete bağlanması sağlanmış ve sponsora, bu grubun satış cirosundan belli bir yüzde (telif hakkı) verilmiştir. Ancak, 1950’lerin sonunda yönetimden kaynaklanan problemler, satışçıları hem kendi gelecekleri ve hem de güvence ve kar fırsatı sözü vererek işe dahil ettikleri satışçıların gelecekleri hakkında endişelendirmeye başlamış, ekiplerindeki tüm satışçılarla birlikte, Nutrilite Products’dan ayrılan Richard Devos ve Jay Van Andel, 1959’da kendi ürünlerini ürettirmeye başlayarak insanlara Nutrilite’da umdukları kar ve güvenceyi sağlayacaklarını duyurmuşlar ve Amway adını verdikleri şirketleri için, harcanan tüm çabaların aynı oranda ödüllendirileceği detaylı bir komisyon planı hazırlamışlardır.(Clothier, 1997:27-28) Amway, günümüzde, çok katlı pazarlamanın en büyük şirketi olup, 80 ülkede faaliyet gösteren, 7.1 milyon \$

ciroyla ve 450'den fazla ürünüyle 3 milyondan fazla insana serbest girişimci olma fırsatı sunmaktadır. ([www.amway.com.tr](http://www.amway.com.tr)) 2007 yılı içinde, Avrupa Doğrudan Satış Dernekleri Federasyonu (FEDSA) tarafından Ipsos MORI'ye yaptırılan araştırmanın sonuçlarına göre, doğrudan satışın Avrupa'daki 2006 yılı cirosu 20 milyar Avro olup, doğrudan satış sektörü %9,6 oranında büyüme göstermiştir. Avrupa'nın 32 ülkesinde 9 milyon doğrudan satıcı bulunmaktadır. ([www.dsd.org.tr](http://www.dsd.org.tr) ve [www.fedsa.be](http://www.fedsa.be) )

Çok katlı pazarlamanın, müşterilerle yakın temas kurmak için kullandığı belli başlı iletişim uygulamaları arasında; müşterileri, sektördeki son gelişmelerden haberdar etmek, onlara ziyaretlerde bulunmak, hem mevcut ve hem de potansiyel müşterilerle kaynaşmayı sağlayacak konferans ve eğitimlere katılmak, internet, e-posta, faks, telefon gibi birebir iletişim sağlayacak medyaları kullanmak, müşterilerin araması için ücretsiz bir numara tedarik etmek ve müşterilerden geri bildirim almak için, müşteri yanıt kartları kullanmak ya da anket düzenlemek gibi uygulamalar yer almaktadır. (Kishel ve Kishel, 1999:91)

İlişkileri geliştirmek ve devam ettirmek, doğrudan satış sektöründe büyük önem taşımaktadır. Çünkü doğrudan satışı, bu sayede mevcut müşterilerin tekrar satın almalarını sağlayabilecek ve en iyi müşterilerini, zamanla satış ağına katabilecekleri olası satışı adaylarına dönüştürebileceklerdir. (Kishel ve Kishel, 1999:83 ve Raymond ve Tanner, 1994:67-76)

Öte yandan, tanıdıklar arasında ev ve ofis gibi sıcak ortamlarda üye edinme ve satışı içeren, toplantı ve konferansları parti havasında olan bu pazarlama konsepti, sosyal tatmini yüksek bir iş olarak görülmektedir.(Bhattacharya ve Mahta, 2000:361) Çok katlı pazarlama şirketleri, pazarlamasını yaptıkları ürünlerin aktif birer savunucuları olan satışı, üyelerin yarattığı ve sürdürdüğü aidiyet duygusu, sponsorların liderlik davranışları ve yardımlaşma gibi ekonomik, psikolojik ve sosyal ödüller sunmaktadırlar. (Ho, 2002:251, Sparks ve Schenk, 2001:851)

Çok katlı pazarlama, ödemelerin komisyon sistemi ile yapılmasından dolayı, yüksek satış motivasyonu sağlamakla birlikte, doğrudan satış faaliyeti görüldüğünden çok daha zordur ve satışçılar arasında işi bırakma oranı oldukça yüksektir. (Nat ve Keep, 2002:140) Bu nedenle, doğrudan satışçılar bir araya getiren toplantılar sıkça tekrarlanarak motivasyonun sağlanması gerekir. Doğrudan satışla özdeşleşmiş olan ‘ev partileri’ ya da ‘ev toplantıları’, düşük maliyetli ve etkili bir yöntem olarak, çok katlı pazarlamanın başlangıcından bugüne birçok doğrudan satışçı tarafından kullanılmaktadır. Bu toplantılara, doğrudan satışçı, listesindeki kişileri davet ederken neden davet ettiği ve konunun ne olduğu konusunda dolaylı anlatımlardan kaçınarak açık ve net bir biçimde toplantının amacını katılacak kişilere açıklamalıdır. (Ziglar ve Hayes, 2001:248) Çünkü, bu konudaki açıklamaların yetersizliği, çok katlı pazarlama organizasyonunun piramit şema olarak algılanmasına neden olabilecektir.

### **III. PİRAMİT ŞEMA ORGANİZASYONLARININ YAPISI VE ÖZELLİKLERİ**

Tarihteki en ünlü piramit şema, 1920 yılında A.B.D.’de Charles Ponzi tarafından oluşturulmuştur. (Clothier, 1997:29) Bu nedenle piramit satış, literatürde “Ponzi şeması” olarak da adlandırılmaktadır. Ponzi, kendisi ile birlikte on arkadaşının 150 \$ katılım ücreti yatırmasını sağlayarak işe başlamış ve arkadaşlarına yatırımlarının %50’sinin 90 gün içinde kendilerine geri döneceğini vaat etmiştir. Daha sonra aynı şekilde bir arkadaş grubuna daha aynı miktarda katılım ücreti yatırtmış ve sözde yatırımcılardan oluşan orijinal grubun da onlara yatırımlarını aynı süre zarfında döndüreceğini anlatarak zinciri başlatmıştır. (Shearer, 1999 aktaran Koehn, 2001:154) Piramidin başında yer alan öncü katılımcılar, vaat edilen geri dönüşün 90 günden çok daha kısa sürede gerçekleşmesinden hoşnut kalmış, diğer katılımcıları da bu coşkuyla piramit şemaya dahil edebilmişlerdir. Ponzi, 9 ayda 9 milyon dolardan fazla kazanmış olup, piramide sonradan katılanlara da bu rakamın

yaklaşık on katı borçlanmış ve sahtekarlıktan tutuklanmıştır.(Clothier, 1997:29)

Çok katlı pazarlama, bir üreticinin, şirket dışından insanlara, ürün ve hizmetlerini doğrudan tüketiciye ulaştırması için para ödediği bir sistemdir. (Harris, 2004:2) Ponzi şeması ise, programa daha önce katılanlara ödeme yapmak için yeni katılanların parasını kullanan bir sistemdir. (Ziglar ve Hayes, 2001:27) Bir piramit, gerçek ticaretle çok az ilgisi bulunan bir para oyunu olup birçok organizasyonda, ortada ürünün olmadığı, sadece paranın el değiştirdiği görülmektedir. (Harris,2004:3) Önceleri zincir mektuplarda olduğu gibi herhangi bir ürün ya da hizmet içermeyen piramit şemalar, günümüzde daha kompleks yapıda dizayn edilerek üyelere ve organizasyon dışındaki kişilere satmak üzere ürün ve hizmetler sunmaktadır. (Nat ve Keep, 2002:140) Piramit şemaya katılanlar, önce büyük miktarda para kazanmakta, fakat piramite sonradan katılanlar, ya daha küçük miktarlarda para kazanmakta ya da tüm paralarını kaybetmektedirler. (Koehn, 2001:156) Sonuç olarak; er ya da geç insanlar, üye edinmeyi bıraktıklarından dolayı katılan insanların çoğu da paralarını kaybetmekte ve piramit çökmektedir. (Ziglar ve Hayes, 2001:27) Çoğunlukla pazar değeri olmayan ürün ve hizmetler sunan bu firmalarda çalışanlar da bir kez dahil olduktan sonra, ne satabilecekleri ne de geri verebilecekleri ürünlerle baş başa kalmaktadırlar. (Nat ve Keep, 2002:140) A.B.D.'de, bu tür özelliklere sahip piramit organizasyonları, çok katlı pazarlama şirketlerinden ayırt etmek amacıyla bazı vakıf ve bürolar (Direct Selling Education Foundation, Better Business Bureau, Federal Trade Commission) vatandaşlara yardımcı olmaktadır. (Nat ve Keep, 2002:140-141)

#### **IV. ÇOK KATLI PAZARLAMA VE PİRAMİT ŞEMA ORGANİZASYONLARI ARASINDAKİ YAPISAL FARKLILIKLAR**

Çok katlı pazarlama sistemine getirilen en önemli eleştiri, sistemin yalnızca piramit yapıdaki gibi en üstte olanlara para kazandıracığı yönündedir. (Ziglar ve Hayes, 2001:27) Tüm işletmelerde tepe yönetimdeki kişilerin, alt kademede



çalışanlardan daha fazla kazandıkları bilinen bir gerçektir. (Nichols, 1995:X, Ziglar ve Hayes, 2001:27) Ancak, piramitte yapısal olarak, sadece organizasyona ilk katılanlar, tepeye çıkabilmekle birlikte sonradan katılanların bunu gerçekleştirme mümkün değildir. Çünkü, yeni katılımcıların sayısı sınırlı olup, başarı olasılığı her bir yeni kayıtla birlikte düşmektedir. (Failla,1995:13, Nat ve Keep, 2002:140)

Öte yandan, çok katlı pazarlamada, eğitimi, cinsiyeti ya da kalifikasyonu ne olursa olsun, doğrudan satışı; organizasyona katılan herkes gibi en alt kademeden başlayarak sistem içindeki tüm satışıyla eşit koşullarda rekabet eder ve büyük bir satış ekibi kurarak kendisinden önce organizasyona katılanlardan daha çok kazanabilme fırsatına her zaman sahiptir. (Ziglar ve Hayes,2001:27, Failla,1995:13)

Piramit satışta, yeni katılanların başarı olasılığı, bireyler tarafından ortaya konan çaba ve başarılarından etkilenmemekte ve piramidin büyümesiyle birlikte kazançlar düşmektedir. (Nat ve Keep, 2002:141) Piramit şema, sadece, yeni kayıt edilenlerden alınan fonları organizasyon içinde daha yüksek seviyede bulunanlara transfer etmek için pazarlamayı illegal bir biçimde kullanan ve uygulanabilir bir perakende sistemine sahip olmayan yapılardır.(Nat ve Keep, 2002:140)

Herhangi bir ürün ya da hizmet alışverişi olmaksızın, organizasyona üye kaydeden kişiye, kaydedilen üye için komisyon ödenmesi ile ilgili uygulamalar, illegal piramitlerin en tipik özelliklerinden biridir. (Robinson, 1997:166, Nat ve Keep, 2002:140) Oysa, çok katlı pazarlama; üye kaydetmenin otomatik olarak bir kazanç elde etmeye yetmediği, sadece ürün veya hizmetlerin satışından elde edilen gelir üzerinden ücret ödenmesinin söz konusu olduğu bir sistemdir. (Koehn, 2001:153, Kustin ve Jones, 1995:60) Çok katlı pazarlamanın temel prensibi, kaydedilen üyeye hem ürün satışı hem de üye kaydetme konusundaki çabaların tekrarlatılmasıdır. (Kustin ve Jones, 1995:60) Doğrudan satışının kayıt olurken katlanacağı tek maliyet, küçük bir

katılım ücreti karşılığında alacağı başlangıç paketidir. (Clothier, 1997:18, Robinson, 1997:166) Öte yandan, piramit şema organizasyonları, organizasyona katılacaklardan yüksek meblağlı bir başlangıç bedeli talep etmektedir. (Nat ve Keep:2002:140)

1980'lerde piramit satış sistemini kullanan birtakım organizasyonların çökmeye başlamasıyla, medyada piramit şemaların bir doğrudan satış modeli ve örneği olarak tanıtılması nedeniyle ağızdan ağıza yayılan söylentilerle birlikte, bir çok doğrudan satış şirketi zor durumda kalmıştır. Her ne kadar 1979 yılında Federal Ticaret Komisyonu (FTC-Federal Trade Commission) tarafından illegal bir piramit organizasyon olmadığı, tamamen yasal bir iş olduğu ifade edildiyse de, (Robinson, 1997:165-166) 1989'da harekete geçen Amway, kurumsal reklam yaparak kendini tanıtmak ve anlatmak zorunda kalmış, "Bizim işimiz doğrudan satıştır. Kaliteli ürünleri distribütörlerimiz aracılığıyla insanlara doğrudan satmaktır." gibi reklam metinleri yazılarak çok katlı pazarlama konseptinin ne demek olduğu kamuoyuna anlatılmaya çalışılmıştır.(Kerin, 2001:346-48)

Basında çok katlı pazarlama ile ilgili kötü haber ve yorumlar çıkmasının başlıca üç nedeni vardır. Öncelikle, çok katlı pazarlama şirketleri hakkındaki yasal düzenlemelerin yetersizliği nedeniyle kendi kendini düzeltecek bir sistemi bulunmamaktadır. İkincisi, basın, her zaman tek tek olaylardan yola çıkarak tüm sektörü karalama yoluna gitmektedir. Son neden ise, çok katlı pazarlama işindeki bazı insanların, doğru bir biçimde işlerini yönetmeyi bilmemelerinden sektörün adının kötüye çıkmasına davetiye çıkarmalarıdır. (Yarnell ve McCommon, 1990:13-14) Basının çok katlı pazarlamayı piramit satış olarak lanse etmesinin en önemli nedenleri ise, geleneksel pazarlamadan son derece farklı araç ve yöntemlere sahip bu pazarlama konseptinin doğru dürüst anlaşılammış olmasıdır. (Robinson, 1997:166-167)

## SONUÇ VE ÖNERİLER

Çok katlı pazarlamayı piramit şemalardan ayırt eden birçok parametre bulunmaktadır. Öncelikle çok katlı pazarlama şirketleri; yasal, mübadele değeri olan ve piyasada talep gören kaliteli ve dayanıklı ürünlere sahiptir. Ürünlerin son tüketicilere aktarılmasını amaçlayan ayrıntılı bir pazarlama planı ve uygulanabilir bir perakende sistemi bulunmaktadır. Çok katlı pazarlama organizasyonuna katılım için, katılımcılardan başlangıçta düşük bir ücret talep edilmektedir ve daha da önemlisi, çok katlı pazarlama sisteminde, ürün ve hizmet alışverişi olmaksızın üyelere herhangi bir komisyon ödenmesi de söz konusu değildir. Yaklaşık 60 yıllık bir geçmişe sahip olan çok katlı pazarlama sisteminde, doğrudan satışıçılar, organizasyona ne zaman katılmış olurlarsa olsunlar, bireysel çabaları ve yetenekleriyle üst seviyede gelir ve kariyer elde etme imkanına -tüm diğer üyeler kadar- sahiptirler. Çok katlı pazarlama şirketleri, ayrılmak isteyen katılımcıların ellerindeki ürünleri geri almak ve paralarını geri vermek zorundadırlar. Ülkemizde, Doğrudan Satış Derneği (DSD), Avrupa'da Avrupa Doğrudan Satış Dernekleri Federasyonu (FEDSA) ve dünyada Doğrudan Satış Birliği (DSA) çok katlı pazarlamacılarla birlikte tüm doğrudan satışıçıları desteklemektedir

Doğrudan pazarlamanın son yıllarda gösterdiği büyümeyle paralel olarak, doğrudan satış sektörü de gerek yüz yüze iletişimin ve ağızdan ağza pazarlamanın gücü gerekse mobil iletişim ve internet gibi iletişim teknolojilerinin desteğiyle günden güne gelişimini sürdürmektedir.

Geleneksel perakende metotlarıyla ulaşamadıkları potansiyel pazarlara nasıl ulaşabileceklerini görmeye başlayan köklü kuruluşlar da çok katlı pazarlamaya giderek daha fazla ilgi duymaktadırlar.(Clothier, 1997:32) Her yıl, 'çok katlı pazarlama' metodunu benimseyen birçok yeni işletme, faaliyete geçmekte(Pardue ve Wolfson, 1994:18-21) ya da geleneksel pazarlama metotlarıyla faaliyet gösteren mevcut işletmeler, kısmen ya da tamamen bu

alternatif dağıtım kanalını kullanmak üzere çok katlı pazarlamaya yönelmektedirler.(Sands, 1992:1-2)

Tüm bu farklılıklarla birlikte, çok katlı pazarlama organizasyonları, uygulamadaki bazı eksiklikleri ve yanlışlıkları nedeniyle birçok yönden bir piramit şema organizasyonuna benzerlik taşıma tehlikesiyle karşı karşıya kalmaktadırlar.

Çok katlı pazarlama organizasyonlarının, tanıtım toplantılarında, kazançların, olduğundan fazla gösterilmesi eğilimi göze çarpmaktadır. Bu durum, çoğu zaman normal iş giderlerinin (ürün tüketimi, doğrudan satışçıları bulma, eğitme vb. faaliyetler için harcanan bedel, satışı destekleyici materyaller, toplantılar vb.) hesaba katılmamasından kaynaklanmakta ve işin yeni adaylara tanıtımı sırasında, net ve brüt gelir arasındaki ayrım, açık bir biçimde ortaya konmamaktadır. (Nat ve Keep, 2002:141)

Ayrıca, çok katlı pazarlama şirketlerinde katılım ücretlerinin düşük olmasının yanında, eğer yeni katılımcıların işlerini yapabilmeleri için ofis açmaları, yüksek ücretli eğitim seminerleri ve etkinliklere katılmaları gibi maliyetler dahil edildiğinde, başlangıç için ödenen bedel toplamda yüksek ise, çok katlı pazarlama, piramit şema gibi kayıt edinme odaklı bir organizasyon olarak görülebilecektir. (Koehn, 2001:157-158, Nat ve Keep, 2002:140-141)

Birçoğu çok katlı pazarlama firmaları tarafından da kullanılan işin tanıtımı ile ilgili hazırlanan broşürlerde ve tanıtım toplantılarında kullanılan ifadeler, iş fırsatının içeriğini açıkça ortaya koymaktan uzaktır. Sözelimi, “iş hacmi” ne satış gelirini ne de brüt ciroyu ifade eder, “perakende satış”, bazen son müşteriye bazense alt hat distribütöre yapılan satışa karşılık gelmektedir ve “alt hat” da ne işçi ne de franchiseedir. (Nat ve Keep, 2002:141)

Çok katlı pazarlamada, pazarlama planı gereği, performansla birlikte prim seviyeleri de artmaktadır. Bir şirketin ürünlerinin başlıca müşterisi satışçıları ise, bu durum, şirketteki üst hatların daha yüksek bir seviyeye ulaşmak ve böylelikle daha fazla prim elde etmek için, alt hatlarına, daha fazla ürün

satmaları konusunda baskı yapmalarına neden olabilecektir. Bu açıdan, satışçıların, diğer üyelere satış yapmaktan ya da kendileri tüketmekten ziyade, organizasyon dışındaki son tüketiciye satış yaptıklarının belgelenmesi, firma tarafından alınması gereken önlemlerden biridir. (Koehn, 2001:156)

Çok katlı pazarlama firmalarını illegal piramit şemalardan ayıran en önemli özelliklerden biri de çok katlı pazarlama şirketlerinde, ayrılmak isteyen katılımcının ürünlerinin geri verilmesi ve zararının tazmin edilmesinin kanuni bir zorunluluk olarak sağlanmasıdır. (Croft vd. 2000:177) Ancak, geri ödeme politikası, doğrudan satışçıların bu politikadan haberdar olmasını sağlamadıkça anlamlı olmayacaktır. Çok katlı pazarlama şirketleri, geri ödeme koşullarını, iş bilgisi ile ilgili rehberlerinde açık bir biçimde yayımlamalı ve katılımı kolaylaştırdığı gibi ayrılmayı da kolaylaştırmalıdır. (Koehn, 2001:157)

Özetle, çok katlı pazarlama şirketleri, uygulama hatalarından kaçındıkları müddetçe, önümüzdeki yıllarda hem kaliteli ürün ve hizmetleri son tüketim noktalarına taşıyan güçlü dağıtım kanalları hem de bağımsız girişimciler yaratan işletmeler olarak büyümelerini sürdürecektir.

#### **KAYNAKÇA**

1. Berkowitz, Eric, Roger A. Kerin, Steven W. Hartley, William Rudelius, *Marketing, USA: Mc Graw Hill 1997*
2. Bhattacharya, Patralekha, Krishna Kumar Mahta, "Socialization in Network Marketing Organizations: Is it Cult Behavior? *Journal of Socio-Economics, 2000 Vol:29 Iss. 4*
3. Bhattacharya, Patralekha, *Network Marketing: A Product Characteristic Approach American Marketing Association. Conference Proceedings, 1999, 10*
4. Clothier, Peter. *Multi Level Marketing, A Practical Guide to Successful Network Selling London: Kogan Page 1997*

5. Croft, Robin, Lindsay Cutts, Patricia Mould, *Shifting the Risk: “Buyback” Protection in Network Marketing Schemes*, *Journal of Consumer Policy*, 2000, 23, 2
6. Croft, Robin, Helen Woodruffe, “*Network Marketing: The Ultimate in International Distribution?*” *Journal of Marketing Management* 1996, vol.12
7. Failla, Don. *How to Build a Large Successful Multi-Level-Marketing Organization*. USA: MLM Int. 1995
8. Fill, Chris. *Marketing Communications*. Prentice Hall 1999
9. Gordon, Ian H. *Relationship Marketing*. John Wiley & Sons Canada Ltd. 1998
10. Ho, Dixon H., *An Exploration of Network Marketing as Socially Embedded Exchange*, *American Marketing Association. Conference Proceedings*, 2002, 13
11. Kerin, Roger A., Robert A. Peterson. *Strategic Marketing Problems USA:Prentice Hall*, 2001
12. Kishel, Gregory F., Patricia Gunter Kishel. *Start and Succeed in Multilevel Marketing*. USA: John Wiley & Sons Inc. 1999
13. Koehn,Daryl, *Ethical Issues Connected with Multi-level Marketing Schemes*, *Journal of Business Ethics*, 2001, 29,1/2
14. Kotler, Philip, Gary Armstrong. *Principles of Marketing*. USA: Prentice Hall, 2001
15. Kotler, Philip, *Kotler ve Pazarlama*, 1.Basım İstanbul : Sistem Yay. 2003
16. Kutsin, Richard A., Jones, Robert A., *A Study of Direct Selling Perceptions in Australia* 1995 Vol.12,6
17. Mc Kenna, Regis. *Relationship Marketing: Successful Strategies for the Age of the Customer*. USA: Addison Wesley Publishing 1991
18. McDonald, William J. *Direct Marketing*. USA : McGraw Hill, 1998
19. Mukherjee, Ship P. *Business Opportunity of the Century to be Financially Free*, *The Management Accountant*, Vol.38 No:7 Temmuz 2003

20. Nat, Peter Jay Vander ve William W. Keep, *Marketing Fraud An Approach for Differentiating Multilevel Marketing from Pyramid Schemes. Journal of Public Policy & Marketing. 2002 Vol.21 (1) s.139-151*
21. Nichols,Rod. *Successful Network Marketing. USA: Oasis Press 1995*
22. Peterson, Robert A., Thomas R. Wotruba, "What is Direct Selling? Definition, Perspectives and Research Agenda" *The Journal of Personnel Selling & Sales Management. Vol.16 No:4 1996 s.1-16*
23. Robinson, James W. *Empire Of Freedom- The Amway Story and What It Means to You USA: Prima Publishing 1997*
24. Sparks, John, Josaph Schenk, *Explaining the Effects of Transformational Leadership:An Investigation of the Effects of Higher-order Motives in Multilevel Marketing Organizations, Journal of Organizational Behavior, 2001, 22, 8*
25. Tek, Ömer Baybars. *Pazarlama İlkeleri. İstanbul: Cem Yay.1997*
26. Wendy, Harris. *Network Marketing and Pyramid Scheme? Black Enterprise Vol.35 Iss. 4 2004*
27. Yarnell, Mark, Kevin B. McCommon. *Power Multi-Level Marketing 5.Basım USA: Power House Publications 1990*
28. Yarnell, Mark, Rene Yarnell. *Your First Year in Network Marketing. New York : Three Rivers Press, 1998*
29. Ziglar,Zig, John P. Hayes. *Network Marketing For Dummies. New York: Hungry Minds Inc. 2001*

## BERTOLT BRECHT VE EPİK KURAM, SİNEMADA ETKİLERİ ÜZERİNE

Prof. Dr. Oğuz MAKAL\*

### ÖZET

Bertolt Brecht'in pratikte geliştirdiği tiyatrodan yola çıkarak öne koyduğu estetik-kuram, bu kuramdan yararlanan yönetmenlerle (Joseph Losey, Jean-Luc Godard, Theo Angelopoulos) günümüzde sinemada da anılmaktadır. Bertolt Brecht'in sanat üzerine düşünceleri, "çağdaş dünyada tiyatro, film yapım geleneğinin kendisini yenileyebileceği yolları" bulunmasına sınırlı da olsa yardımcı olmuştur. Ancak, bu yeni sanat dalının (yedinci sanat) yığınlar üstündeki etkisini kavrayan ve etkinliğinin önemli bir bölümünü sinematografik yaratmaya ayıran Bertolt Brecht'in kendinin - *aralıklarla, kopuşlarla*- çok az örneğini verebildiği gibi, yine az sayıda sinemacı Brecht estetiğini içselleştiren örnekler sunabilmiştir. Bu yazıda Bertolt Brecht'in sanatı, estetik-kuramı ve etkileri konu edinilmiştir.

**Anahtar sözcükler:** Estetik, dramatik, epik kuram, diyalektik

### ABSTRACT

Bertolt Brecht's aesthetic-theory, introduced by him developing from practical theater, has been in use in today's cinema by directors using this theory (Joseph Losey, Jean-Luc Godard, Theo Angelopoulos). Bertolt Brecht's thoughts on art has partially helped in finding "ways for theater and film producing tradition to renew themselves in the modern world". However, only a few movie makers were able to present examples internalizing Brecht's aesthetics, which was also presented by Brecht, having understood the effect of this new branch of art (seventh art) on masses and spent most of his time on cinematographic creation, on a few occasions with *gaps and breaks*. This paper introduces Bertolt Brecht's aesthetic-theory, art and its effects.

**Keywords:** Aesthetics, dramatic, epic theory, dialectic

---

\* Beykent Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi Öğretim Üyesi



## GİRİŞ

1960 ve 1970'lerin başında « yeni bir sinema »nın örneklerini, bir başka deyişle “Brechtçi Sinema”yı keşfetmek için, J. L. Godard, Straub-Huillet, Angelopoulos yanı sıra Bertolucci, kısaca bir avuç sinemacının etkilendiği bir estetiğe, Bertolt Brecht'in epik/diyalektik kuramına yönelmek gerekecektir. Kuşkusuz zaman zaman tümenden doğruluğu olmasa da Brechtçi çizgideki anlatıma örnek sayılabilecek Charlie Chaplin'in **Bay Verdoux**'su, Alain Renais'nin **Je t'aime, je t'aime** gibi filmlerden de söz edilmiştir.



*Bertolt Brecht (1898-1956)*

Ozan, oyun yazarı, sahneye koyucu ve estetik kuramcı Bertolt Brecht, “Epik ya da Diyalektik” tanımıyla kuramıyla, en açık biçimiyle Kolker’in deyişle **“Aristoteles’ten bu yana Batı Kültürünün parçası olmuş temel sanat anlayışım”** değiştirmeye çalıştı. Kolker’e olduğu gibi bir çok sanat kuramcısı, yazarı için bu çok önemli bir anlayıştır « ...ve gerçekten Brecht’in oyunlarında ve kuramsal yazılarında ısrarla ve ikna edici bir biçimde, çoğunlukla ironik bir şekilde mücadele ettiği çok önemli bir gelenektir. Bunun en önemli yanı taklit olarak, mimesis olarak sanat anlayışydı, sanat yapıtının dünyayı yoğun ve soyut ama bir biçimde bir

yansıma olarak yeniden-sunduğu (re-present) düşüncesiydi. Dünyanın yansıtıcı temsili (representatiton) olarak bu sanat anlayışı bütün tarihi boyunca değişmezdir. Ve Bazin'in sinema kuramının temelini oluşturur. “*(KOLKER, 1999: 99)*

Brecht 1920'lerden başlayarak 1956'daki erken ölümüne dek, Kolker'in de altını çizdiğince temel olarak binlerce yıldır egemen olan Aristoteles'ci sanat anlayışına, “katharsis”e (izleyicinin ruhsal arınması), yaşamın taklidi/ilüzyon niteliğine (mimesis) karşı sistematiğini oluşturur ve estetiğini geliştirirken, geleneksel tiyatroya olduğu gibi geleneksel sinemaya ve kültür/sanattaki “gerçekçi geleneğe” yönelik eleştiriler gerçekleştirdi. Kaldı ki onun estetik sunumu **“tarihten yola çıkan bir tasarımılayımın (imagination) ürünüdür. Shakespeare’i, Marlowe’u yeniden yazarken amacı; a) Tarihsel olgulara ve onların edebiyattaki işlenimlerine farklı bir açıdan bakma durumunda bu olguların ve edebiyattaki işlenimlerinin farklı sonuçlar vereceğini ortaya koymak; b) Tarih’in bugüne kadar süren seyredişinin değiştirilebileceğini görmek ve göstermektir.”** Tarihe farklı açıdan bakabilmek için, tarihin sürecinin farklı değerlendirilmesi gerekirdi, Brecht bunun da ancak trajedi/trajik-olanın eleştirisiyle olanaklı olacağını gösterdi. Ona göre ve Benjamin’e- **“tarih geçmişteki gibi büyük kararlarla, dramatik davranışlarla değil; önemsiz gibi görünen, tek tek kalmış gibi görünen kararlarla, davranışlarla değiştirilebilecektir günümüzde.”**  
*(OSKAY, 1984: 96)*

## 1. EPİK TİYATRO

Platon tragedyayı sona erdirmişti, Brecht, Platon'nun yapıtlarından yola çıkarak epik tiyatroyu oluşturduğunda, sadece sanatçıya siyasal bir rol kazandırmakla kalmaz, “sanatçıyı toplumdaki dışlanmış biri olma durumundan kurtarır.” Doğru içeriğinin yansıladığı anlatım tekniğini

bulan sanatın temel görevi, sanatçıyı olduğu kadar toplum hayatını da özgürleştirmeye yardımcı olması, hayatın olguları arasındaki görülemeyen siyasal bağlantıları ortaya çıkarmasıdır. Brecht göstermektedir ki, tüketen/sihirli bir iş olmaktan çıkan ve siyaseti de özgürleştirici işlevle içine alan epik/diyalektik sanat artık bir üretim formudur. (*OSKAY, 1984 :101*)

Bu gelişme, bir açıdan, Roland Barthes'ın ifade edişi gibi, "Temel olarak Brecht'in büyüklüğü ve eşsizliği Marksizm'i geliştirmesidir." düşüncesine varılmasına yol açacaktır. Belki bu nedenle Marksçı (diyalektik materyalizmle tanışmış) bir dünya görüşü/felsefi donanımı olmayan izleyici açısından Brecht oyunlarının anlaşılması **zor** olmuştur. "...Marx, bugüne dek tam benim oyunlarımın seyircisi diye nitelendirebileceğim tek kişiydi" sözü bu **zorluğun** gerisindeki sorunsal yansıtır. Ancak belirtmeli ki, sanatsal görüntüde, tümüyle karşı olduğu kavramın **Katharsis** olduğu çok açık olmasına karşın, "Einführung (duygu temeli üzerinde yaşantı birliği-empati) başta olmak üzere geleneksel tiyatronun taşıdığı estetik değer/kavramlara tümüyle karşı çıkmamış, "üretkenliği eğlencenin temel kaynağı kılan bir tiyatronun, onu aynı zamanda kendine konu yapması"nı onaylamıştır. (*BRECHT, 1987: 17*)Sonuçta Brecht'in tiyatroya asıl katkısı, yaklaşımının o evrede özellikle olması gerektiği gibi - *politik/antikapitalist*- değil, yabancılaştırma-etkisine dayalı epik/diyalektik tiyatro anlayışı, getirdiği biçimsel yenilikler, oyunculukta ve sahne kullanımında bulduğu yeni yollardır.

## 2. BRECHT'İN EPİK KURAMINA DOĞRU

Kaldı ki, Brecht'in estetik kuramı, temelinde naivite ve yabancılaştırma içermekle birlikte, epizotik anlatım, gestus, tarihselleştirme, anlatımcı yapı, göstermeci oyunculuk gibi sıralanabilecek temel özellikleriyle diyalektik bir bütünlük oluşturur. ( *Brecht, "korku" (Furcht) ve "*

acıma”yı (*Mitleid*) “bilgi arzusu”na (*Wissenbegierde*) ve “yardımseverlik”e (*Hilfsereitschaft*) dönüştürmek ister.) Ayrıca o izleyiciden “toplumdaki ve tarihteki rolünü anlamak için sanat yapıtını bir araç olarak kullanması”nı beklemektedir. Kuramı içinde yaratılan kavramların en açığı/zekicesi bulunan **Gestus**, tüm bir toplumsal durumun okunabileceği, insanların birbirleriyle ilişkisini gösteren bir davranış ya da davranışlar dizisidir. Ancak Roland Barthes her **gestus**’un toplumsal olmayacağını altını çizer, “bir sineği kovmak için yaptığı hareketlerin toplumsal bir yanı yoktur; ama aynı adam yoksul giysiler içinde bekçi-köpekleriyle savaşıyorsa o zaman bu gestus toplumsal olur” açıklamasını getirir. Ayrıca bu türden toplumsal *gestus* dilde de görülebilir. Brecht’e göre dil de, konuşanın başkalarına karşı edindiği belli tutumları gösterdiğinden *gestual*’dır. Yine **yabancılaştırma** da izleyiciyi gözlemciye dönüştürme isteği nedeniyle Brecht’e özgü bir yöntemdir. Özelliklerden biri olan **tarihselleştirme**de de yabancılaştırmanın rolü büyüktür. “çünkü yabancılaştırma ile, dünyanın, görüldüğü gibi değil, gerçekte olduğu gibi görünmesini sağlar.” (*NUTKU*, 2007: 105) Brecht’in düşünce sistematüğını tiyatro ve sinemada daha iyi anlamak için – sonraki eklerle geliştirilen aşağıdaki tabloya bakmak yeterlidir:

<u>Dramatik</u>	<u>Epik</u>
Sahne bir gelişime vücut verir.	Sahne onu anlatır.
<i>İzleyici sahnedeki aksiyona dahil edilir ama aktivitesi tüketilir.</i>	<i>İzleyici gözlemci haline getirilir aktivitesi uyandırılır.</i>
İzleyicide duyguların uyanması sağlanır.	İzleyici karar vermeye zorlanır.
<i>İzleyici sahnedeki deneyimi paylaşır.</i>	<i>İzleyicinin dünyaya ilişkin bilgilere ulaşması sağlanır.</i>
İzleyici bir olaya katılır.	İzleyici olayın karşısına geçirilir.

***Telkinlerle çalışılır.***

Duyguya dayalı bulgular korunur.

***Özdeşleşme***

İnsan bilinen bir varlık olarak ortaya konur.

***İnsan değişmez.***

Dikkat oyunun finali üzerinedir.

***Her sahne bir ötekisi için vardır.***

Organik bir gelişme.

***Olaylar doğrusal gelişir.***

Olayların akışı evrimsel bir zorunluluğu içerir.

***İnsan durağan bir nitelik taşır.***

Eylemler gelişir.

***Dünya olduğu gibidir.***

İnsan olduğu gibidir.

***İnsan davranışı.***

Düşünce varoluşu belirler.

***Ön planda duygu***

***Argümanlarla çalışılır.***

İzleyici bilme konumuna çekilir.

***Yabancılaştırma  
(izleyici araştırır.)***

İnsan bir inceleme nesnesidir.

***İnsan değişir ve değiştirir.***

Dikkat oyunun akışı üzerinedir.

***Her sahne kendisi için vardır.***

Montaj tekniği.

***Olaylar eğriler halinde gelişir.***

Olaylar sıçramalı gelişir.

***İnsan oluşum süreci  
içinde verilir.***

Anlatıya başvurulur.

***Dünya olması gerektiği gibidir.***

İnsan olması gerektiği gibidir.

***Davranışların nedensellikleri.***

Toplumsal varoluş düşünceyi belirler.

***Ön planda düşünce.***

### 3. SİNEMA İLE TİYATRODA KURULAN İLİŞKİ

Brecht, sinema ile tiyatrodaki ilişki kurmuş, oyunlarını sahnelerken Piscator örneğinde olduğu gibi filmi sadece tamamlayıcı bir öğe olarak düşünmemiş/geleneksel tiyatronun sunum yöntemini ve yanılısamayı kırmada da bir araç yapmıştır. Tamamlayıcılıkta bile aradığı, toplumsal çelişkilerin ortaya çıkartılması düşüncesidir. Örneğin, bunu **Cesaret Ana** oynanırken Ayzenshtayn'ın **Ekim** ve Pudovkin'in **St.Petersburg'un Sonu** filmlerinden görüntülerle gerçekleştirir.

### 4. BRECHT VE SİNEMA

Brecht tiyatro için düşündüğünü sinema için de kabul eder: "Sinema Aristocu olmayan bir dram sanatının (yani bir özdeşleşme görüngüsüne, mimesis'e, öykünmeye dayanmayan dram sanatının) ilkelerini olduğu gibi kabul edebilir." Ama, oyuna ve oyuncunun önceliğine fazla dikkat eden ve film öyküsünün yepyeni bir biçimde yazılması gerektiğini, sinemanın endüstri özelliğini göz ardı eden Brecht, 1930 yılında "Üç Kuruşluk Opera'nın Pabst tarafından sinemaya aktarılmasından sonra dâva açmak zorunda kalacaktır. Brecht'in yaşamı boyunca onayladığı *Brecht*'çi tek film bulunmaktadır, o da 1931'de Slatan Dudow'un yönettiği **Kuhle Wampe**.

Bertolt Brecht'in Nazilerin iktidara gelmesinden sonra yurdundan uzaklaşmak zorunda kaldığı ve Amerika'da bulunduğu yıllarda, Hollywood'daki sinema serüveni için söylenebilecekse çok az şey vardır. Doğruyu-gerçeği içeren sanatsal tutum/tarzını bir çok kişiye sunmayı umut ettiği o yıllarda yazdığı **Hollywood** başlıklı şiiri, orada yaşadıklarının bir özeti gibidir:

**Her sabah ekmek paramı kazanmaya**

**Giderim yalana pazarına.**

**Umutla,**

## Dizilirim satıcıların arasına.

### 4.1. Sinema ile serüveni: Fırtınalı ilişkiler



*Cellatlar da Ölür/Hangmen Also Die (1943)*

1941-47 yılları arasında “ekmek parası kazanmak için” çabaladığı sözünü ettiği *yalan pazarında* film senaryoları sattığı günleri neredeyse unutmayı diler, hangi filmler için katkılarda bulunduğunu belirtmek istemez günlüklerinde. Sessizlik içine gömmediği tek önemli film kendisi gibi benzer nedenle Almanya’yı terk eden yurttaşı Fritz Lang’ın “Cellatlar da Ölür/Hangmen Also Die” (1943) adlı yapıtıdır. Ama hoşnutlukla bir söz ediş değildir bu, yapımcısı için yine dâva açmış, filmin jeneriğinde sadece “Brecht’in bir düşüncesi üzerine” yazısı kalmıştır. Günlüğünde şöyle der: **“Lang’ın filmi (şimdi adı Hangmen Also Die oldu) bana üç oyun için nefes alma alanı yarattı (Haziran 1943)”** Adı pek az filmle anılsa da, Marcel Martin’in sözleriyle “Etkinliğinin azımsanmayacak bir bölümünü sinematografik yaratmaya ya da en azından sinemayı ilgilendiren tasarıların işlenmesine adanmış” (MARTİN, 1977: 142) Brecht yirmi sekiz yıllık sinema ile ilişkili bu serüveni için şöyle demiştir: **“Yapıtlarımın perdeye aktarılışında, ayrıksız her keresinde yapımcılara karşı dâva açmak zorunda kaldım.”**

Martin, sinemada bu serüveninin iki temel ögesi olduğunu belirtir:

**“Yapıtın bütünlüğü için sonuna kadar savaşıma isteği ve bunu kapitalist toplumda başarmanın olanaksız olduğu gözlemi.”** 1955 yılında çekilen, Cavalcanti gibi çizgi dışı bir usta sinemacının “Bay Puntilla ile Uşağı Matti” uyarlamasını da beğenmeyecektir. Peki değer verdiği ve yaşamını sürdürdüğü-kapitalist olmayan bir ülkede, Demokratik Almanya Cumhuriyeti’nde girişimleri nasıl sonuç vermiştir? Nedenleri çok açık olmasa da yönetmen Wolfgang Staudte’ye tarafından başlanan “Cesaret Ana’yı bir süre sonra durdurur (1956), bu sinemacının oyunu filme uyarlama konusunda kendisiyle aynı düşünceleri taşımadıkları görüşündedir.

#### 4.2. Kuhle Wampe: Onayladığı film



*Kuhle Wampe’de bir sahne: Anne Bönicke mutfakta.*

**Fırtınalı ilişkiler** diye adlandırılabilen bu süreçte bir kez olsun Brecht’e rahat soluk aldırın, 1932 yılında çekilen **Kuhle Wampe**, ikinci adıyla **Dünya Kimin?**dir. Ama film yasaklanır, böylece Nazilerin iktidara geçişinden az önce Martin’in sözleriyle “ burjuva sansürü, kapitalist sömürüyü açığa vuran, proletaryanın dayanışmasını yücelten bu yapıt önünde, istemeden eğilmiş olur.”

