

ASBİDER

AKADEMİ
SOSYAL
BİLİMLER
DERGİSİ

Cilt:5 / Sayı: 15

AKADEMİ SOSYAL BİLİMLER DERGİSİ

ÖZEL SAYI (ARALIK) 2018

Cilt: 5 Sayı: 15

SAHİBİ

Prof. Dr. Yusuf TEKİNN

Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi Rektörü

SORUMLU YAZI İŞLERİ MÜDÜRÜ

Prof.Dr. Figen ZALF

Lisansüstü Eğitim Enstitüsü Müdürü

EDİTÖR

Doç.Dr. Selin ERTÜRK ATABEY

EDİTÖR YARDIMCISI

Arş. Gör. Kadirhan ÖZDEMİR

İDARE MERKEZİ YAZIŞMA VE HABERLEŞME

Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi Lisansüstü Eğitim
Enstitüsü

Emniyet Mahallesi, Abant Sokak No: 10/2 E Blok Kat:7

Yenimahalle/Ankara

Tel: (0312) 202 83 03

selinerturk@gazi.edu.tr

ozdemirkadirhan@gazi.edu.tr

YAYIN KURULU

Prof. Dr. Hilmi ÜNSAL

Prof. Dr. Murat ÇEBİ

Prof. Dr. Nezir KÖSE

Doç. Dr. Alper ALP

Doç. Dr. Aslı Ö. TARAKÇIOĞLU

Doç. Dr. Aydan ÖZSOY

Doç. Dr. Ayşe Fatma EROL

Doç. Dr. Cihan TANRIÖVEN

Doç. Dr. Erdal AKSOY

Doç. Dr. Evrim E. ÖZÜNEL

Doç. Dr. Fatih SAKALLI

Doç. Dr. Gamze ÖKSÜZ

Doç. Dr. Güler S. ARI

Doç. Dr. Hakan GÜNDOĞDU

Doç. Dr. Mehmet M. ÖZAYDIN

Doç. Dr. Murat AKÇAKAYA

Doç. Dr. Murat ÇERKEZ

Doç. Dr. Özge A. ÇAKMAK

Doç. Dr. Selma YILDIRIM

Doç. Dr. Serpil AYDOS

Doç. Dr. Soyalp TAMÇELİK

Doç. Dr. Zekai ÖZTÜRK

Dr. Öğr. Üyesi Abdurrahman OKUR

Dr. Öğr. Üyesi Berat L. AKKUTAY

Dr. Öğr. Üyesi Dilek SEVİN

Dr. Öğr. Üyesi Emine Öner KAYA

Dr. Öğr. Üyesi Kürşat GÖKTÜRK

Dr. Öğr. Üyesi Mustafa AKSOY

Dr. Öğr. Üyesi Savaş YELOK

Dr. Öğr. Üyesi Selami ERYILMAZ

Dr. Öğr. Üyesi Sevil BÜLBÜL

AKADEMİ SOSYAL BİLİMLER DERGİSİ

Künye.....	i
İçindekiler.....	ii

Banu AKTÜRK ÇETİN ALIŞVERİŞ MERKEZLERİ: YENİ BİRER KENT MERKEZİ OLABİLİR Mİ?.....	1
--------------------------------------------------------------------------------------	---

Şerife Gamze ALBAYRAK TÜRKİYE'DE REEL KESİM GÜVEN ENDEKSİ VE İMALAT SANAYİ KAPASİTE KULLANIM ORANI ARASINDAKİ İLİŞKİ ÜZERİNE AMPİRİK BİR UYGULAMA.....	18
-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	----

Fatma BABAARSLAN MÜZEKKİ'N-NÜFÛS'TA DÜNYA METAFORU.....	28
------------------------------------------------------------	----

Nihangül DAŞTAN TÜRK HALK ŞİİRİNDE BİR PROPAGANDA ARACI OLARAK FES ŞİİRLERİ.....	37
-------------------------------------------------------------------------------------	----

Kemal GÖRMEZ, F.Gökçen ÇETİN 1923-1938 DÖNEMİNİN POPÜLER MİTOLOJİSİ: ATATÜRK KÜLTÜ	49
---------------------------------------------------------------------------------------------	----

Mustafa KESKİNKILIÇ, Esra ÖZMEN YAZILIM PROJELERİNDE YAZILIM GELİŞTİRİCİLERİN YAZILIM SÜREÇ MODELLERİNİ KULLANIM FARKINDALIKLARI.....	61
---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	----

Mübeyyen TEPE KÜÇÜKOĞLU, Şayan BERBER GİRİŞİMCİLİK VE YENİLİK: TÜRKİYE'DE YAYINLANAN LİSANSÜSTÜ TEZLERİ ÜZERİNE BİR İNCELEME.....	79
-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	----

Dr.Gülçin Yıldırım, Dr.Öğr.Ü.Tuğçe UZUN KOCAMIŞ, Özlem TUNCER TOKUR SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK VE FİRMA PERFORMANSI: BIST SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK ENDEKSİ ŞİRKETLERİ ÜZERİNE BİR UYGULAMA.....	90
---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	----

ALIŞVERİŞ MERKEZLERİ: YENİ BİRER KENT MERKEZİ OLABİLİR Mİ?*

Geliş Tarihi (ReceivedDate) 17.12.2018
Kabul Tarihi (Accepted Date) 19.12.2018

Banu AKTÜRK ÇETİN¹

Özet

Alışveriş olgusu insan hayatının önemli bir parçasıdır. Alışveriş mekânları tarihin eski zamanlarından bugüne kentsel gelişmişlik ve yaşam tarzına bağlı olarak farklı formlarda varlık göstermiş olup, bugün sosyal ve kültürel dönüşümün yansıtıldığı mekânlar olarak karşımızda durmaktadır. Günümüzde alışveriş merkezleri, kentler için adeta vazgeçilmez bir parça haline gelmiştir. A'dan Z'ye birçok ürün ve hizmetin tek bir çatı altında sunulduğu mekânlar olarak alışveriş merkezleri, birey ve grupların hayatlarında gıda ve giyim alışverişlerini yapabildikleri mekânlar olmasının ötesinde, geniş bir kafe ve restoran yelpazesine sahip, sinema ve tiyatro gibi sosyal ve kültürel aktiviteleri de bünyesinde barındıran, çocuk oyun ve eğlence alanlarıyla ebeveynlere büyük kolaylık sağlayan, adeta hafta sonu ve boş zamanların değerlendirilebileceği birer buluşma noktası haline gelmiştir. Boş zaman, eğlence, kültür ve sanat gibi birçok şeyi tüketim nesnesi haline getiren alışveriş merkezleri, kentler açısından çok yönlü sonuçları olan ve incelenmesi gereken bir alan oluşturmaktadır. Bu alanlardan biri de şüphesiz alışveriş merkezlerinin halk tarafından tutulması ve kalabalıklığı karşısında kent merkezi sayılan alanların gittikçe sönük bir yapıya bürünmesi şeklinde özetlenebilir.

Anahtar Kelimeler: Alışveriş merkezleri, kent merkezi, kent mekânı, kent meydanı

SHOPPING MALLS: MAY BE A NEW CITY CENTER?

Abstract

The phenomenon of shopping is an important part of human life. The shopping places have existed in different forms depending on the urban development and lifestyle from the old times of history and stand today as the places where social and cultural transformation is reflected. Nowadays, shopping malls have become an irreplaceable part for cities. In addition to being a place where many products and services are offered under a single roof, shopping malls are the places where individuals and groups can make food and clothing purchases in their lives; they have a wide range of cafes and restaurants, and social and cultural activities such as cinema and theater. It has become a meeting place where children can enjoy playgrounds and entertainment areas and provide great convenience for parents. Shopping malls, which make many things such as leisure time, entertainment, culture and art an object of consumption, create a field that has versatile consequences for cities and needs to be examined. Undoubtedly one of these fields is can be summarized as shopping malls that gaining more popularity in the public with their growing crowidity and as a result of that, areas can be called as city centers becoming less popular and dimmer.

Key Words: Shopping malls, city center, urban space, town square

GİRİŞ

Yerleşme, barınma, çalışma, dinlenme ve eğlenme gibi çok yönlü gereksinimlerin karşılandığı yerleşim birimleri olarak kentler, ekonomik, siyasal ve kültürel yapısal dönüşümlerin kentsel mekâna yansımalarının bir sonucu olarak tarihsel dönem içinde anlam ve fonksiyon açısından sürekli değişikliğe uğramaktadır. İnsan hayatının önemli bir bölümünü kaplayan alışveriş olgusu özelinde baktığımızda, 1980 sonrasında küresel süreçlerin etki ve yönlendirmesinin ekonomik düzlemde ortaya çıkardığı dönüşümler alışveriş merkezleri, temalı parklar, süper marketler, fast-food restoranlar gibi formları kentsel kamusal mekânlar olarak karşımıza çıkarmaktadır.

Kentsel alanın kırsal alan karşısında en önemli farkının ekonomik açıdan olduğu bilinen bir gerçektir. Kırsal alanın toprağa, tarıma dayalı ekonomisi kentlerde yerini sanayi ve hizmet sektörüne

* Bu çalışma "Kent Mekânının Şekillenmesinde Alışveriş Merkezlerinin Etkisi: Ankara Örneği" adlı doktora tez çalışmasından yararlanılarak hazırlanmıştır.

¹ Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Doktora Öğrencisi, banu_akturk@hotmail.com

biraktmaktadır. Barınma, çalışma, dinlenme ve eğlenme gibi geniş bir yelpaze içindeki beklentilerin büyük olduğu kentler, temelde ekonomide yaşanan değişimin kültürel, sosyal ve yönetsel açıdan toplumun bütün yaşam biçimini etkilemesi sonucu, mekân ve toplumsal pratikler açısından hızla değişikliğe uğramaktadır. Küresel ölçekte sermaye, mal ve hizmetlerin kazandığı akışkanlığın mekânı da denetimi altına aldığı görülmektedir.

Kentsel yaşam tarzındaki dönüşümün en önemli ürünlerinden biri bugün şüphesiz alışveriş merkezlerdir. Hem kentlerin kent sakinlerine sunduğu önemli bir nimet hem de kentte yaşamının adeta zorunlu bir hali olarak görülen alışveriş merkezleri, günümüzde sosyal ve kültürel hayatı da çevreleyen mekânlar olarak kent hayatının vazgeçilmezleri arasında yer almaktadır.

Basit bir tüketim mekânı olmanın ötesinde sanat ve kültür faaliyetleri ile eğlence faaliyetleri gibi çok yönlü bir yapıda karşımıza çıkan alışveriş merkezleri, zaman içerisinde iç mekanlarında yapmış oldukları bir takım düzenlemelerle (ortada bir meydan oluşturmak ve bu meydanlarda canlı ve/veya yapay bitki ve çiçeklerle oturma alanları oluşturmak ya da heykellere yer vermek gibi) adeta kent meydanlarını taklit etme çabası içine girmişlerdir. Hatta daha da ileri giderek iç mekanlarında kente özgü sokak ve meydan isimleri kullanmaya başladıkları görülmektedir. Resmi bayramların bile alışveriş merkezleri içinde yer alan meydanlarda coşku ve kalabalıkla kutlanır hale gelmesi de yine bu mekanların kent meydanlarından birtakım roller çaldığını gösterir niteliktedir. Güvenlikli alanlar olması ve olumsuz hava şartlarından etkilenmeden zamanın geçirilebildiği alanlar olarak alışveriş merkezlerinin popülaritesi ve kalabalıklığı artmakta, buna karşın kent merkezlerinin sönükleştiği ve tenhalaştığı gerçeği karşımıza çıkmaktadır.

Bu çalışmada alışveriş merkezlerinin nasıl kent merkezlerine rakip oldukları, hangi açılardan kent meydanlarından roller çalmaya çalıştıkları üzerinde durulacaktır. Alışveriş merkezlerinin birer kent merkezi olarak ne ölçüde nitelenebilecekleri tartışılmaya çalışılacaktır. Ve bu husus yer yer Ankara'da ki alışveriş merkezlerinden çekilmiş bazı fotoğraflar ile desteklenerek ortaya koyulmaya çalışılacaktır.

1. KAVRAMSAL ÇERÇEVE

1.1. Kent Merkezi

Sanayileşme öncesi dönemde, konut ve işyerlerinin farklılaşmadığı, geleneksel işlerin, zanaat türü küçük üretimin ve ticaretin yoğun olduğu kent merkezleri, sanayi toplumlarında tüm kentin ve etkileşim alanının toplumsal ve ekonomik faaliyetlerinin karar verici, denetleyici ve koordine edici işlevlerinin toplandığı yer ve bir anlamda 'kent'in beyni' olarak tanımlanmaktadır. Karar verme gücünü elinde bulunduran kamu kurum ve kuruluşlarının binaları ile uzmanlaşmış ve geniş kitlelere hizmet veren işyerlerinin varlığı, arazi ve arsa değerlerinin çok yüksek oluşu, üretim, perakende ticaret, sosyal ve kültürel faaliyetler ile ulaşım ve iletişime yönelik birçok hizmetin varlığı ise bu tanımlamada etkin olmaktadır (Osmay, 1998:139).

Gerek kentte yaşayanlar açısından gerekse dışarıdan gelenler için kent, merkeziyle var olur ve bir kente gelindiğinde dikkat çekici olabilecek bütün işlevler kent merkezinde yer alır (Aslanoğlu, 2000:192). Gelişen teknolojinin sağladığı imkânlar karşısında geleneksel kent kavramının çözülerek, hiyerarşik ve yoğun tek merkez yerine, yoğunluğu düşük çok merkezli kentlerin ortaya çıktığını söyleyebiliriz ve artık günümüz kentleri için tek bir merkezden bahsetmek mümkün görünmemektedir (Negri, 2014:57). Kentin dışında kalan yerleşim yerlerinin önem kazanması ve daha çok tercih edilir hale gelmesinin bir sonucu olarak kent merkezleri tek kullanımlı haline gelmiştir (Bayraktar, 2013:29). Sermayenin yer seçimi ve çalışan nüfusun dağılımı gibi faktörlerin kent formunu değiştirici etkisi bulunmaktadır. 1980 sonrasında dünyada yaşanan ekonomik dönüşüm ile iletişim ve ulaşım teknolojisindeki gelişmeler, kentlerin mekânsal organizasyonlarında yeni dönüşümlerin yaşanmasına neden olmuştur (Osmay, 1998:139-140). Konut alanlarının hızla genişlemesi, kentsel alanların büyümesini de beraberinde getirmiş, bu büyüme karşısında kent merkezlerinin yetersiz kalması çağdaş tüketim mekânlarının kentlerde ortaya çıkışına zemin hazırlamıştır (Aksel, 2008:18).

1.2. Kentsel Mekan

Kent açısından mekân, sınırlı bir yeri ifade etmektedir. Bir anlamda kentin bütünleşme aracı olarak kentsel mekân, yapıların birbirleriyle ve diğer öğelerle ilişki kurmasını sağlamanın ötesinde, insanlar ve mekânlar arasında da karşılıklı bir bağ yaratmaktadır. Kentsel mekânlar, kentlilerin kültürel birikimlerini paylaştıkları, kentli olma tecrübesi edindikleri ve nihayetinde kent kimliği oluşumunun sağlandığı yerlerdir (Diler, 2013:43). Kentsel mekanlar, tüm kullanıcıların kültürel birikimlerini yaşadığı, paylaştığı ve aktardığı yerler olarak, tüm kullanıcıların kültürel kimlikleri, kişisel gelişimleri ve birbirleriyle olan etkileşimleri sonucu kentli olma deneyimi elde ettiği mekânlardır (Taşçı, 2014:70). Bireylerin kendi aralarındaki ilişkileri kadar içinde yaşadıkları mekân ile olan ilişkilerinin de hem mekânı değiştirici etkisi bulunmakta hem de mekânın etkileyici unsur olma özelliği nedeniyle mekânın toplumsal süreçlerin bir parçası olduğu gerçeğini ortaya koymaktadır (Özdemir, 2010:74).

Harvey'in "birbirinin üstüne binen geçmişin biçimleri ve günlük kullanımların bir kolaj halinde yan yana durmaları ile oluşmaktadır" (Harvey, 1989:91) şeklindeki kentsel mekan tanımına benzer bir ifadeyle Lefebvre de kentsel mekânı, maddi mekânların üretimiyle sınırlamamış, yaşamın her alanında ve toplumsal ilişkilerde yeniden yeniden üretildiği şekliyle tanımlamıştır(Lefebvre, 2014:74). Bu tanımlar doğrultusunda insan eliyle şekillenen kentsel mekânın, o güne kadar biriktirilen hayat tarzını ifade ettiği şeklinde kısa bir tanımla yapılabilir.

Daha çok iş ve finans çevrelerinin ofis gereksinimi sonucu oluşan yeni yapılaşmaların kenti yeniden biçimlendirdiği söylenebilir. Çok katlı alışveriş merkezleri ve plazalarla iç içe geçen gökdelen mimarileri kentlerin yeni imaj noktaları olarak ortaya çıkmakta ve kentleri aynı tip yapı içine sokmaktadır (Eraydın, 2001: 375-376). Bu durum "sermayenin belli bir yerde toplanması, kentsel toprakların değerinin yükselmesi, gelir dağılımındaki dengesizlik gibi somut toplumsal gelişmelerin sonucu" (Koyuncu, 2013:159) olarak da bir anlamda kent mekânını dönüştürmekte ve şekillendirmektedir. Lefebvre, daha önce sosyal ve kültürel merkezler olarak kullanım değeri olan kentlerin, sanayi ve ticaret merkezleri haline gelmesinin ardından değişim değeri olan yerler olduğunu, bir başka ifadeyle kentsel niteliklerin metalaştırıldığı üzerinde durur (Baysal, 2011:39; Öngel, 2014:166). Kullanım değerinin yerini değişim değerinin alması, gelir dağılımında eşitsizlik ve sömürünün artmasına neden olmuş, kentin varsıl ve yoksul kesimleri arasındaki giderek açılan pergel, yaratılan tüketim toplumu ideolojisine uygun olarak kent merkezi dışında, yüksek duvarlarla çevrili, güvenli, yapı ölçüleri yüksek konut sitelerinin yaygınlaşması şeklinde kent mekânına yansımıştır (Bali,2002:37). Kentin varsıl ve yoksul kesimleri arasındaki farkın gittikçe arttığı kentsel formda, iki kesimin kent içindeki yaşam alanları arasındaki fark oldukça keskin bir şekilde karşımıza çıkmaktadır. Kent merkezinden uzakta, güvenli, geniş otopark alanlarına sahip, çocuk oyun alanları ve geniş yeşil alanlarıyla "uydu kent" olarak tabir edilen yeni kent parçaları, kentin varlıklı kesimlerinin yaşam alanları olarak tercih edilmektedir. Kentin yoksul kesimleri ise ya kent çeperlerinde gecekondu olarak nitelendirilen sağlıksız yapılarda ya da kent merkezinde olmasına karşın konut ve çevre açısından çöküntü alanı olarak tabir edilen alanlarda yaşamak zorunda bırakılmaktadırlar. "Kent merkezlerinde küçük işyerlerinin giderek azalması, merkezdeki nüfus kaybı ve üretimin kent/metropol dışına taşınması" (Eraydın, 2001:381) kentlerin yeniden şekillenmesi sürecini ortaya çıkarmaktadır. Pek de canlı olmayan banliyö arazileri, yeni kentçilik hareketi adı altında sundukları butik yaşam tarzıyla değer kazanıyorlar (Çınar, 2013:149).

1.3. Kent Kimliği

Kentlerin zaman içinde biçimlenen sosyo-kültürel farklılıkları *kent kimliği* şeklinde ifadesini bulur. Her kentin kendine has mekânsal, fiziksel, toplumsal ve kültürel açıdan bir bütün teşkil eden kimlikleri vardır (Keleş, 2005:14). Lynch, *The Image of The City(Kent İmgesi)* adlı eserinde kentlerin de tıpkı nesnelere gibi diğerlerinden ayrılmasına imkan verecek, farklı bir varlık olarak tanınmasını sağlayacak bir kimliğe ihtiyaç duyduğundan bahsetmiştir. Kent kimliğini, farklı fiziksel, kültürel,

sosyo-ekonomik ve tarihsel faktörlerle şekillenen, her kentin kendine has özelliklerle ve içinde yaşayan kentlilerin yaşam biçimleriyle oluşturduğu, geçmişten geleceğe taşıdığı, süreklilik arz ettiği bir bütünlük olarak tanımlanmıştır(Lynch, 1960:8-9).

Kapitalizm ilkeleri doğrultusunda sermaye birikimini artırma ve sermaye akışkanlığını kolaylaştırma çabaları, ekonomik düzlemde küreselleşme sürecinin kentin fiziksel mekânını etkilemesi ve şekillendirmesi sonucunu çıkarır (Işık, 1993:30). Bu süreçte kentler, benzer yapılaşma eğilimleri içine girerek, birbirine benzeyen formlarda yani “bir örnek kentler” halini alırlar. Bu yapının, dünya kentlerini aynılaştırırken, yerel farklılıkları ve kent kimliklerini ise ortadan kaldırdığı öne sürülmektedir (Kiper, 2004:105). “Herkesin-herkesle, herkesin-her şeyle, her şeyin-her şeyle etkileşimi mekânı özgün olmaktan çıkartmış ve tek renkli kentsel mekânlar ortaya çıkarmaya başlamıştır” (Ellul, 2003:167). Harvey, bu dönemi evler ve kentler açısından içinde yaşanılacak birer makine olarak nitelermektedir(Harvey, 1999:46).

Artan ulaşım ve iletişim teknolojisinin de etkisiyle bireyler, sanatsal etkinliklerden spora, bilimsel ve kültürel aktivitelerden eğlenceye, giyim tarzlarından yeme-içme alışkanlıklarına, oturdukları evlerden gittikleri mekânlara kadar sürekli bir tüketim döngüsü içinde yer almaktadırlar. Ve tüketicinin gündelik hayatta bir tatmin aracı haline gelmesi tüketicinin birey ve toplum hayatındaki payını giderek daha da artırmıştır. Bu anlamda kent ve kent kimliğine dair değerlerin de değiştiğini söyleyebiliriz. “...kentler, geçmişte olduğu gibi kendilerine özgü farklılıkların değil, çoğalma ve çeşitlenmeyle aynılaştıran kimliklerin mekânları haline gelmektedir. Küreselleşme, çok kültürlülüğü özendirmesine karşın günlük tüketim alışkanlıklarının denetlenmesi yoluyla, tüm dünyayı benzer davranış kalıpları içine sokmaya, yani tek boyutlu bir kültürel kimliğe sahip olmaya doğru zorlamaktadır. Kentlerin gittikçe daha fazla tek düze kalıplara döküldükleri, birbirlerine benzedikleri görülmektedir”(Koyuncu, 2013:162).

1.4. Kamusal Mekân

Kamusal alan kavramı ilk kez, 1962 yılında Habermas tarafından “Kamusal Alanın Yapısal Dönüşümü: Burjuva Toplumunun Bir Kategorisi Üzerine Araştırmalar” adlı eserinde bireylerin ortak faydalarına yönelik tespit ve uygulamalara yönelik düşünce, söylem ve eylemlerin üretildiği ortak toplumsal etkinlik alanı şeklinde tanımlanmıştır (Güney, 2007). Bir başka ifadeyle Habermas’a göre *kamusal alan* bireylerin katılımıyla somutlaşan bir kurumu ifade etmektedir. Yerel kültürü ve yaşanılan zamanı yansıtmakla beraber kentte yaşayanların sosyal, kültürel ve ekonomik durumları hakkında bilgiler veren kentsel kamusal mekânlar (Tekel, 2009:143); gündelik gereksinimlerin sağlandığı, toplumsal amaçların gerçekleştirildiği, kamuya açık, özel alanlar arasında konumlanmış, birey ya da grup kontrolünün dışında, iç içe geçmiş işlevsel ve sembolik amaçlar için kullanılan mekânlardır (Madanipour, 2007:159). Bireylerin kişisel özelliklerini geliştiren ve özel alanlarla kıyaslandığında, sosyal ilişkilerin gelişimine katkıda bulunan kamusal mekânlar; her kesimin kullanımına açık olan alanlar olarak nitelenebilir.

Kamusal alanların; ticaret, toplanma ve sosyalleşme gibi kentsel işlevlerle birlikte kentin gelişimini yönlendirici etkisi de söz konusudur (Özer ve Söylemez, 2010:54).

Kamusal alanlar, sokak satıcıları, dilenciler ve sokak çalgıcıları gibi marjinal grupları da bünyesinde barındırması açısından kısacası toplumun tüm kesiminden insanların aynı paydada kesiştiği yerler olması açısından önem arz eder.

2. ALIŞVERİŞ MERKEZLERİNİN ORTAYA ÇIKIŞI

Alışveriş merkezleri, 19. yüzyılın ortalarında Avrupa ve Amerika’da, büyük yankı uyandıran departmanlı mağazalar temeline dayanmaktadır (Uygun, 2015:75) ve modern anlamda öncülerinin Amerika Birleşik Devletleri’nde geliştiği dikkat çekmektedir (Alkibay vd.,2007:27).

19. yüzyılın ortalarında yaşanan sanayileşme ve kapitalist üretim tarzının dönüşümüyle yaygınlaşan alışveriş merkezlerinin (Şahin, 2010:5), kendine has bir kültür yarattığı görülmektedir(Clarke, 1997:228). Pek çok mal ve hizmeti tek bir çatı altında, satın alma dürtüsünü harekete geçirecek şekilde sunan çok bölümlü bir pazaryeri olarak nitelenebilecek alışveriş merkezleri, aynı zamanda birer eğlence, kültür ve sosyal merkez olma özellikleriyle, pazar gibi geleneksel perakende yerlerinden ayrılmaktadırlar (Sungur, 2011:20-21). İkinci Dünya Savaşı’ndan sonra ilk olarak ABD’de görülen büyük ölçekli perakende mekânlara 1980’li yıllar itibariyle İngiltere, Fransa ve Batı Almanya başta olmak üzere Avrupa’da da rastlanılmaya başlanmıştır (Eren,2010:43). Bugün geldiği süreç itibariyle alışveriş merkezlerinin gelişim sürecini beş temel aşamada belirtmek mümkündür (Clifford, 1994’den Akt. Şahin, 2010:6-9): ‘**Bahçe şehir**’ hareketi, doğrusal biçimde cadde boyu uzanan dükkanlar topluluğu olarak ilk alışveriş alanları olarak nitelendirilmektedir. Yaygın bir orta sınıfın olmayışı işlek cadde ve pasajları ilk zamanlar sadece burjuva sınıfıyla sınırlı tutmuş, yaygınlaşan sanayileşme, kentleşme ve kapitalist üretim tarzıyla beraber işlek cadde ve pasajlar toplumun geneline hitap eder hale gelmiştir. Ekonomide yaşanan 1929 krizi ve İkinci Dünya Savaşı’nın etkisiyle işlek cadde ve pasajlar önemini yitirirken, yeni alışveriş mekânlarının yaratılması söz konusu olmuştur. İkinci süreç ‘**otomobile bağlı alışveriş merkezleri**’nin ortaya çıktığı dönem olarak nitelenmiştir. Motorlu taşıt kullanımının artması ve kent içi ulaşımın hızlanması alışveriş merkezlerinin gelişim sürecinde önemli bir kırılma noktası olarak nitelendirilmektedir (Özer ve Söylemez,2010:55). Alışveriş merkezleri, ev ve caddelerden bağımsız olarak otomobile ulaşılacak şekilde tasarlanmaya başlanılmıştır. Bir sonraki aşama ise orta sınıf kentlinin kent çepçepi olarak adlandırılan yerlerde yaşamasıyla banliyölerin yakınında yer alan büyük süpermarketlerin yaygınlaşması şeklinde olmuştur. 1960’lı yıllardan sonra artan banliyöleşme sonucu yeni tüketim mekânları kent merkezleri değil de otoyol güzergâhı üzerinde yer alan ya da yakınında bulunan ‘**banliyö alışveriş merkezleri**’ olmuştur. 1970’li yılların sonuna doğru yaşanan kriz sonucu devletin sosyal harcamalardan çekildiği bu yeni dönemde alışveriş merkezleri için de köklü değişiklikler olmuştur. Mekândan bağımsız, sermayenin mantığına en uygun yeri kendine yer edinen ve alışveriş dışında boş zaman aktivitesi olarak da kendini sunan süpermarketler ile işlek cadde ve pasajların bir araya getirildiği *atriumlar*² ortaya çıkmıştır. Çelik ve alüminyum gibi malzemelerin kullanımı gelişen teknoloji ile yaygınlaşmış, bunlara mimaride camın da kullanımının eklenmesiyle büyük ve görşelliği ön planda tutan ‘**festival alışveriş merkezleri**’ ortaya çıkmıştır. 1990 yılından sonra küresel sistem içinde sermayenin artan ve kolaylaşan hareketi, gelişen iletişim ve ulaşım imkânları ile küresel imaj ve reklam kültürünün etkisi, dünyada öne çıkmış markaların ürünlerinin her alışveriş merkezinde satıldığı zincir mağazalar ile şubeleşen ulusal ölçekteki firmaların bulunduğu alışveriş merkezleri ortaya çıkarmıştır. Aileleri ve çocukları, gençleri, randevulaşan kişileri kısacası a’dan z’ye herkesi hedef seçen, eğlendirirken tüketime sevk eden, para harcatan ‘**etkileşimli eğlenceli alışveriş merkezleri**’ halini almışlardır.

1980 yılına kadar geleneksel biçimde küçük ölçekli, düşük sermayeli aile bakkalları, kasaplar, manavlar ve tuhafiyeciler Türkiye’nin perakende sektörünü oluşturmuştur (Tokatlı ve Boyacı, 1998:351). 1950’li yıllara kadar bakkal tipi geleneksel perakendecilik ve semt pazarları devam ederken(Altuna,2012:37), tekstil üretim tesisleri ve tüketici tekstil ürün mağazaları olarak ticari bir banka olan Sümerbank, devlete ait olup, bu yılların tek organize perakende yatırımdır(Aksel, 2008:18). 1930 tarihli Belediye Kanunu’nun belediyelere tanımış olduğu Tanzim Satış Mağazaları kurma yetki ve sorumluluğu, 1954 yılında %51 oranında İsviçre, %49 oranında İstanbul Belediyesi ile Toprak Mahsülleri Ofisi Et ve Balık Kurumu ortaklığındaki *Migros* markasında uygulamaya yansımıştır(Altuna, 2012:37). Bu dönemde taşra kentlerini perakendecilikle tanıştırmak amacıyla ve hükümet desteğiyle 1956 yılında Ankara’da Gıma (Gıda ve İhtiyaç Maddeleri Türk A. Ş.) kurulmuştur

² Eski Roma evlerinin ortası ve ilk Hristiyan kiliselerinde girişin önündeki avlu olarak adlandırılan atrium, emlak ansiklopedisine göre alışveriş merkezlerindeki üstü cam kaplı meydanı bölgelere verilen addır.

(Erkip, 2010:74; Tuzcuoğlu, 1999:7). Yeni tüketime pazarlarının ortaya çıkmasına sebep olan, Türkiye'nin çağdaş perakendecilikle tanışma süreci 1980'li yıllarda ekonomideki yapısal değişiklik sonucu ihracatın serbest bırakılması ve sonucunda uluslararası yatırımcıların tek başlarına ya da Türk ortaklarla birlikte piyasaya girmesiyle başlamıştır(Aksel, 2008:18). Metro, Avrupa'nın en büyük marketler zincirinden biri olarak 1986'da ilk mağazasını İstanbul'da açmış ve böylece Türkiye'nin ilk "cash&carry" (peşin öde&al götür) toptancı marketi açılmıştır (Tuzcuoğlu, 1999:7-8). Tüketime mekanları, yarattığı sonuçlar açısından önemlidir.

"Kentlerdeki ticari, sanayi, sosyal, kültürel ve siyasi aktivitelerin artmasına paralel olarak kent merkezinde yer alan tarihi çarşıların artan talebi karşılayamaması, yeni merkezlerin oluşması, ulaşım ve hepsinden önemlisi tüketim anlayışındaki zihniyet dönüşümü sebebiyle bu çarşılar cazibesini kaybetmeye başlamıştır"(Koyuncu, 2013:166-167). 1980'li yıllarla beraber neo-liberal politikaların etkisiyle ulusal ile küresel sermaye arasındaki ilişki alışveriş merkezlerinin doğuşuna sebebiyet vermiş, bu çerçevede ilk alışveriş merkezi, 1988 yılında Galeria adı altında İstanbul'da açılmış, bunu da 1989 yılında Ankara Atakule takip etmiştir (Şahin, 2010:9).

3. ALIŞVERİŞ MERKEZLERİNİN KENT MERKEZLERİNİ YANSITAN ÖZELLİKLERİ

Alışveriş merkezlerinde kentsel mekâna ilişkin birçok işlevin taklit edilmeye çalışıldığı görülmektedir. Koridorların uç noktalarında ya da ortasında, kesişme alanlarında kent meydanını andırır nitelikte büyük geniş alanlar yer almaktadır. Hatta bu geniş alanlara bir takım heykeller konulması ve oturma alanlarının eklenmesi, alışveriş merkezi ziyaretçilerinin kendilerini adeta kent meydanında hissetmeleri amacıyla hizmet etmektedir. Resim 1,2 ve 3'de Forum Ankara Alışveriş Merkezi'nde mağazaların bulunduğu koridorlara sokak ve meydan isimlerinin verildiği ve tıpkı cadde ve sokaklarda yer alan levhalar şeklinde de duvarlara asıldığı görülmektedir (Aktürk Çetin, 2017: 51-53).



Resim 1. Forum Ankara Alışveriş Merkezi'nin Çeşitli Bölümlerinden Görüntüler (Ekim 2017)

Resim 1.'de görülen büyük kanatlı kadın heykeli, alışveriş merkezinin '*Sihirli Meydan*' olarak isimlendirilen yerinde bulunmaktadır.



Resim 2. Forum Ankara Alışveriş Merkezi'nin Çeşitli Bölümlerinden Görüntüler/b (Ekim 2017)

Bu tür isimlendirmeler ve alışveriş merkezinde yer alan mağazaların, belirlenen bu sokaklara göre kendi yerlerini tanımlamaları, ziyaretçiler üzerinde adeta kent merkezinde cadde üstünde alışveriş mekânlarını dolaşıyormuş hissini vermekte ve algısını oluşturmaktadır. Şüphesiz amaç da budur.



Resim 3. Forum Ankara Alışveriş Merkezi'nin Çeşitli Bölümlerinden Görüntüler/c (Ekim 2017)

Resim 1,2 ve 3'de görüldüğü üzere, 'Cumhuriyet Meydanı', 'Kalecik Sokak', 'Angora Sokak' gibi kente özgü ve kent merkezini çağrıştıran isimlendirmelerin yapılması, alışveriş merkezlerinin gündelik hayatın tüm gereksinimlerini aynı çatı altında toplamak misyonunu, buldukları kentin küçük bir minyatürü olma çabası içinde ve kente özgü işlevlerden rol çalacak biçimde yapmaya çalıştıklarının bir göstergesi olarak nitelendirmek mümkündür (Aktürk Çetin, 2017:53). Kent meydanı, sokaklar ve kent mobilyaları (Güney, 2013:109) gibi kente özgü mekânsal unsurların kullanımını alışveriş

merkezlerinde küçük bir kent ortamı yaratma çabası olarak ele alan Uzzell bu durumu, ‘alışveriş merkezlerindeki kent simülasyonu’ olarak nitelemiştir (Uzzell, 1995:309).



Resim 4. Metromall Alışveriş Merkezi’nde Yaratılmaya Çalışan Kent Meydanı Minyatürü (Ekim 2017)

Alışveriş merkezleri, iç mekanlarında yer alan yapay ya da canlı bitki veya ağaçlar ile süs havuzları, oturma bankları, meydan saatleri, minyatür park oyun alanları gibi birçok faktörle ziyaretçilerine küçük bir kent yaşantısı sunmaya çalışmakta, bir anlamda kent merkezlerini ve meydanlarını taklit etmeye çalışarak kent havasını bünyelerinde barındırma çabası içine girmektedirler.

Alışveriş merkezlerini ‘kapalı birer kent’ olarak niteleyen Uzzell, 1995 yılındaki eserinde bu durumu şöyle tanımlamıştır: “Alışveriş merkezleri kentin temel özelliklerini taklit etmeye çalışmaktadır. Gerçekten mimarların, alışveriş merkezlerinin geniş yaya bulvarları ve halk heykelleri, merkezi çeşme

ve oturma alanları bulunan atriyumu ile ‘kent meydanı’ olarak etiketlenmiş en iyi kentsel gelenekleri taklit ettiği iddia edilebilir” (Uzzell, 1995:309). Gerçekten bakıldığında alışveriş merkezlerinin iç mekanlarında yaptıkları düzenlemelerle kent merkezlerini taklit etmeye yönelik çabaları gün geçtikçe artmaktadır.

Uzzell, AVM’lerin kentin temel özelliklerini taklit etme yolunun sadece fiziksel tasarımla sınırlı olmayıp kamusal alanı da kapsadığını çalışmasında şöyle dile getirmiştir: “...kasabalarımızda ve kentlerimizdeki kamusal alan geleneksel olarak vatandaşların kent yaşamının nabzını gözlemlemesine ve katılmasına, kentin asıl varoluş nedenini gerçekleştirmek için bir araya gelip etkileşime girmesine izin veren bir sosyal fonksiyona hizmet ettiğinden alışveriş merkezi aracılığıyla kamusal alanların sağlanması bu geleneği ve fonksiyonu teşvik eder ve kalıcı hale getirir” (Uzzell, 1995:309).



Resim 5. Forum Ankara Outlet’in Sosyal ve Kültürel Etkinlik Alanı Olarak Nitelediği Meydan

Yukarıdaki resimde alışveriş merkezi içinde bir alanın sosyal ve kültürel etkinlik alanı olarak tespit edildiğini görüyoruz. Tıpkı kent meydanlarındaki toplantı ve gösteri alanlarına atıf yapar biçimde bir düzenlemenin olduğu görülmektedir. Alışveriş merkezlerinin bu kısımlarında özel günler ve resmi bayramlar gibi zamanlarda çeşitli organizasyonların gerçekleştirildiği görülmektedir. Bu vb faaliyetlerle alışveriş merkezleri, salt tüketim mekanı olmanın ötesinde kendilerini sosyal ve kültürel faaliyetlerin de yer aldığı mekanlar olarak göstermekte ve kent merkezi ve meydanlarından rol çalar hale sokmaktadır denilebilir.



Resim 6. Panora AVM’de 29 Ekim kutlamalarından bir kare

Yukarıdaki resim, 29 Ekim 2017’de Panora AVM’nin alışveriş koridorları ortasında kalan büyük meydanında Cumhuriyet Bayramı’na özel bir konser organizasyonu olduğunun fotoğrafıdır. Alışveriş merkezi ziyaretçileri, ellerinde Türk bayraklarıyla konseri dinlemekte ve konsere eşlik etmekte; kısacası resmi bayramlardan biri olan Cumhuriyet Bayramı’nı burada kutlamaktadır. Bu tür kutlamaların geçmiş zamanlarda kent merkezleri ve meydanlarında yapıldığını göz önüne aldığımızda alışveriş merkezlerinin kent meydanlarındaki faaliyetleri bünyelerine taşımaya çalıştıklarını görebiliriz.



Resim 7. Bilkent Center ve Podium Alışveriş Merkezlerinde Cumhuriyet Bayramı programı haberinin yer aldığı billboardlar



Resim 8. Ankamall AVM meydanında canlı müzik dinletisi (2017)

Resim 8, alışveriş merkezinin içinde canlı müzik dinletisi yapıldığını resmetmektedir. Bu durumu, kent merkezlerinde yer alan sokak çalgıcılarının modern bir versiyonu olarak değerlendirmek mümkündür. Sokak çalgıcılarının, sundukları müzik dinletisi sonucu gönüllülüğe dayanan bahşış yöntemi, alışveriş merkezlerinde gezmenin, alışveriş yapmanın daha doğrusu vakit geçirmenin modern bir sunumu şeklinde karşımıza çıkmaktadır. Ziyaretçiler, kendilerini tüketim dürtüsüyle harekete geçiren bu yerlerde zaten bu dinletinin bedelini misliyle ödemektedir.



Resim 9. Metromall ve Panora Alışveriş Merkezi'nin iç mekânından görüntüler

Yukarıdaki resimde alışveriş merkezinin içinde canlı bitki ve ağaçlarla çevrilmiş oturma banklarının yer aldığı görülmektedir. Ziyaretçilerine kapalı bir mekanda alışveriş yapmak kısıtı dışında, kent meydanında yeşilliklerin içinde oturuyormuş hissini verilmeye çalışıldığı söylenebilir.



Resim 10. Ankamall Alışveriş Merkezinin Buluşma Noktası Olarak Adlandırdığı Nokta (Kasım 2017)

Alışveriş merkezlerinin birey ve gruplar için buluşma mekanı olduğunu söylemek mümkündür. Geçmişte kent merkezleri içinde belli kamu binaları ile bilinen büyük yapıların ve heykellerin buluşma mekanı olarak tayin edilmesinin yerini günümüzde alışveriş merkezlerinin aldığını görüyoruz. Öyle ki, alışveriş merkezleri bu durumu tesciller nitelikte 'buluşma mekanı' olarak adlandırdıkları kısımlara yer vermektedirler.

Alışveriş merkezlerinin tasarımı, potansiyel kullanıcıların mekân içinde pek çok farklı davranışını gerçekleştirmeye ikna etmek amacıyla yapıldığı görülmektedir (Muğan, 2013:88). Alışveriş merkezleri, gerek mimari gerekse iç mekan düzenlemeleriyle hem diğer alışveriş merkezlerinden

ayrılabilir hem de ziyaretçilerinin ışık, ses, görüntü gibi duyu organlarına hitap edebilecek, önceden planlanmış bir algı yaratma ve kişilerin sıkılmadan uzun vakit geçirebileceği bu arada da satın alma duygularını harekete geçirici mekân tasarımları uygulamaya çalışırlar (Kadıoğlu, 2014:143-144). Aşağıdaki resim bunu gösterir niteliktedir.



Resim 11. Ankamall'de Kişilerin Oturma Alanı Olarak Oluşturulmuş Kısımlarından Biri (Ekim 2017)

4. ALIŞVERİŞ MERKEZLERİ BİRER KENT MERKEZİ SAYILABİLİR Mİ?

Alışveriş merkezleri, ilk ortaya çıktığında minimum zamanda maksimum alışverişin yapılması şeklinde güçlü bir amaçla tasarlanıp şekillenmiş olup, zaman içinde ise *kent mekânı bileşenlerinin belirli bir amaç doğrultusunda yapı içerisinde yeniden kurulması* şeklinde günümüz halini almıştır (Bırol,2005:423). Çok sayıda ve türde mağazayı, süpermarket ve sosyal etkinlik alanlarıyla bütünleştiren alışveriş merkezleri, kent merkezinin dışında ama genellikle kent merkezlerinin bütün imkânlarını bünyelerinde taşıma özelliği göstermektedirler (Tekel, 2009:145). Günümüzde bireyler gıda alışverişinden giyim alışverişine, mobilyadan beyaz eşyaya, ev tekstilinden, züccaciyeye, terziden kuaföre, oto yıkamadan, sinemaya, kafe ve restoranlardan çocuk oyun parklarına kadar, mescit alanları da dahil olmak üzere çok geniş yelpazede birçok gereksinimini tek bir çatı altında, alışveriş merkezlerinde karşılayabilmektedir. Her kesime ve her yaşa hitap edebilecek yapılar bünyesinde bulunduran alışveriş merkezleri bu açıdan kent merkezlerine rakip olur niteliktedir ve hatta kent merkezlerine ihtiyaç duyulmadığı algısını yaratmaktadır.

“Küreselleşme sürecinde ranta yönelik her türlü tesis “anıt”sallaştırılmaya çalışılmaktadır. Bu eğilim kent mekânına, dev otopark alanları ile gökdelenler, çok katlı-çok mallı alış-veriş merkezleri, plazalar, çok yıldızlı oteller biçiminde yansımaktadır. Bu süreçte, bundan 20-30 yıl kadar önce kentin en önemli simgeleri olarak bilinen tarihi yapılar yerlerini, bu değerleri ezercesine yükselen dev otellere, çok katlı alışveriş merkezlerine ve gökdelenlere bırakabilmektedir. Üretimden çok tüketime yöneltilmiş özellikle büyük kentlerin simgeleri olarak artık Armada, Akmerkez, Galeria, Migros türü yapılar gösterilmektedir. Bu tür yeni yapılar kentlere kimlik kazandırmaktan çok onları bir örnekletmektedir” (Kiper, 2004:16). Gökdelenler gibi dev yapılar, kentlerin kimliğinin temeli sayılan tarihi mekânları ve yerele özgü yapıları (bir anlamda yerel kültürü) geride bırakarak, kentleri ekonomik paydada birbirleriyle benzeşen mekânlar haline getirmektedir (Koyuncu, 2013:160). Castells bu dev binaları, kapitalizmin yükselme döneminin katedralleri olarak kent üzerinde paranın gücünü sembolize eden yapılar olarak nitelemiştir (Castells, 1983).

Otuz kırk yıl öncesine kadar kırsal kullanımda olan alanların bugün ofis ve konut alanı olarak ticari aktivite merkezi şeklinde örgütlenmesini “kenar kentler” kavramı niteliyle ele alan Garreau, aynı isimle ele aldığı çalışmasında bu sürecin üç aşamadan oluştuğunu; İkinci Dünya Savaşı sonrasında konutların kentin dışına çıkmasının, yani ‘banliyöleşme’nin ilk aşama olduğunu, yaşamın gerekliliği olarak pazar alanlarının yaşanılan yerlere taşınması yani ‘mekânın alışverişleşmesi’nin ikinci aşama olduğunu, kentlerin özünü oluşturan iş alanlarının da yaşanılan ve alışveriş yapılan alanlara taşınması yani ‘kenar kentler’in oluşmasını ise üçüncü aşama olduğunu belirtmiştir (Garreau, 1991’den Akt. Özer vd., 2010:56). Kenar kentlerin oluşması ve alışveriş mekanlarının bu alanlara taşınması ise ister istemez kent merkezlerine duyulan ihtiyacı azaltmıştır.

Kent alanlarının büyümesi karşısında perakende satışın banliyölere kayması, merkezin ticari fonksiyonlarını kaybetmesine ve bir anlamda içinin boşalmasına ve nihai olarak da kent merkezlerine karşı alışveriş merkezlerinin ortaya çıkmasına neden olmaktadır (Öztürk, 2012:621). “Kent merkezlerinde, binaların alt katlarında yer alan dükkanlardan pasaj içi bireysel birlikteliklere, daha sonra çeşitli ürünlerin satıldığı çok katlı ama tek bir firmaya ait mağazalardan, hizmet sektörünün büyük yatırımcılarının sermayelerini toplayan ve adeta büyük bir işletme haline gelen alışveriş merkezlerine kadar giden gelişme, kentlerin hem tüketim davranışlarını hem de merkezlerini değiştirmiştir” (Osmay, 1998:152). Bu değişimin planlı olmayıp sermayenin kâr odaklı gelişi güzel seçimine bağlı olması, yüksek rant alanlarının ortaya çıkması ve arazi kullanımlarının değişmesi etkileri yanı sıra kentlerde trafik sıkışıklığı başta olmak üzere bir takım çevre sorunlarının ortaya çıkmasına neden olmuştur.

Kent merkezine benzeyen bir yapılaşma içinde olan alışveriş merkezleri, kente yaptıkları göndermeler kanalıyla kent merkezlerine alternatif bir yapı olarak kendilerini tanımlayıp şekillendirmekteyse de (Birol, 2005:422); bu durumun mekânsal olmaktan ziyade biçimsel, yüzey ve yapay olmanın ötesine geçemediği ortadadır (Tekel, 2009:145). Yapay ve canlı bitkilere, süs havuzlarına, oturma banklarına, sokak ve meydan isimlerine yer verilerek kent merkezi havası yaratılmaya çalışılsa da bu çabanın şekilsel bir benzerlik ötesine geçemeyeceği ama kent merkezlerinin içinin boşalması şeklinde olumsuz bir götürüsü olduğu gerçeğini karşımıza çıkarmaktadır.

Alışveriş merkezlerinin her ihtiyacın karşılanacağı mekânlar olarak görülmesinden dolayı artık kent merkezleri, kent yaşantısı içinde ihtiyaç duyulmayan bir hal içine girmeye başlamıştır (Aksel, 2008:26). Alışveriş temelinde gezme, eğlenme, dinlenme, buluşma gibi genel olarak sosyalleşme imkanı sağlaması, mevsimsel hava şartlarının olumsuzluklarından etkilenmeden, güvenli bir ortam sunma yetileriyle alışveriş merkezleri, kent merkezlerine rakip olmuşlardır (Yıldız, 2010:69). Benzer bir ifadeyle, toplanma, buluşma, boş zamanları değerlendirme gibi bir takım sosyalleşme kanallarıyla alışveriş merkezleri, kent merkezlerinin sahip olduğu bazı fonksiyonları üstlenmektedirler (Köksal, 2015:234). Kimi durumlarda da alışveriş merkezleri buldukları kent mekanını merkezileştirebilmektedir.

Kuzey Amerika ve Avrupa ülkeleri başta olmak üzere birçok ülkedeki alışveriş gelişimi için bir model olan West Edmonton Alışveriş Merkezi’nin, zamanla Edmonton kentinin çöküşüne sebep olmasından dolayı Şehir Planlama ve İnşaat Departmanı, PRIDE (Downtown Edmonton’un Geliştirilmesi Programı) olarak adlandırdığı bir kentsel canlanma planı hazırlamıştır. Kent merkezinin fiziki dokusunu kamusal ve özel yatırımlar yoluyla canlandırmak, perakende faaliyetleri artırmak, sosyal ve kültürel ortamı geliştirmek ve nihai olarak insanları kent merkezinde yaşatmaya teşvik etmek bu programın temel hedefleri kabul edilmiştir. 1987 yılında yayınlanan PRIDE Yıllık Raporu sonuçlarına göre, kent merkezinde artık perakende ticaretin ve buna bağlı olarak restoranların olmadığı, bu durumun zamanla büroların da kent merkezinden çıkmasına neden olarak *ofis kulelerine* doğru yönlendirici olduğu, sonuç olarak kent merkezinin yavaş yavaş terk edildiği tespit edilmiştir (Uzzell, 1995: 299-300).

1980 sonrası küresel değişkenlerin etkisiyle oluşmaya başlayıp, 1990 ve özellikle 2000’li yıllar boyunca yaygınlaşan alışveriş merkezlerinin, kent merkezlerinin daha az tercih edilmelerine sebep olduğu iddia edilmektedir (Muğan Akıncı, 2013:88). Alışveriş merkezlerinin hızla orta ve üst gelir grubunu kendine çekmesi, işlek caddeleri tenhalaştırarak sönükleştirmekte böylece kent merkezlerinin

işlevleri gittikçe azalmaktadır (Şahin, 2010:10). Kent merkezlerinin modern donanımlı işyerleri için altyapı ve alan büyüklüğü açısından elverişliliğini kaybetmiş olmaları da yine kent merkezlerinin köhneleşerek terk edilmesinde bir etken olarak gösterilmektedir (Osman, 1998:153).

Alışveriş merkezlerinin kent merkezlerine rakip olacak şekilde alternatif merkezler yaratması banliyöleşme ve otomobil kullanımının yaygınlaşmasının bir sonucudur (Yıldız; Kes Erkul, 2010:68). Uydu kentlerin oluşumunun ardından alışveriş mekanlarının da buralara kayması neticesinde birçok kişi kent merkezine uğramadan hayatını idame ettirebilir duruma gelmiştir. Bu durum yerel ve bağımsız işletmelerin kapanmasına ve nihai olarak kent merkezlerinin sönmüşlüğüne sebep olmuştur (Yalçın ve Özuduru, 2013:30). Kentsel planlamada yeni bir ivme olan 'bölgesel alışveriş merkezleri' kent merkezlerinin bütün özelliklerini banliyölere aktarmış ve orta sınıfın kent merkezlerini terk etmelerine sebep olmuştur (Peron, 2001:852). Nitekim, 20. Yüzyılın başlarında kent yaşamının mekânsal olarak da bölünmesi, anlamı boşalan kent merkezi fikrinin alışveriş merkezlerinde yaratılacak olan mekânlarla doldurulabileceği yönünde olmuştur (Vural, 2009:148).

