



SBE Dergisi

Cilt:4 Sayı:2 Yıl:2022
ISSN: 2667-8063

SİYASAL BİLGİLER
FAKÜLTESİ

Necmettin Erbakan Üniversitesi



Necmettin Erbakan Üniversitesi
Siyasal Bilgiler Fakültesi Dergisi
(NEU SBF Dergisi)

Journal of the Faculty of Political Science (JNEUSBF)

Cilt/Volume: 4, Sayı / Issue: 2 (Aralık / December 2022)
Uluslararası Hakemli Dergi / International Peer Reviewed Journal

Sahibi/Owner

Necmettin Erbakan Üniversitesi Siyasal Bilgiler Fakültesi Dekanlığı adına /
On Behalf of Necmettin Erbakan University the Faculty of Political Science
Prof. Dr. Birol MERCAN

Editör / Editor-in-Chief

Dr. Öğr. Üyesi Sevilay Ece GÜMÜŞ ÖZUYAR (Necmettin Erbakan Üniversitesi)

Editör Yardımcıları / Associate Editors

Prof. Dr. Ahmet ŞAHBAZ (Necmettin Erbakan Üniversitesi)
Doç. Dr. Segah TEKİN (Necmettin Erbakan Üniversitesi)

Alan Editörleri / Field Editors

Prof. Dr. Murat ÇEMREK (Necmettin Erbakan Üniversitesi)
Prof. Dr. Önder KUTLU (Necmettin Erbakan Üniversitesi)
Prof. Dr. Raif PARLAKKAYA (Necmettin Erbakan Üniversitesi)
Prof. Dr. Selim KAYHAN (Necmettin Erbakan Üniversitesi)
Doç. Dr. Altuğ Murat KÖKTAŞ (Necmettin Erbakan Üniversitesi)

Yayın Türü / Publication Type

Sürelî Yayın / Periodical

Yayın Periyodu / Publication Period

Yılda iki kez (Haziran ve Aralık) yayımlanır/ Published bi-annual (June, December)

Baskı Tarihi / Print Date

Aralık / December 2022

Yazışma Adresi / Correspondence Address

Köyceğiz Yerleşkesi, Dere Aşıklar Mahallesi Demeç Sokak
Necmettin Erbakan Üniversitesi Siyasal Bilgiler Fakültesi Dekanlığı, No: 39, 42090,
Meram/KONYA.

Tel / Phone: 0332 325 20 53

Web: <http://dergipark.org.tr/neusbf>

E-posta / E-mail: neusbfdergisi@gmail.com

Necmettin Erbakan Üniversitesi Siyasal Bilgiler Fakültesi Dergisi (NEU SBF Dergisi), yılda iki kez yayımlanan uluslararası hakemli bir dergidir /

Journal of the Faculty of Political Science (JNEUSBF) is an international peer reviewed bi-annual journal

ISSN: 2667-8063 E- ISSN: 2687-5063

DergiPark
AKADEMİK

YAYIN KURULU / EDITORIAL BOARD

- Prof. Dr. Birol MERCAN (Necmettin Erbakan University, Turkey)
Prof. Dr. Murat ÇEMREK (Necmettin Erbakan University, Turkey)
Prof. Dr. Önder KUTLU (Necmettin Erbakan University, Turkey)
Prof. Dr. Raif PARLAKKAYA (Necmettin Erbakan University, Turkey)
Prof. Dr. Selim KAYHAN (Necmettin Erbakan University, Turkey)
Assoc. Prof. Dr. Altuğ Murat KÖKTAŞ (Necmettin Erbakan University, Turkey)
Asst. Prof. Dr. Mehmet Nuri SALUR (Necmettin Erbakan University, Turkey)
Asst. Prof. Dr. Nahit YILMAZ (Necmettin Erbakan University, Turkey)
Asst. Prof. Dr. Fatih KALECİ (Necmettin Erbakan University, Turkey)
Asst. Prof. Dr. Sevilay Ece GÜMÜŞ ÖZUYAR (Necmettin Erbakan University, Turkey)