Yine de Brecht’in sinemadaki başarısı sınırlı kabul edilse de, ölümünden sonraki etkilerinin “tiyatrodan daha büyük” olduğu



saptanır. “Yönetmen nadiren bağımsız ve kontrol sahibi olsa da, film, estetik ilkeleri netleştirmek ve kesinleştirmek için en iyi biçimdir. Yönetmenin diğer sanat yapıtları hakkında kaygı duyması gerekmez, görüntüler ve diyalogla yöntemlerin ve düşüncelerin net ve sürekli bir sunumunu yapabilir. Daha da önemlisi film Brechtîyen düşüncelerin denenmesi için mükemmel bir alan sunar. Kısa tarihi boyunca sinema, kırılması tiyatrodakilerden daha zor ve köklü gerçekçilik gelenekleri oluşturmuştur ve bunlar kırıldıklarında, etkisi tiyatrodakinden çok daha olağanüstüdür.” (KOLKER, 1999: 106)

#### 4.1“Üç Kuruşluk Opera” Dâvası ya da Bir Toplumsal Deney



*Üç Kuruşluk Opera’da Mackie ve Braut.*

Kabul edileceği gibi, Brecht kuramının sinemada kavranışının önemi yadsınamaz; bu nedenle daha çok sinema endüstrisi diyebileceğimiz bu alanla süren “tuhaf bir büyülenme-iğrenme karmaşası”nın başlangıcındaki „**Üç Kuruşluk Opera**“ çekimiyle ilgili dâvaya (1931) bunun için değinmek gerekecektir. Pabst’ın yol açtığı ve “utanç verici bir biçimde değiştirilmesini“ onatmak için verdiği bu inatçı ve sonuçsuz, üstelik „bir toplumsal deney“ haline getirdiği çabanın bir amacı vardır. Onun yorumuyla burjuva ideolojisinin o günlerdeki durumu karşısında birtakım ilginç sunumlar çıkartmasına yol açar bu dâva; Martin, Brecht’in çıkardığı

sonucun altını şöyle çizecektir: Kapitalist düzende “sanatın bütünü artık bir meta” olmuştur, bu nedenle üretim araçlarının “toplumsallaştırılması” kaçınılmaz bir şeydir. Ama sanatın işlevi gerçekliğin yeniden üretilmesi değil “asıl biçiminin verilmesi”(restitution)dir.

#### 4.2. Sinema eleştirisi belirtilerin eleştirisi

Ancak Brecht'in açıklamalarından, sanat ve sanatçı gibi, eleştiri/eleştirmen de payını alır: Brecht'e göre, **“sinemanın toplumsal işlevi eleştirilmediği sürece, hiçbir sinema eleştirisi belirtilerin eleştirisinden öteye gidemez ve kendisi de belirti niteliğindedir. Beğeni sorunları içinde kendisini tüketir ve sınıf ön yargılarının tutsağı kalır.”** Bu sözlerin çok sonrasında Brecht geliştirdiği sanat ve gerçekçilik görüşlerine eleştiri için, **„Eleştiriye, ölü, kısır (ürün vermeyen), tozlu bir şey olarak bakmak kesinlikle yanlıştır“** düşüncesini ekleyecektir. Ona göre yüksek bir siyasal bilinçle gelişen eleştirel bir tutum olmadan gerçek sanatsal zevk olanaksızdır.

Alan Lovell'in sözleriyle Brecht, “izleyiciler, estetik zevk, halka açık sanat, öncü sanat ve gerçekçilik” (LOVELL, 1982: 4) gibi inceleme alanları üzerinde –özellikle sinemayı kapsayıcı biçimde- ciddi biçimde durmanın gerekliliğini, önemini ortaya koyar. Onun için bir anlamda ve başlangıç için “hem para kazanmak, hem de film çevirmek için elimize geçmiş bu fırsat” diye belirttiği bu çalışma alanı üzerinde derin, köktenci bir düşünce üretmenin de fırsatlarının yaratıldığı ortamdır. Sadece o kendi sözleriyle “yapımcı tarafından film çevirmekle görevlendirilen ve kendileri gibi düşünen, beğenileri kendilerinkine benzeyen aydınlar, yönetmenler, film öykücülerinden biri olmamayı seçmiştir ama, bir yandan Aristocu olmayan bir dram sanatının ilkelerinin olduğu gibi kabul edebileceği bir alanın kapısını da aralamıştır.

Brecht'in, Marcel Martin'in sözleriyle “hem bir sanatsal yanı (sanat eserinin dirimselliği), hem de aydınca bir yanı (gerçek karşısında eleştirel

bir tavır) olan bir *tad* (zevk) verebilmekte” denilen, sinemanın hem gösteri, hem öğreticilik yanını kucaklayabilmiş **Kuhle Wampe** ya da öteki adıyla **Dünya Kimin?** örneği, “ Bir yanda sekiz yüz bin mark (filmin bütçesi) öte yanda yalnızca yapıtının özü için savaşıyor bir sanatçı”nın **Üç Kuruşluk Opera** yorgunluğunu unutturur. Slatan Dudow’un gerçek olaylara dayalı tasarısı Brecht ve Ernst Ottwald tarafından geliştirilir ve çekimi büyük ölçüde Brecht yönlendirir. Almanya’nın tarihinde karşılaştığı büyük siyasal ve ekonomik bunalım karşısında sosyal demokratların güçsüzlüğü ve güçsüzlük oranında da Nazi ideolojisinin yükselişi günlerinin Treilhou tarafından “benzersiz bir tarihsel belgesi “olarak tanımlanan film, önce 1932 Mayıs’ında Moskova’da ardından Berlin’de sunulur: bir haftada 14 bin kişi izler. Filmde bir Alman ailesi Bönike’lerin dramı, işsizlik ve yoksulluk günleri anlatılır. Baba ve oğul beş milyona yaklaşan işsizlerden birileridir; her yerde “iş yok” yazılarına rastlanmaktadır. Hükümetin ailelere her şeye karşı direnme olanağı veren işsizlik sigortasını kaldırması genç Bönike’yi intihara sürükler. Aile bir çoğu gibi Berlin banliyösündeki işsizler kampına göç eder. Genç kız (Anni) orada ayakta kalabilmek için çabalar, bir genç işçi (Fritz) ile ilişkisi zamansız ve sorunlu bir gebeliği birlikte getirecek, ama o istemediği bir evliliğe sığınmayacaktır. “Bu, Anni için sınıfsal bir bilince ve pratiğe ulaşmaktır, aynı zamanda alınyazısına rıza göstermenin de, bireysel çözümler aramanın da sonudur.” (TREILHOU, 1977: 166)

Bir bakıma yalın bilinç/bilinçsizlik atışmasına yaslanmaktadır. Ancak anlatılanın kurgulanımında “herhangi bir karakterin bireyselliği değil ‘toplumsal kutuplaşmalar’ merkeze alınmıştır. Genel anlatım eğrisi aracılığıyla karakterlerin tek tek ruhsal durumları hakkında bilgilensek de epizotlardaki anekdotlar politik anlamda bir tarihselleştirme işlevi görürler. “ görüşüne katılabilir. (GÜZEL, 1994: 104) (Bu filmin doğrudan ya da filmde çalışan Karl Koch’un Renoir’la işbirliğinin etkisi

*olabilir; Renoir'ın dört yıl sonra çekeceği "La Vie est a Nous/Özgürlük Bizim" Kuhle Wampe'deki Brecht bakışının Renoir'daki ilk ve tek örneği olarak izler taşır.)*

### **5.BRECHT KURAMININ ÖNEMİ**

Stanley Mitchell, Brecht'in epik kuramını "**faşist karşı-devrimin eşliğinde halkı, buyurgan, insanları kullanan siyasete edilgen-kadercik bir biçimde boyun eğmekten kurtarmak amacıyla bir şok aracı olarak geliştirmişti**" demektedir. Brecht, izleyiciler üzerinde **Verfremdungstechnik** yardımıyla bir etki yaratmaya, tiyatro ve diğer sanatların "yanılsamalarını" yıkmaya önem vermiştir. Ama düşüncelerini salt bu dar sınırlar içinde tutmamıştır. "Brecht, gerçekliği ortaya çıkarmaktan, toplumsal –ekonomik dünyanın raslantısal bağlarını göstermekten başka nedir gerçeklik diye soruyordu: Bu amacı gerçekleştirmek için geleneksel sanat biçimlerinin içinde olsun dışında olsun denen her türlü oyun yasaldı" onun için. Sonuçta, Marcel Martin'nin tanımıyla "Burjuva hümanizmasının bütün gürültülü ve içi boş deyişlerini Brecht eski çoraplar gibi tersine çeviriyor, egemen ideolojinin en iyi oturtulmuş maskelerini söküp atıyor, en hızlı ve eksiksiz zehirden arınma yöntemini elinize veriyor"du. (MARTİN, 1977: 147)

Brecht kuramı bugün, özü zaten o olan, ama bir tanım gerekiyle **diyalektik** kavramı ile açıklanabilir. Kaldı ki Brecht epik tiyatrodan diyalektik tiyatroya doğru çaba gösterdiğini, epik tiyatronun praxisi ve bir bütün olarak kavranışı diyalektikten yoksun olmamasına karşın, o destansı unsurlardan arındırılmış bir diyalektik tiyatroyu oluşturma, daha büyük bir dönüşüm hedefliyordu. Stanley Mitchell'in yaptığı şu saptama bu açıdan önemlidir: "**Son yıllarda Brecht'in, önceki epik tiyatro yerine diyalektik tiyatro kavramıyla uğraştığı**"...

Aynı yazar (Stanley Mitchell) konuyu şöyle açıklar: "**Diyalektik Verfremdung'un şok taktiklerini kapsayan, göstermeyi yepyeni bir**

**sunum görüşüyle bağdaştıran, daha geniş bir terimdir.”** Brecht de bir yazısında bunun altını çizer: “ ... **epik ögeye yer vermeyen bir diyalektik tiyatronun var olabileceği de düşünülemez. Ama yine de tiyatronun yapısında enikonu büyük bir değişikliğe gidilmesi amaçlanmaktadır.**” Brecht’in tiyatrodaki diyalektik uygulamasına Sezuan’ın İyi İnsan’ı adlı oyunu gösterilebilir. Ayrıca bu terimin içinde *naivite* adını verebileceğimiz ögenin önemi de yeniden anımsanmalıdır. Alan Lovell’in Adarno’nun düşüncelerine yaslanarak belirttiğince, bu öge özellikle çalışmalarının (oyunlarının-şiiirlerinin) dilinde görülür. Kısaca, onun son evredeki gibi yapmak istediği “izleyiciyi, gerçekliği yeniden düzenlemeye ve eleştirmeye itmektir. Brecht, izleyicinin ideolojik yanılsamalarını bozmak istedi, ne var ki, kuramı aracılığıyla baltaladığı yanılsamalar, sathi bir bilinç düzeyindeydi. Brecht’in kendisi de bilinçdışı hayallerin etkilerini düşünecek zamanı bulamamıştı. ” (*WRİGH*T, 1989: 147) Bunun için belki Lovell haklıdır: “**İdeal Brecht, günümüzün köktenci film kuramında ortaya çıkar**” demektedir; sinema alanında J.L. Godard, Jean-Marie Straub-Daniel Huillet ve özellikle Yunanistanlı sinemacı T. Angelopoulos gibi sanatçıların ortaya çıkışı bu savı doğrulayacaktır.

## 6. ANGELOPOULOS SİNEMASINDA BRECHT ETKİSİ

Genç yönetmenler üzerinde önemli bir etki yaratacak Yunanlı sinemacı Theo Angelopoulos'un kendi tarihini *politik sinema döneminde* çözümlenmeye çalışan ilk filmi “Anasparastasi/Yeniden Yaratma” (1970) alışılmış film kalıplarının dışında/Brecht’çi yaklaşımıyla onun gelecekte daha belirgin ortaya çıkacak “diyalektik”, artık *Epik* tanımının tam karşılamadığı bir sinema peşindeki tutumunu haber vermiştir: Film, Yunan taşrasında, Almanya’da işçi olarak çalışan ve dönen kocasını âşığıyla birlik olup öldüren bir kadının öyküsünü anlatmaktan daha çok, bireylere yönelmek yerine (tutum- davranış nedenleri) geniş planlarda

olayı var eden toplumsalı göstermeye, bu cinayet üzerine Yunan yetkililerinin resmi görüşüyle Angelopoulos'un bakışı/soru sorma biçimi arasındaki çatışmayı ortaya koyar. “Kurgu mantıksal anlatımdan çok farklı biçimde . bu iki unsur arasında sürekli gider gelir.” (FAİNARU, 2006: 2) Theo Angelopoulos buna bir örnek, en başta yer alması gereken cinayet sahnesini sona koyarak yapmasını gösterir.

David Bordwell filmle ilgili ek, bu filmin 1950'lerden itibaren Avrupa sanat sinemasının anlatımsal karakteristiklerinin bir yeniden sunumu olduğunu “Polisiye-araştırmalar-geriye dönüşler ile örülü film, zaman ve bakış açısı ile oynamayı sağlar.” düşüncesindedir. (BORDWELL 2000:101)

### 6.1. Angelopoulos'un Brecht'çi yaklaşımının üç filmi



#### *Theo Angelopoulos*

Bir Yunan tarihi üçlemesi olacak Metaxas diktatörlük günlerini anlatan “Meres tou '36 / 36 Günleri” (1973), “O Thiassos/Oyuncuların Yolculuğu” (1975) ve “I Kinighi/Avcılar” (1977) “sinemaya politikayı sokmak değil, sinemayı politik olarak yapmak” isteyen Angelopoulos'un Brecht'e en çok yaklaşan yapıtlarıdır. Bir anlamda “Yunanistan'ın 1939'dan 1952'ye kadar çektiği doğum sancılarının sanrsal bir tablosudur.” (ROMNEY, 2000: 19)

“Meres tou '36 / 36 Günleri” Mussolini hayranı Metaxas'ın iktidarda olduğu günlerdeki gerçek bir olaya dayanır. Öykü birkaç günlük zaman

diliminde gerçekleşir. Bir mahkûm kendisini hücrelerinde ziyarete gelen sağcı bir milletvekilini tabancayla rehine alır. Gerçekte bu iki adam birbirini tanımaktadır. Ancak rehine tanınmış biri olduğundan olay karmaşık tepkiler doğurur vb. Angelopoulos siyasal cinayetlere uzanan filmi gerçekte “bir dehşet iktidarı”nı anlatmak için yapar. Geçmişte anlatıldığı varsayılsa da çekildiği süreçte iş başındaki Albaylar rejimini ve artık iktidar-güçten yeteri denli yararlanamayan merkez parti mensuplarını göz önüne getirdiği için, film sol çevrede heyecanla karşılanır.

Angelopoulos “36 Günleri”nde elipsvari ve katmanlı bir üslûbu seçer. Elipsi anlatım ona göre sadece kameranın konumunu değil, filmin yapısına da dayanan bir tür Brecht yanılması olanağını sağlamıştır. Brecht estetiği unsurlarından olarak, film, bağımsız ama birbirine bağlı tek bloklardan oluşur. O yıllarda **Cezeyir Savaşı** ile ünlenen F.Rosi, **Z-Ölümsüz** ile öne çıkan C.Gavras’ın siyasal sinema formülünden, Gavras’ın iyi-kötü kahramanlar/durumlar seçen öyküleme yönteminden uzak durur. Bir yakınlık aranacaksa Brecht düşün/kuramına bağlı Godard’da bakılmasını ister. “Godard’ın benim üzerimde belirli bir etkisi olmuştur...” demektedir.

Yunanistan’da “albaylar cuntası” işbaşındayken çekimine başlanan diğer filmi “O Thiassos/Oyuncuların Yolculuğu”, aynı yılın Aralık ayında, ufukta demokrasi umutları yeşerirken tamamlanacaktır. “Angelopoulos Tarih’in *katalizörü* olarak, “Çoban Kızı Golfo” adlı *geleneksel* bir repertuar piyesini oynamak üzere köyden köye, kentten kente dolaşan gezginci bir oyuncu topluluğunu seçmiş. Bu topluluk, burjuvazi ve iktidarın hoşgördüğü, giderek yüreklendirdiği, siyaset-dışı folklorik bir kültürün yayıcılığını yüklenmiş. Oysa, film boyunca, sahnedeki temsiller, dış olaylar tarafından durdurulacaktır: düşman bombardımanı, kurşuna dizmeler, cinayetler, polisin işe karışması,vs...” (TESSIER, 1977: 258)

O



### *Thiasos/Oyuncuların Yolculuğu*

“O Thiasos/Oyuncuların Yolculuğu”nun tarihin yerini alan ya da tarihi bir basamak olarak kullanan filmlerden farklı yanını Max Tessier şöyle ortaya koyar: “Oyuncuların Yolculuğu ile, yalnızca Tarih sahneye gelmekle kalmıyor, onu işgal ediyor, böylece daha önce orada bulunan Tiyatro'nun yerini almış oluyor.”

Film, çağdaş Yunanistan'ın 1939/52 yılları arasındaki tarihsel/siyasal olaylar, yansımalarından yararlanıp görsel ve işitel dört saatlik yeni bir “gösteri” ortaya koyar. Angelopoulos'un yaklaşımından çıkan sonuca göre, bu dönem bir diktatörlükten diğere gidişi kapsar: “Biri kabullenilmiş bir diktatörlük, diğeri ise bir *kurtuluş* gibi gelen o *komünist* haydutlara karşı kazanılmış bir zafer gibi gelen bir diktatörlük...” Tessier'nin haklı olarak belirttiği gibi bu ikisi arasında çok şey vardır: İtalyan saldırısı (28 Ekim 1940), Alman işgali (6 Nisan 1941), Yunanistan'ın nazilerce işgali, Ulusal Kurtuluş Cephesi'nin kuruluşu, Kanlı Pazar (3 Aralık 1944), İngiliz generali Scolby'nin gelişi, Varkiza anlaşması (12 Şubat 1945), sonra da uzun bir iç-savaş (1946/1949); bunu, Amerikalılar'dan yardım gören sağın yengisi, Mareşal Papagos'un seçilmesi (16 Kasım 1952) ve Elen birleşmesi izler. Angelopoulos, ayrıca



bir mitolojik boyut da katar filme: adları Elektra, Dreste, Pylades olan topluluk üyelerinin arasındaki ilişkiler, Atridler mitosunun öyküleriyle benzeşir. “Ancak, yüzyıllardır soyut biçimde verilen bu klasik ‘mitoloji’ de, Tarih tarafından kuşatılmıştır: siyasal simya (büyü) turu, böylece tamamlanır.”

Zaman ve mekan üzerine araştırmasıyla etkili olan, olayları soyutlayarak daha anlaşılır kılan bu filmde “olaylar gerçekçi biçimde gösterilmez, temsil edilmezler, topluluğun üyeleri ve Tarihin tanığı/oyuncusu olan diğer kişiler aracılığıyla anıştırılır, bazen de, eski Yunan trajedesindeki koronun işlevini yüklenen kişiler (oyuncular) tarafından sözle nakledilirler.” (*TESSIER, 1977: 258*)

Bir kamera kaydırmasıyla (sokakta vb.) tarihsel zaman değişir (geriye dönüş); tarihin açıklayıcılığı plan/sekanslarla başarılır. Angelopoulos’a göre, kamera hareket ediyor olsun olmasın, filme damgasını vuran temel ilke sekans çekimidir. Bu yolla sahneler derinlik ve ayrıntı kazanmış, montaj kamera içinde yapılmıştır. Anımsatmalı, Angelopoulos’un plan-sekans, plan-sekans kullanan diğer yönetmenlerin aksine, bir bütün, tamamlanmış sahne yaratma anlamına gelir. Bu filmi epik yapan anlatı unsurlarından biri oyuncuların “Golfo”yu oynarken, kendi kişisel öykülerine Atrids mitini katmaları gösterilebilir. Böylece tarihte yolculuk ederken her iki kültüre de ait olmuş olduklarını ortaya koyarlar. Bu iki tarih, Atrids ve gerçek tarih, halk kültürünün bir temsilcisi olan Golfo tarafından anlatılır. Agamemnon, 1936’da kurulan diktatörlüğün destekçisi Clytaemnestra’nın sevgilisi Aegisthus tarafından ele verilerek Almanlarca idam edilir. Orestes’in aşıkları öldürmesine yardımcı olan kızkardeşi sol eğilimli, Orestes’in dostu Pylades ise komünisttir. Sophocles’ten alınma bir karakter olan şair Chrysothemis ve genç Orestes, Atrids mitolojisinde bulunmayan kişilerdir vb. Ancak psikolojik bir dramaya sokmadan tarihin onları etkilediğinin altını çizmeye çalışan Angelopoulos, “ben hiç bir

psikolojik yorumun gerekli olmadığı Brehtçi bir epik yaratmaya çalışıyordum” (FAİNARU, 2006: 21) demektedir.

“Avcılar”ın çıkış noktası 31 Aralık 1976 gecesi, altı kişinin buldukları cesettir. 1949 yılında ölmüş bu partizanın “hâlâ kanayan” cesedi, bir sanayici, bir otel sahibi, bir milletvekili, bir eski vali, bir eski devrimci ve bir albaydan oluşan altı başkişinin çevresinde, geçmiş ve şimdiki zamanda kendileriyle hesaplaşarak, bir anlamda Yunan siyasal gelişimini tartışarak, içine “Z” roman ve filmine de konu olmuş Lambrakis cinayeti ve Albaylar Cuntası’nın da girdiği çatışmalı günleri sorgular. Sinema yazarı Atilla Dorsay eleştiri yazısında “Tüm bunlar, tarihsel bir dersin kuru didaktizmi içinde değil, zamanları, dönemleri, kişileri karmaşık biçimde veren, sanki bir belleğin olağanüstü güzel, güçlü bir sinemayla perdeye yansıtılması biçiminde veriliyor. “ düşüncesindedir. Yansıtma eyleminin temeli olan kameraya okunan monologlar/yabancılaştırmayı elde etmek için kameranın bakışıyla çoğaltılan duygulardan ‘arındırma’ tutumu “Oyuncuların Yolculuğu”nda bir adım dahi ileridedir: **“bu film soğuktur-hiçbir yerde seyirciler karakterlerle özdeşleşmezler ve bunu da istemezler. Aktörlerden belirli bir kişiliği yansıtılmaları istenir; maske gibi olmalıdırlar. Klasik tiyatrodaki, hareketsiz maskeler gibi duyguları ifade etmekte sesin kullanılması tarzında.”** (FAİNARU, 2006: 28) Kısaca, bir yanda filmin *güzelliği* sağlanır, aynı zamanda *gösterilenin* katlanılmaz olduğu duygusu da; bu anlamda film, birinci düzeyde soğuk, ikincisinde sıcak olacaktır. Angelopoulos’un tanımıyla hüznü bir film ortaya çıkar “kolay umutlardan doğan her türlü rahatlama duygusunu reddeden, tatsız bir film. Yaşadığımız zamanla ilgilidir, çevremizde yer alan bütün siyasal değişikliklere rağmen her şeyin sanki hiç bir şey olmamış gibi aynı kalmasını anlatır.”

Dorsay’ın saptamasıyla özetlersek: Angelopoulos’un elinde sinema toplumsal bellek haline gelmiştir. “Ve çürümeden, kokmadan, kanı

soğumadan, dönemden döneme, filmin her bir kahramanının belli bir anda karşısında bulunduğu *ceset*, devrimci cesedi, her bir kahramana kendi hesaplaşmasını getiren Brehtçi bir yabancılaşma ögesi olarak akıp gidiyor film içinde...”

## 6.2. Angelopoulos'un Yunan yakın tarihinin okunmasına katkısı

Angelopoulos, dönemindeki sinematografik olanakları - *Godard filmleri vb.*- kendi görsel biçim arayışında birleştirerek, müzikal sessizliğin özenli kullanıldığı plan- sekansların geliştirdiği anlatım ve müziğin anlatıma kattığı boyutla, “diyalektik” anlamını bulmamıza yardımcıdır bu üçlemesinde. Yunan yakın tarihini politik okarak okumaya yardım eden, ne tarihsel, ne de tarih hakkında olmayan, **Oyuncuların Yolculuğu** ya da **Megalexandros** örneğinde olduğu gibi Mitolojiyi yükseklerden halka indirerek içine katarak ayrıldığı, bu nedenle diğer “tarihi filmler”den ayrılan örnekler getirmektedir.

Angelopoulos'un “politik sinema” dönemi denilmesinde daha yarar olacak *ilk dönemine* ilişkin bu filmlerin - “*Kitara'ya Yolculuk*” ile *ikinci döneminin başladığı kabul edilir*- yanı sıra, ikinci dönemdeki filmlerde de politik bir eleştiriden uzak kalmadığı/dil araştırmasını/dilin içerik olarak bir noktaya varma çabasını sürdürdüğü saptanır. Bir bakıma daha yakın tarih filmleri, politik sorgulamayı daha soyut bir düzeye taşır. “Puslu Manzaralar (1988) Jonathan Romney’e göre “kasvetli bir *masal*dır (aslında Angelopoulos kızları için yazmıştır bu masal); iki küçük çocuk düşsel bir Avrupa’da bir yuva aramaktadırlar; kumpanya geri dönmüştür, artık bugünün Yunanistan’ında mülksüz hayaletler gibi gezinmektedirler.” (BORDWELL, 2000: 111)



*Puslu Manzaralar (1988)*

“Leyleğin Geciken Adım”ı (1991) değişen Avrupa’daki sınır sorununa ilişkindir. Bir bakıma sinemanın kökenlerine, milliyetçi ayrılıkçılık yüzyılından önceki Balkan ötesi kimlik düşüncesine bir geri bakıştır.” ( ROMNEY, 2000: 19)



*Ağlayan Çayır/The Weeping Meadow" ya da "Eleni"*

Sanat onun için insan odaklı ve cevaptan çok sorusu olan bir eylemdir. Siyaset ise, geçmiş taahhütlerine sırtını dönmüş sinik bir oyun. O “ilkel anlamıyla kahraman”a dönmeyecektir, ama şimdi daha sessiz olan tarih

içinde insanı merkeze oturtan “kişisel olan” öykülere dönecektir. Angelopoulosun sözleriyle “Yolculukları, tarihi dönüştürmek ya da dünyayı değiştirmek, her şeyin mümkün olduğu bütün o gençlik düşleri anlamında tarihin içine yapılan bir yolculuktur. Ama tarihin içindeki değişikliklerle birlikte hepsi olanaksız hale gelmiştir.” Gezin oyuncuların (Oyuncuların Yolculuğu) kollektif yolculuğu gerilerde kalmıştır, o artık **Ulis’in Bakışı, Sonsuzluk ve Bir Gün** örneğinde olduğu gibi, hüzn ve melankolisi baskın kişisel yolculuğu seçmiştir.

## 7. JEAN-LUC GODARD'DA BRECHT ETKİLERİ

**Serseri Aşıklar**'ın *Nouvelle Vague* Fransız sinemasını başlatan kültürel şoktan sonra geçen on beş yıl içinde “bir yönetmen olduğu kadar bir fenomen haline gelen” bir başka deyişle özellikle 1968 öncesi filmlerinde “görüntüler ile seslerin, metaforlar ile mantıksal kıyasların, politik yarı gerçekler ile kültürel klişelerin öfkeli denizinde” (MONACO, 2006; 109) karakterlerini yüzdüren Jean-Luc Godard “Bilmenin Tadı/La Gai Savoir”dan başlayarak 1975 yılında başka bir sinema anlayışı/Brechtçi davranış kuralı/estetigi içinde filmler yapmaktadır.

### 7.1. Godard'ın İki Numara'sı



J. L. Godard

O yıl Paris perdelerinde iki film gösterilmektedir; J.M. Straub'un *Tarih Dersleri* (1972), ile J. L. Godard'ın *İki Numara'sı* (1975). Brecht kuramının sinemada uyarlanabildiğini muştulayan bu iki filmin Jacques Peta'ya göre "seyirciyle film arasında yeni ilintiler kurma, filme tüketim ürünlerindekiinden ayrı bir işlev kazandırma isteminin dışında" ortak bir yanı yoktur. J.M. Straub'un *Tarih Dersleri* ile açık seçik bir Brehtçilik yapmıştır; Godard ise Brecht düşünce/kuramını "davranış kuralı" yapan arayışlarını sürdürmektedir. Peta, "Filmin 'masal'ı –bir ailenin günlük yaşamı- beylik yolla anlatılsaydı, bize doğru, gerçek gösterirdi. Godard ise bunu değil, tam tersine, bir takım şeyleri bize gerçekten göstermek istiyordu: onların hem tanıdığımız hem tanımadığımız, hem bize yakın hem de yabancı şeyler olduğunu" düşüncesindedir. Bunu seslerle kişiler ya da konuşmaların anlamı arasında uyumsuzluklar yaratarak, filmi yazı kartonlarıyla tablolara ayırarak vb. "zihinde uydurulmuş filmin büyüüne" izleyicinin kapılıp gitmesini önlemektedir.

Godard "İki Numara'nın başlangıcında "Karmaşık olan nesnelere kendisidir, kaygıya son derece yalındır" diyerek çizeceği dünyayı haber verir. Ancak yine de belirtmeli öyküden/güzel görüntüden/oyuncudan uzaklaşan Godard'ın Berehtçi yöntemi filmin sonunda da sürer, yaratıcının adının önemi yoktur; birkaç ad, ardından "ve daha başkaları" eklenir. Filmde altı kişi ile, üç kuşaktan, bir aileden söz edilir. Tipik bir Fransız ailesidir bu, ancak betimleyici bir gerçeklik içinde bu aile tanıtılmaz, ne ailenin yaşadığı kent, ne oturduğu dairenin bütünü gösterilmez. " Godard'ın amacı bizi ruhsal durumlar konusunda aydınlatacak bir bezem (dekor) içine oturtmak olmadığından (Çılgın Pierrot'nun tanıtımcılıkla ilgili alaylarından iyice uzaklaşmışızdır) bu yol seçilmiştir. (...) Buna karşılık, nesnelere es geçilmemiştir. (...)insanla makine, kadınla makine arasındaki ilintiler kadın/erkek arasındaki ilintileri

anıştırdığı için bir çamaşır makinesi (...)cinsel etkinlik hiçbir zaman, küçümsenen izleyicinin en ilksel ve ivedi doyumunu için sere serpe gözümüzün önüne uzatılmaz .” Filmde **Doğru**’dan söz etmekten başka ereği olmayan ve bir **konuşma sineması** görüntüsündeki Godard’ın bu filmin açılımı izleyici için felsefi/kuramsal yaklaşımı gerektirir. Örneğin, şu konuşmaları dinleyen izleyici için; “- Biliyor musun, kıyılarından öteye taşan ırmağın şiddetinden söz edilir hep, ama kimse kalkıp ırmağı kısıtran kıyıların şiddetinden söz açmaz. - Bana ne bundan? – Bu bana şiddeti kabul ettiriyor.” Godard bu film sonrası bir dergiye (*Téléciné*) verdiği demeçte yönetmenden de izleyicinin uzaklaşmasını ister: “ Beni görmeye gelmemeniz, beni görme arzusunu duymamış olmanız, ilginizi çektiyse, bu filmde başka birine söz etme gereksinimini duymuş olmanız gerekirdi.” Godard’ın kendinden/yönetmenden uzaklaştırıp yapıtına yöneltmeye çalıştığı filmi Mireille Amiel izlerken Giscard’dan, Şili’den, Franco’dan, çevre kirlenmesinden, sermayecilikten ötürü, onun başına gelenlerin, tanıdığı, sevdiği, rastladığı insanların, çiftlerin, çocukların başına gelenlerin en keskin anlatımını bulduğunu söyler karşısında. “Godard’ın sözünü ettiği şeylerin sizin başına gelmediğini söylemeyin sakın bana. Sizin de başınıza geldiğini biliyorum ve bunu söylemek için sinemadan –görüntü bandından (video) yararlanmak, son derece önemli bir şeydir.” Ama Amiel’in bu film için söylediğince ve sonrasında yapacağı filmler örneğinde karşılaşacağı gibi Brehtçi kuramı kaynak alan filmleri -*Passion*, *Prénom Carmen*, *Nouvelle Vague ya da Hélas pour moi*- izleyiciyi akın akın sinema salonlarına sürüklemeyecektir.

## **8. JEAN-MARIE STRAUB-DANIEL HUILLET: BRECHT'Çİ SİNEMA DERSİ**

Jean-Marie Straub-Daniel Huillet ikilisi, çok sesli bir tarih anlatısı olarak kurdukları filmini ( bir bankacı, bir hukukçu, bir yazar, bir köylü kendi açılarından, tanıklık, giderek zanaatçılık ettikleri bir olayı, Caesar’ın

işbaşına gelişini anlatır) Bertolt Brecht'in "Bay Julius Caesar'in İşleri" adlı tamamlanmamış romanından uyarlar: "Leçons D'Histoire/Tarih Dersleri" (1973).

Brecht'in yazarken "Kapital"i okuduğu bilindiği söz konusu roman Marie-Claude Treihou'ya göre "Marx'çı çözümlenin ışığında, Roma'ya halk yönetiminin, bunun ardından da Roma İmparatorluğu'nun gelişini anlatmaktadır."



#### *History Lessons/Tarih Dersleri*

Film, Brecht'in "gerçek" üzerine düşüncelerinin yönetmen ikili tarafından doğru anlaşıldığının ölçütü gibidir. Yönetmenler de, Brecht'in "gerçekçi yazar" tanımını çok iyi kavramıştır: "...toplumsal ilintilerin karmaşık gerçekliğini örten perdeyi kaldıran; gerek egemen sınıfın düşüncelerini, gerekse egemen düşüncüleri yadsıyan; insan toplumunun içinde çırpındığı en ivedi güçlülere en geniş çözümleri hazır bulunduran sınıfın bakış açısını yazan; her şeyin evrim geçirdiği anı vurgulayan; soyutlama işini kolaylaştırmakla birlikte somut kalan kişi." (TREILHOU, 1977 :237)

Straub-Huillet'nin bu nedenle Brecht'i yaralamadan "tarih dersi" vermeye/anlatmaya hakları bulunmaktadır. Treihou'da bunu doğrular: "Straub-Huillet ikilisi Tarih'in -tam anlamıyla romanlara özgü- sıradan



olayların bir yana bırakmış, yalnız *iktisadî akıl yürütmeye değgin yanını, burjuva bir halk yönetiminin ya da kapitalist bir toplumun nasıl işlediğini* (Ekim 1973 tarihli *Ça* dergisinden alınmış) gösteren öğeleri saklamışlar. “ Böylece elimizde çözümlenmelerinde alabildiğine titiz, son derece yoğun, ama izleyiciden dikkat kesilmiş bir kulak isteyen, hızlı anlatılmış bir metin kalmıştır. Filmle ilgili çalışma da işte bu noktada başlamaktadır: metni çevirim öyküsü haline getirme, sahnelere ayırma.” (TREÏLHOU, 1977: 234)

İzleyicinin tüm alışkanlıklarına ters düşen, güzel görüntü düşkünlüğünü alt-üst eden, uzaklaştıran anlatıda, geçmişin şimdiki zamanda, şimdiki zamanın geçmiş zaman içinde yeniden faal hale geldiği saptanır, ve gösterinin izlenecek yolu ortaya çıkar.

Jacques Petat kıpırdamayan bir alıcıyla saptanan uzun çekimler, belli bir sınıfı temsil eden insanla (oyuncular) Tarih arasındaki ilintinin anlaşılabilirliğini kolaylaştıran konuşmaların yer aldığı filmin “izleyiciyi beyaz perdenin baskısından kurtarma ve Romalı-çağdaş insan-izleyici üçlüsü arasında filmin sözüne tarihsel ve toplumsal bir boyut kazandıran, özgün bir ilinti yaratma yolunda girişilmiş ilginç bir deneme “ olarak niteler.

Marie-Claude Treihou'nun “Bu artık sanat değil, siyasettir. Bununla birlikte, yüzde yüz sinemadır” dediği film tarihseli kucaklayan birçok filmde kuşkusuz ayrılır, izleyicinin sinemayla ilişkisini gözden geçirmesini sağlarken, bir Brecht sineması –yoksa Jacques Peta'nın dediği gibi, sinemadan çok tiyatrodan gelen öğelere mi dayalı?- varlığını ortaya koyar. Straub-Huillet ikilisi yine ona yakın Jean-Luc Godard'ın parasal desteğini alarak “The Chronicle of Anna Magdalena Bach”ı yapar, çünkü Godard da onlar kadar Brehtçidir. 1962 yılında “ Sinema bugün, Bertolt Brecht”in ‘gerçekçilik, gerçeğin şeylerin nasıl olduğu değil, şeylerin gerçekte nasıl olduğudur’ düşüncesini her zamankinden daha çok

bir davranış kuralı olarak benimsemesi gerektiğini unutmaması gerekir” demiştir, ve Brehtçi tutumunu 1967’den sonra iyice belirginleştirmiştir.

### **9. HANS-JURGEN SYBERGBERG’TE BRECHT ETKİSİ**

Hans-Jurgen Sybergberg'in “**Ludwig II, Bakir Bir Kral İçin Cenaze Duası**” ünlü Bavyera Kralı'nın gerçekçi bir değerlendirmesi ve dönemin toplumsal çözümlenmesini yapmasının yanı sıra, Brehtçi bir tiyatrocuk olarak bilinen yönetmenin estetik anlayışı filme egemen kılınmıştır.

Geçmişin toplumsal özelliklerinin, koşullar değişmediği için gününde de geçerli olduğunu kanıtlamaya çalışan Sybergberg, ayrıca izleyicinin Kral'la özdeşleşmemesi ve ona uzaktan/eleştirel bakması için anlatım yöntemleri geliştirmiştir. Örneğin sevimli olmayan bir kral portresi çizmesi, TV röportaj tekniğini kullanması gibi. Bu yabancılaşmayı artırmak ve “gerçek etkisi”ni ortadan kaldırmak için tarihi kahramanlara güneş gözlüğü taktırıp, motosiklete bindirmiş, sinemanın ilk dönemindeki gibi açıkça belli olan dekorlar kullanmıştır. “**Ludwig'in kâbus sahnelerinin birinde Hitler ve Nazi subayları karikatürizasyonları, kişilerin konuşmalarında Goethe ve Brecht adları bir arada geçirilmiş; böylece Ludwig II. Almanyası anlatılırken bugünle paralellik kurulmaya çalışılmış**”.

### **10. RENÉ ALLİO’NUN LES CAMİSARD’I**

Brehtçi eğilimi sürdüren ve filmlerinde tarihselleştirmeyi arayan bir başka yönetmen ressamlık ve tiyatrocuk günlerinden sonra Brecht'in bir öyküsünden uyarladığı ilk uzun filmi “La Vieille Dame Indigne/Yakışsız Yaşlı Kadın”ı (1965) çeken René Allio'dur. Dul, yaşlı bir kadının çevresine ters gelen davranışlarını anlatan film Fransa'da bir çok ödül aldıysa da ülke dışında aynı yankıyı bulamayacaktır. Uzun yıllar yaşamını başkalarına adayan kadının bir gün kendisi için yaşamaya başlamasıyla oluşan tepkileri aktarır film.



*La Vieille Dame Indigne/Yakışsız Yaşlı Kadın (1965)*

Bu ruhsal değişimin toplumsal etkilerini ortaya koyan filminden sonra, özellikle Breht'çi yorum tarzını sinemasında kendine özgü yapısı içinde geliştirmesiyle tanınmaya başlayan Allio'nun ikinci filmi "L'une été et l'autre/Bir Kadın ve Diğeri" olacaktır. Bu filmde kendi kişiliğini bulamayan ve ablasına öykünerek, ona benzeyerek yaşayan tiyatro oyuncusu Anne'ın dünyasını, yaşamının anlamını araştırışı anlatılır. Üçüncü filmi "Pierre et Paul"da (1969) ise çevresinin ve yaşamının gerçeğine ulaşan olgun bir iş adamının dünyasını aktarırken erkek kahramanların dünyasına girer Allio...

"Les Camisards"(1970), 18. yy. Başında kraliyetin resmi dini olan Katolikliğe karşı çıkan ve küçükte olsa bir ayaklanmayı başaran köylülerin savaşımını anlatır. Film için yapılan bir yorumda, her ne kadar bu savaşımında yer alan güçlerin sınıfsal konumlarına göndermelerde bulunuluyorsa da (Katolikliği savunan güçlerin devletin resmi güçleri olduğu ve aristokrasiyi temsil ettiği, isyancıların ise çoğunlukla köylülerden oluşmakla beraber burjuvaziyi temsil ettikleri açığa çıkmaktadır) filmin, gestus'lar ve

yabancılaştırma efektleri açısından, yeterli zenginliğe ulaşamaması, belki bu etkiyle olayların gelişiminde, gerilim ögesinin denetim altına alınamaması, izleyiciye geniş bir zihinsel faaliyet alanı sağlamakta yetersiz kaldığı görüşü ileri sürülür. Yine de **Les Camisards**'da güçlü bir tarihsellik duygusu/tarihselleştirme arayışı bulunduğu saptanır. « Bu tarih duygusudur ki, seyirciye, aristokrasiyi olduğu kadar, belirli ölçülerde özdeşleştiği isyancılar aracılığıyla burjuvaziye de eleştirme olanağını bir ölçüde tanımaktadır. »

“Rude Journée Pour la Reine/Kraliçe İçin Zor Bir gün” (1974), Foucault'nun felsefi bir çalışmasından yola çıkarak yaptığı “Moi, Pierre Rivière, ayant égorgé ma mère, ma soeur et mon frère/Ben, Annesini, Kız Kardeşini, ve Erkek Kardeşini Boğazlayan Pierre Riviere”, göç ve yurtsamayı sosyolojik açıdan inceleyen “Retour à Marseille/Marsilya'ya Dönüş”(1980), “L'heure exquise/Hoş saat” (1981) ve “Matelot 512” (1984) gibi filmleriyle Allio Brecht'in estetik kuramına sinemada karşılık bulma çabalarını sürdürür.