Yeni tüketim mekânları olarak yükselen alışveriş merkezleri karşısında rekabet etme şansı bulamayan küçük ve yerel ölçekli perakendecilerin iflas ya da kapanma gibi sebeplerle kent merkezlerinden çekilmesi de kent merkezlerini sönmüşleştirici etkide bulunmaktadır (Eren, 2010:43). Yerel ticari birimlerin azalması ve yerel ekonomi içinde daha az paranın dolaşması, ekonomiyi bir arada tutan sosyal kenetlenmeyi zayıflatmakta, yerel işletmelerin ve altyapının ekonomik kriz ve şoklar karşısında kapanmasıyla kent merkezleri köhneleşmektedir (Yalçın ve Özuduru, 2013:37). Bu çöküntü ve köhneleşme hali kent merkezlerinde güvensiz bölgelerin oluşmasına neden olmakta (Eren, 2010:43) ve toplumda kent merkezlerine karşı olumsuz bir yargı oluşmasına sebebiyet vermektedir.

"Kamusal alan, içinde siyasi bir hareketin görülebilmesini sağlayan bir alandır. Kamusal alanda politik örgütler kendilerini daha büyük bir nüfusa temsil edebilirler. Kamusal alanda toplumsal grupların kendileri kamuya açılır. Örneğin, yalnızca kamusal alanlarda evsizler kendilerini "kamunun" meşru bir parçası olarak temsil edebilirler. Evsiz insanlar ya da marjinalize olmuş diğer gruplar toplum için görünmez kaldıkça, yönetimin meşru üyeleri olarak sayılmazlar" (Mitchell, 1995:115). Alışveriş merkezlerinin sokak satıcıları, dilenciler, evsizler ve sokak çalgıcıları gibi marjinal grupları bünyesinde barındırmaması kamuya açık olma özelliğini bertaraf etmektedir.

Alışveriş merkezlerini yeni kamusal mekânlar olarak ele aldığımızda *kamuya açık olma, eşitlik, tarihsel ve kültürel bellek ile erişilebilirlik* gibi kamusal mekâna özgü unsurları göz ardı etmiş oluruz. Alışveriş merkezleri her ne kadar kamunun kullanımına açık alanlar gibi görünseler de bir takım sosyal davranış ve aktivitelerin buralarda zorunlu tutulması, kamusal mekâna özgü *eylem özgürlüğü*nün aslında buralarda olmadığını ortaya koyar. Bu da bize alışveriş merkezlerini yeni birer kamusal mekân olarak nitelendirmek yerine kamusal mekanın farklı bir yorumu olarak değerlendirmenin daha doğru olacağını gösterir (Tekel, 2009:146). Alışveriş merkezlerine giriş ve çıkışların belli bir kontrole tabi tutulması alışveriş merkezlerinin kamusal alan olarak değerlendirilmemesine neden olmaktadır (Taşçı, 2014:84). Kentsel kamusal mekânların aksine alışveriş merkezlerinden içeriye girebilmek için belli bir denetimden (güvenlik görevlileri gözetimi ve x-ray cihazı) geçmek gerekmektedir.

SONUÇ

Günümüz kent yaşantısının hem bir zorunluluğu hem de vazgeçilmez bir unsuru haline gelen alışveriş merkezleri, gerek tüketim alışkanlıklarını değiştirmesi gerekse sosyal ve kültürel etkinlerle adeta bir sosyalleşme aracı haline gelmesi bakımından toplumsal hayatı dönüştürücü etkide bulunmaktadır. Bu etkinin kent mekanına da yansıdığı görülmektedir. Kent merkezlerinin birçok niteliğini bünyelerine taşıyan alışveriş merkezlerinin artan popüleritesi ve kalabalıklığına karşı kent merkezlerinin içinin boşaldığını söylemek mümkündür. A'dan Z'ye pek çok ihtiyacın karşılanabildiği alışveriş merkezleri sahip oldukları fiziksel özelliklerle, bireylere kent merkezlerine uğramadan yaşamlarını devam ettirebilme imkanı sunabilen bir çekim merkezi haline gelmiştir. Zaman içinde fiziksel yapılarını da kent meydanları ve kent merkezlerine benzetmeye çalışan alışveriş merkezlerinin,

ziyaretçilerine adeta kent meydanlarında dolaşıyormuş hissi vermeye çalıştıkları görülmektedir. İç mekanda kent meydanlarına özgü isimlendirmeler kullanmaları, heykel gibi yapılara yer vermeleri, canlı bitki ve çiçekler ile süs havuzları etrafında oturma alanlarına yer vermeleri gibi pek çok faktörle alışveriş merkezlerinin kent meydanlarından rol çalmaya çalıştıkları söylenebilir. Yine alışveriş merkezlerinin terziden kuaföre, oto yıkamadan, kitabevelerine, sinema, tiyatro, sergi gibi sosyal ve kültürel etkinliklerden çocuk oyun ve eğlence alanlarına, kafe ve restoranlardan ibadet yapılabilecek mescitlere varana kadar geniş bir ürün ve hizmet alanına sahip olması kent merkezlerinden rol çalar niteliktedir. Öyle ki alışveriş merkezleri kent merkezlerini sömükleştirmekle birlikte kimi zaman buldukları yerleri kent merkezi haline çevirmektedirler. Toplumun cadde mağazalarını gezmektense, çok daha fazla ürün çeşidinin yer aldığı alışveriş merkezlerini, hem iklimsel olumsuzlukların buralarda bertaraf edilmesi hem de daha güvenli mekanlar olmaları gibi nedenlerle tercih ettikleri söylenebilir. Alışveriş merkezlerinin karşısında kent merkezlerinin ticari fonksiyonlarını da kaybettikleri görülmektedir. Kent merkezleri ticari ve sosyal fonksiyonlarını kaybederek daha çok “kavşak merkezleri” haline dönüşmektedir. Ankara Kızılay Meydanı bu duruma örnek olarak gösterilebilir. Geçmişte ticari ve sosyal fonksiyonları ile toplanma ve buluşma mekanı olarak öne çıkan Kızılay’ın bugün daha çok öğrenci ve çalışan kesimin iş ve okul gidiş gelişlerinde kavşak noktası olarak kullanıldığı söylenilebilir.

Özel gün ve resmi bayramlarda dahi alışveriş merkezlerindeki etkinliklerin ön plana çıkması ile birey ve grupların buraları tercih eder hale gelmesi de yine kent merkezlerine olumsuz etki etmektedir.

Her ne kadar toplumun her kesimine açık alanlar gibi gösterilse de şüphesiz alışveriş merkezlerinde sokak çalgıcıları, sokak satıcıları, dilenciler, sarhoşlar gibi marjinal kesimlere rastlanılmamaktadır ve içeriye giriş ve çıkışlar belli bir saate göre ve belli bir denetim sonucu gerçekleşmektedir. Bu yapı itibarıyla alışveriş merkezlerinin kamusal mekan olma özelliği ortadan kalkmaktadır. Buldukları yer ve yapıları itibarıyla alışveriş merkezlerinin sınıfsal farklılıkları keskinleştirici etkisi de bulunmaktadır. Bireyler kendileriyle benzer mali yapıya sahip gruplarla beraber olmayı tercih eder hale gelmişlerdir. Şöyle ki bireyler ve gruplar kendi sınıfsal statülerine eş birey ve grupların yer aldığı güvenli, yüksek duvarlı site ya da konutlarının otoparkından iş yerlerinin otoparklarına ve yine benzer statüdekilerin gittiği alışveriş merkezleri arasında hayatlarını devam ettirmeyi tercih etmektedir. Bu anlamda kent merkezlerinin, toplumun her kesimini bünyesinde barındırması ve her kesime hitap edebilme özelliğinin alışveriş merkezlerinde olmadığını söylemek mümkündür.

KAYNAKÇA

- Alkibay, S., Tuncer, D., Hoşgör, Ş. (2007). *Alışveriş Merkezleri ve Yönetimi*, Ankara: Siyasal Kitabevi.
- Altuna, O. K. (2012). *Alışveriş Merkezleri*, İstanbul: Beta Basın Yayım Dağıtım.
- Aksel Gürün, B. (2008). Türkiye’de Değişen Tüketim Mekânları ve Alışveriş Merkezleri. *Dosya 22*, TMMOB Mimarlar Odası Ankara Şubesi, 16-29.
- Aktürk Çetin, B. (2017). Kent Mekânının Şekillenmesinde Alışveriş Merkezlerinin Etkisi: Ankara Örneği, Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Kamu Yönetimi Bilim Dalı Yayınlanmamış Doktora Tezi, Ankara.
- Aslanoğlu, R.A. (2000). *Kent, Kimlik ve Küreselleşme*. (2. Baskı). Bursa: Ezgi Kitabevi.
- Bali, R. (2002). *Tarz-ı Hayattan Life Style’a: Yeni Seçkinler, Yeni Mekânlar, Yeni Yaşamlar*. İstanbul: İletişim Yayınları.
- Bayraktar, N. (2013). Tarihe Eş Zamanlı Tanıklık: Ulus ve Kızılay Meydanlarının Değişim Süreci, *Ankara Araştırmaları Dergisi*, 1(1), 20-35.
- Baysal, U. C. (2011). Kent Hakkı Yeniden Hayat Bulurken. *Eğitim Bilim Toplum Dergisi*. Cilt 9, Sayı 36, Güz, 31-55.
- Biol, G. (2005). Çağdaş Alışveriş Merkezlerinde Kent Dokusunun Yeniden Yorumlanması. *Gazi Üniversitesi Mühendislik-Mimarlık Fakültesi Dergisi*. Cilt.20, No.4, 421-427.
- Clarke, D. B. (1997). Consumption and the City, Modern and Postmodern. *International Journal of Urban and Regional Research*. 21.2, 218-237.
- Çınar, A. (2013). *Modernizm, Kent ve Toplum*. Bursa: Emin Yayınları.
- Ellul, J. (2003). *Teknoloji Toplumu*. Çev. Ceylan, M. İstanbul: Bakış Yayınevi.
- Eraydın, A. (2001). *Küreselleşme-Yerelleşme ve İşlevleri Farklılaşan Kentler*. Cevat Geray’a Armağan. Ankara: Mülkiyeliler Birliği Yayınları, No: 25, 363-393.
- Eren, Ş. G. (2010). Tüketimin Mekânsal Örgütlenmesi ve İlgili Yasal Düzenleme Taslaklarının Eleştirel Bir Değerlendirmesi. *Dosya 22*. TMMOB Mimarlar Odası Ankara Şubesi, 41-53.
- Erkip, F. (2010). Alışveriş Merkezleri (AVM’ler) Üzerinden Serbest Çağrışımlar. *Dosya 22*. TMMOB Mimarlar Odası Ankara Şubesi, 74-78
- Güney, A., Aydoğan D. (2013). Geç Kapitalizmin Derebeylikleri: Alışveriş Merkezleri, *Kent Üzerine Özgür Yazılar*, Ed. Ergun, C., Güneş, M., Ergun, A. D. İstanbul: Bağlam Yayıncılık, 106-118.
- Işık, O. (1993). Modernizm Kenti/Postmodernizm Kenti. *Birikim Dergisi*. Sayı 53, 27-34.

- Harvey, D. (1989). Esneklik Tehdit Mi Yoksa Fırsat Mı?. Çev. Kurdoğlu, A. *Toplum ve Bilim Dergisi*. Sayı 56-61. 83-92.
- Harvey, David. (1999). *Postmodernliğin Durumu*. Çeviren: Savran, S. İstanbul: Metis Yayınları, İkinci Basım, s. 205.
- Kadıoğlu, Z. K. (2014). *Tüketim İletişimi: Süreçler, Algılar ve Tüketici*, 1. Baskı, İstanbul: Pales Yayıncılık.
- Keleş, R. (2005). Kent ve Kültür Üzerine. *Mülkiye Dergisi*. Cilt 29, Sayı 246, 9-18.
- Kiper, H.P. (2004). *Küreselleşme Sürecinde Kentlerin Tarihsel-Kültürel Değerlerinin Korunması: Türkiye-Bodrum Örneği*. Yayımlanmamış Doktora Tezi. Ankara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.
- Koyuncu, A. (2013). Kimliğin İnşasında Kent: Konya Örneği. *Akademik İncelemeler Dergisi (Journal of Academic Inquiries)*. Cilt/Volume:8, Sayı/Number:2. 155-179.
- Köksal, Y.; Aydın, E. E. (2015). Tüketicilerin Alışveriş Merkezleri Algısı Üzerine Karşılaştırmalı Bir İnceleme: Göller Bölgesi Örneği, *Uluslar Arası Yönetim İktisat ve İşletme Dergisi*, Cilt 11, Sayı 24, 231-248.
- Lefebvre, H. (2014). *Mekânın Üretimi*, Çev. Ergüden, I. 2. Baskı, İstanbul: Sel Yayıncılık, s. 67-71.
- Lynch, K. (1960). *The Image of The City*. Cambridge: The Technology Press& Harvard University Press.
- Öngel, F. S. (2014). Kapitalizmin Dekorü Olarak Kent, *Kentleri Savunmak*, Ed. Koca, A., Çalışkan, Ç. O., Kaya, E., Akgün, G., 2. Baskı, Ankara: NotaBene Yayınları, 166-168.
- Negri, A. (2014). Çokluğun Mekânı: Metropol. *Mekân Meselesi*. İstanbul: Tekin Yayınevi, 57-69.
- Madanipour, A. (2007). Social Exclusion and Space. *The City Reader*. London: Routledge, 158-165.
- Mitchell, D. (1995). The End Of Public Space? People's Park, Definitions of The Public and Democracy. *Annals of The Association of American Geographers*. Volume 85, Number 1, 108-133.
- Muğan Akıncı, G. (2013). Gençler ve Alışveriş Merkezleri (AVM'ler): AVM Kullanım Tercihleri Hakkında Bir Alan Araştırması. *Megaron*. Cilt Vol.8, Sayı No.2, 87-96.
- Osmay, S. (1998). 1923'ten Bugüne Kent Merkezlerinin Dönüşümü. *75 Yılda Değişen Kent ve Mimarlık*. İstanbul: Tarih Vakfı ve İş Bankası Yayınları, 139-155.
- Özdemir, E. (2010). Kentin Tanımlanmasında Sosyolojik Yaklaşımlar: Toplumsal Sürec ve /veya Mekânın Çözümlemesi, *İdealkent*, Sayı 1, 44-77.
- Özer, M. N.; Söylemez, E. (2010). Alışveriş Merkezlerinden Alışveriş Köylerine Birer Kentsel Form Olarak Alışveriş Mekânlarının Değişimi. *Dosya 22*. TMMOB Mimarlar Odası Ankara Şubesi, 54-59.
- Öztürk, M. (2012). Kamusalılık, Tüketim Kültürü ve AVM'ler, *Kent Sosyolojisi*, Ed. Alver, K., Ankara: Hece Yayınları, 615-633.
- Peron, R. (2001). The Political Management of Change in Urban Retailing. *International Journal of Urban and Regional Research*, Volume 25, Issue 4, 847-878.
- Sungur, S. (2011). Tüketimin Küreselleşmesi ve Tüketim Tapınakları: Postmodern Panayır Yerlerinde Alışveriş, *Galatasaray Üniversitesi İletişim Dergisi*, Cilt 14, Sayı 14, 7-35.
- Şahin, Z. Ş. (2010). Alışveriş Merkezlerinin Evrimi ve Geleceği: Kent Merkezleri ile Birlikte Sürdürülebilir Bir Gelecek mümkün Mü?. *Dosya 22*. TMMOB Mimarlar Odası Ankara Şubesi, 4-16.
- Taşçı, H. (2014). *Şehir, Mekân, Meydan*. İstanbul: Kaknüs Yayınları.
- Tekel A. (2009). Alışveriş Merkezlerinin 'Kamusal Mekân' Nitelikleri Üzerine Bir Değerlendirme: Ankara Panora Alışveriş Merkezi Örneği. *H.Ü. Türkiyat Araştırmaları Enstitüsü Dergisi*, 141-154.
- Tokatlı, N.; Boyacı, Y. (1998). The Changing Retail Industry and Retail Landscapes. *Cities*. Vol. 15, No. 5, 345-359.
- Tuzcuoğlu, K. S. (1999). *Perakende Piyasalarında Dayanaksız Tüketim Ürünleri ile İlgili Gelişmeler- Bireysel Markalı Ürünlerde Satın Alma Davranışı*. Yayımlanmamış Doktora Tezi. İstanbul Teknik Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Uygun, M. (2015). *Mekân Yaratma ve Tüketici Deneyim Yönetimi: Deneyim Mekânı Olarak Alışveriş Merkezleri*, Ankara: Gece Kitaplığı.
- Uzzell, D. L. (1995). The Myth Of The Indoor City. *Journal Of Environmental Psychology*, 15, Academic Press Limited, 299-310.
- Yalçiner Coşkun, Ö. ve Özuduru, B. (2013). Ankara'daki Alışveriş Caddelerinde Ticari Mekânlar ve Sosyal Sürdürülebilirlik Araştırması. *Megaron*. Cilt Vol. 8, Sayı No. 1, 29-44.
- Yıldız, M; Kes Erkul, A. (2010). Yazılı Basında Alışveriş Merkezleri İle İlgili Bazı Tespitler. *Dosya 22*. TMMOB Mimarlar Odası Ankara Şubesi. 68-73.
- Vural Arslan, T. (2009). Türkiye'deki Alışveriş Merkezleri İncelemelerine Eleştirel Bir Bakış: Yorumlar, Eleştiriler, Tartışmalar. *Uludağ Üniversitesi Mühendislik-Mimarlık Fakültesi Dergisi*. Cilt 14, Sayı 1, 147-159.

TÜRKİYE'DE REEL KESİM GÜVEN ENDEKSİ VE İMALAT SANAYİ KAPASİTE KULLANIM ORANI ARASINDAKİ İLİŞKİ ÜZERİNE AMPİRİK BİR UYGULAMA (2007-2017)

Geliş Tarihi (ReceivedDate) 30.05.2018
Kabul Tarihi (Accepted Date) 30.05.2018

Şerife Gamze ALBAYRAK¹

Özet

Bu çalışmada, Türkiye’de reel kesim güven endeksinin üretici fiyat endeksi üzerine etkisi ampirik olarak analiz edilmiştir. Bu amaçla, reel kesim güven endeksi ve imalat sanayi kapasite kullanım oranı olarak toplam iki değişken ele alınarak söz konusu dönemler için toplam 132 adet veri seti analiz edilmiştir. Son dönemde yapılan çalışmalar göstermektedir ki, Türkiye’de reel kesim yatırımcılarının yatırım için karar verirken güven eğilimleri dikkate alınmaktadır. Çalışmada eşbütünlük testlerine göre göre 2007-2017 yılları arasında Türkiye’deki Reel Kesim Güven Endeksi ve Kapasite Kullanım Oranı arasında uzun dönemli Eş-bütünlük bir yapının olduğu görülmekte, Granger nedensellik testi sonuçlarına göre de Reel Kesim Güven endeksiyle Kapasite Kullanım Oranı arasında tek yönlü bir nedenselliğin olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Reel Kesim Güven Endeksi, Üretici Fiyat Endeksi, Eşbütünlük, Nedensellik Testi

AN EMPIRICAL ANALYSIS OF THE RELATION BETWEEN REAL SECTOR CONFIDENCE INDEX AND CAPACITY USAGE RATE IN MANUFACTURING INDUSTRY IN TURKEY (2007-2017)

Abstract

This study empirically analyses the impact of real sector confidence index on producer price index in Turkey. For this purpose, real sector confidence index and capacity usage rates in manufacturing industry were accepted as two variables and a total of 132 data sets of the relevant periods were analysed. Recent studies show that in Turkey while making investment decisions real sector investors consider confidence tendencies. According to cointegration test results of the research there is a long term cointegrated relation between Real Sector Confidence Index in Turkey and Capacity Usage Rates between 2007 and 2017. Also Granger causality test results show that there is a one way causality between Real Sector Confidence Index and Capacity Usage Rate.

Keywords: Real Sector Confidence Index, Producer Price Index, Cointegration, Causality Test.

GİRİŞ

Ekonomik anlamda güven, iktisadi karar birimlerinin, karşılıklı ilişkilerinde zarar görmemeleri konusunda emin olmaları şeklinde tanımlanabilir. Bu anlamda güven, sosyal sermaye olarak görülmekte (Uslaner, 2003:5) ve toplumdaki insanların birbirlerine duydukları güven olarak tanımlanmaktadır. İktisadi ilişkilerin güvenden uzak, yasal prosedürle çerçevesinde yürütülmesi, işlem maliyetini artırır. Başka bir ifade ile ekonomik birimler arasındaki güvensizlik, bütün ekonomik aktivitelere bir tür vergi olarak eklenir (Fukuyama,1998:38-39).

Ekonomik güven endeksi, tüketici ve üreticilerin genel ekonomik duruma ilişkin değerlendirme, beklenti ve eğilimlerini özetleyen bir bileşik endekstir. Endeks, tüketici güven endeksi ve mevsim etkilerinden arındırılmış reel kesim (imalat sanayi), hizmet, perakende ticaret ve inşaat sektörleri güven endekslerinin alt endekslerinin ağırlık hesaplarının birleştirilmesinden oluşmaktadır. Ekonomik güven endeksi hesaplamasında, her bir sektörün ağırlığı o sektörün normleştirilmiş alt endekslerine eşit dağıtılarak uygulanmakta, güven endekslerine doğrudan uygulanmamaktadır. Bu kapsamda tüketici, reel kesim, hizmet, perakende ticaret ve inşaat sektörlerine ait toplam 20 alt endeks hesaplamada kullanılmaktadır (TÜİK, 2018).

Sanayi ise, üretim faktörlerinden emek ve sermayeyi kullanarak, hammadde ve yarı mamul maddeleri işleyerek mamul madde haline dönüştüren tüm üretim faaliyetleridir (Koç, 2001:37)

Sanayi sektörünün durumunu gösteren, üretim faaliyetlerindeki artış ya da azalışın yıllar itibarıyla karşılaştırmalı olarak izlenmesini sağlayan sanayi üretim endeksi, ekonomik güven endeksi ve imalat sanayi kapasite kullanım oranı gibi göstergeler bulunmaktadır. Bu göstergelerden imalat sanayi kapasite kullanım oranı, imalat sanayi geneli ve alt sektörleri için işyerlerinin bildirdikleri fiziki kapasitelerine göre fiilen gerçekleşen kapasite kullanımlarını göstermektedir (Karluk, 2002: 245).

Bir işletmenin ya da ekonominin, ölçek esasına göre ele aldığımızda toplam üretim kapasitesinin ne kadarlık kısmının kullanıldığını gösteren orana Kapasite Kullanım Oranı denilmektedir. Bu oran,

¹ Öğr.Gör.Dr.,Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi, (albayrakgamze@hotmail.com)

sanayi kesiminde en fazla ağırlığa sahip sektör olan imalat sanayi için yapılmaktadır. Herhangi bir üretim biriminin belirli bir dönemde fiilen gerçekleştirdiği üretim miktarının, fiziki olarak üretebileceği en yüksek miktara oranı İmalat Sanayi Kapasite Kullanım Oranı olarak tanımlanır (<http://www.mahfiogilmez.com/2012/03/kapasite-kullanm-nedir-nasl-olculur-ne.html>)

Reel Kesim Güven Endeksi

TCMB, her ay İktisadi Yönelim Anketi ve Reel Kesim Güven Endeksi adı altında bir anket çalışması yayınlamakta imalat faaliyetlerinde bulunan şirketlerin eğilimini ölçmektedir. Bu endeksler şirketlerin gelecekte ekonomiyi nasıl algıladıkları ve bu algılara göre üretimlerinde ve yatırımlarında ne tür değişikliğe gidebilecekleri ile ilgili eğilimlerini yansıttıklarından gelecekte GSYH beklentileri için kullanılan öncü göstergelerden biridir.

İktisadi Yönelim İstatistikleri ile imalat sanayinde faaliyet gösteren işyerlerinin üst düzey yöneticilerinin, yakın geçmiş ve mevcut durum hakkındaki değerlendirmeleri ile geleceğe yönelik beklentilerinin izlenerek, imalat sanayinin kısa dönemdeki eğilimlerini yansıtacak göstergelerin üretilmesi amaçlanmaktadır. İmalat sanayinde ülke ekonomisine yön veren belirli işletmelerin üst düzey yöneticilerine aylık olarak uygulanmaktadır. İktisadi yönelim anketleri katılımcıların tercihine göre posta yoluyla ya da Merkez Bankası genel ağ sayfası aracılığıyla yapılmaktadır. (TCMB, 2018)

Reel kesim (imalat sanayi) güven endeksinin alt endeksleri; toplam sipariş miktarı (mevcut durum) mamul mal stok miktarı (mevcut durum) üretim hacmi (gelecek 3 ay) toplam istihdam (gelecek 3 ay) toplam sipariş miktarı (son 3 ay) ihracat sipariş miktarı (gelecek 3 ay) sabit sermaye yatırım harcaması genel gidişattan oluşmaktadır. (TÜİK, 2017)

Ekonomik güven endeksi oluşturulurken mevsim etkisinden arındırılmış reel kesim güven endeksi kullanılmasına rağmen, toplam sipariş miktarı, mamul mal stok miktarı, sabit sermaye yatırım harcaması ve genel gidişat endeksleri mevsim etkisi görülmediğinden söz konusu endeksler mevsim etkisinden arındırılmamıştır.

Tablo 1 'de Merkez Bankası tarafından firma yöneticilerine yapılan reel kesim güven endeksleri verilmiştir. 2007 yılında 111,6 olan güven endeksi 2008 yılında yaşanan ekonomik kriz etkisiyle düşmüştür. 2008 yılında 90,82 olan güven endeksi 2009 yılında 87,30 'a düşmektedir. Bu ise reel kesim yatırımcılarının endişe ve panik içinde olduklarını göstermektedir. Yine seyreden dönemlerde RKGE oranlarında bir artış görülmekte olup, 2017 yılında RKGE 107,97'ye yükselmiştir.

Tablo 1:Reel Kesim Güven Endeksi

	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Reel Kesim Güven Endeksi-Düzy	111,60	90,82	87,30	108,97	110,48	106,60	106,63	104,55	103,47	105,15	107,97
Toplam Sipariş (Mevcut Durum)-Düzy	92,27	73,04	49,33	79,10	92,03	86,66	90,38	87,86	90,03	90,90	96,51
Mamul Mal Stoku (Mevcut Durum)-Düzy	89,90	88,20	106,70	99,38	95,40	93,33	95,18	95,57	92,67	95,25	97,82
Üretim Hacmi (Gelecek 3 Ay)-Düzy	131,50	109,20	105,31	124,33	120,59	119,33	117,67	120,31	118,48	118,94	116,69
Toplam İstihdam (Gelecek 3 Ay)-Düzy	113,43	95,05	88,03	110,16	113,19	108,63	110,73	109,91	109,25	109,89	112,89
Toplam Sipariş (Son 3 Ay)-Düzy	118,08	93,99	85,80	113,08	115,33	106,07	110,57	107,23	102,43	108,89	111,80
İhracat Sipariş (Gelecek 3 Ay)-Düzy	124,32	107,48	103,04	121,38	119,13	119,27	118,25	119,99	120,87	118,64	118,22
Yatırım Harcaması-Düzy	116,56	93,39	68,73	110,66	122,03	117,55	109,88	100,09	102,51	104,96	110,38
Genel Gidişat-Düzy	106,72	66,17	91,49	113,64	106,14	102,00	100,39	95,58	91,39	93,68	99,50

Kaynak:Türkiye Cumhuriyet Merkez Bankası 2018.

İmalat Sanayi Kapasite Kullanım Oranı

İmalat Sanayi Kapasite Kullanım Oranı, Türkiye Cumhuriyeti Merkez Bankası'nın, sanayi sektöründe çalışan iş yerlerinde her ay uyguladığı İktisadi Yönelim Anketi ile belirlenmektedir. 2007 yılı itibari ile hesaplanmakta olup baz yılı yoktur. Bu oran imalat sanayi geneli ve alt sektörleri için hesaplanmakta olup, ankete katılan işyerlerinin bildirdikleri fiziki kapasite kullanımlarının çalışan sayıları ve gerçekleştirilen üretim miktarları ile belirli oranlarda ağırlıklandırılması sonucu bulunmaktadır.(TCMB: 2016)

Kapasite Kullanım Oranı, bir işletme ya da ülke ölçeği esas alındığında toplam üretim kapasitesinin ne kadarlık kısmının kullanıldığını gösteren bir orandır. Kapasite Kullanım Oranında hesaplama, hizmet sektörü yerine fiziki üretimin gerçekleştirildiği, sanayi kesiminde en fazla ağırlığa sahip sektör olan imalat sanayi için yapılmaktadır (<http://www.mahfiegilmez.com/2012/03/kapasite-kullanm-nedir-nasl-olculur-ne.html>)

NACE Rev.2 sektör sınıflamasının 10-33 kodlu imalat sanayi alt sektörleri kapsamaktadır. Üçlü faaliyet düzeyindeki sektörler ayırımında, kayıtlı medyanın çoğaltılması (182), temel eczacılık ürünleri imalatı (211), ışınlama, elektro medikal ve elektro terapi ile ilgili cihazların imalatı (266) ve müzik aletleri imalatı (322) sektörleri kapsam dışındadır. İYA kapsamında işyerlerinden alınan yanıtların toplu sonuçları, NACE Rev.2 sektör sınıflamasının 10- 33 kodlu imalat sanayi alt sektörleri ile ürünlerin nihai kullanım amacına göre yapılan sınıflandırmaya göre sermaye malları, dayanıklı ve yarı dayanıklı tüketim malları ve ara malları üreten sektör grupları bazında da verilmektedir (TCMB, 2018).

Kapasite kullanım oranının %80-85 aralığında olması yüksek bir düzey olarak kabul edilmekte, %90 üzerinde olması ekonominin çok canlı olduğu anlamına gelmektedir. %70-80 aralığındaki kapasite kullanım oranı ise ülkede yeni yatırımlar yapılmaya bile gelişme potansiyelinin bulunduğunu göstermektedir (Koç vd, 2017:6).

Tablo 2 'de imalat sanayi kapasite kullanım oranları öncü mal grupları olarak verilmiştir. 2007 yılı itibaren dayanıklı tüketim malı artış gösterirken, dayanıksız tüketim mallarında artış değişkenlik görülmekte olup en yüksek artış oranı 2007 yılında %75,02 olarak seyretmektedir. Gıda ve içecek, yatırım malları ve ara malları miktarında yıllar itibari ile bir azalış görülmektedir. 2007 yılında %84,8 olan yatırım malları artışı 2014 yılında %73,45 seviyesine düşmektedir. Aynı şekilde ara malların miktarında %4,45 'lik bir azalmayla 2017 yılında %79,03'e düşmektedir.

Tablo 2: Mal Gruplarına Göre Kapasite Kullanım Oranları

Yıllar	Dayanıklı Tüketim Malı	Dayanıksız Tüketim Malı	Tüketim Malları	Gıda ve İçecek	Ara Mallar	Yatırım Malları
2007	77,38	75,02	75,51	74,05	83,48	84,80
2008	71,19	73,44	73,03	72,92	79,41	81,55
2009	69,93	69,34	69,43	69,73	69,67	58,89
2010	73,11	72,72	72,79	71,85	76,45	71,25
2011	78,05	72,76	73,65	70,17	78,88	77,47
2012	76,56	73,08	73,68	71,09	78,26	73,63
2013	76,11	73,67	74,09	72,69	78,25	76,63
2014	74,70	73,05	73,35	71,98	77,21	73,45
2015	74,30	72,58	72,87	71,77	77,23	78,46
2016	75,01	72,66	73,08	71,88	77,38	80,68
2017	75,75	73,18	73,63	72,28	79,03	83,15

Kaynak:Türkiye Cumhuriyet Merkez Bankası 2018.

Tablo 3'de 2017 son çeyreğinde KKO bir önceki döneme göre 0,3 puan azalarak %78,7 seviyelerinde gerçekleşmiş olup mevsimsellikten arındırılmış KKO oranı ise % 78,4 seviyesine gerilemiştir.

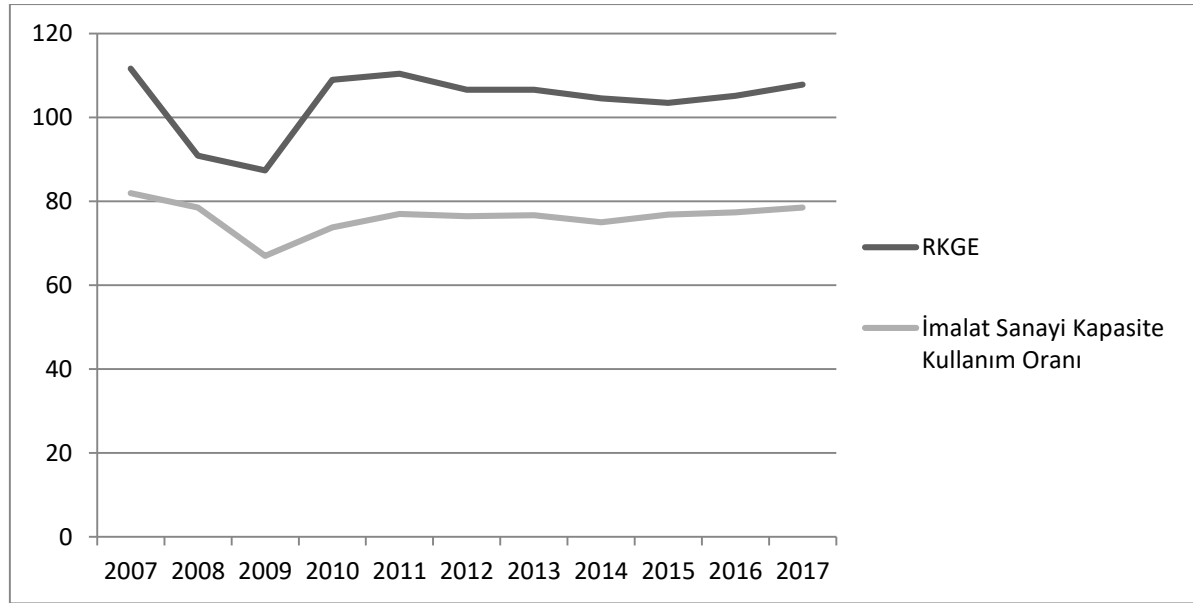
Yine aynı yılın aralık ayında mal gruplarına göre kapasite kullanım oranları değerlendirildiğinde; dayanıksız tüketim malları, yatırım malları ile gıda ve içecekler mal gruplarında kapasite kullanım oranları aylık olarak azalış gösterdi. Bununla birlikte dayanıklı tüketim malı ve ara mallarının kapasite kullanımında artış gözlenmiştir.

Tablo 3 : İmalat Sanayi Kapasite Kullanım Oranı

Yıllar	Ocak	Şubat	Mart	Nisan	Mayıs	Haziran	Temmuz	Ağustos	Eylül	Ekim	Kasım	Aralık
2007	80,4	78,7	81,0	82,1	82,8	83,8	84,1	81,8	82,9	83,0	82,5	80,7
2008	79,9	79,3	78,2	80,1	80,8	82,2	81,6	81,9	79,6	77,9	74,0	66,7
2009	62,6	62,2	60,8	61,2	65,7	70,4	69,8	71,5	69,4	69,5	70,8	68,8
2010	68,7	68,0	68,0	74,8	75,1	75,0	75,8	75,0	75,2	76,3	76,8	76,7
2011	75,8	74,8	74,9	76,5	77,1	78,8	77,3	77,7	77,8	78,1	78,2	76,8
2012	75,7	74,1	74,6	77,6	76,7	76,4	77,1	77,0	77,0	77,5	77,1	76,7
2013	75,0	73,5	74,2	75,0	76,6	77,5	78,1	78,9	77,8	78,6	77,5	78,0
2014	75,6	73,8	74,5	75,1	74,7	75,6	74,9	74,9	75,1	75,4	75,1	75,5
2015	74,4	74,1	74,0	76,8	77,5	77,6	78,5	76,8	78,1	77,6	78,4	78,1
2016	77,2	76,0	76,2	77,0	77,7	78,0	77,8	76,3	78,1	77,9	78,0	78,1
2017	77,0	76,8	76,7	78,4	78,8	79,0	78,7	78,8	79,0	79,7	79,9	79,0

Kaynak:Türkiye Cumhuriyet Merkez Bankası 2018.

Şekil 1: RKGE ve İmalat Sanayi Kullanım Oranı



Kaynak:Türkiye Cumhuriyet Merkez Bankası 2018.

Şekil 1 'de RKGE ve İmalat Sanayi KKO oranları 2007-2017 dönemleri arasında vermiştir. Endeksin ve oranın 2008 döneminde azalış göstermesinin sebebi dünyada yaşanan finansal krizle ilişkili olup 2011 yılında bir artış göstermekte ve sonraki yıllar itibariyle önemli bir değişiklik göstermemektedir. Burada önemli olan iki göstergenin de birbirine uyumlu artış ve azalışlar göstermesidir.

Literatür

Özsağır (2006), 1988-2005 yılları arasında Türkiye 'de reel kesim güven endeksi ile ekonomik büyüme arasında ilişkiyi incelemiş, RKGE düştüğü dönemler de ekonomik büyüme oranlarında bir düşüşün gerçekleştiği sonucuna varmıştır.

Korkmaz ve Çevik (2007), güven endeksi ve yatırımcı sezgileri arasındaki ilişkiyi araştırmışlardır. CNBC-e tüketici güven endeksi, TCMB tüketici güven endeksi ve TCMB reel güven endeksleri ile İMKB 100 endeksi, Dolar, Euro kurları verilerine VAR analizi ve eşbütünleşme analizi uygulanmıştır. CNBC-e tüketici ve TCMB reel kesim güven endekslerinin artması kurlarda düşüşe neden olmaktadır. TCMB güven endeksinin kurlardan etkilendiği ve kurların değer kazanmasının tüketici güven

endeksini düşürdüğü görülmüştür. Analiz sonuçları teoriyle uyumlu olarak İMKB endeksindeki artışın tüketici güvenini artırdığını göstermektedir.

Arısoy (2012), Türkiye'deki 2005:1 ve 2012:1 dönemlerine ilişkin iktisadi güven endeksleri ile istihdam, hisse senedi piyasası, tüketim harcamaları ve üretim değişmelerinin zaman içerisinde birbirlerine olan etkileşimleri ve şokların etkisini şokların etkileri iki farklı VAR modeli oluşturularak incelenmiştir. Her iki modelin analiz sonuçları güven endeksinin de önemli makro değişkenler üzerinde etkisi olduğunu göstermektedir.

Kale ve Akkaya (2016), BIST 100, Mali, Sınai, Hizmetler ve Teknoloji endeksleri ile tüketici ve reel sektör güven endeksleri arasındaki ilişkiyi 2004-2015 dönemi için inceledikleri çalışmaları sonucunda tüketici güven endeksinden hisse senedi getirilerine doğru bir nedenselliğin bulunmadığını ancak hisse senedi getirilerinin tüketici güvenini pozitif yönde etkilediğini saptamışlardır.

Çetin ve Doğaner (2017), inşaat sektörü güven endeksi ve konut sektörü fiyat endeksi arasındaki ilişkileri 2011:1-2017:3 dönemleri arasında aylık verilerle Granger Nedensellik testi uygulayarak iki değişken arasında ilişkiyi incelemiş ve inşaat Güven Endeksi ve Konut Fiyat Endeksi arasında nedensellik ilişkisi tespit edilmiştir. Konut fiyatları İnşaat Güven Endeksinin nedeni olmadığı ve İnşaat Güven Endeksi Konut fiyatlarının nedeni olduğu tespit edilmiştir.

Veri ve Yöntem

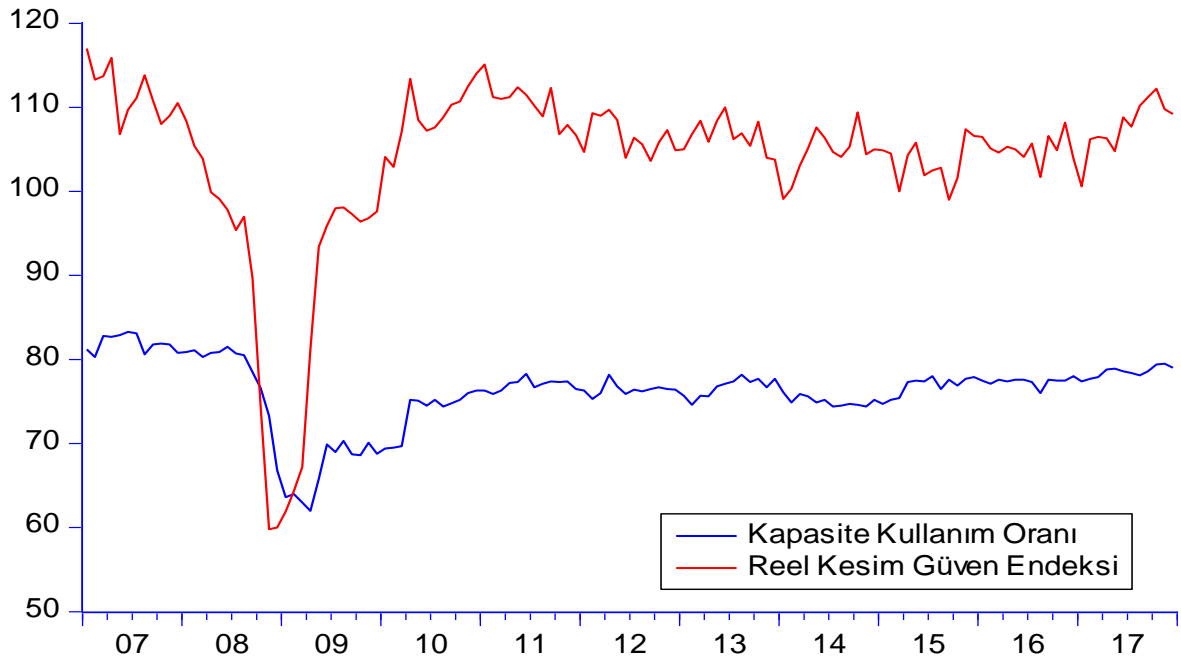
Bu çalışmada yapılan analiz için iki farklı değişken kullanılmıştır. Türkiye Cumhuriyeti Merkez Bankası'ndan derlenen, 2007:1-2017:12 dönemleri arasında Türkiye'deki Reel Kesim Güven Endeksi (RKGE) ve imalat sanayisinde mevsimsellikten arındırılmış Kapasite Kullanım Oranı (KKO) değişkenleri olmak üzere toplamda 132 adet gözlemden yararlanılmıştır. Bu değişkenlere ilişkin tanımlayıcı istatistikler aşağıdaki tabloda verilmiştir.

Tablo 4: Tanımlayıcı İstatistikler

	RKGE	KKO
Ortalama	103,93	76,28
En Yüksek	117,00	83,30
En Düşük	59,80	62,00
Standart Sapma	10,11	4,02
Çarpıklık	-2,84	-1,32
Basıklık	11,92	5,43
Jarque-Bera	614,50	71,04
J&B p.	0,00	0,00
Gözlem Sayısı	132	132

Tablo 4 incelendiğinde serilerin normal dağılmadığı görülmektedir. Tanımlayıcı istatistiklerden sonra serilerin grafiksel incelemesi için Kartezyen grafik çizdirilmiş ve sonuçlar aşağıda verilmiştir.

Uygulama Sonuçları



Şekil 2. Kapasite Kullanım Oranı ve Reel Kesim Güven Endeksi Grafiği

Şekil 2 incelendiğinde, Kapasite Kullanım Oranı (KKO) ve Reel Kesim Güven Endeksi'nin (RKGE) 2007-2008 yıllarında Amerika Birleşik Devletlerinde başlayan son küresel ekonomik krizden etkilendiği görülmektedir. Kriz dışı dönemlerde sadece rassal bileşenlerin etkisinde olan değişkenlerin kriz dönemlerinde sert bir düşüş yaşadığı görülmektedir. Grafikselleştirilmiş serilerin durağanlığı hakkında fikir verse de durağanlığın kesin olarak belirlenebilmesi için Birim Kök testleri uygulanmış ve sonuçlar Tablo.5'de verilmiştir.

Tablo 5: Birim Kök Testi Sonuçları

Değişken	Model	AIC	SIC	p
RKGE	ADF Düzeyde Trendsiz Sabitsiz	5,4129	5,4570	0,5711
	ADF 1 Fark Alınmış Trendsiz Sabitsiz	5,3983	5,4203	*<0,001
	PP Düzeyde Trendsiz Sabitsiz	5,4458	5,4677	0,5345
	PP 1 Fark Alınmış Trendsiz Sabitsiz	5,3983	5,4203	*<0,001
KKO	ADF Düzeyde Trendsiz Sabitsiz	3,3257	3,3698	0,6177
	ADF 1 Fark Alınmış Trendsiz Sabitsiz	3,3106	3,3327	*<0,001
	PP Düzeyde Trendsiz Sabitsiz	3,3356	3,3575	0,5960

PP 1 Fark Alınmış Trendsiz Sabitsiz 3,3106 3,3327 *<0,001

ADF: Düzeltilmiş Dickey Fuller Testi, PP: Phillips Perron Testi, AIC: Akaike Hata Kriteri, SIC: Schwartz Hata Kriteri

Tablo 5 incelendiğinde serilerde birim kökün varlığını iddia eden H_0 : **Seride birim kök vardır (Seri durağan değildir)** hipotezinin her iki seri için hem ADF hem de PP testleri için reddedilemeyeceği görülmektedir. Dolayısıyla her iki serinin düzeyde durağan olduğu görülmektedir. Ancak 1 fark alma işlemi sonucu serilerin ikisinin de durağan hale geldiği tablodan görülebilir. (Philips & Perron, 1988)

Seriler arasındaki uzun dönemli ilişkilerin tespit edilebilmesi için Eş-bütünleşme analizi uygulanmış ve sonuçlar aşağıda verilmiştir. (Dickey, D. A., & Fuller, W. A., 1979).

Öncelikli olarak uygun gecikme uzunluğunun belirlenmesi için AIC ve SIC değerleri hesaplanmıştır.

Tablo 6: Uygun gecikme uzunluğunun belirlenmesi için hata kriterleri değerleri

Gecikme	LogL	AIC	SC	HQ
0	-777.1510	12.56695	12.61244	12.58543
1	-494.1242	8.066519	8.202984*	8.121954
2	-489.7886	8.061107	8.288549	8.153499
3	-480.0252	7.968148*	8.286567	8.097498*
4	-476.2689	7.972079	8.381475	8.138385
5	-472.7831	7.980373	8.480745	8.183636
6	-470.2940	8.004742	8.596091	8.244962
7	-469.4652	8.055890	8.738216	8.333067
8	-469.2853	8.117504	8.890807	8.431638

LogL: En çok olabilirlik, HQ: Hannan-Quinn

Tablo.6 incelendiğinde, AIC ve HQ kriterleri açısından 3 gecikme uzunluğunun uygun olduğu görülmektedir. SIC kriteri için ise 1.gecikme uzunluğunun uygun olduğu tespit edilse de 4 hata kriteri açısından 2'sinin 3.gecikme için uygun olması sebebiyle gecikme uzunluğu 3 olarak alınacaktır.

Tablo 7: Trace ve En Büyük Özdeğer İstatistiklerine Göre Eş-bütünleşme Derecesi

Veri Trendi	Yok	Yok	Lineer	Lineer	Karesel
Test Tipi	Sınırsız	Sınırsız	Sınırsız	Sınırsız	Sınırsız
	Trend Yok	Trend Yok	No Trend	Trend	Trend
Trace	2	2	2	2	2
Max-Eig	2	2	2	2	2

Tablo 7 incelendiğinde Trace ve Özdeğer istatistiklerine göre en yüksek Eş-bütünleşme derecesinin 2 olabileceği görülmektedir. Uygun Eş-bütünleşme modelinin seçimi için Tablo 8 hazırlanmıştır.

Tablo 8: Uygun Eş-bütünleşme Modeli

Veri Trendi	Yok	Yok	Lineer	Lineer	Karesel
Rank ve Eş-bütünleşme sayısı	Sınırsız	Sınırsız	Sınırsız	Sınırsız	Sınırsız
	Trendsiz	Trendsiz	Trendsiz	Trend	Trend
Ençok Olabilirlik					
0	-543.9037	-543.9037	-543.8754	-543.8754	-543.7414
1	-523.5920	-523.5542	-523.5539	-523.5183	-523.5112
2	-506.1779	-506.1241	-506.1241	-505.7264	-505.7264
AIC					
0	8.754389	8.754389	8.785440	8.785440	8.814825
1	8.497512	8.512665	8.528407	8.543596	8.559231
2	8.286265*	8.316915	8.316915	8.342149	8.342149
SIC					
0	9.023131	9.023131	9.098972	9.098972	9.173147
1	8.855835	8.893383	8.931520	8.969104	9.007135
2	8.734169*	8.809609	8.809609	8.879633	8.879633

Tablo 8 incelendiğinde hem AIC hem de SIC değerlerine göre ilgili seriler arasında en çok 2.dereceye kadar Eş-bütünleşik bir yapının olduğu söylenebilir. Buna göre 2007-2017 yılları arasında Türkiye'deki Reel Kesim Güven Endeksi ve Kapasite Kullanım Oranı arasında uzun dönemli Eş-bütünleşik bir yapının olduğu görülmektedir. Elde edilen Johansen Eş-bütünleşme modeli şu şekilde olacaktır;

$$DRKGE^2 = 0.245297475619*DRKGE(-1) + 0.0852585776301*DRKGE(-2) + 0.159959678815*DRKGE(-3) - 0.530359417595*DKKO^3(-1) - 0.154456562923*DKKO(-2) - 0.425195799745*DKKO(-3) - 0.0602851198172$$

$$DKKO = 0.138721229783*DRKGE(-1) + 0.139327439443* DRKGE (-2) + 0.071112235644* DRKGE (-3) - 0.207457335413*DKKO(-1) - 0.0975044347815*DKKO(-2) + 0.149268884797*DKKO(-3) - 0.023262032433$$

3.dereceye kadar gecikme uzunluğuna ilişkin model katsayıları incelendiğinde Reel Kesim Güven Endeksi bağımlı değişken kabul edildiğinde, Kapasite Kullanım Oranı endeksinin etki düzeyinin negatif olduğu görülmektedir. Kapasite Kullanım Oranı endeksi bağımlı değişken kabul edildiğinde ise Reel Kesim Güven endeksinin KKO üzerinde pozitif bir etkiye sahip olduğu denklemden görülebilmektedir.

Son olarak değişkenler arasındaki nedensellik durumunun incelenmesi için Granger Nedensellik testi uygulanmış ve sonuçlar aşağıda verilmiştir. (Granger.1986)

² DRKGE: Fark alınmış Reel Kesim Güven Endeksi

³ DKKO: Fark alınmış Kapasite kullanım oranı

Tablo 9: Granger Nedensellik Testi Sonuçları

Sıfır Hipotezi	N	F	p
DKKO, DRKGE'nin Granger Anlamda nedeni değildir	129	0.80931	0.4475
DRKGE, DKKO'nun Granger Anlamda nedeni değildir		23.5545	*<0,001

Tablo 9 incelendiğinde, Reel Kesim Güven endeksinin, Kapasite Kullanım Oranı'nın Granger anlamda nedeni olduğu görülmektedir. Ancak, Kapasite Kullanım Oranı'nın, Reel Kesim Güven endeksinin Granger anlamda nedeni olduğunu iddia eden sıfır hipotezinin kabul reddedilemeyeceği söylenebilir. Dolayısıyla Reel Kesim Güven endeksiyle Kapasite Kullanım Oranı arasında tek yönlü bir nedenselliğin olduğu görülmektedir.

Sonuç

Reel kesim güven endeksi yatırımcıların geleceğe yönelik beklentilerini gösteren endeksin 100'den büyük olması ekonomik faaliyetlerde iyimser görünüm; 100'den küçük olması ise ekonomik faaliyetlerde kötümser görünüm anlamına geliyor. Bu ise anketin kapsadığı reel kesim temsilcilerinin ekonomik faaliyetlerine ilişkin güvenini görünümünü göstermektedir. İmalat sanayi kapasite kullanım oranı, imalat sanayi sektöründe faaliyet gösteren şirketlerin ilgili dönemde TCMB iktisadi yönelim anketine verdikleri cevaplara yönelik derlenen verilerin eşliğinde hesaplanan sektör açısından önemli göstergelerden biridir. İmalat sanayinde kapasite kullanım oranında yaşanan gelişmeler üretim kanadı ile ilişkilendirilirken ekonomik sürdürülebilirlik açısından yakından takip edilmelidir.