DANIŞMA KURULU / ADVISORY BOARD

- Prof. Dr. Ameer MOSBAH (Algiers 3 University, Algeria)
Prof. Dr. Farmonkul EGAMBERDİYEV (Uzbekistan)
Prof. Dr. Jamal OTHMAN (The National University of Malaysia, Malaysia)
Prof. Dr. Mohammad Kabir HASSAN (The University of New Orleans, the USA)
Prof. Dr. Murat ÇEMREK (Necmettin Erbakan University, Turkey)
Prof. Dr. Mustafa ACAR (Necmettin Erbakan University, Turkey)
Prof. Dr. Rakhmonov D. ALIDJONOVICH (Taskent State University of Economics, Özbekistan)
Assoc. Prof. Dr. Erhan ÖRSELLİ (Necmettin Erbakan University, Turkey)
Assoc. Prof. Dr. Gökhan BOZBAŞ (Necmettin Erbakan University, Turkey)
Assoc. Prof. Dr. Mustafa Özgür TUNA (Duke University, United State of America)
Assoc. Prof. Dr. Nurcavn ATALAN (Skidmore College, United State of America)
Assoc. Prof. Dr. Ramazan UCTU (American University of Iraq-Sulaimani KRG, Iraq)
Assoc. Prof. Dr. Shoirakhon NURDINOVA (CERR, Uzbekistan)
Asst. Prof. Dr. Mehmet Nuri SALUR (Necmettin Erbakan University, Turkey)
Asst. Prof. Dr. Nahit YILMAZ (Necmettin Erbakan University, Turkey)
Dr. Ayman HAYAJNEH (Yarmouk University, Jordan)

Sayı Hakemleri / Reviewers of the Issue

- Prof. Dr. Ahmet Cahid HAKSEVER (Ankara University, Turkey)
Prof. Dr. Ekrem ERDEM (Erciyes University, Turkey)
Prof. Dr. İhsan ÇAPÇIOĞLU (Ankara University, Turkey)
Prof. Dr. Metin TOPRAK (İstanbul University, Turkey)
Prof. Dr. Selim KAYHAN (Necmettin Erbakan University, Turkey)
Assoc. Prof. Dr. Metin KAPLAN (Nevşehir Hacı Bektaş Veli University, Turkey)
Assoc. Prof. Dr. Segah TEKİN (Necmettin Erbakan University, Turkey)
Assoc. Prof. Dr. Shoirakhon NURDINOVA (CERR, Uzbekistan)
Asst. Prof. Dr. Bahadır Sazak DOĞAN (Tokat Gaziosmanpaşa University, Turkey)
Asst. Prof. Dr. Emin Efecan AKTAŞ (Namık Kemal University, Turkey)
Asst. Prof. Dr. Mustafa GÖMLEKSİZ (Necmettin Erbakan University, Turkey)
Asst. Prof. Dr. Mustafa Tahir DEMİRSEL (Selçuk University, Turkey)
Asst. Prof. Dr. Sevilay Ece GÜMÜŞ ÖZUYAR (Necmettin Erbakan University, Turkey)

İçindekiler / Contents

ARAŞTIRMA MAKALELERİ/ RESEARCH ARTICLES

- The Effects of the Covid-19 to the World and Turkish Economy: A Precise Comparison with the 2008 Crisis
Covid-19 Salgınının Dünya ve Türkiye Ekonomisine Etkileir: 2008 Krizi ile Kısa Bir Mukayese.....132
Gamze MERCAN
Araştırma Makalesi / Research Article
- An Analysis on the Role of Taxes in Public Finance in Turkey
Türkiye’de Vergilerin Kamu Finansmanındaki Rolü Üzerine Bir Analiz.....144
Emrah NOYAN, Muhammed SAMANCI
Araştırma Makalesi / Research Article
- The Effect of Institutionalization on Firm Performance in SME’s
Kobilerde Kurumsallaşmanın Firma Performansı Üzerindeki Etkisi.....157
Adem ÖĞÜT, Sedat TARHAN
Araştırma Makalesi / Research Article
- The Effect of Electronic Advertising on Consumer Purchasing Behavior: Field Study of a Consumer Sample in Yemen
Elektronik Reklamların Tüketici Satın Alma Davranışına Etkisi: Yemen’deki bir Tüketici Örneğinin Saha Çalışması173
Sarah Saleh AL-KBAT
Araştırma Makalesi / Research Article
- The Importance of Translation Quality and Translation Problems in the Turkish Economic Literature
Çeviri Kalitesinin Önemi ve Türkçe İktisadi Literatürde Çeviri Sorunları.....186
Mustafa ACAR
Araştırma Makalesi / Research Article
- A Conceptual Framework on the Culture of Coexistence Based on the Example of Istanbul
İstanbul Örneğinden Hareketle Bir Arada Yaşama Kültürü Üzerine Kavramsal Bir Çerçeve.....202
Reyyan AKKAŞ
Araştırma Makalesi / Research Article