## SONUÇ

Godard, Brecht düşünce ve kuramını içselleştirmeye **Çinli Kız/La Chinoise (1967)** ya da **Hafta Sonu/Week End** filmleriyle başladı, ve sonrasında **(Bilmenin Tadı/Le Gai Savoir, One Plus One, 1968)** sinema dilini, bu dili tartışmak için kullandı. Yeni filmlerinde Karakter-Olay örgüsü-Anlam gibi kodlar kullanmadı, hatta Monaco'nun sözleriyle “filmin yarısını çekmeyip” bir anlamda kendisine özgü bir dille devam etmeyi Bertolluci'ye, Straub ya da Glauber Rocha'ya bıraktı. Çünkü onlar da Brecht düşünce-kuramından gelen “gerçekçiliğin, gerçekliğin yeniden üretilmesine değil, ama şeylerin nasıl gerçekten öyle olduğunu göstermesine dayalı olduğu” düşüncesine dayalı kendilerine özgü anlam/sinematografik araştırma içindeydi. Bertolt Brecht kuramıyla bazen Godard örneğinde olduğu gibi filmi yaşamdan kopararak değil, yaşantılarla bütünleştirebilmek için filmi yaşama yabancılaştırarak, ya da Angelopoulos'takine benzer özdeşleşmeyi engelleyen bir sinema yaratarak

bağlar kurulmuştur. Çağdaş dünyada sanat/film yapmanın başka yöntemi olabileceğini bu etki ve bağlar ortaya koymuştur. Bordwell'in sözleriyle "hem popüler hem seçkin Avrupa sinemasının son nefesini tükettiği bir dönemde" – onu **Postmodern Brecht** anlamına çekecek katkıları unutmadan: Elizabeth Wrigt- Brecht estetiği, ondan yararlanan Angelopoulos'taki gibi farklı bir sinemanın alanını açabilirdi ve bu gerçekleşti. Brecht üzerine radikal yeniden okuma/arayışlar, J.L.Godard'ın **Hor Görme** filminin sonunda söylediği gibi "Fin de cinema/Sinemanın sonu"nun geldiğini kimseye söyletmeyecektir...

#### KAYNAKLAR

1. BORDWELL, David, "Modernizm, Minimanlizm, Melankoli: Theo Angelopoulos ve Görsel Biçim", çev: Adnan Ufuk, *Yeni Sinema*, sayı 7, 2000
2. BRECHT, Bertolt, *Sanat Üzerine Yazılar*, Cem Yayınevi, çev: Kamuran Şipal, 1987
3. BRECHT, Bertol , *Sinema Yazıları*, çev. B. Onaran, *Görsel Yayınlar*, 197
4. DORSAY, Atilla, *Sinema ve Çağımız 1*, Hil Yayın, 1984
5. FAİNARU, Dan, *Theo Angelopoulos*, Agora Kitaplığı, 2006
6. FRİMBOİS, Jean-Pierre, *Les 100 Chefs/D'Oeuvre du Film Historique*, Marabout , 1989, Belgique
7. GÜZEL, Cem, "Brechtçi Düşünce'nin Sinemadaki Görüntüler", *Güzel Sanatlar Fakültesi Dergisi*, İzmir, 1994
8. GERSCH, Wolfgang, *Film Bei Brecht*, Hanser Verlag, München, 1975
9. KOLKER, Robert Phillip, *Değişen Bakış, ya da Modernist Sinema*, çev:Ertan Yılmaz (basılmadı).
10. LEBLANC, Gérard, "Lutte idéologique en Luttés en Italie," VH 101, No. 9 (Autumn 1972)
11. LORENZ, Janet E., *About Losey*, *The Int.Dictionary of Film...ST.*

*Vames Press, 1984 (aktaran: Cem Güzel)*

**12. LOVELL, Alan**, “*Epik Tiyatro ve Sinemanın Karşıt İlkeleri*” (Çev: Serhat Karadadaş), *Jump Cut*, no.27, Temmuz 1982

**13. MARTİN, Marcel**, “*Arkadaşlar Mülkiyet İlişkilerinden Sözedelim*”, *Bertolt Brecht, Sinema Yazıları*, 1977

**14. MONACO, James**, *Yeni Dalga, +1 Kitap, Çev; Ertan Yılmaz, İstanbul, 2006*

**15. NUTKU, Özdemir**, *Bertolt Brecht ve Epik Tiyatro*, Özgür Yayınevi, 2007

**16. OSKAY, Ünsal**, “*Kahraman ve Tragedya açısından Lukacs, Brecht ve Benjamin*”, *Yazko Çeviri, Mart Nisan 1984, sayı 18*

**17. PARKAN, Mutlu**, *Brecht Estetiği ve Sinema*, Dost Yayınları, Ankara, 1977

**18. PATTON, Pau**, “*Godard/Deleuze: Sauve Qui Peut (La Vie)*” in “*Frogger*”, no.20, 1986

**19. ROMNEY, Jonathan**, “*Theo Angeleopoulos-Sonsuzluk ve Bir Gün*”, *25 Kare, Ocak- Mart 2000*

**20. TREİLHOU, Marie-Claude**, “*Benzersiz Bir Film*”, *Brecht Bertolt, Sinema Yazıları*, 1977

**21. TREİLHOU, Marie-Claude**, “*Tarih Dersleri*”, *Brecht Bertolt, Sinema Yazıları*, 1977

**22. TESSIER, Max**, “*Oyuncuların Yolculuğu*”, *Brecht Bertolt, Sinema Yazıları*, 1977

**23. YILMAZ, Ertan**, *Jean-Luc Godard, Gece Yayınları, Ankara, 1993*

**24. WRİGHT, Elizabeth**, *Postmodern Brecht, Dost Kitapevi, Ankara, 1998*  
*Bio de Brecht :*

<http://www.memo.fr/dossier.asp?ID=1107>

*Brecht et Pabst :*

<http://www-artweb.univ-paris8.fr/cinema/cineclub/cineclub2001->

*2002/operaquatsous.htm*

*afm.infinet.net/dossiers/kings/lorre.htm*

## ART vs THEORY

Ahmet Feyzi Korur, Ph.D<sup>1</sup>

### ABSTRACT:

When we look at the biennials, art fairs, auctions and museums where the main direction and the distinguishing characteristics of today's art can be seen, we find that art has ceased to represent, narrate, reflect or objectivize, in a unified and particular form, man's individual journey in this world, his feelings, thoughts and imagination. It has been reduced to a game whose rules are predetermined by the parties involved (the viewer, artist, critic and so on), and more importantly to being a mere piece of social conversation. While contemporary art emphasizes reality (objective, social, economic or ideological) in its inevitable obviousness and thus surrenders to it, there remains nothing essential that distinguishes it from the news reports, fashion, ideology, philosophy, culture or the commonplace. Art as the expression in a particular, irreducible and concrete form of an otherwise immaterial substance has evaporated, giving way to a constructed art subjected to the intellectual or aesthetic manipulation of the artist. And ironically, it becomes the fertile ground for analysis and theoretical speculation as it is impoverished and vulgarized in its form. This article examines the conditions underlying the contemporary art production through artworks which find existence on such a ground, and texts that identify, explain and interpret them.

**Keywords:** Contemporary art, theory, aesthetics, reality, illusion, art world.

### ÖZET:

Günümüz sanatının temel yöneliminin ve ayırıcı özelliklerinin görülebildiği bienallere, sanat fuarlarına, müzayedelere ve müzelere baktığımızda, sanatın insanın dünyadaki bireysel macerasını, duygularını, düşüncelerini, imgelemine özel bir formda birleştirip dışlaştıran, yansıtan, anlatan, temsil eden bir şey olmayı bıraktığını görüyoruz. Sanat kuralları taraflarca (izleyici, sanatçı, eleştirmen vb.) kodlanmış bir oyuna, daha önemlisi toplumsal konuşmanın sadece bir parçasına indirgenmiş durumdadır. Çağdaş sanat (nesnel, sosyal, ekonomik veya ideolojik) gerçekliği kaçınılmaz aşikarlığı içinde vurgular ve böylece ona teslim olurken, sanatı siyasetten, haber bültenlerinden, modadan, ideolojiden, felsefeden, kültürden, günlük olandan ayıran temel bir özellik kalmamıştır. Aksi takdirde cisimsiz bir özü tikel, indirgenemez ve somut bir formda ifade eden sanat buharlaşmış ve yerini sanatçının entelektüel ve estetik müdahalesinin nesnesi olan kurmaca bir sanata bırakmıştır. Ve ironik bir biçimde sanat form olarak yoksullaştığı ve sıradanlaştığı oranda teorik spekülasyonun verimli bir zemini haline gelmektedir. Bu makale işte böylesi bir zeminde varlık bulan sanat eserleri ve onları tanımlayan, açıklayan ve yorumlayan metinler vasıtasıyla çağdaş sanat üretimini belirleyen koşulları inceler.

**Anahtar Kelimeler:** Çağdaş sanat, teori, estetik, gerçeklik, yanılısama, sanat dünyası.

---

<sup>1</sup> Assistant Professor, Department of Painting, Faculty of Fine Arts, Dokuz Eylül University, Izmir.

ahmetkorur@hotmail.com



**Introduction:**

*Finally, there have been historians of art and literature, so much fascinated with these ideas of classes, that they claimed to write the history, not of single and effective literary and artistic works, but of their classes, those empty phantoms. They have claimed to portray, not the evolution of the - artistic spirit -, but the evolution of classes... The mistake arises when the weight of a scientific definition is given to a word, when we ingenuously let ourselves be caught in the meshes of that phraseology.*

*Benedetto Croce (1909)*

Whatever the pretensions of contemporary artists and critics, the bulk of contemporary art is not addressed to the viewer (public) in the traditional sense which acknowledges the possibility and necessity of interhuman communication, but to a handful of so-called theorists and curators who dominate the artworld as self-appointed legislators, speaking the esoteric language of art and philosophy by which they intimidate the uninitiated as well as the artist. Art thus has become conceptual and theory based. Everywhere we see the same kind of art arrogantly and pretentiously spreading itself over the environment and pretending to say something important, but in great need of explanation by the curatoria and theorists. Otherwise empty and dead, contemporary art is attached to theory by its umbilical corde, and would-be artists are anxiously and submittingly waiting to be baptized by it to be born-again, in turn giving the institutionalized theory great symbolic power and potency. It is no longer the practice of art that gives rise to theory or criticism, but the other way around. As Nietzsche said “no one is simply a painter; all are archeologists, psychologists, theatrical producers of this or that recollection or theory. They are ... a thousand miles removed from the old masters, who did

not read and only thought of feasting their eyes.” (as cited in Rosenstein, 2002, p. 34). What is ironically paradoxical about such a domination of theory over art is that it has taken its most authoritarian form under the seemingly most liberalized and democratized conditions of the artworld and the art market.

Contemporary art, to a large extent, is given its life blood by theory. In his seminal article “The Artworld” the prominent American art critic and philosopher Arthur C. Danto (1964) writes that “one might not be aware he was on artistic terrain without an artistic theory to tell him so. And part of the reason for this lies in the fact that terrain is constituted artistic in virtue of artistic theories, so that one use of theories, in addition to helping us discriminate art from the rest, consists in making art possible” (p. 572). Therefore, one can say, in reference to Plato, that those artists who owe their very existence to theory are thrice removed from the truth of art which I believe lies nowhere but within the artist’s own experience of the lifeworld, independent and outside of the theorist-philosopher’s designation of a terrain, category or pseudo-scientific class of art objects. Thus, in *Redeeming Art: Critical Reveries* Kuspit (2000) writes:

The so-called theorists ... have come to dominate art. It is worse than when Tom Wolfe wrote about the power of Greenberg, Rosenberg, and Steinberg. They, for all their theorizing, loved some art and hated other art – they had intensely emotional as well as intellectual relationship with art. In contrast, current theorists lead with their ideas, and their ideas tend to be trendy and prescriptive, rather than the result of critical and self-critical reflection on their experience of art... They never get around to feeling – to integrating emotion and thought. Thus they exemplify T. S. Eliot’s “dissociation of sensibility,” namely, the splitting off of feeling from thinking and vice versa – his accurate version of the

schizoidism prevalent in modernity. The artist who sycophantly submits to these theoretical legislators will make art that is emotionally inadequate and art-historically irrelevant, that is, it will end up as the illustration of an idea rather than an encoding of an experience that will be of interest to future generations. It is suicide for an artist to sacrifice his creative instincts to theoretical prejudgments, but there seems to be many artists who, out of anxiety about the value of their art, are happy to commit creative suicide by making an art that will please the theorists whose ideas will supposedly give it value, but in fact make it less of an experience than it could. (p. 304)

The art critics mentioned in the quotation above were accused by succeeding generation of critics and theorists for being elitist, reductionist and totalitarian in their way of writing about art. One reason for this was that their criticism was based on some aesthetic criteria by which they judged the artworks as either good or bad. They were criticized for attempting to give their subjective aesthetic judgments universal validity, thus for being authoritative. Such criticism does not seem to be completely unfounded. For instance, Greenberg fails to clearly define “taste”, which he claims to be disinterested and continuously refers to as the basis of his judgments. Yet, what is more offensive to a contemporary art critic is Greenberg’s insistence on some intrinsic quality which will give the work under consideration the status of art. Thus, in “Avant Garde Attitudes” Greenberg (1968) writes:

Artistic value is one, not many. The only artistic value anybody has yet been able to point to satisfactorily in words is simply the goodness of good art. There are, of course, degrees of artistic goodness, but these are not different values or kinds of value. Now

this one and only value, in its varying degrees, is the first and supreme principle of artistic order (para. 2).

In “Modernist Painting”, Greenberg (1960) states that what defined modernism was “immanent to practice, and never a topic of theory” (para. 18). There was no preordained program modernist artists followed in their practice. Their pursuit was personal and did not offer theoretical demonstrations. What modernist art practice did was to replace our old value judgments with new ones. It is this “value judgment” in art criticism, and the “quality criteria” in art that the postmodernist art critics find objectionable and elitist.

**Postmodern Elitism:**

However, beneath the ‘anything goes’ attitude of contemporary art theory and practice there seems to lie a very powerful potentee with an unquestionable authority and symbolic power that can confer the status of art to any *object* without needing to provide any *objective* basis for such conferral. In terms of elitism, the difference between modernist art critic Clement Greenberg and his contemporary successor Arthur Danto seems to be not in kind, but in degree. Greenberg’s (1939) “ignorant peasant” who prefers the kitsch paintings of Repin over the high art of Picasso due to a lack of proper education to be able reflect on the abstract formal qualities in the latter, is replaced by Danto’s (1964) ‘Testadura’ – which means hard-headed in Italian – a plain speaker and noted philistine who, due to a lack of extensive knowledge of art history and theory, cannot differentiate art from reality – just like the birds that pecked at Zeuxis’ grapes – and thus discover that Rauchenberg’s or Oldenberg’s bed or Warhol’s brillo boxes exhibited in a gallery are not mere real objects but artworks. (p. 575)

It seems that Greenberg’s ignorant Russian peasant stands more chance to develop a better understanding of art in Greenberg’s terms because his mistake is one of taste, and taste – or aptitude – can be improved over time through more exposure to that which is unfamiliar. However, the problem Testadura

seems to face is of philosophical nature involving basic forms of philosophical inquiry from metaphysics to epistemology, to ontology and requires a depth of knowledge in art history as well. Thus, in Danto, the Kantian-Greenbergian critical distance required to analyze, understand, and enjoy the artistic and formal qualities such as line, form, surface, space, color etc., inherent in the artwork has been extended into a greater distance, a kind of philosophical and conceptual void (or emptiness, one might say) between the artwork and the viewer to be filled by the theorist-philosopher. Here, I am not talking about the contemporary trained viewer, one that Kuspit (2000) describes in "The Semiotic Anti-Subject":

In contrast to such a romantic person, who approaches art with no preconceptions but with a great sense of anticipation, however much he knows about its history and meaning, the trained reader knows what to expect in advance, and deftly teases the art apart, tracing its textual elements to their sources, restoring them to their thematic contexts – "classical" collective contexts (para. 6).



Claes Oldenburg's Bedroom Ensemble (1963/1995)  
in "Full House" at the Whitney Museum



Robert Rauschenberg  
Bed. 1955. Combine painting:  
(191.1 x 80 x 20.3 cm).

**The Artworld For The Non-Art:**

Having had an exciting revelation about the philosophical nature of art upon seeing Andy Warhol's Brillo Boxes in New York Stable Gallery, 1964 and reading texts by minimalists on the difference between everyday objects and artworks, Danto poses this "critical" question: "Why Warhol's Brillo Boxes would be a work of art while the objects which they resemble are simply cardboard boxes and not at all considered as the products of an artistic activity?" And he answers:

What in the end makes the difference between a Brillo box and a work of art consisting of a Brillo Box is a certain theory of art. It is the theory that takes it up into the world

of art, and keeps it from collapsing into the real object which it is (in a sense of *is* other than that of artistic identification). Of course, without the theory, one is unlikely to see it as art, and in order to see it as part of the artworld, one must have mastered a good deal of artistic theory as well as a considerable amount of the history of recent New York painting. It could not have been art fifty years ago.... It is the role of artistic theories, these days as always, to make the artworld, and art, possible. It would, I should think, never have occurred to the painters of Lascaux that they were producing *art* on those walls. Not unless there were neolithic aestheticians. (p. 581)

And the theory that Warhol's Brillo Boxes need is the "Reality Theory" (RT) to replace the traditional "Imitation Theory" (IT), which he thinks is no longer capable of explaining the artistic production especially after the invention of photography and Post-Impressionism. (We have gravity and a theory of gravity, we have real objects as art, so why not to have Reality Theory to account for their reality). Danto says that we must understand artworks around us today in terms of RT. Or else, we are to be like the 'hard-headed' Testadura, or the poor birds of Zeuxis:

They [Zeuxis' birds] mistook art for reality, and so has Testadura. But it was meant to be reality, according to RT. Can one have mistaken reality for reality? How shall we describe Testadura's error? What, after all, prevents Oldenburg's creation from being a misshapen bed? This is equivalent to asking what makes it art, and with the query we enter a domain of conceptual inquiry where native speakers

[we the viewers, the non-philosophers, the Indians] are poor guides: they are lost themselves.

(p. 575)

To explain his theory further Danto goes into a lengthy discussion of the problem of classifying objects as artworks and talks about different uses and functions of the verb “to be”. He assumes a crucial difference between what he calls the “*is* of artistic identification” – as in *X is a work of art* – and *that* of non-artistic identification as in *X is John’s father* – which reminds me of Clinton’s defense against the accusations of purgery during the impeachment trials towards the end of his second term in presidency, where he went to great lengths to explain the *is* of his sexual identification (seX *is* to have intercourse) in order to prove that his conduct with Monika Lewinsky does not count as seX. According to Danto, it is the *is* of artistic identification that keeps Warhol’s Brillo Boxes as well as Rauchenberg’s and Oldenburg’s beds from falling back to the world and under the category of mere real objects. This magical and omnipotent “is” – which classifies one of the two indiscernible objects as art and the other as mere real object – is possible only in the context of an artistic theory (RT) informed by a knowledge of the history of art. Thus, after a detailed analysis based on his immense and profound knowledge of theory and conceptual understanding Danto comes to the conclusion that Warhol could not do anything that “would not be” art, just as God cannot help but create His creation. Unless one masters this special “is” which magically, conceptually, instantly and eternally turns an object into a work of art – “And God Said, Let There Be Light: And There Was Light” (King James Bible, Genesis 1) – one will never be able to discover that an object “is” not simply an object but an artwork, and “will be like a child who sees sticks as sticks” (p. 579). Nevertheless, in the “ontological” end sticks are sticks and boxes are boxes.





Andy Warhol, Brillo Boxes, Stable Gallery 1964

For Danto the lesson of Warhol's Brillo Box is that it makes us aware of the fact that the arthood of an object cannot simply be determined based upon the examination of any perceptual properties of the object itself, especially in such a pluralistic period as ours when anything can be a work of art. "To see something as art requires something the eye cannot decry – an atmosphere of artistic theory and a knowledge of the history of art: an artworld" (p. 580). In *After the End of Art: Contemporary Art and the Pale of History* Danto (1997) states that conferring the status of art upon an object has always been a matter of intellectual judgment historically conditioned by the form of life in which that judgment is passed. It appears that Danto's "artworld" is one in which the theorist-critic reigns. Indeed, Danto with his post-historical consciousness

comes to our help to make us understand that Warhol's boxes are more than boxes as we are more than our physical bodies. Not to realize this is to be like an animal (Zeuxis' birds), or at best a child (Testadura or the ignorant Russian peasant) who without the spirit (intellect) is unable to discover that God (Art) exists, and thus is exempt from the Final Judgment (in which aesthetic and quality are of no consequence). Moreover, He (Art) is beyond and above his creation, and one cannot understand Him (Art) through one's own senses. In order to see the true light, to find salvation, to be saved - from the burden of defining what art is - one must submit to the messenger who delivers the message from the oblivion, listen to the word. "In the beginning was the Word, and the Word was with God, and the Word was God" (King James Bible, John 1). We may well change it into "In the beginning was the Word and the Word was Art and the Word was with Arthur Danto".

Through a modernist narrative of the evolution of the arts jettisoning along the way anything but that which is exclusive and peculiar to each discipline, Greenberg (1960) reduced art to its "material" condition and surface shutting the window of experience of the lifeworld – which opens both inwards to unconscious depths of human psyche and outwards to the social collective conscience – on the face of the artist. And now Danto, coming after Greenberg, looks at the surface and sees nothing but the material.

Danto (1997) closes the last chapter of the book Greenberg began to write with his "superior consciousness of history", and announces, with his "superior consciousness of theory", the end of art signifying a new post-beginning. Art, which used to be the embodiment, the physical manifestation of an immaterial essence, has to die on the cross of the philosopher's consciousness so that we can be cleansed of our sins, freed from the burden of reality and have a new and eternal life. The major sin had been to indulge oneself in mimesis far too much and too long and confuse appearance with genuine truth. Now that our sins have been washed away by the the shed blood of Art, and that we are

born-again with a new consciousness, there is nothing outside the pale of history (Eden), and art may be anything and everything: a kind of grand narrative similar to that of Marx who predicted a communist society as the final stage in the succession of social orders, where all the class conflicts would be resolved and everyone freed from the historical bonds that had long chained them.

In a following essay “After the End of Art: A Philosophical Defense” Danto (1998) writes that his post-historical approach frees art from philosophy which had disenfranchised it since Plato’s time (p. 7). Still, however, the task of defining art is assigned to the philosopher. With Warhol, art has asked the final question about its own nature which it cannot answer. Now philosophy takes over where art has left, because, it is by nature much better equipped to answer a philosophical question than art has ever been. For Danto, this marks the end of the developmental narrative of art. We now inhabit an absolute, everlasting and pluralist universe where the questions of truth, value, meaning, beauty, and aesthetics are irrelevant or beside the point, and where effects do not necessarily follow causes. It seems that in such a pluralist environment art has evaporated into an ontological everythingness and nothingness, turning into a word game without rules played in a post-historical, post-structural prison. The tyranny of word over art, of (pseudo) intellect over emotion, and of the theorist over the artist has been forever established. And now they say that the game is over, and the illusion is lost. However, in an interview Baudrillard points out the danger of loosing what he calls “the radical illusion of the world:”

Si je devais avoir une nostalgie, ce serait celle de la perte de l'illusion, non pas de la perte du réel. On dit que tout le réel disparaît au profit du virtuel. C'est vrai, nous avons en quelque sorte perdu le réel, mais il me semble qu'il y a une perte plus grave que celle du réel, c'est la perte de l'illusion, mais dans sa forme radicale, pas de l'illusion religieuse de

Freud quand il parlait de la fin d'une illusion. Là, ce n'est pas l'illusion de la fin, c'est la fin d'une illusion. La fin de ses illusions superstitieuses, celles d'un autre monde, à la limite c'est une bonne chose. Il s'agit de l'illusion radicale du monde, c'est-à-dire la magie des apparences, l'illusion vitale dont parlait Nietzsche, qui me semble plus fondamentale que le réel même, et c'est celle-là qui est en train d'être réellement exterminée. Nous avons affaire à un processus d'extermination de l'illusion, qui est plus grave que le processus de forclusion du réel auquel nous avons affaire. Tout cela est aujourd'hui sous le signe du virtuel... ("Au-delà de la Fin", para. 21). *(If I had to have a nostalgia, that would be over the loss of illusion, not that of the real. It is said that the real has entirely disappeared to the benefit of the virtual. That is true, we in a way have lost the real, but it seems to me that there is more dangerous a loss than that of the real, that is the loss of illusion, but in its radical form, not the loss of the religious illusion of Freud when he talked about the end of an illusion. That is not the illusion of the end, but the end of an illusion. The end of his superstitious illusions, his illusions of the other world, at the end it is a good thing. It is a matter of the radical illusion of the world, that is the magic of appearances, the vital illusion of which Nietzsche was talking about, which seems to me more fundamental than the real itself, and that is what is really about to be exterminated.)*

**Anaesthetic Reality, The World As Ready-Made:**

In "Integral Reality" Baudrillard argues that the world itself has become a giant ready-made, like Marcel Duchamp's 'Fountain', through a process of "a

negative counter-transfer, which is quite simply the fall, the collapse of the world into reality” (para. 1). All poetic illusion is countertransferred onto pure objectal reality and the object to itself “by feedback thus cutting short any possible metaphor. The ready-made as archetype is now overwhelming not only the artworld, but our whole life, as the only magic left to us - that is a sort of radical fetishism... The world becomes real to such a degree of reality that is bearable only by the way of a perpetual denial of the type: This is not a world,” (para. 1-2) echoing both the famous "This is not a pipe" of Magritte, as a surrealist denial of the evidence and the “is (not) of artistic identification” of early Danto as the ontological qualifier of the evidence that something “is” art. Thus, by having the “fountain” exhibited in the frame of the museum, Duchamp seems to make us question not only what makes it art, but also the definitive evidence of the world. For Baudrillard, the radical denial of this evidence dominates the whole trajectory of modern art and affects all our perceptions and imagination of the world now devoid of all transcendence, truth and meaning.

Baudrillard states that transferring everyday life into the frame of the museum or gallery without changing it in any way, striving for non-sense, insignificance, banality, minimalism, even up to the point of disappearance and absence (conceptual art) are a sign of an extreme-aesthetic pretension. “Automatic aesthetization is unavoidable, and all these efforts towards nullity, all these efforts to exorcize itself as art only reinforce the abominably aesthetic nature of this anti-art.” (para. 7) Along with the technical and artistic environment, the existential environment has been aestheticized. According to Baudrillard, a housewife who displays herself 24 hours a day on the Internet recreates Duchamp’s gesture of the ready-made. “She transfers her everyday life into the frame of the screen just as Duchamp transfers his fountain into the frame of the museum. She doesn't make a narrative or a fable out of her life, only a clone of it, a factual stereoscopy, an hyperrealistic transfer - a virtual

ready-made” (para. 6). Similarly, in *Postmodernism or, The Cultural Logic of Late Capitalism* Jameson (2003) talks about the integration in late capitalistic society of aesthetic production into the commodity production in general: “The frantic economic urgency of producing fresh waves of ever more novel-seeming goods (from clothing to aeroplanes), at ever greater rates of turnover, now assigns an increasingly essential structural function and position to aesthetic innovation and experimentation.” (pp. 4-5)

In *Redeeming Art: Critical Reveries* Kuspit (2000) attempts, through a comparison between De Kooning’s and Warhol’s Marlin Monroe depictions in their different stylistic and technical attributes, to establish a distinction between art and aesthetic management – between making art and aesthetically managing a product, which to him sets the key distinction between modern and postmodern art. He states that by becoming an aesthetic manager the artist confirms and completes his marketing orientation and that the present social interest in art has in large part to do with its high exchange value (p. 135). Marcel Duchamp, whose intellectual management or manipulation turned ready-made objects into artworks, was probably the first artist manager, but not yet aesthetic manager as Warhol was. “The ready-made objects Warhol worked with were pure appearances rather than literal things, and as such more abstract than the ready-made objects Duchamp worked with.” (p.137). Warhol’s picture of Monroe deals with her image, her pure appearance behind which there is no real-self, no human reality to be experienced. By his cosmetic treatment of Monroe’s already cosmetically exaggerated features, Warhol not only suggests that her appearance is her reality and that she is nothing but an appearance, a Hollywood commodity, but also strengthens, affirms and apotheosizes her image. Thus, his declaration that he himself was nothing but an appearance implied that “he was a pseudo-self, just as the aesthetic manager is a pseudo-artist... a pseudo-artist plays the role an artist is expected to play, and as such loses his original feelings and thoughts, that is,

those he thinks and feels for himself, whether or not anybody else has such thoughts and feelings” (p. 138). On the other hand, by destroying the image of Monroe that was her identity, treating a famous and successful woman “infamously,” and by irrationally generalizing her glamorous appearance until she has become all but unrecognizable, De Kooning defied socially manufactured appearances and gave his personally felt feelings an artistic expression, where Warhol celebrated those appearances, however ironically, and managed a product under the guise of making art (p. 141).

Jameson (2001), on the other hand, observes that “the seeming return of the postmodern to more realistic kinds of art as opposed to the great modern art – whose abstraction was from the visible objects as in cubism and so forth – is not a movement away from abstraction, but towards a completely new type of abstraction which is that of the image. That's why that it is no longer so much in the language arts that these abstractions are found, but in the visual arts and in the spatial arts.” (para. 8)

In a world where all aspects of life have been aestheticized and where art has become an aesthetically managed commodity, a very precious and expensive one indeed, Danto's exclusion of aesthetics from the consideration of artworks does not seem to mean much. Similarly, in a thoroughly objectified world in which art defines itself merely in its objecthood and wants to be an object among other objects (which Danto calls “object art”), Danto's question of what makes one of the two apparently identical objects art, and the other fall into the category of mere objects is philosophically not-so-significant and irrelevant. As Baudrillard says in “Integral Reality”, all you need to do to create art is make a useless function out of an object, by transforming it into another context, which is the hygienic, isolated space of an art gallery or museum (para. 6). Such displacement takes place on the same plane of reality, or unreality, closed onto itself, which is at once “insuperable and non-existent because it can no longer be exchanged for anything else” (para. 2). This makes

the arthood of the object contextual, arbitrary and irrelevant, and the objecthood of the artwork primary, absolute and inescapable.

According to Baudrillard, the triumph of the idea of art (theory) over art itself (practice), and, with the ready-made, the triumph of the idea of the object (concept) over the object (life), itself should be understood in the context of the media where all events and images are instantly and constantly recycled through an immense circular image feed-back process creating a visual universe next to the phenomenal one. This character of the media affects our intellectual and political life, our actions and our thoughts and induces everything to focus on itself, to duplicate itself in advance, thus cutting short the process of representation, symbolization, metaphorization and even conceptualization. This is what Dubord calls the society of spectacle in which everything once lived has been moved away into representation, a world vision which has become objectified. In *The Society of Spectacle* Dubord (2004) writes:

The images detached from every aspect of life fuse in a common stream in which the unity of this life can no longer be reestablished. Reality considered partially unfolds, in its own general unity, as a pseudo-world apart, an object of mere contemplation. The specialization of images of the world is completed in the world of the autonomous image, where the liar has lied to himself. The spectacle in general, as the concrete inversion of life, is the autonomous movement of the non-living.” (p. 12)

This autonomous universe of the non-living (image/simulacrum) folded onto itself is described by Jameson (2003) in terms of an explosion, “an expansion of culture throughout the social realm, to the point at which everything in our social life - from economic value and state power to practices and to the very



structure of the psyche itself - can be said to have become cultural” (p. 48) causing culture to lose its semi-autonomy and become autonomous. In this society of simulacrum, of spectacle, critical distance is abolished and there is no space, no niche from which to criticize it, there is no longer any ‘lonely rebels’ who challenge society. Thus, having lost their critical potentialities, today’s not-so-lonely neo-avant-gards are left with empty forms and are easily assimilated into the society, which in fact is not against their will. They claim their 15 minutes, as Warhol promised, and some get more than others. In *Redeeming Art: Critical Reveries* Kuspit (2000) states that “today to be avant-garde artist is to be a conformist, not a non-conformist. Scatological conceptualism and technological fine-tuning are just cheap compliance...For today’s young would-be avant-garde artists revolt has become an empty habit, and avant-gardism a Pyrrhic victory, as the fact that it tends to take the form of parody indicates Parody is the last frontier of novelty, and novelty has run its course.” (p. 299). In “The Romantic Subject” Kuspit (2000) debunks the spectacle of the intellectually administered avant-garde art:

The institutionalization of avant-garde art, a sign of its social success, seems to undermine its avant-garde credentials and criticality, but it in fact confirms them, for having the social weight of an institution behind it makes the avant-garde even more absurd than it was when it seemed just plain mad. The institution that exhibits avant-garde art acquires avant-garde cachet, confirming its absurdity, that is, shock value.

Indeed, the art institution – the museum – is itself the avant-garde place to be these days, for it is the only real avant-garde art left. It is a kind of avant-garde installation art, for the museum generates avant-garde absurdity by exhibiting many different kinds of works together, in effect throwing society's contradictoriness back in its face, which

has to have an unconscious effect, that is, make it doubt its emotional equilibrium. A single work of avant-garde art is a rather minor uninfluential madness in comparison.

Nonetheless, an appropriated and assimilated and, to use Gauguin's word, plagiarized and collectivized avant-garde art is a depersonalized, not to say castrated avant-garde art, and thus ultimately less intimidating emotionally. It is an avant-garde art that has lost its inner irrationality – an avant-garde art that has been intellectually administered – to the extent of becoming clichéd. It is no longer experienced but explained. Indeed, the artists themselves are eager to explain and administer it, that is, rationalize its irrationality by making it seem theoretical in import or giving it a theoretical basis and thus intellectual justification (para. 92-94).

To conclude, traditionally understood as imitation (Plato, Aristotle), then with Modernism as the imitation of imitating (Greenberg), and then with Duchamp as the illustration of an idea, art now has become the imitation of illustrating an idea (Danto, Dicki and etc.) In the evolution of philosophical thinking about art, we find an ever-widening gap between art and nature, between thinking and feeling, between mind and the senses, between intellect and commonsense, and an ever-increasing inability to differentiate between the artwork and reality. With Modernism, art may have begun to gesticulate like a person, who uses his or her hands when talking as if it makes more important and accentuated what is being said, and with postmodernism it does so without saying anything. Post-artists' mimicking of art is "gesture" in quotation marks which supposedly makes the gesture "ironic" or "parodied". But taking the gesture of making art (imitation of imitating) for the genuine act of making art, which eventually is expressive of a lived experience of the artist in the world, is itself ironic. In this sense post-art's irony accentuates the already ironic and

pitiful situation of art rather than implying that things are not what they seem to be. What is really ironic is that when art was solely “imitation,” an “illusion” not to be confused with reality even when it aimed at utmost resemblance, and when it was clearly and ontologically apart from reality, it sufficiently spoke for itself and did not need an “artworld”. But when it lost all differentiation with reality, when it wanted to be a mere object among other objects, it began to need explanation, an “artworld”: an atmosphere of artistic theory and knowledge of the history of art.

In *Understanding Media: The Extensions of Man*, Mc Luhan (1966) writes that Marx’s theories were actually based on the analysis of forms that already belonged to a former state of the society they lived in. He makes an analogy between those forms and sound waves becoming visible on the wings of an airplane just as it breaks the sound barrier, thus leaving sound behind. In other words, sound waves become visible when they belong to past. Similarly, we may have pushed too far and broke the limits of art leaving it behind. At this very point, art as concept and as object, solidifies and becomes crystallized (institutionalized) in the wings of museums and galleries. Larry Shiner (2001) describes a similar process, when he writes that industrialization, by pushing production past its limits, thus creating mass-production, rendered craft obsolete and separated it from creative activity. In Modernism, art itself became the main problematique of artistic endeavor through a process of infinite investigation of its limits until there was no distinction between art and reality. This relentless investigation resulted in art’s disappearance into the world, and caused it to ontologically solidify, so to speak, to become a subject of philosophical speculation. Now the philosopher sees and speaks of art from beyond, past the limits of art where it exists only as form, not content (Danto 1997, p. 198). Now devoid of content, intrinsic meaning and value art is (re)contextualized, relativized and can be talked about philosophically, epistemologically and what have you. Now philosophers and theorists reach

over and resuscitate the corpus of contemporary art that lay dead in museums and galleries, and give it life with the help of ideas and theories that travel through the profound and esoteric corridors of their minds, and resurrect it as “the ephemeral idea of art”.

However, the so-called limits of art modernists are said to extend are not real limits. Similarly, Greenberg’s discovery that painting is two dimensional and done with paint and brush is not a real discovery. Art ceases to be mere form with limits and becomes language insofar as it conveys to us an experience of the lifeworld. And this language ceases to consist solely in its structure and opens up to infinite possibilities of meaning inasmuch as it serves this function. What is essential is not what we say to the artwork but what it says to us. This I believe sets the key difference between a mere object and an artwork, and between traditional and contemporary art, the former being a game thus having a rule, that is, to invent a scene other than reality, and the latter operating in the world to transform it in political, social, therapeutic ways. We speak to a real object, describe it, act upon it, make or destroy it. The artwork, on the other hand, speaks to us, acts upon us, changes or transforms us not only intellectually, but perhaps first of all emotionally through a specific medium which determines its limitations. Art, like natural languages, is strictly limited in its structure, but is also open to an infinite internal complexity. When that structure, its codification system is tempered with in the name of testing its limits, deconstructing or liberating it, all one is left with is the code itself and the task of redefining it endlessly. We cannot reach meaning by-passing or short-circuiting the code which embodies and creates it. This in turn tempers with the internal complexity of the codification system, and turns it into a mess (think of all the piles and piles of art objects exhibited in galleries and museums.)

When art does not or cannot say anything on its own, the intellectual speculation comes into play fully armed with the external complexity of

thought to make up for the internal impoverishment of the work. The curatoria feeds on the kind of art that is muted, because it allows them to impose meaning on it. You cannot do the same with art that is full of life and insist on its irreducible particularity, such as that of the Old Masters. Thus, as Warholl himself admits, Brillo boxes on which Danto establishes his entire theory of art says nothing; they are nothing more than poor, simple boxes made of plywood with no artistic or philosophical significance of any sort. You can call it art if you believe in the doctrine, but if you don't then they are just mere objects among others, perhaps with less mystery.

**REFERENCE LIST:**

1. Baudrillard J. (n.d.) *Au-delà de la Fin. Les Humain Associés. An interview with Jean Baudrillard.* Retrieved April, 12 2004 from <http://www.humainsassocies.org/No6/HA.No6.Baudrillard.2.html>
2. Baudrillard, J. (n.d) *Integral Reality,* Retrieved January, 22 2005 from <http://www.egs.edu/faculty/ baudrillard/ baudrillard- integral-reality.html>.
3. Croce, B. (1909) *Aesthetics As Science Of Expression And General Linguistics.* (Douglas Ainslie B.A. Trans.) Retrieved December, 7 2004 from <http://manybooks.net/pages/crocebenetext058asth10/58.html>
4. Danto, A. C (1964) *The Artworld. The Journal of Philosophy, Volume 61, Issue 19, American Phiolosophical Association Eastern Division Sixty-First Annual Meeting (Oct. 15, 1964) 571-584.* Retrieved August 14, 2003 from <http://links.jstor.org/sici?sici=0022362X%2961%3A19%3C571%3ATA%3E2.0.CO%3B2-6>
5. Danto, A. C. (1997). *After The End of Art: Contemporary Art and The Pale of History.* New Jersey: Princeton University Press.
6. Danto, A. C (1998) *The end of art: a philosophical defense. History and Theory, Volume 37, Issue 4, 127-43.* Retrieved July, 19 2004 from
7. Debord, G. (2004). *The Society of The Spectacle.* New York: Zone Books

8. Greenberg, C. (1939) *Avant-Garde and Kitsch*, Retrieved March, 19 2004 from <http://www.sharecom.ca/greenberg/kitsch.html>
9. Greenberg, C. (1960) *Modernist Painting*, Retrieved March, 19 2004 from <http://www.sharecom.ca/greenberg/modernism.html>
10. Greenberg, C. (1968) *Avant Garde Attitudes*, Retrieved March 19 2004 from <http://www.sharecom.ca/greenberg/avantgarde.html>
11. Jameson, F. (2001). *Technology As An Allegory of Social Relations*, Wolfgang Neuhaus. *An interview with Fredric Jameson*. Retrieved July, 13 2004 from <http://www.heise.de/tp/r4/artikel/7/7127/1.html>
12. Jameson, F. (2003). *Postmodernism Or, The Cultural Logic of Late Capitalism*. North Carolina: Duke University Press.
13. Kuspit, D. (2000). *Redeeming Art: Critical Reveries*. New York: Allworth Press.
14. Kuspit, D. (2000). *The Romantic Subject* Retrieved December, 12 2004 from <http://www.artnet.com/magazine/features/kuspit/kuspit4-6-01.asp>
15. Kuspit, D. (2000). *The Semitic Anti-Subject*, Retrieved December, 12 2004 from <http://www.artnet.com/magazine/features/kuspit/kuspit4-20-01.asp>
16. McLuhan, M (1966). *Understanding Media: The Extensions of Man*. New York: McGraw-Hill Book Company.
17. Rosenstein, I. (2002). *The End of Art Theory*, *Humanitas*, Volume XV, No.1 Retrieved August, 29 2007 from <http://www.nhinet.org/rosenstein15-1.pdf>
18. Shiner, L. (2001). *The Invention of Art*. Chicago: The University of Chicago Press.

## BATILILAŞMA DÖNEMİ OSMANLI ARMAĞAN GELENEĞİNDE PORSELENİN YERİ

Yrd. Doç. Dr. Gülgün YILMAZ\*

### ÖZET

III. Ahmed dönemi (1703-30) Avrupa ile ilişkiler açısından dönüm noktasıdır. 18. yüzyılda gelişen teknoloji nedeniyle Batı'ya karşı ticari bağımlılık artmıştır. 19. yüzyılda Osmanlı Devleti, sömürgelerden gelen zengin kaynakları değerlendiren Avrupa ülkeleri için önemli bir pazar olmuştur. Göçebe geleneklerinin şekillendirdiği klasik Osmanlı evi ve yaşamı, Batılılaşma döneminde her türlü eşyası ve düzenlemesiyle değişime uğramıştır. Önemli günlerde komşulara gönderilen aşure, loğusa şerbeti, helva gibi ikramlar için ve yeni ev kuranlara hediye edilmek üzere Avrupa kökenli eşyanın tercih edildiği yazılı kaynaklardan anlaşılmaktadır.