Bu çalışmada 2007:1-2017:12 dönemleri arasında RKGE ve İmalat Sanayi KKO arasındaki ilişki ekonometrik yöntemlerle analiz edilerek araştırılmıştır. Yapılan eşbütünlük testlerine göre göre 2007-2017 yılları arasında Türkiye'deki Reel Kesim Güven Endeksi ve Kapasite Kullanım Oranı arasında uzun dönemli Eş-bütünlük bir yapının olduğu görülmektedir. Granger nedensellik testi sonuçlarına göre Reel Kesim Güven endeksiyle Kapasite Kullanım Oranı arasında tek yönlü bir nedenselliğin olduğu görülmektedir. İmalat sanayi üretimi açısından önemli olan bu iki gösterge 2015 yılı itibari ile farklı bir görünüm çizmemiştir.

KAYNAKÇA

- Arısoy, İ. (2012). Türkiye Ekonomisinde İktisadi Güven Endeksleri ve Seçilmiş Makro Değişkenler Arasındaki İlişkilerin VAR Analizi, Maliye Dergisi, Sayı 162, 2012, ss. 304-315.
- Çetin, G, ve Doğaner, A, (2012), İnşaat Endeksi Sektörü Güven Endeksi ve Konut Fiyat Endeksi Arasındaki İlişki:Türkiye İçin Ampirik Analizi, İktisat Politikası Araştırmaları Dergisi Journal of Economic Policy Researches Cilt/Volume:4, Sayı/Issue:2, Yıl/Year: 2017, 155-165
- Dickey, D. A., & Fuller, W. A. (1979). Distribution of the estimators for autoregressive time series with a unit root. Journal of the American statistical association, 74(366a), 427-431..
- Eğilmez, M. 2016. "Kapasite Kullanımı Nedir, Nasıl Ölçülür, Ne İşe yarar?," <http://www.mahfiegilmez.com/2012/03/kapasite-kullanm-nedir-nasl-olculur-ne.html>, son erişim tarihi:22.02.2018
- Fukuyama Francis(1998), Güven(Sosyal Erdemler Ve Refahın Yaratılması), T.İş BankasıKültür, Çeviren: Ahmet Buğdaycı, İstanbul.
- Granger, C. W. (1986). Developments in the study of cointegrated economic variables. Oxford Bulletin of economics and statistics, 48(3), 213-228.
- Kale, S., ve Akkaya, M. (2016). The Relation between Confidence Climate and Stock Returns: The Case of Turkey. Procedia Economics and Finance, 38, 150-162.
- Karlık, S. R. 2002. Türkiye Ekonomisi, Tarihsel Gelişim, Yapısal ve Sosyal Değişim, 7.Basım, Beta Basım, İstanbul

- Koç, E. 2001. "Türkiye'de Sanayileşme ve Sosyo-Ekonomik Gelişme Durumu," *Tekstilİşveren Dergisi*, sayı 253, s. 36-39.
- Koç, E, Şenel , M. C., ve Kaya, K. Türkiye'de Ekonomik Göstergeler - İmalat Sanayi Kapasite Kullanım Oranı, *Mühendis ve Makine* cilt 58, sayı 689, s. 1-22, 2017
- Korkmaz, T. ve Çevik, E.İ. (2009). Reel Kesim Güven Endeksi ile İMKB 100 Endeksi Arasındaki Dinamik Nedensellik İlişkisi, *İstanbul Üniversitesi İşletme Fakültesi Dergisi*, Cilt:38, Sayı:1, 24-37.
- Özsağır, A, (2016), Ekonomide Güven Faktörü, *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi* www.e-sosder.com ISSN:1304-0278 Bahar-2007 C.6 S.20(46-62)
- Granger, C. W. (1986). Developments in the study of cointegrated economic variables. *Oxford Bulletin of economics and statistics*, 48(3), 213-228.
- Granger, C. W. (1986). Developments in the study of cointegrated economic variables. *Oxford Bulletin of economics and statistics*, 48(3), 213-228.
- Uslaner, Eric M. 2003b. "Tax Evasion, Trust, and the Strong Arm of the Law." Presented at the Conference on Tax Evasion, Trust, and State Capabilities, St. Gallen, Switzerland, October 17-19.
- Phillips, P. C., & Perron, P. (1988). Testing for a unit root in time series regression. *Biometrika*, 75(2), 335-346.
- TCMB. İktisadi Yönelim Anketi ve Reel Kesim Güven Endeksine İlişkin Yöntemsel Açıklama, Türkiye Cumhuriyeti Merkez Bankası, İstatistik Genel Müdürlüğü, Reel Sektör Verileri Müdürlüğü, <http://www.tcmb.gov.tr/wps/wcm/connect/90b517db-1bf6-4b5d-a3c1-a71aa6017f9d/IYARKGEYontemselAciklama.pdf?MOD=AJPERES&sonerişim:15.02.2018>
- TCMB. "İmalat Sanayi Kapasite Kullanım Oranı'na İlişkin Yöntemsel Açıklama," <http://www.tcmb.gov.tr/wps/wcm/connect/0801f284-a3e5-4604-8fd49a01bed1e422/KKOY%C3%B6ntemsel+A%C3%A7%C4%B1klama.pdf?MOD=AJPERES&CACHEID=0801f284-a3e5-4604-8fd4-9a01bed1e422>, son erişim tarihi:15.02.2018
- TÜİK (<http://www.tuik.gov.tr>)

MÜZEKKİ'N-NÜFÛS'TA DÜNYA METAFORU

Geliş Tarihi (ReceivedDate) 01.08.2018
Kabul Tarihi (Accepted Date) 28.08.2018

Fatma BABAARSLAN*

Özet

Felsefe, edebiyat, din, tasavvuf gibi pek çok alanda kendine yer bulmuş olan metafor ve / veya metaforik üslup hakkında günümüze kadar pek çok çalışma yapılmıştır ve yapılmaktadır. Eşrefoğlu Rûmî'nin Müzekki'n-Nüfûs adlı eserinden hareketle oluşturduğumuz bu çalışmanın esasını, söz konusu eserde bulunan dünya ile ilgili metaforların incelenmesi teşkil etmektedir. Bu incelemede Eşrefoğlu Rûmî'nin araştırmacılar tarafından değinilmeyen metafor kullanma özelliğinin ortaya konulması ve kullandığı metaforların onun mana âlemini yansıtmaları gibi hususlara dikkat çekilecektir.

Anahtar kelimeler: Metafor, dünya, Eşrefoğlu Rûmî, Müzekki'n-nüfûs.

Abstract

Much work has been done and done on the metaphor and / or metaphorical style which has found its place in many fields such as philosophy, literature, religion, mysticism. The essence of this work, which we have created from the work of Eşrefoğlu Rumi's Müzekki'n-Nüfus, constitutes an examination of the metaphors related to the world in question. In this review, it will be pointed out that the metaphorical use of Eşrefoğlu Rumi, which is not mentioned by the researchers, and the metaphores used reflect his meaning.

Key words: Metaphor, world, Esrefoğlu Rumi, Müzekki'n-nüfus.

GİRİŞ

Etimolojik olarak metafor, “Yunanca kelime *metaphora*, eski Yunanca *metapherein* ve onun fiil hali *metaphero*’dan gelmektedir.” (Harmancı, 2012: 23) Metafor sözcüğü, Yunanca bir ön ek olan *meta* ve yine Yunanca bir fiil olan *phero* ‘dan mürekkep bir yapı arz etmektedir. *Meta* eki “Önüne geldiği kelime veya kökün asıl anlamına, *ötesinde, sonrasında, bir durum veya şekilden diğerine geçme, şekil değiştirme* gibi anlamlar katar. *Phero*, eski Yunanca *fora, fero* ise; *hızlı hareket, hareket halindeki bir şeyin yönü, durum, hal, zaman aralığı veya an* anlamlarına gelir.”(Harmancı, 2012: 24) “Metafero (*metaphero*): Bu birleşik yapının fiil halidir. Fiil olarak, 1. taşıma, nakil, bir yerden başka bir yere kaydetme, 2. metafor ...” (Harmancı, 2012: 25) gibi anlamlara gelmektedir. Buradan hareketle metafor kavramına genel bir perspektifle baktığımızda anlamsal olarak kişiler, nesnelere ve / veya kavramlar arası bir nakil, geçiş veya aktarımın söz konusu olduğuna işaret etmek yerinde olacaktır.(Harmancı, 2012: 25)

Dilimizde metaforun hem geniş anlamda mecazı hem de dar anlamda istiareyi içerecek şekilde kullanıldığı görülmektedir (Daşcıoğlu, 2015: 169). Tanımlamada birbirinin eş anlamlısıymış gibi cümleler yazılmakta metafor, istiare / eğretiler; istiare, eğretiler / metafordur gibi kestirilip atılmış gibi bir durum ortaya konulmuştur. Ancak biz buna kesin bir netlik koyamayacağımız gibi eşanlamlı değil lakin yakın anlamlı kelimeler diyebilmekteyiz. Metafor ve birçok kavramın kullanım alanlarının genişliği ve aynı / benzer anlamlı kullanılan kelimelerin çokluğu sebebiyle bir kafa karışıklığı meydana gelmektedir.

1. Metaforun Yakın Anlamlı Terimlerle İlişkisi

Metaforla benzeşen ya da eş anlamlı olarak gösterilen sözcüklere ana hatlarıyla göz atıldıktan sonra, aralarındaki ilişki ve ayrımların bir bütün hâlinde değerlendirilmesi faydalı olacaktır. Çünkü metaforu tam olarak anlayabilmek için metaforun anlam alanının söz konusu kavramlardan ayrıştırılması ve netlik kazanması gerektiği düşüncesindeyiz. Bu netlik kazanımının zihnimizde daha kolay canlanıp somutluk kazanması için açıklanan kavramları tablo hâlinde vermek yerinde olacaktır. Oluşan bu karmaşayı önlemek amacıyla bu bölümde teşbih, istiare, mecaz, kinaye, kişileştirme (teşhis), alegori ve sembol kavramlarının tanımları yapıp metafor ile olan ilişkileri ele alınmaya çalışılacaktır.

*Gazi Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Felsefe Bölümü, Yüksek Lisans Öğrencisi, fbabaarslan02@gmail.com.

Tanım	Örnek	Ayrımcı Unsurlar
Metafor: “Yunanca kelime <i>metaphora</i> , eski Yunanca <i>metapherein</i> ve onun fiil hali <i>metaphera</i> ’dan gelmektedir. Herhangi bir benzetme edatı kullanılmadan görünüşte ilgisiz nesne veya durumlar arasında bir şeydeki bir takım yönlerin diğerine aktarılmasıyla benzerlik ilişkisi kurmaktır.	Ahmet, bir arıdır.(velud, verimli biridir.)	Nakil işlemi söz konusudur. Anlam kalıcılık kazanır.
Teşbih: Aralarında çeşitli yönlerden benzerlik kurulabilen iki şey veya şeylerden benzerlik itibarıyla zayıf olanı kuvvetli olana benzetmek sanatıdır.	İnsanlar eşitlik açısından tarağın dişleri gibidir.	Benzetme edatının bulunması gerekir. Gibi, sanki, kadar...
İstiare: “Kelimenin lügat manası ödünç alma, birinden iğreti bir şey almaktır. Edebi sanat olarak bir şeyi gerçek anlamı dışında, çeşitli yönlerden benzediği başka bir şeyin adıyla anmaktır.	Aslanlar cepheye gitti.	Söz gerçek anlamı dışında kullanılır. Geçici bir ödünçlük vardır.
Mecaz: kelimenin kendi gerçek anlamı dışında, başka bir anlam için kullanılmasıdır.	Tahta başına geç. (yazı tahtası)	Söz gerçek anlamda kullanılmaz. Gerçek manadan mecaz manasına geçiş vardır.
Kinaye: Sözlük anlamı gizlemek olan kinaye bir sözü gerçek anlamının da kastedilmiş olması mümkün olmakla beraber gerçek anlamının dışında kullanmaktır.	Ahmet’in kapısı herkese açıktır.	Söz hem gerçek hem de mecaz manadadır.
Kişileştirme: İnsan haricindeki canlıları veya eşyayı, insan gibi göstermek, ona kişilik vermek kişileştirme sanatıdır.	Ankara size kucak açıyor.	Bir nesne veya canlıyı insan özellikleriyle donatmak mevzubahistir.
Alegori: İnsan haricindeki canlıları veya eşyayı, insan gibi göstermek, ona kişilik vermek kişileştirme sanatıdır.	Ağustos böceği ve karınca hikâyesi	Eserin tamamına yayılan bir benzerlik söz konusudur.
Sembol: Belli bir insan öbeğinin uzlaşım yoluyla kendisine belli bir anlam verdiği gösterge olan sembol, kullanılması adet olmuş bir anlatıdır	Kurnaz tilki	Belli bir kesimin kabul edip anlamlandırması vardır.
Remiz: “İşaret etmek, işaret suretiyle bir şey anlatmak, üstü kapalı anlatım” manalarına gelen remiz, sufiler için “bir manayı, bir düşünce ve/veya duyguyu üstü kapalı bir şekilde ifade etme” anlamına gelmektedir.	Bal hakikati, cîfe dünyayı remzeder.	Kimi zaman gizli mana ile lafız arasında delalet edici bir unsur bulunurken kimi zaman da bulunmaz.

Kaynak: Akarsu, 1975: 160; Durmuş-Ceyhan, 2007: 556-558; Harmancı, 2012: 23; Külekçi, 2013: 31, 121; Özön, 1954: 10; Saraç,2006:109,144; Uçan Eke, 2017: 35-47.

Dilimize taşınmış olan metafor terimi anlamlaşma süreci bakımından ilginç ve derin birikimlere sahiptir. Kökensel anlam yönünden de metafor ve ilgili kavramların tabloda verilen tanımlarından hareketle metaforun söz konusu terim veya kavramların birebir karşılığı olarak ele alınamayacağı görülmektedir. Ancak hemen şunu da belirtmek gerekir ki bu söylediğimizden, bu kavramların birbiriyle hiçbir ilişkisi bulunmadığı anlamı çıkarılmamalıdır. Muhakkak ki yukarıda ele

aldığımız kavramların hemen tamamı az veya çok birbirleriyle ilişkilidir. Bunu bir örnekle açıklayacak olursak suya taş attığımızda birbiri içine girmiş halkaların oluşması ile bu kavramların ilişkisi de aynı mesabededir. Su üzerinde oluşan bu kavram halkaları birbirinin aynı olmadıkları gibi birbirinden de bağımsız değillerdir. Söylediklerimizi daha da somutlaştırmak açısından bu kavramlar arasında birbirinin yerine en sık kullanılan istiare, mecaz ve metaforun ilişkisini inceleyelim. Teorik düzeyde istiare benzetme temellidir. Mecazda benzetme söz konusu değildir ve gerçek anlamın dışında başka bir anlam temeldir. Metaforda ise kalıcı bir nakil koşuluyla zikredilen iki temelin de olabirliği söz konusudur. Bu kavramların müstakil olarak birbirinin yerine (metafor yerine istiare, metafor yerine mecaz) kullanılması kavramsal karmaşa yaratmaktadır. Eğer ki metafor kavramını ayrı ayrı hem mecaz hem istiare kavramları karşılıyorsa istiare ve mecazın da anlamsal olarak birbirine denk olması gerekir ki denk olmadığı hususu da hem belagat kitaplarında hem de günümüzde edebî sanatların incelendiği eserlerde açıkça belirtilmektedir. O hâlde metaforun bir kapsayıcılığı olmakla beraber söz konusu kavramların birbirinin aynı değil ancak birbiriyle ilişkili / ilintili kavramlar olduğunu söyleyebiliriz. Ancak bu kavramlar, metafor olan kelime ile ilgiliyken metafor, metnin kuruluşu ve ifade biçimi ile ilgili olup kullanılan kelimedeki kalıcı hâle gelmiş olacak ve diğerleri gibi başka bir anlamı bize düşündürmeyecektir. Bu sebeple aralarında anlamsal uzlaşma olmayan bu kavramların birbirinin yerine kullanılması bize göre yerinde bir yaklaşım değildir.

Buradan hareketle “bütün mecâzî, benzetmeli ve sembolik anlatım türlerini ve söz sanatlarını içine alan bir ‘şemsiye kavram’ niteliğinde olduğu anlaşılan metaforu bir otağa benzetecek olursak; bu otağın ortasındaki en temel unsur olan ana direk, sembolik anlatımlardır. İstiare, mecaz mürsel, kinaye, teşbih, temsil gibi diğer mecâzî anlatım biçimleri de bu otağın kumaşını (çulunu) yere tutturmak için çakılan kazıklar mesâbesindedir.” (Ögke, 2007: 61) Bu vesile ile biz de bu çalışmamızda metafor ve / veya metaforik anlatım dediğimizde yukarıdaki birlikteliği kabul ettiğimizi ve incelememizi bu yolla yapacağımızı belirtmeliyiz.

2. Metaforun Kullanım Amacı

Keklik, felsefede metafor kullanımının amacını üslup güzelliği ve anlaşılması zor meseleleri anlaşılır hâle getirmek olarak iki temele dayandırmıştır. Daha sonra felsefenin zor anlaşılan bir ilim olduğunu ifade ederek filozofların da bunu bildikleri için metafor kullanma yoluna gittikleri tezini ortaya koymuştur. Sadece filozoflar değil bilim adamlarının da zor meseleleri basite indirgeme amacıyla metafor kullandıkları, bir meselenin akılda kalıcılığını sağlamak için metafora başvurulduğu da Keklik’in belirttiği hususlar arasındadır (Keklik, 1980: VII-VIII). Nihai olarak Keklik edebiyat ve felsefe için metaforun amacını iki disiplin arasında bir kıyas yaparak şöyle dile getirmektedir: “(...) edebiyatta metaforun gâyesi üslup ve ifâde güzelliği sağlamaktan ibaret iken, felsefe ve pozitif ilimlerde metafor’un amacı, her şeyden önce ifâdelerin anlaşılmasını kolaylaştırmaktır.” (Keklik, 1980: 1)

Felsefe tarihinde, felsefeyi manasız ve muğlak ifadelerden arındırıp açık ve anlaşılır şekilde yapıcı bir metoda binaen oluşturma amacıyla metaforlara ihtiyaç duyulmuştur. Felsefeyi idrak etmede karşılaşılan güçlükler de metafora olan ihtiyacı iyice gün yüzüne çıkarmıştır. Felsefenin ne olduğu meselesinin anlatımında karşımıza çıkan sorun söz konusu güçlüklerden sadece biridir. Metaforun sağladığı kolaylık ilgili alanda belli bir birikime sahip olanlar içindir. Aksi hâlde o alana herhangi bir müktesebatı olmayanlar için metafor da anlamsız bir yapı arz edecektir. Felsefenin ne olduğu hususundaki metaforlar da yeri geldiğinde anlatımda açıklığı sağlamak amacıyla başka bir perspektiften süzülerek farklı anlamlara bürünme ve farklı yorumlama ihtiyacı hâsıl olabilir. Bu ihtiyacın sonucunda ilk çağ filozoflarından bu yana metafor kullanılmaya gelmiştir. (Aydın, 2006: 10)

Mutasavvıfların metaforik anlatıma başvurma nedenleri hakkında “(...) remzî dil, işâret dili, mânâ dili, kuş dili, balabaylan dili olarak da nitelenen ve tasavvufta şathiye geleneğinden de beslenen bu anlatım tarzı, her şeyden önce, soyut hakikatleri somutlaştırmak, fakat bu arada soyut mânâları anlatmanın zorluğundan dolayı somut olandan istifade ederek mesajı sadece ehil olanlara vermek veya dini taassubun ağır bastığı kimi zamanlarda birtakım yanlış anlaşılmaların önüne geçmek amacıyla geliştirilmiş bir ifade sistemi olarak karşımıza çıkmaktadır.” (Yazıcıoğlu, 2012: 143) diyen Yazıcıoğlu buna ilaveten sûfilerin, manevî tecrübe vasıtasıyla elde ettikleri hakikat bilgisini ifade etmede kullanılan dilin kifayetsiz kalması, yine elde ettikleri içsel tecrübelerin yorum ve anlatımında alternatif

bir yol bulamamaları, cezbe ve vecd gibi manevî sarhoşluk hâllerinin verdiği coşkunun sûfiler üzerinde gayr-ı ihtiyârî bir şekilde metaforik söylemi doğurması ve manevî tecrübeler yoluyla vakıf olunan sırları ehil olmayanlara açık etmeme düşüncesinin vermiş olduğu ihtiyatla beraber metaforun zengin ve girift anlatım imkanlarından faydalanarak söz konusu sırların anlatımında kullanılacak üslubun etkileyici olması yanında verilen mesajın kalıcılığını sağlamak gibi sebeplerle metaforik anlatıma başvurulduğunu söylemektedir.

Metafor, fizikî âlemi anlamak ve anlatmakta ne derece önemli ise metafizik âlemin algılanması ve ifade edilmesi açısından da o nispette öneme sahiptir. İnsanlar hem fiziksel hem de metafizik tecrübelerle sahiptir. Metafizik tecrübelerden ziyade fiziksel tecrübeler arasında bir müştereklik olabileceğini söylemek daha doğrudur. Çeşitli metafizik tecrübelerle sahip olan bir insanla metafizik âlemden habersiz olan bir insanın müşterek noktası şüphesiz fiziksel tecrübeler ekseninde olacaktır. Mevzubahis fiziksel müştereklikler vasıtasıyla metafizik hakikatler algılanabilir hâle getirilebilir. İnsan, soyut kavramları anlamakta güçlük çektiği için söz konusu kavramları somutlaştırma eğilimi gösterir. Bundan dolayı metafizik hakikatleri her insan aynı düzeyde anlama kabiliyetine sahip olmadığı için soyutluk somutluğa dönüşmüş ve dolayısıyla teşbih ve temsil yoluyla ifade yöntemi önem kazanmıştır. Böylece metafizik hakikatlerin anlatım ve algılanmasında metaforik anlatıma ihtiyaç duyulmuştur.

3. Eşrefoğlu Rûmî ve Müzekki'n-nüfûs

Müzekki'n-nüfûs'un yazarı Eşrefoğlu Rûmî, yaşadığı dönemde Eşrefzâde, İbnü'l-Eşref, Eşrefzâde Abdullah, Abdullah-ı Rûmî, Abdullah-ı İznikî gibi farklı farklı isimlerle anılmıştır. Künyesi kaynaklarda Abdullah Rûmî b. SeyyidAhmed Eşref b. Seyyid Muhammed Süyûfî (Mısri) olarak belirtilmektedir (Pekolcay ve Uçman, 1995: 480).

Çocukluk ve gençlik yıllarını İznik'te ailesiyle geçiren Eşrefoğlu Rûmî, ileri bir yaşta Bursa'ya giderek Çelebi Sultan Mehmed Medresesi'nde tahsil görmüştür. Gençliğinde zahirî ilimlerle meşgul olduğu ve rivayetlere göre bu ilimleri tahsil etmesi 40 yıl sürdüğü (Güneş, 2006: 9) söylenen Eşrefoğlu, tasavvuf yoluna ilgisi dolayısıyla medrese ve ilim yolunu terk ederek tasavvuf yolunu tutmuştur (Pekolcay ve Uçman, 1995: 481). On yedi şeyhe yetişip hizmet eden Eşrefoğlu, Eşrefiyye tarikatını kurarak tasavvuf âleminde kendi irfanıyla bir yol ortaya koymuştur.

Kaynaklarda vefat tarihi hakkında da ihtilaf bulunmakla birlikte Eşrefoğlu'nun torunu Şeyh Hamdî Efendi'nin müritlerinden olan Bursalı Mehmed Veliyyüddîn'in yazdığı Menâkıb-ı Eşrefzâde adlı eserinde Eşrefoğlu'nun türbesinde yazılı olduğunu söylediği "Eşref-zâde azm-i cinân eyledi" ibaresinin tekabül ettiği H. 874 / M. 1469-1470 yılı (Güneş, 2006: 39), genel olarak Eşrefoğlu'nun vefat yılı için kabul görmüştür.

Eşrefoğlu Rûmî Müzekki'n-Nüfûs'un giriş kısmında eserini 10 Ramazan 852 (7 Kasım 1448) tarihinde bitirdiğini söylemektedir. Daha sonra müellif eserin sebep-i te'lifini şöyle izah etmektedir: "... bu fakir dahi nazar ettim gördüm bu bizim müritlerimizin ve karındaşlarımızın hâlleri bir türlü dahi oldu ve dünya muhabbeti dahi üzerlerine galip oldu ve nefsi-i emmârenin çirkin huylarıyla huylanmağa başladılar. Gelin imdi işbu yaramaz huyları koyun, Allah'tan korkun ve Resûl'den utanın ve meşâyihin sırrını hazır görün dedikte, bunlar, miynet sözler söylemeğe cesaret ettiler. Çünkü gördüm bu kavmin hâlleri böyledir. Ben dahi bunların arasından uzlet edip çıktım ve kendimi gurbete bıraktım bu gurbet içinde nice nice nükteler avam dilinden işittim ve nice nice tas tas ağular nâdân elinden nûş ettim ve nice kere şefkat gözüyle bu hâlleri tutan karındaşlara nazar eyledim. Bunların necatlarına sebep olam deyip bu kitabı sırf Türkî dilince cem' eyledim ki, bu kitabın faidesi âm ola." (Eşrefoğlu Rûmî, 2015: 68)

Kitabın yazılış sebebini açıkladıktan sonra eserin muhtevası hakkında da bilgi veren müellif, ayetler, hadisler, bazı tefsirler, sahabelerin sözleri, büyük şeyhlerin menkıbeleri ve kendi hâlleri üzerinde durduğunu belirtmiştir (Eşrefoğlu Rûmî, 2015: 68). İki ana bölüm üzerine yazılmış olan Müzekki'n-Nüfûs bu iki bölümün alt bölümleri ve bu bölümlerde verilen hikâye ve menkıbelerle genişletilmiştir. İlk bölüm, dünya ve dünya sevgisi, nefsi-i emmârenin sıfatları, cimrilik ve cömertlik, tevekkül, sabır, gazaba karşı sabır alt bölümlerinden ve bu bölümlerle ilgili hikâye ve çeşitli genişletmelerden oluşmaktadır. İkinci bölüm, gönüllerin terbiyesi, açlık, az söylemenin faydası ve çok söylemenin zararları, uykusuzluk, cemiyetten uzaklaşma, Allah'ı zikir, mürşid-i kâmilin önemi ve

lüzumu, tevbe, telkin, vâridât, halvet ve çile, teslim, zikr-i telkînî, nasihat alt bölümlerinden ve ele alınan hususlarla ilgili hikâyelerden oluşmaktadır.

4. Müzekki'n-nüfûs'ta Dünya Metaforu

“İnsanlara hakikat hakkında bilgi verebilmek amacıyla sembollerden ve iki alem arasındaki benzetmelerden yararlanma çabalarının, insanların maneviyatlarının daha yüce seviyelerde geliştiği dönemlerde ortaya çıktıklarına hiç rastlanılmamıştır; Aksine, ilahiyatımızda ve maneviyatımızda bir düşüş olduğunda, sembol, benzetme ve efsane gibi hakikati hatırlatan vasıtalar bir kurtarma aracı olarak, geceyi, yani içine düşülen karanlıktan kurtulma süresini kısaltırlar.” (Livingston, 1998: 124)

Eşrefoğlu Rûmî de eserin başında “... bu fakir dahi nazar ettim gördüm bu bizim müritlerimizin ve karındaşlarımızın hâleri bir türlü dahi oldu ve dünya muhabbeti dahi üzerlerine galip oldu ve nefis-i emmârenin çirkin huylarıyla huylanmağa başladılar.” (Eşrefoğlu Rûmî, 2015: 68) diyerek yaşadığı dönemdeki toplum yapısının manevi düşüş içerisinde bulunduğunu dile getirmektedir. Bu çöküş engel olmak adına böyle bir eser yazma yoluna gittiğini ifade ettikten sonra eserinde bazı hakikatlere remizlerle (metafor) işaret ettiğini “... bazı sözler rumuzla söylenmiştir.” (Eşrefoğlu Rûmî, 2015: 72) şeklinde dile getirmektedir. İlahi hakikatlerden uzaklaşmanın bir sonucu olan manevi çöküş, zihinsel çöküşü de beraberinde getirmekte ve insan nesnelerin zahîrî görüntülerine takılıp kalmaktadır. Bu durumda soyut olan hakikat bilgisinin idrak edilmesi mümkün olmamaktadır. Hâlbuki bu dünyadaki nihai amacı Allah'ı bilmek ve O'na kavuşmak olan insanın bu amaca matuf olarak hakikat bilgisine vakıf olması gereklidir. Bu bağlamda insan, “... belli bir seviyedeki (ilahi alemdeki) hakikatin, başka bir seviyedeki (fiziki alemdeki) ona tekabül eden başka bir hakikat ile temsil edilmesi...” (Livingston, 1998: 110) olarak tarif edilen düşünsel bir lisana ihtiyaç duyar. Bütün bunların farkında olan Eşrefoğlu Rûmî, eserinde remizler kullanarak anlatımını daha gerçekçi ve etkili hâle getirmiştir. İlaveten kullandığı remizlerle her seviyedeki insanın idrak kabiliyetine hitap edebilmiştir.

Eşrefoğlu Rûmî, Müzekki'n-nüfûs'ta avrat-karı, cîfe, dere, deniz, düş, ekinlik-tarla, gölge, kapı, kervansaray, köprü, merdiven, mezbele, od, pazar, uğrak ve zindan-kafes gibi kavramları (ontolojik metaforları) dünya ve dünyanın nitelikleri ile ilgili olarak metaforlaştırmıştır.

Eşrefoğlu, çalışmamıza konu olan eserinde bu kavramları, *dünyanın* metaforu olarak kullanmaktadır. Dünya, sözlükte yaşadığımız âlem anlamının yanısıra denî yani alçak, en aşağı manalarına da gelmektedir. İnsanoğlunun Hz. Adem ile başlayan ve “esfel-i safiline indirilmek” olarak nitelenen bu dünya yolculuğu ile dünya kelimesinin alçak, en aşağı anlamları arasında şüphesiz bir ilgi bulunmaktadır. Bundan başka dünyanın en aşağıda olması hasebiyle değersiz, boş ve geçici olması da bu anlamın işaret ettiği bir diğer husustur. Dünya, insanın yaradılışındaki cevheri keşfedip içindeki kemale erişme arzusunun uygulama alanıdır. Bu suretle insan, dünyada birçok mihnet ve sıkıntıya düşer ve çeşitli imtihanlardan geçer. İnsan, fiillerinde irade sahibi olması hasebiyle iki yönlü bir varlıktır. “Meleklerle hayvanlar arasında orta bir noktada bulunan insanın, Mevlânâ'nın ifadesi ile hayvana dönük yüzü Allah'tan ve insana dönük yüzü dünyadan kaçıcıdır. Allah'ın, çamurunu iki eliyle yoğurduğu insanın ‘sağ el ashabı’ yahut ‘sol el ashabı’ (Kur’an, Vâkıa 56: 8,9) olması, onun dünyayı yahut ‘Hakikat’i tercih etmesine bağlıdır.” (Doğan, 2017: 52) Bu noktada insanın dünyadan bir parçası olan ve hamurunu çamurun oluşturduğu beden de suçlanır. Çünkü aldatici dünyaya ait olması dolayısıyla beden, dünya ve dünyalığa meyli bulunmaktadır (Doğan, 2017: 53). Eşrefoğlu Rûmî de eserinde birçok metaforla dünyanın ne olup ne olmadığı hususuna değinmiştir. Böylece hakikat ve dünya arasındaki seçim sürecinde insanın ‘Mutlak Hakikat’e yönelmesi gerektiğini aksinin hüsrân olduğunu dile getirmektedir.

“Dünya, sunduğu izafi (eğreti) güzellikleri ile insanı önce geçici bir mutluluğa sevk etse de arkasından onulmaz ıstırapların içine sürükleyerek yutup yok edici bir özellik sergiler. Bu yönüyle dünyanın, kâm alınmadan önce oldukça alımlı görünmesine karşın, isteğin doyumlanmasıyla birlikte gerçek yüzünü gösteren bir ‘yosma kocakarı’ metaforuyla ifade edildiği görülür.” (Doğan, 2017: 53)

Eşrefoğlu'nun çeşitli alıntı ve fikirleriyle dünyayı ele aldığı metaforlardan biri “karı metaforu”dur. Dünya, Müzekki'n-Nüfûs'ta çirkin suratlı, karmakarışık ve ak ile kara karışımı bir saçı olan, mavi gözlü, sarı dişli, boğazı hor hor eden, ağzından irinler saçan, kötü kokulu ve yüzüne bakanın korkup

iğreneceği (Eşrefoğlu Rûmî, 2015: 86-87) şekilde bir tasvirle karşımıza çıkmaktadır. Daha sonra Eşrefoğlu, “karı” metaforuna kimi sıfatlar ekleyerek dünyanın bazı niteliklerine vurgu yapmaktadır. Dünyanın geçici ve pis olduğu “yalancı murdar karı” şeklinde ifade edilmektedir. Yine dünyanın dönecek, vefasız ve herkesi kandıran yanlarının bulunması ariflerden iktibasla “fahişe avrat” metaforu ile şu şekilde ifade edilmiştir: “Dünya şol fahişe avrat gibidir; kimin gerekse eline ve koynuna girer, herkesin yüzüne güler amma asla kimseye vefâdâr olmaz. Pes bunun gibi avrata gönül verip musahip olmak ve ‘Bu avrat benimdir’ demek olmaz.” (Eşrefoğlu Rûmî, 2015: 91) Bunlardan başka Peygamberimizden bir hadis nakleden Eşrefoğlu, bu hadiste geçen hileci, hayz görmeyen, yıkanınca temizlenmeyen, veliler aldatan, düşmanla işbirliği eden, büyücü, gaddar gibi birçok özelliğin “karı metaforu” ekseninde dünyanın sıfatları olduğu hususunu vurgulamaktadır.(Eşrefoğlu Rûmî, 2015: 110)

Eşrefoğlu’nun dünyaya dair kullandığı diğer bir metafor “cîfe metaforu”dur. Kelime manası leş demek olan cîfe, dünyayı, mal-mülk ve diğer dünyalıkları simgelemektedir. “Dünya dedikleri bir cîfe imiş.” diyen Eşrefoğlu için cîfeye rağbet etmek Allah’tan uzaklaşmaktır. Yine Eşrefoğlu Mezekki’n-Nüfûs’ta Hz. Muhammed’in dünya için cîfe ve söz konusu cîfenin talibi de köpeklerdir dediğini belirttikten sonra insanın ömrü boyunca dünyaya dair peşinde koştuğu her şeyin, insanı ölünce cîfe suretine sokacağı şeklinde yorumlamıştır. Yine Hz. Muhammed dünyanın misalini verirken, dere metaforunu kullanarak derenin içinde bulunan çoğu şeyden birinin de hayvan cîfeleri olduğunu beyan ederek adeta ibretlik bir portre çizmektedir. Eşrefoğlu cîfe metaforu için şöyle bir misal getirmektedir: Kirişçiler ve debbağların deriyi işlemelerini örnek verecek olursak onların dükkânları dayanılmaz bir şekilde kokar ancak onlar buna aldırış etmeden işlerini yaparlar. Bu dükkânın kokusuna onlardan başka kimse tahammül edemez ve bir an bile dükkânda kalmaz. Dünyanın kokusu da cîfe kokusudur ama insan, kirişçi ve debbağların dükkânlarından gelen kokular kadar bu dünyanın kötü kokusundan nefret etmez. Çünkü Eşrefoğlu’na göre bu dünyanın cîfe kokusunu ancak evliyalar, enbiyalar ve nefs-i mutmainne ehli alabilir. Hz. Âdem ve Hz. Havva’nın cennetten dünyaya düştüklerinde dünyanın bu kokusunu duyup akılları başlarından gitmiş ve kırk gün baygın halde yatıp kusmuşlardır. Mahşer halkı da bu dünyanın gerçekten bir cîfe olduğunu bilecektir. Görüldüğü gibi Eşrefoğlu, bu dünyada zahiren insanı tat, koku, görsel vs. olarak cezbeden ve insana hoş gelen ne varsa batında hepsinin leş gibi olduğunu söyleyerek dünyalıkların hem maddi hem de manevi olarak insana zarar vereceğini cife metaforu ile dile getirmektedir.

Dünya hakkındaki bir başka metafor da “mezbele-çöplük metaforu”dur. Eşrefoğlu, dünyayı pis, murdar ve geçici oluşu yönünden çöplüğe benzetmektedir. Dünya geçicidir çünkü bu âlemde ne varsa bir gün yok olacaktır; pis ve murdardır çünkü insan, hayvan veya herhangi bir varlık yok olup gittiğinde o yok oluştan geriye kalan dünya üzerinde kalmaktadır.(Eşrefoğlu Rûmî, 2015: 94, 201)

Müzekki’n-Nüfûs’ta dünya için kullanılan metaforlardan biri de “dere-derin su metaforu”dur. Dünyayı derin suyu olan bir dereye benzeten Eşrefoğlu, dünya ehlini de gemiye benzetmiştir. Su ne kadar derin ve çok olursa olsun gemiye zarar veremez ve gemi nereye gidecekse maksadına ulaşır. Ancak geminin içine su girerse o gemi suya gark olur, batar gider. İşte dünya ve dünyalıklar da suyun gemiyi batırdığı gibi içine girdiği insanı günahın derin ve azgın sularına batıracaktır (Eşrefoğlu Rûmî, 2015: 105). O hâlde insan gönül gemisini dünya suyundan muhafaza etmeli ve daima menzil-i maksuduna ulaşmaya gayret göstermelidir. Rotasını “hakikat” yönünden ayırmamalıdır.

“Dünya, bir yandan insanları yaratılış maksadından alıkoyucu olabilse de diğer yandan ahiret hayatının tarlası olabilmektedir.” (Doğan, 2017: 57) Eşrefoğlu, eserinde dünyayı “ekinlik-tarla metaforu” ile de ele almaktadır. “Dünya, ahiretin ekinliğidir âdem oğlanları için.” (Eşrefoğlu Rûmî, 2015: 85) hadisini nakleden Eşrefoğlu daha sonra Muaz bin Cebel’in “... bu hadisin manası budur kim: Bu dünyâ ekinliktir âdem oğlanları ekindir. Azrail aleyhisselâm biçicisidir ve sinler destelerdir, kıyamet harmangâhıdır; tamu, uçmak anbarlarıdır, ehl-i cenneti cennete ve ehl-i nârî tamuya bırakırlar.” (Eşrefoğlu Rûmî, 2015: 86) yorumunu zikretmektedir. Devamla Eşrefoğlu, dünyanın ekinlik ve ekinlerin de insanlar olduğunu söyledikten sonra biçici olan Azrail’in ölüm orağı ile bir gün muhakkak ekinleri biçeceğini ve ekinler biçildikten sonra destelerin konulduğu yere konulacağını ve orada amellerden başka kıymete değer bir şeyin olmayacağını dile getirmektedir. (Eşrefoğlu Rûmî, 2015: 86) Toprağa tohumun atılarak filizlenip başak vermesi ve daha sonra da olgunlaşıp biçilmesine kadar geçen süreci bir insanın ana rahmine düşüp doğumundan büyüyip gelişmesine ve ölümüne

kadar geçen sürece benzeten Eşrefoğlu, ahirete varıldığında insanın başağında ne varsa onun değerlendirileceğini belirtmektedir.

Sözlük anlamı “Ana yollarda bulunan kervanların konaklamasına mahsus, ihtiyaçların giderildiği han” (Komisyon, tarihsiz: 705) olan kervansaray da Eşrefoğlu'nun dünya hakkında kullandığı metaforik bir kavramdır. Hakk'a giden kervanın dar bir vakit içinde dinlendiği, geçici bir mola yeri, insanın varoluş yolculuğundaki kısa zamanlı durağı. Eşrefoğlu Rûmî, Dâvud peygamberin hesap melekleriyle diyalogundan bir cümleyle dünyayı tanımlar: “Nice göreyim bu dünyayı; bir *kervansaray*dır iki kapılı, Azrail'in yalın kılıç elinde, bu dünyanın öbür kapısında koydu öyle. Bu dünyayı ben nice göreyim.” (Eşrefoğlu Rûmî, 2015: 152) Ardından eserinin başka bir sayfasında İbrahim Edhem ile deveci bir adamın kıssasında geçen şu cümleyle dünyanın geçici bir durak olduğunu ortaya koyar: “Yâ İbrahim, bu, *kervansaray* imiş; konmuş, göçmüş; sen dahi göç ben konayım!” (Eşrefoğlu Rûmî, 2015: 126) Yine Eşrefoğlu, kısa bir dinlenme yeri olarak gördüğü dünya için “... dünya âhiret yolunun üzerinde bir yol uğrağı imiş” (Eşrefoğlu Rûmî, 2015: 83) diyerek bir kez daha dünyanın geçiciliğini “kervansaray-uğrak metaforu” ile dile getirmiştir. Görülüyor ki “kervansaray metaforu” Eşrefoğlu Rûmî'den Âşık Veysel'e kadar yüzyıllar boyunca dünya için kullanılan uzun soluklu metaforlardan biridir. Bu metafor kullanılırken özellikle insanın “yolcu” sıfatı ile seyahat hâlinde tasavvur edilmesi, yaratılmışların daima hareket hâlinde olduğunun göstergesi olan devir nazariyesinin gereği insanın fonksiyonunu gerçekleştirmesine işarette bulunmaktadır.

Yine dünyanın geçici olması yönüyle Eşrefoğlu, dünya için “gölge metaforu”nu kullanmaktadır. “Bu dünya bir gölgeye benzer, sen onu durur sanırsın velâkin yürür, ammâ yürüdüğün görmezsin birazdan sonra görürsün kim gitmiş.” (Eşrefoğlu Rûmî, 2015: 95, 114) diyen Eşrefoğlu daha sonra gölgenin serinliğine inanma, o geçicidir şeklinde uyarıda da bulunmaktadır. Bundan başka dünyayı “biraz gölgelenecek yer” (Eşrefoğlu Rûmî, 2015: 99) olarak tasavvur eden müellif, kanaatimizce sürekli gölgede durmak veya bu arzuyu taşımak gibi bir yanılsa düşülmemesi gerektiği üzerinde durmaktadır. Çünkü sıcaklığın olduğu yerde gölgenin kıymeti vardır. Burada sıcaktan murat menzil-i maksuda giderken çekilen mihnet ve sıkıntılardır. Bu sıkıntılara katlanmak, yol(culuk)un âdetidir. Ancak insan dünya gölgesinde kalıp menziline şaşırırsa veya gölgenin anlık serinliğine aldanıp hakikat sıcaklığının cefasından vazgeçerse varoluşunun asıl gayesinden sapmış olacaktır ki bu da fenâyı bekâya tercih etmek anlamına gelmektedir.

Dünya için Eşrefoğlu'nun kullandığı bir başka metafor “düş-rüya metaforu”dur. Müellif, dünya rüya gibidir, uyanınca biter geriye gamı kalır (Eşrefoğlu Rûmî, 2015: 96) demektedir. Görüldüğü gibi burada da dünyanın geçici ve aldatıcı yönü üzerinde durulmaktadır. Eşrefoğlu'nun özenle ve bilinçli bir şekilde seçtiği düş-rüya kavramı, iki yönlü bir kavramdır. İnsanın arzularının ve isteklerinin gerçekleştiği mecra olarak mutluluk kaynağı olabileceği gibi uyanınca her şeyin bitmesi yönünden de üzüntü, sıkıntı ve keder kaynağı olmaktadır. Bu tezat durumu (mutluluk-üzüntü) insanın dünyadaki seçimlerinin sonuçları ile paralellik arz etmektedir. Şöyle ki dünya ve dünyalığı seçen bir insan, dünyada refah içerisinde yaşasa bile hakikat yolunda olmadığı için hesap gününde hüsrana uğrayacaktır. Rüya da görülen güzel şeylerin bitişi gibi dünyanın da bir sonu olacaktır.

Eşrefoğlu'nun dünya hakkında kullandığı bir başka metafor “zindan metaforu”dur. Kendisine gönül vermişleri hapseden sıkıntı dolu dünya / nefis / mâsivâ (Ögke, 2007: 181). “Dünya, kâfirin cenneti, müminin zindanıdır.” (Yılmaz, 2013: 90) hadisinden hareketle görmekteyiz ki tasavuf ehli de dünya hayatını kendi için bir zindan olarak tasavvur etmiştir. Müzekki'n-Nüfûs'ta da *zindan dünya* ile denk düşünülmüştür. Nitekim Eşrefoğlu, *dünya zindanı*na kişinin, kulluğunu ve ibadetini yerine getirmesi ve Hak'tan gayrisına aldanmaması için gönderildiğini söyler (Eşrefoğlu Rûmî, 2015: 65). Fânî mülklerle dolu olan bu *zindan*, ne gönül verecek ne de aldanacak yerdir (Eşrefoğlu Rûmî, 2015: 115). Hz. Âdem ve Hz. Havva'nın yeme istekleri yüzünden türlü mihnetlere düşmüş ve *dünya zindanı*na gelmişlerdir. Bu zindanda da karınları yüzünden âdemoğulları dert çekmeye devam ederler (Eşrefoğlu Rûmî, 2015: 293). Riyazet evinde nefis-i emmâre için bir *zindan* yapıp orada onu bağlamak, dizginlemek lazımdır. Bu yerine getirilmezse nefis-i emmâre insana bir zindan olacaktır (Eşrefoğlu Rûmî, 2015: 278). Zindan insana yaraşır bir mekan değildir. İnsan irade ile donatılmış hür bir canlıdır ve kısıtlanması onu Hak'tan uzak hale getirir. Kişi bu dünyayı zindan bilmeli özgürlüğün bekâda olduğunu müşahade etmeli ve aşka ulaşmalıdır. Aşk erinin işareti de ona bu fânî dünyanın zindan

olmasıdır (Eşrefoğlu Rûmî, 2015: 481). Ruh, vücut kafesinde ve beden zindanında bir mahkûmdur. Sülûk veya ecel ile ruh bedeninin zorunluluk ve kısıtlamalarından kurtulup bâki olana kanatlanıp uçar.

Dünyanın mahiyeti hakkında karşımıza çıkan bir diğer metafor, “pazar metaforu”dur. Eşrefoğlu’nun ticaret terminolojisi ile oluşturduğu bu metaforda dünya, bir pazar yeri olarak sunulmuştur. Bu dünyaya gelen her insan bir tüccara, insanın kendi iradesiyle işlemiş olduğu amelleri ise satın alınan mallara benzetilmiştir. Ticaretin temelini oluşturan sermaye ise insana Allah tarafından biçilen ömürdür. Dünyada amel tüccarı vasfıyla bulunan insan, öbür dünyaya götüreceği amel mallarını iyi seçmeli, mümkün olduğu kadar güzel mallar toplamalıdır ki ahiret pazarının sultanı karşısında yük kervanının denklerini açtığı zaman hüsrana uğramasın (Eşrefoğlu Rûmî, 2015: 43).

Eşrefoğlu’nun dünyaya dair kullandığı metaforlardan biri de “köprü metaforu”dur. Köprü yapılış amacı itibarıyla iki noktayı birbirine bağlayarak o iki yer arasında ulaşımı sağlayan bir çeşit yoldur. Eşrefoğlu da bunu vurgulayarak Hz. İsa’nın “Bu dünya bir köprüdür, geçip gidin bu köprüden velâkin imaret eylemen.” (Eşrefoğlu Rûmî, 2015: 99) sözünü nakletmektedir. Dünya köprüsü ahirete geçilen bir köprüdür. Bu köprü üzerinde çok durmadan varılacak menzile gitmek gerektir. Mağrurluk ve kibirle köprüde binalar inşa etmek beyhudedir çünkü ecel yeli esince her şey tarumar olacaktır (Eşrefoğlu Rûmî, 2015: 99). Dünyayı adeta sallanan bir asma köprü şeklinde tasvir eden Eşrefoğlu, burada da dünyanın geçiciliğinden bahsetmektedir. İlaveten dünya ile meşgul olanların bütün çabalarının ecel yeli esince berhevâ olacağı vurgulanmaktadır. Asıl gayenin köprüden geçmek olduğu yoksa insanın da köprüde perişan olacağı dile getirilmektedir.

Dünya ve dünyalıklar hakkında kullanılan bir metafor da “merdiven metaforu”dur. Eşrefoğlu, insanın bu dünyada elde ettiği dünyalıkların kullanım amacına ve yerine göre insanın yükseğe çıkacağını yahut aşağı geçeceğini söylemektedir. İnsan, malını hayır hasenat yolunda harcarsa saraylara köşklere erişir aksi hâlde zelil ve perişan olur, bir kuyuya iner gibi aşağı iner demektir. Söz konusu iniş veya çıkışın sebebi olan mallar, yükselme ve alçalmanın maddi aracı olan merdivene benzetilmiştir. Bilindiği gibi merdiven basamaklı bir araçtır. Çıkışta derece derece yükselen insan inişte de dereke dereke aşağı düşmektedir. Bu dünyada elde ettikleriyle yükselmek de aşağı düşmek de insanın kendi iradesine bağlıdır. Doğru ve sağlam bir irade ile amel eden insanlar Hak’a yaklaşırken aksi yönde amel edenler ise Hak’tan uzaklaşmaktadırlar. Bu durum insanın iki yönlü bir varlık olduğuna işaret eder. “Nur ve zulmet toplamı olan insan, bedenî yönüyle zulmete ve ruhi yönüyle de nura dönüktür. Çamurdan olan beden, cisimler âlemiyle alakalı iken ruh, melekût âlemiyle irtibatlıdır.” (Doğan, 2017: 53) Hâl böyle iken insan, ya beden çukuruna düşüp rezil olacak ya da ruhunu asıl vatanına döndürmeye gayret gösterecektir.

“Od metaforu” da dünya ve dünya ehli için kullanılan bir başka metafordur. Eşrefoğlu, bir ateşin kıvılcımının bir şehri yakıp kül etmesi gibi dünya muhabbetinin bir zerresinin de gönül şehrini yakıp kül etmeye yeteceğini söylemektedir (Eşrefoğlu Rûmî, 2015: 105). İnsanın gönlü, Allah’ın nazargahı ve iman nurunun tecelligahıdır. Dünya ve dünyalık olan her şey gönülden çıkarılıp temizlenmedikçe padişah tahtına oturmayacaktır. Bir diyara iki sultanın sığmayacağı gibi bir gönüle de iki sevgilinin muhabbeti sığamaz. Bu durumda kula düşen geçici ve aldatıcı şeylerin muhabbetinden uzak durarak Allah aşkı ile gönül şehrini mamur etmektir. Aksi hâlde ateş (dünya/dünyalık), yakıcı ve yıkıcı özelliği ile insanın iman nurunu söndürür nâra çevirir.

SONUÇ

Çalışmamızda incelediğimiz Müzekki’n-Nüfûs, XV. yüzyılda halkı dinî açıdan eğitmek amacıyla ve sade bir Türkçe ile kaleme alınmıştır. Eserde Eşrefoğlu Rûmî tarafından bazı mesele ve durumların anlatımında metaforlar kullanılarak anlatılmak istenen düşünce açıkça ortaya konmuştur. Eşrefoğlu’nun tarikat ehli olması ve şeyh kimliği dikkate alındığında metaforik üslup kullanmadaki bir amacının da kendi tasavvufi düşüncelerini halk arasında daha etkili bir şekilde anlatma ve yayma gayesi olduğundan da bahsedilebilir. Tasavvufi meselelerin arı duru bir şekilde anlaşılması ve nefsin terbiye edilmesi gerekliliği üzerine yoğunlaşan Eşrefoğlu, eserinde kullandığı metaforları da bu çerçevede oluşturmuştur.

Eşrefoğlu'nun, metaforik bağlamda en çok ele aldığı konulardan biri olan dünya ve dünyanın mahiyeti hemen dikkati çekmektedir. Genel olarak dünyanın aldatıcılığı (avrat), pisliği (cîfe, mezbele) ve geçici (kervansaray, düş, gölge) olduğu üzerinde duran Eşrefoğlu, bu olumsuzlamaları okuyucuya etkili bir şekilde aktarmak adına çoğunlukla olumsuz anlam ve çağrışımlara sahip kelimelerle metafor yapma yoluna gitmiştir. Ancak dünyanın ahiret için bir ekinlik, tarla, pazar veya merdiven olması bu olumsuzlamanın ve değersizleştirmenin esere tam olarak yayılmadığını göstermektedir. Rûmî'nin buradaki amacı dünyanın kötü yönlerini de gösterip insanın asıl gayesini unutmadan ahirete odaklanarak yaşaması gerektiğini vurgulamaktır.

Felsefenin varlık, bilgi ve değerler alanından yola çıkarak Eşrefoğlu Rûmî'nin metaforik dünyasındaki çeşitlilik görülmeye değerdir. Eşrefoğlu için asıl varlık Allah'tır. Bilgi ondan bize ve tekrar ona götürülerek işlevini tamamlar. Mutlak Güzellik O'dur ve O'ndan uzaklaştıkça güzellikler kendini çirkinliklere bırakacaktır. Bu çirkinliklere açılan kapılardan biri dünyadır. Eşrefoğlu eserinin tamamına yayılmış metaforlarla bu düşüncelerini sergilemiştir.