Covid-19 Salgınının Dünya ve Türkiye Ekonomisine Etkileri: 2008 Krizi ile Kısa Bir Mukayese

Gamze MERCAN 

Arş. Gör., Necmettin Erbakan Üniversitesi, Siyasal Bilgiler Fakültesi Maliye Bölümü, Konya, Türkiye,
gamze.yilmaz@erbakan.edu.tr

Makale Bilgileri

Makale Geçmişi

Geliş: 08/05/2022

Kabul: 01/12/2022

Yayın: 31/12/2022

Anahtar Kelimeler:

Covid-19, 2008 Krizi,
Ekonomik Kriz

JEL Kodları: E66,
G01, O57

ÖZ

COVID-19 olayının meydana gelmesi ve ardından tüm dünyada etkisini göstermesi ile birlikte başta ekonomi olmak üzere sosyal, toplumsal etkilerinin gerçekleşmesi, arz ve talep dengelerinin birlikte çarpışması, insanların tüketim alışkanlıkları ilk sırada olmak üzere birçok tutumunda ve davranışında değişiklik meydana getirmesi etkilemesi salgını geçmişte yaşanmış diğer krizlerden ayırmaktadır. Özellikle seyahat engel ve kısıtlamaları seyahat edecek bireylerin konumlanmasında sınırlamaya neden olmuştur. Otel vb. İşletmelerin faaliyetleri de durma seviyesine gelmiştir. İşgücü piyasası bakımından faaliyetleri işyerinden uzakta gerçekleştirme stiline geçiş yapılmıştır. Sosyal ve fiziksel mesafe kuralları kapsamında piyasanın fiziken çalışma kavramı, hatta bazı üretim merkezlerinde üretime ara verilmiştir. Bu bazı konuların netlikten uzak olması sonucunda, zamanında finansal yardım ve acil finansman destekleri ile istikrarı bozucu etkinin ilerlemesi engellenmiştir. Global bir sorun olan COVID-19, Türkiye ekonomisinde, dış ticaret verilerini, işgücü piyasasının mevcut durumunu, üretim verilerini şüphesiz etkisi altına almıştır. Öte yandan Makro ekonomik düzeyde 2008 yılında yaşanan kriz, 1929 ekonomik buhranından sonra tüm dünyayı en çok etkileyen kriz olarak nitelendirilmektedir. Krizin reel sektörde kendini göstermesi ile ülke içinde üretilen malların diğer ülkelerde ilgi görmemesi üretimde düşüşe yol açmıştır. Bu sebeple gelirden de bir küçülme meydana gelmiştir. 2008 krizinin en önemli sorunlarından biri de tüm bunların sonucu olan işsizliğin artmış olmasıdır. Bu çalışmada; krizlerin küresel ekonomiye etkileri, krizlerin Türkiye ekonomisindeki yansımaları, kriz dönemi içerisindeki ekonomik büyüme oranlarına yer verilmiştir. Ayrıca dünyada ve Türkiye’de, Covid-19 salgınının makro ekonomiye etkisi ve geçtiğimiz yakın tarihli 2008 küresel ekonomik krizinin etkileri kıyas edilmiştir.

The Effects of the Covid-19 to the World and Turkish Economy: A Precise Comparison with the 2008 Crisis

Article Info

Article History

Received: 08/05/2022

Accepted: 01/12/2022

Published: 31/12/2022

Keywords:

Covid-19, 2008 Crisis,
Economic Crisis

JEL Codes: E66, G01,
O57

ABSTRACT

With the occurrence of the COVID-19 event and then its effect all over the world, the realization of its social and societal effects, especially the economy, the collision of supply and demand balances, the change in many attitudes and behaviors of people, especially their consumption habits, and the effect of the epidemic on other things experienced in the past. In particular, travel barriers and restrictions have caused limitations in the positioning of individuals who will travel hotel etc. The activities of the enterprises have also come to a standstill. In terms of the labor market, there has been a transition to the style of carrying out activities away from the workplace. Within the scope of social and physical distance rules, the physical working concept of the market and even production in some production centers was suspended. As a result of the lack of clarity on some of these issues, the progress of the destabilizing effect was prevented by timely financial aid and emergency financial support. As a global problem, COVID-19 has undoubtedly affected foreign trade data, the current state of the labor market, and production data in the Turkish economy. On the other hand, at the macroeconomic level, the crisis experienced in 2008 is described as the crisis that affected the whole world the most after the 1929 economic crisis. With the emergence of the crisis in the real sector, the fact that the goods produced in the country did not attract attention in other countries led to a decrease in production. For this reason, there has been a decrease in income. One of the most important problems of the 2008 crisis is the increase in unemployment as a result of all these. In this study; The effects of the crises on the global economy, the reflections of the crises on the Turkish economy, and the economic growth rates during the crisis period are included. In addition, the impact of the Covid-19 outbreak on the macro economy in the world and in Turkey and the effects of the recent 2008 global economic crisis were compared.