**Anahtar sözcükler:** Batılılaşma, armağan, porselen.

### ABSTRACT

The Reign of Ahmed III (1703-30) is a milestone in terms of the Ottoman Empire-Europe relations. At the end of the eighteenth century, developments in technology made the country dependent on the West in commercial terms. In the nineteenth century, the Ottoman Empire became an important market for the European countries which sought to process their rich raw materials coming from the colonies. As a result of a developing trade between Europe and the Ottoman Empire, first the institutions and then the Palace and elites who were in contact with the Palace went through the process of Westernization in their daily lives. Consequently, new gift objects were imported from Europe, new object forms emerged, new materials were used for traditional forms, factories were established and the trade between Europe and the Ottoman market improved.

**Keywords:** Westernization, porcelain objects, the Ottoman social norms.

---

\* Yrd. Doç. Dr., Trakya Üniversitesi, Fen-Edebiyat Fakültesi, Sanat Tarihi Bölümü Öğretim Üyesi

## GİRİŞ

Osmanlı İmparatorluğu'nun Avrupa'daki gelişmeleri izlemesi İstanbul'un fethiyle başlamış; 16. yüzyılda fetih ve kuşatmalar Akdeniz ve Doğu Avrupa'ya yönelmiştir. Savaşlar, anlaşmalar, elçi kabulleri, nüfus aktarımları, ticaret, devşirmeler, yabancı sanatçıların Saray'da çalışması gibi ilişkiler, Osmanlı ile Avrupa arasında bağların güçlenmesine neden olmuştur. 19. yüzyılda Osmanlı "Batılılaşmış", Batıda da Doğu'ya karşı bir merak uyanmıştır. Osmanlı kentlerinde Batı köken ve esinli eşyalar tercih edilirken Avrupa'da Doğu'ya özgü eşya ve giysiler yaygınlaşmıştır. Sultan III. Ahmed dönemi (1703-1730) Avrupa ile ilişkiler açısından bir dönüm noktası kabul edilmektedir. 18. yüzyıl ile başlayan bu süreçte, gelişen teknoloji ile bağlantılı olarak Batı'ya olan ticari bağımlılık artmıştır. Öte yandan devlet politikası gereği uygulanan ıslahat çalışmaları için Avrupa ülkelerinin model alınması ile önce kurumlar Batılılaşmış, sonra Saray ve Sarayın yakın ilişkide olduğu kesim Batılı etkileri gündelik yaşama geçirmeye başlamıştır.

Osmanlı Devleti'nin fetihleri yüzünden kıtanın batısına sıkışmış olan Avrupa ülkeleri, coğrafi dezavantajlarına karşın ticari üstünlük sağlamak amacıyla değişik ticaret yolları ve hammadde arayışlarına yönelmiştir. Sömürgelerden gelen zengin kaynakları, gelişen sanayi sayesinde değerlendiren ve artan üretime pazar arayan Avrupa ülkelerinin gözünde 18. yüzyıl başlarından itibaren Osmanlı topraklarının ticari önemi artmıştır. 19. yüzyılda gündelik yaşama sıçrayan Avrupa etkileri sonucu evlere giren yeni objelerin sanat açısından incelenmesiyle; ortaya çıkan yeni eşya formları ve yeni malzemelerden üretilen geleneksel formlar, kurulan fabrikalar ve Osmanlı pazarına yönelik Avrupa ticaretinin sınırları ortaya çıkmaktadır.



### ***Avrupa'dan Osmanlı'ya Diplomatik Armağanlar***

1697 yılında İran Şahı'na Türkiye'den gönderilen hediye listesinde "... yeni moda Avrupa çiçekli zerbefinden 4 top kumaş, en iyi cinsten Avrupa dibasından 12 elbiselik kumaş ..." ibaresinin (Cezar, 1995: 17) geçmesi, köklü Osmanlı dokuma geleneği karşısında Avrupa üretimlerine duyulan ilgiyi göz önüne sermekte ve yeni eğilimlerin başlangıcını belgelemektedir.

Saraya sunulan diplomatik hediyelerde, politik yakınlaşma amacını olduğu kadar, ticari ilişkileri yoğunlaştırma niyetini de aramak gerekir. 1700'de Nemçe (Avusturya) elçisi Osmanlı Sarayına teknolojik gelişmeleri yansıtan ocak ızgarası, soğutucular, sulama kapları, kutular, kahve fincanları ve gümüş şerbet kapları, kapaklı sürahiler ve altın buhurdanlar, kesme kristal şamdanlar, saatler, gümüş bir ısıtma kabı ve bir fiske gibi hediyeler sunmuştur Davis, 1970: 118). 1721-2 yıllarında Fransa'ya elçi olarak gönderilen Yirmisekiz Çelebi Mehmed Efendi dönüşünde Kral XV. Louis'nin hediyelerini Sultan III. Ahmed'e getirmiştir (Oberling ve Smith, 2001: 119). 1728 yılında Fransa elçisi Marquis de Villeneuve, mobilya, saat, değerli silahlar ve çeşitli sanayi ürünleri yüklü iki gemi ile İstanbul'a gelmiştir (Vandal, 1887: 230).

Osmanlı toplumu siyasi ve kültürel anlamda batıya yaklaşırken, Avrupa yaşam tarzına ait günlük kullanım objeleri ve bunlar üzerindeki bezemelerle sanatsal beğeni anlamında da etkilenmiştir. Bu süreç Kırım Savaşı (1853-6) sonrasında İstanbul'a gelen Fransız ve İngiliz askerlerin etkisiyle hızlanmıştır. İlk olarak seçkin ailelerde başlayan Avrupa eşyası merakını Cevdet Paşa şöyle ifade eder (İrez, 1990: 49): "... Eski sedir, minder ve döşekler yok pahasına satılıp, Avrupa tarzı mobilyalar alınmaktadır ...". Benzer bir anlatım, Ahmed Mithat Efendi'nin *Jön Türkler* eserinde de yer almaktadır (Tanyeli, 1996: 293): "... Eski divanlar ve minderler kaldırılmış. Yerine köşeler kanepeler, koltuklar, sandalyeler konulmuş. Yatak odaları karyolalar, komodlar, gece servisleri filanlar ile doldurulmuş. Aynalı dolaplar, lavabolar dahi unutulmamış. Alaturkadan kamilen çıkarılıp alafranga edilmiş vesselam ..."

Balıkhaneye Nazırı Ali Rıza Bey de Kırım Savaşı sonrası artan lüks eşya merakının Padişah'tan halka kadar herkese yayıldığını ve bu merakın yerli üretimi yıktığını anlatmaktadır.<sup>1</sup> Kırım Savaşı öncesinde Saraya girmiş az sayıdaki mobilya arasında yer alan Valide Sultan koltuğu Venedik'ten hediye gönderilmiştir (İrez, 1989: 31). 23 Kanun-ı Sani 1926 tarihli Tahrir Defterinde, III. Selim Dairesinin orta katındaki 120 no.lu odada yer alan ve tahrir defterinde “*iki tarafı aslan ve arkası kartal şekillerini havi siyah çiçekli ipekli kumaşlı koltuk, Valide Sultan Koltuğu*” tanımlamasıyla verilen koltuğun sözü edilen mekan içinde çekilmiş bir fotoğrafı Dokümantasyon Merkezi Topkapı Albümlerinde de yer almaktadır (Res. 1). Koltuk bugün, orijinal döşemesi değiştirilmiş olarak Yıldız Sarayı Şehir Müzesi'nde sergilenmektedir.

1770'lerde Belweder Sarayı bünyesindeki imalathanede porselen üretimine başlayan Lehistan Kralı Stanislaus Poniatowski (1732-98), Sultan I. Abdülhamid'e armağan olarak porselen bir yemek takımı gönderirken büyük bir pazarın kapılarını aralamayı amaçlamış olmalıdır.<sup>2</sup> Avrupa'da kraliyete bağlı olarak faaliyet gösteren porselen fabrikaları aynı zamanda hükümdarların diplomatik hediyelerini hazırlayan prestij kurumları olmuştur. Rus Çarı I. Nicolai (1825-55) tarafından Sultan II. Mahmud'a yollanan St. Petersburg imalatı, 2000 tabak ve çok sayıda servis tabağından oluşan porselen yemek

---

<sup>1</sup> Bkz. İnalçık, 1996: 426: “... Osmanlı, Batı yaşam tarzı ve değer sistemiyle ilgili unsurları Viyana bozgunundan sonra almıştır. 18. yüzyılda Batı, beğenilen taklit edilen bir prestige-culture haline gelmiştir. Rokoko mimarisi ile beraber, o zaman ekabir evlerinde frenk eşyasıyla döşeli frenk odaları görülmeye başlanmıştır ...”

<sup>2</sup> Bkz. Chmielowska, 1989: 66. Üzerinde Uzakdoğu motifleri ile yaldızla yapılmış tuğralar olan servis takımına ait tabak için (TSM, 26/801) Bkz.: Sonat, 2000: 427. Topkapı Sarayı Tahrir Komisyonu Defterlerinde, Harem'de Veliâhd Dairesi 80 no.lu odaya 7069-7750 no ile kayıtlı eşya arasında sayılan tabakların, IV. Mehmed'e armağan edildiği belirtilmektedir. Tahrir komisyonu hataya düşmüş olmalıdır, tabaklar I. Abdülhamid'e armağan edilmiştir. Tahrir defteri için Bkz.: Altındağ ve Bayraktar, 1987: 7-68. Toplam 280 parçadan oluşan takım, Sultan I. Abdülhamid tarafından hediye edilerek dağıtılmıştır. Topkapı Sarayı Müzesi, Louvre Müzesi, Sévres Milli Seramik Müzesi, Hamburg Sanat Müzesi, Mannheim Sarayı Müzesi, Varşova Milli Müzesi koleksiyonlarında takıma ait tabaklar yer almaktadır. Takıma ait oval servis tabağı için Bkz.: Arcache, 1987: 228.

takımı 1834 yılında Beylerbeyi Sarayı'nda açılan bir sergide de yer almıştır (Tufan ve Sonat, 2005: 64-75). Dolmabahçe Sarayı Koleksiyonunda yer alan Berlin KPM (Kaiserliche Porzellan Manufaktur = Kraliyet Porselen Fabrikası) üretimi vazo, Prusya İmparatoru II. Wilhelm (1888-1917) tarafından İstanbul'u ziyareti sırasında Sultan II. Abdülhamid'e hediye edilmiştir.<sup>3</sup> Dolmabahçe Sarayı Müzesi'nde bulunan porselen çay takımı da yine II. Wilhelm'in hediyesi olup Berlin'deki önemli yapıların resimleriyle bezelidir.<sup>4</sup>

Girit meselesi yüzünden çıkan ve Yunanistan'ın yenilgisiyle sonuçlanan 1897 Yunan Savaşı'ndan sonra şehitlerin dul ve yetimleri ile malûl gaziler yararına düzenlenen kermeste<sup>5</sup> satılmak üzere hediye gönderenler arasında Avusturya-Macaristan, Fransa ve Almanya'nın bulunması verilen dostluk mesajları açısından ilginçtir. Satılmayan eşyası piyango çekilişleriyle dağıtılan kermes hem Osmanlı tarihinde bir ilk hem de çok yönlü bir hediyeleşme örneğidir. Sultan II. Abdülhamid kermesin geliri bağışlandıktan sonra gazilerden bir bölümünü Yıldız Sarayı'nda kabul etmiş, sakat kalanlara Yıldız Sarayı Marangozhanesinde kendi eliyle yaptığı bastonları hediye etmiştir (Çapanoğlu, 1944: 3-8).

#### ***Osmanlı'dan Avrupa'ya Diplomatik Armağanlar***

Avrupa ülkelerinin birer prestij kurumu gözüyle baktıkları porselen fabrikalarının bizdeki ilk örneği 1845 yılında Sultan Abdülmecid'in desteğiyle Beykoz ve Paşabahçe arasında yer alan İncirköy'de (şimdi İncirli) kurulan porselen fabrikasıdır. Osmanlılarda çok rağbet gören Viyana ve Meissen (Saksonya) porselenlerinin etkilerini yansıtan İncirköy üretimleri "Eser-i İstanbul" damgası taşımaktadır. İncirköy atölyeleri Avrupa'dan ithal edilen mallarla rekabet edemediği için 1870'lerde kapanmıştır. Ancak porselen

<sup>3</sup> Env. No. 11/1232 olan vazo için bkz. Baytar, 2007: 88-9.

<sup>4</sup> Env. No. 37/956 olan vazo için bkz. Baytar, 2007: 108-9.

<sup>5</sup> *Evlad-ı Şüheda ve Malûlîn-i Guzzat-ı Askerî-i Şâhane İane Sergisi* için bkz. Anonim, 1984: 28-9; *Tercüman-ı Hakikat*, 16 Nisan 1898 (4 Mart 1314). Ayrıca bkz. Yılmaz, 2005: 718-29.

üretimi 1890 yılında Yıldız Sarayı bünyesinde, Fransız Büyükelçisi Paul Cambon'un teşviki ile II. Abdülhamid tarafından kurulan Çini Fabrika-i Hümayunu ile yeniden canlanmıştır. İnşaatı 1890-2 yıllarında gerçekleştirilen Yıldız Çini Fabrika-i Hümayunu, 1894 depreminde yıkılınca aynı yıl İtalyan mimar Raimondo d'Aronco (1857-1932) tarafından yeniden yapılmıştır. Fabrika için Sévres Porselen fabrikasından ustalar ve sanatkarlar getirilmiştir (Göçmen, 2000: 271; Bayraktar, 1979: 29). Yıldız Porselen Fabrikasında, Saray ve yabancı devlet ricaline hediye etmek için porselen eşya üretilmiştir. Vasfi imzalı<sup>6</sup> iki adet porselen vazo Sultan Abdülhamid tarafından İngiltere Kralına hediye edilmiştir (Küçükerman, 1987: 134). Yıldız üretimi porselenlerin armağan edilmesine ilişkin Başbakanlık Osmanlı Arşivi'ndeki belgelerden edinilen bilgilere göre Alman İmparatoru II. Wilhelm ve oğullarına vazolar; İngiltere Sefiri Sir Clare Ford'a bir çift vazo ve cami betimli tabak<sup>7</sup>; Çini Fabrikası ve Hereke Fabrikasından Almanya İmparator ve İmparatoriçesine vazo ve halılar<sup>8</sup>; Lord Salisbury'ye porselen vazo<sup>9</sup>; Amerika Milli Müzesi'ne iki Yıldız porselen vazo ve bir porselen kutu<sup>10</sup>; Rusya İmparatoruna porselen çay takımı sunulmuştur.<sup>11</sup> Yabancı sefir ve misafirlere fabrikanın gezdirilmesi de İmparatorluğu temsil eden bu tür tesislerin onur kaynağı kabul edildiğini göstermektedir.<sup>12</sup>

1845 yılında Saraya bağlanarak ipekli kumaş ve kemha, 1891 yılından itibaren ise bunlara ek olarak halı dokunan Hereke Fabrika-i Hümayunu da yabancı konukların ziyaretlerinde önemli rol oynamıştır. Fabrikanın yabancı

---

<sup>6</sup> Bu imza, 1905 yılında fabrikanın müdürlüğünü de yapmış olan Mustafa Vasfi Paşa'ya aittir. Paşa, armağanları İngiltere'ye kendisi götürmüştür. Bkz.: Küçükerman, Bayraktar ve Karakaşlı, 1998: 23.

<sup>7</sup> BOA, Y. PRK. BŞK., 41/89, 1312.Z.29. (23.06.1895)

<sup>8</sup> BOA, Y. PRK. HH., 30/72, 1316.C.30. (15.11.1898)

<sup>9</sup> BOA, Y. EE., 62/12, 1317.Ra.11. (19.07.1899)

<sup>10</sup> BOA, Y. PRK. EŞA., 35/50, 1318.M.03. (02.05.1900)

<sup>11</sup> BOA, Y. PRK. EŞA., 40/54, 1320.Ra/14. (20.06.1902)

<sup>12</sup> Avusturya ve İtalya sefirlerinin maiyetleri ile porselen fabrikasını ziyaretleri için Bkz. BOA, Y. PRK. TŞF., 1312.Za.02. (27.04.1895)

ziyaretçileri ve onlara verilen armağanlarla ilgili belgeler mevcuttur: Avusturya İmparatorunun yeğenleri Arşidük Etienne ve eşine hediyeler verilmiş<sup>13</sup>; ellibeş Alman seyyaha ikram ve satışlarda bulunulmuş<sup>14</sup>; Orléans Dükü ve Düşesine fabrika gezdirilerek hediyeler verilmiş<sup>15</sup>; Bulgaristan Prensi Ferdinand'ın ziyaretlerinde kendisine ve eşine armağanlar sunulmuştur<sup>16</sup>. II. Wilhelm 1898 yılındaki ziyaretinde Hereke'ye de gelmiş, fabrikayı gezmiş, armağanlar almış ve Hereke Köşkü'nde kalmıştır.<sup>17</sup>

Fabrika-i Hümayunların Avrupa tarzını yansıtan ve Sarayın ihtiyacını karşılamaya yönelik üretimlerinin yanında Avrupa'dan her türlü eşyanın ithalat ve hediye yoluyla gelişi yoğun şekilde sürmüştür.

### ***Saray'da Çeyiz Olarak Avrupa Kökenli Eşya***

Fransız kadın yazar de Fontmagne, İstanbul ile ilgili anılarında<sup>18</sup> Sultan Abdülmecid'in kızı Refia Sultan'ın 1857 yılında yapılan nişanı için, Bahriye Nazırı Mehmed Ali Paşa'nın oğlu olan damat Edhem Mahmud Paşa (1835-1886) tarafından Saraya gönderilen armağanları da anlatmaktadır. Çok sayıdaki mücevher ve değerli hediyein yanı sıra “*Belki beşyüz kadar, en ince Saksonya porselen kaselerde, reçellerin envai; gene porselen kaseler içinde utriyatın türlü türlü*” de yer almaktadır (Alus, 1997: 234). Böylece hem baharat ve reçeller hem de bunların konulduğu Avrupa porselenleri hediye edilmiş olmaktadır.

Abdülmecid'in kızı Behice Sultan'ın, 1875 yılında gerçekleşen düğünü için hazırlanan zengin çeyizler arasında da Avrupa kökenli eşyanın çokluğu dikkat

<sup>13</sup> BOA, Y. MTV., 290/66, 1324.Ş.20. (09.10.1906)

<sup>14</sup> BOA, Y. PRK. HH., 37/50, 1324.C.28. (19.08.1906)

<sup>15</sup> BOA, Y. PRK. BŞK., 62/35, 1318.S.28. (26.06.1900)

<sup>16</sup> BOA, Y. PRK. NMH., 7/82, 1316.M.17. (06.06.1898)

<sup>17</sup> II. Wilhelm'in Hereke Fabrikasını ziyareti ve verilen armağanlar için Bkz.: BOA, Y. PRK. HH., 30/72, 1316.C. 30 (15.11.1898); Y. PRK. ŞH., 08/48, 1316.C.06 (22.10.1898); Y. PRK. HH., 30/70, 1316.C.05. (21.10.1898); MSA, Defter no. 2603, Sıra no. 958, Sene 1314 (1898).

<sup>18</sup> Bkz. Marie Caroline Durand de Fontmagne (1902). *Un séjour à l'ambassade de France a Constantinople*, Paris.

çekmektedir (Delibaş, 1988: 63-76). Topkapı Sarayı Müzesi D. 560 no.lu defterde Behice Sultan'ın annesi Nesrin Sultan'dan devraldığı zengin çeyiz arasında sayılan bazı parçalar şunlardır:

- *Beş adet ufak Saksonya tabak*
- *Saksonya desti maa bardak lazım oldukça verildi – teslim*
- *Mevlid-i Şeriflerinde hediye gelen dört kutu Saksonya tabak maa bardaklar*

Aynı defterde gelin için satın alınan eşya ise şöyle sıralanmaktadır:

- *Ufak buhur tabakları Saksonya olarak sekiz tanedir*
- *Onbeş parçadan Saksonya çay takımı*
- *Mevlid-i Şerifte gelmiş Saksonya tabakları elli altı tanedir*
- *Onsekiz takım olarak Saksonya tabaklar*
- *Yirmialtı adet hoşab üsküresi Saksonya olarak*
- *Yetmişyedi adet Saksonya kahve altı tabakları*
- *Yirmi adet Saksonya yemiş tabakları*
- *Yirmi çift Saksonya bardakları*
- *Sekiz adet Saksonya testileri*
- *İki adet Saksonya tuzluk*

D. 1006/1 no.lu çeyiz defterinde ise tanımlamalar daha ayrıntılıdır (Delibaş, 1988: 76-98):

*Farskari Saksonya çay takımı, adet, 8 fincan maa tabak, 8 istiridye resmi ufak sahan, 1 kapaklı şeker kasesi maa tabak, 1 bilakapak kase, 1 süt ibriği, 1 pulad tepsi. 20 teslim*

*Farskari Saksonya kapaklı vasat kase, adet 2 penbe ve tirşe zemin, 2 mor zemin, 2 penbe zemin, 2 yeşil zemin, 4 nohudi zemin, 2 mor zemin, 1 pulad tepsi. 15 teslim.*

#### ***Evlerde Çeyiz Olarak Avrupa Kökenli Eşya***

Sarayda hediye ve çeyiz olarak Avrupa kökenli eşyanın gördüğü itibar kısa sürede halkın günlük yaşantısına da yansımıştır. Hüseyin Kocabaş tarafından

yayınlanmış Lütfiye Hanım'a ait 1864 tarihli çeyiz listesinde yine Saksonya porselenlerine yer verilmektedir (Kocabaş, 1941: 52-3):

- *Altı adet Saksonya sahan maa kapak*

- *Yirmidört tane iftariye tabak Saksonya.*

Abdülaziz ibn Cemaleddin Bey'in, Osmanlı geleneklerini tanıttığı eserinden önemli günlerde "Saksonya" kapların kullanıldığını öğreniyoruz. Lohusa şerbeti Saksonya testilere konulup, "müzeyyen" Saksonya fincan ve tabaklarla ikram edilmekte (Abdülaziz Bey, 1995: 16 vd., 19); aşure "elvan renk" Saksonya testilere ve kaselere bölüştürülmekte (Abdülaziz Bey, 1995: 246); yeni ev alanlara Saksonya yemek sahanları armağan edilmekte (Abdülaziz Bey, 1995: 278); çeyiz olarak gönderilmektedir (Abdülaziz Bey, 1995: 117). Abdülaziz Bey, mevlid şerbetlerinin sunulduğu "kapaklı elmastraş bardaklar" (Abdülaziz Bey, 1995: 248) tabiriyle de yine o dönemde çok fazla ithal edilen Bohemia ve Baccarat kristallerini belirtmiş olmalıdır. Eski İstanbullu hanımların, 19. yüzyıl sonlarına dair hatıralarına yer verdiği eserinde Sermet Muhtar Alus, geline gönderilen nişan hediyelerinin "*Avrupa işi mükemmel bir nişan sepeti*"ne konduğunu belirtmekte (Alus, 1997: 67), düğün ertesini gelin ve damat için hazırlanan paça ve kaymağın "*küçük Saksonya tabaklarla*" sunulduğunu bildirmektedir (Abdülaziz Bey, 1995: 61).

Galatasaray Hava Palas'ta Paris ve Londra'daki çeşitleri fabrika fiyatına sattığını duyuran porselen, bronz ve bakır lamba deposunun ilanı<sup>19</sup> ya da Paris sanayi sergisinin son çeşitlerinin gece saat ona kadar satın alınabileceğini bildiren "Paris ve Londra Mağazaları"nın ilanı<sup>20</sup> gibi gazete ilanları da ithal ev eşyalarına duyulan ilginin bir kanıtıdır. Beyoğlu'ndaki Bortoli Biraderlerin bonmarşesinde bulunan mallardan bazıları şunlardır: porselen, kristal, kuyum işleri, Saksonya porselenleri, Gallé vazoları (Duhani, 1984: 67). Tasvir-i Efkar gazetesinde yer alan bir ilana göre, Bahçekapı'daki 1 numaralı lokantanın,

<sup>19</sup> Journal de Constantinople, 24 Kasım 1849.

<sup>20</sup> Journal de Constantinople, 19 Aralık 1849.

düğün ve ziyafetler için alafranga masa düzeni istendiği takdirde gümüş ve Saksonya takımlarla “evlere servis” yapılabileceği belirtilmektedir.<sup>21</sup>

“Saksonya” tabirinin bu denli yaygın olması, Sarayda olduğu gibi evlerde de, kökeni ne olursa olsun Avrupa’dan gelmiş tüm porselen eşyaya “Saksonya” denmesi yanlışına düşüldüğü ile açıklanabilir. Bu isimlendirmenin kapsamına 18. yüzyıl ortalarından itibaren ithal edilen, çok sevilen ve rağbet edilen Meissen ve Viyana porselenleri ile beraber yanlışlıkla Fransız porselenleri de dahil edilmiştir.

18. yüzyılın sonlarına kadar Avusturya porselenleri Osmanlı pazarında büyük ilgi görürken, daha sonra Alman Ansbach ürünleri önem kazanmıştır. Ansbach-Bruckberg Porselen Fabrikası tek başına ve sadece 1793 yılında, Osmanlı pazarına yönelik 41.000 adet kahve fincanı üretmiştir.<sup>22</sup> Fabrikanın 1780 yılına ait tasarım kataloglarında çiçek desenleriyle bezeli ve kulpsuz kahve fincanlarının zengin modellerine rastlanmaktadır (Hofmann, 1980: 138 vd.) (Res. 2). Eldeki veriler Ansbach’tan Osmanlı İmparatorluğu’na 1799 yılında 48.000 kahve fincanı ihraç edildiğini, bu sayının 1830’larda bir milyona yaklaştığını ve 1870’lere kadar aynı düzeyde sürdüğünü göstermektedir (Önsoy, 1981: 1426).

Çeyiz ve hediye yoluyla aile fertleri arasında el değiştiren Avrupa kökenli eşya, sadece başkentte değil dış ticarete açık taşra kentlerinde de yaygındır. Kayseri’nin 19. yüzyıl tereke defterlerindeki bardak, fincan, hoşaf kasesi, kahve takımı gibi eşya Avrupa’dan ithaldir (Öztürk, 2000: 448). Trabzon ve Giresun gerek ticarete açık oluşları gerekse gayri müslim nüfusun yoğunluğu nedeniyle, sosyal yaşam bakımından Batı etkilerine maruz kalmış şehirlerdir. Şehirlerdeki gazino, lokanta ve otel gibi Akdeniz limanlarına özgü sosyal tesislerin çokluğu bunun kanıtıdır. İngiliz Konsolos Longworth’un 1896 yılına

<sup>21</sup> *Tasvir-i Efkar* 297, 4, 22 Zilhicce 1281 (18.05.1865)

<sup>22</sup> [www.bruckberg.de/historie/geschichte.html](http://www.bruckberg.de/historie/geschichte.html). “Türkenbecher” (Türk çanağı) adı verilen, metal zarflarla kullanılan, kulpsuz ve bitkisel desenli kahve fincanları için ayrıca Bkz.: Radunz, 1974-75: 167-76; Sonat, 2005: 15.



ait raporlarına göre Giresun limanından sevkedilen mallar arasında cam ve porselen çok büyük bir yer tutmaktadır. 1871 yılına ait Alman Konsolosluk raporlarında Trabzon limanından nakledilen mallara ait meblağlar<sup>23</sup>, Avrupai bir yaşam tarzı için yapılan ithalatın, dolayısıyla da gösterilen talebin boyutlarını sergilemektedir. Ticaret ve Ziraat Nezareti'nin istatistiklerine göre 1913 ve 1915 yıllarında porselen eşya ithalatı 6.509.008 kuruştur (Ökçün, 1984: 83).

Batılılaşma Döneminde başta porselenler olmak üzere Avrupa kökenli eşyanın ticarete sahip olduğu yüksek oran, Osmanlı sosyal yaşamında bu objelerin hediye ve çeyiz olarak gördükleri itibar ve değişime uğrayan yeme-içme gelenekleriyle yakından ilgilidir. Osmanlı seçkin sınıfı, teknik gelişmeleri örnek alırken aynı zamanda Batılı yaşam biçimiyle ilgili adetleri de kaçınılmaz olarak taklide başlamış, geleneğe bağlı halkın tepkisine neden olmuştur. Bu taklit sürecini çok erken devirlerden başlatmak mümkündür. Kültürel unsurların alışverişinde, yabancı kültürlerle merak ve hayranlık gibi sosyopsikolojik faktörlerin yanında, ekonomik açıdan etkileşimi sağlayan ticaret, yabancı ticarete açık liman kentleri, kültürler arasında aracılık yapan gruplar, sürgün ve göç gibi nüfus aktarımları, yabancı uzman istihdamı faktörleri de son derece önemlidir. Osmanlı kültürünün yaşadığı değişimlerde kapitülasyonlar, liman şehirlerinde yerleşen batılı tüccar grupları, levantenler, aracı olarak gayrimüslim tebaa rol oynamıştır.

Sanayileşmiş olan Avrupa ülkelerinin ilgisi, zengin hammadde kaynakları, geniş pazar olanakları, coğrafi konumu ve etnik bileşimi nedeniyle 18. yüzyılda Osmanlı İmparatorluğu'na yönelmiştir. Bu dönemde Osmanlı Devleti'nin askeri gücünün ve siyasi etkisinin azalması ile Avrupa'daki gelişmelere karşı ilgi uyanmıştır. Avrupa-Osmanlı ilişkilerinde önemli rol oynayan ticaretin artmasındaki ana etmenlerden biri, tarımsal ürünlerin

---

<sup>23</sup> Bkz. Ortaylı, 1997: 180 vd: "... Cam eşya, 35.000 Frank Belçika'dan, 13.000 Frank Almanya'dan. Porselen eşya, sadece Türk kahvesi için fincan. 11.500 franklık ithalat Almanya, Avusturya ve Rusya ..."

Avrupa'da gelişen endüstrinin talebini karşılamak amacıyla dış ticarete kaymasıdır. Yeni ulaşım teknolojisi olan demiryolu bu gelişmeyi hızlandırmıştır. 19. yüzyılın ikinci yarısında idari yapıda girilen yenilik hareketleri sonucunda eyaletlere yerleşen asker ve sivil bürokratlar dış ticareti ellerinde tutan gayrimüslim tebaa ile birlikte üst sosyal kesimi oluşturmuşlardır. Esnaf ve zanaatkârlar kesimine göçmen grupları da katılmış ve kentlerde iki ayrı kesim doğmuştur. Bu kesimlerin varlığı kent dokusunda belirgin farklılaşma yaratmıştır.<sup>24</sup> 20. yüzyıl başlarına dek süren bu Batıya doğru değişim, 18. yüzyıl başlarında yavaş yavaş görülmeye başlanmış, 19. yüzyıl başlarında Tanzimat fermanının ilanı ile hızlanmış ve toplumda daha köklü değişikliklere yol açacak bir karaktere bürünmüştür. Yeniçeriliğin kaldırılmasından sonra, askeri ıslahat işlerinde Avrupalı elemanlardan faydalanılması, Avrupa'ya öğrenci gönderilmesi, yabancı elçiler, padişahın Avrupa yaşayışını Osmanlı toplumunun üst kademelerine sokmaya çalışması, batılılaşma hareketlerine hız kazandırmıştır.

Batılılaşma olarak nitelendirilebilecek ilk somut yenilikleri gerçekleştiren Sultan II. Mahmud'un giysiler alanındaki getirdiği değişiklikler, mekânlar ve eşyalarda da değişim ihtiyacını beraberinde getirmiştir. Setre-pantolon ile yer sofrasının birbiri ile ne denli büyük bir tezat teşkil ettiği tek bir örnek bile bunu doğrulayabilir. Osmanlı Toplumunda Batılılaşma her ne kadar II. Mahmud'un uygulamalarıyla başlamış ise de asıl değişiklikler Batı tarzı Sarayların inşa edilmesi ve hanedanın Avrupalı mekânlara geçmesiyle mümkün olabilmıştır. Osmanlı mimarlığının Batı etkisine açılması, 18. yüzyıl başlarında gerçekleşmiş ve daha sonra süreklilik kazanmıştır. 18. yüzyılın ortalarından itibaren Osmanlı yapılarına uygulanan Barok ve Rokoko, zamanla deneme niteliğinin ötesinde, Osmanlı mimarlığının önde gelen ifade biçimlerini

---

<sup>24</sup> Kent dokusundaki değişimler için Bkz. Denel, Sevim: *Batılılaşma Sürecinde İstanbul'da Tasarım ve Dış Mekânlar'da Değişim ve Nedenleri*, Ankara, O.D.T.Ü. Mimarlık Fakültesi Yayınları, 1982, 52 vdd.

oluşturmuştur. Zevk ve tercihlerdeki değişim sanatın her alanı için geçerli olmuştur. Bunların arasında müzik ve sahne sanatları da bulunmaktadır. Sultanın bu merakı saraydaki eğitime de yansımış, hanedan mensubu çocukların mutlaka bir Batı müziği enstrümanı çalması istenmiştir. Müslüman veya gayrimüslim, zengin Osmanlıların ve Avrupalı turistlerin, başkentteki en önemli buluşma yeri Grand Rue de Péra'dır (İstiklal Caddesi). Dükkanlar, mağazalar, pastane ve lokantalar, kafeler değişen zevk ve yaşam anlayışının birer tanığıdır. Fotoğraf da değişen yaşam anlayışında önemli bir pay almıştır. Fotoğrafa olan merakı bilinen II. Abdülhamid, bir kızına damat adaylarının fotoğraflarını göstermiş ve karar vermesini istemiştir (Faroqhi, 1998: 276).

Sanatsal etkileşimin en dolaysız ve kolay geçiş yolu küçük sanat eserleridir. Küçük sanat eserleri kullanım şekilleri ile devrin sosyal yaşantısındaki değişiklikleri yansıtmakta, öte yandan üzerlerindeki natüralist bezemeler, figürlü tasvirler ve manzaralar ile de değişen Osmanlı zevkini göstererek Sanat Tarihini yakından ilgilendirmektedirler. Osmanlı yaşantısına girmiş Avrupa kökenli eserler konusu, sadece Osmanlı pazarına yönelik eşyalar da üretildiği için ayrı bir önem taşımaktadır.

#### **KAYNAKÇA**

1. *Abdülaziz Bey (1995). Osmanlı Adet, Merasim ve Tabirleri. Ed. Kazım*
2. Arısan ve Duygu Arısan Günay. İstanbul: Tarih Vakfı Yurt Yayınları.
3. Altındağ, Ü., Bayraktar, N. (1987). Topkapı Sarayı Müzesi Tahrir Komisyonu Çalışmaları I. Topkapı Sarayı Müzesi Yıllığı II: 7-68.
4. Alus, S. M. (1997). *Masal Olanlar. İstanbul: İletişim Yayınları.*
5. Anonim (1897). *Taht-ı Himaye-i Mufahhama-i Hazret-i Padişahide Muharebe-i Ahire Evlad-ı Şüheda ve Malûlîn-i Askeriyye İane Sergisi Albümü. Nürnberg.*
6. Arcache, L. (1987). *Ader Picard Tajan: Art Islamique 24 Juin 1987. No. 228 (müzayede katalogu). Paris.*

7. Balıkhane Nazırı Ali Rıza Bey (t.y.). *Bir Zamanlar İstanbul*. Ed. Niyazi Ahmet Banoğlu. İstanbul: Tercüman 1001 Temel Eser.
8. Bayraktar, N. (1979). *Topkapı Sarayı Müzesi'nden İstanbul Manzaralı Yıldız Porselenleri*. *Sanat Dünyamız*. Sayı 15. 29-35.
9. Baytar, İ. (ed.) (2007). *150 Yılın Sessiz Tanıkları: Saray Porselenlerinden İzler*, İstanbul: TBMM Milli Saraylar Daire Başkanlığı Yayınları.
10. Cezar, M. (1995). *Sanatta Batı'ya Açılış ve Osman Hamdi*. İstanbul: Erol Kerim Aksoy Kültür-Eğitim-Spor ve Sağlık Vakfı Yayınları.
11. Chmielowska, D. (1986). *Lehistan Kralı Tarafından Sultan I. Abdülhamid'e sunulan Belweder İmalathanesi üretimi yemek takımı. I. Milletlerarası Türk Çini ve Seramik Kongresi Bildirileri*. 65-67.
12. Çapanoğlu, M. S. (1944). *Piyangonun Tarihi*. *Tarihten Sesler*. Sayı 1718. 3-8.
13. Davis, F. (1970). *The Palace of Topkapı in İstanbul*. New York: Charles Scribner's Sons Press.
14. Delibaş, S. (1988). *Behice Sultan'ın Çeyizi ve Muhallefatı*. *Topkapı Sarayı Müzesi Yıllığı III*. 63-76.
15. Duhani, S. N. (1984). *Eski İnsanlar Eski Evler: 19. yüzyıl Sonunda Beyoğlu'nun Sosyal Topografyası*. İstanbul: Turing Yayınları.
16. Göçmen, M. (2000). *Osmanlı Arşivlerinin Işığında Yıldız Çini ve Hereke Halı Fabrikaları Ürünlerinin Batı Saraylarına Girmesi*. *Türk Dünyası Kültür ve Sanat Sempozyumu Bildirileri*. 269-276.
17. Faroqhi, S. (1998). *Osmanlı Kültürü ve Gündelik Yaşam, İstanbul, Tarih Vakfı Yurt Yayınları, 1998*
18. de Fontmagne, M. C. D. (1902). *Un séjour à l'ambassade de France a Constantinople*. Paris.
19. Hofmann, F. H. (1980). *Das Porzellan der europäischen Manufakturen*. Oldenburg: Propyläen Verlag.

20. İnalçık, H. (1996). *Osmanlılar'da Batı'dan Kültür Aktarması Üzerine. Osmanlı İmparatorluğu: Toplum ve Ekonomi. İstanbul: Eren Yayıncılık. 425-430.*
21. İrez, F. (1989). *XIX. Yüzyıl Osmanlı Saray Mobilyası. Ankara: Türk Tarih Kurumu Yayınları.*
22. İrez, F. (1990). *Topkapı Sarayı Harem Bölümü'ndeki Rokoko Süslemenin Batılı Kaynakları, Topkapı Sarayı Müzesi Yıllığı IV. 21-54.*
23. Kocabaş, H. (1941). *Porselencilik Tarihi. Bursa: Yeni Basımevi.*
24. Küçükerman, Ö. (1987). *Dünya Sanatlarının Prestij Teknolojisi: Porselen Sanatı ve Yıldız Çini Fabrikası. İstanbul: Sümerbank Yayınları.*
25. Küçükerman, Ö., Bayraktar N., Karakaşlı, S. (1998). *Milli Saraylar Koleksiyonunda Yıldız Porseleni. İstanbul: Milli Saraylar Daire Başkanlığı Yayınları.*
26. Oberling, G., Martin Smith, G. (2001). *Osmanlı Sarayında Yemek Kültürü. Çev. Zeynep Rona, İstanbul: T.C. Kültür Bakanlığı Yayınları.*
27. Ortaylı, İ. (1997). *19. yüzyılda Trabzon Vilayeti ve Giresun Üzerine Gözlemler. İstanbul Üniversitesi Edebiyat Fakültesi Tarih Enstitüsü Dergisi, Prof. Dr. Münir Aktepe Armağanı. 171-192.*
28. Ökçün, G. (1984). *Osmanlı Sanayii: 1913-1915 İstatistikleri. İstanbul: Hil Yayınları.*
29. Önsoy, R. (1981). *19. Yüzyılın İkinci Yarısından 1871'de Alman İmparatorluğu'nun Kuruluşuna Kadar Bavyera'nın Osmanlı İmparatorluğu'ndaki Ticareti, VIII. Türk Tarih Kongresi Bildirileri. 1423-1427.*
30. Öztürk, S. (2000). *19. Asrın Başlarında Kayseri'de Ailelerin Sosyal ve Ekonomik Durumu Üzerine Bazı Gözlemler, İstanbul Üniversitesi Edebiyat Fakültesi Tarih Dergisi, Prof. Dr. Fikret Işıltan Hatıra Sayısı. 441-452.*
31. Radunz, E. (1974-75). *Türkenbecher, ein vergessener Exportartikel. Geschichte am Obermain. Heft 9. 167-176.*

32. Sonat, G. (1986). *Sèvres Porselenleri. İstanbul.*
33. Sonat, G. (2000). *Avrupa Porselenleri. Topkapı Sarayı. Ed. Filiz Çağman. İstanbul: Akbank Yayınları. 418-431.*
34. Sonat, G. (2005). *Topkapı Sarayı Müzesi'ndeki Osmanlı Zevkiyle Yapılmış Avrupa Porselenleri. Osmanlı Sarayında Avrupa Porselenleri. sergi katalogu. İstanbul: Sabancı Üniversitesi Sakıp Sabancı Müzesi.*
35. Tanyeli, U. (1996). *Osmanlı Barınma Kültüründe Batılılaşma-Modernleşme: Yeni Bir Simgeler Dizgesinin Oluşumu, Tarihten Günümüze Anadolu'da Konut ve Yerleşme. Ed. Yıldız Sey. İstanbul: Tarih Vakfı Yurt Yayınları. 284-297.*
36. Tufan, Ö., Sonat, G. (2005). *Osmanlı Sarayında Avrupa Porselenleri. Sergi Katalogu. İstanbul: Sabancı Üniversitesi Sakıp Sabancı Müzesi.*
37. Vandal, A. (1887). *Une Ambassade française en Orient sous Louis XV., la mission du Marquis de Villeneuve, Paris: 230.*
38. Yılmaz, G. (2005). *Osmanlı Devletinin Katıldığı Uluslararası Tarım, Endüstri, Sanat Sergileri ve 'İane Sergisi, Sinan Genim 60. Yaş Armağan Kitabı – Makaleler, İstanbul, s. 718-729.*

## RESİMLER

Res. 1: Topkapı Saray Müzesi III. Selim Dairesinin orta katı 120 no.lu oda, Dokümantasyon Merkezi Topkapı Albümleri. Fotoğraf: Altındağ ve Bayraktar , 1987: 65, res. 6.