Allah, Kur'an-ı Kerim'de bazı hadise ve kavramları metaforlarla anlatmıştır. Bu da metaforik anlatımın ilahî bir metod olduğunu göstermektedir. Eşrefoğlu Rûmî'nin Müzekki'n-Nüfûs adlı eserindeki metaforik üslup üzerine yapmış olduğumuz bu çalışma, birçok mutasavvıf gibi Rûmî'nin de bu ilahi geleneğin takipçisi olduğunu ortaya koymaktadır. Eşrefoğlu kimi zaman evrensel kimi zaman da kendi kültürüne ait metaforları kullanarak anlatımını daha etkili kılmıştır.

KAYNAKÇA

- Akarsu, B. (1975). *Felsefe Terimleri Sözlüğü*, TDK Yayınları, Ankara.
- Aydın, İ. H. (2006). "Bir Felsefi Metafor "Yolda Olmak", *Dinbilimleri Akademik Araştırma Dergisi*, VI, (4), 9-22.
- Daşcıoğlu, Y. (2015). "Dilin İçinde Dil, Doğanın İçinde Perde: Şiirde Metafor ve İmge", *Türk Dili Dergisi (Dilin Perdeleri Özel Sayısı)*, CIX, (767-768), 167-173.
- Doğan, A. (2017). *Hüs n ü Aşk Aşk'ın Kalb'e Yolculuğu*, Değişim Yayınları, İstanbul.
- Durmuş, İ., Ceyhan, S. (2007). "Remiz", TDV İslam Ansiklopedisi, C. 34, ss. 556-560.
- Eşrefoğlu Rûmî. (2015). *Müzekki'n-Nüfûs* (Haz.: Abdullah Uçman), İnsan Yayınları, İstanbul.
- Güneş, M. (2006). *İznikli Eşrefoğlu Rûmî'nin Menkıbeleri*, Sahhaflar Kitap Sarayı, İstanbul.
- Harmancı, M. (2012). *İslâm Felsefesinde Metaforik Üslup*, Hece Yayınları, Ankara.
- Keklik, N. (1980), *Felsefede Metafor-Felsefe Problemlerinin Metafor Yoluyla Açıklanması*, İstanbul Üniversitesi Edebiyat Fakültesi Yayınları, İstanbul.
- Komisyon. (tarihsiz). *Hayat Büyük Türk Sözlüğü*, Hayat Yayınları, İstanbul.
- Külekçi, N. (2013). *Açıklamalar ve Örneklerle Edebi Sanatlar*, Akçağ Yayınları, Ankara.
- Livingston, R. (1998). *Geleneksel Edebiyat Teorisi*, İnsan Yayınları, İstanbul.
- Ögke, A. (2007). *Elmalı Erenlerinde Mânâ Dili*, Bizim Büro Yayınları, Ankara.
- Özön, M. N. (1954). *Edebiyat ve Tenkid Sözlüğü*, İnkılap Kitabevi, İstanbul.
- Pekolcay, A. N.-Uçman, A. (1995). "Eşrefoğlu Rûmî", *TDV İslam Ansiklopedisi*. C. 11.
- Saraç, M. A. Y. (2006). *Klasik Edebiyat Bilgisi-Belâgat*, Gökkuşbuca Yayınları, İstanbul.
- Uçan Eke, N. (2017). *Klasik Türk Edebiyatında Metaforik Üslup*, Akçağ Yayınları, Ankara.
- Yazıcıoğlu, R. (2012). "Metafizik Alanda Sörf ya da Mecaz ve Semboller üzerinden Anlamlandırma: Bir Anlatım Yöntemi Olarak Metafor", *MİLEL VE NİHAL-İnanç, Kültür ve Mitoloji Araştırmaları Dergisi*, 9 (1).
- Yılmaz, M. (2013). *Kültürümüzde Ayet ve Hadisler (Ansiklopedik Sözlük)*, Kesit Yayınları, İstanbul.

TÜRK HALK ŞİİRİNDE BİR PROPAGANDA ARACI OLARAK FES ŞİİRLERİ

Geliş Tarihi (Received Date) 24.07.2018

Kabul Tarihi (Accepted Date) 18.09.2018

Nihangül DAŞTAN¹

Özet

Toplumun kültürel kodlarını ihtiva eden ve Türk milletine has iletişim yolu olma özelliğini taşıyan Türk halk edebiyatının sözlü niteliği, onu toplumsal hafızanın da önemli bir unsuru haline getirir. Özellikle halk şiirinin, toplum içerisinde yankı bulan önemli hadiseler konusunda kayıtsız kalmadığı, bu yönüyle de tarih kitaplarında yer almayan sözlü tarihin önemli bir kaynağı konumunda olduğu görülür. Halk şiirine bu yönüyle bakıldığında toplumu etkileyen her türlü olay karşısındaki toplumsal reflekslerin halk şiiri üzerinden takip edilebildiği görülür.

II. Mahmut'un kıyafet reformunun önemli bir parçası olan fes, halk arasında olumlu veya olumsuz her türlü eleştiriye maruz kalmıştır. Reformun ilk yıllarında, halk arasında baş gösteren dirence karşı divan şairleri gibi halk şairleri de kayıtsız kalmamış ve fesi topluma hoş gösterecek, sevdirecek, kabulünü kolaylaştıracak şiirler kaleme almışlardır. Halk şairlerinin fesi öven şiirleri, XIX. yüzyıl halk şiirinin genel yapısına da uygun olarak klasik şiir formunda meydana getirilmiştir. Ayrıca şairler arasında saraya, saray eşrafına yakın olmanın prestiji ve getirisi de bu şiirlerin yazılmasını teşvik eden unsurlardan biri olmuştur. Fes halk arasında kabul gördükten sonra ise pek çok şiirde aksesuar özelliği ile öne çıkmıştır.

Anahtar Kelimeler: halk şiiri, fes, propaganda, II. Mahmut

FEZ TOPICAL POETS AS A PROPAGANDA VEHICLE IN THE TURKISH FOLK POETRY

Abstract

The oral nature of Turkish folk literature contains the cultural codes of society and the characteristics of a communication channel unique to the Turkish nation which makes it an important element of social memory. The aspect of folk poetry, particularly, not remaining indifferent to important incidents which echoed in society makes it an important source of oral history that is not recorded in history books. When folk poetry is examined from this aspect, it can be seen that social reflexes against all kinds of events affecting the society can be followed through folk poetry.

Fez, an important part of II. Mahmut's clothing reform, has been subject to all kinds of criticism, positive or negative, among the people. In the first years of the reform, minstrels such as divan poets did not remain indifferent to resistance that emerged among the people against the fez and wrote poems praising the fez to make the Ottoman society to like and accept the fez. These poems were formed as classical poetry in accordance with the general structure of the 19th century folk poetry. Moreover, the prestige and the effect of being close to the court of the palace among the poets became one of the elements which encouraged the writing of these poems. Fez has come to the forefront with its accessory features in many poems after being accepted among the public.

Keywords: fez, folk poet, propaganda, II. Mahmut

GİRİŞ

Halk edebiyatı, toplumun kültürel kodlarını taşıyan Türk milletine has iletişim yoludur. Sözlü olma niteliği ile ön plana çıkan bu ürünler, sözlü tarih olma yönüyle toplumsal hafızaya önemli bir örnek teşkil eder. Halk edebiyatı ürünleri, tarihi olayların tarih kitaplarında yer almayan biçimiyle halk arasında nasıl yankı bulduğunu ortaya koyan sosyal tarihin önemli kaynakları arasındadır. Halk edebiyatı verimlerinin önemli bir parçasını oluşturan halk şiiri, toplum yaşantısı ile yakından ilişkili bir yapı arz eder. Halk kültürüne ait her türlü maddi ve manevi unsur, halk şiirinde yer bulmuştur. Halk şiirinde din, tasavvuf, doğa, aşk, sevgi gibi konuların yanında toplumun nabzını tutan önemli hadiselerin de işlendiği bilinmektedir. Kullanımı zaman içinde yaygınlaşan fes de Osmanlı maddi kültürünün önemli bir parçası olarak pek çok halk şiirinde çeşitli özellikleri ile yerini almıştır. Bu şiirlerin bir kısmında fes, bir aksesuar olarak anılırken, özellikle XIX. yüzyıl şairlerinin şiirlerinde

¹ Dr. Öğr. Üyesi, Atatürk Üniversitesi, Edebiyat Fakültesi, Türk Dili ve Edebiyatı Bölümü, ngdastan@gmail.com

propagandası yapılan bir ürün haline gelmiştir. Bu çalışmada önce halk şiirinde fesin aksesuar özelliği daha sonra ise şiirin fesin yaygınlaşması için propaganda aracı olarak nasıl kullanıldığı ele alınacaktır.

Türk Dil Kurumu Türkçe Sözlük'te “*Şapka yerine kullanılan, kırmızı, kalın çuhadan yapılmış, tepesinde püskülü olan, silindir biçiminde başlık*” (Türkçe Sözlük, 2011; 863) şeklinde tarif edilen fes, ilk kez 1827-1828 yıllarında askeri bir serpuş olarak resmen kabul edilmiş (Koçu, 1971: 5698), 25 Kasım 1925 yılında çıkan “Şapka İktisası Hakkında Kanun” ile de kullanımı resmen yasaklanmıştır. Osmanlı topraklarında yaklaşık 97 yıl boyunca resmi olarak kullanılan fes, ismini Fas’ın Fes şehrinden almıştır.

Friky Kralı Midas’ın icat ettiği “Friky Külahı” fesin ilk örneğidir. Daha sonra fese benzer kırmızı külahları Romalılar, Bizanslılar, Ortaçağda Avrupalılar, Rönesans asırlarında bilhassa İtalyanlar da giymişlerdir (Koçu, 1971: 5698). II. Mahmut’un fes reformundan önce de fes Osmanlı topraklarında kullanılan bir aksesuardı. Yeniçeriler arasında ve Adalar denizi sakinleri tarafından fes kullanıldığı bilinmektedir (Pakalın, 1983: 610). XVI. yüzyılda Cezayir’in Osmanlı topraklarına dâhil edildikten sonra burada kurulan “Deniz Akıncıları” başlarına fes giymişlerdir. Ayrıca Evliya Çelebi Seyahatnâmesi’nde Kasımpaşa’nın anlatıldığı kısımda, XVII. yüzyılda Osmanlı Donanmasının gedikli bahriyelileri olan Tersanelilerin de fes giydikleri ifade edilmiştir (Koçu, 1971: 5699). 1720 yılının şenliklerini anlatan surnamede: “*Bak ol yeşil mukaddeme ol kırmızı fese*” mısra’ın inşad iderek gızar ve içlerinden bir cüvan-ı huni...” ifadeleri geçer (Arslan, 2009: 237).

1826 yılında Yeniçeri Ocağının kaldırılmasından sonra Yeniçeriliğe ait tüm hatıraları da tamamen yok etmek için kökten bir kıyafet inkılabı getirilmiştir. Bu inkılap çerçevesinde yeni kurulan Asakir-i Mansure-i Muhammediye adlı ordunun mensuplarına Batılı tarzda setre pantolon giydirilmiş, başlık konusunda kararsız kalınmıştır. Bu sıralarda Koca Hüsrev Paşa’nın Akdeniz’den İstanbul’a dönerken zabıtlarına giydirdiği Tunus’tan aldığı fesler padişah tarafından beğenilince bu fesler de tüm ordu mensuplarının resmi serpuşu olarak kabul edilmiştir (Koçu, 1971: 5699-5700). 1244 (1828) yılında resmi olarak kabul edilen kıyafet nizamnamesinden (Kılıç, 1995: 530) sonra ise bu fesler, din adamları ve kadınlar dışında kalan tüm halk için giyilmesi zorunlu aksesuar haline gelmiştir. Bazı din adamları, muhafazakâr ham sofular, yeniçerilik geleneklerine bağlı bir kesim ve bazı esnaf kitleleri fesi ecnebi başlığı olması dolayısı ile reddetmiştir (Koçu, 1971: 5700).

Osmanlıda kılık kıyafet, insanların dini ve sosyal statüsünü belli eden göstergelerdendi. İslam dinine mensup kişiler, kılık kıyafet açısından kendilerini gayrimüslimlerden ayırt edecek şekilde giyinirdi. Bu nedenle Müslüman Türk askerlerinin kıyafetini gayrimüslimlere benzeyecek şekilde yeniden düzenlemeye kalkışmak kolay bir iş olmayacaktı. Bu düzenleme, halk arasında bazı kesimler tarafından bir ihanet ve dinden çıkma emaresi olarak yankı buldu (Kılıç, 1995: 529). Bazı çevreler, kıyafetteki bu inkılabın İslam’a aykırı olduğunu ileri sürerek II. Mahmut’a “gavur padişah” lakabını takmışlardır (Aysal, 2011: 7). Bunun üzerine II. Mahmut, fesin giyilmesinin dinen caiz olduğuna dair fetvalar yayınlattı. Özellikle taşrada sarığın terk edilmesi konusunda direnç gösterilince halk fessiler ve sarıklılar diye ikiye ayrılmıştır. Fakat daha sonra halk arasında fes yaygınlaşmış ve zamanla statüyü belirleyen farklı fes türleri ortaya çıkmıştır.

Fes, halk arasında yaygınlaşmaya kadar onu halka hoş göstermek ve fesin giyilmesini sağlayabilmek için devrin şairleri fese methiyeler, şarkılar, gazeller söylemişlerdir (Koçu, 1971: 5700). Nedim, Şeyh Galib, Ayıntaplı Ayni, İffet, Şair Eşref gibi klasik şairlerinin yanı sıra Âşık Dertli, Bayburtlu Zihni, Âşık Şem’i ve Erzurumlu Emrah gibi halk şairleri fes konulu şiirleri yazan isimler arasındadır.

1.Fesin Aksesuar Özelliği ile Yer Aldığı Şiirler

Fes, pek çok halk şiirinde çeşitli özellikleri ile işlenen bir meta olmuştur. Fes, zaman zaman sevgilinin saçları ile ilişkilendirilerek güzelliğin tasvirine bir araç olmuş, bazen de “püsküllü bela” tabiri ile bir mazmun olarak kullanılmıştır. Bu şiirlerde fes, mor ve beyaz renkleri ile anıldığı gibi dönemin sosyal ve siyasi yapısını yansıtacak şekilde gericilik-ilericilik simgesi olarak da yerini almıştır. Ayrıca şiirlerde sosyal statü belirten fes türlerine de anırtmalar yapılmıştır.

XVIII. yüzyılın son çeyreği ile XIX. yüzyılın ilk yarısında yaşadığı tahmin edilen Erzurumlu Emrah’ın “Destân-ı Perçem” başlıklı şiirinde “fes”, “püsküllü bela” mazmunu ile yer almaktadır.

Erzurumlu Emrah'ın kullandığı dil, diğer çağdaşlarında olduğu gibi divan edebiyatına yakın bir görünüm arz eder. Divan şiirinde de karşımıza çıkan fes-perçem, fes-kâkül ilişkisi, Erzurumlu Emrah'ın “Destan-ı Perçem” şiirinde de kurulmuştur:

“Bir dür ile zabt eylemiş iklim-i sabâyı
Dağıttı Tatar hânı hatın Çin-i Hitâyı
Aldı Habeş [ü] Hind [ü] Buhârâyı Karayı
Kurdu ser-i eyvân-ı Dağıstâna binâyı
Fas şâhı da görmüşdü bu püsküllü belâyı
Bildirdi cihân halkına mikdârını perçem”
(Erkal, 2015b: 305).

Saba iklimini bir inciyle ele geçirmiş
Ey Tatar sultanı! Hattın (ayva tüylerin) Çin ve
Hita'yı dağıttı
Habeş'i, Hint ülkesini, Buhara'yı ve Kara'yı
aldı
Dağıstan'ın tepesine bina kurdu
Bu püsküllü belayı Fas şahı da görmüştü.

Erzurumlu Emrah Divanı'nda yer alan başka bir şiirde yine sevgilinin saçı ile fesi arasında ilişki kurulmuştur. Bu şiirde bir sosyal statü olarak halkın ve memurların giydiği; üzerine yemeni, yazma, tülbent vb. kumaşların sarılmadığı dal fes, sevgilinin güzelliğini anlatan bir araç olarak görünmektedir:

“Dolaşmış birbirine silk-i püskül anber-i gîsû
Dökülmüş bir yana perçem yıkılmış bir yana dal
fes”
(Erkal, 2015b: 136).

Püskül, ipliği ile saçının amberi
birbirine dolaşmış, perçem bir yana
dökülmüş dal fes bir yana yıkılmış.

Beşiktaşlı Gedai'nin “Bir Kamet-i Diraz Serv-i Mümtaz” isimli şiirinde “fes” yine sevgili ile özdeşleştirilmiştir:

“Giyşuları feste gör deste deste
Havâ vü heveste ol sen dilbeste
Mürg-i dil kafeste inler nefeste
Dudu gibi seste hûb lisanlıca”
(Bezirci, 1993: 412).

Saçları feste deste deste
Aşk ve şevkte sen bir âşık ol
Gönül kuşu, dudu gibi hoş diliyle
kafeste her nefes inler

Beşiktaşlı Gedai, başka bir şiirinde sevgiliyi tasvir ederken yine onun fesinden bahis açar:

“Çıksa zîr-i festen gîsû-yi dilber
Mâh-ı ruhsârını ayrı gam tutar
Yâdedüp lâ'lini şep tâ beseher
Rind-i aşkın elde câm-ı Cem tutar...”
(Sadettin Nüzhet, yy: 36)

Sevgilinin saçı fesinin altından çıksa
Ay yüzünü ayrı gam tutar
Geceden sabaha dek lal gibi dudağını
anıp
Âşıkların elinde Cem'in kadehini tutar.

Gevheri, sevgilisinin saçının fes üzerinden görünüşünü şöyle tasvir eder:

“Kirpiğin sineme batmaz
Hayalin karşımdan gitmez
Cemalinde baha yetmez
Zülûf dökülmüş fes üstüne” (Elçin, 1998: 471).

Fes, mor rengi ile Yozgatlı Nâzî'nin; beyaz rengi ile de Ercişli Emrah'ın şiirinde yerini alır:

“Morlu fes başında dursun bir yana
Dürler takın yakışır sim gerdana

Ya lahuri kuşan ince miyana

Altın kemer bağla bel incinmesin” (Oğuz, 1992: 162).

“İstemem bahçeyi bağı

İçirdiler bana ağı

Beyaz fese penhe bağı

Bağlayıp gezenim gelmiş” (Saraçoğlu, 1999: 168).

Âşık Ceyhuni ile Âşık Kadri'nin bir atışmasında Divan şairi Nedim'in bir şiirine nazire yapılmıştır. Bu atışmada bir dönem “püsküllü bela” ismiyle anılan “fes”e yer verilmiştir. Fesin üzerinden bağlanan ve ipek ve ibrişim gibi maddelerden yapılan püskül, fesin en önemli parçasıydı. Ancak bu püskül, baş hareket ettiğinde ve rüzgâra maruz kaldığında dağıldığı için sık sık taranması icap ederdi. Bu durumda fes, giyenin başına dert olmuş ve “püsküllü bela” deyimini buradan çıkmıştır (Mengi, 2014: 230). Âşık Ceyhuni de Âşık Kadri'ye, karşısına çıkan rakiplerinin püsküllü belası olduğunu söyleyerek onları alt ettiğini anlatır:

“Tekellüm etmesi değildir ehven

Hasmını hapteder söz söyler iken

Gelen âşıkların sen imişsin sen

Püsküllü belası Âşık Kadriyâ...”

(İvgin/Yardımcı, 1996: 79).

“Çeşm-i mest ettirir tenine mey ateşine

Eğer fes püskül belasıyla ne denli başına

Tahminince sevdiğim girdi on dört yaşına

Gül yanaklı gülgülü kerrake mor hâreli...”

(İvgin/Yardımcı, 1996: 95).

Âşık Ruhsati'nin iki şiirinde “fes” geçmektedir. “Bir Vakte Erdi ki Bizim Günümüz” isimli şiirinde Ruhsati, yaşadığı devirden şikâyet ederken “ah”ının dumanının fesin üzerinden çıktığını söyler:

“Başım ayık değil kederden yastan

Ah ettikçe duman çıkıyor festen

Harabe yüz tuttu bezm-i gülistan

Yayla belli değil yurt belli değil

Çark bozulmuş dünya ıslah olmuyor

Ehl-i fukaranın yüzü gülmüyor

Ruhsatî de dediğini bilmiyor

Yazı belli değil hat belli değil” (Bezirci, 1993: 427; Kaya, 2011: 263).

Ruhsati'nin siladaki yaylalara olan hasretini anlattığı başka bir şiirinde ise baharda kırmızı çiçekler açan yaylasını, sanki başına kırmızı bir fes giymiş bir insan gibi kişileştirir:

“Sefil bülbül boyun eğmiş bakıyor

Sarı çiçek amber olmuş kokuyor

Senin bu hasretin beni yakıyor

Al giyinip feslendin mi yaylalar” (Kaya, 2011: 372).

Kütahyalı Pesendî (1813-1913) de bir şiirinde “fes”i anmıştır. Yaşadığı çağın bozulmuşluğundan şikâyet eden Pesendî’nin bu şiiri, fes-kalpak çatışmasına da güzel bir örnektir. Avusturya’nın 3 Ekim 1908’de Bosna Hersek’i ilhakı ile İttihat ve Terakki Cemiyeti’nin öncülüğünü üstlendiği, Avusturya’ya karşı bir protesto eylemi başlamıştır (Çetinkaya, 2014: 97-98; 290). Bu eylem çerçevesinde içinde fesin de bulunduğu Avusturya mallarına boykot çağrısı yapılmıştır. Bu çağrı halk arasında yankı bulmuş ve halk fes yerine arakiye, kalpak ve keçe külahlar giymeye başlamıştır (Çetinkaya, 2014: 166-167). Bu boykot, zararlı çıkan fes tüccarları ile kalpak satıcılarını karşı karşıya getirmiştir (Çetinkaya, 2014: 166-167). Böylece fes-kalpak mücadelesi başlamıştır. Kurtuluş Savaşı günlerinde fes eski düzen yanlılarının, kalpak ilericilerin simgesi olmuştur (Avcıoğlu, 1978: 478). Pesendî bu şiirinde, yaşadığı dönemde ikiye bölünmüş kişilerin gündüz fes gece kalpak giyerek her iki tarafa da yaranmanın peşinde olduklarını ifşa eder:

“Çıktılar etrafa “âdemiz!” diye

Geceleri kalpak, gündüz fes geye

Belimiz büküldü baş eğe eğe

Merd oldu yabanın tabansızları” (Köprülü, 2004: 580).

Kağızmanlı Hıfzı, ölüm üzerine yazdığı şiirinde, ölümünden sonra kuşların Hıfzı’nın fesini ve fesin püskülünü yuva olarak kullanmasını arzu eder:

“Haber edin kuşlar çeksin yasımı

Yuva yapsın püskülümü fesimi

Koymadılar doldurayım tasımı

Havuzdan ayrıldım sellerim yoktur” (Aslan, 1978: 30)

Mizahi bir destana örnek teşkil eden şiirinde Sümmani, fesini yiyen fareye hitap etmektedir:

“Sen de bildin ben bu derde düşmüşsem

Hükmedip üstüme gelirsin fare

Isıtmanın alevinden yanmışsam

Zemmedip üstüme gelirsin fare

Görmedim sen gibi kalbi pahılı

Mevlâm sana vermemiştir akılı

Görmez misin burda bunca tahılı

Yedin de fesimi gülersin fare

Zalim nereden de geldin bu dağa

Gözlerin bakıyor sol ile sağa

Sanki kâr eyledim geldim ben bağa

Yedin de fesimi gülersin fare

Kediler kalbinden seni dilerler

Seni yer de ağzın burnun silerler

Köye gitsen üstümüze gülerler

Yedin de fesimi gülersin fare

Zâlim bu dağları sen nerden aşttın

Sen de benim ile bâde mi içtin

Sümmanî Dede'ye düşman mı düştün

Yedin de fesimi gülersin fare” (Bezirci, 1993: 463-464).

2.Halk Şairlerinin Propaganda Amaçlı Fes Şiirleri

1828 kıyafet nizamnamesinden sonra giyilmesi mecbur kılınan fese karşı halk arasında birtakım gruplar tarafından direnç gösterilmiştir. Padişah, bu direnci kırabilmek için bazı faaliyetlerde bulunmuştur. Sosyal yaşam ile bağı çok kuvvetli olan halk şairleri, bu propagandaya destek vermek, fesin halk tarafından daha kolay kabullenilmesi için şiirler kaleme almışlardır. Bu şairlerden biri de Erzurumlu Emrah'tır.

Doğum ve ölüm tarihleri kesin olarak bilinmeyen Erzurumlu Emrah'ın hayatı hakkındaki bilgiler, çoğunlukla halk rivayetlerine dayanmaktadır. Erzurum'da eğitim görmüş ve burada Nakşibendi tarikatine süluk etmiş olan Emrah'ın, Niğde, Sivas, Kastamonu, Konya ve İstanbul'da bulunduğu rivayet edilir. İstanbul'da altı ay kadar Tavuk Pazarı'ndaki Âşıklar Cemiyetine başkanlık ettiği, âşıklar arasında söylenir. II. Mahmut'un fesi umumi başlık olarak kabul etmesinden sonra, bu yeniliği halka sevdirmek maksadıyla Püskül Destanı'nın yazılmasından yola çıkılarak İstanbul'da bulunduğu söylenebilir. “*Bu şairin İstanbul'a geldiği doğru ise, bunun bu sıralarda olduğu ve bu manzumenin Sultan Mahmud'a huluskarlık maksadiyle İstanbul'da yazıldığı tahmin olunabilir*” (Köprülü, 2004: 627-628).

Püskül, fesin en önemli aksesuarıdır. Fese ve fesi kullanan kişiye göre değişiklik gösteren püskül, ilk zamanlarda fesin her tarafını saracak kadar büyükken sonraki zamanlarda boyutları küçülmüş ve fesin arka tarafında kalmıştır (Pakalın, 1983: 613). Erzurumlu Emrah'ın “mefûlü mefâilü mefâilü feülün” vezni ile yazdığı “Destan-ı Püskül” adlı şiirinde fesin süsü olan püskülden yola çıkarak bir yandan sevgilinin güzelliğini tasvir eder, diğer yandan da fesi metheder:

“Düşmüş güzelin çâh-ı zenahdânına püskül

Âşüfte midir zülf-i perişanına püskül

Sarmaşdı dolaşdı yine her yanına püskül

Gâh zülfüne gâh kâkül-i reyhânına püskül

Gör rişte-i şevket vererek şânına püskül

Şîrâz ile tuğra çeker unvânına püskül

Püskülde ki var bir nice rütbe-i şerâfet

Kimde bulunur dehrde bu izz ü sa'âdet

Kesdikde serin nâz ile mikrâz-ı nezâket

Bilmem ne nezâfet ne zarâfet ne halâvet

Şâh olsa da başında anın ile ikâmet

Durmaz sarılır sîm gibi gerdânına püskül

Cânım gibi kâkülleri sarmış ser-şârın

Sevdâ düşürür başına her şûh-nigârın

Almış nice şûridelerin sabr u karârın

Olmuş yine püsküllü belası dil-i zârın

Püskül, güzelin çene çukuruna düşmüş. Püskül âşık mıdır ki yine dağınık saçlarına sarmaştı, bazen saçlarına bazen güzel kokulu kakülüne her yanına dolaştı. Püskül, şöhretine saltanat ipi vererek Şiraz ile tuğra çeker.

Püskülde nice soyluluk/şereflik rütbesi vardır. Dünyada kimde bulunur bu kıymet ve talih. Nezaket makası, naz ile ucunu kestiğinde bilmem [bu] ne temizlik, ne zariflik ne şirinlik. Başında oturduğu padişah da olsa, püskül [yerinde] durmayıp gümüş gibi [olan] gerdanına sarılır.

Kâkülleri canım gibi her tarafını sarmış, her şuh sevgilinin başına sevda düşürür. Nice âşıkların sabrını alarak yine zavallı gönüllerin püsküllü belası olmuş. Püskül, o yârin bembeyaz gümüş gerdanına düştükçe âşıkların canına can bağışlar.

*SİM GERDEN-İ KÂFÜRUNA DÜŞDÜKÇE O YÂRIN
CÂN-BAHŞ EDER ÜFTÂDELER CÂNINA PÜSKÜL
Her mûyunu bir şâne-i aşk ile taratmış
Cân riştelere sünbül-i gîsûlara katmış
Ser tâğına cem'iyet edip baş başa çatmış
Keskikte sanır başını her yana kol atmış
Fes mülkünü ser-rişte-i leşkerle donatmış
Tabûr yürüdüp arsa-i pîşânına püskül
Olmuş ser-i iklimde ser-asker-i hünkâr
Etrâfa perâkende edip turre-i tarrâr
Bir mûyuna bin böyle gazel dense sezâ-vâr
Cânâ bu ne şive bu ne işve bu ne etvâr
Nâz ile sevip ohşayıcak şâne-i güftâr
Kızlar gibi süsler verir elvânına püskül
Gezmekte güzellerle hevâ-yı hevesinde
Hatt-ı siyehin gâliba sevdâsı resinde
Mûy bâğı mı eyâ o gülün ser kafesinde
Bir özge edâ-vâr anın ey dil bûsesinde
Kâkülle gelüp oynayıp etrâf-ı fesinde
Girmiş yine çok kimselerin kanına püskül
Vasfın eylemek elzem anı her bâr sühandân
Hüsn-i nazarın salmış ana şâh-ı cihân-bân
Mâ'ildir anın vasfına mecmû'a-i hûbân
Âşüfte-edâ serpilip oldukda perişân
Ser-mest sıfatlar verir âşıklara her an
Düşdükçe anın dîde-i mestânına püskül*

*Emrâh anın evsâfını kıldıkda beyânı
Doldurdu bu âvâze-i püskülle cihânı
Etvârına tahsîn edip asr-ı şâ'irânı
Efser kıla başında mülûk u vüzerânı
Nakş etmem aceb midir nazmımla ben anı
Kayd oldu cihânın ser-i divânına püskül"*
(Ercal, 2015b: 303-304).

Fesi şüirine konu edinen şairlerden biri de Âşık Dertli'dir. Aslen Bolulu olan Âşık Dertli, 1772 yılında Gerede'nin Şahnalar köyünde dünyaya gelmiş, 1845'te Ankara'da vefat etmiştir. Asıl adı İbrahim'dir. Konya, Mısır, Kastamonu, Ankara ve İstanbul'da bulunmuştur. Fes inkılabının yapıldığı

Püskül, her kılını bir aşk tarağı ile taratmış, can iplerini saçların sümbülüne katmış, baş dağına toplanıp başı başa vurmuş. Başını kestiğinde her yana kol attığını sanır. Püskül, alınına tabur yürütüp fes mülkünü askere benzeyen iplerle donatmış.

Püskül, hilekâr saç lülesini etrafa dağıtıp memleketin başında padişahın komutanı olmuş. [Onun] bir kılına böyle bin gazel söylense münasıptir. Ey can! Bu ne eda, bu ne naz, bu ne tavır! Söz tarağı naz ile sevip okşayınca, seni kızlar gibi süsler, güzelliğine püskül verir (takar).

Galiba siyah tüylerin sevdası başında ki aşk ve şevk ile güzellerle gezmektedir. Ey! O gülün baş kafesindeki saç bağ mıdır? Bir başka eda var onun gönül öpücüğünde. Püskül, fesin etrafında kâkülle gelip oynayarak yine çok kimsenin kanına girmiştir.)

Daima söz ile onun vasfını anlatmak gereklidir. Cihanın beğçisi hükümdar ona teveccüh/iltifat etmiştir. Bütün güzeller, onun vasfına âşıktır. Püskül, aşüfte gibi serpilip dağıldıkça [ve] onun sarhoş gözüne düşdükçe âşıklara her an kendinden geçmiş/baş dönmüş sıfatları verir.)

Emrah onun vasıflarını açıkladıkça cihanı püskülün şöhretiyle doldurdu. Zamanın şairleri edasını beğendi. Hükümdarlar ve vezirler onu başına taç yapsın. Nazmımla onu süslemem tuhaf değildir. [Çünkü] püskül, cihan meclisinin başına kaydolmuştur.

1826'da İstanbul'a ikinci gidişi sırasında İstanbul'da bulunan Dertli, fes redifli şiirini Hüsrev Paşa aracılığıyla padişaha sunmuş ve bu şiiri ile Çağa ayanlığına getirilmiştir (Düzgün, 2011: 23-28).

Dertli'nin fesi methettiği şiirinde, bu aksesuar, kırmızı rengiyle güle benzetilir. Ayrıca Dertli, fesin kan kırmızısı rengini, II. Mahmut'un Yeniçeri Ocağını nasıl ortadan kaldırdığına telmihte bulunarak açıklar. Fesin, ona karşı çıkan nice serdengeçtiyi başından ettiğini, bu olayın da Osmanlı kılıcının adaletini tüm dünyaya duyurduğunu söyler. Bu şiirin makta beytinde Dertli, asıl maksadının padişaha ve Hüsrev Paşa'ya duada bulunmak olduğunu belirtir:

*“Al renkler bahşeder ruhsâre-i hûbâna fes
Benzemez mi şâh-ı gülden gonce-i handâna fes*

*Şöyle örter bastırır perçemleri mahfûz eder
Hâil olmak maksadı manzûre-i düşmâna fes*

*Kudret-i Mevlâ ile günden güne şöhretlenir
Başların üstünde yer buldu gelip meydâna fes*

*Feth-i a'dâ kılmağa çekdi süyûf-ı Haydar'ı
Ol sebepten al-renk oldu boyandı kana fes*

*Nice serdengeçtiyi serden geçirdi tîğ ile
Dal kılıçlar zümresin daldırdı hep ummâna fes*

*Bâğbânın bâğların soldurdu bâd-ı kahr ile
Hânümânın şöyle kıldı anların vîrâne fes*

*Kurt ile ağnâmi gezdirdi beraber dünyede
Adl-i seyfi şâyi etti mülket-i Osmân'a fes*

*Pâadişâhlıktan murâd kânundur ancak âleme
Haşre dek yâd olmağa kânun yeter sultâna fes*

*Bârekallâh hûb yaratmış Hak nazardan saklasın
Âl-i Osmân devleti sultânı Mahmûd Hân'a fes*

*Fes değil medhiyye-i festen murâdım Dertliyâ
Bir vesiledir duâya hüsrev ü hâkâna fes”*

(Düzgün, 2011: 207-208).

Fes, güzellerin yanağına al renkler bağışlar. Fes, gül dalında[ki] gülen [bir] goncaya benzemez mi?

Fes, düşman belasına engel olmak için perçemleri örtterek saklar.

Fes, Mevla'nın kudreti ile günden güne şöhreti artarak meydana çıktı ve başlardaki yerini buldu.

Düşmanı fethetmek için Haydar'ın kılıcını çekti. O nedenle fes, kan gibi kırmızı renge boyandı.

Fes, nice serdengeçtiyi kılıç ile başından etti, dalkılıçlar zümresini hep ummana daldırdı [serdengeçti: Düşman ordusuna dalmak için önden giden akıncılara verilen isim. Bu gruba, dönmelerinden ziyade ölmeleri ihtimal olduğu için bu ad verilmiştir. Bunlara kınlarından sıyrılmış kılıçlarla bu işe atıldıkları için dalkılıç da denirdi.]

Fes, kahr rüzgârı ile bahçıvanın bağlarını soldurdu [ve] onların mal ve mülkünü yıktı.

Fes, dünyada kurt ile koyunu beraber gezdirdi [ve böylece] Osmanlı devletinin kılıcının adaletini herkese duyurdu

Padişahlıkta arzu edilen şey, dünyaya düzen getirecek kanundur. Fes kanunu, [bir] sultanın kıyamete kadar anılması için yeterlidir.

Yüce Osmanlı devleti sultanı Mahmud Han'a fes çok yakışmış, Hak nazardan saklasın hayırlı ve bereketli olsun!

Ey Dertli, fesi övmekteki maksadım fes değildir. Fes, hakana [II. Mahmud] ve Hüsrev [Paşa]'ya dua etmenin bir vesilesidir.

Âşık Şem'i de “fes” redifli şiir yazan şairlerdendir. Asıl adı Ahmet olan Şem'i, 1783'te Konya'da doğmuştur. Ölüm tarihini bazı kaynaklar 1839 bazıları 1834 olarak verir. Şiirlerinin çoğu aruz vezni ile yazmıştır (Artun, 2001: 275). Şem'i, tahsil görmemesine, hatta yirmili yaşlarına kadar okuryazar olmamasına rağmen, şöhreti İstanbul'da yayılacak ve saraya ulaşacak kadar güçlü bir şairdir (Halıcı, 1982: III-VII). Şem'i, şehir muhitinde yetişen bir âşık olduğu ve tekke-tasavvuf kültürü

atmosferi altında yetiştiği için şiiirlerinin hem muhteva hem biçim bakımından klasik şiiirin tesiri altında olduğu görülür. Şem'i İstanbul'da bulunduğu sırada III. Selim'in huzuruna çıkar ve sanatını icra eder. III. Selim, memnuniyetinin ifadesi olarak Şem'i'ye Konya'nın baş havalalığını (su memuru) verir. Uzun yıllar bu görevi sürdüren Şem'i, daha sonra çarşı ağalığına getirilir (Halıcı, 1982: VII). Bu ikinci görevini alışımda, yazdığı "fes" redifli şiiirin bir etkisinin olup olmadığını kesin olarak bilemiyoruz. Ancak, ilk görevini alışı dikkate alındığında, "fes" şiiiri ile de padişahın iltifatına mazhar olduğu düşünülebilir.

Âşık Şem'i'nin şiiirinde fes, iki cihanda da bir yücelik alameti olarak tarif edilerek tüm halk tabakaları tarafından giyilmesini tavsiye eder. Fesin, dış görünüş açısından halkı birleştirmesinin önemi vurgulanarak bunun Kızılelma kavmi olarak tabir edilen tüm Türkler arasında yayılacağını söyler. Şem'i ayrıca savaş sırasında fesin ordu mensuplarına heybet ve cesaret vereceğini ifade eder ve makta beytinde padişaha dua eder:

<i>"İftihar-ı padişâhî âkil-i dânyaya fes Tâc-ı rif'attir giyin âlâyaya fes ednyaya fes</i>	Fes, padişahın, bilginlerin ve âlimlerin iftiharını, yücelik tacıdır; yüksekler de düşükler de fesi giysin.
<i>Bâhusûs re's-i hümayûnunda hükârın budur İki âlemde azîz olmaklığa sermâyeye fes</i>	Nitekim kutlu padişahın da sultanı budur. Fes, iki cihanda saygın olmaya sermayedir.
<i>Kabza-i şâhâneye aldı cihânı top gibi Bir vücûd olsun diye emr-eyledi Ummâna fes</i>	Fes, dünyayı bir top gibi hükümdarın kabzasına aldı [ve] Umman'a bir vücut olmasını emretti.
<i>An-karîb alsa gerek a'dâdan efendim intikâm İzn-i Hakla giydirir kavm-i kızıl-elmaya fes</i>	Çok geçmeden düşmanlardan intikam alınmalıdır. Hakk'ın izniyle [tüm] Kızılelma [Turan] kavmine fes giydirecektir.
<i>Asker-i Mansûreyi Mevlâ muzaffer eylesün Gösterir mânend-i ejder her birin â'dâyaya fes</i>	Mevla, Asakir-i Mansure [ordusuna] zaferler kazandırsın. Fes, [onların] her birini düşmana bir ejder gibi gösterir.
<i>Düzülüp tabur tüfekler parlayıp od yanmadan Eyler izhâr-ı şecâ'at ibtidâ kavgaya fes</i>	Tabur tüfekler dizilip ateş parlayıp yanmadan (önce) fes, kavgada cesaret gösterir/göstergesi olur.
<i>Lâle rengâmiz olup şermile buldu itibâr Giydirirlerdi mukaddem dilber-i rânâyaya fes</i>	Lale, çeşitli renklere bürünerek şerm [utanma] ile itibar buldu. Evvela güzel sevgiliye fes giydirirlerdi.
<i>Şem'î Sultân Mahmûd'un ömrün Hudâ itsin mezîd Müjde fermânile geldi Konya'yı ihyâyaya fes"</i> (Halıcı, 1982: 33).	Ey Şem'i! Huda, Sultan Mahmud'un ömrünü artırsın. Fes, ferman ile Konya'ya can/tazelik vermeye/Konya'yı ihya etmeye geldi.

Bayburtlu Zihni'nin fesi konu edindiği iki şiiiri bulunmaktadır. Asıl adı Mehmed Emin olan şair, eserlerinde Zihni mahlasını kullanmıştır. 1797-1859 yılları arasında yaşamıştır. İyi bir öğrenim görmüş olan Zihni, üstlendiği çeşitli memuriyet görevleri nedeniyle pek çok şehirde bulunmuştur. Âşıklık geleneği ile yetişmiş bir şair değildir ancak XIX. yüzyıl âşık edebiyatının tüm özelliklerini taşır (Köprülü, 2004: 473). Her ne kadar klasik edebiyat kaidelerine uygun verdiği eser sayısı çoksa da ona şöhretini kazandıran hece vezni ile yazdığı manzumeleri olmuştur (Köprülü, 2004: 475). 1815'te İstanbul'a gelerek burada on yıl kalmıştır. Bu süre zarfında Zihni, kasideleriyle bazı ricale intisap etmiş ve rütbe elde etmiştir (Köprülü, 2004: 473). III. Selim (1789-1807), II. Mahmut (1808-1839) ve Sultan Abdulmecit (1839-1861) gibi önemli reformlar yapan padişahların zamanında eserlerini vermiş bir şair ve yazar olan Bayburtlu Zihni, bazı eserlerinde yaşadığı dönemin olaylarına ışık tutmuştur (Atnur, 2017: 197).

Zihni, II. Mahmut'un getirdiği ve aynı zamanda halk arasında ciddi tartışmaları başlatan kıyafet reformunun bir parçası olan "fes"e iki şiirinde de övgüler dizer:

*"Çıkdı çünkim taht-gâh-ı kâkül-i cânâna fes
Hükm ider enva' seslerle ecelsiz cânâna fes*

Fes, sevgilinin kâkülünün taht yerine çıktığı için türlü seslerle ecelsiz cana hükmeder.

*Deste deste sümbül ü şeb-bûy-ı müşg-efşânla
Benzedüb dehrin zemistânın bahâristâna fes*

Fes, deste deste misk saçan şebboy ve sümbül ile dünyanın kışını bahara çevirdi.

*Cennet-i 'adn içre gûyâ cilve-ger tâvûsdur
Her yana şehper tâkınmış başladı cevânâna fes*

Fes, cennet içinde sanki cilveli tavus [gibi] her yana uzun tüylerini takınmış [bir şekilde] gezinmeye başladı.

*Şâh-ı fes fesden çıkub girmiş diyâr-ı zulmete
Kasd ider gûyâ Sikender çeşme-i hayvâna fes*

Fes şahı, İskender'in ab-ı hayat çeşmesine niyet ettiği gibi festen çıkıp karanlık diyarına girmiş.

*Zihniyâ günden güne püskil perîşân olmada
İtmede âşufte hâli kıbkızıl dîvâne fes"*

Ey Zihni! Püskül günden güne dağılmakta [ve] onun bu kıpkızıl aşufte hali deli etmektedir.

(Erbay, 2014: 303-304).

Bayburtlu Zihni'nin "fes" redifli diğer şiiri de şudur:

*"'Arsa-gâh-ı nazma çıkmış çün Habeş sultânı fes
Âl ile teshîre çekdi milket-i hûbânı fes*

Habeş sultanı fes, nazmın arsasına çıkararak hile ile güzeller ülkesini ele geçirdi.

*Almak ister hâveristânı cemâl-i hükmine
Celb idüb mülk-i habeşden ceys-i bî-pâyânı fes*

Fes, Habeş ülkesinden sonsuz ordu toplayıp doğu ülkesini hükümünün güzelliği altına almak ister.

*Yazdı bir menşûr gönderdi sabâ-yı Çine kim
Zabt ide mülk-i Hitâyı okudub fermânı fes*

Fes, Hita [hem Çin'de yer alan bir bölge, hem de sevgilinin güzel kokulu saçlarını ifade eder] ülkesini ele geçirmek için bir ferman yazıp Çin [kıvrım, büküm anlamlarıyla sevgilinin saçının şeklini ifade eder] rüzgârına gönderdi.)

*Kişver-i Keşmîr ile Lâhorî gârât eyleyüb
Şimdi fes mülkinde mest vefâ sürer dîvânı fes*

Keşmir ve Lahor vilayetlerini [Pakistan şehirleri] yağmalayıp şimdi fes memleketinde sefa sürer.

*Surhla tamgâlamışdır resmin ister muhtesib
Zihniyâ kâlâ-yı iklim-i firengistânı fes"*

Ey Zihni! Fes, Avrupa'nın kalesini kırmızıyla damgalamıştır. Muhtesib [belediye memuru] resmini ister.

(Erbay, 2014: 304).

SONUÇ

Halkın içinden çıkan sanatçıların, sanatlarını icra ederken eserlerinde halkın zevklerini, tarzını, hislerini, şikâyetlerini, tecrübelerini, kabullerini, tarihi ve toplumsal sorunları işlemeleri son derece doğaldır. Halk şiirleri, bu nedenlerle halk tarafından sevilmiş ve benimsenmiştir. Halk kültürünün önemli bir ögesi durumunda bulunan halk şiiri, büyük halk kitlelerini kolaylıkla etkisi altına alabilecek kudrettedir. Bu saygınlık ve nüfuza, zaman zaman devletin ileri gelenleri tarafından halkın yönlendirilmesi konusunda ihtiyaç duyulmuştur. Fes inkılabı yapıldığı sırada, halk arasında bazı kesimler tarafından gösterilen dirence karşı, klasik şairler ile halk şairlerinin yazdığı şiirlerin propaganda işlevi üstlendiği görülmektedir.

Şiirlerini fesin propagandası için bir araç olarak kullanan halk şairlerinin biraz da olsa medrese eğitimi almış oldukları veya dönemin önemli kültür çevrelerinde yetiştikleri dikkat çeker. Ayrıca XIX. yüzyıl âşık tarzı şiir geleneğinin genel özelliği olan klasik şiire yaklaşma eğilimi de bu şairlerin şiirlerini klasik formda meydana getirme nedenleri arasındadır. Bunun yanı sıra şiiri, bir propaganda enstrümanı olarak kullanan şairlerin hepsinin yolunun İstanbul'a düşmüş ve bir şekilde hükümet mensupları ile yakınlık kurmuş oldukları da görülmektedir. Bu şiirlerin klasik şiir formunda vücuda getirilmelerinde, Zihni ve Dertli'de olduğu gibi şairlerin devlet yetkililerine veya sarayda etkili olan klasik edebiyat çevrelerine yakın olma istekleri etkili olmuştur diyebiliriz. Söz konusu şairlerin, yazdıkları şiirler karşılığında padişah tarafından iltifat görmüş, caize almış veya bazı makamlar elde etmiş olmaları bu savı güçlendirmektedir. Devlet yetkililerinin toplumun nabzını yakından tutan bu sanatçıları Korumalarında muhtemelen devletin faydası da gözetilmiştir. Fes, halk arasında kabul gördükten sonra sevilmiş ve hatta Osmanlılığın simgesi haline gelmiştir. Bir süre sonra fesin aksesuar özelliklerinin şiirlerde ön plana çıkarılması da bu sebeptendir. Türk halk şiiri muhtevası ince elenip sık dokunduğunda tarih kitaplarında bulunmayan sözlü toplumsal tarihin ve tarihi olaylara verilen sosyal reflekslerin izlerinin takip edilmesi mümkündür. "Fes" konusunu işleyen halk şiirleri de bu yönüyle önem taşımaktadır.

Saz şairleri devletin inkılaplarına destek verme veya saray/sanat çevrelerine yakın olma isteğiyle yazdıkları/söyledikleri şiirlerinde muhtemelen içinde buldukları dönemde tanınırlık veya ekonomik bakımdan fayda sağlamışlardır. Fes, toplum yaşantısının bir parçasıyken aksesuar olarak şiirde yer bulmuş; fakat kullanımının ortadan kalkması sebebiyle hem aksesuar özelliğini önemli oranda yitirmiş hem de Emrah, Şem'i gibi şairlerin ona dair şiirleri de dönemleri içinde sıkışıp kalmıştır.

KAYNAKÇA

- Arslan, M. (2009). *Osmanlı Dügünleri ve Şenlikleri III-Vehbi Surnamesi*, Sarayburnu Kitaplığı, İstanbul.
- Artun, E. (2001). *Aşıklık Geleneği ve Aşık Edebiyatı*, Akçağ Yayınları, Ankara.
- Aslan, E. (1978). *Doğu Anadolu Saz Şairleri-İkinci Kitap*, Atatürk Üniversitesi Basımevi, Erzurum.
- Atnur, G. (2017). Tarihin Tanığı Bir Şair: Bayburtlu Zihni, *Atatürk Üniversitesi Güzel Sanatlar Enstitüsü Dergisi*, Sayı. 38, ss. 197-216.
- Avcıoğlu, D. (1978). *1838'den 1995'e Milli Kurtuluş Tarihi 2*, Tekin Yayınevi, İstanbul.
- Aysal, N. (2011). *Tanzimat'tan Cumhuriyet'e Giyim ve Kuşamda Çağdaşlaşma Hareketleri*, ÇTTAD, Sayı. 22, ss. 3-32.
- Bezirci, A. (1993). *Türk Halk Şiiri I-Tarihçesi, Kaynakları, Şairleri ve Seçme Şiirleri*, Say Yayınları, İstanbul.
- Çetinkaya, Y. D. (2014). *1908 Osmanlı Boykotu-Bir Toplumsal Hareketin Analizi*, İletişim Yayınları, İstanbul.
- Düzgün, D. (2011). *Dertli Divanı - Karşılaştırmalı Metin*, Fenomen Yayıncılık, Erzurum.
- Erbay, N. (2014). *Bayburtlu Zihni Divanı (İnceleme-Metin)*, Bayburt Üniversitesi Yayınları, Erzurum.
- Erkal, A. (2015a). *Âşık Sümmâni Divanı*, Erzurum Büyükşehir Belediyesi, Erzurum.
- Erkal, A. (2015b). *Erzurumlu Emrah Divanı*, Erzurum Büyükşehir Belediyesi, Erzurum.
- Görkem, İ. (2002). *Yeni Bilgiler Işığında Dadaloğlu ve Şiirleri*, Bilge Yayınevi, Ankara.
- Halıcı, F. (1982). *Âşık Şem'i Hayatı ve Şiirleri*, Kültür ve Turizm Bakanlığı Yayınları, Ankara.
- İvgin, H., Yardımcı, M. (1996). *Zileli Âşık Ceyhunî, Hayatı, Sanatı, Şiirleri ve Diğer Ceyhuniler*, Ürün Yayınları, Ankara.
- Kaya, D. (2011). *Âşık Ruhsatı*, Sivas Belediyesi, Sivas.
- Kılıç, S. (1995). "Şapka Meselesi ve Kılık Kıyafet İnkılabı", *Ankara Üniversitesi Türk İnkılap Tarihi Enstitüsü Atatürk Yolu Dergisi*, Sayı. 16, ss. 529-547.
- Koçu, R. E. (1971). "Fes", *İstanbul Ansiklopedisi*, c: 10, ss. 5698-5702.
- Köprülü, M. F. (2004). *Saz Şairleri I-V*, Akçağ Yayınları, Ankara.
- Mengi, M. (2014). "Fes ya da Püsküllü Bela ve Şiir", *Prof. Dr. Mehmet Özmen Armağanı* (Ed.: Nurettin Demir, Faruk Yıldırım), (229-238). Adana, Çukurova Üniversitesi Basımevi.
- Oğuz, Ö. (1992). *Yozgatlı Halk Şairi Nazi*, Feryal Matbaacılık, Ankara.

- Özdemir, Cafer. (2011). *17-19. Yüzyıl Aşık Tarzı Türk Şiirinde Sosyo-Kültürel Hayat*, Ondokuzmayıs Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Yayınlanmamış Doktora Tezi, Samsun.
- Pakalın, M. Z. (1983). "Fes", *Osmanlı Tarih Deyimleri ve Terimleri Sözlüğü I*, Milli Eğitim Basımevi, İstanbul, ss. 610-613.
- Sadettin Nüzhet. (yy). *XIX uncu Asır Sazşairlerinden Beşiktaş'lı Gedai*, Suhulet Kütüphanesi, İstanbul.
- Saraçoğlu, A. (1999). *Ercişli Emrah*, Kültür Bakanlığı Yayınları, Ankara.