Atf/Citation: Mercan G. (2022). Covid-19 Salgınının Dünya ve Türkiye Ekonomisine Etkileri ve 2008 Krizi ile Mukayesesi, *Necmettin Erbakan Üniversitesi Siyasal Bilgiler Fakültesi Dergisi*, 4(2): 132-143



"This article is licensed under a [Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/) (CC BY-NC 4.0)"

GİRİŞ

Dünyanın 1929 yılında görmüş olduğu krizinden beri yine global anlamda yaşadığı en sarsıcı kriz olan 2008 finansal krizi, 2007 yılının üçüncü çeyreğinde finansal piyasalarda meydana gelmiş, finansal piyasalar açısından büyük tahribatla sonuçlanmıştır (IMF, 2008). Hasar tahmin edilen boyuttan fazla olduğundan, hükümetlerin pek çoğunda piyasa ekonomisi sürmesine karşın, mevcut ekonomik yöntemler krizin olumsuz sonuçlarını minimum indirmek için kamulaştırma kavramını faaliyete geçirmişlerdir. Bu olay banka ve finans kurumları başta olmak üzere gerçekleşmiştir. Nitekim gelişmiş ve gelişmekte olan ekonomiler geçmişten o güne en büyük bankacılık krizine, tabiri caizse iflasına maruz kalmıştır. Öte yandan bu duruma karşın birçok ülke piyasa ekonomisi faaliyetlerinin benliğine uymayan bir biçimde daha önce benzerine rastlanmamış bir biçimde finansal sistemde değişikliğe gidilmiştir (Reinhart & Felton, 2009).

1929 yılı krizi epey büyük oranda gerçekleşmesine karşın, bazı devletlerde etkilenme durumu az olmuştur veya hiç olmamıştır. Çünkü o dönemde dünya bu kadar entegre bir konumda değildi (Eğilmez, 2016). Bu bağlamda 2008 krizi gerek günümüzde ülkelerin küreselleşmesinin tabi sonucu olan birbirine entegre olması, gerekse kapitalist sistemin karşılaştığı ilk küresel boyutta kriz olması sebebiyle diğer krizlerden farklılaşmaktadır.

Adam Smith'in, 1776 senesinde çıkmış olan "Ulusların Zenginliği" eserinde kapitalizmin kâr amaçlı güdümlenmesi ve söz konusu kârın, ekonomisi gelişmiş devletlerde az, ekonomisi gelişmemiş devletlerde ise çok fazla meydana gelmesi sonucunda, kârın en fazla oranda meydana geldiği hükümetlerin krizden en çok etkilenen devletler olduğu söylenebilmektedir (Smith, 1776). Ama globalleşme neticesinde devletlerin bağlantılarının artmasıyla 1990'lerden günümüze yaşanmış finansal krizler ise hem gelişmekte olan hem de gelişmiş ülkelerde sıkıntılar meydana getirmektedir (Stiglitz, 2004).

2008 yılı küresel krizinin etki ölçeğinin genişlemesi istihdam ve büyüme değişkenlerini eksi yönde etkisi altına almıştır. Ayrıca sadece ekonomiye ait bir literatür olmaktan ziyade bizatihi neoliberal muhafazakâr ideolojiyi tartışmaların merkezi haline taşımıştır (Yeldan, 2008). Krizler ve neticelerine bakıldığında, piyasa ekonomisinin meydana gelmiş problemlere çözüm olabilen bir sistem olarak düşünülmesinin gerçekçi olmadığı ortaya çıkmaktadır (Marx, 1867).