Res. 1: Topkapı Saray Müzesi III. Seli





Res. 2: Ansbach Bruckberg Porselen Fabrikasının 1780 tarihli katalogunda “Türkenbecher” veya “Türkenkoppchen” (=Türk kasesi) olarak adlandırılan çiçek desenli, kulpsuz kahve fincanları. Fotoğraf: Hofmann, 1980: 138.



## SANAT VE SANAT EĞİTİMİNDE BÜTÜNSELLİK

Prof. Veysel GÜNAY<sup>1</sup>

### ABSTRACT

The number of faculties and vocational schools that teach fine arts has been increasing in Turkey. As a result of this development, a continuous review of their programmes and syllabus has arisen as a necessity. The celebrations of 80<sup>th</sup> year of Gazi Education Institute have provided a suitable environment to discuss the reviews. Within the programme studies, the teaching experiences of our country have considered.

It is necessary to set the foundations of art education on the concept of “wholeness” that contains the types of formational perceptions of human beings. It is necessary to the human beings to know themselves and a must to expand and enrich the artistic creativity area, and to express themselves. Also, it is very important for applied arts within the plastic arts to produce creative and original designs and preventing the fine arts faculties turning into vocational schools.

**Key words:** Gazi Education Institute, wholeness, basic education, basic perception

### ÖZET

Güzel Sanatlar eğitimi veren fakülte ve yüksek okulların sayısı hızla artmaktadır. Böylece, fakülte, program ve içeriklerinin sürekli gözden geçirilmesi ihtiyacı doğmaktadır. Gazi Eğitimin 80. kuruluş yılı etkinlikleri, bunun için bir vesile olmuştur. Program çalışmalarında ülkemiz birikimlerinin de dikkate alınması gerekti.

Sanat eğitimi, insanın yapısına uygun olarak, biçimsel algı çeşitlerinin tümünü içerecek şekilde, “bütünsellik” yaklaşımı üzerine oturtmak gerekir. Bu insanın kendisini tanıması için gerekli olduğu kadar, sanatsal yaratma alanının genişlemesi, zenginleşmesi ve kendisini iyi ifade etmesi için de şarttır. Yine, özellikle plâstik sanatlar içinde yer alan uygulamalı dallarda, yaratıcı, özgün tasarımlara varılabilmesi ve güzel sanatlar fakültelerinin yüksekokullaşmasını önlenebilmesi için de çok önemlidir.

**Anahtar Kelimeler:** Gazi Eğitim, bütünsellik, temel eğitim, temel algı

---

<sup>1</sup> Prof. Veysel Günay, Beykent Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi Dekanı

## GİRİŞ

2006 yılında Gazi Eğitimin kuruluşunun 80. yılında, Gazi Üniversitesi Rektörlüğü'nce “Üç Kuşak Gazi Eğitimli Sanatçılar Sergisi” düzenlenmiştir(Üç Kuşak Gazi Eğitimli Sanatçılar Sergisi, 2006). Ayrıca, sergilenen işlerle konu hakkında yazılan birkaç yazıyı içeren hacimlice bir katalog yayınlanmıştır. Yine, sergi sürerken, Gazi Eğitim’de yetişmiş ya da çalışmış bir grup sanatçı-akademisyenin katıldığı bir panel düzenlenmiş, sanat ve sanat eğitimi konuları tartışılmıştır(Gazi Eğitimin Türk Sanatındaki Yeri Paneli, 2006). Sergi kataloğunda yayınlanan “Bir Çağdaşlaşma Projesi: Gazi Eğitim Enstitüsü” konulu yazıda Gazi Eğitim Enstitüsü’nün bir çağdaşlaşma projesi olduğu, eğitim anlayışının “bütünsellik” üzerine kurulduğu üzerinde durulmuştur (Günay, 2006: s.68-69). Daha da önemlisi, bu “bütünsellik” anlayışının, Resim-İş Eğitimi Bölümünün sanat ve eğitim anlayışının da temelini oluşturmasıdır. Panelde de yukarıda belirtilen görüşler esas alınarak konunun önemine dikkat çekmeye çalışılmıştır. Ayrıca, sergi, katalog ve panel, ülkemizde sanatçı ve sanat eğitimcisi yetiştirme konusu değerlendirilirken, kendi birikimlerimizi özellikle dikkate alınmasının önemini ortaya çıkarmıştır. Sanat eğitimindeki “bütünsellik” anlayışının önemli olduğu ve üzerinde daha geniş çalışmalar yapılmasının gerekliliği ortaya çıkan bir başka sonuç olmuştur.

Sanat ve sanat eğitiminin ülkemizin gelişme ve çağdaşlaşmasındaki yeri ve öneminin anlaşılmasına paralel olarak, güzel sanatlar eğitimi veren kurumların sayısı özellikle son yıllarda hızlı bir artış göstermektedir. Bu artışla birlikte eğitim anlayışı ve programların yeniden değerlendirilmesi ihtiyacı sürekli gündemimize gelmektedir. Bu durum, ister istemez kendi geçmiş deneyimlerimizi yeniden inceleme ve değerlendirmeyi zorunlu kılmaktadır. Nitekim, bir çok sanatçı ve eğitimcinin bu zorunluluğu duyarak çeşitli vesilelerle çalışmalar yaptığına tanık oluyoruz. İşte bu ortamda sanat ve sanat

eğitiminde “bütünsellik” anlayışı üzerinde yeniden daha genişçe düşünülmesi gerektiği düşüncesine varılmıştır.

Sanatların klâsik sınıflandırılmasında plâstik sanatların, resim, heykel ve mimarlık olarak üç temel alana ayrıldığını biliyoruz. Günümüzde yeni gelişmeler ışığında bu alışılmış sınıflandırma değişmiştir. Klâsik sınıflandırma, plâstik sanatların yüzey (resim), hacim (heykel) ve boşluk (mimarlık) algısı üzerine oturur. Her insanda bu temel algılama biçimlerine olan ilgi ve yatkınlık aynı düzeyde olabileceği gibi, farklı ağırlıklarda da olabilir. Sanat tarihi, bunun örnekleri ile doludur<sup>2</sup>. Nitekim, bazı sanatçıların bu üç alanda da eserler verdikleri bilinen bir gerçektir.

Eğitimde en temel sorunlarda birisi, işte bu algı ve eğilimlerin ortaya çıkabilmesini sağlamaktır. Ülkemiz gençlerinin yüksek öğretim kurumlarına gelinceye kadar kendi yetenek ve eğilimlerini yeterince tanıyamadıkları bilinen bir gerçektir. Hele plâstik sanatların içindeki resim, heykel, tasarım, v.b. özel alanlar söz konusu olduğunda, bu tanıma hiç mümkün olamamaktadır. Zira, temel işlevi bu olması gereken orta öğretim kurumlarının programlarında sanat dersleri yeterince yer almamaktadır. Var olanlarda ise özellikle son yıllarda amaca uygun uygulamayı görmekte zorlanmaktayız. Aile, çevre ve ders dışı etkinlikler de yeterince yardımcı olmayınca, gençlerin sanat alanındaki yetenek ve eğilimlerini farketmeleri raslantılara ve şansa kalmaktadır.

Diğer bir gerçekte, orta öğretimin bu görevinin yüksek öğretime kalmasıdır. Bu demektir ki , sanat eğitimi veren yükseköğretim kurumlarının ilk amaç ve hedeflerinden birisinin öncelikle gençlerin kendilerini tanımalarını, yani, özel sanat alanlarını belirlemelerini sağlamak olmaktadır. Başka bir deyişle, ilk sınıf ve sınıflardaki temel eğitimin ilk amacı budur. Sanat eğitiminin bütün dallarının temel eğitiminde ihtiyaç duyulan, ortak, insan bilimleri ve kültür derslerinin yanında, sanat bilimleri derslerinin miktar ve içeriklerinin amaca uygun olması da önemlidir. Ancak, yukarıda belirtilen üç temel algı (yüzey-

---

<sup>2</sup> Leonardo da Vinci, Michelangelo, Degas, Matisse, Picasso, Miro gibi

hacim-boşluk) üzerine oturtulacak bir atölye programı ilk amaç için kaçınılmazdır. Buna yönelik çalışmalar çeşitli dersler şeklinde isimlendirilip programları yapılmaktadır. İsimler ne olursa olsun, işin özü yukarıda belirtilen algılara uygun olarak yüzey, hacim ve boşluk çalışmaları yapmaktır. Yani resim yapmaktır, heykel yapmaktır, boşluk tasarlamaktır. Bu çalışmalar için alan ve bölüm ayrımı yapılmamalıdır. Bu “bütünsellik” gençlerdeki yaratma ve üretme alanını genişleteceği gibi, özel alanın doğru seçimine yardımcı olur, ayrıca, yanlış seçim ve yönelimlerin düzeltilmesine de olanak sağlar.

İkinci önemli nokta, inceleme, kavrama, sezme ve yaratıcı biçimlendirmeye, sanatsal biçimlendirmeye dayalı bir çalışma tavrı kazanabilmektir. Belki de sanat eğitiminin temeli budur. Bu yaratıcılığa, özgünlüğe dayalı sanatçı ve tasarımcı olabilmektir.

İnsan her zaman merak eder. Çevresinde gördüğünü, duyduğunu, bildiğini sorgular. Merak ve heveslerini karşılamak ister. Kendini yeniden yaratmak ve biçimlendirmek ve bunları çevresi ile paylaşmak ister. İşte sanat bunun yollarından biridir. İş sanat yapmak olan sanatçının temel eylemi sanatsal dili yaratmaktır. Öncelikle sanatsal dili oluşturan öğeleri sezme, kavramak ve bu öğelerin birlikteliğinden dil bütünlüğüne varabilmektir.

Sanatsal dilin öğelerini kavrayıp sanatsal dil bütünlüğüne varabilmek belirli süreçlere dayanır. Sanatsal dili yaratmanın temelinde, sanatçının beslenme kaynaklarını keşfedebilmesi, bu kaynaklardan yararlanma ve biçimlendirme yöntemi ve arayışlarını bulabilmesi yatar. Teknik bilgi ve beceriler de buna dahildir. İşte okullar bunu öğretebilir. Biraz daha açarsak, okullar öğrencinin yaratıcı bir tavır kazanabilmesi için ihtiyaç duyduğu beslenme kaynaklarının neler olabileceği, bu kaynakları nasıl inceleyebileceği, bunlardan nasıl yararlanabileceği ve nasıl bir tavırla yaratıcı biçimlendirmeye gidebileceğinin yolunu öğretir. Sanatçının çevresinden, doğadan esinlense bile, sanatı, sanat eserlerinden, sanatçıdan öğrenebileceği gerçeğini de dikkate alırsak, bazı şeyleri daha doğru anlayabiliriz.

Eğitim programları sanatçı adayının beslenebileceği, sanatsal yaratının dayanağı ve etkeni olabilecek tarihi, sosyal, kültürel, coğrafi, ekonomik, politik, psikolojik, dinsel, teknik ve sanatsal bütün etken ve dayanaklara dikkati çeker. Öğrencinin özgün, kendine güvenli bir tavır kazanmasına yardımcı olur.

Yukarıda açıklanan tavrı kazanmış, resim yapabilen, heykel yapabilen boşluk tasarlayabilen öğrenci, plastik sanatların içindeki özel ilgi alanını daha bilinçli olarak seçebilir. Özellikle tasarım alanına giren bölümünü seçtiğinde kazandığı gözleme, araştırma ve incelemeye dayalı yaratıcı özgün biçimlendirme tavır ve alışkanlığın sürdürecektir. Yine ülkemizde çokca rastlanan baştan tasarım yaparak tasarımı öğrenmeye ve tasarım örneklerine bakarak tasarımı öğrenmeye çalışmak yanlına düşmeyecektir. Örnekten yeni işler yapma yerine, sanattan, sanatsal dilden yaratıcı tasarıma gidecektir. İşin özü budur.

Bu konu, ülkemizdeki fakülte ve yüksekokul yapılanması sorununu da yeniden düşünmemizi gündeme getirmektedir. Yukarıda açıklanmaya çalışılan özgün tasarımcı yetiştirme ilkesi dikkate alınmayınca, özgün tasarımcı yetiştirmekle, uygulayıcı teknisyen yetiştirme programları birbirine karışmaktadır. Fakülte ve yüksekokulların ikisinde de, uygulayıcı teknisyen yetiştirme program ve ilkeleri egemen olduğundan, yaratıcı tasarımcı yetiştirmekte zorlanılmaktadır. Bunun sonucu olarak yaratıcı tasarımcı yetiştirmekle görevli olan fakülteler, uygulayıcı teknisyen yetiştirmekle görevli yüksek okullara dönüşmekte ve aradaki fark kalkmaktadır.

Sanat eğitimini, insanın yapısına uygun olarak, biçimsel algı çeşitlerinin tümünü içerecek şekilde, “bütünsellik” yaklaşımı üzerine oturtmak gerekir. Bu insanın kendisini tanıması için gerekli olduğu kadar, sanatsal yaratma alanının genişlemesi, zenginleşmesi ve kendisini iyi ifade etmesi için de şarttır. Yine, özellikle plâstik sanatlar içinde yer alan uygulamalı dallarda, yaratıcı, özgün tasarımlara varılabilmesi ve güzel sanatlar fakültelerinin yüksekokullaşmasını önlenmesi için de çok önemlidir.

## KAYNAKÇA

1. “Üç Kuşak Gazi Eğitimli Sanatçılar Sergisi”, Çağdaş Sanatlar Merkezi, Ankara, Kasım-Aralık 2006
2. “Gazi Eğitimin Türk Sanatındaki Yeri Paneli” Çağdaş Sanatlar Merkezi, Ankara, 28 Kasım 2006
3. GÜNAY, Veysel, “Bir Çağdaşlaşma Projesi: Gazi Eğitim Enstitüsü”, Üç Kuşak Gazi Eğitimli Sanatçılar Sergi Kataloğu, Ankara, 2006

## SON 50 YILLARIMIZ YA DA ATATÜRK'TEN HEGEL'E

**Prof.Dr. Ünsal OSKAY\***

### **ÖZET-YERİNE:-**

Ülkede yaşayan “sıradan insanları” yeterince aydınlatacak, siyasal hayatımızın bilgili ve bilinçli seçmenleri olarak toplumsal hayatta yer sahibi yapacak bir az gelişmişlikten kurtulma süreci yaşamadan karşılaşılan iç sorunlar ve dış sorunlar, şimdi bambaşka bir görünüme sürüklenmemize neden olmuştur ve olmaktadır. Ülkemizin durumuna bakarken, yönetenlerin çoğu kez demojik söylemlerle değişik yönlere sürükleyebildiği halkın, yani bizlerin durumuna, bu gidişattan üzüntü duymayanların Hegel’in 1950’lerde Alman halkını methedeyim derken söylediklerini anımsıyorum: “Alman Halkının en büyük meziyeti, ülkesinin politik yaşamının öznesi olmayı istemeyip nesnesi olmakla yetinmeyi fazilet saymasıdır!”

**Anahtar Sözcükler:** Köy, sosyal ve politik hayat, Demokrat Parti, eğitim, Atatürk, Hegel

### **ABSTRACT**

Today’s social and political landscape results from a lack of a problem solving process in which “ordinary citizens” have been enlightened enough and provided with a social position in life, which will protect Turkey from being an underdeveloped country. The whole situation right now, particularly the situation of the common people who are manipulated by the demographic discourse of the politicians, reminds me of what Hegel said in the 1950s: “The greatest merit of the German people is, rather than being in the subject position, their content with being the object of the political life of their country.”

**Key Words:** Village, social and political landscape, Democrat Party, education, Atatürk, Hegel

---

\* Beykent Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi Öğretim Üyesi

## SON ELLİ YILA BAKIŞ

Ülkemin son 50 yılları çocukluğumun Adapazarı'nda çay taşları döşenmiş yollardan gidilen çarşının aşağısındaki bir kahvenin önünde toplanmış, hoparlörle D.P' nin 1950 14 Mayıs seçimlerinin kazandığı haberini ağlayarak, birşeyler söylenerek dinleyen dayım ve köyden arkadaşlarının arasında başlar.

Evimiz kahveye yakındı.Karşısında ekmek, pide fırını vardı.Onun yanında büyük tavalarda el oyası gibi kesilmiş tatlı Adapazarı kabaklarını pişirip başlarının üzerindeki tepsilere yerleştirerek, gezip bu kabakları satan başka bir fırın ve çocuklar vardı. Ramazan yaza denk gelince, Samandağı'ndaki kuyulardan ıslak çuvallara sarılıp çarşıya getirilen kar buzlarını testere ile okka üzerinden kesip satan Hüseyin Efendi'nin yoğurtçu dükkanı vardı.

Köyümüz, bizim evden yola çıktığımızda Sakarya Köprüsü, Taşlık Köyü, Çükeker Köyü sonrasındaki Budaklar Köyü idi. Evimize uzaklığı sekiz kilometreydi.Öküz arabasıyla sabah yola çıktığımızda, patates, pancar, mısır ve şeker kamışı tarlalarının kenarlarından giderek, kavga, inek, köpek ve kuş sesleri arasında öğle sığağı basmadan evde olurdunuz.

Köyümüzde hem anneannemim bağdaki evinde hem de babaannemin kerpiç evinde dut, armut, erik, kiraz, incir, vişne ağaçları, ağaçlardan sarkan beyaz üzüm asmaları, sıkınca kabuğundan fırlayan gök mavisi içli siyah üzüm asmaları, bülbüller, saka kuşları, baharda balkonların altına yuva yapan kırlangıçlar vardı.

Köyümüzde çay içilirdi kırma şekerle, köy kahvesinde kenarları temel çivileriyle delinmiş gaz tenekeleriyle kuyuya indirilmiş buz gibi gazozlar içilirdi.

Şehirden dolaşarak bizim köylere gelen, sonra da Hendek kazasına uzanan, paket taşından yapılmış balık sırtı “şuse” yol çocukluğumun hayranlıkla seyrettiğim en güzel yoluydu. Sonraki yıllarda dayıma D.P'nin 1950'deki zaferini niçin sevinçle karşıladıklarını sorduğumda, bu güzel yolun dayım, kardeşleri ve diğer köylülerin angaryaya koşulması ile, 1940'larda, büyük



depremden önceki yıllarda yapıldığını, nasıl yapıldığını uzun uzun anlatmıştı.Yolu dayım da çok seviyordu.Tek parti döneminin ve II. Dünya Savaşı'nın yoksulluğu içindeki “bu yolun başka nasıl yapılabileceğini kurcalayamayacak kadar” canı yanmış köylülerdendi. Muhtar ve yakınlarının dışında kalan köylülerdendi dayım.

D.P'nin iktidar öncesindeki seçim afişini ve afişteki “Yeter! Söz Milletindir!” sloganını bugün de hatırlarım. Gerçek, ama gerçekten gerçek sıkıntılardan, yokluk yıllarından sonra bu afiş, bu slogandan daha güzeli, daha etkili bulunamazdı.

D.P ile birlikte Adapazarı'na şeker fabrikası geldi. Evimizin önünden sıra sıra, yüzlerce binlerce öküz arabaları geçirdi. Pancar yüklüydüler. Bizim mahalleden, Nişasta Fabrikası'ndan çark deresinin oralardan Şeker Fabrikasına kadar uzanan arabalar , pancar sökümlü boyunca sıra sıra gece gündüz kantar için beklerlerdi. Biz çocuklar geceleri arabalardan üçer-beşer pancar çalardık ucu yanlamasına çivi çakılmış uzun sırtıklarla. Gündüz bunları toplayıp besicilere satardık. Sonra da kiralık bisiklet veren çingene Şerif amcaya gidip didonlarına Fenerbahçe, Beşiktaş, Galatasaray renkleriyle süslenmiş ibrişim kordonlar bağlanmış bisikletlerden saati 15 kuruşa bisiklet kiralayıp mahalledeki güzel kızların sokaklarında dolaşırdık. Yorgancı Mustafa abiden sevgilisine mektup taşıdığım da olurdu. Bir de karayağız Necati abiye. Necati abi, Kore savaşına gönderilen ilk askerlerdendi.Oralardan bir daha mahallemize dönmedi. Kırk-Elli yıl sonra bu savaşla ilgili bir film senaryosu için arkadaşımın üç klasör dolusu belgesel araştırmasını okurken basınıımızın büyük çşkusu ve kampanyaları ile gönderilen ilk birliklerimiz İskenderun'daki Amerikan askeri yolcu gemilerinde beklerken, uğurlama için İskenderun'a gelen yetkililerin “aşağıda” sivri sinek ve sıtma olduğu için, limana bakan tepelik bir yerde konaklamak zorunda kaldıklarını öğrendim. Askerlerimize güzel yemekler verilmiş uzun deniz yolculuğunda.Tek sıkıntı,

ilk günlerde verilen ekmeğin azlığıymış. Amerikalılar çok şaşırılmışlar. Fırınları iki-üç vardiya ile çalıştırmak zorunda kalmışlar, vesaire vesaire...

Kore Savaşı bir “destan” olarak anlatıldı bizlere. Bayağı da zengindi. Hürriyet’te rahmetli Hikmet Feridun Es, Tokyo’daki geysaları, hamamları bile anlatmıştı. Anlattıkları sanırım doğrudu. Sonraları Amerika’ya, Alaska eskimolarının garip adetlerini,” kolay boşanma cenneti” Las Vegas’ı ve dış dünyamızı hep o röportajlarda öğrenmeye başladık.

Aynı yıllarda, askerlerimizim “katanalovla” çekilen toplarının “Cemse”lerle çekildiğini, traktörleri, suni gübreyi ve asıl önemlisi ilk burunsuz otobüsleri gördük.

Adapazarı’nın İstanbul tarafından gelip Hendek-Düzce-Ankara tarafına giden bu burunsuz otobüsleri, arkalarından hayretler içinde koşarak izlemiştik. Bu da yetmezmiş gibi, Çark Deresi’nin kenarındaki Halk Gazinosunun önüne gelmiş önde bir, arkada iki tekerlekli, toplam üç tekerlekli otomobili de o yıllarda görmüştük!

1950’lerin ilk yıllarında Kara Maske, Mandrake, Ziya Gökalp’in “Türk’e Doğru’su”, Nihal Atsız’ın “Ot-Su-Kars’lı Türkçü” romanlarını; daha sonraları ise Feridun Fazıl Tülbentçi’nin Yavuz Sultan Selim Ağlıyor, Barbaros Hayrettin Geliyor romanları ile Kemalettin Tuğcu’nun Köprü Altı Çocukları’nı Kerime Nadir’i, Amberler Dizisi’ni, A.J.Cronin’in aşk ve dönem romanlarını ve Michel Zevaco’nun Pardayanlar dizisini, Robinson Crouse’yi, Gülliver’in Seyahatleri’ni ve Victor Hugo’nun Sefiller’ini ve beş-on sayfa da çizgi-resimli Don Kişot’u okudum.

Çocukluktan çıkışım, tam anlayamadığım, ama beni alıp götüren bu üç-dört romanla oldu.

Bunları orta iki’de kazandığım “Leyli Meccani” lise sınavlarından sonra beş yıl yaşadığım Balıkesir Lisesi’nde okudum. Babam matematik öğretmeniydi. Cebir-Geometri ve Astronomi-Fizik derslerim ve İngilizce dersim çok iyiydi. İki zengin ailenin üç çocuğuna ders veriyordum. Kazandığım para sayesinde

babamın öğretmen maaşı ile gönderdiği aylık 15 lira harçlıkla beraber rahattım. Lisenin akıllı müdürünün yemekhane artıklarıyla arkadaki Çamlık Tepesinde yayıp beslediği hindiler sayesinde iyi besleniyorduk.

Kütüphanemiz çok zengindi. Halk evi kapatılınca, ordaki kütüphaneyi ve kütüphane memuru Fehmi Hocayı, Müdürümüz bizim Lise'ye tayin ettirmişti.

Fehmi Hoca'dan İzahlı Klasik Müzik plaklarını dinlemeyi; Hasan Ali Yücel zamanında M.E.B Yayınlarından, grek ve roma tiyatro eserlerini, J.J. Rousseau'yu, Balzac'ı, Emile Zola'yı, Panait İstirati'yi, Cahit Sıtkı Tarancı'yı, Orhan Veli'yi, Sabahattin Ali'yi okumayı öğrendim.

Verdiğim derslerden aldığım parayla, Demir Spor Kulübündeki matematik ve ingilizce kurslarına gidiyordum. İngilizce hocamız "Gestapo" dediğimiz büyük insan, büyük eğitimci Necmettin Arıkan'dı. Onunla edebiyat kitapları değiş-tokuşu yapardım. Hocam, Knut Hamsun'u, Sait Faik'i çok severdi. Resim hocamız da kulübün kurucularından Sırrı Özbay'dı.

O zamanlar "okumanın" çok kıymeti vardı. Ülke, tarıma modern makinaların, yeni tarım tekniklerinin gelmesiyle, işlenmemiş arazilerin ekime açılmasıyla hem geliyor, hem de tarımda canlı emeğe duyulan gereksinim azaldıkça kentlere göçler başlıyordu. Bu değişimler yeni yeni iş alanları yaratıyordu. Kamu yönetimi daha fazla personele iş sağlıyordu. Sanayi Zeytinburnu-Haliç kıyılarından Cooley yolu denilen Gebze-Kocaeli-Adapazarı-Bursa güzergahına taşınma hazırlıkları içindeydi.

Herşey iyi gidiyor görünüyordu. Ama bu gidişin ekonomiyi, maliyeyi yeni yükler altına almaya başladığı; D.P'nin Tek Parti Döneminin "zenginlerinin" yanısıra, kendine politik bir kadro, taban yaratmak için zamansız ve hızlı bir popülist bir politika izlemek zorunda kaldığı, yeni yeni fark ediliyordu. Almanya'dan gelen Prof. Fritz Boade'nin "ziraate önem verin, sanayileşmeyi ikinci planda önemseyin" diyen raporu ile 1957-1958'deki Amerikalı uzman Thornbuck'ın "mali gidiş iyi gözüküyor" diyen raporu, Menderes yönetimine dış eleştirilerin başladığını gösteriyordu. Aynı yıllarda döviz kıtlığı başlıyordu.

Tarımdaki hayvanlar için nal çivisi, otomobil ve traktörler için oto lastiği bulunmuyordu. C.H.P muhalefeti de artmakta, iktidar muhalefetten sıkılmaya başlıyordu. Diğer taraftan da “fısıltı gazetesi” D.P iktidarının Sovyetler Birliği ile ekonomik ilişkileri de, politik ilişkileri de pekiştirmeye yöneldiğini söylüyordu.

Büyük devletlerin bundan hoşlanmayacağı açıktı. Şah Döneminin İran’ı, Irak ve Pakistan ile Türkiye’nin kurduğu CENTO’da çatlama başlıyordu. Mısır’daki genç subaylar/Nassır Süveyş kanalını millileştirmişti. Irak’ta Baas’çı subaylar darbe yapmış, Nuri Said ile Kral’ı ortadan kaldırmıştı. İran Şah’ı ülkesini terk etmişti. Musaddık, İran’ın yabancı petrol tröstleriyle mevcut antlaşmalarını, “royal payment’i” millileştirmek için feshetmişti.

Büyük Devletlerin 18. ve 19. Yüzyıldaki emperyalizmi Hindistan, Çin, Endonezya, Hind-i Çin, İran, Mısır, Irak ve Tito’nun Yugoslavya’sının iç ve dış politika dönüşümlerinden rahatsız olmaya başlamıştı. A.B.D dışişleri bakanı John Foster Dulles’in, Tolstoy’un Harp ve Sulh isimli eserinden esinlenerek başlık koyduğu kitabına, Barış ya da Savaş “Manifesto”sunda Batı Dünyası’nın lideri olan A.B.D’nin bu gidişata karşı ünlü “Domino Teorisi”ni esas alan yeni bir dış politika anlayışına yöneldiği ifade ediliyordu.

İç ve dış koşullar değiştikçe D.P iktidarının endişeleri de artıyordu. Muhalefetin başı İsmet Paşa bu olayları, bir imparatorluğun coğrafyasında “at oynatmış”; Cumhuriyet öncesindeki askeri ve politik ortamda aklını, sezgilerini, değişimi görebilen zekasını geliştirmiş bir politikacı olarak çok iyi değerlendirebiliyordu. Ordu’yu, üniversiteleri ve dolayısıyla okumuşları etrafında toplamıştı. D.P’nin iç politika anlayışı ise çok basitti. Sıkıştıkça Atatürk’ün Cumhuriyet Anlayışı’na, 1927’deki “İcazetli Serbest Fırka” gibi çoktandır karşı çıkan ama başaramayan restorasyoncu taşraya, anti-laik çevrelere sırtını dayamak zorunda kalıyordu.

Sonunda Demokrat Parti Hükümeti sahneyi terk zorunda bırakıldı. D.P’nin sahnedeki çekilmek zorunda bırakılması, Cumhuriyet ve Laikliğin yanında yer

alanların da yeni yeni sorunların hem bir çeşit "türevi" hem de bu sorunların yol açabileceği yeniliklerin evcilleştiricisi olmasıyla başlayan yeni sosyal, ekonomik ve politik bir ortama yönelmemize yol açtı.

1960 sonrasındaki Karma Ekonomi anlayışıyla hazırlanan Beş Yıllık Plan'ların anlayışı 1965 seçimleriyle birlikte, Tek Parti Döneminin devletçe himaye edilen özel sektörün katılmasıyla terk edildi. İkinci Beş Yıllık Kalkınma Rapor'u hazırlanırken bol alternatifli bir plan tasarlanmaktaydı. Bunların bir kısmı dış borçları azaltıp, iç kaynaklarının daha etkin kullanılmasını öngörüyordu. Dış yardımlara, yabancı sermaye girişine ve borçlanmaya dayanan; ekonomide ve sosyal hayatta "devletçilik" diye karalanan kamusal yarara, sosyal adalete önem veren kalkınma anlayışı gözden düşürülmeye başladı. Yeni Başbakan Süleyman Demirel, bu anlayış değişikliğini "Milletimiz Plan Değil, Pilav İstiyor" sloganı ile aşkla ve şevkle ilan etti.

27 Mayıs 1960 Devrim'inin getirmek istediği değişim amaçlarına uygun olarak hazırlanan 1961 Anayasası'da aynı çevrelerde rahatsızlık yaratıyordu. Sendikal haklar genişletilmekte; Sol Düşünce tutucu politikalara alternatifler aramaktaydı. Romanda, şiirde, genel gazetecilikte, habercilikte, yayıncılıkta inanılmaz değişimler ve gelişmeler başlamaktaydı.

Ülkedeki entellektüeller kimi dış ülkelerdeki gelişmelerin "romantik" duygularla giriştiği işleri yakından incelemeye, incelediği yenilikleri daha iyi anlayabilmek için Hegel'i, Kant'ı, Marx-Engels'i, Max Weber'i, Johan Huizinga'yı okuyup anlamaya ve dahası her düşüncenin felsefi kaynaklarını çevirmeye, yayınlamaya, okuyup anlamaya çalışıyordu.

Hukuk, İktisat ve Siyasal Bilim Fakülteleri'ndeki 1930'lardan beri süren "continental" anlayıştaki eğitim ve Alman-Fransız ekollerinden hocaları da bu gelişmeleri izlemeyiz oluyordu. İngiliz ve Amerikan Üniversitelerinde eğitim görmüş yenilikçi bilimadamları deneyciliğe açık, Anglo-Saxon sosyal bilim anlayışını üniversitelerde okutmaya, tanıtmaya başlamışlardı. Entellektüel

hayattaki bu gelişmeler klasik ekolden “okumuşlar” için, fazlasıyla yeniydi. Ayrıca, bu gelişmeler, toplumun bir çok kurumunda da ilgi çekmeye başlamıştı.

Kamunun bilgilenmesi ne açık bir siyasal hayat içinde bu gelişmelerin getirebileceği sosyal, kültürel ve siyasal değişimleri “vakitsiz” bulan çevreler 1970'lere doğru, “1961 Anayasası Milletimize Bol Geldi” demeye; toplumun önemli kurum ve kuruluşlarını Anayasa Değişikliğini kabule hazırlamaya yöneltmişlerdi.

Hukuk Fakültesi ve Mülkiye öğrencileri Prof.Dr. Tahsin Bekir Balta'yla, Prof.Dr.Uğur Alacakaptan'la, Prof.Dr.Muammer Aksoy'la ve genç hocaları ile kolkola Tandoğan Meydanı'na “Anayasa Değişikliğine Hayır” diye yürüdüler. Sol'un içine sızan provokatörlerin, “Önce Eylem, Sonra Kuram” diyenlerin, bu gençleri kendi cuntacı amaçları için kullananların kamu oyunda yarattığı endişeden, korkudan da yararlanan tutucu çevrelerin demokrasiden vazgeçmesiyle 12 Mart Darbesi yapıldı. İsmet İnönü'nün “Siyasal Partilerin ve Meclis'in fesh edilmemesi” koşuluyla kabul etmesi sonucunda ilk restorasyon girişimi gerçekleşmiş oldu.

Çok geçmeden 1970'lerin sonunun Başbakanı Süleyman Demirel'in, 1980 ortalarında Milliyet Gazetesi'nde yayınlanan anılarından da anlaşıldığı üzere, 12 Eylül hareketiyle 12 Mart'ta yarım kalmış Restorasyonun son perdesi de tamamlandı.

İşte Bütün Mesele: Özne Olmak veya Olamamak

Bütün bu hareketler tarihçiler ve sosyal bilimcilerle yeterince tartışılıp analiz edilmiş değildir. Şu söylenebilir; ülkede yaşayan “sıradan insanları” yeterince aydınlatacak, siyasal hayatımızın bilgili ve bilinçli seçmenleri olarak toplumsal hayatta yer sahibi yapacak bir az gelişmişlikten kurtulma süreci yaşamadan karşılaşılan iç sorunlar ve dış sorunlar, şimdi bambaşka bir görünüme sürüklenmemize neden olmuştur ve olmaktadır. Ülkemizin durumuna bakarken, yönetenlerin çoğu kez demogojik söylemlerle değişik yönlere

sürükleyebildiği halkın, yani bizlerin durumuna, bu gidişattan üzüntü duymayanların Hegel'in 1950'lerde Alman halkını methedeyim derken söylediklerini anımsıyorum. “Alman Halkının en büyük meziyeti, ülkesinin politik yaşamının öznesi olmayı istemeyip nesnesi olmakla yetinmeyi fazilet saymasıdır!”

## SON 50 YILDA TÜRKİYE EKONOMİSİNDEKİ GELİŞMELER

**Prof. Dr. Selahattin SARI\***

### ÖZET

Bu çalışmada Türkiye ekonomisinin son 50 yılı kronolojik bir yaklaşım içerisinde değerlendirilmeye çalışılmıştır. Dönemin başlangıcında liberal politikadan yeniden korumacı politika anlayışına geçildiği ve kalkınma planları ile bu anlayışın devam ettirildiği görülmüştür. 1980 yılından itibaren yeniden piyasa ekonomisi adı altında liberal ekonomi politikaları uygulamasına dönülmüştür. Dışa dönük sanayileşmenin esas alındığı bu uygulamada ekonomide dışa açılım sağlanmış, güçlü iktidar yapısının da etkisiyle siyasi istikrar ve güven yerine getirilmiş, ekonomi özellikle dış ticarete önemli büyümeler kaydetmiştir. 1980 döneminde başlayan bu politika uygulaması esasen günümüze kadar devam ettirilmiştir. Daha sonra yapılan değişiklikler sadece bozulan makroekonomik dengelerin sağlanmasına yönelik olmuştur. Önümüzdeki dönemde de söz konusu politikaların devam ettirileceğini beklemek yanlış olmayacaktır.

**ANAHTAR KELİMELEER:** Liberal, Korumacı, Dış Ticaret, Büyüme

### ABSTRACT

This paper evaluates the last 50 years of Turkish economy in chronological order. While the liberalist policies were replaced with protectionist ones in the early stages, these policies were preserved throughout the rest of the era. The early 1980s marks the revival of the liberalist policies. These export oriented liberal policies integrated Turkish economy with the international markets, provided sustainability and confidence with the help of political stability, and achieved high growth in foreign trade. These policies which remained in effect until today, are expected to shape the future of Turkish economy as well.

**KEY WORDS:** Liberal, Protectionist, Foreign Trade, Growth

---

\* Beykent Üniversitesi İktisat Bölümü Öğretim Üyesi



## GİRİŞ

Son 50 yılla 1958 den başlanacak olursa, aslında günümüz ekonomisiyle birçok açıdan benzerlikler bulmak mümkün. 1958; Türkiyenin politika açısından çok partili döneme geçtiği ve kapalı ekonomiden açık ekonomi politikası uygulamasının benimsendiği dönemin ekonomik olarak darboğaza girilmesi neticesinde istikrar politikasının uygulamaya başlandığı yıldır.

1946 yılında bir anlamda “açık oy gizli sayım” anlayışıyla yapılan seçim neticesinde Türkiye çok partili seçimle tanışmış oldu. Tek partili sistemin benimsenmediği kanaatine varan iktidarın ekonomi politikasında yaptığı reorganizasyon neticesinde Cumhuriyetin kuruluş yıllarındaki benimsenen ancak netice alınamayan liberal ekonomi politikası uygulamasına geçilmiş oldu. 1950-1960 arasında yapılmış olan diğer seçimlerde ise iktidar artık cumhuriyetin kuruluşundan itibaren ülkeyi idare eden CHP’den DP ye geçmiş oldu. Demokrat Partinin halka mesajı daha çok demokrasi ve Serbest Piyasa Ekonomisine geçiştir. Nitekim; 1950 yılından itibaren özel sektör öne çıkarılmış, Dış ticaret teşvik edilmiştir.

Sanayileşme politikasında özel sektör öncü yapılmıştır. Demokrat parti siyasi politikasını dönemi itibariyle nüfusun %80’inin yaşadığı kırsal kesim üzerine kurmuştur. Dolayısıyla, tarımı öncü sektör ilan etmiştir. 1953 Kore savaşının etkisiyle dünya ekonomisinde tarım ürünlerine olan talebin artması ise tarım sektörünün öne çıkarılması tercihini güçlendirmiştir.

Tarım politikasında bir taraftan ekilebilir arazi miktarı artırılmaya çalışılırken diğer yandan da tarımda mekanizasyon sağlanmaya çalışılmıştır. Tarım sektörü için kısa sayılabilecek bir sürede ekilebilir arazi iki katına ve tarımda kullanılan traktör sayısı yaklaşık 3 katına çıkarılmıştır (Tokgöz:2001, s.12-13). Gerek ülkenin ekonomik yapısı gerekse konjonktür gereği dış ticarete tarım öncü sektör olmuştur.

Tarıma dayalı bir ekonomik yapıyla sürdürülmeye çalışılan kalkınma, Kore savaşının bitmesiyle dış talepte daralmanın meydana gelmesi,1953-55 yılları arasında ortaya çıkan kuraklık nedeniyle tarım ürünlerinde meydana gelen azalış, dış yardımların azalması, yabancı sermaye girişinin yeterince sağlanamaması, uygulanan ekonomi politikalarında problemlerin ortaya çıkmasına neden olmuştur. Esasen üretimde girdilerin önemli kısmının ithalata karşılanması ortaya çıkan döviz sıkıntısı nedeniyle gerilemeye neden olmuştur. Diğer taraftan Hükümetin siyasal kaygılar nedeniyle gerek tarımda gerekse sanayi yatırımlarında sübvansiyonlara devamı kesmemesi 1958 yılına gelince ekonomik darboğazla karşı karşıya kalınmasına neden olmuştur.

### 1) Liberal Ekonomiden Korumacı Ekonomi Politikasına Geçiş

Cumhuriyet döneminde ilk Liberal Ekonomi Politikası uygulama tercihi 1923 Birinci İktisat Kongresinde alınan kararlar doğrultusunda yapılmış ve 1931 yılına kadar uygulanmaya çalışılmıştır. İkinci tercih ise 1946 yılında çok partili döneme geçişle yapılmıştır. Ancak birincisinde yeterli sermaye, müteşebbis, kalifiye işgücü ve yatırım ikliminin olmaması nedeniyle netice alınamamış ve bilindiği gibi, 1933 yılından itibaren Sanayi planları uygulamasına geçilmiştir. İkinci tercihte ise kısa sayılabilecek bir geçiş dönemi neticesinde giriş kısmında bahsedilen nedenlerle yeniden liberal politikadan vaz geçilerek korumacı bir ekonomi politikasına dönülmüştür.

1958 yılı ekonominin döviz darboğazına girdiği, ödemeler dengesi açıklarının kapatılamaz hale geldiği, enflasyonist baskının had safhaya ulaştığı ve işsizliğin hızla arttığı dönemin üst noktasına gelindiği yıl olmuştur. 1958 yılında fiyat artışları 1950'li yılların başlangıcındaki %2'lerden; bir önceki yıla oranla düşük olmasına rağmen %14 oranında yükselmiştir. Gayri Safi Milli Gelir (GSMG) başlangıç yıllarındaki %11'lerin üzerindeki büyüme oranından %4.5 civarına gerilemiştir. Kişi başına gelir %8'lerden %1.7'ye düşmüştür (Hiç:2008,s.26). Gelir dağılımındaki dengesizlikler artmıştır. Dolayısıyla ekonomi politikasında yeni bir yol çizilmesi kararı verilerek

günümüzde de olduğu gibi uluslararası kuruluşların verdiği uzman desteğiyle hazırlanan “İstikrar Politikaları” uygulamasına geçilmiştir.

### 1.1) 3 Ağustos 1958 İstikrar kararları

İkinci liberal ekonomi politikasının uygulanmaya çalışıldığı dönemde, esasen, “pür” liberal bir politika uygulandığı ifade edilemez. Çünkü bir tarafta ithalat geniş anlamda liberalize edilmeye çalışılırken diğer yandan sağlanan teşvikler ve kur politikalarıyla korumacılığın da yapıldığını belirtmek gerekmektedir. Ancak istikrar paketinin uygulamaya konulmasıyla liberal politika uygulamasından tamamen vazgeçildiğini ifade edebiliriz.