1923-1938 DÖNEMİNİN POPÜLER MİTOLOJİSİ: ATATÜRK KÜLTÜ

Geliş Tarihi (Received Date) 16.08.2018

Kabul Tarihi (Accepted Date) 24.09.2018

Kemal GÖRMEZ¹

F.Gökçen ÇETİN²

Özet

İktidarların, meşruiyetlerini sağlamak için icat ettiği politik bir sembol olarak lider kültü ya da kişi kültü, Tanrı veya benzeri bir varlığı ve bu varlığa duyulan bağlılığı ifade biçimlerini ihtiva etmektedir. Yirminci yüzyıl ulus-devletlerinde yükselen milliyetçiliğin etkisiyle ulus inşa sürecinde, ulusun etrafında kenetlendiği karizmatik liderler yaratılmış ve birçoğu yüceleştirilerek kütleleşmiştir. Kişi kültürünün en belirgin özelliği liderin insan ve doğaüstü özellikler atfedilerek efsaneleştirilmesi ve bununla mitolojik bir nitelik kazanmasıdır. Mustafa Kemal Atatürk de yaşadığı dönem boyunca ve günümüze dek varlığı sürdürülen imgesi ile ideolojinin birer aygıtı olan aydınlar, seçkinler ve basın eşliğinde kütleleşmiştir. Aydınların şiir ve hikâyelerinde, kamusal mekânlara yerleştirilen anıt ve heykellerde, vekillerin resmi ideolojinin basın organı işlevi gören gazetelerde işledikleri Atatürk imgesi, toplumda yayılan bazı efsanelerle birleşerek doğaüstü niteliklere sahip bir kahraman yaratılmasına katkıda bulunmuştur. Bu minvalde çalışma Mustafa Kemal Atatürk kültürünü, inşa(1923-1930) ve kurumsallaşma dönemi(1930'lar) içinde ele alarak, bir sembol olarak kişi kültürünün iktidarın meşruiyetini sağlamadaki işlevini analiz etmeyi amaçlamaktadır.

Anahtar Kelimeler: Kült, Kişi Kültü, Atatürk Kültü

Abstract

Personallity cult, that is a political symbol which is invented by governments to ensure their legitimacies, consists of a god or a godlike human and people's commitment to them. During nation-building processes, some integrative leaders had appeared and most of them had been sublimed and become a cult. The most significant characteristic of personallity cult is mythologizing the leaders by attributing supernatural properties to them. Mustafa Kemal Ataturk was a cult during his presidency. After his death, his cult has subsisted via press and some luminary people. In other saying, a supernatural hero has been created by the integration of the public monuments and sculptures, literary works, folk legends and Ataturk image that is introduced in newspapers. In this manner, this study aims to analyse how personal cult plays a key role when governments intend to ensure their legitimacies, by discussing the Ataturk's cult in both the construction period (1923-1930) and the institutionalization period (1930s).

Key Words: Cult, Personallity Cult, Ataturk's Cult

GİRİŞ

Yirminci yüzyıl ulus-devletlerinde yükselen milliyetçiliğin etkisiyle ulus inşa sürecinde, ulusun etrafında kenetlendiği karizmatik liderler yaratılmış ve birçoğu yüceleştirilerek kütleleşmiştir. Napolyon Bonapart, Maximillian, ve Atatürk gibi kaos, kargaşa ya da savaşlardan zaferle çıkan liderlerin, ölümünden sonra; kimi zaman yaşadıkları dönemden çok daha fazla itibar görmeleri, fikirlerine ve eserlerine duyulan sonsuz saygının fikri altyapısı, kişi kültü kavramı aracılığı ile analiz edilmektedir. Bu kavram, yüceleştirmeler ve ululamalar eşliğinde bir kişinin nasıl bir külte dönüştüğünü ve ölümsüzlüğün anlamını, liderler örneğinde fakat esasen liderin fikirlerinin somutlaşmış sembolleri aracılığıyla anlaşılır kılmaktadır.

Hayatta olduğu sürece ve ölümünden sonra da Türkiye'de siyasal yaşamın merkezinde yer alan Atatürk'ün adı Kurtarıcı, Kurucu, Ata ve Baş Öğretmen; Büyük, Ulu, Yüce, Eşsiz, Ölümsüz gibi sıfatlar ile birlikte anılmıştır. Ulusal Kurtuluş Savaşı'ndan itibaren O'na atfedilen ve varlığını kutsallaştıran bu yüceltmeler günümüzde hâlâ geçerliliğini korumaktadır. Bu geçerlilik fikirlerine duyulan saygıdan ileri gelmekle beraber; anıtları, heykelleri, büstleri, resimleri, kaideleri de korunmaktadır. Bu korunma ve yüceltmenin yarattığı etki, Atatürk döneminde ve ölümünden sonraki kişi, kurum ve hükümetlerin de iktidarlarının yeniden üretilmesine katkı sağlamaktadır. Adeta kişiye bağlı kurgulanan bir ideoloji günümüzde, kişilerin iktidarlarını yeniden ürettikleri mekanizmaları çalışır hale getirmektedir.

Bu mekanik ilişki çalışmada kişi kültürünün literatürde nasıl ve kimler etrafında şekillendiğine dair kavramsal bir temelden hareketle Atatürk kültürü minvalinde irdelenecektir. Kültürün inşası ve inşa edilen kültürün kurumsallaşması anlamında yapılan dönemselsel ayırım, 1923 ve 1930'lar olarak belirlenmiştir. Çalışma Mustafa Kemal Atatürk kültürünü, inşa(1923-1930) ve kurumsallaşma

¹ Prof.Dr.,Gazi Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, Siyaset Bilimi ve Kamu Yönetimi Bölümü, kgormez@gazi.edu.tr

² Öğr.Gör., Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi, Gülşehir Meslek Yüksek Okulu, Yerel Yönetimler Bölümü, fgokcencetin@nevsehir.edu.tr

dönemi(1930'lar) içinde ele alarak, bir sembol olarak kişi kültürünün iktidarın meşruiyetini sağlamadaki işlevini analiz etmeyi amaçlamaktadır

1. Kavramsal Olarak Kişi Kültü

Kült, Antik Roma döneminde dini ritüellerle birlikte kullanılırken, Aydınlanma ve Fransız Devrimi sonrasında seküler referansla birleşip değişime uğramıştır. Bu değişimle 19. yüzyılın ilk yarısında “kült”, modern Avrupa dillerinde “kişilik” terimiyle birleşmiş ve çok geçmeden Rus dilinde, Stalin'in ölümünden kısa bir süre sonra ortaya çıkmıştır. Kişi kültürüne dair tanımlamalar tarihsel döneme ve yazarın disiplini ile oryantasyonuna göre değişmekteyse de genel olarak bir lidere işaret etmektedir. Kişi kültürü olarak sıralayabileceğimiz liderlerin en tanınmış örnekleri Stalin, Mao Zedong, Napolyon Bonapart, Maximilian, Sezar Augustus ve Büyük İskender'dir(Pisch, 2016: 50-52). Bu kültür örneklerindeki kişiler olağanüstü düzensizliklerden sonra ortaya çıkan kültürlerdir. Bu minvalde kişi kültürü, kişinin kaos, kargaşa ya da savaş gibi bir düzensizlikten sonra statüsü ve otoritesinin yapay yükselişi, Tanrı benzeri imgesinin kasıtlı yaratımı ya da belirli bir kişiye atfedilen belirli anlamları ifade eden ve ritüelleştirilen sembolik eylemlerin ve metinlerin bir toplamı olarak tanımlanabilir (Pisch, 2016: 53).

Stalin'in ölümünden sonra 1950'li yıllarda Stalin diktatörlüğünün analizi çalışmalarında kullanılmaya başlanan ve günümüze dek siyaset bilimde popülerleşen kültür kavramı, Stalin diktatörlüğü ile ilgili çalışmalarda ele alındığı için dikta rejimi ile insan hakları ihlali arasındaki ilişkide sıklıkla kullanılmış ve bu yüzden olumsuz anlamlar yüklenmiştir. Fakat esasen, modern politikada, demokratik olmayan rejimlerde, liderin idealize edilmiş görüntüsüne kitle iletişim araçları yardımıyla adeta tapınma yaratmak için kullanılan (Lu & Sobolova, 2014:1) kavram, diktatörlükle ilişkilendirilemeyecek bir “fenomeni” (Pisch, 2016: 50) anlatmaktadır. Hunter, kavramın bir diktatörden ya da liderden çok daha fazlasını ihtiva ettiğini belirterek diktatör-kült ilişkiseliliğindeki olumsuzluğa karşı çıkar (2012: 2). Ona göre lider, resmi konumunun önemli bir hal almasıyla kütleleşebilir ve kültür yaratıldığında hangi konumda olduğu önemini yitirebilir. Zira kişi kültürü, ulusal bir kahramanlığı anlatır fakat kişi aslında “kahraman” özelliği sergilemez. Çünkü günlük dilde kullanılan kahraman semantik olarak incelendiğinde, siyasi bir güç ya da otorite ile ilişki barındırmamaktadır. Dolayısıyla kültür söz konusu olduğunda rejimlerle doğrudan bir ilişki kurulamaz (Hunter, 2012: 3). Rees, kişi kültürü kavramını Antik Yunan ve Roma'da kişisel gücün meşrulaştırılması olarak tanımlarken, modern demokratik sistemlerde de kişi kültürünün var olabileceğini belirtir, yalnız bu sistemlerde bazı açılardan kişi kültürüne benzerlik gösterebilecek imgelerin var olduğunu ifade etmektedir. O'na göre, esasen demokratik olmayan devletlerde kişi kültürü daha iyi tanımlanabilir. Çünkü bu devletlerde, siyasi ve sosyal koşullar bir kültürün yaratılması ve sürdürülebilir kılınmasına yönelik ortamı hızla geliştirebilmektedir (2004: 7). Öte yandan Ünder, kültürün diktatörlerle neden daha sık yan yana geldiğini açıklarken ılımlıdır. O'na göre siyaset kuramı alanında monarşi ve diktatörlük gibi demokratik olmayan yönetim biçimlerinin yürümesi için olağanüstü ya da büyük insanlara gereksinim duyulduğundan, bu rejimlerde iktidarda bulunan ya da iktidara aday olan kişilerin sıradan insanları yönetmeye hakları olduğunu göstermek için onları, sıradan insandan daha üstün, tanrılara daha yakın bir konuma çıkarmak gelenekselleşmiş bir uygulamadır. Bu rejimlerin siyaset kuramları genellikle büyük adamın aşkın ve içkin güçleri temsil ettiğine ya da bu güçlerle özdeş olduğuna dayalıdır (2011: 139).

Kişi kültürü ile ilgili yapılan çalışmalarda teorik çerçeve genellikle Weber'in karizmatik otorite kavramı ile çizilmektedir. Kavramın barındırdığı “kutsallık”, teorik çerçevede en geçerli başlangıcı oluşturmaktadır. Öte yandan Glyptis karizmatik liderin, idealize edilme sürecinin daha kolay olduğunu vurgular (2008: 357). Böylelikle kütleleşme de başlamış olur.

Weber, insanın insan üzerindeki tahakkümünde şiddetin meşru kullanımına dayalı olarak tanımladığı (1994: 311) devletin varlığının sürdürülebilirliğinin sağlanması için, yönetilenlerin teslimiyetini yaratan yani “rıza”yı yaratan şeyin, insanların belirli bir sistemde meşru bir düzenin varlığına ilişkin inancı gibi içsel gerekçelerin varlığına ihtiyaç duyulduğunu ifade eder (Lane, 1984: 207). Bu noktada Weber'in geleneksel, yasal-ussal ve karizmatik temellere dayalı meşru otorite tipolojisi içinde kişi kültürüne kaynaklık eden karizmatik otorite kavramını Weber, olağanüstü kişi olarak nitelendirmekte ve doğüstü, insanüstü, ya da en azından özellikle istisnai güçler ya da niteliklerle donatılmış bir otorite olarak tanımlamaktadır (Lu& Soboleva , 2014: 3-4). Burada karizmanın geçerliliği için belirleyici olan, otoritenin sahibi olan liderin kim olduğu değil, karizmatik otoriteye tabi olanlar tarafından nasıl kabul edildiğidir. Bu bakımdan kişi kültürünün kurulması, bir liderin kendi kuralının

meşruluğunu sağlamak için “karizma üretmeye” yönelik bir algı yaratma girişimini temsil eder. Temsilde, kitle iletişim araçlarının manipülasyonu ile liderin birçok başarısı ve nadiren de olsa başarısızlıkları kamuoyuna sunulmaktadır (Lu& Soboleva, 2014: 4).

Karizmatik özelliklere sahip bir liderin varlığı kültün yaratılması sürecinde tek başına yeterli değildir. Liderin bu özelliklerinin kabulü ve bu özelliklere dayalı olarak ortaya çıkan meşruiyetinin sürdürülebilmesi için Tucker’ın ifade ettiği gibi karizmatik kişiliğin etrafında kümelenen ve otoritesini kabul eden bir topluluğun oluşması (1968: 739) gerekmektedir. Otoriteye rıza gösteren yönetilenlerle birlikte kült kurumsallaşmaya başlamaktadır. Kurumsallaşma, kültün kültleşme sürecinin son aşamasıdır ve bu sağlanamazsa; kült liderin ölümünden önce bile çökebilir. Kurumsallaşabilmiş bir kültün pratikleri, yönetilenlerle sürekli tekrarlanmakta ve liderin otoritesi yeniden onaylanarak üretilmektedir. Bu, aynı zamanda iktidarın da yeniden üretilmesi anlamına gelmektedir ki, kült liderin dönüştüğü bir fenomense, kült iktidarı; iktidar kültü yeniden ve yeniden üretmektedir.

Modern devletlerde kişi kültürünün neden ortaya çıktığı ya da toplumların külte neden ihtiyaç duyduğu sorusu karizmatik lider-kült ilişkisini daha anlaşılır kılmaktadır. Kişi kültürünün “geleneksel kültür unsuru” olduğunu iddia edenlerin yanı sıra; kişi kültürlerinin zayıf kurumlara, yapısal faktörlere ve devlet içindeki toplumsal sorunlara yanıt olarak oluştuğunu ileri sürenler de bulunmaktadır (Hunter, 2012: 4).

2. İmgeden Külte Atatürk

Bir lider olarak Mustafa Kemal Atatürk, Ulusal Kurtuluş Savaşı’ndan zaferle çıkan bağımsız Türkiye Cumhuriyeti Devleti’nin kurucusu olan karizmatik bir lider olarak kültleşmiştir (Hunter, 2012: 5-8). Glyptis, Atatürk kültürünü Stalinist kültürden ayırır. O’na göre, “Stalinist kültür gibi yukardan dayatılmayan Atatürk kültürü, Türkiye’nin milli gurur ve büyüklüğünün sembolü; bir zaferin öyküsüdür. Atatürk kültürü, Stalinist kültürün aksine halk tarafından benimsenir ve yeniden üretilir (2008: 357-358).

Atatürk, 1919 dan sonra hayattayken her zaman, öldükten sonra da neredeyse her zaman Türkiye’de siyasal ideolojik ve kültürel yaşamın merkezinde olmuştur. O, Türkler için Kurtarıcı, Kurucu, Ata ve Baş Öğretmen’dir. Adı, Büyük, Ulu, Yüce, Eşsiz, Ölümsüz gibi sıfatlar ile birlikte anılmıştır. Türkiye’de kamusal yaşam Atatürk’le dolu bir ortamda geçmektedir: paralarda, devlet dairelerinde, okullarda, sınıflarda ve iş yerlerinde O’nun resmi; meydanlarda O’nun heykelleri veya büstleri yer almaktadır. Geçtiği yerler, kaldığı mekânlar ayrıcalıklı hale gelmiş; sözleri düstur olarak pek çok yere yazılmıştır. Adı, pek çok cadde ve meydana, kurum ve kuruluşa verilmiştir. Kabri, heykelleri ve büstleri resmi törenlerin merkezindedir. Ulusal bayramlar bir bakıma O’nu anmak için bir fırsattır ve inkılaplarına bağlı vatandaşlar yetiştirmek eğitimin her kademesinde başlıca amaçlardan biridir. Kamusal alanda böylesine merkezi bir yer tutan Atatürk, ortalama insanın kafasındaki imgesel doğrularla abartmaların bir karışımıdır. Bu imgeye göre Atatürk, üstün yetenekli bir lider ve kahraman olarak doğmuştur. Uzak görüşlü ve yanılmaz bir dâhidir. 1919’dan sonra yeni Türkiye’yi hemen hemen tek başına ve neredeyse hiç yoktan bir mucize ile var etmiştir. Mütareke günlerinde İstanbul’da 1938’e kadar yapacaklarını planlamış, uygulamak için Samsun’a çıkmış, kongreleri ve meclisi toplamış, bir ordu yaratmış, yok denecek kadar kıt kaynaklarla ülkeyi düşman işgalinden kurtarmış ve ardından kurtuluşu pekiştirmek ve çağdaş batılı bir ulus yaratmak için Cumhuriyeti ilan etmiş, devrimleri yaratmış izlenmesi gereken ilkeleri ve yolu göstererek bu dünyadan ayrılmıştır (Ünder, 2011: 138). İşte böylesine bir yüceltmenin anlamı esasen, “ şu ya da bu biçimde tek tek sıradan insanların üstünde yer alan gizemli, aşkın veya içkin bir güçle ilişkilendirerek veya özdeşleştirerek sıradan insanların üstünde bir yere çıkarmak, onu aşırı bir sevgi saygı ve bağlılık duymaktır. Aşkın güç bir tanrı olabilir; içkin güç ise tarihte ve doğada kendini açığa vuran Hegelci anlamda bir dünya tını, romantik ulusçuluğun, örneğin Herder’in halk/ulus tını dedikleri şey ya da doğada kendini açığa vuran bir erek olabilir. Yüceltilen kişinin bu tür güçlere sahip olduğuna inanılan yanılmazlık, mutlak güç ve mutlak bilgi sahibi olma, yasa ve kural koyma, düzen verme, ölümsüzlük, kusursuzluk, kötülerden intikam alma gibi özelliklere sahip olduğu veya bu güçlerin iradesini gerçekleştirdiği varsayılır. Bunların yanında yüceltmede yüceltilen kişinin onu sıradan insanlara yaklaştıran yönleri geri plana itilir veya bu yönleri aşkın ve içkin güçlerle ilişkisinin bir göstergesi olarak yorumlanır. Yüceltme, gerçekliği insan doğasına siyasete ve tarihe ilişkin açık veya belirsiz bir metafiziği varsayar. Yüceltmenin olabilmesi için tek tanrıci veya çok tanrıci metafizik görüşlerde olduğu gibi maddi alemin ötesinde bir tanrının veya doğa ve toplum gibi kolektivitelerde, onları oluşturan tek tek bireyli aşan ve genellikle tanrı olarak yorumlanan erek, dünya tını, ulus tını, kolektif bilinç gibi içkin bir güç olduğunun var sayılması gerekir. Carlyle gibi kuramcılar,

ilahi iradenin bir dışavurumu ya da dünya veya ulus tininin açılımı olarak görürler ve bu iradenin ya da dinin belirli kişiler aracılığıyla (peygamberler, kahramanlar) kendini gerçekleştirdiğini varsayarlar” (Ünder, 2011:139). Carlyle, lideri yüceleştiren, devleştiren ve adeta bir kahramanmışçasına tapınmayı yönetilenlerin vazifesi olarak değerlendiren anlayışıyla 20.yüzyılın ilk çeyreğinde Avrupa’yı etkisi altına alan faşist akımları etkilemiştir (Daldal, 1998: 6). O’na göre “insanın şimdiye dek kurmuş olduğu tüm gelenekler, düzenler, mezhepler, toplumlar batsa bile kahramana tapınma kalıcılığını koruyacaktır... O, duman ve toz bulutları ve tüm ani yıkım ve yangınlar arasında bir kutup yıldızı gibi parlayacaktır” (Daldal, 1998: 6).

Atatürk imgesinin kişi kültürüne dönüşüm süreci, kültürün inşasıyla başlatılabilir. Kültleşmenin derinleştiği ve somutlaşıp kamusal yaşamın her alanında yerini aldığı dönem 1930'lara rastlamaktadır. Aynı zamanda bu dönem, kültürün felsefi arka planını da ortaya koymaktadır.

2.1. Kültürün İnşası: 1923-1930

1919 öncesinde özellikle Anafartalar Cephesi’nde başarılı bir komutan olarak öne çıkan Mustafa Kemal, henüz bir kahraman olarak nitelendirilemez; sadece başarılı bir askerdir. Mayıs 1919’dan sonra ise Kurtuluş Savaşı’ndan bir kahraman olarak çıkan, Heyet-i Temsiliye’nin Reisi, TBMM Reisi ve Başkomutandır. Bu süreçle birlikte kültürün “olağanüstü insan”ına denk düşebilecek bir karizma yaratılmıştır. Kurtuluş Savaşı’ndan sonra İstanbul Hükümeti ile 1927 yılına dek süren mücadele kültür inşasında, Mustafa Kemal’e muhalefet edenlere karşı geliştirilen destek hayati bir önem taşır. 1908’liler kuşağı olarak adlandırabileceğimiz Ziya Gökalp’ın da içinde bulunduğu kurucu kadro ve destekçileri, bir yandan kendi eserlerinde bir yandan ideolojinin resmi gazetelerinde kaleme aldıkları ile yazıları ile Mustafa Kemal’in kahramanlığını perçinlerler. Ziya Gökalp’ın 1922 yılında Mustafa Kemal’e hitaben kaleme aldığı İstida şiiri ile vurgulan Kahraman, Kurtaran, millete Babalık edip; yol gösteren gibi sıfatlarla donatması ve bu yolla Atatürk’e böylesine anlam dolu bir misyon yüklemesi kültür inşası sürecinde önemli bir yapı taşıdır (Ziya Gökalp, 1976: 117; 121-123):

İSTIDA

Gazi Paşa Hazretleri'ne;
Bu yurt mahrum düzenlikten, umrandan
Köylülerin nasibi yok irfandan;
Ey kurtaran bizi zalim Yunan'dan!
Kurtar bizi daha birçok düşmandan!
Medeniyet, gerçi bize uzaktır;
Mefkûremiz güneş kadar uzaktır;
Bütün millet yükselmeye müştaktır;
Kurtar bizi cehaletten, noksandan!
Harpte nasıl ün aldıysa her nefer,
Tezgâhta da sanatına versin fer...
Kazanalım her hünerde bir zafer;
Kurtar bizi iktisadi buhrandan!
Sen dâhisin buna çoktan inandık,
Mefkûresiz rehberlerden pek yandık,
Garpta, şarklı yaşamaktan usandık,
Kurtar bizi bu karanlık zindandan!
Göster şimdi ilmi, harsı hedefler
Âlim, şair, kumandan da hep asker,
Her şey olur, yalnız iste, emir ver,
Kurtar bizi meskenetten, hirmandan!
Sürümüzde bir kurt çoban kalmasın,
Tepemizde gizli düşman kalmasın,
Düşmanların dostu hakan kalmasın,
Kurtar bizi bu yaldızlı yilandan!
Abdülhamid gerçi kızıl sultandı,
Buna nisbet yine o bir insandı,
Çok masumlar fetvasına inandı,

Kurtar bizi artık kara sultandan!

İKİNCİ İSTİDA

*Gazi Paşa Hazretleri 'ne;
Sen deyinde sulhten sonra isterim,
Herkes gibi bir fert olmak, hür olmak,
Hepimize doğdu büyük bir vehim:
Gerçekten mi bu kıyamet kopacak!
Yeniden mi başlayacak felaket?
Düşecek mi yine derde memleket?
Hayır, asla, Yoktur buna bir imkan:
Fert olamaz bir milletin beşiri,
Hürdür belki mefkuresiz bir insan,
Hür olamaz vasifenin esiri...
Kimse yarım bırakamaz bir işi,
Eserinin borçlusudur her kişi...
Gazi Paşa, gerçi fazla yoruldu,
İhtimal ki rahata da muhtaçsın,
Lakin Türk'ün tilsimini sen buldu,
İksir gibi bu millete ilaçsın...
Türk çocuktur yaşayamaz babasız,
Karanlıkta, kılavuzsuz, lambasız...
Artık çiftlik değil bu hür memleket,
Malikane yazılamaz taşında,
Kahramanlar soyu olan bu millet,
Arslanları görmek ister başında...
Tehlikeli anda ona kim medet
Eylemişse odur ancak mutemet...
Tepesinde kahramanlar olunca,
Bu memleket dail gitmiş ileri...
İlk sıraya haris fertler dolunca
Pahlı kalmış kalbindeki cevheri...
Bu milletin hali olur pek yaman,
Kılavuzu olmazsa bir kahraman...
Gazi Paşa! Ulu Tanrı aşkına,
Elinden bu mülkü çürük bırakma!
Acı, kurtardığın yurdun halkına
Öksüz gibi boynu bükük bırakma!
Mektebinde onu okut çalıştır...
Yavaş yavaş halkçılığa alıştır...
Neticeden anlaşılır isabet:
Yoktur senin gibi Türk'ü anlayan,
Bilen ancak yapabilir hizmet,
Sensin asrı bilen, mülkü anlayan...
Bu milletin sen turmazsan elinden,
Yanlış yola gidebilir cehlinden
Sen yalnız bir büyük insan değilsin;
Sende saklı nice meçhul kuvvetler,,
Yalnız dahi ve kahraman değilsin,
Hep sendedir bize mevhup Nusretler
Türk feyzinin kaynağısın, taş, durma!
İçten gelen hamleleri durdurma!
Tekâmülün zembereği dehadır,
Talihimiz sende etmiş tecelli,,
Bizi mev'ud terakkiye ulaştır:*

*Bu da senin vazifendir besbelli...
Türk harsını Garp'ten ödünç alamaz;
Nurlanırken cihan, nursuz kalamaz...*

İstanbul Hükümeti ve hükümet taraftarları ile 1927'ye dek süren mücadeleden Mustafa Kemal tek adam olarak çıkar. Milletvekili seçimleri ile kendine daha bağlı bir meclis oluşturur, Halk Fırkası'nı kurar, Ankara'yı başkent yapar, Cumhuriyeti ilan eder, hilafeti kaldırır, medreseleri kapatır, muhalif paşaların ordu ile ilişkisini kesip orduyu güvenli hale getirerek İstiklal Mahkemeleri ve Takrir-i Sükun kanunu aracılığı ile muhalif basını susturarak, muhalif Terakkiperver Fırka'yı kapatarak ve İzmir suikastında etkin paşaları etkisiz hale getirerek 1927'de her şeye hâkim tek adam olarak Nutuk'unu okur. Nutuk'un okunma tarihi olan 15-20 Ekim 1927 sıralanan gelişmeler göz önünde tutulduğunda tesadüf olarak değerlendirilemez (Ünder, 2011: 141-142, Ortaylı, 2018: 320). Nutuk, bir kahramanın kendi dilinden "İmparatorluğun Birinci Dünya Savaşı'ndan sonra yaşadığı çöküş ve Anadolu'daki direniş savaşının, bu savaşın başladığı Türkiye Büyük Millet Meclisi'nde milletvekillerine naklettiği" (Ortaylı, 2018: 322) bir hesaplama değildir. Bu minvalde, dönemin Atatürk imgesi, karizması ile resmi bir boyut kazanmıştır. Tarih yazımında Nutuk, Milli Mücadele ve Cumhuriyet Dönemi tarihi için önemli bir hatıra niteliğindedir ve tarih kitapları böyle bir veri ışığında Cumhuriyet kuşaklarının kafasındaki zaferin ve devrimlerin tek belirleyicisi Atatürk imgesini şekillendirerek yeniden üretecektir (Ünder, 2011: 143).

Öte yandan 1925 yılında çıkarılan Takrir-i Sükun Kanunu'nun kültleşme sürecine katkısı doğrudandır. Zira kanunun çıkarılma gerekçesi Mustafa Kemal imgesi ve hedeflerini tam olarak gerçekleştirebilme yolunda alınan bir karar olarak değerlendirilmelidir. Ankara hükümeti, devrimleri gerçekleştirmeye başladığında İstanbul basını yeniliklere karşı eleştiriye başlamış, özellikle saltanatın kaldırılmasıyla birlikte hilafet yanlısı muhalif basın tarafından yoğun bir destek görmüştür (Kabacalı, 1990: 110). Bu destek, Ahmet Cevdet, Hüseyin Cahit, Lütfi Fikri gibi gazetecilerin yargılanması ile durdurulmaya çalışılmıştır (Aybars, 1995: 239). Mustafa Kemal'in bizzat inkılaplar konusunda destek istediği ve Hüseyin Cahit (Tanin), Ahmet Emin (Vatan), Hüseyin Şükrü (Tercüman-ı Hakikat) ve Necmettin Sami (Akşam) gibi basının önde gelen isimlerini Ocak 1924'te yaptığı toplantıya davet etmiş, inkılapların ve yeni Türk Devleti'nin ilkelerini açıklamıştır (Aybars, 1995: 366). Muhalif basını dizginleme sürecinde Terakkiperver Cumhuriyet Fırkası'nın kurulmasıyla, iktidarı destekleyenler ve muhalif partiyi destekleyenler şeklinde iki kutba ayrılmıştır (Zürcher, 1995: 198).

1925 yılında Şeyh Said İsyanı'nın patlak vermesiyle hükümet Mart 1925'te Takrir-i Sükun Kanununu çıkararak, Teşkilat-ı Esasiye Kanunu'nun tanıdığı basın özgürlüğüne rağmen, basına bir takım sınırlamalar getirilmiş, İstiklal Mahkemeleri bu kanuna dayanarak birçok gazeteyi süresiz kapatmıştır (Aybars, 1990: 331). Bu süreçte resmi bir yayın organı gibi faaliyet gösteren, hatta 1919 yılında Milli Mücadelenin başlangıcında Mustafa Kemal'in ilk yazısını bizzat kendisinin yazdığı Hakimiyet-i Milliye, hükümetin ve CHP'nin görüşlerini yansıtmıştır (Topuz, 1973: 153-154).

Hakimiyet-i Milliye, Mustafa Kemal'in başkumandanlığında Dumlupınar'da zaferle sonuçlanan Büyük Taarruz'u her 30 Ağustos'ta; Cumhuriyet'in ilanını izleyen her 29 Ekim'de; Büyük Millet Meclisi'nin açılışını izleyen her 23 Nisan'da, bu gibi günlerin anlamını vurgulayan yazıların kaleme alındığı birer hatırlatma ve yüceltme örnekleri olarak karşımıza çıkar. Bu yazılar aynı zamanda Mustafa Kemal'i uzunca bir süre Gazi Paşa Hazretleri olarak takdim eder ve gazetenin baş sayfasını çoğunlukla Gazi Paşa Hazretleri'nin resimlerine ayırır.



Resim 1: Hakimiyet-i Milliye, 29 Ekim 1926, s.1

Resim, Hakimiyet-i Milliye’de kenarları kırmızı beyaz motiflerle çerçevenilmiş Gazi Paşa’yı, “Çok sevgili Reis-i Cumhuremuz Gazi Mustafa Kemal Paşa Hazretleri” olarak tanıtmış ve Mustafa Kemal’e kutsiyet atfeden sıfatlar birbiri ardına sıralanmıştır:

Genç Cumhûriyetimiz en cezrî inkılâpları ve çok çetin mücâdeleleri muvaffakiyetle başardıktan sonra bugün dört yaşına giriyor. Cumhûriyetimizin bu üç sene içindeki mu‘cizevî muvaffakiyetini Büyük Gâzîmizin, dâhî mürşidimizin aydınlattığı yolda tereddütsüz ve pervâsız olarak yürümeye medyûnuz. Necîb Türk milleti kendi bünyesine en muvâfık olan şekl-i idâreyi kabûl ve i‘lân ettiği mukaddes günün mes‘ûd yıldönümünü ne kadar meserret ve heyecânla tes‘îd etse haklıdır; yaşasın Cumhûriyetimiz ve onun Büyük Reîsi Gâzî Mustafa Kemal! (Hakimiyet-i Milliye, 29 Ekim 1926: 1).

Kültleşmenin diğer boyutu, dönem heykellerinde karşımıza çıkmaktadır. Kent meydanlarında, kente hâkim bir noktadan ulusun karşısında ve onlardan yukarda, çevresinde tarihsel olayların desteğiyle kendi kutsallığını yaratmaktadır.

1930 yılına kadar Türkiye’nin birçok yerine dikilen Atatürk anıtları, Cumhuriyet’in ilanından hemen sonra kamusal mekânlara, özellikle tören kutlamalarının yapıldığı meydanlara ve kente hâkim noktalara yerleştirilmiştir. Bu halleriyle anıt ve heykeller, kült inşasında kamusal mekânda iktidarın görünürlüğünü sağlamaktadır. Amaç, anıtın anlamına uygun bir biçimde tarihi izleyenlerin zihninde canlandırmak ve Atatürk bedeni üzerinden Atatürk’ü, kazanılan zaferleri, devrimleri, Cumhuriyet’i, tek parti ideolojisini geleceğe aktarmaktır. Cumhuriyetin ilk dönemlerinde mekânlarda yükselen anıtlar, heykel ve kaideden oluşmaktadır. Kaideler, tarihi anlatımları bakımından önem taşıırken, heykeller Atatürk bedeni üzerinden iktidarı ve ideolojiyi açığa çıkarmaktadır. Atatürk anıtları da sanat eserleri olmalarının yanında Atatürk’ü geçmişle olan bağı, kahramanca çıkılan savaşlarla koparmış bir kahraman olarak tasvir etmekte ve bu noktada Atatürk’ün “tek adam” vurgusu ön plana çıkmaktadır. Fakat aynı zamanda anıtların bir ulusun da kurtuluş mücadelesini anlattığı, üzerlerine yerleştirilmiş kaidelerden açıkça okunabilir.



Resim 2. Ulus Meydanı, Ankara 1930'lar (Ankara Posta Kartları ve Belge Fotoğrafları Arşivi, 1994: 48).

O dönemdeki adıyla Zafer Abidesi (Resim 2) Yeni Gün gazetesi sahibi Yunus Nadi'nin kişisel çabaları ve Ankaralıların parasal katkılarıyla yaptırılmıştır. Bu amaçla, bir yarışma düzenlenmesine karar verilmiş ve yarışma şartnamesi hazırlanmıştır. Şartname ile yarışmaya katılacak sanatçılardan Kurtuluş Savaşı'ndan zaferle ve bağımsızlıkla çıkan bir milleti büyük kurtarıcı Mustafa Kemal Paşa ile tasvir etmeleri istenmiştir. Yeni Gün gazetesinde yayımlanan şartname imgenin nasıl yaratılması gerektiğine dair önemli ipuçları barındırmaktadır:

“...esas olarak, halkın yüce zaferinin ruhunu, bu mücadelede önderlik etmiş olan büyük kurtarıcı Mustafa Kemal Paşa'nın kişiliğinde canlandırmalıdır. Bu bağlamda anıt, gelecek nesillerin atalarının bir zamanlar Türkiye'nin bağımsızlığı için verdikleri mücadeleyi açık ve net olarak algılayabilecekleri biçimde tasarlanmalıdır. Bu nedenle öncelikle Kurtuluş Savaşı'nın yüce ruhunun temsilcisi ve bu mücadelenin kaynağı milli duyguların imgesi olan Mustafa Kemal Paşa'yı tasvir eden bir anıtın gerçekleştirilmesi önerilmektedir. ...Kaide üzerinde betimlenecek kabartmalar ve levhalarda milli mücadele ruhunu ifade etmelidirler.... Türk milletinin bağımsızlık mücadelesi, tarihteki tüm mazlum milletlerin savaşmaları gibi son derece çetin ve zorlu şartlarda cereyan etmiş, insanüstü çabalar sonucu zaferle sonuçlanmıştı. Türk halkı karşısında manevi düşman olarak tüm Avrupalı güçleri, maddi düşman olarak da cihan harbinden hiçbir zarar görmemiş, taze, güçlü Yunan ordularını görmekteydi. Bu ordunun Anadolu'ya girişi müttefik devletlerce destekleniyor ve İzmir'e çıkarma yapmasına olanak sağlanıyordu... Mustafa Kemal Paşa'nın bu çift yönlü savaşın bu çift yönlü savaşın mücadelecisi ruhunu kişiliğinde barındırdığı söylenebilir. Bu politik ve askeri zaferlerin önderinin başarısının en önemli kaynağı şu prensip olmuştur: Anadolu köylüsü Türkiye'nin gerçek sahibidir. Milli kahramanımız, orta boylu, dengeli ve güvenli bir duruşa sahip, açık mavi gözlü olup, geniş bir alnı ve sempatik bir havası vardır. Ünlü bir savaş adamının güçlü ve yaratıcı ruhuna sahip olmakla beraber, davranışlarında dünyanın en mükemmel adamına yakışmayacak olan kibir ve gururdan eser yoktur. Nezaket, sadelik, ahenk ve doğallık O'nun tarzının temel özelliklerini oluşturur” (Benli, 2000: 131-134).

Anıt, Ulus meydanının tam ortasında, şartnamedeki her ayrıntıyı, çizilen sınırları ile birlikte Atatürk bedeni üzerinden hayata geçirmiş, iktidarın maddi karşılığını sanatsal bir imge üzerinde canlandırmıştır.

2.2. Kültürün Kurumsallaşması: 1930'lar

Kültürleşme sürecinin sistematik bir şekilde ve dinsel terimlerle kutsiyet içermesi esasen 1930'lu yıllar ve özellikle tek parti dönemi boyunca derinleşmiştir. 1923-1927 dönemindeki iktidar mücadelesi, daha sonra Takrir-i Sükûn Kanunu ile basının kontrol altına alınmasından sonra 1930'lar ideolojinin CHP eliyle kurumsallaşması ve “şeflik kuramı”nın uygulamada karşılığını bulduğu yıllardır. Atatürk kültürünün inşa süreci sultani gelenekten de beslenerek tamamlanmıştır.

Daldal'a göre kültür inşasında sultani geleneğin katkısı ilktir. Bu gelenekle birlikte Türkiye'de bir kişi kültürünün ve ebedi şef anlayışının yerleşmesine olanak verecek bir siyasal gelenek hali hazırda mevcuttur. Bu temel Mustafa Kemal kültürünün kolayca inşa edilebileceği bir temeli oluşturmuştur (1998: 7). Ünder'e göre, İmparatorluğun okullarında her gün Padişahım çok yaşa diyerek zıll-ullah (Tanrı'nın yeryüzündeki gölgesi) sayılan padişahı ululayan, başlarında bir baba figürü görmeye alışan kurucu kadro, saltanatın ve hilafetin kaldırılması ile ortadan kalkan padişah-baba figürünün ve bazıları da onun gölgesi olduğu Tanrı'nın yerine Mustafa Kemal'i koymuştur. Bu yüceltmede belki daha önemli rol oynayan etmen kurucu kadronun dinsel kültürüdür. Onlar, İslami sembollerin merkezi bir yer tuttuğu bir ortamda yetişmişlerdir Mustafa Kemal de dahil olmak üzere hemen hepsi çocukluğunda dinsel bir eğitim almış, namaz kılmanın mecburi olduğu okullarda okumuşlardır. Yeni devletin gerektirdikleri karşısında aşkın ilkelerin tasfiye süreciyle birlikte İslam ve İslami sembollerin yerini ulusçuluk ve Kemalizm almıştır. Esasen bir sivil din olarak laikliğin gerekleri ile homojen bir ulus yaratmak Türkçülükle kurgulanmıştır. Mustafa Kemal, Cumhurbaşkanı seçilinceye kadar yapılanları ve yapmayı tasarladığı yenilikleri meşrulaştırmak için sık sık başvurduğu yenilikçi İslami söyleme son vermiş Cumhuriyetin ilanına kadar birbirine karşıt şeyler olarak görülmeyle dini ile milli 1924'ten sonra karşı karşıya koymuştur. Eski düzenden, inançlardan ve sembollerden uzaklaşma veya kopuş Mustafa Kemal'in Ruşen Eşref'e 1929'da söylediği gibi “manevi potansiyelimizin bataryalarında bir boşluk meydana getirmiştir” bunu bir yandan zihinlerdeki kavramsal ve sembolik formların içeriklerinin kalkması olduğu için varlıksal diğer yandan bu içerikler inanç konusu olduğu için psikolojik boşluk olarak anlaşılabilir. Kurucu kadro boşalan formları yeni içeriklerle dolduracak ve bu içerikleri inanç meselesi haline getirecektir. Psikolojik boşluğun ya da inanç boşluğunun doldurulması ise Mustafa Kemal'in başlıca uğraşlarından biri olacaktır manevi gücü takviye için o bilinçli olarak bir yandan tarih ve dil tezleri ile ulusçuluğa yeni bir kapsam ve derinlik katmaya; diğer yandan İslam'ı millileştirmeye ve rejimle ile bağdaştır hale getirmeye çalışacaktır (2011: 146-148).

Yakup Kadri, Mustafa Kemal'in vefatından hemen sonra kaleme alıp, 1946 yılında yayımladığı “Atatürk” adlı monografisinde, Kurtuluş Savaşı öncesindeki umutsuzluğun karşısında Nietzsche'nin üstün insanı gibi bir kahraman aramış; bu kahramanı Atatürk olarak nitelemiş ve bu kahraman etrafında ülkenin siyasi bir panoramasını sunmuştur. Yakup Kadri, milli bir kahramana olan özlemini Ziya Gökalp'in “İstida” şiirine de atıflarda bulunarak ve onun “Tanzimat Osmanlıcılığı ile Ahmet Vefik Paşa arasında sallanan milliyetçiliği” (Karaosmanoğlu, 2004: 21) olarak nitelediği şuurunu eleştirerek ifade etmiş, esasen Atatürk'ün kahramanlığına olan inancının Harbiye Mektebinden çıktığı günden başlayıp, hiç tükenmediğini, Ziya Gökalp metaforu ile açıklamıştır. Yakup Kadri, milli kahraman olarak nitelendirdiği Mustafa Kemal'in devlet adamlığı ve inkılapçılığını dinsel öğelerle vurgulayarak, ona bir kutsiyet atfetmiştir. “Türk milletinin kurtarıcısı, Türk cemiyetinin kurucusu ve bir Türk inkılapçısı Mustafa Kemal hakkında- gerek yaşarken ve gerek öldükten sonra...” (Karaosmanoğlu, 2004: 35). “...bütün bunlar sayesinde ne yiğit bir asker, ne dahi bir kumandan, ne tam bir inkılapçı ve ne kadar realist bir devlet adamı olduğunu biliyoruz. Gene bu vesikalardan aldığımız intiba ve insanlık tarihinin umumi kıymet ölçülerine göre inanıyoruz ki o, yiğitlerin en yiğidi, dâhilerin en dâhisi, inkılapçıların en inkılapçısı ve devlet adamlarının en mükemmeli idi”(Karaosmanoğlu, 2004: 35-36). “ Harp dehalarından bahsedilirken daima en belirli bir örnek olarak ileriye sürülen Napolyon Bonapart'ın askeri hayatının birçok zaferlerle dolu olduğu kadar bir sürü mağlubiyetlerle de yüklü bulunduğunu bilmeyen kimse yoktur. Buna karşı tarih Mustafa Kemal'in tek bir mağlubiyetini, tek bir hatasını kaydetmemektedir. Devlet kurucusu ve siyaset eri olarak ise Fransız İmparatoru, birinci Türk Cumhuriyeti Reisi yanında bedbaht bir cücedir. İnkılapçılık sahasına gelince onu gene eşsiz bir şahsiyet olarak telakki etmek ısrarında(zorunda) kalıyoruz. Birçok ecnebi müellifler Mustafa Kemal ile Lenin arasında bir paralel yapmak istemişlerdir. Hiç şüphesiz ki Lenin büyük bir ihtilalciydi; fakat Lenin, Mustafa Kemal gibi kendi ideolojisini kendisi bulmuş, kendi taktiğini kendisi tahsis etmiş, yıktığı kadar ve yıktığından fazlasını yapmış bir ihtilalcidir” (Karaosmanoğlu, 2004: 36). “...Mustafa Kemal'in şahsiyetindeki büyüklük vasfı tamamı ile belirleşmiş; onun yüksek ve emsalsiz kahraman siması gözlerimiz önünde en

sentetik tarihini bulmuş olacak mıdır? Onu pek yakından tanımak şerefine erenlerle beraber benim de şüphe ve tereddüte düştüğüm nokta budur”(Karaosmanoğlu, 2004:37). “...eski masallarda ejderlerle dövüşen kahramanların kudret ve yiğitlik derecelerinin de bu ejderlerin boyuna ve enine göre tayin edildiğini düşünecek olursak büyük adam tarifini yapmak için alıştığımız bu usulün ilmi olmaktan ne kadar uzak bulunduğunu derhal takdir ederiz. Bu usul gayri ilmi olduğu kadar insafsız ve haksızdır da. Zira, nice büyük adamlar vardır ki meydana koydukları eserlerin ve yaptıkları işlerin paye ve mahiyeti ancak muayyen bir devrin telakkilerine tabidir. Hele sanat ve fikir sahasında bu telakkiler o kadar çok değişir ki bugün azametini hayran olduğumuz bir şahsiyeti yarın –küçük bulmazsak bile- ihmal etmek mecburiyetinde kalırız. Birçok tarihi kahramanların kıymetleri bu yüzden muttasıl (sürekli) tadillere uğrayıp durmaktadır. Peygamberler- ne diyoruz?- Tanrılar bile bu imtihanlardan kurtulamadılar” (Karaosmanoğlu, 2004: 37).”...eğer Mustafa Kemal Sakarya Harbinden sonra hatta daha evvel, bir serseri kurşunla vurulup ölmüş olsaydı onun adını Türk Milleti alelade kumandanlar arasında mı yad edecekti? Hayır. O bizim nazarımızda bir mübarek şehit mertebesine erecekti ve kanının aktığı noktadan taptaze bir milli enerji kaynağı fişkıracaktı. Zira o hepimiz için mukaddes olan bir maksat yolunda ilk adımı atmış, millete muhtaç olduğu hamleyi vermiş ve milli kurtuluş cehdinin ateşini damarlarımıza geçirmiş bulunuyordu. Büyük alman filozofu Nietzsche übermensch'e in- yani insandan üstün insanın- tarifini yaparken, bize ne yalnız Siegfried'i ne de yalnız Herkül'ü misal olarak gösteriyor; sadece, übermensch'e; tehlikeli bir surette yaşayan insandır diyor. Buna göre insandan üstün insan, hem bir Herkül, hem de bir Promete olabilir. Nitekim Mustafa Kemal, genç Mustafa Kemal, harbiye mektebinden çıktığı günden Dumlupınar zaferini kazandığı güne kadar hep o asi martyr tanrının çektiği azaplar ve ıstıraplar içinde yaşamıştır. Çürümüş ve karanlık bir cemiyetin taaffünleri(leş gibi kokuları), arasında daha ilk adımlarını atmaya başladığı andan itibaren tehlike onun yegane arkadaşıydı. Tıpkı promete gibi yüreğinin üstünde bir milleti kurtarmak risaletinin-görev, peygamberlik anlamını taşıdığı için görev bu açıdan anlamlıdır- ilahi ihtirası, fakat ayaklarında esaretin, çaresizliğin ağır prangaları olduğu halde, Türkiye denilen o zindanı aydınlatacak yıldırım ışığını, çetin bahtın elinden kapmak için yola çıkmış bulunuyordu(Karaosmanoğlu,2004: 38-39). Tunçay, bu tür gözlemlerin tek parti döneminin ilk yarısına ait duygu ve düşünceleri içeren gerçekçi gözlemler olduğunu belirtmekte ve Türkiye Cumhuriyeti hakkında 1928 yılında yayınlanan (Turkey Today) ilk yabancı kitaplardan birini kaleme almış ilk İngiliz kadın yazar Grace Ellison, bir okul müfettişi ile yaptığı konuşmayı şöyle aktarmaktadır:

-Bizim Peygamberimiz Gazi'dir; Arabistanlı zat ile işimiz bitti, Muhammed'in dini Arabistan için gayet iyiydi; ama bize göre değil.

-Fakat sizin hiçbir inancınız yok mu?

-Var. Gazi'ye, ilme, ülkemin geleceğine ve kendime inanıyorum.

-Ya tanrı?

- Tanrı hakkında kim ne bilebilir ki? İlim vardır, İyinin ve kötünün gücü vardır, geri kalanı hakkında ise hiç kimse kesin bir şey bilemez” (Tunçay, 2015: 332-333).

Ellison'un müfettiş ile yaptığı konuşma ile Ziya Gökalp ve Yakup Kadri'nin Mustafa Kemal'e yüklediği anlam arasındaki ilişki; Mustafa Kemal'in Peygamber ya da Tanrı yerine konularak, son derece kutsal sıfatların yakıştırılmasıyla yaratılan bir kültürleştirme sürecini anlatıyor olmalarıdır. Bu süreçte Cumhuriyet aydınları ve CHP vekilleri, Osmanlı İmparatorluğu'nun dinsel bağlar ile örülü geleneksel yapısının tasfiyesi sonucunda toplumun rızasını alabilmek için laikleşmenin yarattığı dinsel boşluğu ulusçulukla aşmaya çalışır (Tunçay, 2017: 334). Ulusçuluğun bir din olarak ortaya konması süreci yine Mustafa Kemal'i kültürleştirme ve Kemalizm'in doktrinleşmesini içerir.

Yakup Kadri'nin de Ziya Gökalp'in de gençlik yılları Yakup Kadri'nin ifadesiyle bir milli kahramanı Gökalp'in deyişiyle sürü toplayacak bir çobana hasretle geçer. Kimi ulusu siyasi ve askeri aşağılanmalardan kurtaracak, kimi dini kurtaracak, kimi zihniyette, toplumsal ve siyasi kurumlarda inkılap yapacak, kimi de bunların tümünü yapacak bir kurtarıcı beklemektedir. Bu kuşak aşağılayıcı Balkan Savaşı yenilgisini, Birinci Dünya Savaşı yenilgisini, Mütarekeyi, kara günü, Anadolu'nun işgalini, Sevr dayatmasını görür, Âdem mezarının kenarında ateşle imtihandan geçer. Gerçekten de Osmanlı Devleti'nin bütün orduları dağılmış, bütün kaleleri zaptedilmiş ve bütün tersanelerine girilmiş ve memleketin her köşesi bilfiil işgal edilmiştir. 1908 kuşağı kötü gidişe son verecek mucizeler yaratacak bir kurtarıcı, bir kahraman ararlar ve öne çıkan kişiler de kahramanı alametleri olup olmadığına bakarlar (Ünder, 2011: 140).

Düşmanları alt eden, Milli Mücadele'nin lideri olarak Gazi Mustafa Kemal, yeni rejime şüphe ile bakanların bile saydığı, en azından kuvveti takdir edilen bir şahsiyettir. İçinden geçilen badirelerin, alınan yenilgilerin özdeşleştirildiği, eski adamlar ile alakası kurulmayan bir lider olmuştur. Modern ulus-devlet inşasına girişen yeni rejimin elindeki rıza üretim kaynaklarının kıtlığında, Atatürk imgesine yatırım yapmak, Cumhuriyet değerlerini Atatürk imgesi üzerinden meşrulaştırmak mantıklı bir stratejidir. Mustafa Kemal de bunun farkında olarak zatinin kültleştirilmesine milli bir misyon yüklemiş olsa gerekir. Ayrıca çoğu İttihatçılıktan gelen Cumhuriyetin kurucu elitini komitenin çok liderli yapısını bir zaaf kaynağı olduğuna ikna etmek zor olmamıştır. 1917'de Çanakkale'de Yarbay rütbesi ile mevzi taktik düzeyde gösterdiği başarıların, liderlik strateji düzeyine taşınarak; savaşın esas kahramanı olarak yüceltilmesi de o zamandan beri bu büyüünün parçasıdır. Mustafa Kemal aldığı Atatürk soyadı ile milletin töresinin kurucusu ve taşıyıcısı, Türklerin vasisi ve velisi olmuştur. CHP'nin 1938 kongresinde millet, atası etrafında toplanmış halk olarak tanımlanmıştır”(Bora, 2017: 121-123).

SONUÇ

Weber'in karizmatik otorite kavramının ihtiva ettiği kutsallığın kişi kültürünün analizinde bir hareket noktası olarak kabul edilmesiyle birlikte, tarihe yön veren liderlerin kültleşmeden önce kazandıkları karizma, liderin liderliğine güç katarken aynı zamanda kültleşme sürecini başlatmış, iktidarın yeniden üretilmesini sağlamıştır. Efsanevi özellikler ya da yüceleştirmelerin gerçeküstü, insanüstü ve doğaüstü anlamlar kazanmasının nedeni budur. Bu abartılı iş, liderin kimi zaman kontrolünde kimi zaman ve çoğunlukla ölümünden sonra kendiliğinden, sistemi koruyanlarca sürdürülen bir mekanizmadır. İdealize edilen kişi, kendisine yönelik yüceltmelerin sürekli bir hale gelmesiyle, varolan karizmasına başka birçok sıfat ekleyerek devleşir. Bu süreç, Türkiye'de sultani geleneğin ve dinsel kültürün dolayısıyla devlet geleneğinin bir parçası ve sonucudur. İmparatorluktan sonra, Ulusal Kurtuluş Savaşı'ndan kazanılan zafer, zaferi kazanan karizmatik Başkumandan Atatürk'ün, O'nun gelişini bekleyenlerin yüceltmeleriyle birleşen kutsiyeti, kültleşmeyi hazırlamış, rejimin ideolojik kurgusu ve kurumsallaşması tamamlandığında ise imge külte dönüşmüştür. Kültün sistematik bir şekilde ve dinsel terimlerle kutsiyet içererek kültleşmesi bu minvalde 1930'lu yıllar ve özellikle tek parti dönemi boyunca gerçekleşmiştir.

Atatürk kültürünün kurulması ve kurumsallaşması, Atatürk'ün kendi kuralının meşruluğunu sağlamak için “karizma üretmeye” yönelik bir algı yaratma girişimini de temsil etmektedir. Kitle iletişim araçlarının manipülasyonu ile Atatürk, 1930'lara girerken birbiri ardına gerçekleştirdiği devrimler ve bu devrimlere yönelik muhalefeti dizginleme çabası neticesinde, oluşturduğu yeni düzeni korumuş, koruduğu düzen içinde yüceltildikçe iktidarının meşruiyetini sağlamıştır. Politik sembollerin iktidara en önemli katkısı bu sembollerin iktidarın meşrulaştırılmasındaki rolüdür. Kültleşme sürecinde Atatürk kültü ve bu kült etrafında oluşan tüm ritüel ve pratikler son tahlilde iktidara ve yeni rejimi meşrulaştırmaya hizmet etmiştir.

KAYNAKÇA

- Aybars, E. (1995). *İstiklal Mahkemeleri* (Cilt 1-2). İzmir: İleri Yayınları.
- Benli, H. T. (2000). Ulus Heykeli. *Kebikeç*, 5(9), 131-139.
- Bora, T. (2017). *Cereyanlar* (17 b.). İstanbul: İletişim Yayınları.
- Daldal, A. (1998, Ocak). Mustafa Kemal Kültü. *Birikim*(105-106), 1-12.
- Glytips, L. (2008). Living up to the Father: The National Identity Prescription of Remembering Atatürk: his home, his grave, his temple. *National Identities*, 10(4), 353-372.
- Hakimiyet-i Milliye*. (1926). Ankara.
- Hunter, S. G. (2012). *Love and Exploitation: Personality Cults, Their Characteristics, Their Creation and Modern Examples*. Athens.
- Kabacalı, A. (1990). *Başlangıcından Günümüze Türkiye'de Basın Sansürü*. İstanbul: Gazeteciler Cemiyeti Yayınları.
- Karaosmanoğlu, Y. K. (2004). *Atatürk* (7 b.). İstanbul: İletişim Yayınları.
- Lane, C. (1984). Legitimacy and Power in the Soviet Union through Socialist Ritual. *British Journal of Political Science*, 14(2), 207-214.

- Lu, X., & Soboleva, E. (2014). Personality Cult in Modern Politics: Cases From Russia and China. *Berlin Freie Universität Center of Politics Working Paper Series, 1*, 1-29.
- Ortaylı, İ. (2018). *Gazi Mustafa Kemal Atatürk*. İstanbul: Kronik Kitap.
- Pisch, A. (2016). *The Personality Cult of Stalin in Soviet Posters, 1929-1953*. Australia: Australian National University.
- Rees, E. A. (2004). Introduction: Leader Cults, Varieties and Preconditions. B. Apor, J. C. Behrends, C. Jones, & E. A. Rees içinde, *The Leader Cult in Communist Dictatorships: Stalin and the Eastern Bloc* (s. 1-26). Palgrave Macmillan.
- Tekiner, A. (2014). *Atatürk Heykelleri* (2 b.). İstanbul: İletişim Yayınları.
- Tucker, R. C. (1968). The Theory of Charismatic Leadership. *Daedalus*, 97(3), 731-756.
- Tunçay, M. (2015). *Türkiye Cumhuriyet'nde Tek Parti Yönetiminin Kurulması 1923-1931* (7 b.). İstanbul: Tarih Vakfı Yurt Yayınları.
- Ünder, H. (2011). Atatürk İmgesinin Siyasal Yaşamdaki Rolü. A. İnel (Dü.) içinde, *Modern Türkiye'de Siyasi Düşünce : Kemalizm* (Cilt 2, s. 138-155). İstanbul: İletişim Yayınları.
- Weber, M. (1994). *Weber: Political Writings*. (P. Lassman, & S. Ronald, Dü) United Kingdom: Cambridge University Press.
- Ziya Gökalp. (1976). *Şaki İbrahim Destanı ve Bir Kitapta Toplanmamış Şiirler*. İstanbul: Milli Eğitim Basımevi.
- Zürcher, E. J. (1995). *Milli Mücadelede İttihatçılık*. (N. Salihoğlu, Çev.) İstanbul: Bağlam Yayınları.

YAZILIM PROJELERİNDE YAZILIM GELİŞTİRİCİLERİN YAZILIM SÜREÇ MODELLERİNİ KULLANIM FARKINDALIKLARI

Geliş Tarihi (Received Date) 03.07.2018
Kabul Tarihi (Accepted Date) 20.11.2018

Mustafa KESKİNKILIÇ¹
Esra ÖZMEN²

Özet

Yazılım projelerinin vazgeçilmez elemanları yazılım geliştiricilerdir. Yazılım geliştiriciler işlerini yaparken bir dizi süreç, araç ve yöntemler kullanmak durumundadırlar. Kaliteli ve verimli yazılım geliştirmek için sadece en uygun yazılım süreç modelinin, yazılım geliştirme araç ve yönteminin kullanılması bir zorunluluktur. Bir yazılım projesinde kullanılacak yazılım süreç modelinin, sonradan da izlenebilecek kendine özgü adımları olduğu için, proje aşamasından sonra ortaya çıkabilecek hata veya eksiklikler yazılım geliştiricilerden bağımsız olarak değerlendirilebilecektir. Bu yüzden bir yazılım projesinde kullanılacak yazılım süreç modeli, geliştirme araç ve yöntemi yazılım geliştiriciler tarafından kapsamlı bir şekilde bilinmelidir. “Yazılım geliştiriciler yazılım süreç modellerini kullanıyorlar mı?”, “Yazılım geliştiriciler yazılım süreç modelleri hakkında bilgi düzeyleri nedir?” sorularının yanıtı, projenin başarısı için önem arz etmektedir. Bu çalışmada, yazılım geliştiricilerin yazılım süreç modellerini kullanım durumları ile yazılım süreç modelleri farkındalık düzeyleri arasında farklılık araştırılmıştır. Ayrıca, yazılım geliştiricilerin yazılım mühendisliği yöntem bilimleri hakkındaki algıları, bilgi düzeyleri ve kullandıkları yazılım süreç modelleri hakkındaki farkındalık düzeyleri ortaya konulmaya çalışılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Yazılım Projesi, Yazılım Geliştirme, Yazılım Süreç Modelleri

SOFTWARE DEVELOPERS' AWARENESS OF USING SOFTWARE PROCESS MODELS IN SOFTWARE PROJECTS

Abstract

Software developers are the indispensable elements of software projects. Software developers should use a number of processes, tools and methods to do their jobs. It is important to use the most appropriate software process model, development tool and method to improve quality and efficiency software. Since the software developments models are not usually selected by the software developers, they can be held responsible for the model based issues that arise in the projects. Therefore, software process model to be used in a software project, development tools and methods should be known extensively by software developers. Answers to the questions like “Do software developers use software process models?”, “What is the level of knowledge of software developers about software process models?” are important for the success of the project. In this study, the differences between software developers' use of software process models and their levels of awareness regarding these models are investigated. Moreover, perceptions of the software developers about the software engineering methodologies, their levels of knowledge, and their levels of awareness regarding the software process models are analyzed.

Keywords: Software Project, Software Development, Software Process Models

1. GİRİŞ

Yazılım Projelerini gerçekleştiren ve bu sürecin vazgeçilmezi olan yazılım sektörünün önemi günümüzde daha iyi anlaşılmaktadır. Günlük hayatın iş süreçlerini elektronik ortamda gerçekleştirmek için birçok yazılım projesi gerçekleştirilmektedir. Gerçekleştirilen bu projelerin kaliteli sonuçlar üretebilmeleri için, proje geliştirilirken yazılım proje yönetimi ile ilgili yöntemlerin kullanılması beklenmektedir (Gürbüz, 2010: 176).

Yazılım, bir bilgisayar sisteminin çalışması, yönetilmesi veya bilgisayarda bir işin yapılması amacı ile oluşturulan programlardır. Bir diğer tanımda ise yazılım, bilgisayar sisteminin çalışmasını sağlayan bilgisayar programları, prosedürler ve ilişkili verilerin bütünü olarak tanımlanır. Günümüzde kısaca problem ile çözüm arasında bir ara yüz olarak değerlendirilebilir.

Bilgisayar yazılımları genellikle sistem yazılımları ve uygulama yazılımları olmak üzere iki sınıfa ayrılmaktadır. Aygıt sürücülerini, işletim sistemleri, uygulama sunucuları gibi sistem yazılımları,

¹ Dr. Öğr. Üyesi, Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Yönetim Bilişim Sistemleri Bölümü, muskes@atauni.edu.tr

² Doktora öğrencisi, Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Yönetim Bilişim Sistemleri Anabilim Dalı, ozmenesra25@gmail.com

bilgisayarın çalışması için gerekli olan ana fonksiyonları yerine getirirken; uygulama yazılımları ise bir arayüz vasıtasıyla kullanıcıdan veri alıp işleyen ve sonuçları yine kullanıcıya gönderen, diğer bir deyişle bilgisayarı kullanıcıların işlerine çözüm bulmalarını sağlayan stok takip programı, personel izleme sistemi, üniversite otomasyonu, muhasebe programları gibi yazılımlardır (Erten, 2016). Ancak bu yazılımların geliştirilmesi işinde tıpkı diğer tüm alanlarda olduğu gibi belirli bir disiplin içerisinde, belirli yöntem, araç ve teknikler kullanılarak yapılması gerekmektedir. Bu noktada yazılımın geliştirilmesi, işletilmesi ve bakım sürecini sistematik, disiplinli ve niceliksel olarak yöneten yazılım mühendisliği disiplini devreye girmektedir (Radatz, Geraci ve Katki, 1990: 84). Yazılım mühendisliği, yazılım geliştirme işinin çeşitli mühendislik yöntemleriyle yapılmasını ileri süren bir disiplindir. Yazılım mühendisliğinin amacı, kaliteli, sağlam, güvenilir ve isteklere uygun yazılım ürünlerinin geliştirilmesini sağlamaktır (Saridoğan, 2017). Bu bağlamda yazılım mühendisliği; süreç, araç ve yöntemlerden oluşmaktadır (Pressman, 2010).

Dünyada ve ülkemizde birçok yazılım projesi başlatılmakta ancak birçoğu başarısızlıkla sonuçlanmaktadır (CHAOS Report, 2009). Yazılım projelerindeki temel başarısızlık nedenleri şöyle sıralanabilir.

Yazılım projelerinde zincirleme hatalara ve sonuçta başarısızlığa neden olan ta en başta yanlış proje tanımı yapmaktır. Bu hata yanlış isterler analizine neden olmakta, yanlış isterler analizi (sistem analizi) beraberinde hatalı sistem tasarımını getirmektedir. Bu da hatalı yazılım süreçleri oluşturmaya neden olmaktadır. Hatalı yazılım süreçleri ise yanlış araç ve yöntem kullanımını getirmekte bu da uygun niteliklere sahip olmayan yazılım geliştirici seçimini doğurmaktadır. Tüm bunların sonucunda doğru ve uygun yazılım modelinin de seçimi yapılamayacağından yazılım projesinin başarısız olması kaçınılmaz olmaktadır.

En genel bakış açısıyla, yazılım projelerinin başarısı, yani istenen kalitede yazılım ürünü elde etmenin yolu, süreç iyileştirmeye dayalı yazılım kalite yaklaşımından geçmektedir. Buna göre en başta bir yazılım projesi süreç iyileştirmeyi esas alarak başlamalı; doğru sistem analizi ve tasarımı çerçevesinde yazılım süreçlerini iyileştirmeli; yazılımı geliştirirken uygun araç ve yöntemler ile uygun yazılım süreç modelini kullanarak istenen kalitede yazılım ürünü elde etmeye çalışmalıdır.

Bir yazılım projesinde yazılım geliştirmeyi sağlayan birbiriyle ilişkili ve tutarlı etkinliklerin tamamı yazılım sürecini oluşturmaktadır. Yazılım süreç iyileştirme ise iyileştirme etkinliklerinin planlanması ve uygulanması için gereken iş dizisi, araç ve tekniklerinden oluşur (Aysolmaz, Yıldız ve Demirörs, 2011).

Yazılım geliştirme işi tekrarlanabilir adımlardan oluşan bir süreçten oluşmaktadır. Bu süreci gerçekleştirebilmek için birçok yöntem bulunmaktadır. Hangi yöntem kullanılırsa kullanılsın genel olarak yazılım geliştirme işi, tanımlama, geliştirme ve bakım adımlarından oluşmaktadır. Yazılım geliştirme işleminde belirli yöntemlerin kullanılması, yazılım geliştirirken yapılması gereken aşamaların hatırlanmasını sağlamakta, böylelikle önemli aşamaların gözden kaçmasına mani olmaktadır (Saridoğan, 2017). Yazılım süreç modelleri genellikle yazılım evrimini gerçekleştirmeye yönelik stratejileri içeren faaliyetlerin, nesnelerin, dönüşümlerin ve etkinliklerin bağlantılı bir dizisini temsil eder. Bu tür modeller, yazılım yaşam döngüsü faaliyetlerinin daha kesin ve resmileştirilmiş açıklamalarını geliştirmek için kullanılabilir (Scacchi, 2002).

Stephens (2015) yazılım süreç modellerini; tahmine dayalı (precdiver) modeller, yinelemeli (iterative) modeller ve hızlı uygulama geliştirme modelleri (RAD) olmak üzere üç başlık altında sınıflandırmaktadır. Bu çalışmada ele alınmış modeller; kod eksenli yazılım geliştirme modeli, doğrusal modeller (şelale modeli – V modeli), yinelemeli geliştirme modelleri (artımlı geliştirme modeli (literatürde artırımlı ve artırımsal olarak da geçmektedir), evrimsel geliştirme modeli, spiral model), hızlı uygulama geliştirme modeli (RAD), rasyonel birleştirilmiş süreç modeli (RUP) ve prototip modelleridir.

Kodla ve düzelt olarak da adlandırılan kod eksenli yazılım geliştirme modelinde ihtiyaç analizi tam olarak bitmeden ya da kısmen tamamlanmış olarak, herhangi bir tasarım yapmadan doğrudan kodlama işlemine geçilmektedir (Nizam, 2015).

Doğrusal modeller şelale ve V modeli olmak üzere iki sınıfa ayrılmaktadır. Klasik çevrim modeli olarak da adlandırılan şelale modeli genellikle gereksinimleri tam olarak belirlenmiş ve gereksinimleri değişmeyen projelerde kullanılmaktadır. Şelale modeli analiz, tasarım, kodlama, test ve destek adımlarından oluşmaktadır (Pressman, 2010). Şelale modelinde ilk olarak gereksinimler belirlenerek gözden geçirilir ve onaylama işlemi yapılır. Daha sonraki adım da yine gözden geçirilerek onaylanır. Sonraki adımlarda da bu şekilde “gözden geçir-uygunsa onayla” işlemi devam etmektedir. Genel olarak şelale modelinde bir adım kendisinden önceki adım tamamlanmadan başlamamaktadır. Örneğin; kodlama adımı, kendisinden önce yer alan tasarım adımı tamamlanmadan başlayamaz. Kodlama adımına geçildiği an tasarım adımının tamamının bittiği anlamına gelmektedir. Şelale modelinin odaklandığı nokta her adımın dokümanlarla gerçekleştirilmesidir (Pauca, 2003). Bu model dokümantasyon odaklı olduğu için hem çok maliyetli hem de uzun zaman almaktadır. Maliyet nedeniyle son aşamaya bırakılan problemler müşteri ihtiyaçlarına dönüt vermeyi zorlaştırmaktadır (Gül, 2006). Müşteri ihtiyaçlarının net olarak anlaşıldığı ve büyük projelerde kullanılması önerilmektedir (Sommerville, 2000). Şelale modelinin en büyük dezavantajı ise değişikliklere karşı esnek olmamasıdır (Sommerville, 2011). Şelale modeli, yazılım geliştirme sürecinde “tasarımdan önce tanımla, kodlamadan önce tasarla” ilkelerini desteklemektedir (Munassar N.M.A., Govardhan A., 2012). V modeli, şelale modelinin biraz daha gelişmiş sürümü olarak adlandırılabilir. Kontrol adımları daha iyi organize edilmiştir. Modelin diyagram gösterimi V harfine benzediği için bu adı almıştır. V modeli test planlarının yaşam döngüsünün daha erken safhasında geliştirilmesi nedeniyle şelale modelinden daha başarılı bir model olarak görülmektedir (Munassar ve Govardhan, 2012; Nizam, 2015).

Artımlı, evrimsel ve spiral yazılım geliştirme modelleri yinelemeli geliştirme modellerindedir. Artımlı geliştirme modelinde ihtiyaçlar başlangıçta büyük oranda bellidir. Modelde sistem fonksiyonlara ayrılmaktadır. Yani müşteri ürünü kullanmak için tüm sistemin bitmesini beklemeyi ve belirlenen kritik ihtiyaçlarla geliştirilen yazılım kullanılmaya başlanır. Hazırlanan prototiplerle müşteri deneyim kazanır ve süreç içerisinde müşteriye daha çok yer verilir. Şelale modeline göre daha az risklidir ve herhangi bir başarısızlık tüm projeye yayılmaz. En başta kritik ihtiyaçlar belirlendiği için sistemdeki önemli parçalar en çok teste tabi tutulur ve bu parçalarda hata ile karşılaşılma olasılığı oldukça düşüktür (Sommerville, 2000). Evrimsel geliştirme modeli, artımlı geliştirme modelinin biraz daha gelişmiş halidir. Artımlı geliştirme modelinde ihtiyaçların başlangıçta belirli olma gereksinimi bu modelde kaldırılmıştır. İhtiyaçlar tam olarak belli olmasa bile bu model ile yazılım geliştirilebilmektedir (Nizam, 2015). Spiral model, şelale modelinin, artımlı geliştirme modelinin ve evrimsel geliştirme modelinin gelişmiş halidir. Boehm tarafından 1988 yılında geliştirilen modelin her döngüsünde müşteri iletişimi, planlama, risk analizi, mühendislik, kurulum ve müşteri değerlendirmesi gibi görev alanları tekrar edilerek yazılım modeli tamamlanmaktadır. Spiral modelin risk odaklı olması ve sürecin sarmal şeklinde ilerlemesi diğer modellerden farkını ortaya koymaktadır (Sommerville, 2011). Diğer yinelemeli geliştirme modelleri özelliklerine ek olarak risk değerlendirmesi yapmaktadır (Boehm, 1988: 61). Geliştirici her bir çevrimde riskleri anlamakta ve bu risklere göre önlem almaktadır. Böylece olası hataların önüne geçilmektedir (Saridoğan, 2017).

Hızlı uygulama geliştirme modelinin temel hedefi, yüksek kaliteli sistemleri, düşük maliyet ile hızlı geliştirme ve teslim etmekten oluşmaktadır (Beynon, 1999: 211). Gereksinimler iyi anlaşılırsa ve proje kapsamı sınırlandırılmışsa, bu model ile kısa zaman dilimlerinde (örneğin 60 ile 90 gün) tam işlevli bir yazılım geliştirilebilmektedir.

Öngörülebilir bir program ve bütçe içerisinde son kullanıcıların ihtiyaçlarını karşılayan yüksek kaliteli yazılım geliştirme modeli olan rasyonel birleştirilmiş süreç modeli kullanmak isteyen kuruluşların gereksinimlerine uyacak şekilde uyarlanabilmekte ve genişletilebilmektedir. Başlangıç, olgunlaşma veya düzenleme, yapım ve geçiş olarak dört adımdan oluşmaktadır. Başlangıç aşamasında gereksinimler belirlenirken, olgunlaşma aşamasında riskler belirlenmekte ve bir prototip oluşturulmaktadır. (Kruchten, 2004).

Gereksinimlerin net olarak bilinmediği yazılım projelerinde kullanılan prototip modelde, ilk aşamada belirlenebilen gereksinimler belirlenir ve bir prototip oluşturulur. Oluşturulan prototip değerlendirildikten sonra yapılması gereken diğer gereksinimler belirlenir ve başka bir prototip daha oluşturulur. Gereksinimler tam olarak belirlenene kadar yazılımın yeni bir prototipi oluşturulur.

Gereksinimler tam olarak belli olduktan sonra, istenilen yazılım bütün olarak gerçekleştirilir (Gürbüz, 2010). Örneğin, yeni bir araba geliştirilirken, bir veya daha fazla prototip ayrı ayrı oluşturulacaktır. Bu prototipler, bir üretim hattı kurulmadan önce yoğun bir şekilde test edilir. Yazılım geliştirme ile benzer bir yaklaşım izlemek mümkündür. Prototipleme, bir sistemin ilk sürümünü inşa etme pratiğidir, bu da nihai sistemin tüm özelliklerini yansıtmaz (Bell, 2005).

Literatüre bakıldığında yazılım süreç modelleri konusunda birçok çalışmanın yapıldığı görülmektedir. Akyol 2008 yılında gerçekleştirdiği anket ile 2001 yılında Türkiye Kalite Derneği (KalDer) Yazılımda Toplam Kalite Yönetimi Uzmanlık Grubu tarafından gerçekleştirilen “Yazılım Sektörü Anketini” tekrar ederek, Türkiye’de yazılım mühendisliği ve yazılım yönetimi uygulamalarının o zamana göre son yedi yıl içerisindeki gelişimini ve mevcut olgunluk düzeyini değerlendirmiştir. Yazılım mühendisliği metodlarının kullanımının 2001-2008 yılları arasında yaklaşık %10’luk bir artış gösterdiği bu çalışma neticesinde bulunmuştur (Akyol, 2009).

Garousi ve arkadaşları Türkiye’deki yazılım mühendisliği uygulamaları üzerine bir çalışma yapmışlardır. Çalışma neticesinde Türkiye’de yazılım geliştirme esnasında eski bir yöntem olmasına rağmen şelale yönteminin kullanımının yaygın olduğu bulunmuştur (Garousi, Coşkunçay, Can ve Demirörs, 2015: 148).

Gül ise işletme özellikleri, yazılım geliştirme sürecinde kullanılan modellerin genel durumu, proje yönetim süreci, geliştirme süreci ve yazılım geliştirme projelerinin başarı kriterlerinin olduğu beş bölümlük bir anket çalışması sonucunda yazılım geliştiricilerin yazılım mühendisliği metodları hakkında daha fazla akademik bilgi sahibi olmaları gerektiği sonucuna ulaşmıştır (Gül, 2006: 151).

Yazılım süreçlerinin karşılaştırılması ve seçimi amacıyla Hindistan yazılım sektöründe yapılan bir çalışmada (Mahanti, Neogi ve Bhattacharjee, 2012) yazılım süreç modellerinin; ihtiyaçların anlaşılma seviyesi, karmaşıklık derecesi, müşteri katılım seviyesi, beklenen risk derecesi, proje süresi, geliştiricilerin yeteneği ve proje büyüklüğü gibi kriterler dikkate alınmıştır. Çalışma sonucunda yazılım süreç modellerinin seçimi büyük ve karmaşık projeler, küçük ve orta projeler, her seviye projeler olmak üzere üç başlıkta sınıflandırılmıştır. Fakat çalışmada belirlenen kriterler içerisinde bulunan yazılım geliştiricilerin yeteneği kriteri içerisinde geliştiricilerin kullanacakları yazılım süreç modelleri hakkındaki farkındalık seviyelerine değinilmemiştir.

Yazılım süreç modellerinin seçimi ile ilgili yapılan bazı çalışmalarda ise maliyet, ülkeye özgü düzenlemeler, geçmiş tecrübe ve eğitim seviyesi ile müşteri ve yazılım şirketi tercihlerinin model seçimi üzerinde etkili olabileceği gösterilmiştir. Bir çalışmada da otuz beş parçalık kriter seti yazılımlara uygulanmış ve kullanılan yazılım süreç modeli bulunmuştur. Ayrıca herhangi bir proje için yeterli olan koşulların başka bir proje için yetersiz olabileceği sonucuna varılmıştır (Ocaktan ve Yıldıztekin, 2011). Yazılım yöneticileri ve geliştiricilerinin bir yazılım projesine başlamadan önce doğru model seçimi konusunda önerilere ihtiyaçları vardır. Bu yüzden yazılım süreç modelleri, kullanım yerleri, nedenleri ve oranları ile farkındalık seviyeleri üzerinde daha fazla çalışma yapılmasına ihtiyaç vardır.

Verilen literatüre göre yazılım geliştiricilerin yazılım mühendisliği yöntem bilimleri hakkında eksiklikleri bulunmaktadır. Bu çalışma ile yazılım geliştiricilerin yazılım mühendisliği yöntem bilimlerinin önemli konularından biri olan yazılım süreç modelleri hakkındaki bilgi düzeyleri ölçülmek istenmiş, yazılım geliştiricilerin yazılım süreç modelleri hakkındaki bilgi düzeylerinin nasıl artırılacağına dair öneriler sunulmuştur. Çalışmanın araştırma sorusu ise “Yazılım geliştiricilerin yazılım süreç modellerini kullanım durumları ile yazılım süreç modelleri farkındalık yanıtları arasında anlamlı bir farklılık var mıdır?” şeklindedir.

2. YÖNTEM

Yazılım geliştiricilerinin bir ürünü ortaya koymak için yazılım mühendisliği yöntemlerini ne derecede kullandıklarını ve kullandıkları yöntemlerin farkında olma düzeylerini ortaya koyabilmek için “Yazılım Geliştiricilerin Yazılım Süreç Modellerini Kullanma Farkındalıkları Düzeyini Belirleme Anketi” oluşturulmuştur (Ek 1). Anket, kullanılan yazılım geliştirme modellerinin aşamaları, birbirine göre farkları ve üstünlükleri başta olmak üzere, literatürdeki çalışmalar incelenerek ve uzmanlardan görüş alınarak oluşturulmuştur.

Oluşturulan anket demografik bilgiler bölümü ve yazılım süreç modelleri üzerine yöneltilmiş sorular bölümü olmak üzere iki bölümden oluşmaktadır. Çalışma kapsamında; kod eksenli yazılım geliştirme, şelale modeli, V modeli, artımlı geliştirme modeli, evrimsel model, spiral model, hızlı uygulama geliştirme modeli, rasyonel birleştirilmiş süreç modeli, prototip model olmak üzere dokuz ayrı yazılım geliştirme modeli üzerinde durulmuştur. Bu anket; modellerin aşamaları, farkları ve birbirleri üzerindeki üstünlükleri göz önünde tutulmuş ve beşli likert ölçeği şeklinde 23 adet sorudan oluşmaktadır. Ölçek içerisinde yer alan modeller, soru sayıları ve Ek 1’de yer alan soru numaraları Tablo 1’de gösterilmiştir.

Bu aşamadan sonra elde edilen ölçek, seçkisiz olmayan örnekleme yaklaşımlarından amaçsal örnekleme (Büyüköztürk, Çakmak, Akgün, Karadeniz ve Demirel, 2014) ile oluşturulmuş toplamda kırk dört katılımcıya uygulanmıştır. Katılımcılar Atatürk Üniversitesi’nin farklı fakülte ve merkezlerindeki yazılım geliştirme biriminde görev yapan akademik ve teknik kadroda görev yapan personellerden oluşmaktadır. Ölçeği uygulama aşamasında örneklem grubuna anket hakkında ek bir açıklama yapılmamış olup, yazılım geliştirme modelleri terimlerini bildikleri varsayılmıştır. Değerlendirme aşamasında ise örneklem grubundan toplanan veriler analiz edilmiştir.

Yazılım Geliştirme Modeli	Soru Sayısı	Soru Numarası (Ek 1)
V Modeli	2	1-2
Şelale Modeli	5	3-7
Prototip Model	2	8-9
Spiral Model	2	10-11
Evrimsel Model	3	12-14
Artımlı Geliştirme Modeli	3	15-17
Kod Eksenli Geliştirme Modeli	1	18
Hızlı Uygulama Geliştirme Modeli	1	19
Rasyonel Birleştirilmiş Süreç Modeli	4	20-23

Tablo 1. Yazılım Geliştiricilerin Yazılım süreç modellerini Kullanma Farkındalıkları Düzeyini Belirleme Anketi İçerisinde Bulunan Model Bilgileri

Örneklem grubundan elde edilen veriler bağımsız örneklem t testi ile analiz edilmiştir. Bağımsız örneklem t testi her bir model için ayrı ayrı uygulanmış olup katılımcıların hangi model üzerinde kullanım farkındalıklarının olup olmadığı tespit edilmiştir.

3. BULGULAR

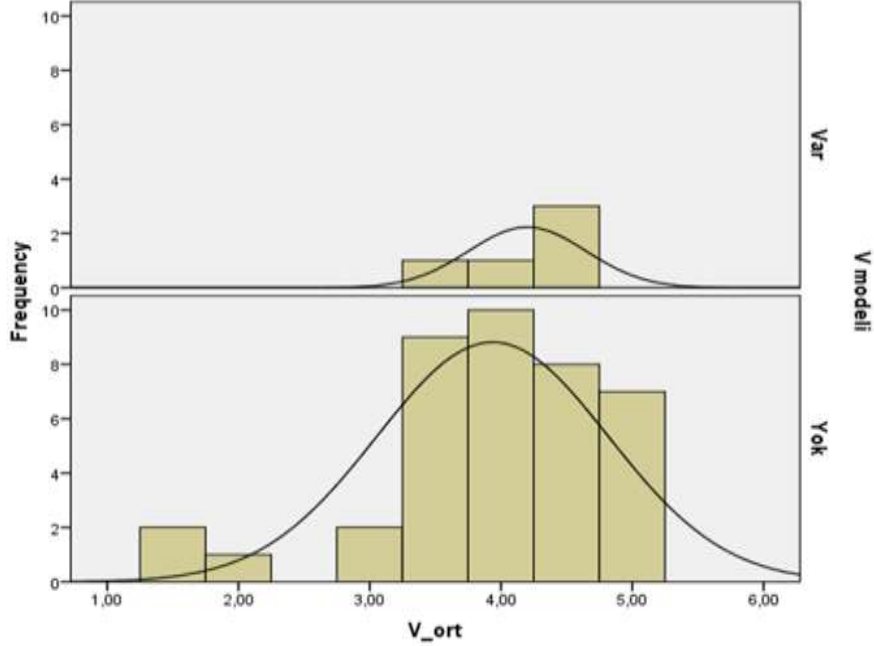
V modelini kullandığını ve kullanmadığını ifade eden yazılım geliştiricilerin V modeline yönelik yargılara katılma düzeyi ortalamalarının farklı olup olmadığını tespit etmek için yapılan bağımsız örneklem t testi analizi sonucunda elde edilen veriler Tablo 2.’de sunulmuştur.

Değişken	Grup	N	\bar{X}	SS	t	sd	p
V Modeli	V modelini kullanan	5	4.2	.45	.65	4	.51
	V modelini kullanmayan	39	3.93	.88	1.07	38	.31

Tablo 2. V Modelini Kullandığını ve Kullanmadığını İfade Eden Yazılım Geliştiricilerin, V Modeli Yargılarına Katılma Düzeyi Ortalamaları Arasındaki Farklılık

Tablo 2. incelendiğinde bağımsız örneklem t testi sonuçlarına göre V modelini kullandığını ifade eden yazılım geliştiricilerin V modeli yargılarına katılma düzeyi ortalaması ($\bar{X} = 4.2$) ile V modelini kullanmadığını ifade eden yazılım geliştiricilerin V modeli yargılarına katılma düzeyi ortalaması ($\bar{X}=3.93$) arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık görülmemiştir [$t(4)=-.65, p>.05$], [$t(38)=1.07, p>.05$].

V modelini kullandığını ve kullanmadığını ifade eden yazılım geliştiricilerin V modeline yönelik yargılara katılma düzeyi ortalamaları ve dağılımları sonucunda elde edilen veriler Grafik 1.'de sunulmuştur.



Grafik 1. V Modelini Kullandığını ve Kullanmadığını İfade Eden Yazılım Geliştiricilerin Model Yargılarına Katılma Düzeyleri

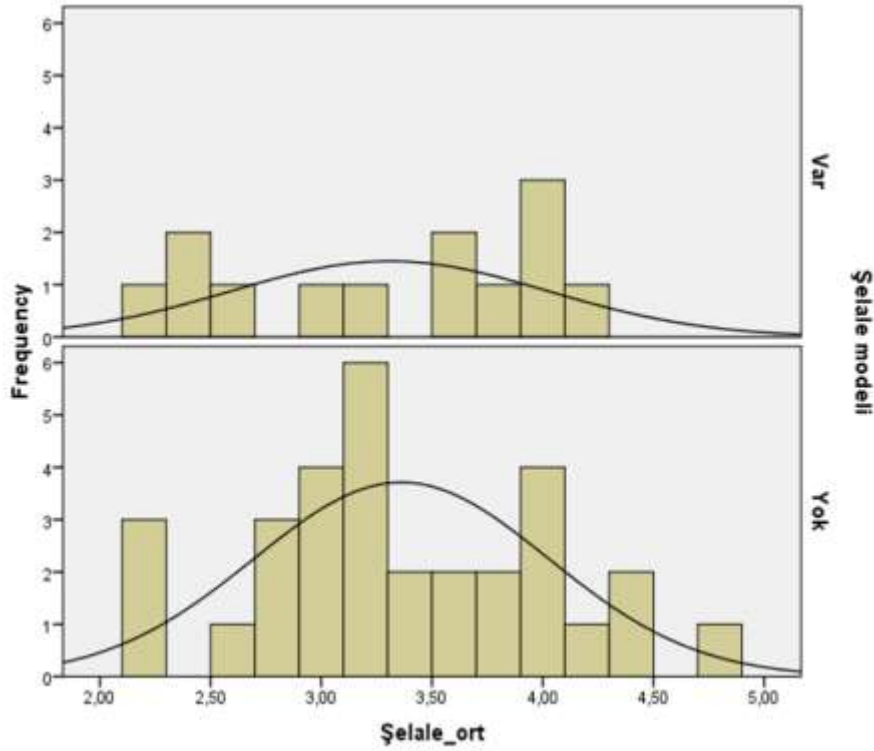
Şelale modelini kullandığını ve kullanmadığını ifade eden yazılım geliştiricilerin şelale modeline yönelik yargılara katılma düzeyi ortalamalarının farklı olup olmadığını tespit etmek için yapılan bağımsız örneklem t testi analizi sonucunda elde edilen veriler Tablo 3.'de sunulmuştur.

Değişken	Grup	N	\bar{X}	SS	t	sd	p
Şelale Modeli	Şelale modelini kullanan	13	3.31	.61	-.23	42	.81
	Şelale modelini kullanmayan	31	3.36	.67			

Tablo 3. Şelale Modelini Kullandığını ve kullanmadığını ifade eden yazılım geliştiricilerin, şelale modeli yargılarına katılma düzeyi ortalamaları arasındaki farklılık

Tablo 3. incelendiğinde bağımsız örneklem t testi sonuçlarına göre şelale modelini kullandığını ifade eden yazılım geliştiricilerin şelale modeli yargılarına katılma düzeyi ortalaması ($\bar{X} = 3.31$) ile şelale modelini kullanmadığını ifade eden yazılım geliştiricilerin şelale modeli yargılarına katılma düzeyi ortalaması ($\bar{X}=3.36$) arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık görülmemiştir [$t(42)=-.23, p>.05$].

Şelale modelini kullandığını ve kullanmadığını ifade eden yazılım geliştiricilerin şelale modeline yönelik yargılara katılma düzeyi ortalama verileri Grafik 2.'de sunulmuştur.



Grafik 2. Şelale Modelini Kullandığını ve Kullanmadığını İfade Eden Yazılım Geliştiricilerin Model Yargılarına Katılma Düzeyleri

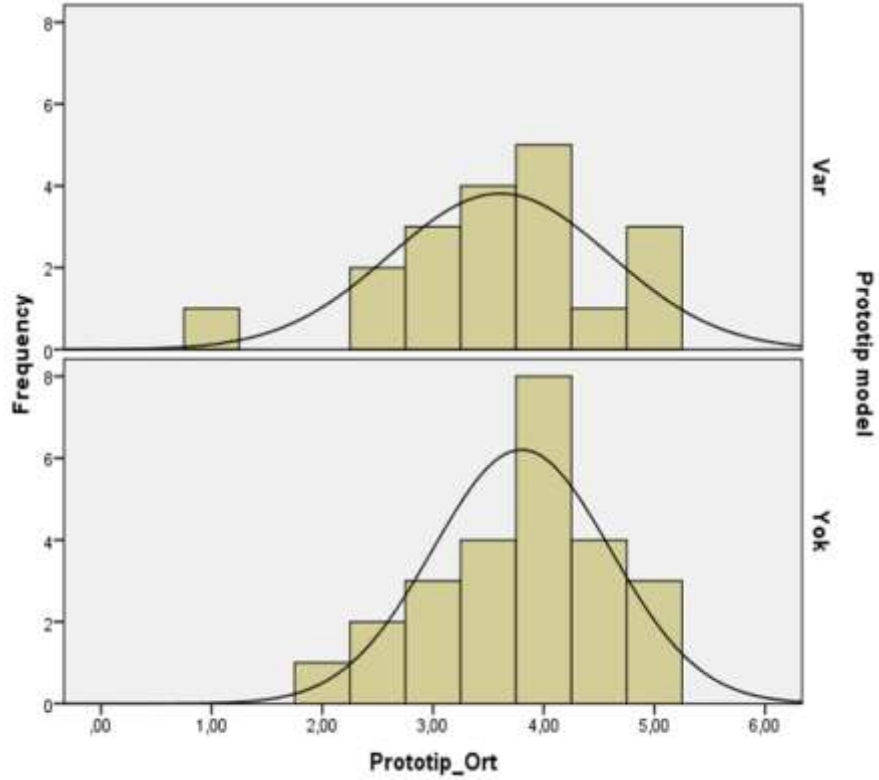
Prototip modeli kullandığını ve kullanmadığını ifade eden yazılım geliştiricilerin Prototip modele yönelik yargılara katılma düzeyi ortalamalarının farklı olup olmadığını tespit etmek için yapılan bağımsız örneklem t testi analizi sonucunda elde edilen veriler Tablo 4.de sunulmuştur.

Değişken	Grup	N	\bar{X}	SS	t	sd	p
	Prototip modeli kullanan	19	3.60	.99			
Prototip Model					-.70	42	.48
	Prototip modeli kullanmayan	25	3.80	.80			

Tablo 4. Prototip Modeli Kullandığını ve Kullanmadığını İfade Eden Yazılım Geliştiricilerin, Prototip Modeli Yargılarına Katılma Düzeyi Ortalamaları Arasındaki Farklılık

Tablo 4. incelendiğinde bağımsız örneklem t testi sonuçlarına göre Prototip modeli kullandığını ifade eden yazılım geliştiricilerin Prototip model yargılarına katılma düzeyi ortalaması (\bar{X} =3.60) ile Prototip modeli kullanmadığını ifade eden yazılım geliştiricilerin Prototip model yargılarına katılma düzeyi ortalaması (\bar{X} =3.80) arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık görülmemiştir [$t(42)=-.70, p>.05$].

Prototip modeli kullandığını ve kullanmadığını ifade eden yazılım geliştiricilerin Prototip modele yönelik yargılara katılma düzeyi ortalamalarının sonucunda elde edilen veriler Grafik 3.'de sunulmuştur.

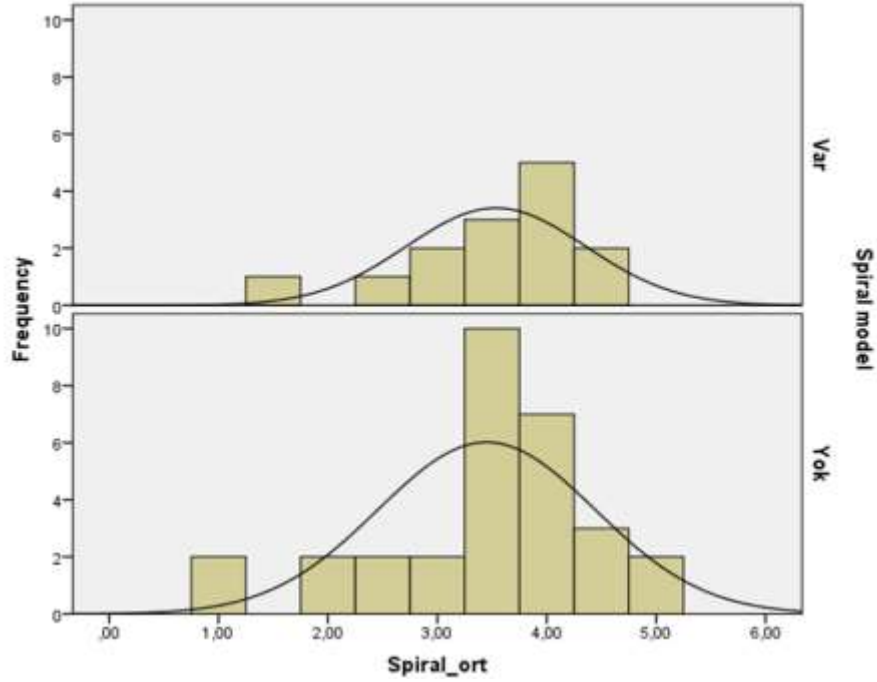


Grafik 3. Prototip Modeli Kullandığını ve Kullanmadığını İfade Eden Yazılım Geliştiricilerin Model Yargılarına Katılma Düzeyleri

Spiral modeli kullandığını ve kullanmadığını ifade eden yazılım geliştiricilerin Spiral modele yönelik yargılara katılma düzeyi ortalamalarının farklı olup olmadığını tespit etmek için yapılan bağımsız örneklem t testi analizi sonucunda elde edilen veriler Tablo 5. ve Grafik 4.'de sunulmuştur.

Değişken	Grup	N	\bar{X}	SS	t	sd	p
	Spiral modeli kullanan	14	3.53	.81			
Spiral Modeli					.29	42	.77
	Spiral modeli kullanmayan	30	3.45	.99			

Tablo 5. Spiral Modeli Kullandığını Ve Kullanmadığını İfade Eden Yazılım Geliştiricilerin, Spiral Model Yargılarına Katılma Düzeyi Ortalamaları Arasındaki Farklılık



Grafik 4. Spiral Modeli Kullandığını ve Kullanmadığını İfade Eden Yazılım Geliştiricilerin Model Yargılarına Katılma Düzeyleri

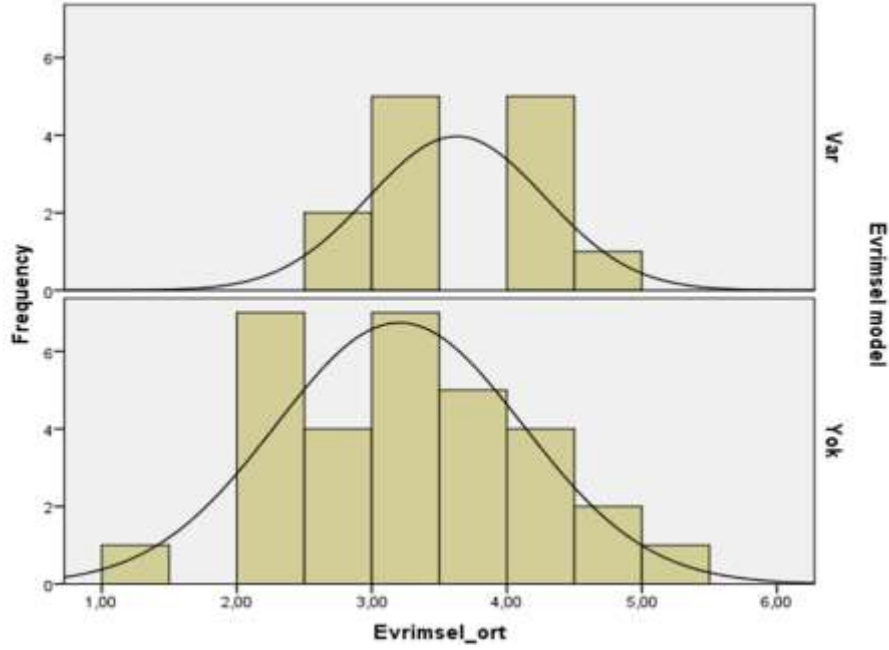
Tablo 5. incelendiğinde bağımsız örneklem t testi sonuçlarına göre Spiral modeli kullandığını ifade eden yazılım geliştiricilerin Spiral modeli yargılarına katılma düzeyi ortalaması ($\bar{X}=3.53$) ile Spiral modelini kullanmadığını ifade eden yazılım geliştiricilerin Spiral modeli yargılarına katılma düzeyi ortalaması ($\bar{X}=3.45$) arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık görülmemiştir [$t(42)=.29$, $p>.05$].

Evrimsel modeli kullandığını ve kullanmadığını ifade eden yazılım geliştiricilerin Evrimsel modele yönelik yargılara katılma düzeyi ortalamalarının farklı olup olmadığını tespit etmek için yapılan bağımsız örneklem t testi analizi sonucunda elde edilen veriler Tablo 6. ve Grafik 5.'de sunulmuştur.

Değişken	Grup	N	\bar{X}	SS	t	sd	p
Evrimsel Model	Evrimsel modeli kullanan	13	3.62	.65	1.50	12	.14
	Evrimsel modeli kullanmayan	31	3.20	.91	1.73	30	.091

Tablo 6. Evrimsel Modeli Kullandığını ve Kullanmadığını İfade Eden Yazılım Geliştiricilerin, Evrimsel Modeli Yargılarına Katılma Düzeyi Ortalamaları Arasındaki Farklılık

Tablo 6. incelendiğinde bağımsız örneklem t testi sonuçlarına göre Evrimsel modeli kullandığını ifade eden yazılım geliştiricilerin Evrimsel model yargılarına katılma düzeyi ortalaması ($\bar{X}=3.62$) ile Evrimsel modelin kullanmadığını ifade eden yazılım geliştiricilerin Evrimsel model yargılarına katılma düzeyi ortalaması ($\bar{X}=3.20$) arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık görülmemiştir [$t(12)=1.50$, $p>.05$], [$t(30)=1.73$, $p>.05$].



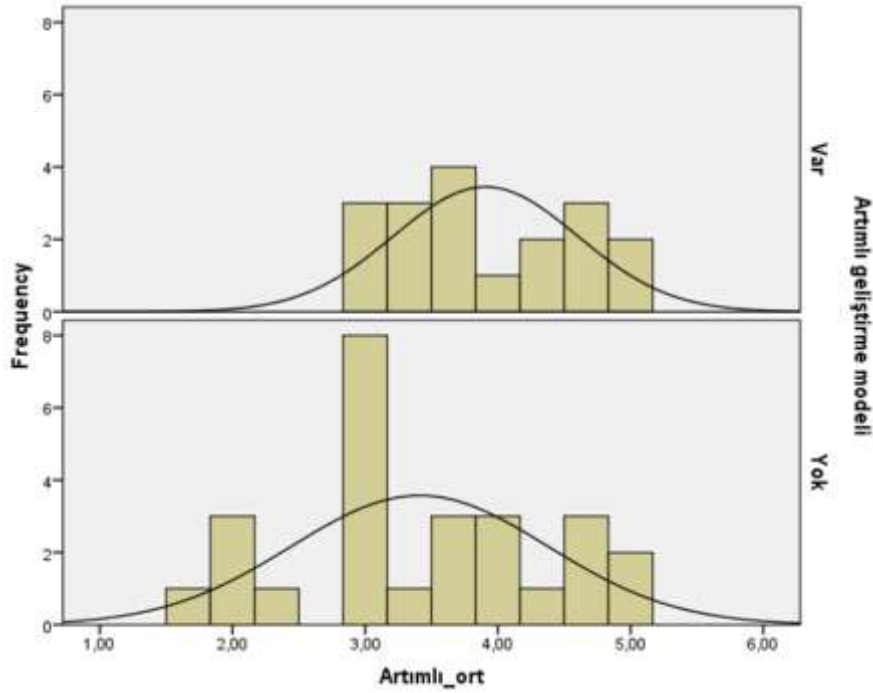
Grafik 5. Evrimsel Modeli Kullandığını ve Kullanmadığını İfade Eden Yazılım Geliştiricilerin Model Yargılarına Katılma Düzeyleri

Artımlı geliştirme modelini kullandığını ve kullanmadığını ifade eden yazılım geliştiricilerin Artımlı geliştirme modeline yönelik yargılara katılma düzeyi ortalamalarının farklı olup olmadığını tespit etmek için yapılan bağımsız örneklem t testi analizi sonucunda elde edilen veriler Tablo 7. ve Grafik 6.'da sunulmuştur.

Değişken	Grup	N	\bar{X}	SS	t	sd	p
Artımlı Geliştirme Modeli	Artımlı geliştirme modelini kullanan	18	3.90	.69	1.87	17	.06
	Artımlı geliştirme modelini kullanmayan	26	3.41	.96	1.98	25	

Tablo 7. Artımlı Geliştirme Modelini Kullandığını ve Kullanmadığını İfade Eden Yazılım Geliştiricilerin, Artımlı Geliştirme Modeli Yargılarına Katılma Düzeyi Ortalamaları Arasındaki Farklılık

Tablo 7. incelendiğinde bağımsız örneklem t testi sonuçlarına göre Artımlı Geliştirme modelini kullandığını ifade eden yazılım geliştiricilerin Artımlı Geliştirme modeli yargılarına katılma düzeyi ortalaması ($\bar{X}=3.90$) ile Artımlı Geliştirme modelini kullanmadığını ifade eden yazılım geliştiricilerin Artımlı Geliştirme modeli yargılarına katılma düzeyi ortalaması ($\bar{X}=3.41$) arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık görülmemiştir [$t(17)=1.87, p>.05$], [$t(25)=1.98, p>.05$].



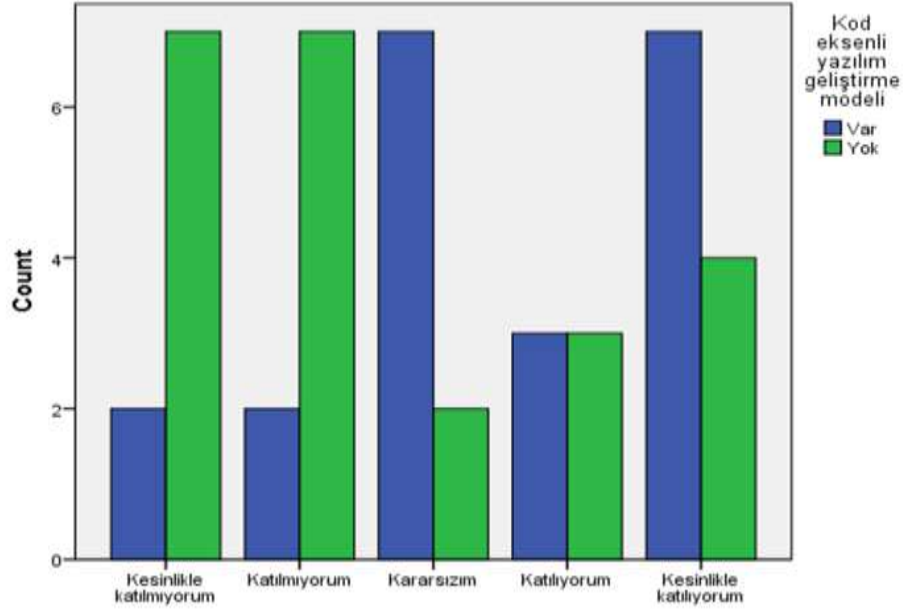
Grafik 6. Artımlı Geliştirme Modeli Kullandığını ve Kullanmadığını İfade Eden Yazılım Geliştiricilerin Model Yargılarına Katılma Düzeyleri

Kod eksenli yazılım geliştirme modelini kullandığını ve kullanmadığını ifade eden yazılım geliştiricilerin Kod eksenli yazılım geliştirme modeline yönelik yargılara katılma düzeyi ortalamalarının farklı olup olmadığını tespit etmek için yapılan bağımsız örneklem t testi analizi sonucunda elde edilen veriler Tablo 8. ve Grafik 7.'de sunulmuştur.