İstikrar paketinin uygulamaya konulmasıyla:

- Çoklu kur sistemine geçilerek ithal ve ihraç mallarında farklı kur uygulamaları başlatılmıştır.
- Dolar bazında % 120 oranında , o güne kadar en yüksek oranda devalüasyon gerçekleştirilmiştir.
- Dış borçlarda konsolidasyona gidileceği belirtilmiştir.
- İthalatta kota sistemine geçilmiştir.
- Tüketim malları ithalatı sınırlandırılmıştır.
- Sıkı para politikası uygulanmasına geçilmiştir.
- Faiz oranları yükseltilmiştir.
- Kamu malları fiyatlarında düzenlemeler yapılarak sübvansiyonlar kaldırılmıştır.
- Selektif kredi politikası uygulamasına geçilmiştir.

İstikrar Politikasının uygulamaya sokulması ekonominin kısmen disipline olmasını sağlamış ancak toparlanmasıyla neticelenmemiştir. Çünkü; sermaye birikiminin yetersizliği ve dış yardımların kesilmesi(Marshall yardımı, Truman 4 nokta doktrini gibi programlar ve IMF, Dünya Bankası), tarım ürünleri ihracatındaki dış talep yetersizliği nedeniyle üretim için gerekli döviz girdisinin sağlanamaması ekonomik darboğazdaki derinleşmeyi sürdürmüştür.

1957 yılında ortaya çıkan Kıbrıs krizi, uygulanan politika tercihi neticesinde tarım kesiminden şehre olan göçün hızlanmasının (1960'lara geldiğinde kırsal nüfus %69 a geriledi) yarattığı sosyal değişimin etkisi, hükümetin elit kesimle olan ilişkilerinin tamamen kopması ve parti içi demokrasi zaafa uğramasının yanında siyasette demokrasinin zayıflaması 27 Mayıs 1960 müdahalesini getirmiştir.

### **1.2) Planlı Kalkınma Döneminin Başlaması**

Askeri yönetimin 1960 öncesi ekonomi politikasını “Plansız bir yatırım politikası.....” olarak nitelemesi ve hazırlanan yeni anayasada plan yapma görevini hükümete vermesiyle birlikte, 91 sayılı karara istinaden Devlet Planlama Teşkilatı (DPT) kurulmuş ve Türkiye’de kalkınma planları dönemi başlatılmıştır. Kalkınma planlarının başlaması ile ülkede liberal ekonomi politikasından vazgeçilmiş ve yeniden kontrollü ekonomi politikalarına dönmüştür. 1963 yılından itibaren yürürlüğe giren Kalkınma Planları, daha önce uygulanan sanayi planlarından farklı özelliklere sahiptir.

- Karma Ekonomi Politikası benimsenmiştir.
- Planlar kamu kesimi için emredici, özel sektör için yol göstericidir.
- Planlar 5 yıllık dönemler halindedir.

1963 yılından itibaren uygulanan ekonomi politikalarında Kalkınma Planlarına 1980 yılına kadar genelde uyulmuş ve öngörülen hedefler gerçekleştirilmeye çalışılmıştır. 4.ncü planın son yıllarında Dışa Açık Ekonomi Politikasının benimsenmesiyle birlikte adeta pür liberal bir ekonomi politikasına doğru yeniden geçiş başlamıştır. Konunun sosyal ve politik tarafı biryere bırakılacak olursa ekonomik veriler altında Türkiye için yeni bir dönemin başlangıcı olan 1980 li yıllara kadar bir bütün içerisinde değerlendirmekte yarar var.

**Tablo 1:Yıllar İtibariyle Temel Ekonomik Göstergeler(%)**

<b>Yıllar</b>	<b>Büyüme hızı</b>	<b>Nüfus artış hızı</b>	<b>Enflasyon</b>	
<b>ihracat(000\$)ithalat(000\$)</b>				
1958	4.5	2.8	14.0	247.271
315.098				
1963	9.7	2.6	4.3	368.087
687.616				
1967	4.2	2.5	6.5	522.334
684.669				
1968	6.7	2.5	3.9	496.419
763.659				
1972	9.6	2.5	11.0	884.969
1562.550				
1973	5.1	2.5	20.0	1317.083
2086.216				
1977	3.0	2.3	25.5	1753.026
5796.278				
1979	-0.7	2.1	71.2	2261.195
5069.492				
1981	5.3	2.2	42.4	4702.934
8933.374				
1983	4.6	2.3	26.2	5727.834
9235.002				

Kaynak:TÜİK,DPT verileri,Hiç:2008,p.26-100.

Yıllar itibariyle tablo 1 'e bakıldığında 1958 yılında gelinen kötü ekonomik ortamın Kalkınma Planlarının uygulamaya sokulmasıyla birlikte birinci plan döneminde oldukça önemli gelişmeler kaydedildiği ve 1966 yılında %12 büyüme hızına ulaşıldığı görülmektedir.

1967 yılında büyüme hızının %6.7'ye düşmesine rağmen, 1.nci plan döneminde ortalama %6.6'lık bir büyüme hızına ulaşılmıştır. Özellikle 1966 yılında büyümede zirveye çıkılmasında plana olan güven ortamının doğmasının, Sovyetler Birliğinden sağlanan yardımlarla özellikle Demir-çelik ve Alüminyum sektöründe gerçekleştirilen yatırımların etkisi olmuştur.

Birinci Plan döneminde disipline edilen ekonomide enflasyon kontrol altına alınmış ve ortalama %5.2'lik bir oran yakalanmıştır. İhracatta dış satım mallarında sanayi ürünlerinin payının düşük olması ve ekonominin halen tarıma dayalı olması nedeniyle belirgin bir artış sağlanamamıştır. Nitekim 1963 yılında 368 milyon dolar olan ihracat 1967 de 522 milyon dolara ancak ulaşabilmiştir. Diğer yandan ithalatta ise 1958'e göre özellikle işçi döviz girdisinin artmasının da etkisiyle ihracata göre önemli sayılabilecek bir artış kaydedilmiş ve plan sonunda 684 milyon dolara ulaşılmıştır.

Türkiyede benimsenen ekonomi politikaları devlet politikası olarak benimsenmenin ötesinde, genelde iktidara gelen partilerin siyasi ve ekonomik görüşleri doğrultusunda değişim göstermektedir. 1960-80 dönemi de sıkça hükümetlerin değiştiği bir dönem kapsamaktadır. Dolayısıyla Kalkınma Planları uygulamada var olmakla birlikte öngörü ve tercihlerde hükümetlere göre sapmalar olmuştur. İkinci plan daha liberal ekonomi politikası görüşünü benimseyen bir hükümet tarafından hazırlanmıştır. Bu doğrultuda; öncü sektör olarak sanayinin teşvik edilmesi amacıyla teşvik Uygulama Dairesi Başkanlığı kurulmuş ve bir dizi teşvik tedbirleri kararı alınmıştır. Ortalama %7'lik bir büyümenin hedeflendiği 1968-72 döneminde hedef tam olarak gerçekleşmiştir. Sıkça değişen hükümet beklentileri, kısaca siyasi istikrarsızlık nedeniyle 1969-70 yıllarında cüzi de olsa düşüş 1971 yılında yeni bir müdahalenin ardından

gelen istikrar beklentileri ve disipline edilen ekonomi nedeniyle yeniden %10'lara çıkarak zirve yapmıştır.

İkinci Planın başlangıç yıllarında enflasyonla mücadelede başarılı sonuçlar alınarak %3'lere kadar geriletilmiş, ancak; seçim ekonomilerinin etkisiyle planın son yıllarında yeniden %11'lere tırmanmıştır. Bu dönemde dış ticarete açıklar son iki yılda artış kaydetmekle birlikte işçi dövizlerinde meydana gelen artışlar ekonomik sıkıntıların derinleşmesini önleyici etkiler yaratmıştır. Nitekim 1968 de 107 milyon dolar olan işçi döviz girişi, 1972 de 740 milyon dolara ulaşmıştır. 1968 de yaklaşık 500 milyon dolar olan ihracat 1972 de 885 milyon dolara, ithalat ise aynı yıllar itibariyle 763 milyondan 1.5 milyar dolara çıkmıştır. Kısaca dış ticaret dengesindeki açık artmaya devam etmiştir. Bu gelişmede ithal ikamesinin etkisi önemlidir.

Üçüncü Beş Yıllık Kalkınma Planı dünya petrol krizi, Kıbrıs müdahalesi neticesinde ülkeye uygulanan ambargo problemleri ve neredeyse altı ayda bir değişen hükümet krizlerinin gölgesi altında 1973-77 yıllarını kapsamıştır. Yapılan planda yine büyüme hedefi %7 ler civarında tutulmuş, yatırımlarda yaklaşık aynı hedef oranları konulmuş ve ilk defa nüfus artış hızının azaltılması yer almıştır. Çünkü nüfus artış hızı ülkemizde en istikrarlı gösterge olmaya devam etmiş ve %2.5 seviyelerini korumuştur.

Planın ilk iki yılında düşüş kaydeden büyüme petrol krizinin ve ambargonun etkilerinin kısmen atlatılmasının etkisiyle yeniden yükselmeye başlamış ve 1976 da %9'lara ulaşarak ortalama hedefini yakalayamasa da %6.5'lara ulaşmıştır. Dış ticarete gerek petrol krizinin, gerekse Kıbrıs olayının etkisiyle 1973 de yaklaşık 800 milyon dolar olan dış ticaret açığı dönem sonunda 4 milyar dolara yükselmiştir. İhracat 1973 de 1.3 milyar dolar iken dönem sonunda ancak 1.7 milyar dolara yükselmiş, ithalat ise 2 milyar dolardan 5.8 milyar dolara erişmiştir. Planda öngörülen nüfus artışının azaltılmasıyla ilgili hedef ise yüzde 2.5 den %2.1'e doğru gerilemiştir.

Üçüncü plan dönemi fiyat artışlarının yeniden tırmandığı bir dönem olmuştur. Dönem başında yaklaşık %20 lere iken dönem sonunda %25 olarak gerçekleşmiştir. Enflasyon artışında siyasi,ekonomik krizlerin yanında petrol ve Kıbrıs krizlerinin etkisi olmuştur. Üçüncü plan dönemi sonu ülke dış borcunun yaklaşık 12 milyar dolara ulaşması nedeniyle borç ödeme probleminin yaşandığı ve “1 sente” muhtaç hale geldiği bir dönem olarak hafızalarda yer almıştır. Siyasal krizler 4 ncü planın hazırlanmasını geciktirmiş ve yeni plan ancak 1979 uygulamaya konulabilmiştir.

1979-83 yıllarını kapsayan dördüncü plan döneminde ülkedeki siyasi istikrarsızlık devam etmiştir. Neticede; 12 Eylül 1980’de yeni bir müdahale ile karşılaşmıştır. Yapılan müdahalenin arkasından kurulan yeni hükümet döneminde, daha önce hazırlanan plandaki hedeflerin dışında yapılan yeni düzenlemelerle, kamuoyunda ve ekonomik düzende istikrarın sağlanmasına çalışılmıştır. Askeri yönetimin kurulan hükümete verdiği desteğin etkisiyle kamuoyundaki hükümet boşluğu düşüncesi kaldırılmıştır.

1978 yılına geldiğinde büyüme hızı % 1.4 iken 1979 da %-0.7’e düşmüştür. Enflasyon ise; %47’den %71’e yükselmiştir. Ekonomideki daralma ve döviz darboğazı nedeniyle dış ticaret açığı 2-3 milyar dolara gerilemiştir. Ekonomik daralmanın nedeni; sosyal barışın bozulması, ideolojik sendikacılığın başlamasıyla birlikte uzun dönemli grevlerin neticesinde üretim kayıplarının doğması, yatırım ikliminin kaybolmasıdır. 1980’de büyüme (-) % 2.3’e düşerken enflasyon üç haneli rakamlara ulaşmıştır. Dış ticaret açığı ise 5 milyar dolara çıkmıştır. Dış borcun 15 milyar dolara ulaşmasının yanında, yabancı sermaye girişi ise hemen hemen durmuştur.

### **1.3) 24 Ocak 1980 İstikrar Tedbirleri Uygulaması**

1980 yılına kadar takip edilen İthal İkamesi Politikası, 24 Ocak İstikrar Tedbirleriyle birlikte yerini İhracata Dayalı Sanayileşme Politikasına bırakmıştır. Dışa Dönük Kalkınma olarak da adlandırılan bu uygulamada alınan tedbirlerle:



- Piyasa ekonomisine işlerlik kazandırılması
- Bütçe açıklarının küçültülmesi
- Yabancı Sermaye girişinin artırılması
- Enflasyonun düşürülmesi
- Dış ticaret açığının azaltılması, ihracatın artırılması
- Pozitif büyümenin sağlanması gibi hususlar hedeflenmiştir

Bu hedeflerin gerçekleştirilebilmesi için de; serbest faiz politikası uygulaması, esnek kur politikası uygulaması, kamu harcamalarının kısılması, yüksek oranda devalüasyon, selektif kredi politikası ve ihracata bağlı sübvansiyon uygulamalarına geçilmiştir. % 100' e varan bir devalüasyonu takiben günlük kur politikasına geçilmesi diğer tedbirlerinde etkisiyle ekonomik canlanmayı yeniden sağlamıştır.

Enflasyon, 1981 yılında %42'ye, 1982 yılında %28, 1983 yılında ise %26'ya düşürülmüştür. 1981 yılında 4.7 milyar dolara yükselen ihracat 1983 yılında 5.7 milyar dolara ulaşmıştır. İthalat; yaklaşık 9 milyar dolar civarında gerçekleşmiştir. Dış ticaret açığı gerilemeye başlamıştır. Büyüme hızları yeniden pozitive dönerek %5 civarında gerçekleşmiştir.

Dördüncü Beş Yıllık Kalkınma planının ilk yılları Türk ekonomisinde kâr yılların devamı şeklinde geçmiş olmasına rağmen, alınan tedbirler neticesinde son yıllarda ekonomi yeniden kalkınma yönüne girmiştir. Ancak bu gelişmelerin Planın ruhundan çok geliştirilen yeni ekonomik politikalarından kaynaklandığını belirtmek gerekir.

## **2 ) Dışa Dönük Kalkınma Politikası Uygulaması ve Piyasa Ekonomisine Geçiş**

Siyasi alanda gerçekleştirilen askeri müdahalenin akabinde hazırlanan yeni anayasa doğrultusunda, 1983 yılında genel seçimlere gidilmiştir. Büyük bir çoğunlukla, tek başına bir partinin iktidara gelmesiyle birlikte Türkiye'de yeniden siyasi istikrarın sağlandığı bir döneme girilmiştir. Yeni hükümeti daha önce de hükümette görev alarak istikrar politikasını uygulamaya koyan

Özal olmuştur. Dolayısıyla zaten yeni dönemdeki uygulanacak ekonomi politikasının temelleri önceden atılmıştı. Hükümet daha önceki yıllarda yapılan ekonomik reorganizasyonu doğrultusunda Kalkınma Planını çalışmalarını devam ettirmiş ve kendi ekonomik görüşlerine uygun olarak hazırlayıp uygulamaya koymuştur. Böylece Beşinci Kalkınma Planı 1985-1989 yıllarını kapsayacak şekilde uygulanmaya başlanmıştır.

Ekonomide dışa açılmayı tam olarak gerçekleştirmeyi hedefleyen hükümet; bir taraftan sıkı para politikası tedbirlerini alarak enflasyonu kontrol altına almaya çalışmış, diğer taraftan Türk Parasının Kıymetini Koruma kanunu dahil dış ticaretin önündeki hertürlü engeli kaldırmıştır. Döviz işlemlerinde serbestiye geçilmiş, her türlü ticari malın ihracat ve ithalatı serbestleştirilmiştir. Kamu açıklarının başlıca sebebi olarak görülen İktisadi Devlet Teşekkülleri özelleştirilme kapsamına alınmıştır. Sermaye eksikliğini kapatabilmek için Yabancı Sermayenin önündeki her türlü engel kaldırılmıştır. İstanbul Menkul Değerler Borsası kurularak sermaye birikimi hızlandırılmaya çalışılmıştır. Alınan tedbirlerle bir taraftan bütçe denkligi sağlanmaya çalışılırken diğer taraftan yılların problemi olan enflasyonla mücadele hedeflenmiştir.

**Tablo 2: 1985 -2007 Temel Ekonomik Göstergeler (%)**

<u>Yıllar</u>	<u>Büyüme Hızı</u>	<u>Nüf.Art.Hızı</u>	<u>Enf. Oranı</u>	<u>İhracat(000\$)</u>
1985	4.3	2.5	52.9	7958.010
11343.346				
1987	9.8	2.2	33.5	10190.049
14157.807				
1989	1.6	2.2	75.5	11624.692
15792.143				

1990	9.4	2.2	57.5	12959.258
22302.126				
1992	6.4	1.9	63.5	14714.629
22871.055				
1994	-6.1	1.9	107.3	18105.872
23270.019				
1996	7.1	1.8	78.0	23224.465
43626.642				
1998	3.9	1.8	75.3	26973.952
45921.392				
2000	6.3	1.7	50.9	27774.906
54502.821				
2001	-9.5	1.5	55.0	31334.216
41399.083				
2003	5.9	1.3	8.4	36059.089
51553.797				
2005	7.6	1.3	7.7	73476.408
116774.151				
2007	5.3	1.2	18.4	107215.010
170057.279				

---

Kaynak:TÜİK,DPT verileri,Hic:2008,p.144-204

1985-1989 dönemini kapsayan Beşinci Beş Yıllık Kalkınma Planı döneminde adeta Türkiye’de yeni bir ekonomik milat yaratılmıştır. Özal dönemi olarak da adlandırılan bu dönemde ekonomik politika yeniden serbest piyasa ekonomisi tercihiyle tam anlamıyla dönmüştür. Alınan kararların uygulanmasında parlamentoda güçlü bir desteğe sahip olmanın etkisi önemlidir. Türk işadamları topluca ihracatçı olma vasfını kazanır, ekonomik

yapı tamamen dış satıma yönelik olarak yapılırken dış ticarete çok büyük artışlar kaydedilmeye başlanmıştır. İhracat 1985 yılında 7.9 milyar dolara, 1989 yılında 11.6 milyar dolara ulaşırken, ithalat;1985’de 11.3, 1989 da 15.7 milyar dolara yükselmiştir. Ancak büyümede istikrar yakalanamamıştır. 1985 de %4.3 olan büyüme hızı, 1989’da %1.6’ya kadar düşmüştür. Diğer taraftan enflasyonda %26’lara düşülmüşken yeniden 1985 de %53’ e, 1989da% 75’ee tırmanmıştır. Beşinci Plan döneminde dış borçlarda artış hızlanmış, gelir dağılımı dengesi sabit gelirli aleyhine bozulmaya devam etmiştir.

Altıncı Plan dönemi 1990-1994 yıllarını kapsarken ekonomi politikası ve hedeflerde artık temel politika değişiklikleri söz konusu değildir. Sadece zaman zaman bozulan makro ekonomik dengelerin düzenlenmesine yönelik politikalar uygulanmaktadır. Nitekim bu dönemde hükümetin değişmesine rağmen aynı politika uygulamasına devam edilmiştir. 1990’ da yeniden %9.4’ lük bir büyüme hızı yakalanırken dönem sonunda %15 lik bir daralmayla %6’ya düşülmüştür. Bu gelişmede Özal’ın ölümü neticesinde yeniden ortaya çıkan siyasi istikrarsızlığın ve koalisyon hükümetlerinin güven verememesinin etkileri de vardır. Ayrıca, dışarıda gelişen Azeri-Ermeni savaşı, Körfez savaşı, Sovyetlerin dağılması gibi olaylar da ülke ekonomisini etkilemiştir. Bozulan iç ve dış dengelerle birlikte kötü yönetim 1994 sonunda yeni bir krizin doğmasına yol açmıştır. Neticede 5 Nisan kararları olarak bilinen yeni bir istikrar politikası uygulamasına geçilmiştir. Ülkede gerek siyasi ahlak yapısının bozulmasının etkisi, gerekse adeta rüşvet ve yolsuzluk anlayışının meşrulaşmış olmasının etkisiyle tedbirler netice vermemiştir. Aksine dengeler tamamen bozulmuş ve interbank gecelik faiz oranlarında %1000’lere varan faiz olayları yaşanmıştır. Bankalar arası faiz yarışları hazine borçlanmalarını etkilemiş yıllık bileşik faizlerde %400’ler aşılmıştır. Dış ticarete 1990 da 13 milyar dolar olan ihracat, 1994’de ancak 14 milyar dolara ulaşabilmiştir. İthalat ise; dönem başında 22 milyar dolarken dönem sonunda 23 milyar dolarda kalmıştır.

1996-2000 dönemini kapsayan Yedinci Plan dönemine Avrupa Birliği Ülkeleriyle Gümrük Birliği Anlaşmasının adeta milletten kaçırılarak siyasi rant sağlama gayreti içinde imzalanarak başlanmıştır. Yolsuzluk ve suistimallerin/yolsuzlukların döneme damgasını vurduğu yıllarda, sıkça değişen koalisyonlar ve yolsuzluk iddiaları siyasi istikrarsızlığı had safhaya getirmiştir. Siyasi istikrarsızlık piyasalarda kontrolün kaybolması dışında ülkede güvenlik kontrolünün de kaybolmasına vesile olmuştur. Terör, ülkenin her tarafına yayılmış, bölücü hareketler daha da hızlanmıştır. Ülke, adeta, çeteler ülkesi olmuştur. Siyaset ve güvenlik zaafı ekonomik dengelerin bozulmasını daha da hızlandırırken 1999 yılında ülkeyi yasa boğan büyük depremle karşılaşılması, ekonomik şartları daha da artırmıştır.

Plan döneminde başlangıçta büyüme düşmüş ancak 2000 yılında biraz toparlanmıştır. Dış ticarete ihracat, başlangıçta 23 milyar dolar seviyesinde iken dönem sonunda 27 milyara yükselmiştir. İthalat ise ihracata göre daha fazla artış kaydederek 43 milyar dolardan 54 milyar dolara yükselmiştir. Bu artış trendinde hiç kuşkusuz Gümrük Birliği Anlaşmasının etkisi olmuştur. Yedinci Plan dönemi Banka krizlerinin ortaya çıkması ve bazı bankalara el konulmasıyla sonuçlanmıştır.

2001 – 2005 Sekizinci Plan dönemi daha önceleri de olduğu gibi, koalisyonlarla başlamış, zoraki oluşturulan son koalisyon hükümetinin dışardan yönlendirilen siyaset ve ekonomi politikası, planın birinci yılında şiddetli bir parçalanmayla krizle sonuçlanmıştır. Anayasa Krizi olarak da adlandırılan kriz neticesinde ekonomi %15 civarında daralarak %-9.5'lik bir büyüme hızıyla başlamıştır. Finans piyasasında var olan problemler daha da büyümüş ve Bazı kamu bankaları batma noktasına gelmiştir. Neticede ekonomi politikası dönem itibarıyla yapılan stand-by anlaşmasıyla IMF'ye devredilmiştir. 2002 yılında yapılan seçimler sonucunda Özal hükümetlerine benzer yapıda seçmen desteğine sahip, yeni bir hükümet işbaşına gelmiştir. 2007 yılında yapılan seçimlerde, yine aynı parti yaklaşık aynı çoğunlukla

ancak %47 seçmen desteğiyle hükümete devam imkanını elde etmiştir. Hemen belirtmemiz gerekir ki, 2002'den sonraki tek partili dönemde de IMF politikaları aynen devam etmiştir. 2002'den sonra siyasi istikrarın sağlanması ekonomide yeniden güven ortamının doğmasına neden olmuştur. Sağlanan güven ortamı yabancı yatırımların; uygulanan yüksek faiz değerlenmiş kur ve özelleştirme operasyonunun da etkisiyle artmasına yol açmıştır. Yabancı sermaye girişi, zaman zaman aylık milyar doları aşmıştır. 2007 de 20 milyar sınırı aşılmıştır. Dönem aynı zamanda yabancı sermaye girişinin nedenlerinden olan yüksek reel faiz politikası nedeniyle borçlanmayı ülkenin tarihinde görülmeyen seviyelere çıkarmıştır. İthalattaki artış ihracattan çok fazla seyretmiş ve cari açık tehlikeli boyutlara ulaşmıştır.

Ekonomide ortalama %5.5 civarında bir büyüme neticesinde GSMH 400 milyar dolar seviyelerine ulaşmış ve ülke en büyük 20 ülke ekonomisi arasında yerini almıştır. 2007 yılına gelindiğinde ihracat 100 milyar, ithalat 140 milyar sınırlarını aşmıştır. Plan döneminde Enflasyonla mücadelede başarılı neticeler alınmış ve uzun yıllar özlenen tek haneli rakamlara inme hayali gerçekleştirilmiştir. Enflasyon % 7.7 gibi seviyelere gerilemiştir. Ancak son yıllardaki populist politikalara dönüş sinyalleri yeniden iki haneli rakamlara dönülmesine yol açmıştır. İçinde bulunduğumuz yılda da muhtemelen çift haneli olarak gerçekleşecektir.

## SONUÇ

Türkiye son elli yılda siyaseten genelde koalisyon hükümetleriyle yönetilmiştir. Koalisyon kültürüne sahip olmayan ülkede, koalisyonlar sürekli siyasi istikrarsızlıkla neticelenmiştir. Siyasi istikrarsızlık kaçınılmaz olarak ekonomik istikrarsızlığı beraberinde taşımıştır. Özal ve AK Parti dönemleri bu olgunun tipik örnekleridir. Siyasi ve ekonomik istikrarın sağlandığı dönemlerde ülkede yatırımlar artmış, yabancı sermaye girişleri zirveye çıkmıştır.

1958-80 döneminde, yani son elli yılın yaklaşık yarısında korumacı, kontrollü ekonomi politikalar takip edilmiştir. Diğer yarısında ise serbest piyasa sistemi veya liberal ekonomi politikaları takip edilmiştir. Liberal politikaların uygulandığı dönemlerde büyüme açısından katlanarak büyümeler gerçekleştirilmiş, enflasyonla mücadelede daha iyi neticeler alınmıştır. Ancak siyaseten ve ekonomik olarak yozlaşmaların yaşandığı dönemlerde de çok yüksek oranlara ulaşılmıştır. Liberal politikalar döneminde Milli Gelir hızla artarken, gelir dağılımı daha da bozulmuştur. Liberal politika dönemleri ülkeyi ilk 20 ekonomi arasına sokarken dış borçları çok fazla artırmıştır. Cari açık her yıl artarak devam etmektedir.

Cari açığın artması, dış borç ödemelerinde sorunların büyümesine yol açacaktır. Şimdilik düşük kur, yüksek faiz politikası nedeniyle rahatsızlıklar atlatılmakla birlikte özelleştirme gelirlerinde sona yaklaşılması sıkıntıları artırıcı niteliktedir. Nitekim enflasyonun kontrolden çıkma noktasına doğru gitmesi haberci niteliğindedir.

Ülke açısından ekonomide bozulmalarda en önemli etken, genelde siyasi istikrarsızlık olmuştur. İçinde bulunduğumuz dönemde yaşanan kaos ortamı yeni istikrarsızlıkların izlerini taşımaktadır. Yeni siyasi istikrarsızlığın yeni ekonomik krizlere dönüşmemesi önümüzdeki gündemi oluşturacaktır.

#### **KAYNAKLAR**

1. Mükerrrem HİÇ, **A Survey of Turkey's Economy and Politics 1923-2007**, Create Space yayını, 2008
2. İlhan ULUDAĞ-Erişah ARICAN, **Türkiye Ekonomisi, Der Yayınları, İstanbul** 2003
3. Erdinç TOKGÖZ, **Türkiye Ekonomisi**, İmaj yayınları, İstanbul 2001
4. [www.tcmb.gov.tr](http://www.tcmb.gov.tr)
5. [www.tuik.gov.tr](http://www.tuik.gov.tr)
6. [www.dpt.gov.tr](http://www.dpt.gov.tr)

## SON ELLİ YILIN İŞLETME DÜZENİ VE ÇEVRESİ: TÜRKİYE ÜZERİNE BİR KESİT ANALİZİ DENEMESİ

Prof. Dr. Muhittin KARABULUT\*

### ÖZET

Türkiye'deki tarım ve sanayi işletmeciliği ve çevresinin bu kesit analizinde, son elli yıllık gelişmeler üzerinde bir bakıma "sörf" yapılarak, "tarım toplumu" koşullarının o günkü mevcut durumu ele alınmakta, tarım toplumu koşulları tamamlanmadan endüstri toplumuna geçilmeye başlanıldığı ve bu da yeterince başarılamadan "bilgi toplumu" tarafından yapılan kuşatma üzerinde durulmaktadır.

Tarım toplumu "işletme ve çevresinin" ilkel yapısının, 1950'lerde bile devam ettiği vurgulanmaktadır. Tarım toplumundan şehre geçiş ve şehirdeki "sanayi" çevresinin ne kadar kısıtlı olduğu ve sanayi toplumunun bir türlü kurulamadığı belirtilmektedir. "Montaja" dayalı sanayinin, araştırmasız ve süreç kalitesiz bir biçimde sorunlar yumağı içinde kendini bir türlü tamamlamadığı ve son çeyrek asırda ise, asimetrik rekabet karşısında yok olma sürecine doğru sürüklendiği üzerinde durulmaktadır.

Sorunun, aslında, bir yönetim sorunu olduğu, "her dönemin adamları" tarafından kuşatılan hükümetlerin, kendilerini seçenlere değil, "seçkinleri, kendi iç çemberinde yer alan destek birimlerle dış kaynakları" referans alma anlayışlarıyla oluşan kronik görünümünün, "bilgi toplumu" çağında, içinden daha fazla çıkılmaz hale geldiği vurgulanmaktadır. Ancak, birçok sorunun çözümünde olduğu gibi, çözüm, yine, bir yönetim sorunu olarak kendini göstermektedir.

**Anahtar Kelimeler:** İşletme düzeni, birinci dalga, ikinci dalga, bilgi toplumu, engelli yarış.

### ABSTRACT

This cross section analysis is focusing on management structures and environment of Turkish companies in the last fifty years. The current situation of the "agricultural society" is discussed in this paper. The paper points out that it was used to shift from "agricultural society" (first wave) to industry society /second wave) without meeting all requirements. Although this was not achieved well, the knowledge society has surrounded.

The primitive structures of companies and their environment of agricultural society continued even in 1950s. This paper discusses that the movement to the city and the restriction of industrial environment in the city. Thus, the industry society has not been established yet. The industry based on assembly has not been integrated because of not conducting research and development and not achieving quality in processes. Thus, it is drift to disappear in the last quarter of the century because of asymmetric competition. This problem is actually the management problem. It is emphasized that the chronic view of the governments which are surrounded by elite people instead of by people who voted for them have support units to serve external resources is a major problem in the "information society" age. However, this problem should be solved as a management problem.

**Keywords:** Management structures, first wave, second wave, management, information society, asymmetric competition

---

\* Beykent Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Öğretim Üyesi



## GİRİŞ

Son elli yılın Türkiye işletme “düzeni” üzerine kesit analiziyle bir denemeye girişirken, A. Toffler’in “Üçüncü Dalga” (Toffler,1981) başlıklı eserindeki yaklaşımından hareket ederek, bir bakıma, “sörf” yapmaya girişilmekteyiz. Bu “sörf” esnasında, Toffler’ın üçüncü dalgasında yer alan bilgi toplumu, bizim/ülkemiz için, bu günkü haliyle bir “alaca karanlık” olarak kalacağı için, bu konuya fazla girmeyeceğiz. İkinci dalga veya sanayi toplumu, on dokuzuncu yüz yıl başlarında makine ile başlasa da, bizde, bir buçuk asır sonra bile, ancak “montaj” olarak kendini göstermiş, süreçler ise, henüz tamamlanmamış bir özellik göstermekteydi. Bir bakıma, bizde, ikinci dalga, “başta erişmeden” ve evrimleşmeden bitti. Bilgi toplumu olma özelliğimiz ise, “kavanozu dışından yalamaktan” öteye pek geçememektedir. Oysa, her ne kadar zaman boyutu verilirse de bu toplum, iki asırdır “çağdaş uygarlık” sloganı ile yatıp kalkmaktadır...

Toplam kalite konusunda yapılan çalışmalarda varılan bir sonuç vardır: “Ortada bir sorun varsa, bunun en önemli etkeni yönetimdir.” Diğer bir deyişle, Türkiye “çağdaş uygarlığının önünde, en büyük engeli, “yönetenlerin oluşturduğu” söylenebilir. Öte yandan, bilgi toplumundan, “daha fazla özgürlük” beklenirken, bilgiyi yönetenlere daha fazla “bağımlı” hale getirme süreci de başlamıştır. Bu, kendi içinde, bir paradox oluşturmaktadır.

### 1. “Birinci Dalgada” İşletme Düzeni ve Çevresi

1950’lerde tarım toplumunda, “işletme” düzeni ve çevresi, basit ve fakat sorunluymdu. Nitekim, nispeten merkez bir köyde bir kesit analizi yapacak olursak, şunları görebilmekteydik:

Köy “işletme“ düzeninde, kullanılan donanımlar basit, üretim ve tüketim süreciyle sosyo-ekonomik yaşamın dinamizminin yoğunluğu düşük, sinerjisinin noksan olmasına karşın, biraz daha fazla “ışık” arayışı mevcuttu. Birinci “dalgada” planlamayı mevsimler ve iklim koşulları, üretimi kol ve hayvan gücü, performansı deneme yanılma uygulamaları tayin ediyordu. Sulu topraktan yılda en çok iki defa, susuz topraktan ise bir defa ürün alınırdu. Nadasa bırakılan topraklarda ise iki yılda bir ürün ekilirdi. Uygulama süreci etkinliğinde, “ihtimaller” daha fazla rol oynamaktaydı. Bu, “kaderciliği” de desteklemekteydi.

#### 1.1. Birazda Daha Fazla “Işık”

Bu merkez köyde “ışık,” 15 cm boyunda kulplu teneke bir huni içindeki gazı emen fitilli bir çıra ve gaz lambasından (“14 numara” cam taşıyan lamba lüks sayılırdı) ibaretti. Gece, evler arası seyahatlerde ve arazi sulamalarında,

“varlıklılar, rüzgar ışığını söndürmesin diye, oval-silindirik camı 3-4 telle çevrilmiş “gazlı fener” kullanırdı. Pilli el lambası pek bilinmezdi.

Çoğu önlüksüz ve 8-9 yaşında ancak okula başlayabilmiş erkek çocuklar, çevre köylerden 5-15 km yol yürüyerek merkez köydeki okula gelirlerdi. Tek öğretmenli/müdürlü beş sınıfın aynı odada/salonda bir arada okuduğu tek sınıflı okulda, önce harfler öğretilir, toprak zeminde çizgilerle veya fasulye ile “alıştırmalar” yapılırdı. Sarı “saman” ve yağlı gibi çizgili defterlere, bazen son tutacak yeri bir kamaşa bağlanarak uzatılmış kalemle yazı yazılırdı. Önlük ve yaka, pek bilinmezdi. Herkesin kitabı yoktu. Tümü erkek olan öğrenciler, çanta olarak bez torbalar taşırlardı. Kışın, her öğrenci, yakacak için, bir dal/odun getirirdi. Okulun temizliği, öğrenciler tarafından, sıra ile yapılırdı. Kız çocuklar okutulmazdı. Bunun, ileriki yıllarda, “demokrasiye” olan “katkısı”, hayranlık uyandırıcıydı: Bitişik köyün ilk okul mezunu muhtarı ile şehirde karşılaşmıştık. “Yörede, seçimleri kim aldı?” diye sordüğümüzde, cevap şaşırtıcıydı: “Silme arı çıkacaktı, ama bazı kadınlar, arı ile kuşun resimlerini birbirinden ayıramamışlar!”

Okulun tuvaletleri var, fakat suyu olmadığı için, çevre araziler kullanılırdı. Sonradan bir depremle yatağı değişip kuruyan ve köyün üst yanında yer alan, yüzlerce musluğu besleyecek kadar bol suyu olan “ulu pınar”ın, “sahipleri” vardı. Onlar, okula, camiye ve köye su vermezlerdi.

Öğrenciler, beşinci sınıftan, imtihanla mezun olurlardı. 70-80 köyün, sadece 6-7’sinde, ilçe ve bucakta birer ilk okul vardı. Okullu köylerde iki okulun öğrencileri, 5-10 km yol yürüyerek bir merkezde toplanır, iki öğretmen sınav yapardı. Mezun olan öğrenciler, bir başka üst okula pek gitmezlerdi. Köy Enstitüleri’nin öğretmen okuluna dönüştürüldüğü okullara, zaman zaman 1-2 mezun gider, günün birinde öğretmen olarak yöreye dönerlerdi.

Genç kız ve kadınlar, 1 km kadar uzakta köyün alt yanında, 1954 inşa tarihini taşıyan ve boşa akan çeşmeden “küze” olarak adlandırılan büyük toprak testilerle suyu sırtlarında getirirlerdi. Çeşme başı ve su yolu, bir başka şekilde görüşemeyen bayanlar için, bir sohbet fırsatı alanıydı. Tüm “haberler” suyolundan ve çeşme başından alınır verilirdi. Hatta, geçmişte, Atatürk’ün öldüğü haberini de çeşme başında bayanlar birbirine aktarmış ve birbirlerine de tembihte bulunmuşlar: “Sakın kimseye söylemeyin, düşmanlarımız duymasın!” Erkeklerin, hayvan sırtıyla da olsa, su taşınması “ayıptı”. Çamaşır suyu, deterjanı, soda vb. yoktu. Kadınlar, akarsu kenarında çamaşır yıkarken, kazandaki kaynar suya, suyu kaynatmak için kullandıkları meşe dal ve odunlarından oluşan külü atarlardı. Bir süre küllü suda kaynayan çamaşır, düz bir taşın üzerinde “köpüçle” (yassı bir oklava) dövülür, sabunlanır, durulanır, elle sıkıp çevre çalılıklara kuruması için asılırdı. Meşe odunu külü

olmayanlar, olandan alırdı. “Her halde, komşu, komşunun külüne muhtaçtır”, atasözü, bu nedenle söylenmiş olsa gerek...

Fırat, 2-3 km uzaktan geçerdı, fakat, köylüler su için kavga ederlerdi. Çevre köylerde su için, zaman zaman, cinayetler işlenir, kan davaları güdülürdü... Bahardan itibaren, “su sahipleri,” suyun paylaşımını, Güneş’e göre düzenlerlerdi. Güneş doğarken su, bir başkasına geçerdı. Öğle vakti, Güneş, bir türbenin giriş kısmındaki çizgi-çukura düşünce, su bir başkasının olurdu. Akşam gün batarken, su bir başkasınındı. Çok az da olsa, “köstekli” saat kullananlar vardı. Bu saatler, “demiryollarından” emekli olanlara verilirmiş. Saatlerin ayarı, “ezaniydi” ve akşam Güneş dağdan kaybolduktan on beş dakika sonra, saat 12.00’ye ayarlanırdı. Akşam ezanı, dört mevsim, saat 12.00’de olurdu...

Yakın bir merkez köyde, fotoğraflar körüklü bir fotoğraf makinesiyle sayı sayılarak çekilirdi. Sahra tipi/manyatolu telefonla iletişim sağlanır, “telgrafın direklerine” sadece kuşlar konmaz, çoban çocuklar, direklerdeki “beyaz fincanları”/porselenleri nişangâh olarak da kullanırlardı. Jandarmalar hat kontrolü yapıp telleri tamire girişirlerdi. Köye jandarma gelince, çocuklar jandarmalardan korkar, sağa sola kaçışırlardı. Bir korkuları da aşı için gelen iğneci/sağlık memuruydu. En yakın pratisyen doktor, yürüyerek dört saat uzaklıktaydı. Yaralanmalarda, yaraya ezilip tuzlanmış, ödem/çıban hallerinde kor ateşte pişirilmiş soğan bağlanırdı. Ölenlerin ölüm nedeni, çoğu kez, bilinmezdi. Hayvanların yedikleri bir ottan şişip hastalanması halinde, “sidikli” toprak bulamacı içirilirdi. Ormancıdan da korkulurdu. Buna rağmen, kese kese, sıra, meşe ağaçlarının köküne gelmişti. Artık, yakacak için, meşe ağacı kökleri çıkarılırdı.

## 1.2. Donanım, Üretim ve Ticaret

Köy evleri, taş ve çamurdan yapılırdı. Duvar örülürken, her 1-1,5 metre yükseklik arasına, kavak ağacından “hatıl” ( duvarın her iki tarafına 10-15 cm. kalınlığında yontulmuş birer kalas konur ve bunlar enlemesine 8-10 cm kalınlıkta çubuklarla bir metre kadar aralıklarla çivilenirdi) konur ve duvar bunun üzerine örülmeye devam ederdi. 2,5 metre kadar yükseklikten sonra 3-4 metreden daha geniş odalara (eyvan gibi) 35-40 cm çapında, önceden kesilip kurutulmuş “hezan” konur, bunun alt ortasına 20-25 cm çapında direk “dikilirdi”. Çift katlı evlerde, alt katta, hezanların kalınlığı daha fazla olurdu. Hezan üzerine yatay olarak 10-15 cm çapında, 20 cm aralıklarla “tersikler” konur ve bunların üstü ince dallarla örtülür ve en üstü de 10 cm. kadar kalınlığında çamurla sıvanır ve kurumaya terk edilirdi. Damın üstü, hafif nemli iken, bu toprak zemin tuzlanır ve 30 cm kadar çapında silindirik taştan oyulmuş“loğ” ile sıkıştırılırdı. Evlerin kapılarında 15-20 cm. kilit ve 15 cm. boyunda L tipi bükme dilli bir anahtarı olurdu. Odalarda genelde kilit olmaz,

iple çekilen bir çengel/mandal takılırdı. Eski kapılarda ise, dişleri seyreltilmiş tarak gibi giydirme dilli tahta anahtar (zoynak) bulunurdu. Bu “dil” çıkartılırsa kapı açılmaz, dilli iken bile ancak yöntemi bilen hünerli parmaklarla dili yönlendirerek kapı açılabilirdi. Duvar ve tarım işçiliğini ücret karşılığı, köyün fakir yetişkin beyleri yapardı.

Köyün bakkalında, leblebi, şekerleme- bisküvi, sabun ve gaz(tenekeyle) dahil, bir düzine kadar mal çeşidi olurdu. Bunlar da şehirden, özellikle kışın, “katır sırtında” getirilirdi. Köyün bakkalı, berberi, dişçisi, sünnetçisi, hatta kırıkçısı bile aynı şahıs veya akrabaları olurdu. Kışlar, uzun sürerdi. Bahar özlemi ve yalancı bahar, bir tekerlemeyle anılırdı: “Mart kapıdan baktırır, kazma kürek (sapı) yaktırır.”

Az sayıda da olsa, fakirler, terbiye edilmiş hayvan derisinden kendi yapımı çarık giyerdi. “Yemenici”/ayakkabıcı, demirciler bucakta veya ilçede bulunurdu. Demircilerin ve çul/kilim dokuyucuların, gayri Müslim veya “dönme” oldukları”/din değiştirdikleri söylenirdi. Demirciler, aynı zamanda nalbantlık yapar, orak (pulluğun, traktörün bilinmediği köylerde) ve pabuç tarzında ucu sivri saban demiri yaparlardı. Saban, demiri hariç, üç parçadan oluşmaktaydı: Bir metre kadar uzunluğunda baston gibi dikey bir kumanda aletiyle tutacak, 45 derece açılı 10cm çaplı 3 m. kadar bir ok, 20 cm kadar taban ene ve 80 cm kadar boya sahip bir mekik. Sabanla 20-30 cm derinliğinde çift sürülürdü. Bu amaçla iki öküzün boynuna takılıp oval iki sopayla (samı) bağlanan boyunduruğun ortasındaki halkadan, uç kısmına yakın 2-3 delik bulunan sabanın oku geçirilerek iki alet birbirine bir çubukla takılırdı. Demirciler, hasat mevsimi ödenmek üzere veresiye de çalışırlardı. Semerciler gezgin de olabiliyordu. Tuzu, deveçiler getirir, eleği, kalburu ve “sarata” (kalburun daha iri deliklisi) “gurbetler” (Romanlar) imal eder, arpa, buğday ve mısırla “trampa” ederlerdi/değiştirirlerdi. Tuz, sadece yemeklere konulmaz, hayvanlara da zaman zaman verilir, daha ziyade, sonbahara doğru evlerin damları sıvanırken sıvanın üzerine de serpilir ve “log” ile zemin iyice “silindirden” geçirilirdi. Cuma günleri bucakta pazar kurulur, tarım ve hayvancılık ürünlerini köylüler bu pazarda satışı sunarlardı. Köylere “çerçiler” de gelir, genelde, kumaş, testi, mevsim dışı meyve vb. getirir, bunları buğday, arpa ve mısırla değiştirelerdi.

“Varlıkların” öküzü çift, fakirlerinki ise tekti. Tek öküzlüler, çift sürme veya döven (gem) sürme esnasında, birbirlerinden ödünç öküz alırlar, “imece” usulü yardımlaşırlardı. Adana yöresinde çiftçilik yapmaya gidenler, o yöredeki “ağaların”, çok öküzlü olduğunu söylerlerdi. Üç beyaz “devrim,” köye tam anlamı ile yetişmemişti. Su değirmenlerinde un öğütülür, saclarda ekmek pişirilirdi. İğneli L tipi bir el aletinde yün ve pamuk taranır, T tipi “iğ”lerde iplik “eğrilir/üretilir”, daha büyük iplik “çileleri” ise, “çir” ile (davulumbazlı bir çıkırıkla) sarılır, çevredeki el tezgâhlarında “bez” olarak dokutulurdu.

Dokuma için, kamyş sapından “tarak” yapılırdı. Dokunan “kumaşlar” bitki kök ve dal boyalarının kaynadığı kazanlarda boyanır, elle dikilirdi. Askere gidip gelenler, emanet getirip teslim etmedikleri palto vb. giysilerini, kök veya dal boyada boyayıp giyerlerdi. Ancak, palaskanın mutlaka teslimi gerekirdi. Şehre gidenler, yılda bir defa birkaç haftalığına izne gelir, bir dahaki sefer gelişlerinde birkaç aylık olan bebeklerini görürlerdi... Bebeklerini anne ve babaların yanında kucaklarına alamazlardı. Bebeklerin isimleri, tarihi dini liderler ve eşlerinin, “üç ayların”/oruç veya erkeğin babasının/dede ve annesinin/ninelerinin adlarını taşırdı. Kadının anne ve baba adı çocuklara verilmezdi. Bazen de erkek çocuklar, babalarının bir asker arkadaşının veya “komutanının” adını taşırdı.

### 1.3. Sosyo-Ekonomik Yaşam

Evlilikler, öncelikle yakın akraba çevresinden gerçekleştirilirdi. Kızlara “başlık” parası vermek gerekirdi. Pek güzel olmasa da varlıklı kızların başlık parası daha fazlaydı. 15-16 yaşından büyük kızlara, “evde kalmış” gözüyle bakılırdı. “Evlilikte”, ilk erkek çocuk okul yaşına gelinceye kadar “hükümet nikahı” yapılmaz, imamın duası ve iki şahit (“gelin” ve damat törende bulunmazdı) evlilik için yeterliydi. Gelin, ilk evlilikte, mutlaka “kız” olmalıydı. “Gelin”, herkesten önce kalkmalı ve herkesten sonra uyumalıydı. Kalkma ve yatma zamanını “kaynana” belirlerdi. Çocukları büyüyünceye ve ayrı bir eve taşınmaya kadar, gelin, kaynananın “dediğinden” ayrılmazdı. Aksi halde, “boş kağıdı” ailesine gönderilirdi. Evliliğin üzerinden birkaç yıl geçmeden veya çocuk doğurmadan, kadın, kayın pederi ve yetişkin beylerin yanında yüzünü açamazdı. Kocasından ayrılmış, genç bir “kadın”, ancak hanımı ölmüş “yaşlı” biriyle veya bir başka köydeki dul bir beyle evlenebilirdi... Kızlara “mirastan” pay verilmez, kocasından ayrılmış kadın, “baba” evinde yaşardı. Baba evinde, genelde, evli küçük erkek kardeş, yaşlı anne ve babası ile birlikte otururdu. ‘Gelin’, erkek çocuk doğuruncaya kadar pek makbul sayılmazdı. Doğumu, “tecrübeli” bayanlar yaptırırdu. Doğum esnasında ölen birkaç bayan için “yakılan” ağıtlar, hafızalarda iz bırakırdı. Bu izlerden biri de ilçenin “ileri gelenlerinden” birinin hamile gelinini almaya gelen “askeri helikoptere” ilişkindi. O gün çekilen bir fotoğraf “kartpostala” dönüştürülmüş ve altına “inanılmaz gerçek” diye yazılmıştı. Genelde, tek eşli evlilikler geçerliydi. Ancak, az da olsa, peş peşe kız doğurmuş kadın, “ata ocağını tüttürecek” çocuk doğuramadığı için, evliliği sona erebilir veya bir “kuma” getirilmesine “razi” gelirdi! Kadın, kocasına ismiyle hitap edemezdi. Başkalarının yanında, kocasından, çocuğunun ismiyle “.... babası” veya “herif” diye bahsederdi... Vefat etmiş bir erkeğin, çocuklu genç eşi varsa, bazen, bekar küçük erkek kardeşe “nikahlanırdı”. Bunun dışında, kadın çocuksuzsa, baba evine döner ve eşinin “mirasından” pay alamazdı. İki aile birbirlerinden karşılıklı kız “almışlarsa”, bir anlaşmazlık veya boşanma halinde, diğer “gelin de” baba

evine dönerdi. Dede ve nineler, kızlarının çocuklarına fazla yakınlık göstermezlerdi.

Kız ve erkek çocuklara dört-beş yaşına kadar “fistan” giydirilirdi. Elle dikilmiş fistanların etek ve kol boyu, içten 3-4 cm kasılır, çocuklar büyüdükçe bu kasılan dikişler sökülürdü. Sökülen güneş görmemiş yerlerin rengi farklı olurdu. Daha büyük ve yetişkin erkekler, el tezgâhından keçi kılından dokunmuş veya pamuklu dokumadan siyah “şalvar” giyerlerdi. Bele genelde el tezgâhında dokunmuş yün kuşak bağlanırdı. Kuşakla yakasız gömlek/göynek arasına tütün tabakası, çakmak (çakmak taşı, demir çubuk ve çakmak kav/meşe yosunu da kullanan vardı) veya yarı kama biçiminde kılıflı bıçak konurdu. Tabanca taşıyanlar, dıştan belli olmasın diye, kuşağı gömleğin içinde bağlarlardı. Varlıklı erkekler yelek de giyerlerdi. Yetişkin kız çocukları ve kadınlar, el tezgâhın da pamuk ipliğiyle dokunmuş “k/göynek” giyerlerdi. Bayan şalvarları iki parçalı ve kendileri tarafından elle dikilirdi. Bu şalvarın /tumanın alt tarafı parlak siyah çizgili kırmızı pamuklu kumaştan (yine bu kumaşın daha parlak bir benzerinden/taskutnu, belden aşağısı yırtmaçlı ve önü açık bir giysiyi/”saya”, özellikle köyden çıkıp bir başka yere gittiklerinde giyerlerdi), kapaktan yukarı üst tarafı ise daha koyu renk pamuklu dokumayla üretilmiş pamuklu kumaştan olurdu. Kız çocuklar, renkli baş örtüsü, evli bayanlar ise beyaz keten (namazla fazla ilgileri olmasa da) örterlerdi. Bir başka köye veya ilçeye/bucağa gidilirken kare çizgili “ğıla”ya/çarşafa bürünürlerdi. Kışın, bayanlar el örgüsü (genelde kolsuz) hırka, erkekler, yine el örgüsü V yaka kısa kollu yün kazak giyerlerdi. Çoraplar da el örgüsüydü. Bu örgüleri iki “çağla” genç kız ve kadınlar örerd. Sokakta ve tarlaya gidip gelirken, karşıdan bir bey geliyorsa, yetişkin kız ve kadınlar önlerine bakarak yürürlerdi. Otururlarken, yetişkin bir bey yanlarından geçecek olsa, yetişkin kız ve çok ileri yaşta olmayan kadınlar ayağa kalkarlar ve yüzlerin yana dönerlerdi.

Ceketi ve gömleği, “gurbete gidip dönen/”sılacı” erkekler (özellikle ilk geldiklerinde, Cuma günleri veya bir başka köye ve kasabaya gittiklerine) giyerlerdi. Bu, aynı zamanda, “gurbette” “para kazandıklarının” da bir göstergesiydi. Sılacılardan “varlıklı” olanlar “katırcıları” kiralayarak, diğerleri 8-10 saat yürüyerek/yaya gelirlerdi. Katırcıları kiralamak için, yolun bir bölümüne kadar kamyon ile gelinir, geceleyin bir “handa” konaklanırdı. Handa, herkes yere bir örtü serip eşyalarının yanında yatarlardı. Tuvalet için, çevre araziler kullanılırdı. Bu durum, özellikle bayanlar için, büyük sorun olurdu. Sılacılar, “hoş geldinize” gelen büyüklere, fabrikada üretilmiş sigara (Birinci, varlıklılar ise Bafra, Gelincik, Harman) ve çay, çocuklara sakız ve şeker ikram ederler, yanlarında getirdikleri mektupları dağıtır, “tembihleri” de ilgisine aktarırlardı. Dönüşleri de aynı şekilde, “mektuplu ve tembihli” uğurlamalarla olurdu.

Son baharda, varlık gücü ve nüfus sayısına göre, önceden beslenen hayvanlar “kavurma” için kesilir, 5-6 ay et ihtiyacı kavurma yapılarak karşılanırdı. Et, sadece Cuma günleri merkez köylerde kesilir veya kasabaya gidip dönenler getirirdi. Eti herkes alamaz, varlıklı olanlar, tercihlerini önceden köyün kasabına bildirirlerdi. Sonbahara doğru, domates, patlıcan, biber kurutulur; bulgur, pekmez (dut ve/ya üzümünden), tarhana vb. yapılırdı. Hayvanlar için, Temmuz’da saman, baharda ottan “burma” (baharda 30-40 cm boyundaki otlar biçilir, bir kişinin besleyip diğerinin 30 cm kadar bir çubukla burduğu otlar Güneş’te kurutulurdu) yapılır ve samanlığa taşınırdı. Biçilen başaklı buğday sapsarı, harmana (8-10 metre çapındaki düz alan) tel tel serpilir ve iki öküz veya eşekle dönerek çekilen düvenle (0, 50x2 metre ebadında 5 cm kadar kalınlıkta dut ağacından oyulmuş tahtanın altına çapraz delikler açılıp beyaz çakıl taşı çakılmış bu tarım aracını üzerinde bir kişi ayakta durarak hayvanlara kumanda ederdi) ezilip saman haline getirilirdi. Temmuz ayına, rüzgarda yaba ile savrulan harmanda taneler ve saman birbirinden ayrılırdı. Saman “haral”lara/kıl büyük çuvala “basılarak” (kol gücüyle sıkıştırılır, iki-üç dolu el tezgahı dokuması “haral”/ büyük çuval at, eşek veya katıra yüklenerek) samanlığa (mereğe), taneler ise ambara taşınırdı. Harman yerine gelen “fakirlere” 1-2 ölçek (bir ölçek=yarım teneke) tahıl verilirdi. Samanlıktaki samanların üzerine, kışın da yenilebilsin diye karpuz ve kavun dizilirdi. Son baharda mısır veya soya benzeri “maş” hasadı da yapılırdı. Suyu olanlar, buğday biçilen yere mısır ve bunun aralarına “maş” tohumu ekerlerdi. Mısır koçanları soyulup kurutulduktan sonra sopa ile dövülerek taneleri ayrılırdı. Mısır’ın sapsarı, samanlığa taşınır ve kışın bir kalas üzerinde “dehre” (dal kesiminde kullanılan yarı orak) ile doğranarak hayvanlara verilirdi. İnsanlar ve hayvanlar için yiyecek tedarik edilmiş, çökelek (ayranın kaynatılıp süzülmesi ve bunu nemi alındıktan sonra yüzmeden çıkarılan ve bitki kabukları ile “terbiye” edilen keçi derlerinin içine basılır ve serin bir yerde muhafaza edilirdi) ve tereyağı da hazırlanmış, tuz, şeker ve gaz yağı da tedarik edilmişse, artık kış gelebilirdi... Kışın birkaç tavuğun yumurtlaması yiyeceği zenginleştirirdi. Bahara doğru, hayvanların doğurması, geleceğe bakışı iyimserleştirirdi.

#### 1.4. İletişim ve İlişkiler

Köy yaşamında iletişim yolcu beraber mektup, tembih, postayla “eliyle”, manyetolu telefonla davetli/çağırılmalıydı. Köyde radyo da henüz yoktu. Daha sonraları öğretmen (ler) “batarya” diye bilinen 15-20 cm kadar boyunda birkaç pille çalışan ve telleri evin tepesinde dolaşan (gündüzleri pek ses alamayan) radyo getirdiler. Bunu, daha sonra “Aga” markalı transistörlü radyo izledi. İlçede bile elektrik yoktu. Sonraları, özellikle cami ve kahvehanelere “lüks” diye tabir edilen ve gazla çalışan ketenli lamba geldi ve çevreye daha bol beyaz ışık yayıyordu. “Kahvehane”, merkez köylerde yeni yeni açılıyordu.

“Gaz ocağı” yoktu. Bir bakıma, köyler, gaz ocağını tanımadan, yıllar sonra, tüp gaza geçtiler.

Akşamları, sosyal yakınlıkları olanlar birbirlerinin evlerine “misafirlığe” giderlerdi. Özellikle kış günü akşamları veya bayramlarda “misafirlığe” gidilir, erkekler ve bayanlar “oturma odasında” ayrı ayrı veya “eyvanda” otururlardı. Bayram namazı sonrası, köyün erkekleri sıra ile evleri ziyaret ederek bayramlaşırlardı. Bayramlaşma sonrası, misafirlere küçük bakır kalaylı bakır kaplar içinde sütlaç ikram edilirdi. Gelen misafirler, ev sahibi ile birlikte çıkar, diğer bir komşuyu ziyaret edip bayramını kutlardı. Fakir evlerde, bayramlaşma daha ziyade kapı eşiğinde gerçekleştirilirdi.

Misafiriklerde yaşlı ve “statülü” baylara, “oturma odasında” baş köşe verilir veya “ varlıklı” evlerde bir metre yüksekliğindeki tahta divanda oturmaları sağlanırdı. Yerlere, “palaz”/çul üzerine minder serilir, duvara doğru sırta “yastık” konulur, “bağdaş kurarak” (bacaklar kapak civarında içe bükülerek) oturulurdu. Misafire, içinde “kaçak tütün ve kaçak sigara kağıdı” olan “tütün tabakası” sunulur (kanun korkusundan kaçak tütün içemeyenler, bir kağıtla küp biçiminde sarılmış ve içinden kağıdı da çıkan tütünden “cigara” saralardı ve biraz varlıklılar ise, köylü veya ikinci/üçüncü sigaraları içerlerdi), “kahve değirmeninde” çekilmiş kahve, küllü kor ateşte pişirilir ve fincanla ikram edilirdi. Kaçak tütün ve kağıdının jandarmalardan ve özellikle de atının nallarından kıvılcımlar saçarak gelen kırmızı sırmalı “gedikli” çavuşundan saklanması gerekirdi. Bayanların kahve ve sigara içmesi “ayıptı”!

Akşam misafirler gittikten sonra, -bir yazarın da işaret ettiği gibi, orta oyunlarında değişen sahneler gibi,- misafir odası, “yatak odasına” dönüşürdü. Evin büyükleri ve torunlar burada, genç evliler, “eyvanda”/ayvanda yatarlardı. Evin büyükleri, aynı yatakta yatmazlardı. Kız torunlar nineleriyle, erkek torunlar dedelerinin yatağında “başlı-kıçlı” yatarlardı. Evlerde banyo yoktu. Bir metre çapındaki büyük “teşt”lerde/leğenlerde veya “çark” diye bilinen 1,5 metre en ve boyundaki/kare “küvette” banyo yapılırdı.

Sobalı ve perdesiz de olsa cam pencereli evler, az sayıdaydı. Diğerlerinde, pencereler 20x30 cm ebadı kadar küçük tutulur, kışın, geceleri mısır sapları veya paçavralarla kapatılırdı. Hatta, eski tek katlı evlerin “penceresi” (20x30 cm kadar) gökyüzüne açılıyordu. Kış geceleri, bu “pencerenin” üzerine düz bir taş kapanır, gündüzleri açılırdı. Bu “evlerden” gökyüzüne bir baca da açılırdı. Baca tabanına, yarı çember biçiminde, 20 cm boy ve 10-15 cm eninde içten örülmüş bir “ocak”, mutfak görevi gördüğü gibi, ısınmada da kullanılırdı. Kışın, bu ocağın vücudun yarısı (ocağı/ateşi gören yönü) ısınabiliyordu... İki kuşak ötesine ait eski evlerde ise, aile, hayvan ahırlarının içinden bir metre kadar yüksek yapılan ve “seki” tabir edilen yerde yaşar (o yıllarda “Saray’da”, Almanya’dan ithal edilen porselen sobalar, bir yakılınca günlerce çevreye ısı



yayabilmekteymiş) ve kışın, bu “doğal” hayvan ısısından yararlanırlarmış. Pamuk veya yünden yapılmış yatak ve yorganlar, bir kilimin üzerine yere serilirdi. Evlerin iç duvarı, zeminden bir metre kadar yüksekliğe kadarı “şerbet” haline getirilmiş kırmızı toprakla, üst tarafı “beyaz” (kireç benzeri) toprak şerbetiyle çalı süpürgesi kullanılarak (şerbete batırılıp duvara çırpılarak “boyanırdı”).

### 1.5. Bürokrasi

Rivayet edildiğine göre, yıllar önce, gideceği yeni ilçenin yolunu şaşırın bir kaymakam, büyükçe bir dağ köyüne gelmiş. Gideceği yeni ilçeyi sormuş. “Burasıdır”, demişler ve köyün adı değiştirilerek ilçemiz haline dönüştürülmüş!

Devlet “memurları” fakirlerin evlerine konuk olmazdı. “İşi” devlete düşünce, fakirin işi zora girerdi. Köye, arazi, hayvan vb. vergileri toplamak için, “tahsildarlar” gelirdi. On beş-yirmi yıl kadar önce, bir köye “tahsildar” sokulmamış, köye, jandarma zoruyla girilebildiği söylenirdi. O zamanlar hayvan, ürün ve yol vergileri varmış. Yol vergisi ödeyecek parası olmayanlar, gidip yol yapımında çalışmışlar. Parası olanlar, vergiyi ödediği gibi, satışa çıkarılan “gavur” tarlalarını alıp arazilerini ve su “haklarını” büyütmüşler. Mülkiyet, çok çocuk nedeniyle bölünmeye ve küçülmeye de başlamıştı. Özellikle kırsal alanda, bazı arazilerin tapusu yoktu ve arazi, “elinde bulundurmakla/zilyetlikle” sahiplenilmişti.

Esasen, göçlerle hareket eden nüfusun, önce, dağ eteklerinde tutundukları, daha sonra, ovadakilerin başka yörelere hareketiyle boşalan alanları işgal ederek veya satın alarak ovaya doğru kaydıkları görülmektedir. Buna, imparatorluk döneminde bazı sürgün ve Türkleştirme politikalarının da destek olduğu söylenebilir.

## 2. “Sanayi” Toplumuna Geçiş

Tarihi süreçte, tarım toplumunu tam anlayamadan sanayi toplumu tarafından kuşatılmıştık. Montaj sanayii ile bu kuşatılmışlığın etkileri, bir tür pansumanla azaltılmaya çalışılmaktaydı. Sanayi toplumu olmayı başaramadan bilgi toplumu tarafından kuşatıldık. Bilgi üretmemek, araştırmaya yeterli kaynak ayıramamak vb. belirtiler, bunu da başaramayacağımızın sinyallerini veriyor.

### 2.1. Makine veya “Tumafil”

Günün birinde, yıllar önce, “yol vergisini” ödeyemeyenlerin açtığı yolda, yeni iktidarın demir yolu yerine kara yolunu özendirmesi sonucu olsa gerek,

kırmızı bir kamyon/makine (hatta bazılarına göre “tumafil”) belirdi. Kamyon sahibi gösteriş olsun diye, toza-dumana aldırılmadan ön veya yan çamurluğun üzerine çıkar veya “kaputun” üzerine otururdu. Tozu dumana katarak geçen kamyonla, çevre köylerden köpekler saldırır, çocuklar “asılmaya” çalışırlardı. Hızlanan kamyonun atlayan çocuklar yüz üstü yere kapaklanır, kol ve bacakları yara bere içinde kalırdı. Kamyonun üstü tenteliydi. Köylerden geçerken, çuval ve yataklar yüklendikçe, yolcular daha üste çıkmaya başlardı. Kışın kar yolları kaplar, üç-dört ay kamyon gözükmeydi. Sıra artık katırcıların. Uzunca süren kış “mevsimi” dışında, kamyonla, 60-70 km’lik şehre, 7-8 saatte varılırdı.

Yüklerin üzerine oturup kamyonla şehre gelince, bir düğmeye bastığımızda yan lambalar/elektrik görürdünüz. Caddelerde kaplumbağayı andıran tek-tük taksiler/Dodge- Desoto dolaşırdı. Şehir ekmeği, “katıksız” bile yenilebilirdi. Hele, bir de daha ucuz diye “posta” treninde üçüncü mevki bir yer buldunuz mu, “keyiflenmemek” elde değildi. Üç gün üç gece sonra İstanbul’a varırdınız. İki kuşak önce, yürüyerek 15-20 gün sonra Samsun’a varılır, oradan gemiyle İstanbul’a gelirlermiş... Tren yollarında, küçük yerleşim noktalarında, çocuklar, bağırarak “gazete” isterler, başlarında tabla taşıyan kişiler, yiyecek satmaya çalışırlardı. Bazı ara istasyonlarda durup su alan tren, susamış ve burnundan soluyan kızgın mandalar gibi, çevreye “kükreyerek” dumanlar savururdu.

Öğrenci “pasonuz”, körüklü bir fotoğraf makinesiyle çekilerek fotoğrafınız yapıştırılmış bir kağıt parçasıydı ve aynı zamanda müdür olan öğretmenin imzasını taşıyordu. Kondüktör için, bu, eksik bir pasoydu ve indirimli bilette seyahate uygun değildi. Onun için, her kondüktör değiştiğinde yeni bir sorun başlayabilmekte ve siz, “makinite” götürülürdünüz. “Devlet” zarara uğratılmamalıydı! Esasen, şehir okulu da beğenmezdi bu bu yarı paso yarı “tasdikname” niteliğindeki “belgeyi”: “Seni okula alamayız. İlk karne notun yok! Seneye gelebilirsin...” İlkokul birinci sınıftaki bir çocuk için, ilk karne notu çok önemliydi! O dönemde köy okulları daha geç açılırdı.

## 2.2. Küçük “Sanayide” Çıracılık

İstanbul gibi bir şehirde, çocuk okula gitmezse, “haylaz” olurdu! Bir iş yerine çırak verilmeliydi. En iyisi, Süleymaniye camii külliyesinin bir bölümünde faaliyet gösteren bir cam “fabrikasına”/atölyeye, bir tanıdık vasıtasıyla çırak olarak girmekti. Bu olmazsa, bu yörede lastik top üreticileri, oto koltukçuları, ovma bulaşık tozu ambalajlayan veya kız ve erkek çocukların sakız veya şekerleme sardıkları “han” odalarındaki “fabrikalara”, kahvelere çırak olarak girilebilirdi.

İş hanlarında kahveci çırağı olmak da mümkündü. Esasen, evlere de sakız ve şeker sarma işleri verilirdi. Düğme dikmek, ilik örmek ve “finishing” işleri de evlere verilmekteydi. Cam atölyesinde, günde bir-iki tane oto camı üretilir, oto camı üretilemezse, atıl kapasiteyi önlemek için, camdan su “damacanası” üretilirdi. Çırağın ilk dersi, aldığı aleti, işi bitince, aldığı yere tekrar bırakmasıydı. Cam işi önemliydi. Sonradan öğrendik ki, Cumhuriyet’in ilk yıllarında, “Batılı dostlarımız”, bize cam teknolojisini vermemiş ve Rusya’dan “ölü” bir teknoloji almak zorunda kalmışız. Esasen, bu “dostlarımız”, demir-çelik ve daha sonra alüminyumda da aynı şeyi yapmışlardı... Atatürk, bunun için olsa gerek, bazılarının iddialarının aksine, “Batı” değil, ısrarla “muasır medeniyet” demiş...

### 2.3. “Şişli’de Bir Apartman!”

“Şişli’de bir apartman “ tangosuna rağmen, İstanbul, pek apartmanlar şehri sayılmazdı. Surların dışındaki yerleşim yerleri ise öbek öbeği. Sur içinde ise, tam bir yıkım başlamıştı. 1957’de, bugünün “Vatan” caddesini açmak için, üzerindeki yapılar yerle bir edilmişti...

Bahçeli evlerde oturan gençler, “apartman” hayatına özenirlerdi!.. “Yeşil Çam Fabrikası”, fakir kız, zengin oğlan veya tersi filmlerle “kültür değişimini” kendine görev edinmişti. Zaten “kültür değişimi” neydi ki? Alırsın bir köylü/işçi kızını, elbisesini değiştirir, kuaföre sokar, başının üzerine kitap koyarak “kedi gibi” yürütür, iki de şarkı söyledin mi? Oldu sana, kültür değişimi! Bir de kız hamile kalıp, zengin oğlandan geçici bir süre için ayrılırsa, gözyaşları “sel” olurdu...

İstanbul’un bakkalları, köy bakkalına benzemezdi. Mal çeşidi, pek çoğu markasız ve ambalajsız, 50-60 kadardı. Gaz yağı musluk takılarak 20 cm kadar yüksekliğe konmuş bir varilden litre ile satılırdı. Mahalle aralarında, apartmanlardan sarkıtılan sepetlerdeki boş rakı şişelerine doldurulan çamaşır suyunun, bir kozmetik gibi, rafa çıkması için, seksenli yılların sonunu (ACE ile) beklemek gerekiyordu. Her evde elektrik ve su bulunmazdı. Su, mahalle çeşmesinden, kova ve ağız/üst tarafına 5-6 cm çapında silindirik bir tahta tutacak takılmış tenekeyle taşınırdı. “Zengin” olanların evine sakalar su taşırdı. Sakalar da ikiye ayrılırdı. Fakir sakalar, bir buçuk metre kadar uzunluğunda, 7-8 cm çapında hafif kavisli bir sopanın iki tarafına astıkları tenekeleri omuzlarında taşıyarak getirirlerdi. “Zengin” sakaların ise, eşekleri vardı. Eşeklerin semerlerinin iki tarafına yarı açık tahta sandıklar içine sağlı sollu ikişer teneke koyarak su taşırlardı. Yıllar sonra, yeni açılmış çevre yolundan İzmit’e giderken, yol etrafına yapılmış gecekondulardan, ellerinde naylon bidonlarla çevredeki çeşmelerden su taşıyan çocuk, genç ve yaşlı kişileri görünce, ülkede değişen şeyin, gaz tenekesinden naylon bidona dönüş olduğunu anladım. Birileri, sırtıyla su taşımaya hala devam ediyordu! “Çizgi”

değişmemiş, sadece, bunun etrafındaki helezonik dalgalarda (çizginin altında veya üstünde) yaşayan insanlar yer değiştirebilmişti!

İlk belediyeciliğin yaşandığı ‘Beyoğlu‘ gibi yerler (hava gazı da vardı) hariç, evlerde kalorifer yok, soba ve mangal vardı. Mangal kömürle doldurulur, çam çubuklarla evin dışında tutuşturulur, hava çekimini sağlamak üzerine kısa bir boru parçası konurdu. Kömür tamamen yanıp kor haline gelince mangal içeri alınırdu. Gaz ocağı, ‘büyük bir kolaylıktı!’ Hatta, kayın valideler, gaz ocağına sahip gelinleri, kendilerine göre daha ‘şanslı’ olarak görürlerdi. Gaz ocağı, 3-4 cm yükseklikte üç ayak üzerine oturtulmuş bir litre kadar gaz alabilen pompalı oval ‘pirinçten hazne’ ve bunun bir boruyla beslediği delikli seyyar bir kafa/baş ve en üstte de üç ayak üzerine oturtulmuş bir çember bulunmaktaydı. Gaz ocağını yakmak için, önce, ‘kafanın’ ısıtılması gerekiyordu. Bunun için, gaz borusunun etrafında dolanan ‘çanağın’ ispiroto ile doldurulup yakılması gerekiyordu. Kafa ısınınca gaz borusunun tepesindeki meme genişir, ocak birkaç defa pompalanarak gaz beslenirdi. Gazın kirli olması memeyi tıkayabilmekteydi. Bunun için, L tipi bir iğneyle meme açılmaya çalışılırdı.

Evlerde buzdolabı yok, tel dolaplar vardı. En büyük bir iş adamımız bile, ilk buzdolabını bir Amerikalıdan, ikinci el olarak almış. Telefon, postane ve bazı iş yerleri dışında pek bilinmezdi. Telefon sahibi olmak için, bedelini yatırıp sıraya girilirdi. Telefon sahibi olabilmek için, sıra, on yılda bile gelmezdi. Araya tercihli ve hatırlılar girerdi. Bazı evlerdeki elektrikle çalışan radyolardan tüm ‘mahalleye’ türkü ve şarkılar yayılırdı. Gece, sarhoş naraları ile bekçi düdüklü birbirine karışırdı. Sabahları, açılan sac kepenklerin gürültüsü, adeta, sabah olduğunu belirten şehrin ‘horozlarıydı’. Mahalle aralarında sabahları sütçüler ve simitçiler, öğlene doğru eşekli/beygirli zerzevatçılar, akşama doğru yoğurtçular, yatsı vakti bozacılar, ne dedikleri pek anlaşılmasa da, bağırarak geçerlerdi.

Eskiciler, eski elbiseler alırlardı. Mahmutpaşa, elbise dükkanlarının bulunduğu bir ‘çarşıydı’. Çevredeki hanlardan dokuma tezgahlarının mekik sesleri gelirdi. Yeni elbise alamayanlar için, şimdilerde artık bakırla alakası kalmamış, ‘bakırcılar çarşısının’ karşısında (o, şimdi, belediye oto parkı) eski elbiselerin satıldığı 40-50 kadar dükkan, ve hafta sonları aynı çarşıya ve ‘bit pazarına,’ her türlü eskinin satıldığı ‘pazar’ kurulurdu. Yıllar sonra, bir eskici pazarı da, Salı Pazarı’ (Fındıklı) rıhtımına bir ‘Amerikan Pazarı’ kurulacaktı. Amerikalı askerlerin eski bot ve giysilerinin satıldığı bu pazar, ‘sosyetikti’. Amerikalı ile ‘ilişki’ kurmanın bir değişik yöntemiymiş. Bazıları, Amerikalılar geliyor diye ‘genel evleri’ bile badana yaptırmış, başkanlarını, Ankara’da dört yüz bin kişi karşılamıştı... Amerikalı başkanla fotoğraf çektirip el altında basına gönderip haber yaptırmak, ülkede iktidar olmanın kapılarını açabilmekteydi...

Çevrede, el altında, kaçak döviz hareketleri de yaşanırdı. Bono işleri de fena değildi. Bu “öğrenme süreci”, daha sonranın “bankerlerini” yaratacaktı! Öğrenemeyenler, nereye “koştuklarını” bilemeden batmış, bu “yeni atlara” oynayanlar da “kumar oynamışlardı”, bu “arenayı” hazırlayanlar ise, Japonya üzerinden Amerika seferi yaparak döndüklerinde, artık “lider” olmuşlardı!..

Sabah işe gidenler, iş yerine, 15 cm kadar çapında üç dört alüminyum kabın üst üste giydirildiği “sefer taşı” ile yemek götürürlerdi. Bu durumun, sigortasız iş yerlerinde, seksenlere kadar devam ettiği söylenebilir. Sabah ve akşamları, fabrika bacalarının mesai saatinin başladığını/bittiğini belirten sirenleriyle, iskelelere yanaşan vapurların düdüğü birbirine karışırdı. Beykoz’daki Sümerbank’ta ve Şişecam’da çalışmak çok önemliydi. Gümrüklerde ve demiryollarında çalışmak da öyle... “İskelede” (han ve limanların önünde hamallık yaparak) çalışabilmek için, “hava parası” vermeniz gerekirdi. İş yerine giren ve çıkan yükleri bu hamallar taşırdı. Yabancı biri buradan yük alamazdı. Hanlarda “odabaşılık” küçük patronluktu ve bu imtiyaz, “hava parası” ile alınıp satılırdı. Odabaşı, mal sahibinin kirasını toplayıp teslim eder, hanı açar kapatır, temizliğini yapar, aidat ve çay ocağı geliri kendisine kalırdı.

Hal, Haliçte’ydi. Eski Galata köprüsü gece yarısı açılarak (köprü açılışı, haylaz beylerin eve sabaha karşı gelmeleri veya gelmemelerinin mazeretiydi) uzun direkleri olan gemilerin, hal’e kuru gıda, yaş sebze ve meyve boşaltması sağlanırdı. Halde hamalların, at arabaları, ve taksilerin birbirine girdiği, düzenli bir “anarşi” yaşanırdı. İki kişinin taşıdığı kollu el tablalarında seyyar satıcılar meyve ve sebze satarlardı. Bir de “ihtisas sahibi” az çeşitli küfeciler vardı. Seyyar satıcılar, “zabita”dan korkarlardı. Ellili yıllarda giysilerinden dolayı “yeşiller”, 60’lı yıllarda amirlerinin giysisi nedeniyle “süslü,” baş korkulanlardı. Diğer bir korkulan ise, özellikle toplum olaylarında, toplum polisleriydi. Taşdıkları şapka nedeniyle kendilerine, bir meşrubat şişesi yakıştırmaları ile “Fruko” denilirdi. Amirleri iç işleri bakamı ise, “zehir hafiyeydi”.

#### **2.4. Hürriyet’e Doğru ve Bereket Versin Ekonomisi**

Bir işletme çevresi faktörü olan siyaset kurumu, standart vatandaş ve işletme için, en verimsiz ve en yüksek maliyetli kurum olarak nitelendirilebilirdi. Kendi olağan fonksiyonunu sürdüren bir işletme, bu çevre faktörü tarafından kısıtlanabilmekte, olağan işleyişin dışına taşmış “işletmeler” ise, siyaset kurumu tarafından kendileri için yaratılmış “özgürlük” ortamında, teşvik bile edilebilmekteydiler.

1960 “devrimiyle” ve kabul edilen 1961 Anayasası ile “içerdekiler” (onları oraya “dikan guvvet” öyle istiyormuş) için olmasa da her yerde “hürriyet”

vardı. “Yürümekle yolların aşınmayacağı” keşfedilmişti! “Toprak işleyen su kullananın olacaktı!” Okullar, mahalleler, kamu kuruluşları, fabrikalar vb değişik siyasi görüşlerin egzersiz alanı haline gelmişti. Bundan, “dostumuz ve müttfikimiz” 6. Filo da nasibini almıştı! O dönemde çekilen iki fotoğraf, yaşanan “hürriyet” havasını pek “güzel” yansıtıyordu: Bir görüştekiler, kible istikametinde duran 6. Filo’ya doğru “secdeye” kapanırken, bir başka yerde, filonun askerleri karga tulumba denize atılıyordu...

Alış verişlerde de “hürriyet havası” vardı: “Fiş ve fatura”, standart tüketici alış verişlerde, pek bilinmezdi. Halen de nispeten yaygın olan, “bereket versin ekonomisi” pek yaygındı. Mağazalarda, veresiye satanın kasasını farelerin kemirdiği ve saçını başını yolan bir adamla, peşin satıp kasasının önüne kurulup gülümseyen şişman adam fotoğrafları asılı dururdu. Duvardaki levhalara göre ise, “müşteri veli nimetti”, “Allah’ın dediği olur”du! Ama, “satılan mal geri alınmazdı”. Ayıplı malı iade etmek, hatta neon ışıklı mağazadan Güneş’e çıkıp tekrar kapıdan malı geri vermek için mağazaya döndüğünüzde, “patron”un dediği olurdu... Nasıl olsa, “Galata köprüsü üzerinde köfte-ekmek satılıyordu, varsın bir yiyen, bir daha yemesin!” anlayışı egemendi. Nasıl olsa, “her kurtlu baklanın bir kör alıcısı olurdu!” Esasen, değişik görünümler sergileseler de bir çok “köşe başında”, “üç kağıtçılar” sokağa taşmıştı!

Bir işletme dış çevre faktörü olarak, siyaset kurumunun, olağan vatandaşlığa ve işletmeciliğe prim vermesi beklenir. Oysa bu her zaman böyle olmamaktadır. “Açık oy gizli tasnif” rejiminden bunalanlar, “gizli oy açık tasnife” geçilmesinin sevincini yaşıyor ve Cumhuriyet rejiminde, “demokratik özgürlük havası” başlıyordu! Hapishanedekilere, kamu ve orman arazilerini işgal edenlere, kaçak bina/kat yapanlara, kıyı/orman yağmacılarına, kredi borçlularına vb. “af” vaadi, hatta “kim ne veriyorsa beş fazlasını” vermek daha fazla oy sağlıyordu! Kahve falından “papatya falına” (falcının dediği hemen çıkıyor, kısa sürede büyük iş adamı ve ikbal sahibi olunabiliyordu) baktırmak siyasi prim yapabiliyordu. Birkaç kadınla aynı anda “evli” olabilen, “milleti temsil” edebiliyordu. Kendi iç düzenlerinin içinden demokrasinin” d’si” bile geçmeyen bazı odaklar, artık “demokrasi havarisidyiler”! Üstelik bunlar kendilerini, “sivil toplum kuruluşları” olarak bile anabiliyordu! Demokrasi, bazı kanun kaçakları için de, dokunulmazlık zırhı sığınağıydı. Bazıları ise, “temelli” demokrasi ağasıydı! İlgili aşiretten, ömür boyu veya soy boyu “milletvekili” seçilebilmek mümkündü! Ülkedeki “yeni demokrasi”, sanki, kendi düzenlerinde demokrasi bulunmayan bu profilleri seçmek ve seçtirmek demektir! Üstelik tam da dağdaki çoban, yeni “çobanlarla” eşit haklara sahip olma sürecine girmişken! Poturlulara (şalvarlı) fötrülüler, artık, “eşitliler”! “Şehirde ne varsa, köyde de o olacaktı! Hatta köyü ilçe, ilçeyi il yapıp üniversite ve “büyük” Türkiye için “ağır” sanayi kurmayan, “kendisi için bir şey isteyen” vb. “namertti”! Kötülerin “iyisi” diye bilinen demokrasi, sanki

“erkeklerle ürkeklerin” hesaplaşma arenasını, “iç ve dış yağmacılarla içe ve dışa yağmalatanların” “böreği” rejimiydi! Okuyup “kariyer” yapmak yerine, “yeni demokrasi ağalarından” birinin yanına “kapaklanmak”, kamu arazisini işgal etmek, kaçak inşaat yapmak vb. “iktisaden” ve “sosyal statü” olarak, daha iyiydi! (Karabulut, 2006) “Demokrasi bu değil, yapmayın, siz demokrasiyi öldürürsünüz” diyen, kendi haklarıyla başkalarının haklarına saygılı “demir leblebi” gibi bir vatandaş yerine, “gevrek” veya “sakız” gibi olmak, daha fazla pirim ve itibar sağlayabiliyordu! Bu gibiler için, iktidarın m/adamı olmak önemliydi! “Adamını, bu olmazsa, madamını bulanlar, dağdan arabasını aşırıyor”, bulamayanlar, “düz ovada yollarını şaşırıyorlardı!” Zaten, bir türkünün sözleri de aynıydı: “Kekliği düz ovada avlarlar!” Üstelik “av” için, yem; ekmekten ayakkabıya, kömürden nakit ödemeye, yeni bir göreve tayin ve terfi ettirmeye, görevi esnasında kendi işini bilene göz yummaya, kaçak kattan yeşil alanının imara açılmasına vb. kadar çeşit çeşitti. Seçim sürecine girilirken çevrede büyük fiziki değişimler yaşanır, kamu mal ve hizmetlerine yapılması gereken zamların uygulanmaması vb. siyaset kurumunun niyetlerinin göstergeleri olarak alınabilirdi. Hatta bir siyasetçi, “seçim sürecinde zam yapacak kadar aptal olmadığını” itiraf etmekten çekinmiyordu! Alın size, siyaset kurumunun “getirisi” ve maliyeti!