Değişken	Grup	N	\bar{X}	SS	t	sd	p
Kod Eksenli Yazılım Geliştirme Modeli	Kod eksenli yazılım geliştirme modelini kullanan	21	3.52	1.32	2.22	42	.03
	Kod eksenli yazılım geliştirme modelini kullanmayan	23	2.56	1.50			

Tablo 8. Kod Eksenli Yazılım Geliştirme Modelini Kullandığını ve Kullanmadığını İfade Eden Yazılım Geliştiricilerin, Kod Eksenli Yazılım Geliştirme Modeli Yargılarına Katılma Düzeyi Ortalamaları Arasındaki Farklılık

Tablo 8. incelendiğinde bağımsız örneklem t testi sonuçlarına göre Kod eksenli yazılım geliştirme modelini kullandığını ifade eden yazılım geliştiricilerin Kod eksenli yazılım geliştirme modeli yargılarına katılma düzeyi ortalaması ($\bar{X} = 3.52$) ile Kod eksenli yazılım geliştirme modelini kullanmadığını ifade eden yazılım geliştiricilerin Kod eksenli yazılım geliştirme modeli yargılarına katılma düzeyi ortalaması ($\bar{X}=2.56$) arasında istatistiksel olarak anlamlı ve Kod eksenli yazılım geliştirme modelini kullananlar lehine bir farklılık görülmüştür [$t(42)=2.22, p<.05$].



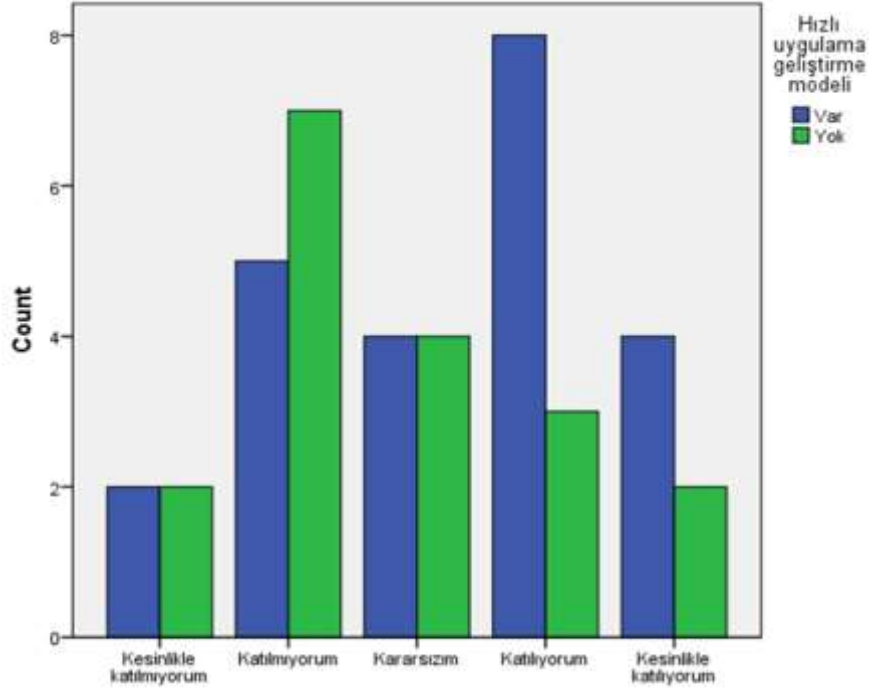
Grafik 7. Kod Eksneli Yazılım Geliştirme Modeli Kullandığını ve Kullanmadığını İfade Eden Yazılım Geliştiricilerin Model Yargılarına Katılma Düzeyleri

Hızlı uygulama geliştirme modelini kullandığını ve kullanmadığını ifade eden yazılım geliştiricilerin Hızlı uygulama geliştirme modeline yönelik yargılara katılma düzeyi ortalamalarının farklı olup olmadığını tespit etmek için yapılan bağımsız örneklem t testi analizi sonucunda elde edilen veriler Tablo 9. ve Grafik 8.'de sunulmuştur.

Değişken	Grup	N	\bar{X}	SS	t	sd	p
Hızlı Uygulama Geliştirme Modeli (RAD)	RAD modelini kullanan	23	3.30	1.25	1.35	39	.18
	RAD modelini kullanmayan	18	2.77	1.21			

Tablo 9. Hızlı Uygulama Geliştirme Modelini Kullandığını Ve Kullanmadığını İfade Eden Yazılım Geliştiricilerin, Hızlı Uygulama Geliştirme Modeli Yargılarına Katılma Düzeyi Ortalamaları Arasındaki Farklılık

Tablo 9. incelendiğinde bağımsız örneklem t testi sonuçlarına göre RAD modelini kullandığını ifade eden yazılım geliştiricilerin RAD modeli yargılarına katılma düzeyi ortalaması ($\bar{X}=3.30$) ile RAD modelini kullanmadığını ifade eden yazılım geliştiricilerin RAD yargılarına katılma düzeyi ortalaması ($\bar{X}=2.77$) arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık görülmemiştir [$t(39)=1.35$, $p>.05$].



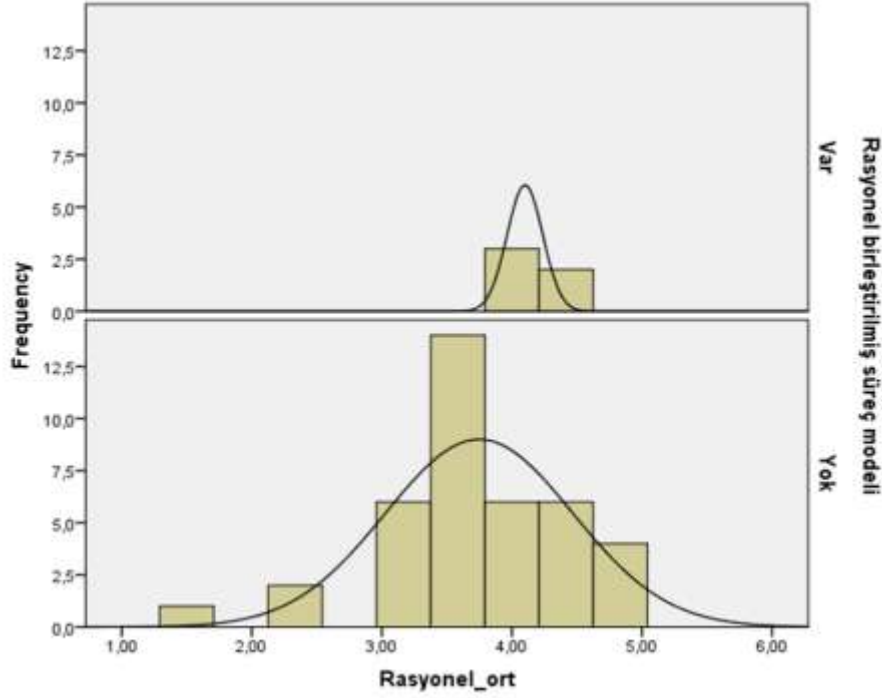
Grafik 8. RAD Modeli Kullandığını ve Kullanmadığını İfade Eden Yazılım Geliştiricilerin Model Yargılarına Katılma Düzeyleri

Rasyonel Birleştirilmiş Süreç (RUP) modelini kullandığını ve kullanmadığını ifade eden yazılım geliştiricilerin Rasyonel Birleştirilmiş Süreç modeline yönelik yargılara katılma düzeyi ortalamalarının farklı olup olmadığını tespit etmek için yapılan bağımsız örneklem t testi analizi sonucunda elde edilen veriler Tablo 10. ve Grafik 9.'da sunulmuştur.

Değişken	Grup	N	\bar{X}	SS	t	sd	p
	RUP modelini kullanan	5	4.1	.14	1.08	4	.29
RUP Modeli	RUP modelini kullanmayan	39	3.74	.72	2.70	38	.10

Tablo 10. Rasyonel Birleştirilmiş Süreç Modelini Kullandığını ve Kullanmadığını İfade Eden Yazılım Geliştiricilerin, Rasyonel Birleştirilmiş Süreç Modeli Yargılarına Katılma Düzeyi Ortalamaları Arasındaki Farklılık

Tablo 10. incelendiğinde bağımsız örneklem t testi sonuçlarına göre RUP modelini kullandığını ifade eden yazılım geliştiricilerin RUP modeli yargılarına katılma düzeyi ortalaması ($\bar{X}=4.1$) ile RUP modelini kullanmadığını ifade eden yazılım geliştiricilerin RUP modeli yargılarına katılma düzeyi ortalaması ($\bar{X}=3.74$) arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık görülmüştür [$t(4)=1.08, p>.05$], [$t(38)=2.70, p>.05$].



Grafik 9. RUP Modeli Kullandığını ve Kullanmadığını İfade Eden Yazılım Geliştiricilerin Model Yargılarına Katılma Düzeyleri

4. SONUÇ VE ÖNERİLER

Çalışmanın amacı yazılım geliştiricilerin bir yazılımı geliştirirken hangi yazılım süreç modeli kullandıklarının farkında olup olmadıklarını belirlemek ve bu farkındalık durumuna göre yazılım geliştirme biriminde görev yapan bireylere önerilerde bulunmaktır.

Atatürk Üniversitesinin farklı akademik ve teknik birimlerinde, yazılım geliştirme işinin yapıldığı yerlerde (BAUM, AÖF, UZEM, Bilgisayar Müh. Bölümü, Yönetim Bilişim Sistemleri Bölümü) görev yapan 44 katılımcıdan anket yöntemi ile elde edilen veriler bağımsız örneklem t testi uygulanarak analiz edilmiştir. Katılımcılar ankette yer alan V modeli, şelale modeli, prototip model, spiral model, evrimsel model, artımlı yazılım geliştirme modeli, kod eksenli yazılım geliştirme modeli, hızlı uygulama geliştirme modeli ve rasyonel birleştirilmiş süreç modellerinin adımları ve uygulanma biçimlerine yönelik oluşturulmuş yargılara katılma düzeylerini ifade etmişlerdir.

Katılımcıların ankette bulunan yazılım geliştirme model adımlarına belirttikleri katılma düzeylerinin analizlerine göre; ankette yer alan kod eksenli yazılım geliştirme modeli adımlarına yönelik yargılara katılımcıların katılma düzeyleri ifade sonuçları arasında anlamlı bir fark olduğu gözlemlenmiştir. Yani örneklem grubunda yer alan katılımcılar bir projede yazılım geliştirirken kod eksenli yazılım geliştirme modeli adımlarını kullandıklarını ve bunun da farkında oldukları sonucuna ulaşmışlardır.

Ankette yer alan V modeli, şelale modeli, prototip model, spiral model, evrimsel model, artımlı yazılım geliştirme modeli, hızlı uygulama geliştirme modeli ve rasyonel birleştirilmiş süreç modeli yazılım geliştirme adımlarına yönelik yargılara katılımcıların katılma düzeyleri ifade sonuçları arasında anlamlı bir fark olmadığı gözlemlenmiştir. Yani örneklem grubunda yer alan katılımcılar bir projede yazılım geliştirirken adı geçen yazılım geliştirme modellerinin adımlarını kullandıklarını fakat bunun farkında olmadıkları görülmüştür. Diğer bir ifadeyle katılımcıların bu modellere yönelik katılım düzeyleri ile bu modelleri kullanma durumları arasında negatif bir durum söz konusudur.

Genel olarak kod eksenli yazılım geliştirme modeli dışındaki modellerin adımlarına katılma düzeyleri yüksek olan adaylar bu modelleri kullandıklarının farkında olmadıkları veya adımlara katılma düzeyleri düşük olan katılımcıların da bu modelleri kullandıkları yanılıgısına düştükleri sonucuna ulaşılmıştır.

Araştırma bulguları dikkate alındığında; başarılı yazılım projeleri gerçekleştirme bağlamında yazılım geliştiricilere yazılım kalitesi ve yazılım süreç modelleri konusunda şunlar önerilebilir.

Yazılım projelerini yöneten kişiler eğer yazılım alanı dışından iseler temel proje yönetim metotları yanında yazılım mühendisliğinin temel paradigmaları konusunda da bilgi edinmeleri gerekir.

Yazılım projeleri, süreç iyileştirmeye dayalı kalite anlayışı ile tanımlanıp geliştirilmelidir.

Yazılım geliştiriciler, var olan yazılım geliştirme bilgileri yanında yazılım mühendisliğinin temel konularından olan yazılım süreçleri ve yazılım süreç modelleri hakkında eğitimler almalıdırlar.

Yazılım süreç modelleri hakkında farkındalık oluşturacak bilgiler tekrarlanmalıdır.

EK 1. Anket Formu

YAZILIM GELİşTİRİCİLERİN YAZILIM SÜREÇ MODELLERİNİ KULLANMA FARKINDALIKLARI DÜZEYİNİ BELİRLEME ANKETİ

Değerli katılımcı,

Bu anket, Atatürk Üniversitesi, Sosyal Bilimleri Enstitüsü, Yönetim Bilişim Sitemleri Bölümü'nde yürütülen "Yazılım Geliştiricilerin Yazılım süreç modelleri Kullanma Farkındalıkları" başlıklı çalışma kapsamında Atatürk niversitesinde bulunan yazılım geliştirme biriminde görev yapan personellerin yazılım geliştirirken kullandıkları yazılım süreç modellerinin farkındalıklarını ölçmek amacıyla oluşturulmuştur. Anket demografik bilgiler ve yazılım süreç modelleri farkındalığını oluşturan sorular olmak üzere iki bölümden oluşmaktadır. Kişisel bilgiler 3. şahışlarla paylaşılmayacak olup toplanan bütün veriler bilimsel amaçlı kullanılacaktır. Ankete katılım gönüllülük esasına dayanmaktadır. Zaman ayırdığınız için teşekkür ederiz.

DEMOGRAFİK BİLGİLER

1. Cinsiyetiniz?

Kadın () Erkek ()

2. Yaşınız?

19 – 24 () 25 – 30 () 29 – 34 () 35 – 40 () 40+ ()

3. Eğitim Durumunuz?

Lise () nlisans () Lisans () Yüksek Lisans () Doktora ()

4. Atatürk niversitesinde hangi birimde çalışıyorsunuz?

.....

5. Çalıştığınız birimde kaç yıldır görev yapmaktasınız?

6. Kaç yıldır yazılım geliştirmeyle ilgileniyorsunuz?

Yazılım Süreç Modelleri Farkındalığına Yönelik Sorular

Bu bölümdeki maddelerde belirtilen kriterleri yazılım geliştirme modellerinde bulunan özelliklere yönelik sorular bulunmaktadır. Maddelere katılma düzeyiniz şu şekildedir; (1) Kesinlikle katılmıyorum (2) Katılmıyorum (3) Kararsızım (4) Katılıyorum (5) Kesinlikle katılıyorum

1	Testler sırasında bulunan hataların düzeltilmesi için hangi düzeye dönülmesi gerektiğini biliyorum.	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
2	Yazılım geliştirirken isterleri iyi tanımlarım, az belirsizlikle aşamalar halinde ilerlerim.	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
3	Yazılımı teslim ederken hangi isterleri yerine getireceğini belgelendirmeden tasarıma başlamam.	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
4	Yazılım geliştirme sürecini; analiz, tasarım, geliştirme ve test aşamalarına ayırır ve bunları ardışık olarak gerçekleştiririm.	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
5	Yazılım geliştirmemi isteyen kurum veya kişilerle yazılımın ne yapacağı konusunu en başta ve sadece bir kere konuşurum.	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
6	Yazılımın ne yapacağını belirledikten sonra kullanıcılara ilerleme ile ilgili bilgi vermem.	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
7	Çözümleme ve tasarım süreçlerinden ziyade kendimi kod yazmaya daha eğilimli hissediyorum.	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
8	Yazılımı isteyen kullanıcı ile sistemin genel isterlerini tanımlayarak ve odaklanılması gereken noktaları belirlerim.	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
9	Geliştireceğim yazılım tamamlanmadan sadece bir ön ürünü kullanıcıya sunarım.	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
10	Yazılım geliştirirken riskleri tanımlayarak olası çözüm yöntemlerini irdelerim.	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
11	Yazılım geliştirirken kullanıcı her aşamadan haberdardır.	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
12	Yazılım geliştirirken her aşamada bir ön ürün ortaya çıkarırım.	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
13	Yazılım geliştirme aşamalarının her birinde kullanıcıya bir deneme sürümü sunarım.	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
14	Kullanıcı istediği yazılımı tanımlayamıyorsa, kullanıcının temel isteklerine göre bir çözüm geliştirerek gerçek isteklerini ortaya çıkarırım.	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)

15	Yazılım geliştirirken ilk olarak temel işlevleri gerçekleştiren bir ön ürün ortaya çıkarırım.	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
16	Yazılımı ayrı ayrı çalışabilecek parçalara ayırarak geliştiririm.	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
17	Son ürünü oluşturan her bir parçayı, nihai ürünün daha güvenilir ve işlevsel olması için test ederim.	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
18	Yazılım geliştirmeye başlarken ilk olarak kodlama işlemi yaparım.	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
19	Yazılım geliştirirken bir an önce çalışan bir uygulama oluşturmak isterim.	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
20	Yazılım geliştirirken ihtiyaç duyulan dokümanlar için önceden oluşturulmuş hazır şablonları kullanırım.	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
21	Yazılım geliştirirken daha önceki kütüphanelerden faydalanırım.	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
22	Yazılım geliştirirken çalışanların görev ve sorumlulukları net bir şekilde tanımlarım.	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
23	Yazılım geliştirirken süreç yönetim araçlarını kullanırım.	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)

8. Yazılım geliştirirken kullandığınız model/leri seçiniz. (Bir ya da daha fazla seçenek işaretleyebilirsiniz)

Kod Eksenli Yazılım Geliştirme Modeli ()

Şelale Modeli ()

Artımlı Geliştirme Modeli ()

Rasyonel Birleştirilmiş Süreç Modeli ()

Spiral Model ()

Evrimsel Model ()

Hızlı Uygulama Geliştirme Modeli ()

V Modeli ()

Prototip Model ()

KAYNAKÇA

Acuna, S. T., De Antonio, A., Ferre, X., Lopez, M., Mate, L., & Estero, S. (2000). The Software Process: Modelling, Evaluation and Improvement. Handbook of Software Engineering and Knowledge Engineering, Vol. 0, No. 0 (2000) 000-000, World Scientific Publishing Company.

Akyol, M.M. (2009). Türkiye’de Yazılım Mühendisliği ve Yazılım Yönetimi Uygulamaları, Fen Bilimleri Enstitüsü Bilgi Teknolojileri Programı. Bahçeşehir Üniversitesi: İstanbul.

Aysolmaz, B., Yıldız, H., Demirörs, O. (2011). Ulusal Yazılım Mühendisliği Sempozyumu, 163-168.

Bell, D. (2005). Software Engineering for Students: a Programming Approach. Pearson Education.

- Beynon-Davies, P. (1999). Rapid Application Development (RAD): An Empirical Review. *European Journal of Information Systems*. 1999. 8(3): 211-223.
- Bourque, P., & Fairley, R. E. (2004). *Guide to The Software Engineering Body of Knowledge (SWEBOK (R)): Version 3.0*. IEEE Computer Society Press.
- Boehm, B.W. (1988). A spiral Model of Software Development and Enhancement. *Computer*. 21(5): 61-72.
- Büyüköztürk, Ş., Çakmak, E., Akgün, Ö. E., Karardeniz, Ş. ve Demirel, F. (2014). *Bilimsel Araştırma Yöntemleri*. Ankara: Pegem Akademi.
- Erten, M. (2016). Temel Kavramlar. R. Çölkesen (Dü.) içinde, *Bilgisayar Mühendisliğine Giriş* (s. 15-32). İstanbul: Papatya Yayıncılık .
- Garousi, V., Coşkunçay, A., Can, A. B., Demirörs, O. (2015). A Survey of Software Engineering Practices in Turkey. *Journal of Systems and Software*. 108: 148-177.
- Gül, Z. (2006). Yazılım Geliştirme Sürecinin İyileştirilmesi ve Türkiye Uygulamaları, Fen Bilimleri Enstitüsü İşletme Mühendisliği Anabilim Dalı. 2006, İstanbul Teknik Üniversitesi: İstanbul. 151.
- Gürbüz, A. (2010). *Yazılım Test Mühendisliği*. İstanbul: Papatya Yayıncılık Eğitim. 176.
- Kruchten, P. (2004). *The Rational Unified Process: An Introduction*. Addison-Wesley.
- Mahanti R., Neogi M.S., Bhattacharjee V. (2012). Factors Affecting the Choice of Software Life Cycle Models in the Software Industry-An Empirical Study. *Journal of Computer Science*. Volume 8. s. 1253-1262.
- Munassar N.M.A., Govardhan A. (2012). A Comparison Between Five Models Of Software Engineering. *IJCSI International Journal of Computer Science Issues*, Vol. 7, Issue 5, 94-101
- Nizam, A. (2015). *Yazılım Proje Yönetimi*. 2 ed. İstanbul: Papatya Yayıncılık Eğitim. 490.
- Ocaklı Ş. ve Yıldıztekin M. (2011). *Güvenli Yazılım Geliştirme Süreç Modellerinin Karşılaştırılması Uygulamaları*. Elektrik – Elektronik ve Bilgisayar Sempozyumu. Elazığ.
- Pauca, V.P (2003). *Software Life Cycle*, Wake Forest University, CSC 331/631, Spring.
- Pressman, R.S. (2010). *Software Engineering: A Practitioner's Approach*. 7 ed. Raghathan Srinivasan. 895.
- Radatz, J., A. Geraci, and F. Katki (1990). *IEEE Standard Glossary of Software Engineering Terminology*. IEEE Std, 1990. 610121990(121990): 84.
- Rehman. A, Hussain. R (2007). Software Project Management Methodologies/Frameworks Dynamics “A Comparative Approach”. In *Information and Emerging Technologies International Conference on* (pp. 1-5). IEEE.
- Sarıdoğan, M.E. (2017). *Yazılım Mühendisliği : Yöntemleri, Standartları ve Belgeleriyle* 3ed. İstanbul: Papatya Yayıncılık Eğitim A.Ş. 568.
- Scacchi, W. (2001). *Process Models in Software Engineering*. *Encyclopedia of Software Engineering*. 2. Ed., John Wiley and Sons, Inc, New York.
- Sharma, B., Sharma, N., & Sharma, N. (2009, December). Software Process Improvement: A Comparative Analysis of SPI models. In *Emerging Trends in Engineering and Technology (ICETET), 2009 2nd International Conference on* (pp. 1019-1024). IEEE.
- Sommerville, I. (2000). *Software Engineering*, New York: Addison-Wesley, Harlow, England.
- Sommerville, I. (2011). *Software engineering* (9'th Edition). USA: Pearson Education, Inc.
- Stephens, R. (2015). *Beginning Software Engineering*. John Wiley & Sons. ISBN: 978-1-118-96914-4.
- The Standish Group International. (2009). *Inc., CHAOS Report*.

GİRİŞİMCİLİK VE YENİLİK: TÜRKİYE’DE YAYINLANAN LİSANSÜSTÜ TEZLERİ ÜZERİNE BİR İNCELEME¹

Geliş Tarihi (ReceivedDate) 22.06.2018
Kabul Tarihi (Accepted Date) 17.09.2018

Mübeyyen TEPE KÜÇÜKOĞLU²
Şayan BERBER³

Özet

Girişimcilik ve yenilik kavramları, işletme yazınında son yıllarda üzerinde sıklıkla çalışılan konular olarak dikkat çekmektedir. Girişimciliği bireysel düzeyde ele alan çalışmalar yanında, analiz düzeyi olarak örgüt bütününe ele alan çalışma sayısı da artmaktadır. Alan yazında girişimciliğin üç temel unsuru olarak; risk almak, proaktif davranmak ve yenilik yapmak sayıldığından, yenilik kavramı girişimcilik ile bütünleşik bir kavram olarak karşımıza çıkmaktadır.

Bu çalışma, girişimcilik ve yenilik alanlarında Türkiye’deki çeşitli üniversitelerde yürütülen lisansüstü tezleri içerik analizi yöntemiyle inceleyerek, girişimcilik alanının yıllar içerisindeki gelişimine ışık tutmayı amaçlamaktadır. Bu kapsamda, Yükseköğretim Kurulu Başkanlığı Ulusal Tez Merkezi’nde yayınlanan lisansüstü tezlerden dizin taraması yapılarak ulaşılan 29 adet tez, Nvivo 11 programı kullanılarak analiz edilmiştir. Yapılan analiz ile lisansüstü tezler; yıl, üniversite, tez türü, tez dili, araştırma yöntemi, analiz tekniği ve odaklanılan konular bakımından sınıflandırılmıştır. Bu araştırmanın, girişimcilik ve yenilik alanlarında yapılan çalışmalarda ülkemizdeki mevcut durumu tespit ederek, gelecekteki araştırmacılara yol göstermesi açısından fayda sağlayacağı düşünülmektedir.

Anahtar Kelimeler: Girişimcilik, yenilik, işletme yönetimi, lisansüstü tezler

ENTREPRENEURSHIP AND INNOVATION: AN INVESTIGATION ON THE GRADUATE THESIS PUBLISHED IN TURKEY

Abstract

Concepts of entrepreneurship and innovation are the most frequently studied topics in business literature in recent years. Beside the studies that address entrepreneurship on an individual level, the number of studies dealing with the whole organization as an analysis level is also increasing. Because of the three main elements of entrepreneurship in the literature are to take risk, to act proactively and to innovate, the concept of innovation emerges as a concept integrated with entrepreneurship.

This study, examining post-graduate theses conducted various universities in Turkey on entrepreneurship and innovation concepts through content analysis method, aims to shed light on the years of development in the field. In this context, 29 dissertations were reached by conducting search from the post-graduate theses published in the National Dissertation Center of the Council of Higher Education were analyzed using the Nvivo 11 program. With the conducted analyses, post-graduate theses classified according to; year, university, type of thesis, language, research method, research technic and focused subjects. It is thought that this research will be useful in terms of showing the way to future researchers by determining the current situation in the studies carried out in the field of entrepreneurship.

Keywords: Entrepreneurship, innovation, business administration, postgraduate theses

1. GİRİŞ

Her ne kadar girişimcilik tarihi yazınında mutlak bir fikir birliği mevcut değilse de, ilk defa Richard Cantillon’un 1732 yılında yazdığı eserde “girişimci” ve “girişimcilik” kavramlarından bahsettiği iddiası, yazında geniş ölçüde kabul görmüştür (Matlay, 2005). Jean Baptiste Say ise, Cantillon’un tanımına “üretim faktörlerini bir araya getirme” parçasını da ekleyerek, tanımı genişletmiştir (Stevenson ve Harillo, 1990). Pratiği daha da öncelere uzanan girişimciliğin kavramsallaştırılmasının ilk defa yapıldığı 1732’den bu yana, alandaki kuramcılar girişimciliğe farklı yaklaşımlar geliştirme çabası içinde olmuşlardır. İki ana yaklaşımdan ilki, bireyleri yeni işletme

¹ Bu çalışma, 26-28 Nisan 2018 tarihleri arasında, İzmir- Çeşme’de düzenlenen 17. Uluslararası Katılımlı İşletmecilik Kongresi’nde sunulan bildirinin genişletilmiş halidir.

² Dr. Öğretim Üyesi, Trakya Üniversitesi Keşan Yusuf Çapraz Uygulamalı Bilimler Yüksekokulu, Uluslararası Ticaret Bölümü, mtepekucukoglu@trakya.edu.tr

³ Öğretim Görevlisi, İstanbul Yeni Yüzyıl Üniversitesi Meslek Yüksekokulu, Dış Ticaret Programı, shayan.berber@yeniuyuzil.edu.tr

kurmaya yönelten süreçlere odaklanırken; diğeri ise, girişimciliği “yenilikçi işletme” ile ilişkilendirmektedir (Eryılmaz, 2015). Yenilik temelli girişimcilik bakış açısının en önemli isimlerinden Joseph Alois Schumpeter’e göre; girişimci davranışın ana özelliği “yeniliktir”. Bir kişi, ancak bazı alanlarda yenilik yaptığı takdirde girişimci olarak nitelendirilebilecektir (Carland, Hoy, Boulton ve Carland, 1984; Stevenson vd., 1990).

Yeniliğin en eski tanımlarından biri Schumpeter tarafından 1939 yılında yapılmıştır. Bu tanıma göre “yenilik”; sadece bir buluş veya gelişme değil, teknik veya organizasyonel bir yeniliğin uygulanmasıdır. Yaratıcı bir girişimci, mevcut süreçlerinden yeni faaliyetler ortaya koymanın arayışı içerisinde. Bunlar teknik, organizasyonel, kurumsal ve sosyal yenilikler şeklinde olabilmektedir (Larsen, 2005). OECD’nin yayımlanmış olduğu Oslo Kılavuzu’nda “yenilik”, işletme içi uygulamalarda, işyeri organizasyonunda veya dış ilişkilerde yeni veya önemli derecede iyileştirilmiş bir ürün (mal veya hizmet) veya süreç, yeni bir pazarlama yöntemi ya da yeni bir organizasyonel yöntemin gerçekleştirilmesi şeklinde tanımlanmıştır (OECD & Eurostat, 2005). Herhangi bir sektörde, bir işletme için yeni olan fikir veya davranışın ortaya çıkarılması, geliştirilmesi ve adaptasyonu, bir ürün veya sürecin ilk defa başarılı bir şekilde uygulanmasıdır (Cumming, 1998; Damanpour, 1996; Larsen, 2005).

Dünyada ve ülkemizde girişimciliğe verilen önemin ve desteğin artmasıyla birlikte, “girişimcilik” kavramı son yıllarda hem yerli hem de yabancı yazında adından sıklıkla bahsedilen bir kavram haline gelmiştir. Diğer taraftan “yenilik” kavramı da işletmelerde ürün yeniliği, süreç yeniliği, organizasyonel yenilik ve pazarlama yeniliği şeklinde karşımıza çıkmakta; rekabet avantajı ve işletme performansını arttıran bir unsur olarak görülmektedir. Bu nedenle akademik çalışmalarda, hazırlanan bildiri ve makalelerde, yüksek lisans ve doktora tezlerinde farklı yönleriyle incelenen “girişimcilik” ve “yenilik” kavramları, düzenlenen kongrelerde de ana tema olarak öne çıkmaktadır. Konunun öneminden yola çıkılarak, “girişimcilik” ve “yenilik” kavramlarını birlikte ele alan lisansüstü tezlerin içerik analizi yöntemiyle incelenmesi, bu çalışmanın odak noktasını oluşturmaktadır.

Ülkemizde yayınlanan lisansüstü tezleri birçok araştırmada içerik analizine tabi tutulmuştur. İnsan kaynakları (Benligiray, 2009), örgütsel davranış (Duygulu ve Sezgin, 2014; Koyuncu, 2015), entelektüel sermaye (Baş, Mısırdalı Yangil ve Aygün, 2014), girişimcilik (Karadal, Duman ve Saygın, 2017), kurumsal girişimcilik (Erdem, 2017), yenilikçilik (Çelik, 2016) alanlarında içerik analizi çalışmaları yürütülmüştür.

Karadal ve arkadaşları (2017); “girişimcilik” ile ilgili 1988-2015 yılları arasında Türkiye’de yapılan lisansüstü tezleri, istatistiki olarak ve içerik analizi ile incelemişlerdir. Tez adında “girişimcilik” kelimesi geçen toplam 199 teze ulaşarak, istatistiki analiz ile erişime açık tez sayıları, yıllara göre dağılımı, üniversiteler bazında dağılımı, kullanılan metodoloji açısından tezleri değerlendirmişlerdir. Ayrıca tezlerdeki örneklem sayılarını incelemiş ve ilişkilendirildiği alanlara göre dağılımını analiz etmişlerdir. Son olarak da lisansüstü çalışmaların başlıkları ve özetlerinden elde edilen kelime analizine yer vermişlerdir.

2000-2015 yılları arasında Türkiye’deki “yenilikçilik” konusunda yapılan doktora tezlerinin genel profilini değerlendirmeyi amaçlayan Çelik (2016); Yükseköğretim Kurulu Ulusal Tez Merkezi’nde erişime açık olan 100 doktora tezini; özgün dil, yıl, üniversite, enstitü, anabilim dalı, konu, uygulama alanı ve yöntem açısından içerik analizi yöntemi ile incelemiştir.

Benligiray (2009) ise, 1983-2008 yılları arasında “insan kaynakları yönetimi” alanında yapılan lisansüstü tezlerini; yılı, yapıldığı üniversite, enstitü, anabilim dalı, özgün dili, ilgili oldukları konu ve uygulama alanlarına göre içerik analizi yardımıyla sınıflandırmıştır.

Türkiye’de “örgütsel davranış” alanında yapılmış doktora tezlerini inceleyen Duygulu ve Sezgin (2014); yine YÖK Ulusal Tez Merkezi arşivinden ilgili tezlere ulaşarak yıl, üniversite ve kullanılan değişkenler temelinde tezleri analiz etmişlerdir.

Türkiye’de “entelektüel sermaye” alanında yazılmış 2002-2012 yıllarını kapsayan lisansüstü tez çalışmalarını içerik analizi yöntemiyle inceleyen Baş ve arkadaşları (2014); tezlerin türü, ana konuları, alt konuları, yılı, üniversite, anabilim dalı, enstitü, danışman ve yazım dili bakımından dağılımlarını belirlemişlerdir.

Erdem (2017) ise, 2009-2016 yılları arasında “kurumsal girişimcilik” alanındaki lisansüstü 11 tezi içerik analizi yöntemiyle inceleyerek; kullanılan yöntem, anahtar kelime, yabancı kaynak oranı, kelime sayısı ve metin içerisinde geçen “kurumsal girişimcilik” kelime sayısı açısından analiz etmiştir.

“Girişimcilik” ve “yenilik” kavramlarını birlikte ele alan lisansüstü tezleri içerik analizi yöntemi ile inceleyen daha önce yapılmış bir çalışmaya ise rastlanmamıştır. Bu nedenle çalışmanın alana katkı sağlayacağı düşünülmektedir. İzleyen bölümlerde, araştırmanın yöntemi ve elde edilen bulgulardan bahsedilmekte, sonuç ve öneriler kısmıyla çalışma tamamlanmaktadır.

2. YÖNTEM

Lisansüstü tez çalışmaları, bilimsel bilgi birikiminin sağlanmasında önemli bir rol üstlenmektedir. Alan yazına hem teorik hem de uygulamaya yönelik katkı sağlayarak, üniversitelerin birer bilim fabrikası olma özelliklerinin sürdürülmesini sağlamaktadır (Baş, Mısırdalı Yangil, & Aygün, 2014). Bu bakış açısıyla yola çıkılarak, çalışma kapsamında “girişimcilik” ve “yenilik” alanlarına odaklanan lisansüstü tezler incelenmiştir. Türkiye’deki çeşitli üniversitelerde yürütülmüş olan yüksek lisans ve doktora tezlerine Yükseköğretim Kurulu Başkanlığı (YÖK) Ulusal Tez Merkezi web sayfasından ulaşılmıştır. Yapılan gelişmiş arama sonucunda “girişimcilik” ve “yenilik” kelimeleri tez dizinlerinde taranmış, herhangi bir yıl ve dil sınırlamasına gidilmemiştir. “Yenilik” ve “inovasyon” kelimeleri zaman zaman birbirinin yerine kullanıldığı için, aramaya salt “yenilik” kelimesi değil “inovasyon” kelimesini kullanan tezler de dahil edilmiştir. Belirtilen özellikleri taşıyan toplam 29 adet lisansüstü teze ulaşılmıştır. Araştırma kapsamında yapılan içerik analizinde, Nvivo 11 programından yararlanılmıştır. Veri analizinde kullanılan bir yazılım olan Nvivo programı ile verilerin organize edilmesi, analiz edilmesi ve özetlenmesi sağlanmıştır.

Lisansüstü tezler; ait oldukları üniversite, yayın yılı, tez türü, dili, kullanılan yöntem, kullanılan analiz tekniği kriterleri esas alınarak sınıflandırılmış ve karşılaştırmalı olarak analiz edilmiştir. Sonraki aşamada, tezlerin başlıklarından oluşan kelime analizi gerçekleştirilmiş, Nvivo 11 programı yardımıyla bir kelime bulutu oluşturulmuştur. Ayrıca araştırmaya dahil edilen lisansüstü tezlerde kullanılan anahtar kelimelerin dökümü yapılmış, öncelikle “girişimcilik” ve “yenilik” ile ilgili kavramların frekans dağılımlarına bakılmış, daha sonra her bir anahtar kelime için bir kod oluşturulmuştur. Her bir kod ait olduğu tezde yer alan diğer anahtar kelimeler, başlık, özet ve içerik ile tekrar değerlendirilerek, ilgili olduğu bağlama göre başka kodların altına taşınmış ya da kendisi bir ana kod haline getirilerek altına başka kodlar bağlanmıştır. Nihai olarak tüm kodlar oluşturulan “girişimcilik” ve “yenilik” başlıklı ana temalar altında birleştirilmiştir. Bu sayede, “girişimcilik” ve “yenilik” kavramlarının bir arada yer aldığı lisansüstü tezlerinin, bu iki ana konunun hangi alt konularında çalışıldığının tespit edilmesi amaçlanmıştır.

3. BULGULAR

“Girişimcilik” ve “yenilik” kavramları son yıllarda üzerinde yoğun olarak çalışılan kavramlar olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu nedenle bu iki kavram son yıllarda hazırlanan doktora ve yüksek lisans tezlerine de konu olmaktadır.

Bu çalışma kapsamında, Yükseköğretim Kurulu Ulusal Tez Merkezi veri tabanından yararlanılarak, “girişimcilik”, “yenilik” ve benzer kavramları içeren çalışmalar incelenmiştir. Öncelikle “girişimci”, “girişimcilik”, “yenilik”, “yenilikçilik”, “inovasyon” kelimeleri için ayrı ayrı tez dizinleri taranmıştır. Tarama sonucunda; sayısal olarak tezlerin ne kadarının yüksek lisans tezi/doktora tezi olduğu, tezlerin kaçının izinli durumda olduğu ve hangi yıllar arasında tezlerin var olduğu tespit edilmiştir. Elde edilen özet bilgiler aşağıda Tablo 1’de yer almaktadır.

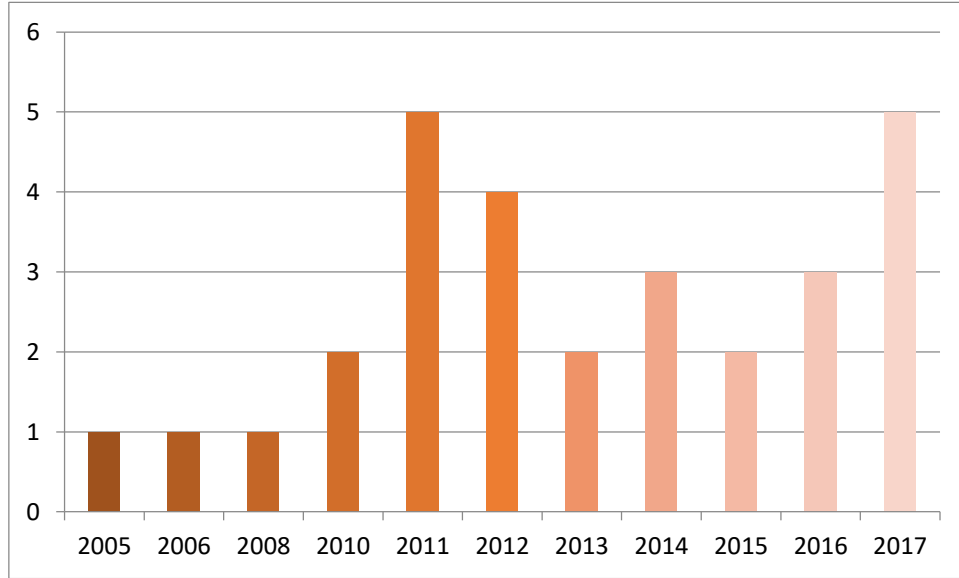
Tablo: 1. Girişimcilik, Yenilik ve Benzer Kavramları İçeren Lisansüstü Tezlerle İlgili Sayısal Bilgiler ve Yayınlanma Yılları

	Toplam Tez Sayısı	İzinli Tez Sayısı	Yüksek Lisans Tezi Sayısı	Doktora Tezi Sayısı	Tezlerin Yayınlanma Yılları
Girişimci	36	25	29	7	1989-2017
Girişimcilik	285	210	198	87	1990-2017
Yenilik	880	658	644	236	1985-2018
Yenilikçilik	92	42	62	30	2004-2017
İnovasyon	6	3	2	4	2015-2017
Girişimcilik ve Yenilik	29	23	21	8	2005-2017

Tezler incelendiğinde; “girişimcilik” ve “yenilik” kelimelerini içeren toplam 29 adet tez olduğu tespit edilmiştir. Bu tezlerden 23’ü, içeriğine erişilebilen izinli tezlerden oluşmaktadır. 23 adet tezin 19’u işletme alanındadır. 4 tanesi ise diğer alanlarda (Ekonomi, Endüstri Ürünleri Tasarımı, Sağlık Kurumları Yönetimi, Kamu Yönetimi) yazılmıştır. Tezler; ait olduğu üniversite, yayın yılı, tez türü, yazıldığı dil, kullanılan yöntem, analiz tekniği ve tez özetinde yer alan anahtar kelimeler üzerinden, Nvivo 11 programı kullanılarak analiz edilmiştir.

İlk olarak tezlerin yayın yılları incelenmiş, Şekil-1’de görülen grafik oluşturulmuştur.

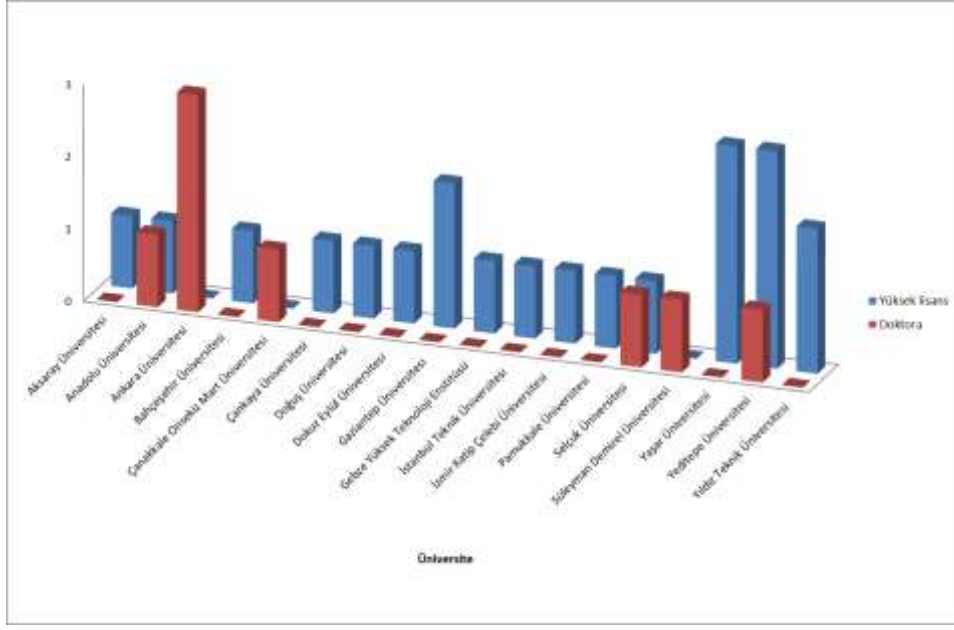
Şekil: 1. Girişimcilik ve Yenilik Konulu Tezlerin Yayın Yıllarına Göre Dağılımı



“Girişimcilik” ve “yenilik” kavramlarını bir arada ele alan 29 adet tez incelendiğinde; bu tezlerin 2005 ile 2017 yılları arasında yer aldıkları görülmektedir. Özellikle 2010 yılından itibaren yayınlanan lisansüstü tez sayılarında artış olduğu dikkat çekmektedir. 2011 yılı 5 adet tez ile 2012 ve 2017 yılları ise 4’er adet tez ile bu alandaki en verimli yıllar olmuştur. 2014 ve 2016 yıllarında 3’er adet tez, 2010, 2013 ve 2015 yıllarında 2’şer adet tez, 2005, 2006 ve 2008 yıllarında ise 1’er adet tez yayınlanmıştır.

İkinci olarak tezlerin yayınlanmış oldukları üniversiteler ile tez türlerine göre dağılımları incelenmiştir. Elde edilen grafik, Şekil-2’de yer almaktadır.

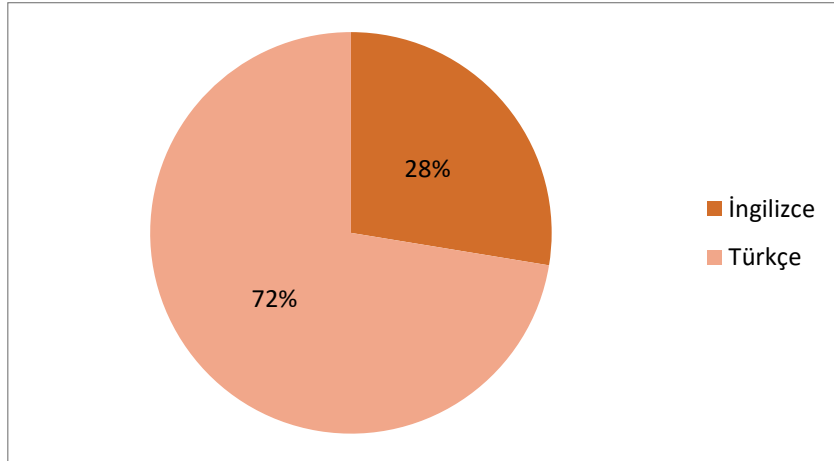
Şekil: 2. Girişimcilik ve Yenilik Konulu Tezlerin Üniversitelere ve Tez Türlerine Göre Dağılımı



Üniversitelere bakıldığında; Yeditepe Üniversitesi, Yaşar Üniversitesi ve Ankara Üniversite'sinde ağırlıklı olarak "girişimcilik" ve "yenilik" kavramlarının birlikte çalışıldığı görülmektedir. Tez türlerine göre ise; toplam 18 üniversitede yayınlanmış olan 29 lisansüstü tezin; 21'inin yüksek lisans (%72,41) ve 8'inin (%27,59) doktora tezi olduğu dikkat çekmektedir.

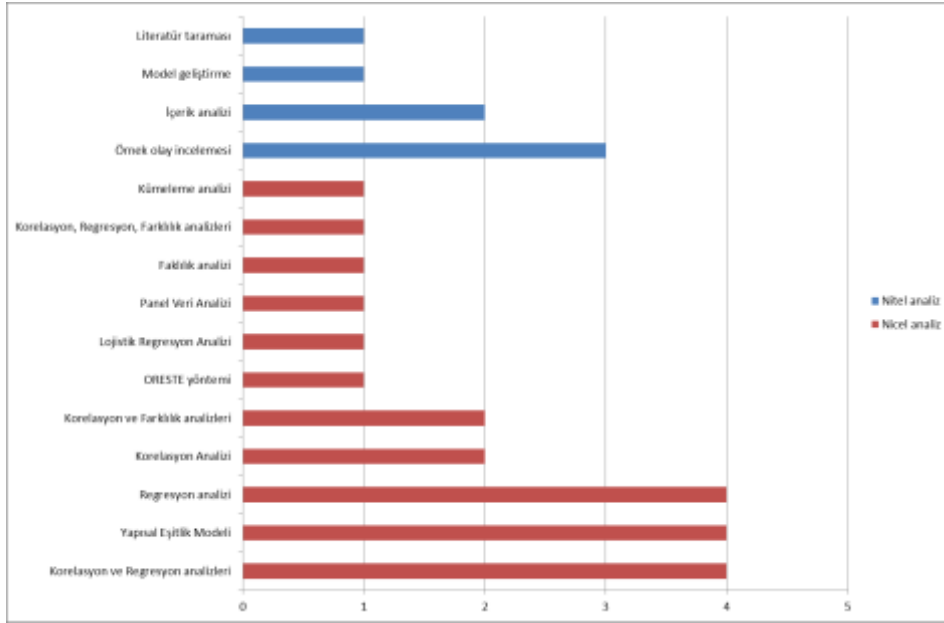
Bir sonraki aşamada tezlerin yazım dili incelenmiştir. Tezlerin yazım diline bakıldığında; 21'inin (%72,41) Türkçe, 8'inin (%27,59) ise İngilizce dilinde hazırlandığı Şekil-3'te görülmektedir.

Şekil: 3. Girişimcilik ve Yenilik Konulu Tezlerin Yazım Diline Göre Dağılımı



Sonraki aşamada tezler, Şekil-4 'te görüldüğü gibi, kullanılan araştırma yöntemi ve ilgili yöntemin analiz tekniği açısından incelenmiştir.

Şekil: 4. Lisansüstü Tezlerde Kullanılan Analiz Yöntemleri



“Girişimcilik” ve “yenilik” kavramlarının bir arada ele alındığı lisansüstü tezlerde kullanılan araştırma yöntemlerine bakıldığında, daha çok nicel araştırma yöntemlerinin kullanıldığı dikkat çekmektedir. Araştırma kapsamındaki 29 adet lisansüstü tezdən; 22 tanesinde nicel, 7 tanesinde ise nitel araştırma yöntemlerinin kullanıldığı tespit edilmiştir. Kullanılan analiz tekniği olarak ise, regresyon analizi, yapısal eşitlik modeli, korelasyon analizi, panel veri analizi, ORESTE analizi, farklılık analizi (t-testi ve anova) ve kümeleme analizi uygulandığı görülmektedir. Kullanılan nitel analiz teknikleri arasında; içerik analizi, model geliştirme, örnek olay incelemesi ve literatür taraması yer almaktadır.

Tez başlığı, tez içeriği ile ilgili kavram ve uygulama alanını en kısa ve çarpıcı şekilde ifade eden kısımdır. Bu nedenle, “girişimcilik” ve “yenilik” kavramları ile birlikte hangi olguların ele alındığını tespit etmek amacıyla, Nvivo 11 programı yardımıyla tez başlıklarından oluşan bir kelime bulutu hazırlanmıştır. Oluşturulan kelime bulutu Şekil- 5’te yer almaktadır. Beklendiği gibi tez başlıklarında en çok yer verilen kelimeler; “girişimcilik”, entrepreneurship”, “yenilik”, “innovation”, “firma”, “araştırma”, “performans” kelimeleridir.

Şekil: 5. Lisansüstü Tezlerin Başlıklarından Oluşan Kelime Bulutu



Yüksek lisans ve doktora tezlerinin anahtar sözcükleri incelenerek, “girişimcilik” ve “yenilik” kavramlarının ilişkilendirildiği alt kavramların frekans dağılımına bakılmıştır. Tablo-2’de bu dağılım yer almaktadır.