### **2.5. Arz Ekonomisi: Mağazacılık, Yabancı Sermaye ve Yönetici Sınıf**

Altmışlı yıllara girerken, mahalle terzileri, “ısmarlama” gömleklerin yakasını ve manşet kısımlarını yedekli dikerlerdi. Beykoz fabrikasına ve Sümerbank mağazasına rağmen, ısmarlama kunduracılar vardı. Elbiselerde drop/numara pek bilinmezdi. Drop, çok sonra, IGS ile başladı. İtalyan droplar, yanılmıyorsak, askerler üzerinde test edilerek, 1970 başlarında, droplu konfeksiyon elbise olarak IGS’nin kendi mağazalarında satışa sunuldu.

Aynı yıllarda “iğneden arabaya” sloganı ile Şişli’de açılan departmanlı 19 Mayıs Mağazaları, daha sonraları başarılı olamadı. Yine, aynı yıllarda, Atalar, Sultanhamam’da yürüyen merdivenli mağazasını açmıştı. Benzer bir gelişme de Ankara’da Gima ile yaşanıyordu. 1960’lara doğru açılan Migros, uzun süre, “market” kavramına erişmedi ve barakamsı ve kamyon üzerinde gezici görünümünü, Koç topluluğuna geçinceye ve 1980 ortalarına kadar sürdürdü. Daha önce, market görünümüne sahip İstanbul’daki Ankara Pazarları ise, sendikal sorunlar nedeniyle faaliyetini yürütemedi. Ordu Pazarları, nispeten market görünümüne kavuşmuştu. Düşük fiyatları nedeniyle kurum mensuplarına ayrıcalıklı ve özenilen bir durum sağlamıştı.

Kapalı Çarşı, aslında, dünyadaki en eski “shopping center”dir. Oysa o, bazıları için, sadece, içinden değişik yönlere yol geçen bir “handı”... Nitekim, bir “arama konferansı” için davet edildiğimizde, Kapalı Çarşı’nın, sadece

içinden yol geçen bir han değil, nerede ise, “bin bir” sahipli, aynı zamanda, “yedi kocalı Hürmüz’den” beter bir çok karışımı olduğunu gördük!..

Mağazacılıktaki birkaç gelişmeye daha temas edecek olursak, şunları görüyoruz: 1980’lerde Kelebek mobilya ve İstikbal mobilya mağazaları, Toprak Seramik’in show room’ları, evin içini “sokağa taşmıştı”... Bunun, kültürel bir değişimi de sağladığı söylenebilir. Yatak odası, salon, mutfak ve banyo, mevcut ev kavramını sarsmaya ve bulunulan duruma ilişkin rahatsızlık yaratmaya başlamıştı. Esasen küçük atölyelerin geliştirdiği ve ellerinden “kaçırdıkları” “Çekyat” kültürü, küçük eve, çok çocuk ve bol yatılı misafire sahip aileler için, adeta “can simidiydi!” 1980’li yılların ortalarından sonra açılan Galeria “shopping center”i, Printemps mağazasının (fiyat-kalite uyumunu pek sağlayamadı ve pazardan çekildi) “bonjour” mesajı ile sadece İstanbul’u değil, nerede ise bütün Türkiye’yi uyandırmıştı! Aynı dönemde, Metro toptancı mağazası ( cash and carry tipi/öde ve taşı) açılmıştı. Vergi belgesi olmayanlar, bu mağazaya girip alış veriş etmek için, çare ararlardı.

Demokrat Parti’nin, yabancı sermaye ve petrol yasalarını Amerikalılara hazırlattığı bilinir. Amerikalılar, Türkiye’ye gelirken, yönetici sınıfı tamamen getiremeyecekleri için, işletme okulları (Harvard’ın İstanbul Üniversitesi bünyesinde İşletme İktisadı Enstitüsü’nü açması, iki başkanlı bir yönetim kurması gibi) açma gereğini de duymuşlardı. Sanayi, montajdı. Teknik bilgi transferi ve ithalatçı bir mümessilden teneke temin edebilenler, içine bir de motor (bir firmanın deposunda, iki yıllık ihtiyacı kadar motor görmüştük) ithal edip koyabilirlerse, “sanayici” oluyor ve ithalatı durdurup yüksek fiyatlarla müşteriyi kuyruğa sokarak mal satabiliyordu. Böylesi bir üreticiye distribütör olmak da kolay değildi. Hele mümessillik için, aylarca bir yabancının kapısında yatsanız bile, bu, mümkün olamıyordu... Hükümetin sizi desteklemesi, bunun delillerini sunması ve tercihen makbul bir gayri Müslim ile ortaklığınız gerekirdi. Bayilik için, varlıklı olmanız ve çek karnenizi tutar hanesi açık olarak imzalayıp şirketin muhasebe bölümüne teslim etmeli ve karşılığını da bankada hazır bulundurmalıydınız.

İthalatın durması halinde, her şey durabilmekteydi. Altmış başlarında, yazılan ve bizim bir kitabımızda yer alan vak’adan (Karabulut ve Kaya, 1991) anlaşıldığına göre, kamyon üretmek/montaj üzere kurulan fabrika, motor ve yardımcı malzeme ithal edilemeyince durmuş, mevcut parçalarla yirmi beş adet römork üretilmiş ve fakat araba üretimi genel giderleri römorka yüklenerek oluşturulan fiyatla satılamamış. Fiyatı “düşürmek” için, lastiksiz (alacak olan eski kamyon lastikleri takabiliyormuş) olarak satılmaya çalışılmış, ancak başarılı olunamamış.

İlk montaj “sanayicilerinin” teknik bilgi transferi dışında, bir kaynağı da, iktisadi devlet teşekküllerinden/KİT uzman transferiydi. Emeklilik sonrası



veya transfer ücreti karşılığı, ilgili uzman veya yönetici temin edilebilmekteydi. Zarar ediyor diye, gözden düşürülen, hatta kamuoyu yaratmak için, bazı basın organlarında, özellikle zarar ettirildiği iddia edilen KİT'ler, bir zamanların, özel sektör fidelikleri idi!

Bu dönemde, tam bir arz ekonomisi geçerliydi. Her arz kendi talebini yaratır, daha önce belirtildiği gibi, "her kurtlu baklanın bir kör alıcısı olurdu". Önemli olan, malı üretmek ve mala sahip olmaktı... Örgütsel yapılar, daha ziyade, yabancı sermayeli firmalarda fonksiyoneldi. Hatta bunların bazılarında (ilaç, meşrubat, yağ vb) ürün yönetimi bile vardı. Yerli firmalarda ticaret müdürü, ithalattan satın almaya ve satışa kadar her şeye bakardı. Tercihen aileden biri olması makbuldü. Muhasebe müdürü, "iş prosedüre uydurmakla" görevliydi. Patronun dediği olurdu. Kıt ve ithal malların, bazen birkaç ay şöyle dursun, birkaç yıllık stoku bile yapılırdı. İthalat için, Sanayi Odası'ndan tahsis almak kolay bir iş değildi... Yetmişli yıllara girerken, öğrenciliğimizde, birkaç yıl araştırmalarında (sigortasızımız) bulunduğumuz "yüz büyük firma," büyük sayıydı. Birçoğunu ve ilk sırayı, kamu işletmeleri oluştururdu.

Her arzın kendi talebini yaratması yanında, her iktidarın kendi iş adamını yaratması sürecine de girilmişti. "Gün dönümü"/ayçiçeği gibi, iktidar değiştiğinde yeni iktidara yönünü dönemeyenler, desteklediği hükümetle beraber kayıplara karışabilmekteydi. Bu konuda pek az "iş adamı" sürdürülebilirliğini sağlayabilmiştir. Hatta bu iktidar yanlıları, hükümetler tarafından muhalif "iş adamlarının" yok edilmesi için de kullanılabilmekteydi. Bunu bazı "itiraflarda" da görmek mümkündür. "Başbakan bana dedi ki, ....iş adamını bitir!" Sonunda, bu "iş adamı" da bitti! Bu bitişlerde, iktidar "nimetleri" nedeniyle iş bilmemenin de etkisi vardır. Bunun bir anlamı da "üç mal etmeniz" gereken bir malı veya hizmeti, "beşe de mal" edebilirdiniz. Böylesi süreçler, her dönemin "m/adamlarını", "adamını" bulmaya, bu başarılamazsa "madamını" bulmaya, hatta "yeğenini" bulmaya bile yöneltebilmekteydi! Böylece, bazı "siyasetçiler elinde", siyaset, yeni bir "iş" haline dönüşebilmekteydi. Üstelik bu konuda, eğitim ve uzmanlık da gerekmiyordu. Sadece, "nereye koşulduğunun", el yordamı ile de olsa, bilinmesi yeterliydi!.. Bunun maliyeti ise, her zaman, bu tür "gelişmeleri", içlerinden bazılarının "gıpta" ile izlediği halka ödettirilmekteydi.

"Devrim" otomobiline, benzin koyma unutkanlığının başarısızlığı, "milli sanayi hamlesi" için, hayal kırıklığı yaratmıştı. Buna rağmen, evlerde, çamaşır makinesinin merdanesine el-parmak kaptırıp kırmak (bir konferansım esnasında bu örneği verirken, bir dinleyici kopan parmağını gösteriyordu), saçlarını dolayıp kafa derisini yüzmek gibi olaylar olmasa, her şey yolundaydı. Hatta yetmişli yıllarda çamaşır makinesinin otomatığı bile yapılmıştı. Fakat banyoda yürüyordu! Hanımlar, çamaşır yıkarken çocuklarına, oyuncak olsun diye, makinenin üzerine bindirirlerdi. Çıkan çamaşırın düğmelerini ve sağını

solunu yeniden dikmeniz gerekebilirdi. Buzdolabı, gerçekten buzdolabıydı. Birkaç günde bir, “buzluğunu” çözdürmeniz gerekebilemekteydi. Buna da şükür! Sokaktan kalıp kalıp buz (buz atölyeleri vardı) alınması gerekmiyordu... Elektrik, bazı yerlerde 110 volt, bazı yerlerde ise 220 volttu. Bunun için 5-6 kilo ağırlığında regülatör almanız gerekiyordu. Elektrik kesintilerinde, jeneratöre (daha sonraki yıllarla birlikte jeneratöre verilen paralarla, her halde, 8-10 tane enerji üreten baraj yapılabilirdi) ihtiyacınız vardı. Televizyon, yetmiş yılı başlarında siyah beyaz olarak devreye giriyordu ve bir “servet” (üç memur maaşı kadar) değerindeydi. Deneme yayınlar bitiyordu. Misafirlikten sonra, komşuluk ve akraba ziyaretlerinde “telesefirlik” başlamıştı. “Uzay yolu” kaçırılmamalıydı! Esasen, 10-15 yıldan beri gökyüzünde gezen “yıldızlar” da bilinmekteydi. Ama ne işe yaradıkları bilinmiyordu. Aya gidildiği söyleniyordu, ama galiba o, bir film “hilesiydi!” Hem öyle olsa bile, ne çıkardı? Amerika, nasıl olsa “dostumuzdu”! Ona, “üs değil, tesis” vermiştik!.. Bizi, “gominizme”/komünizme karşı koruyacaktı!..

Otomobil için, sıraya girip, parasını önceden yatırmanız gerekirdi. Otomobil peşin para ile değil, vadeyle satılırdı. Çünkü, “büyük”/büyük Türkiye’yi kurmak için yola çıkan hükümet, otomobilin distribütörünün kim olmayacağını (yabancı üretici distribütör olamazdı) belirlediği gibi, kaçta satılacağını da “tayin” ediyor ve fakat kuyruğa girmeye ve vadeli fiyata karışmıyordu! İki yıl sonra sıranız gelirse, otomobilin yeni fiyatı ile önceden yatırdığınız bedel arasındaki farkı yatırmanız gerekirdi. Siz de arzu ederseniz, arabayı bir başkasına %20-30 farkla satabilmekteydiniz. İthal otomobil getirebilmek için, birkaç yıl yurt dışında çalışmanız gerekir ve bu takdirde daha düşük gümrük vergisi ödersiniz. Bu “hakkınızı” permi adı altında bir başkasına da satabilirdiniz. Permi toplamak da bir iş dalydı!

## 2.6. Almanya :Endüstri Sonrası Topluma Göç ve San’lı Şirketler

Ellili yıllarda, özellikle savaş sonrası, Kore’ye asker olarak gitmek, altmışlı yıllarda Almanya’ya gitmek önemliydi. Almanya için, bir günde tarım toplumundan sanayi toplumuna geçiliyordu. Bu ülkeye gidecek olanların sağlam olması gerekirdi. Bunun için, “içleri (röntgen, kan idrar tahlilleri) , dışları ve dişleri” gelen uzmanlar tarafından muayene edilirdi. “Almanyaya”/Almanya’ya gitmek büyük bir hayaldiydi... Yıllarca sırada bekleyip tam sıra gelecekken, bir “aksilik” çıkabiliyor, yetmişli yılların başında olduğu gibi, “petrol krizi” her şeyi alt üst edebiliyordu!..

Almanya, “büyük”/büyük Türkiye’nin kurulması için de gerekliydi. Altmışlı yılların sonundan itibaren Almanya’ya gidenler, yürütülen “dini, milli ve hemşericilik” kampanyalarıyla “300 kadar “San”lı şirket kurdular. Bunlara “öncülük” edenler, “vaaz verenler”, vatan- millet- Sakarya diye “nutuk” atanlardan bazıları, bu saf ve temiz insanları sömürüp çarptılar, bazıları, üretim

şirketini bu sermayedarlara kurdurup, pazarlama şirketini kendileri aldılar. Fabrika zarar etti, pazarlama şirketi “kâr” etti. Bazı yönetim kurulu başkanları, profesyonellerle işbirliği yaparak, ortakları devre dışı bıraktı. İthalatı, ihracatı ve yaygın dağıtımını bilmeyen yönetim kurulları profesyoneller elinde oyuncak haline dönüştü. Bazılarında, faiz “haramdır” diye, banka ilişkileri minimize edildi. Bir bölümünün çalıştığı banka, aynı zamanda rakibin bankasıydı. Çok güzel makineler vardı ve fakat süreç kalitesi ve ARGE yoktu. Üstelik, talebin özelliğine bakmaksızın, “sunta faciası” (Sunta markalı ürüne özenerek) gibi, bir çoğu aynı alana girdi. Bütün bunların “batmak” için yeterli olmadığı bir durumda, “uyuşmaz sendikacılık” yaklaşımı devreye alındı... Bir taraftan da, Kıbrıs hareketi ile başlayan “ambargo” ve petrol krizi, yetmişli yılların ikinci yarısından itibaren yaşanan “büyük” sanayi hamlesini aksattı! Oysa politikacılar, bir fizibiliteye ve plana bağlı olmaksızın, oy için, hayali temeller atmaya başlamışlardı. Hatta bu temellerden biri, üzerine bir şey yapılmadığı görülünce, aylar sonra sökülüp otomobil bagajında Ankara’ya getirilmişti!

## **2.7. Talep Ekonomisi: Yetmiş Sente Muhtaçlık, Makas Değişimi ve Yabancılaşma**

Yetmişli yılların sonuna gelindiğinde, “borç yiğidin kamçısıdır” diyenler, “yetmiş sente muhtaç hale” gelmişlerdi. Seksen başlarına gelince, 24 Ocak kararları ile Cumhuriyet, devletçi ve karma ekonomi sonrasında üçüncü bir denemeye geçiyordu: Serbest ekonomi. Ancak, bu esnada, bir konsorsiyuma dokuz yüz elli bin dolar katkıda bulunmayan “Batılı dostlarımız” olduğunu da gördük. Anlaşılan, “bizim çocukların” devreye girmesi için, gerekli ortamı hazırlamakla meşguldular! Sıra, serbest ekonomi görüntüsü altında “likiditasyon”/kamu varlıklarının satışı aşamasına gelmişti. Tanzimat’tan sonra başlatılan bu süreç, İstiklal Savaşı ve Cumhuriyet ile kesintiye uğramıştı. Artık, makas değiştiren tren, aynı raya, makas değiştirilerek yeniden alınmalıydı...

1980’lerde, enflasyon önlenemese de daha sonra açılan “musluklarla” borca dayalı ithalatın etkisiyle, nispeten, “arz ekonomisinden talep ekonomisine” geçilmeye başlandı. Halk, yine “kendini gösterip” Pareto sendromunu ispat etmiş, %80’lere değil, %20’lere “hizmet edecek” iktidarlar çıkarmayı, bir daha, “başarmıştı!” Bu hızla, dış pazarın “keşfine” çıkıldı... Başlangıçta, bu seyahatlerle ilgili, daha ziyade, “seks” hikâyeleri yazıldı. “Her iktidarın adamları”, yine, devredeydi. Özel sektörü ve liberal ekonomiyi savunanlar, devletin ve destekledikleri hükümetlerin “memesinden” vazgeçemiyorlar, lobicilik ve medya desteğiyle her seferinde “mağduru” oynayıp pastadaki paylarını arttırabilmekteydiler.

İthalata ve sıcak paraya dayalı ekonomi, üretim kaynaklarını kurutma, rekabetçi alanların ise dış rakiplerinin eline geçme sürecini hızlandırmıştı. Hemen her sektörde, en büyük pazar payı, az sayıdaki firmanın eline geçmeye

başlamıştır. Bu durum, borsadaki işlemcilerde de böyle. Bankacılık ve sigortacılıkta da “yabancılaşma” süreci hızlanmıştır. Küresel firmalar, gittikleri ülkelerde, portföy yatırımları nedeniyle asimetrik veya çapraz rekabet (güçlüyle güçsüzün rekabet ortamı) yaratarak güçsüzleri elemine edebilmektedir. Buna rağmen, yabancı sermayeye, karşı durmak değil, ama en azından iki şey kendilerinden beklenebilirdi: Yeni yatırımcı sermaye olarak gelmeleri ve bu ülkede, iş ortaklarını seçerken “milliyetçilik” yapmamaları... Buna ek olarak, kuruluş misyonlarını tamamlamamış ve stratejik KİT’ler rehabilite edilebilirdi.

Serbest ekonomi, ARGE alanında, pek önemli bir değişiklik yapmasa da, 1990’larla beraber, toplam kalite çalışmaları ve daha sonraları ISO ve çevre belgeleri alma/verme girişimleri, işletmelerde, bir bakıma, bir eğitim “seferberliği” başlatmıştı. Artık, insan kaynakları ve tüketiciler ve müşteriler, şirketlerin “en önemli” varlıklarıydı! Ancak, 2001 devalüasyonu ile birlikte, bu en önemli “varlıklardan” olan insan kaynaklarının önemli bir bölümü, kendilerini kapının önünde buldular! Bu günlerde ise, iş bulabilenlerin çoğu, açlık sınırı ile yoksulluk sınırı arasında hizmet vermeye çalışmaktadır...

## **2.8. Engelli Yarış ve Büyüme Veda: Kim Kazanıyor? Kimler Kaybediyor?**

Yabancı sermaye, “yaralarını” sarmayı, hükümeti, rakip veya stratejik kamu iktisadi devlet şirketlerini satışa “ikna” etmeyi başardı! Bir başka deyişle, bu “makas değişimi” sürecine girildi. Sadece politik tercihlerle “oy deposu” haline getirilerek “zarar” ettirilenler değil, kârlı olan stratejik şirketlerin de satışa sunulması sağlandı. Peşinden, “yanlış bazı hesaplar”, üst mahkemelerden dönmeye başladı... İlk hücum pek başarılı değildi... Doksan başlarında, bizimkinden başka bir örneği olmayan, “Gümrük Birliği” ile ikinci bir hamle yapıldı. Yeterince başarı, yine, sağlanamadı. Deprem sonrası, 2000 başlarında, yeni bir hamlede daha bulunuldu. Kimin tarafından, ne zaman hazırlandığı pek bilinmeyen “on beş kanun”, IMF ve Dünya Bankası’nın “desteğiyle” “on beş günde” çıkarıldı! Üstelik uluslar arası örgütler, işi o kadar ileri götürdüler ki, Telekom’un yönetim kurulu üyelerini değiştirmeye ve ilgili bakanı görevden aldirmaya kadar (sonradan başardılar) giriştiler. Bu hücum başarılı sayılırdı! Ancak kesin sonuç almaya yeterli değildi. Son hamle, dağıtılan hükümet sonrasında geldi...

“Tanzimat Fermanının” bir benzeri olan Kopenhag (AB’nin siyasi, ekonomik ve mevzuatını benimseme) kriterlerinin benimsenmesi ve Maastricht (ekonomik ve parasal birliğe katılım) kriterleri yerine getirilmeliydi. 1960’lardan beri üyesi olmaya çalışılan ve “Atatürk’ün yolu” diye propagandası yapılan “Batı’ya” (Atatürk, kendilerine karşı, “Ulusal Kurtuluş

Savaşı” vermiş olduğu Batı’dan değil, çağdaş uygarlıktan söz etmekteydi) veya Avrupa Birliği’ne giriş, sonucu belirsiz “engelli” bir yarışa veya hayvan terbiyecilerinin ödül ve cezalı “eğitme sürecine” dönüşmüştü! Bu “belirsiz süreç”, “tecaülü arifene” (bilir bilmemezlikten gelme) bir biçimde, devam eder görünmektedir!..

“Where is the beef?” diyenler veya kim kazanıyor? kim kaybediyor? diye soranlar için, fazla uzatmadan, sözü, eski merkez bankası başkanı olan bir yazara (Törüner, 2008) bırakalım: Ekonomik sistem, “... yabancı yatırımcılar, özelleştirmelerden mal alan yabancı ve Türk yatırımcılar, hisse senedi ve tahvile yatırım yapan sıcak paracı yabancılar ve bıyıklı yabancılar (dışarıya kaynak transfer etmiş yerliler), çalışıp üretmeden, çok yüksek faiz kazanma peşinde koşan Türkler, dövizle borçlananlar, ithalatçılar” lehine işliyor. Esasen, tutulan yolun “çıkart” yol olmadığını, sanayide, ulusal sermaye olarak “büyümeye veda” etmemiz gerektiğine, çok önceden (Karabulut, 1987) işaret ediyorduk. Çünkü başlatılan süreç, asimetrik bir rekabetin gelişmesini teşvik etmekteydi. Bu ülkede, birkaç ülkenin, GSMH’ı kadar cirosu olan firmalarla, “kuş” kadar firmaları rekabete sürükleyip adına “serbest rekabet” dediler.

## SONUÇ

Böylece, “alaca karanlık kuşağı” içinde, tarım toplumundaki işletme düzeni ve çevresi, birinci dalgayı yaşayamadan ikinci dalgaya, sanayi toplumu işletme düzeni ve çevresi ise, ikinci dalgayı yaşayamadan üçüncü dalgaya doğru yol aldı. Ancak, “üçüncü dalga’da”, yol almak yerine, üçüncü dalga tarafından kuşatıldığımızı ve gerekli önlemler alınmazsa, bu dalga tarafından yutulacağımızı söylemek, daha uygun olur...

Birinci, ikinci ve üçüncü dalga ortamında, kendini ispat edemeden geçen işletme düzeni, yoğun bir biçimde, dış çevre faktörleri tarafından etkilenmektedir. Bu faktörlerden biri olan politik çevre, olağan işletmeciliğin etkinliğini olumsuz bir biçimde etkileyebilmekte, önemli bir “verimsizlik,” maliyet ve sinerji kaybı faktörü/etkeni olarak kendini gösterebilmektedir.

Birçok sorunun çözümünde olduğu gibi, çözüm, yine, mikro ve makro yönetim sorunu olarak kendini göstermektedir. Kıyaslı rekabetçi mikro ve makro başarı/sızlık gediklerinin/gaps teşhisi, neden ve sonuç analizi sonrasında, “niçin?” sorularına cevabı için; neyi, nasıl yapmamız gerektiğinin çözümünü geliştirmemiz beklenir. Diğer bir deyişle, çözümü, yine çözüm bulma tekniklerinden aramamız gerekiyor: İnsandan, yöntemden, ölçümden...

Şurası bir gerçek ki, uygulamalarımız, bildiklerimizin gerisinde kalmaktadır. Bu uyumsuzluk, bir sinerji kaybı yaratmaktadır. Esasen, toplam kalite konusundaki çalışmalarda da görüldüğü gibi, başarısızlıkların üçte ikiden

fazlası, uygulama eksikliklerinden kaynaklanmaktadır. Uygulamayı da yapanlar, “yönetenler” ve atadıkları olduğuna göre, sorun, bir yönetim sorunu olarak kendini göstermektedir. Diğer bir deyişle, aynı kaynaklarla daha iyi bir sonuçlar almak mümkünken, daha kötü “çözümler” sürecinden geçerek geliyoruz. Bu, diğer gelişmiş ve gelişen ülke kıyaslamaları esnasında görülebilir. Bu süreçte, kimlerin kazandığı, kimlerin kaybettiği rahatlıkla görülebilir.

Doğru ek kaynak yaratımı, bunun etkin bir biçimde tahsisi ve etkin yönetimindeki aksaklık ve sorunları dikkate alınca, siyaset kurumunun, bir dış çevre faktörü olarak, standart vatandaş ve işletmeler için, sürpriz olmayan, nispi olumsuz ve verimsiz etkileri ortaya çıkmaktadır. Durum böyle olunca, siyaset kurumu kararlarında, popülist ve efektif olmayan seçimleriyle uygulama etkinsizliklerinden kaynaklanan sinerji kayıplarını da “normal” karşılamak gerekir! “Gezerek yöneten” yöneticiler, acaba, günde kaç dakika “etüt” ederek okuyor veya düşünüyorlar? Aldıkları kararların, olası etkileşimlerini, ne ölçüde analiz edebiliyorlar? Faaliyet gösterdikleri alanda, buldukları görev için, sınav verecek kadar, “temel” sayılabilecek kaç eser okumuşlar?

Tarım ve sanayi toplumu olmanın gereklerini, kendi süreci içinde, başaramadık. Bilgiyi üretmeden, üretimi için yeterli ve rekabetçi kaynak ayırmadan, kavanozu dışından yalayarak ve “dolma akılla” bilgi toplumu gerçekleştirilemez.

#### **KAYNAKÇA:**

1. Karabulut, Muhittin, “Büyümeye Veda”, *Milliyet*, 2.2.1987.
2. Karabulut, Muhittin, *Kazı Kazan, İstanbul, Timaş Yayınları, 2006, s.46-51*
3. Toffler, Alvin, *Üçüncü Dalga, (çeviri) İstanbul: Altın Kitaplar, 1981.*
4. Törüner, Yaman, “Merkez Bankamız kimin için karar veriyor?”, *Milliyet*, 21.6.2008, s.13.
5. -----, *Çayırova Kamyonları, Pazarlama Yönetimi ve Stratejileri (M. Karabulut ve İ. Kaya), içinde, İstanbul: İÜ, İF. İşletme İktisadi Enstitüsü Yayını, 1991, s. 245-248.*

## **YAYIN KURALLARI:**

- 1.** Beykent Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, yılda İKİ kez (altı ayda bir) yayınlanır.
- 2.** Hakemli ve özgün çalışmaları amaçlayan bir dergidir. Makalelerin, hakem değerlendirilmesine girmek üzere, yayın kurulu sekreterliğine yazar adı, e-postası, cep /telefonu ile gönderilmesi gerekmektedir. Yazarlar makalelerinde hakemlerin de değerlemelerinde dikkate alacağı aşağıdaki kriterleri de gözden uzak tutmamalıdır:
  - a.** Makalelerindeki ekseni, dayandığı temel fikri, ikincil kaynak incelemesi ve bunlara göre yeniliği, sosyal bilimler ve uygulama alanına katkısını,
  - b.** Araştırmalarının makalenin ana eksenine katkısını, hipotez ve metodolojisi, istatistiksel analiz tekniğinin yeterliliğini,
  - c.** Makalenin mantıksal bütünlüğü ve kendilerini tatmin edip etmediğini,
  - d.** Makalenin başlığa uygunluğu ve anahtar kelimelerin makaleyi yansıtabilmesini,
  - e.** İyi kalitede bir model, şekil, tablo vb. ile öğretime katkı seviyesini değerlendirmelidirler. Ampirik çalışmalara öncelik tanınacağı makalelerin yayınlanabilmesi için, yazılar:
- 3.1.** Metin, çift aralıklı ve 12 puntoyla Microsoft Word (6.0 ve üstü) yazılım programında Times New Roman karakterinde yazılacak ve internet/Web ortamında veya CD olarak ve 3 kopya “hard copy”/çoğaltılmış olarak gönderilecektir.
- 3.2.** Makalelerin 20 sayfa (A4 boyutlu ve 2 aralıklı) geçmemesi gerekmektedir. Yazılar ve şekiller sayfaya soldan 3,5 cm, alt/üst ve sağdan 2,5 cm boşluk bırakacak şekilde konumlandırılmalıdır.
- 3.3.** Atıflar, dip notlarda değil, metin içinde ve parantezle (soyad, yıl: sayfa) verilecektir.
- 3.4.** Açıklama notları numaralandırılarak ilgili sayfa altında yazılacaktır.
- 3.5.** Tablolar numaralandırılıp tablo üstünde, şekiller şekil altında (atıf varsa, tablo ve şekil altında, kullanım izni referansı ile birlikte), denklemler yaygın bilinirlikte ve açıklamalı olarak gösterilecektir.
- 3.6.** Makale sonunda atıflarla gönderme yapılan kaynakçaya ( soyad, ad, eser “makaleler tırnak içinde”, yayın yeri, yayınlayan, yıl, -dergiler:sayı, ay, yıl ve sayfa baş ve sonu-) yer verilecektir. Sanal ortam atıfları, güncel olarak tarih ve saati ile verilecektir.

- 3.7. Makalelerin başlık ve yazar isminin altında, 200 kelimeyi geçmeyen hem Türkçe hem İngilizce özetlerle (katkı ve sonuç içerikli) 3-5 anahtar kelimeye yer verilecektir.
- 3.8. Makalelerin Özet, Giriş, Yöntem/Yaklaşım, Gelişme, Bulgular, Sonuç, Uygulamaya Katkısı ve Kaynakça bölümlerinden oluşmasına özen gösterilmesi beklenir.
- 3.9. Yazar/ların ismi makalenin altında yer almalı, unvanı ve çalıştığı kurum, birinci sayfada yıldızlı dip not olarak gösterilmelidir.
- 3.10. Yayın, danışma ve hakem kurullarında görev alanlar, kendi makalelerinin görüşmelerine ve hakem görevlendirmelerine katılamazlar.
- 3.11. Yayını uygun görülen makaleler yayın sırasına konur. Gönderilen makaleler ve düzeltme talepleri sonrasında da yayını uygun görülmeyen yazılar iade edilmez ve yazarına gerekçesiyle bildirilir.
- 3.12. Makalelerin bilimsel ve diğer hususlara ilişkin sorumluluğu yazar/larına aittir. Bir başkasından yaralanılan şekil, resim ve tablo alıntılarında, ilgili yazar/yayıncıdan izin yazısı alınmalı ve makale ekinde sunulmalıdır.
- 3.13. Her sayıdaki hakem isimleri ve raporları beş yıl süreyle arşivlenecektir.
- 3.14. Yazar/lar, yayınlanması halinde, tüm telif haklarını Beykent Üniversitesine devrettiklerini belirten aşağıdaki belgeyi de makaleleriyle birlikte göndermelidir: Bu belgenin imzalanıp gönderilmemesi halinde, bu haklarını, Beykent Üniversitesi'ne otomatik olarak devrettikleri anlamına gelir.

#### **TELİF TRANSFERİ:**

Yayını halinde..... başlıklı makalenin yazar/ları olarak, tüm telif haklarını Beykent Üniversitesi'ne devrediyorum/z.

Yazar/lar: Ad/Soyad:

İmza:

Kurumu:

Adres:

#### **İLETİŞİM:**

Beykent Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Sıra Selviler Cad. No.65, 34437 Taksim İstanbul. Tel: 0212 444 1997

Faks: 0212 867 55 76 [www.beykent.edu.tr](http://www.beykent.edu.tr)



## **PUBLICATION REGULATIONS:**

- 1.** Journal of Social Sciences of Beykent University is published TWICE (once every six months) a year.
- 2.** It is published after the inspection of arbitrators and aims to support authentic studies. Articles must be sent to the Publication Committee Secretary containing the name of the writer, writer's e-mail address, and his/her mobile or landline number when sent to arbitrators for evaluation. Writers must consider the following criteria which will be taken into consideration by arbitrators in their evaluations:
  - 2.1** Writers, in their articles, must be able to demonstrate the axis of the periodical and secondary source evaluation and their novelty in accordance with such criteria and their contribution and application to social sciences.
  - 2.2** They must also prove the contribution of research articles to the main axis of the periodical, articles' adequacy of statistical analysis and techniques using hypothesis and methodology.
  - 2.3** Also writers must demonstrate logical unity of articles and show whether articles can be deemed relevant and/or satisfactory.
  - 2.4** Articles' congruency to its title and whether key words are able to reflect contents of articles must be established.
  - 2.5** Articles contribution to education by setting a high-quality model with diagrams and tables used must be illustrated. Articles concerning empirical studies will be given priority and writers submitting articles must follow the following criteria:
- 3** All articles must be written in Times New Roman, 12 point, using Double, Spacing in Microsoft Word (version 6.0 or above). They must be sent over the internet or sent in CD format. Three hard copies must also be sent.
  - 3.1** Articles should be no longer than 20 pages (A4 size paper with double spacing). Texts and figures should be located with a gap of 3.5 cm from the left and a gap of 2.5 cm from the top and the bottom of the page.
  - 3.2** References are not to be given in the form of footnotes but must be noted in brackets (surname, year: page number) within the text.
  - 3.3** Explanatory notes are to be numbered and written under the relevant pages.
  - 3.4** Tables are to be numbered and the numbers are to be written on top of tables, explanation of figures are to be noted under figures (if references are used, they must be noted under tables and figures along with the permission reference number), equations are to be shown in a form that is commonly accepted along with their explanation.

- 3.5** A Bibliography (surname, name, for references, work “articles in quotation marks” place of publication, publishers, - in periodicals: issue, month, year, head and bottom of page-) year of publication, used must be attached to articles. Internet related references must be updated to include dates and time.
- 3.6** Under the heading and the name of articles, a summary of 200 words both in Turkish and in English (containing attributions and a conclusion) and 3-5 keywords must be included.
- 3.7** It is expected that special care is paid to make sure that articles contain a summary, an introduction, method/approach used, development, findings, a conclusion, contribution to its application and a bibliography.
- 3.8** The name of the writer must be included at the bottom of the article and the writer’s title, the institution s/he works for must be noted on the first page with a star symbol as a footnote.
- 3.9** In the related issue, those who serve in the Publication Committee and Committee of Arbitrators are not allowed to join meetings about the article concerned. Articles that are considered to be suitable for publication shall be put in the publication queue.
- 3.10** Articles sent and articles that are considered to be unsuitable for publication after required corrections will not be returned.
- 3.11** Responsibility for the articles from a scientific point of view and other related topics belong to the writer(s). With regard to references relating to figures, pictures and tables, a permission letter from the writer(s) or the publisher(s) concerned must be obtained.
- 3.12** If the article is published, writer(s) must send the following document stating that all copyrights are to be transferred to Beykent University along with the article concerned.
- 3.13** The referees names and their reports will be kept in our rewards for five years.
- 3.14** If the article is published, writer(s) must send the following document stating that all copyrights are to be transferred to Beykent University along with the article concerned. In any case or in the neglect situation, writer(s) transfer(s) all Copyrights to Beykent University.

**TRANSFER OF COPYRIGHT:**

In the event of its publication we, as the writer(s) of the article titled .....  
transfer all of its copyrights to Beykent University.

Writer(s): Name/Surname                      Signature:      Institution: Address:

**CONTACT INFORMATION:**

Beykent Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü (Beykent University, Institute  
of Social Sciences), Sıraselviler Cad. No.65, 34437 Taksim, İstanbul.

Telephone: 444 1997

Fax: 090212 867 55 76 [www.beykent.edu.tr](http://www.beykent.edu.tr)



HAKEM DEĞERLENDİRME RAPORU/ REFEREE EVALUATION REPORT

**Makale Başlığı:** Subject Title

**Dosya/File No:**

<b>GENEL DEĞERLENDİRME*</b> General Evaluation	<b>10</b>	<b>9</b>	<b>8</b>	<b>7</b>	<b>6</b>	<b>5</b>	<b>4</b>	<b>3</b>	<b>2</b>	<b>1</b>
Makale başlığı içeriğe uygun mudur? Is the subject title compatible with the context?										
Özet ve anahtar kelimeler içeriğe uygun mudur? Are summary and key vocabulary compatible with the context?										
Yazının dili/yazımı/semboller anlaşılabilir midir? Are the language used, spellings and symbols clear enough?										
Makale, ilgili bilim dalına veya uygulamaya katkı yapabilecek nitelikte midir? Does the text have the necessary features that'll contribute to the relevant scientific field?										
Yazıda kullanılan ikincil / birincil verilerle araştırma yöntemi amaca uygun mudur? Is research technique used in the text regarding primary /secondary data compatible with the objective?										
Sonuçlara objektif bir biçimde erişilmiş midir? Was an objective approach maintained when reaching the result?										
Konuyla ilgili kaynaklar yeterli ve güncel midir? Are the resources related to the subject current and adequate?										

Bulguların uygulamaya aktarımı/implementation irdelenmiş midir? Are the data verified to see if they are applicable?										
Tablolar metne uygun ve anlaşılabilir midir? Are the tables perceptible and consistent with the text?										
Şekiller metne uygun ve anlaşılabilir midir? Are the figures perceptible and consistent with the text?										

Total marks/evaluation: .....

\* 1' den 10' a kadar puan veriniz (10 = En olumlu... 1 = En olumsuz).

\*Award marks from 10 for the highest and 1 for the poorest.

<b>DEĞERLENDİRME SONUCU</b> <b>Evaluation Result</b>	<b>Hakemin unvanı, adı ve soyadı:</b> <b>Name and title of referee:</b>
( ) Olduğu gibi yayımlanabilir. ( ) It can be published as it is.	<b>e-posta/e-mail:</b>  <b>Telefon/Phone:</b>
( ) Küçük düzeltmelerle yayımlanabilir. (1) ( ) It can be published with minor modifications.	
( ) Önemli değişikliklerin yapılması zorunludur. ( ) Major modifications must be made.(2)	
( ) Kesinlikle yayımlanamaz. ( ) Can not be published under any circumstances	

Değerleme raporunuzu tarafımıza en geç 15 gün içerisinde, /Please send your evaluation report in 15 days to [mkarabulut@beykent.edu.tr](mailto:mkarabulut@beykent.edu.tr) mail adreslerine göndermeniz önemle rica olunur.

Posta Adresi/ Post Adress:

Beykent Üniversitesi

Sıraselviler Cad. No: 65 Taksim/ İstanbul

Tel:0212 444 1997



T.C.  
BEYKENT ÜNİVERSİTESİ  
BEYKENT UNIVERSITY  
SOSYAL BİLİMLER DERGİSİ  
JOURNAL OF SOCIAL SCIENCES

**HAKEMİN DİKKATİNE**

To the referee: Any critics and explanation/comment

Puanlı değerlendirme sonrasında makalenin genel bir değerlendirmesini yaptıktan sonra, bu sayfada, makalenin daha iyi bir hale gelmesi için gerekli gördüğünüz hususları (1, 2) kısaca açıklayınız. Eleştirileriniz, yazarlara önemli ölçüde yardımcı olacaktır.

Değerlendiren hakem/ Referee:

İmza/Signature: .....

**İLETİŞİM BİLGİLERİ:****Editör:**

**Prof. Dr. Muhittin KARABULUT**  
Beykent Üniversitesi  
Sosyal Bilimler Enstitüsü  
Sıraselviler Cad. No:65 Taksim,  
İstanbul  
Tel: 212 444 1997  
e-mail: mkarabulut@beykent.edu.tr

**Editör Yardımcıları:**

**Prof. Dr. Günay KARAAĞAÇ**  
Beykent Üniversitesi  
Türk Dili ve Edebiyatı Bölümü  
Ayazağa Kampüsü, Ayazağa, Şişli,  
İstanbul  
Tel: 212 444 1997  
e-mail: gunayk@beykent.edu.tr

**Doç. Dr. Veysel KILIÇ**  
Beykent Üniversitesi  
İngiliz Dili ve Edebiyatı Bölümü  
Ayazağa Kampüsü, Ayazağa, Şişli,  
İstanbul  
Tel: 212 444 1997  
e-mail: vkilic@beykent.edu.tr

**Yrd. Doç. Dr. Gülşen SAYIN**  
Beykent Üniversitesi  
Mütercim Tercümanlık (İng.)  
Ayazağa Kampüsü, Ayazağa, Şişli,  
İstanbul  
Tel: 212 444 1997  
e-mail: gulsensayin@beykent.edu.tr

**CORRESPONDENCE ADDRESSES:****Editor:**

**Prof. Dr. Muhittin KARABULUT**  
Beykent University  
Institute of Social Sciences  
Sıraselviler Cad. No:65 Taksim,  
İstanbul  
Tel: 090212 444 1997  
e-mail: mkarabulut@beykent.edu.tr

**Associate Editors:**

**Prof. Dr. Günay KARAAĞAÇ**  
Beykent University  
Department of Turkish Language &  
Literature  
Ayazağa Kampüsü, Ayazağa, Şişli,  
İstanbul  
Tel: 090212 444 1997  
e-mail: gunayk@beykent.edu.tr

**Doç. Dr. Veysel KILIÇ**  
Beykent University  
Department of English Language &  
Literature  
Ayazağa Kampüsü, Ayazağa, Şişli,  
İstanbul  
Tel: 090212 444 1997  
e-mail: vkilic@beykent.edu.tr

**Yrd. Doç. Dr. Gülşen SAYIN**  
Beykent University  
Department of Translation and  
Interpretation Ayazağa Kampüsü  
Ayazağa, Şişli, İstanbul  
Tel: 090212 444 1997  
e-mail: gulsensayin@beykent.edu.tr