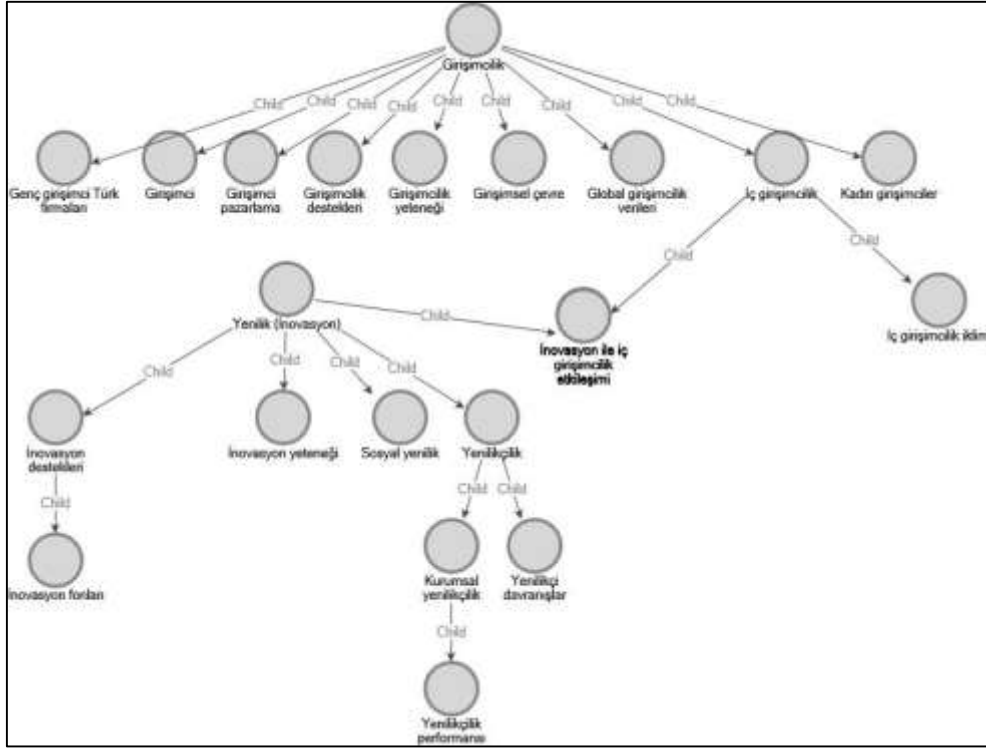
Tablo: 2. Tezlerin anahtar sözcüklerinde yer alan girişimcilik ve yenilik ile ilgili kavramların frekans dağılımı

Girişimcilik ile ilgili kavramlar	Frekans	Yenilik ile ilgili kavramlar	Frekans
Girişimcilik	15	Yenilik	10
İç girişimcilik (şirket içi girişimcilik)	6	İnovasyon	11
Girişimciler	5	Yenilikçi	2
Girişimci	1	Yenilikçi davranış	2
Girişim	1	Yenilikçilik	2
Girişimcilik uygulamaları	1	Yenilikçilik performansı	1
Girişimci pazarlama	1	Yenilik performansı	1
İç girişimcilik iklimi	1	Sosyal yenilik	1
Girişimsel çevre	1	Kurumsal yenilikçilik	1
Girişimcilik yönelimi	1	İnovasyon stratejileri	1
Örgütsel girişimcilik	1	İnovasyon ile içi girişimcilik etkileşimi	1
Girişimcilik yeteneği	1	İnovasyon destekleri	1
Girişimcilik destekleri	1	İnovasyon fonları	1
Girişimsel pazarlama	1	Örgütsel İnovasyon	1
Kadın girişimciliği	1	İnovasyon yeteneği	1
Yeni girişim (start up)	1	İnovasyon- Girişimcilik İlişkisi	1
Genç girişimci Türk firmaları	1	AB inovasyon stratejileri	1
Küresel girişimcilik izleme verisi	1		
Girişimci ve yenilikçi üniversite endeksi	1		

Tekrarlanma sayılarına bakıldığında, “girişimcilik” kavramı en yüksek tekrarlanma sayısına sahip olup, 15 tezde yer almaktadır. Girişimcilik kavramını 11 tekrarlanma sayısı ile “inovasyon” ve 10 tekrarlanma sayısı ile “yenilik” kavramları takip etmektedir. “Girişimcilik” ile ilgili olarak; “iç girişimcilik” (6) ve “girişimciler” (5) kavramları birden fazla tezde yer alarak, üzerinde sıklıkla çalışılan kavramlar olmuştur. “Yenilik” ile ilgili olarak ise, “yenilikçi”, “yenilikçi davranış”, “yenilikçilik” kavramlarının 2’şer defa tekrarlandığı görülmektedir.

Yöntem bölümünde anlatıldığı biçimde iki araştırmacı tarafından tezlerde yer alan anahtar kelimeler üzerinden Nvivo 11 programı kullanılarak kodlamalar yapılmış ve ana temalar altında alt temalar oluşturmak suretiyle bir proje haritasına ulaşılmıştır. Anahtar kelimelerle hazırlanan kod kitabı sonrasında kodların ilişkilendirildiği ana ve alt temaların harita gösterimi aşağıda yer alan Şekil-6.’daki gibidir.

Şekil: 6. .Lisansüstü tezlerde yer alan anahtar kelimelerin dağılımı



Tezler de geçen anahtar kelimeler, “girişimcilik” ve “yenilik” alanlarında yayınlanan yüksek lisans ve doktora tezlerinin bu iki ana konunun hangi alanlarının ağırlıklı olarak çalışıldığını ortaya koymaktadır. Bu doğrultuda anahtar kelimelerden oluşan ana ve alt temaların oluşturduğu yapı incelendiğinde, aşağıdaki sonuçlar göze çarpmaktadır:

1. Girişimcilik alanında, “iç girişimcilik” kavramının öne çıktığı dikkat çekmektedir. İç girişimcilik iklimi ve inovasyon ile iç girişimcilik etkileşimi konularının incelendiği görülmektedir. Özellikle Tablo-2.’de iç girişimcilik kavramının frekansına bakıldığında, şirket içi girişimcilik kavramı ile birlikte toplam 6 tezde çalışıldığı belirlenmiştir.
2. Girişimcilikle ilgili olarak, genç girişimci Türk firmaları, girişimcilik destekleri, global girişimcilik verileri, girişimsel çevre, girişimci pazarlama gibi kavramların çalışıldığı, bu sayede ulus ötesi girişimcilik ve bu alandaki maddi desteklerin de tezlerde incelenen konular arasında olduğu görülmektedir.
3. Girişimci kavramı, girişimcilik yeteneği ve kadın girişimciler de yine girişimcinin kişisel özellikleri bağlamında tezlerde yer alan kavramlardan olmuştur.
4. Yenilik ile ilgili anahtar sözcüklere bakıldığında, yenilikçilik kavramı öne çıkmaktadır. Yenilikçilik kapsamında incelenen konular arasında; kurumsal yenilikçilik, yenilikçilik performansı ve yenilikçi davranışlar yer almaktadır.
5. Yenilik alanında işletmelerin aldıkları maddi destekler ise inovasyon destekleri ve inovasyon fonları altında incelenmiştir.
6. Yenilik alanında yer alan diğer kavramlar; inovasyon yeteneği, sosyal yenilik ve inovasyon ile iç girişimcilik etkileşimi olarak sıralanabilir.

4. SONUÇ VE ÖNERİLER

Yükseköğretim Kurulu Ulusal Tez Merkezi web sayfasındaki “girişimcilik” ve “yenilik” kavramlarının tez dizinlerinde birlikte yer aldığı 29 adet tezin içerik analizi yöntemi kullanılarak incelendiği bu çalışmada, bilimsel bilgi birikiminin sağlanmasında önemli rol üstlenen lisansüstü tezler vasıtasıyla girişimcilik ve yenilik alanlarının Türkiye’deki mevcut durumu tespit edilmeye çalışılmıştır. Lisansüstü tezler; yayın yılları, üniversiteleri, tez türleri, yazım dilleri, kullanılan araştırma yöntemleri, analiz teknikleri ve tez özetlerinde yer alan anahtar kelimeler üzerinden değerlendirilmiştir. Yapılan değerlendirme sonucunda, aşağıdaki temel bulgulara ulaşılmış ve takiben bazı önerilere yer verilmiştir.

“Girişimcilik” ve “yenilik” kavramlarının lisansüstü tezlerde en sık bir arada çalışıldığı yıllar, 2011 (5 tez), 2012 (4 tez) ve 2017 (4 tez) olmuştur. En çok Yeditepe Üniversitesi, Yaşar Üniversitesi ve Ankara Üniversite’inde hazırlanan lisansüstü tezlerde “girişimcilik” ve “yenilik” kavramlarının birlikte çalışıldığı tespit edilmiştir. Bu sonuçtan yola çıkarak, iki kavramın birlikte ele alındığı lisansüstü tezlerin vakıf üniversitelerinde ve büyük şehirlerde yerleşik üniversitelerde ağırlık kazandığı söylenebilir. Girişimcilik ve yeniliğin etkilerinin büyük şehirlerde daha güçlü olarak hissedilmesinin, bu durumun en önemli nedeni olduğu düşünülmektedir.

Girişimcilik ve yenilik kavramlarının bir arada çalışıldığı 29 adet lisansüstü tezin, 18 ayrı üniversitede hazırlandığı ve tez türü bakımından ağırlıklı olarak yüksek lisans tezlerinden oluştuğu görülmüştür. 29 adet tezin 21 tanesi yüksek lisans (%72) ve 8 tanesi (%28) doktora tezidir. Doktora tezlerinin bilime yenilik katma misyonu nedeniyle, konuya odaklanan doktora tezlerinin sayıca artmasının girişimcilik ekosisteminin gelişimine pozitif yönde etki edeceği öngörülmektedir.

Lisansüstü tezlerin yazım dili ağırlıklı olarak Türkçe’dir. 29 adet tezen 21’i (%72) Türkçe, 8’i (28) ise İngilizce dilinde hazırlanmıştır.

Lisansüstü tezlerde araştırma yöntemi olarak sıklıkla nicel araştırma yöntemlerine başvurulmuştur. Araştırma kapsamındaki tezlerin, 7’si (%24) nitel; 22’si (%76) ise nicel araştırma yöntemlerini kullanmıştır. Bu durum işletme yönetimi alanındaki mevcut durumun bir yansıması olarak görülmektedir. Alanda yapılan akademik çalışmalarda nicel araştırma yöntemlerinin kullanımı, araştırmacılar tarafından daha meşakkatli bulunan nitel araştırma yöntemlerine tercih edilmektedir. Ancak nitel araştırmaların doğası gereği belli bir olguyu derinlemesine inceleme imkanı tanınması nedeniyle, bu tip araştırmaların sayıca artışının bilimsel gelişmeye ivme kazandıracağı düşünülmektedir.

Analiz tekniği olarak; nicel yöntemlerden en çok korelasyon ve regresyon analizleri ile yapısal eşitlik modelinin kullanıldığı görülmüştür. Nitel yöntemlerden ise en çok örnek olay inceleme tekniğinin kullanıldığı tespit edilmiştir. Farklı yöntemlerin girişimcilik ve yenilik alanındaki çalışmalarda kullanılması faydalı görülmekte ve önerilmektedir.

Araştırmanın girişimcilik ve yenilik kavramlarının tez dizinlerinde birlikte yer aldığı ve sadece Türkiye’de yapılmış lisansüstü tezleri kapsamına alması, bu çalışmanın kısıtını oluşturmaktadır. Verilerin zaman içerisinde sisteme yeni yüklenecek tezlerle değişiklik gösterecek olması, bulguların farklılaşması sonucuna yol açacağından diğer bir kısıtı teşkil etmektedir.

Girişimcilik kültürünün artmasının, “girişimcilik” ve “yenilik” ile ilgili bilimsel çalışmaların artışı ile doğru orantılı olduğu düşünülmektedir. Lisansüstü tezlerin bilimsel üretkenliğin önemli bir parçası olma vasfı, “girişimcilik” ve “yenilik” alanlarına odaklanan lisansüstü tezlerin özellikle de bilime bir yenilik katma temel gayesi ile yola çıkan doktora tezlerinin sayıca artması, girişimcilik kültürünün yaygınlaşması ve girişimcilik ekosisteminin gelişimi için katkı sağlayacaktır.

5. EK-1: ÇALIŞMADA İNCELENEN LİSANSÜSTÜ TEZLER

1. Erler, Sevgi, “İnovasyon Stratejilerinin İşletmelerin Girişimcilik Uygulamalarına Etkileri:İlaç Sanayinde Fason Üretim Yapan Bir İşletme Örneği” (Doğuş Üniversitesi, 2017)
2. Şekerdil, Reşat, “İç Girişimcilik Eğilimlerinin Sosyal İnovasyon Üzerine Etkisi: İzmir İlinde Özel Banka Çalışanlarına Yönelik Bir Araştırma” (İzmir Katip Çelebi Üniversitesi, 2017)
3. Filiz, Berat, “Sağlık Alanında İnovasyon Ve Girişimcilik: Merkezi Hastane Randevu Sistemi Örneği” (Bahçeşehir Üniversitesi, 2017)
4. Yıldız, Ertuğrul, “Çok Kriterli Karar Verme Problemlerinde İkili Üstünlük Algoritmaları: Girişimci Ve Yenilikçi Üniversite Endeksiinde ORESTE Uygulaması” (Anadolu Üniversitesi, 2017)
5. Şen, Nafiye, “İnovasyon ve Girişimcilik: Kamuda İnovasyon İle İlgili Bir Uygulama” (Seşçuk Üniversitesi, 2017)
6. Ekin, Filiz, “Hemşirelik Öğrencilerinin Girişimcilik Hisleri Ve Potansiyelleri İle Hemşirelik Eğitimindeki İnovasyona İlişkin Düşünceleri” (Gaziantep Üniversitesi, 2016)
7. Kılıçkaya, Gökçe, “Yoğun Rekabet Ortamlarında Öğrenme Yeteneği, Girişimcilik Yönelimi Ve Yenilik Performansı İlişkisi” (Yıldız Teknik Üniversitesi, 2016)
8. Turgut, Mehmet, “Innovation and Internationalization in Turkish Young Entrepreneurial Firms, By Using Gem Data” (Yeditepe Üniversitesi, 2016)
9. Hızarcı, Ayça Kübra, “The Mediation Effect Of Innovation On The Relationship Between Internationalization And Firm Performance” (Dokuz Eylül Üniversitesi, 2015)
10. Işıktaş, Burcu, “An Investigation On Reasons Of Startup Failure: The Role Of Entrepreneur” (Çankaya Üniversitesi, 2015)

11. Köle, Mahmut, “Transformasyonel Yetenekler Pazar Odaklılık ve Firma Performansı İlişkisi: Kobiler Üzerine Bir Araştırma” (Yıldız Teknik Üniversitesi, 2014)
12. Köse, Can, “Girişimcilik ve İnovasyonun Ekonomik Büyüme Üzerindeki Etkileri: Bir Panel Veri Analizi” (Çanakkale 18 Mart Üniversitesi, 2014)
13. Eynür, Görkem, “Non-Zero-Sum Oriented University- Industry Convergence : The Case of EIP (A Platform for Entrepreneurship and Innovation)” (Yeditepe Üniversitesi, 2014)
14. Ürkmeç, Merve, “Drivers and Incentives of Innovation and Entrepreneurship in EU” (Yaşar Üniversitesi, 2013)
15. Güner, Feriştah, “İç Girişimciliğin Yenilik ve Ekip Yönetimi ile İlişkisi ve Bir Araştırma” (Pamukkale Üniversitesi, 2013)
16. Yılmaz, Nahit, “Stratejik Perspektifte Yenilikçilik ve Kurumsal Girişimcilik Temelli Büyüme: Türkiye Şeker Sektörü Örneği” (Selçuk Üniversitesi, 2012)
17. Öztürk, Ayşenil Duygu, “Girişimsel Pazarlama ve Firma Performansı: İzmir Bölgesinde Bir Uygulama” (Yaşar Üniversitesi, 2012)
18. Saygın, Muhammet, “Girişimcilikte Beşeri Sermaye ile Bilişim ve İnovasyon Arasındaki İlişki Üzerine Bir Araştırma” (Aksaray Üniversitesi, 2012)
19. Arslan, Elif Türkan, “İnovasyon İle İç Girişimcilik Etkileşimi: Bilişim 500 Şirketlerinde Bir Araştırma” (Süleyman Demirel Üniversitesi, 2012)
20. Kızıloğlu, Mehmet, “İç Girişimcilik Olgusunun Yenilik Yapabilme Becerisine Etkisi: Gaziantep’te Faaliyet Gösteren Yenilikçi Örgütlerde Bir Uygulama” (Gaziantep Üniversitesi, 2011)
21. Gökbulut, Özge, “Fırsatı Algılama ve Değerlendirme Sürecinde Bilişsel Faktörlerin ve Kurumsal Çevre Faktörlerinin Yeniliğin Değerine Etkisi” (Ankara Üniversitesi, 2011)
22. Samur, Seray Begüm, “The Mediating Role of Innovative Work Behaviors Between Intrapreneurial Climate and Organizational Innovativeness: An Empirical Study” (Yaşar Üniversitesi, 2011)
23. Kılıçer, Tuğba, “KOBİ’lerin Girişimci Pazarlama Yaklaşımı, Yenilik Yaratma Çabaları, Performansları ve Sahip Yöneticilerinin Girişimcilik Tutumları Açısından Profilleri” (Anadolu Üniversitesi, 2011)
24. Temeltaş, Handan, “Girişimci Olarak Tasarımci: İstanbul Teknik Üniversitesi Endüstri Ürünleri Tasarımı Bölümü Mezunları Üzerine Bir Çalışma” (İstanbul Teknik Üniversitesi, 2011)
25. Bulgurcu Gürel, Esra Burcu, “Firma Performansının Belirlenmesinde İç Girişimciliğin Rolü ve Türkiye’de İSO 500’de Firma Performansının Belirlenmesine Yönelik Bir Çalışma” (Ankara Üniversitesi, 2010)
26. Oflazoğlu, Sonyel, “İşletmelerin Stratejik Yönlülüklerinin Yenilik ve Performans Üzerindeki Etkileri” (Ankara Üniversitesi, 2010)
27. Karabüber Kunday, Özlem, “Effect of Personal Characteristics and Gender on Entrepreneurship and Innovativeness: A Comparative Study on Turkish Entrepreneurs” (Yeditepe Üniversitesi, 2008)
28. Aydın, Ömer, “European Innovation and Entrepreneurship Strategy: Implications for Turkey” (Yeditepe Üniversitesi, 2006)
29. Kayhan, Tuncay, “Girişimcilik İklimi ve Yenilik Performansına Etkileri” (Gebze Yüksek Teknoloji Enstitüsü, 2005)

6. KAYNAKÇA

- Baş, M., Mısırdalı Yangil, F. ve Aygün, S. (2014). Entelektüel Sermaye Alanında Yapılan Lisansüstü Tez Çalışmalarına Yönelik Bir İçerik Analizi: 2002-2012 Dönemi, *Uluslararası Yönetim İktisat ve İşletme Dergisi*, Sayı 10, No. 23, ss. 207–226.
- Benligiray, S. (2009). Türkiye’de İnsan Kaynakları Yönetimi Alanında Yapılan Lisansüstü Tezler ve Bu Tezlerde İncelenen Temaların Analizi: 1983-2008 Dönemi, *Eskişehir Osmangazi Üniversitesi İ.İ.B.F. Dergisi*, Sayı 4, No.1, ss. 167–197.
- Carland, J. W., Hoy, F., Boulton, W. R. ve Carland, J. A. C. (1984). Differentiating Entrepreneurs From Small Business Owners: A Conceptualization, *The Academy of Management Review*, Sayı 9, No. 2, ss. 354–359.
- Cumming, B. S. (1998). Innovation Overview And Future Challenges, *European Journal of Innovation Management*, Sayı 1, No. 1, ss. 21–29. <http://doi.org/10.1108/14601069810368485>
- Çelik, N. (2016). Yenilikçilik Konusunda Yapılan Doktora Tezlerinin İçerik Analizi Yöntemiyle Değerlendirilmesi, *Uluslararası Ekonomi ve Yenilik Dergisi*, Sayı 2, No. 1, ss. 29–42.
- Damanpour, F. (1996). Organizational Complexity and Innovation: Developing and Testing Multiple Contingency Models, *Management Science*, Sayı 42, No. 5, s. 694.
- Duygulu, E., Sezgin, O. B. (2014). Türkiye’de Örgütsel Davranış Yazını: Doktora Tezlerine Yönelik Bir İnceleme, *İş ve İnsan Dergisi*, Sayı 2, No. 1, ss. 17–28.
- Erdem, A. T. (2017). Kurumsal Girişimcilik Üzerine Yapılan Çalışmaların İçerik Analizi Yöntemiyle İncelenmesi, *European Journal of Managerial Research*, Sayı 1, No. 1, ss. 62–73.
- Eryılmaz, M. (2015). İşletme: Kuram ve Pratik: Birinci Kısım: İşletme Bilimine Genel Bakış. İçinde M. Eryılmaz, S. Kaygusuz ve İ. Efil (Ed.), *İşletme: Kuram ve Pratik* (ss. 3–79). Ekin Kitabevi, Bursa.
- Karadal, H., Duman, N. ve Saygın, M. (2017). Girişimcilik Yazını:Türkiye’deki Lisansüstü Tezlerle Yönelik Bir İnceleme, *Uluslararası İktisadi ve İdari İncelemeler Dergisi*, (16. ÜİK Özel Sayısı), ss. 137–148. <http://doi.org/10.18092/ulikidince.323649>
- Koyuncu, S. C. (2015). Örgütsel Davranış Alanında Odaklanılan Konular ve Kullanılan Yöntemler: 2010-2015 Yılları Ulusal

İşletmecilik Kongre Bildirileri Üzerine Bir İnceleme. *İş ve İnsan Dergisi*, Sayı 2, No. 2, ss. 127.
<http://doi.org/10.18394/iid.44439>

Larsen, O. M. (2005). Governing Innovation For Sustainable Development: Integration Of Environmental And Innovation Policies In Norway, University of Oslo, Department of Political Science Cand. polit Thesis, Norway

Matlay, H. (2005). Researching Entrepreneurship And Aducation: Part 1: What Is Entrepreneurship And Does It Matter? *Education & Training*, Sayı 47, No. 8/9, ss. 665–677.

OECD, Eurostat. (2005). *Oslo Manual: Guidelines For Collecting And Interpreting Innovation Data* (C. Third edit).
<http://doi.org/10.1787/9789264013100-en>

Stevenson, H. H., Harillo, J. L. (1990). A Pradigm Of Entrepreneurship : Entrepreneurial Management, *Strategic Management Journal*, Sayı 11, ss. 17–27.

SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK VE FİRMA PERFORMANSI: BIST SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK ENDEKSİ ŞİRKETLERİ ÜZERİNE BİR UYGULAMA

Geliş Tarihi (Received Date) 16.07.2018
Kabul Tarihi (Accepted Date) 19.09.2018

Dr.Gülçin Yıldırım¹
Dr.Öğr.Ü.Tuğçe UZUN KOCAMIŞ²
Özlem TUNCER TOKUR³

Özet

Sürdürülebilirlik bugün kurumsal dünya için oldukça önemli bir konu haline gelmiştir. Şeffaflık ve hesap verebilirlik veya sadece karlı bir firma olmak başarılı bir firma olmak için yeterli değildir. Paydaşlara şirketlerin stratejisi, yönetim yaklaşımı ve vaatleri hakkında bir değerlendirme sunmakta olan sürdürülebilirlik raporları da hesap verebilirliğin ve iletişimin bir aracı olarak görülmektedir.

Türkiye’de BIST Sürdürülebilirlik Endeksi 4 Kasım 2014 tarihinden itibaren fiyat ve getiri olarak hesaplanmaya ve yayınlanmaya başlanmıştır. Bu çalışmada amaç, BIST Sürdürülebilirlik Endeksinde yer alan şirketlerin, endeks kapsamına girmeden önceki dönemlere göre faaliyet ve finansal performanslarında anlamlı bir değişimin ortaya çıkıp çıkmadığını ortaya koymaktır. Bu amaçla şirketlerin sürdürülebilirlik endeksine girmeden önceki beş çeyrek dönem ve sürdürülebilirlik endeksine girdikten sonraki iki çeyrek dönem verileri karşılaştırılarak, dönemler arasında anlamlı bir fark bulunup bulunmadığı t testi ile ortaya konulmuştur. Araştırma sonucunda, aktif devir hızı, finansal kaldıraç ve özsermaye kârlılığı performans göstergelerinde endeks kapsamı öncesi ve sonrası için anlamlı farklılıklar ortaya çıkmıştır.

Anahtar Kelimeler: Sürdürülebilirlik Raporlaması, Sürdürülebilirlik Endeksi, İşletme Performansı

SUSTAINABILITY AND COMPANY PERFORMANCE: AN APPLICATION ON BIST SUSTAINABILITY INDEX COMPANIES

Abstract

Sustainability is a very important issue for the corporate world today. Transparency and accountability or being a profitable company is not enough to be a successful company. Sustainability reports, which provide stakeholders with an assessment of the company's strategy, management approach and promises, are also seen as a means of accountability and communication.

The BIST Sustainability Index in Turkey has been calculated and published as price and yield since 4 November 2014. The aim of this study is to show whether the companies entering the BIST Sustainability Index have a meaningful change in their activities and financial performances compared to the previous periods without entering the index. For this purpose, the five quarters before entering the index of the companies and the two-quarter period data after entering the index were compared and the t test was used. As a result, there were significant differences in the performance indicators of asset turnover, financial leverage and return on equity before and after index coverage.

Keywords: Sustainability Report, Sustainability Index, Company Performance

1. GİRİŞ

İşletmeler faaliyette buldukları toplumun ve çevrenin bir parçası olduklarından, günümüzün hızlı ve zorlu koşullarında rekabet edebilme yetenekleri de büyük oranda ortaya çıkan yeni sosyal, çevresel ve ekonomik koşullara bağlı olarak değişen taleplere uyum sağlama kabiliyetlerine bağlıdır (Özsözgün Çalışkan 2012, 42). Sürdürülebilir kalkınma, ekonomik kalkınma ve çevre korumanın yanı sıra yoksulluk ve eşitsizliği azaltmayı amaçlayan bir gelişme türüdür. Gelecek nesillerin ihtiyaçlarından ödün vermeksizin, mevcut neslin gereksinimlerini karşılayan bir gelişme olarak tanımlanmaktadır (Cortez ve Cudia 2011). Günümüzde işletmeler ve ortaklar sürdürülebilirliğin önemini kabul etmiştir (Gücenme Gençoğlu ve Aytç 2016) .

Kurumsal sürdürülebilirlik, ekonomik, çevresel ve sosyal sürdürülebilirlik olmak üzere üç alt başlıktan oluşur. 1997 yılında “Triple Bottom Line” kavramını ortaya koyan John Elkington bu

¹ Dr. (gulciny.yildirim@gmail.com)

² Dr.Öğr.Ü. İstanbul Üniversitesi, Sosyal Bilimler MYO, Muhasebe ve Vergi Uygulamaları Bölümü, (tugce.uzun@istanbul.edu.tr)

³ Doktora Öğrencisi (ozlem.tt@hotmail.com)

kavram ile finansal performansın yanı sıra sosyal ve çevresel performansın da işletmelerin üzerinde önemle durması gereken konular olduğunu vurgulamıştır.

Sürdürülebilirliğin yönetilmesi işletmelerin sürdürülebilirlik prensiplerini süreçlerine entegre etmelerini gerekli kılmaktadır. Sürdürülebilirliğin zaman içinde ortaya çıkmış en yaygın kabul gören tanımı, ekonomik yaşanabilirlik, sosyal sorumluluk ve çevresel sorumluluğun birlikte ele alınmasıdır (PWC 2011).

İşletmeler sürdürülebilirlik çalışmalarını ilk olarak 1980 li yıllarda kurumsal sosyal sorumluluk (KSS) raporları, sonrasında çevresel raporlamalar ve günümüzde sürdürülebilirlik raporları ile bilgi kullanıcıları ile paylaşmaktadır.

İşletmelerin sürdürülebilirlik çalışmaları aynı zamanda ilgili ülke sermaye piyasalarında da etkisini göstermiş, bu kapsamda ülkemizde de 4 Kasım 2014 tarihinden itibaren BIST Sürdürülebilirlik Endeksi yayınlanmaya başlanmıştır.

Bu çalışmada amaç, BIST Sürdürülebilirlik Endeksine giren şirketlerin, endeks kapsamına girmeden önceki dönemlere göre faaliyet ve finansal performanslarında anlamlı bir değişimin ortaya çıkıp çıkmadığını ortaya koymaktır. Bu amaçla şirketlerin sürdürülebilirlik endeksine girmeden önceki beş çeyrek dönem ve sürdürülebilirlik endeksine girdikten sonraki iki çeyrek dönem verileri karşılaştırılarak, dönemler arasında anlamlı bir fark bulunup bulunmadığı t testi ile ortaya konulmuştur. Araştırma sonucunda, aktif devir hızı, finansal kaldıraç ve özsermaye kârlılığı performans göstergelerinde endeks kapsamı öncesi ve sonrası için anlamlı farklılıklar ortaya çıkmıştır.

1. Sürdürülebilirlik ve Finansal Performans

Sürdürülebilirlik perspektifi hem yeterli kar elde etmek hem de farklı bir paydaş grubunun talebini karşılamak anlamına gelen değer yaratmanın bir çerçevesini oluşturmaktadır. Bir firmanın uzun vadeli başarısı, varoluşu ve büyümesi, iletişim sisteminin işleyişine bağlı olacaktır. İç ve dış paydaşlar firmanın sürdürülebilirlik raporunun en öndeki takipçileridir. Böyle bir rapor, ilgili tüm menfaat sahipleri için önemli bilgiler içerir (Munshia ve Dutta 2016).

Pay sahipliği değerine odaklanma, sürdürülebilirlik uygulamalarının finansal performans üzerindeki etkisiyle ilgilidir. Bu görüşü destekleyen yazarlar tarafından savunulan kavramsal avantajlar şunlardır: Çevresel yönetim uygulamaları ve teknolojileri, maliyet düşürme, gelir artırma, tedarikçi bağları, yükümlülüklerin azaltılması, rekabet avantajı, kalite iyileştirmeleri, verimlilik, daha üretken iş gücü ve ticaret riskinin azaltılması (Wiengarten, Lo ve Lam 2017).

Sürdürülebilirlik raporlaması, şirketler tarafından sürdürülebilirlik ilkelerinin uygulanması ve güçlendirilmesi için gerekli araçlardan biri olarak görülür. Dolayısıyla, sürdürülebilirlik raporlaması şirketlerin performansı üzerinde etkili olur ve verimliliğini artırır. Doğal olarak, menfaat sahipleri ve hissedarlar potansiyel yatırımcılar olarak, yatırım yapmak istiyorlarsa daha düşük riskler ve yüksek getiri ararlar. Dolayısıyla, sürdürülebilirlik raporlaması, hisse fiyatını iki şekilde artıracaktır: a) geliri artırmak, net kârı artırmak ve böylece daha iyi finansal performansa imza atmak; b) hissedarlarına yatırımlarının güvenliğini sağlamak (Kasbuna, Tehb ve Ongc 2016).

Sürdürülebilirlik raporlarının işletmelerin uzun vadeli mali performanslarını etkilediği ve yatırım getirilerine katkıda bulunduğuna ilişkin çalışmalar bulunmaktadır. Konuya ilişkin yapılan çalışmalar, sürdürülebilirliğin uzun vadeli finansal performans, yatırım getirisi ve aynı zamanda yeterli kar elde etmeyi ifade eden değer yaratma kapasitesine sahip olduğunu belirtmektedir (Burhan ve Rahmanti 2012).

Sürdürülebilirlik raporu, şirketlerin sürdürülebilir gelişim amacı doğrultusunda yol alırken kendilerini, iç ve dış paydaşlara hesap verebilir ve güvenilir kılan bir araçtır. Sürdürülebilirlik raporu, raporu hazırlayan şirketin sürdürülebilirlik performansını dengeli ve makul bir şekilde açıklamalı, raporda şirketin paydaşları üzerinde yaptığı pozitif veya negatif her türlü katkıya yer verilmelidir. Ayrıca bu raporlar şirketlerin sürdürülebilirlik stratejilerini, projelerini, yönetim tarzlarını ekonomik ve sosyal bağlamda ele almalıdır (Yu ve Zhao 2015).

Sürdürülebilirlik raporlarının önemini ortaya koymak amacıyla Çalışkan (2012) tarafından yapılan çalışmada hem işletme yöneticileri hem de uygulayıcılar açısından sürdürülebilirlik

çalışmalarının önemi vurgulanmaya çalışılarak literatürdeki boşluk doldurulmaya çalışılmıştır (Özsözgün Çalışkan 2012). Genel hatları ile raporun bir şirketin tüm önemli paydaşlarının bilgi ihtiyacını karşılayacak içerik ve kalitede olması beklenmektedir.

Sürdürülebilirlik raporları firmaya değer katmayı amaçlamaktadır. Sürdürülebilirlik raporlaması üçlü performans ölçütleri temel alınarak, kurumsal sosyal sorumluluk raporlamasının geliştirilmiş halidir. Sürdürülebilirlik raporlarında; kurumsal sosyal sorumluluk raporlarında yer alan çevresel, sosyal ve ekonomik performanslara yer verildikten sonra ek olarak bu performansların birbirileri ile etkileşimlerine de yer verilir. Başka bir ifade ile işletmelerin çevresel ve sosyal performanslarının ekonomik performansa etkilerini veya ekonomik performanstan hangi şekillerde ve ne derecede etkilendiklerini de kapsayacak bir şekilde düzenlenir (Akarçay 2014, 3).

Daha önce yapılan çalışmalar, çevresel ve sosyal performans boyutlarındaki iyileşmelerin finansal performans üzerinde etkisini sürekli olarak doğrulamıştır (Cortez ve Cudia 2011). Konuya ilişkin yapılan çalışmalara aşağıda yer verilmektedir.

2. Literatür Taraması

Son 10 yılda yapılan çeşitli çalışmalar, kurumsal yönetim, kurumsal sosyal sorumluluk ve sürdürülebilirlik raporlaması ile finansal performans arasındaki ilişkiyi ortaya koymayı amaçlamıştır. Ortaya çıkan sonuçlar olumlu olumsuz, kimi durumlarda önemsiz seviyelerde ilişkiler olduğunu göstermektedir (Aggarwal 2013).

Aggarwal (2013) Hindistan borsasında yer alan 20 şirket üzerinde "Sürdürülebilirlik alanında çalışmalar yapan şirketlerin daha karlı olup olmadıkları" sorusuna cevap bulmak amacıyla yaptığı çalışmada çalışan, çevre ve yönetim boyutlarındaki sürdürülebilirlik performansının şirketin finansal performansını önemli ölçüde etkilediği sonucuna varmıştır.

Malezya'da Halka Açık Şirketlerin finansal performansı ve sürdürülebilirlik raporlaması arasındaki ilişkiyi araştırmak amacıyla yapılan araştırma bulguları özetle, ekonomik, sosyal ve çevresel sürdürülebilirlik raporlamasının, Aktif Karlılık oranı ve Özkaynak Karlılık oranı kullanılarak ölçülen finansal performans ile pozitif ilişkili olduğunu ortaya koymaktadır (Kasbuna, Tehb ve Ongc 2016).

Sürdürülebilirliğin firma değeri üzerindeki etkisi ile ilgili iki alternatif teori bulunmaktadır. Değer yaratan kuram, çevresel ve sosyal sorumluluğun kurumsal stratejilere ve uygulamalara entegrasyonunun firma riskini azalttığını ve uzun vadeli değer yaratmayı teşvik ettiğini öngörür. Sürdürülebilirlik üzerindeki değer azaltıcı teori ise, yöneticilerin hissedarlar pahasına sosyal olarak sorumlu faaliyetlerde bulunabileceğini ortaya koymaktadır. Yu ve Zhao (2015) bu teoriler çerçevesinde yaptıkları çalışmada 1999 ve 2011 yılları arasındaki döneme ilişkin Dow Jones Sürdürülebilirlik Endeksi şirketleri üzerinde çalışma yapmışlardır. Yazarlar mevcut literatürde firma değerini etkilediği saptanan değişkenleri kontrol ettikten sonra, sürdürülebilirlik performansı ile firma değeri arasında pozitif bir ilişki bulmaktadır. Test sonuçları, sürdürülebilirlik çalışmalarının rolü ile ilgili olarak değer artışı teorisi ile uyumludur.

Sürdürülebilirlik Raporlamasının seçilen Hintli Şirketler'in Finansal Performansı üzerindeki etkisini analiz etmek amacıyla yapılan çalışma, Hindistan borsasına kayıtlı ve sürdürülebilirlik raporlaması yapan 103 şirketin 2009-2010 ve 2014-2015 yılları arasındaki aktif karlılığı (ROA), özsermaye karlılığı (ROE), kullanılan sermayenin getirisi (ROCE), vergi öncesi kar (PBT), toplam varlıklardaki büyüme (GTA) performans göstergeleri kullanılarak çoklu regresyon analizi yapılmıştır. Çalışma, sürdürülebilirlik raporlamasının firmanın kârlılığını belirli ölçüde etkilediği, Hintli şirketlerin sürdürülebilirlik raporlamasının önemini fark ettiğini ve belirli büyüklükteki şirketlerin rapor yayınladıklarını ancak yine de sürdürülebilirlik konularında daha ciddi olmaya ihtiyaç duyulduğunu göstermektedir (Motwani ve Pandya 2016).

Hindistan'da yapılan bir diğer çalışma, kurumsal finansal performansın kurumsal yönetim ve sürdürülebilirlik performansı ve raporlamadan etkilenip etkilenmediğini araştırmayı amaçlamaktadır. Hintli yatırımcıların yönetime ve sürdürülebilirlik raporlamasına değer verip değer veremediklerini anlamak amacıyla Pearson korelasyon ve regresyon analiz modeli kullanılmıştır. Bulgular yalnızca yatırımcılar, şirketler ve yöneticiler için değil, aynı zamanda Hindistan gibi gelişmekte olan

ekonomilerde daha iyi yönetim ve sürdürülebilirlik hakkında bilinç yaratmaya çalışan düzenleyici otoriteler, hükümetler ve çeşitli organlar için önemli etkilere sahiptir (Roy 2014).

Burhan ve Rahmanti (2012), 2006-2009 yılları arasında firma performansı ve sürdürülebilirlik raporlamasının her bir bileşeni olan ekonomik, çevresel ve sosyal boyutları arasındaki ilişkiyi irdelemek için 32 Endonezya firmasını incelemişlerdir. Finansal performansın bir ölçüsü olarak Aktif Karlılık Oranı'nın (ROA) bir bütün olarak sürdürülebilirlik raporlamasından olumlu bir şekilde etkilendiğini tespit etmişlerdir. Bununla birlikte, sosyal performans açıklamasının firmanın ROA değeri üzerinde kayda değer bir etkisi bulunmamaktadır (Burhan ve Rahmanti 2012).

Firmaların Kurumsal Sosyal Sorumluluk (KSS) bildirim uygulamaları ve sosyal açıklamaları, Ullmann'ın çerçevesine göre firmaların paydaş gücü, stratejisi ve ekonomik performansı ile açıklanmaktadır. Dinçer (2011) işletmelerin mülkiyet yapılarının Kurumsal Sosyal Sorumluluk Raporlamasındaki olası etkilerini araştırmak amacıyla İstanbul Menkul Kıymetler Borsası'nda üç sektörde (gıda, kimya petrol ve kauçuk ürünleri, işlenmiş metal ürün makine ve teçhizatı) faaliyet gösteren firmalar üzerinde Ullman'ın yaklaşımını esas alarak çoklu regresyon modeli yöntemi ile aradaki ilişkiyi ortaya koymaya çalışmıştır. Çalışma sonucunda; bazı menfaat sahiplerinin (hükümet ve alacaklılar) bir KSS raporunun yayınlanması üzerinde önemli bir etkisinin olduğunu teyit eder nitelikteyken, ekonomik performansın bu süreç üzerinde herhangi bir etkisi olmadığı ortaya çıkmıştır.

Kurumsal yönetim işletme performansının sürdürülebilirliğinin güvencesidir. Kurumsal yönetimin firma performansına etkilerini doğrulayan çalışmalar bulunmaktadır (Karamustafa, Varıcı ve Er 2009). Kurumsal yönetim endeksinde işlem gören firmaların, endeks kapsamına girmeden önceki dönemlere göre faaliyet ve finansal performanslarında anlamlı bir değişimin ortaya çıkıp çıkmadığını ortaya koymak amacıyla Karamustafa, Varıcı ve Er (2009) sekiz ayrı oran açısından firmaların performans gerçekleştirmelerini hesaplamışlardır. Bu performans gerçekleştirmeleri arasındaki farklılıkları t testi ile ortaya koymuşlardır. Yaptıkları çalışmada şirketlerin kurumsal yönetim endeksinde girmeden önceki 5 çeyrek dönemini ve kurumsal yönetim endeksinde girdikten sonraki 2 çeyrek dönemini baz almışlardır. Çalışma sonucunda aktif devir hızı, aktif kârlılığı ve özsermaye kârlılığı performans göstergelerinde endeks kapsamı öncesi ve sonrası için anlamlı farklılıklar ortaya çıktığını tespit etmişlerdir.

3. BIST SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK ENDEKSİ KAPSAMINDAKİ FİRMALAR ÜZERİNDE BİR UYGULAMA

3.1 Araştırmanın Amacı ve Yöntemi

Sürdürülebilirlik endeksleri, sürdürülebilirlik raporlarının hazırlanması ve benimsenmesinin sağlanmasında önemli bir teşvik edici unsurdur. Sürdürülebilirlik, ülkeler, ulusal ve uluslararası organizasyonlar, işletmeler, akademisyenler, işletmeyle ilgili olan tüm paydaşlar tarafından dikkate alınmaktadır. Bu nedenle, işletme faaliyetlerinin çevresel, sosyal ve ekonomik etkilerine ilişkin şeffaflık ve hesap verilebilirliğin sağlanması adına sürdürülebilirlik raporlarının hazırlanması BIST'e kote edilmiş işletmeler için zorunlu kılınmalıdır.

BIST Sürdürülebilirlik Endeksinin amacı, Borsa İstanbul'da işlem gören ve kurumsal sürdürülebilirlik performansları üst seviyede olan şirketlerin yer alacağı bir endeks oluşturulması, Türkiye'de ve özellikle Borsa İstanbul şirketleri arasında sürdürülebilirlik konusundaki anlayış, bilgi ve uygulamaların artmasıdır. BIST Sürdürülebilirlik Endeksi 4 Kasım 2014 tarihinden itibaren XUSR koduyla fiyat ve getiri olarak hesaplanmaya ve yayınlanmaya başlanmıştır (BIST 2017).

BIST Sürdürülebilirlik Endeksinde giren şirketlerin, endeks kapsamına girmeden önceki dönemlere göre faaliyet ve finansal performanslarında anlamlı bir değişimin ortaya çıkıp çıkmadığını ortaya koymak amacıyla, Kasım 2014 tarihinde hesaplanmaya başlanan BIST Sürdürülebilirlik Endeksi kapsamında işlem gören firmaların performans değişimleri incelenmiştir. Bu amaçla Karamustafa, Varıcı ve Er (2009) tarafından yapılan çalışma yöntemi baz alınmıştır. Çalışma kapsamındaki firmaların endeks kapsamına alındığı dönem başlangıç (t0) kabul edilmek üzere önceki beş çeyrek dönemin (t-1, t-2, t-3, t-4 ve t-5) finansal tablo verileri ile sonraki iki çeyrek dönem (t+1 ve t+2) verileri karşılaştırılarak, dönemler arasında anlamlı bir fark bulunup bulunmadığı ortaya konulmuştur. Çalışmada toplam dokuz firma incelenmiştir ve sekiz ayrı performans ölçüsü

hesaplanmıştır. Firma performansı açısından dönemler arasında oluşan farklılıkların anlamlılık düzeylerini ortaya koymak amacıyla t testi istatistik tekniğinden faydalanılmıştır.

3.2 Bulgular

Araştırma kapsamına alınan şirketler ve performans ölçütü olarak baz alınan oranlar Tablo 4.1 de yer almaktadır.

Tablo 3.1: Kapsam şirketleri ve performans ölçütleri

Şirketler	Finansal Rasyolar
Arçelik	Aktif Devir Hızı
Aselsan	Aktif Karlılığı - ROA
Migros	Özsermaye Karlılığı - ROE
PETKİM	Net Kar Marjı
TAV Havalimanları	Faaliyet Kar Marjı
Tofaş Otomotiv Fabrikaları	Finansal Kaldıraç
Turkcell	Borç Oranı
TÜPRAŞ	Cari Oran
Türk Telekom	

Araştırmanın hipotezleri aşağıdaki gibi oluşturulmuştur:

- H0 hipotezi: Endekse girmeden önceki ve sonraki dönemlerde performans göstergelerinin ortalamaları arasında %95 güven aralığında anlamlı bir fark yoktur.

- H1 hipotezi: Endekse girmeden önceki ve sonraki dönemlerde performans göstergelerinin ortalamaları arasında %95 güven aralığında anlamlı bir fark vardır.

Tablo 4.2 ilgili dönemlere ilişkin performans göstergeleri arasındaki farklılıklara ilişkin t testi sonuçlarını göstermektedir.

Tablo 3.2: Sürdürülebilirlik Endeksi Kapsamına Alındıktan Sonraki ve Önceki Dönemlerinin Finansal ve Faaliyet Performans Göstergelerinin Karşılaştırılması

Period	Cari Oran	Aktif Devir Hızı	Aktif Karlılığı	Özsermaye Karlılığı	Net Kar Marjı	Faaliyet Kar Marjı	Finansal Kaldıraç	Borç Oranı
t-1 ~ t0	0,83264	0,00301	0,91241	0,04114	0,05688	0,04366	0,13809	0,08692
t-2 ~ t0	0,45020	0,00082	0,94357	0,02577	0,57784	0,97486	0,02757	0,01074
t-3 ~ t0	0,29896	0,00049	0,22309	0,01208	0,18405	0,47042	0,00114	0,03081
t-4 ~ t0	0,51689	0,36918	0,34595	0,31121	0,34576	0,44800	0,02006	0,05665
t-5 ~ t0	0,56774	0,00537	0,30985	0,17340	0,49059	0,67892	0,03529	0,04097
t0 ~ t+1	0,06909	0,00056	0,77658	0,00681	0,05805	0,77218	0,04421	0,07497
t-1 ~ t+1	0,06808	0,00044	0,69583	0,00450	0,04131	0,59538	0,20456	0,34782
t-2 ~ t+1	0,16336	0,00092	0,62474	0,00794	0,05655	0,78882	0,35354	0,66780
t-3 ~ t+1	0,32285	0,28855	0,54568	0,39276	0,17860	0,68484	0,64461	0,69223
t-4 ~ t+1	0,16275	0,00055	0,46567	0,34208	0,18100	0,85451	0,27002	0,67131
t-5 ~ t+1	0,34322	0,00056	0,49261	0,15421	0,13811	0,95131	0,39112	0,59701
t+1 ~ t+2	0,94764	0,00031	0,69546	0,06283	0,02731	0,20475	0,62087	0,64462
t0 ~ t+2	0,16149	0,00099	0,13425	0,06148	0,46013	0,28564	0,00517	0,02736
t-1 ~ t+2	0,12452	0,00228	0,08989	0,07649	0,28388	0,42067	0,05833	0,08684
t-2 ~ t+2	0,21181	0,41444	0,25675	0,29719	0,38259	0,34926	0,18234	0,22640

t-3 ~ t+2	0,32134	0,00093	0,98224	0,04340	0,59745	0,11068	0,78815	0,81337
t-4 ~ t+2	0,18219	0,00118	0,42274	0,67221	0,97007	0,09474	0,17240	0,27860
t-5 ~ t+2	0,24230	0,00321	0,42995	0,40790	0,82941	0,11157	0,41557	0,41575

Literatürde doğru bir şekilde ortaya konan sürdürülebilirlik faaliyetleri ile firma performansı arasındaki ilişki, BIST Sürdürülebilirlik Endeksi kapsamında işletmeler açısından da kısmen geçerlidir. Endeks kapsamına girmeden önce ve sonraki dönemlere ilişkin Cari Oran, Aktif Kârlılığı, Net Kâr Marjı, Faaliyet Kâr Marjı ve Borç Oranı performans göstergelerinde önemli farklılıklar tespit edilememiştir. Özellikle Aktif Devir Hızında endeks kapsamından önce ve sonra anlamlı farklılıklar ortaya çıkmıştır. Finansal Kaldıraç ve Özsermaye Kârlılığı performans göstergeleri de nispeten düşük farklılıklara sahiptir. Bu sonuçlar ışığında BIST Sürdürülebilirlik Endeksi kapsamındaki firmaların performanslarının endeks kapsamından sonra kısmen arttığını söylemek mümkündür.

4. SONUÇ

Türkiye’de sürdürülebilirlik endeksi uygulamaları 2014 yılı itibari ile başlamış ve Kasım 2017-Ekim 2018 dönemi için endekste 44 firma yer almaktadır.

Bu çalışmada, Sürdürülebilirlik çalışmalarının şirketlerin Finansal Performansı üzerindeki etkisi analiz edilmiştir. Bu amaçla BIST Sürdürülebilirlik endeksi kapsamındaki 9 şirketin belirlenmiş finansal performanslarının dönemler arasındaki değişimleri t testi istatistik tekniği ile ölçümlenmiştir. Sonuçlar ışığında BIST Sürdürülebilirlik Endeksi kapsamındaki firmaların performanslarının endeks kapsamına girdikten sonra kısmen arttığını söylemek mümkündür.

Çalışmanın bir takım sınırlamalarda içermektedir. İlk sınırlama örnek büyüklüğünün küçük olmasıdır. İkinci olarak, bankacılık ve finans kuruluşları gibi bazı önemli sektörlerde faaliyet gösteren şirketlerin araştırma kapsamına alınmamış olmasıdır. Gelecekteki araştırmalar, daha büyük bir örnek alınarak ve tüm sektörler göz önüne alarak yapılabilir. Sürdürülebilirlik alanında yapılan bu ve benzeri çalışmaların artması ülkemiz şirketlerinin sürdürülebilirlik çalışmalarına gösterdikleri ilginin artmasına ve nihai çıktı olarak bireysel ve toplumsal refah düzeyinin yükselmesine katkı sağlayacaktır.

KAYNAKÇA

Aggarwal, Priyanka . «Impact of Sustainability Performance of Company on its Financial Performance: A Study of Listed Indian Companies.» *Global Journal of Management and Business Research Finance*, 2013: 60-70.

Akarçay, Çağatay . «Sürdürülebilirlik Muhasebe Standartları Kurulu.» *Marmara Üniversitesi Öneri Dergisi II*, no. 42 (2014): 1-11.

BIST. «BIST Sürdürülebilirlik Endeksi.» 2017. <http://www.borsaistanbul.com/endeksler/bist-pay-endeksleri/surdurulebilirlik-endeksi> (erişildi: Haziran 20, 2017).

Burhan , Annisa Hayatun N. , ve Wiwin Rahmanti . «The Impact Of Sustainability Reporting On Company Performance.» *Journal of Economics, Business, and Accountancy Ventura* 15, no. 2 (2012): 257-272.

Cortez, Michael Angelo A., ve Cynthia P. Cudia. «Sustainability and Firm Performance: A Case Study of Japanese Electronics Companies.» *Ritsumeikan International Affairs*, 2011: 321-340.

Dinçer, Banu. «Do the Shareholders Really Care about Corporate Social Responsibility.» *International Journal of Business and Social Science* 2, no. 10 (2011): 71-76.

Gücenme Gençoğlu, Ümit, ve Alp Aytaç. «Kurumsal Sürdürülebilirlik Açısından Entegre Raporlamanın Önemi ve BIST Uygulamaları.» *Muhasebe ve Finansman Dergisi*, no. 72 (10 2016): 51-66.

Karamustafa, Osman, İdris Varıcı, ve Bünyamin Er. «Kurumsal Yönetim ve Firma Performansı: İMKB Kurumsal Yönetim Endeksi Kapsamındaki Firmalar Üzerinde Bir Uygulama.» *Kocaeli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 2009: 100-119.

Kasbuna, Nur Fatin , Boon Heng Tehb, ve Tze San Ongc. «Sustainability Reporting and Financial Performance of Malaysian Public Listed Companies.» *Institutions and Economies* 8, no. 4 (2016): 78-93.

Laskar, Najul , ve Santi Gopal Maji. «Corporate sustainability reporting practices in India: myth or reality?» *Social Responsibility Journal*, 2016: 625 - 641.

Motwani, Shilpa, ve Hemal B. Pandya. «Evaluating the Impact of Sustainability Reporting on Financial Performance of Selected Indian Companies.» *International Journal of Research in IT & Management*, 2016: 14-23.

Munshia, Diganta , ve Sraboni Dutta. «Sustainability Reporting Quality Of Indian and American Manufacturing Firms: A Comparative Analysis.» *Serbian Journal of Management* 11, no. 2 (2016): 245 - 260.

Özsözgün Çalışkan, Arzu. «Sürdürülebilirlik Raporlaması.» *Muhasebe ve Vergi Uygulamaları Dergisi*, 2012: 41-68.

PWC. *Türk İş Dünyası'nda Sürdürülebilirlik Uygulamaları Değerlendirme Raporu*. İstanbul : PWC, 2011.

Roy, Amitava . «Corporate Governance Rating and its Impact on Firm level Performance and Valuation.» *Delhi Business Review* X, no. 15 (2014): 71-79.

Wiengarten, Frank, Chris K. Y. Lo, ve Jessie Y. K. Lam. «‘How does Sustainability Leadership Affect Firm Performance? The Choices Associated with Appointing a Chief Officer of Corporate Social Responsibility’» *Journal of Business Ethics*, 2017: 477-493.

Yu, Minna , ve Ronald Zhao. «Sustainability and firm valuation: an international investigation.» *International Journal of Accounting and Information Management* 23 , no. 3 (2015): 289 - 307.