Salgınların ekonomiye etkisini gelindiğinde İspanyol gribi, 500 Milyondan fazla kişiyi etkisi altına alması sonucu 2 yılda 50 milyon civarı bireyin yaşamını yitirmesine neden olarak tarihte yaşanmış büyük çaplı salgındır. Bu salgının ölümle birlikte sebep olduğu ciddi ekonomik külfetler de sonuç doğurmuştur. Birinci Dünya Savaşı tarihine yakın bir tarih olduğundan 20. yüzyılın ekonomisinde büyük etkiler meydana gelmiştir. İspanyol gribi olayının GSYİH ve tüketimde düşüşe olan etkisinin sırasıyla %6 ve %8 oranlarında olduğu ve Birinci Dünya Savaşı, İkinci Dünya Savaşı ve 1929 Dünya Ekonomik Bunalımından sonra gelir ve tüketim üzerinde yeni bir ekonomik şok olduğu söylenebilir. Böylece İspanyol gribi zamanında sosyal ve ekonomik alanlarda büyük oranda kendini göstermiştir. Ayrıca benzer salgın tahribatlarının kişi başına %10-12 oranlarında kazançta azalmaya sebep olduğu söylenebilmektedir (Barro & Ursua, 2020).

Öncelikle 2019 senesinin Aralık ayında Çin'in Wuhan kentinde meydana gelen ve COVID-19 adıyla ortaya çıkan Koronavirüsün neden olduğu salgın, çok az bir zamanda tüm dünyayı etkisi altına almış ayrıca başta sağlık ve ekonomik sahaları olmak üzere tüm sektörleri de etkilemiştir. 6 Ocak 2022 tarihinde, Koronavirüs toplam 289.000.000 onaylanmış vaka ve 5.400.000 ölüme sebep olmuştur (WHO, 2022). Küresel bağlamda salgınlarla mücadelede kontrolleri ve yönetmeliklerine güvenilen DSÖ ise doğrudan bireylere değil çözüme yöneliktir. Her ülke, katılımcılarıyla verimli bir bilgi akışı sağlamaya çalışmaktadır. DSÖ'nün birkaç yıl önce başlayan küresel bir salgınla mücadelede ne yapılması gerektiği konusunda ciddi çalışmaları bulunmaktadır ve ülkeler böyle bir durumla karşılaşıldığında en büyük desteğin ve çözümün DSÖ'den geleceğine inanmaktadırlar (Özuyar, 2022).

Bu bağlamda yeni çıkan bu salgın ve DSÖ'ün onu önlemek için başta ekonomi olmak üzere aldığı ve alacağı önlemler ile ilgili olarak halen küresel çapta etkiler süregelmektedir. Bundan sonrasında virüsün etkilerinin hangi boyutta olacağını ancak ilerleyen günlerde görülecek ve salgının gisişatı vatandaşların yaşam alışkanlıklarını yeniden şekillendirecektir.

Covid-19 salgınının Türkiye ekonomisinde; üretim, istihdam, kişi ve işletme gelirleri, ihracat, cari açık, bütçe açığı ve merkezi yönetim toplam borç yükünü, kötü yönde etkisi altına alarak durgunluğa sebep olmuştur. Koronavirüsünün umulmadık bir hızda seyretmesi, global anlamda ekonomiyi riskli durumlara sokmuştur (Demirdöğen ve Yorulmaz, 2020). Söz konusu salgın, BM tarafından II. Dünya Savaşı'ndan beri görülen "en büyük kriz" olarak tanımlanmıştır. Salgın, AB Komisyon Başkanı Von der Leyen tarafından ikinci bir Marshall Planı'nı gerektirecek kadar "*büyük bir ekonomik felaket*" olarak tanımlanırken, OPEC Genel Sekreteri tarafından "*görünmez bir canavar*" olarak ifade edilmiştir. İlk olarak ulaştırma (hava, kara ve deniz) sahasında olmak üzere bireylerin bire bir temasını gerektiren, hemen hemen her tür ekonomik faaliyet durma noktasına gelmiştir. Virüsün hızlı bir şekilde küresel bir sorun haline gelmesi neticesinde, küresel tedarik zincirleri kopmuş, ithal mal ve hizmetlere dair nihai talepte azalmalar yaşanmış ve uluslararası turizm ve iş seyahatinde birçok bölgede düşüşler meydana gelmiştir. Bu süreçte belki de sadece sağlık, gıda ve kısmi sanayi üretimi yapan sektörler faaliyetlerini aksatmamıştır. Dolayısıyla evren, arz ve talep şokunun birarada meydana geldiği, daha önce hiç yaşanmamış bir krizle burun buruna gelmiştir. Sayılabilecek belki de tek faydası bireylerin evde kalmaları gereği tüketim faaliyetlerinin azalması, daha az karbondioksit salınımı dolayısıyla daha az hava ve çevre kirliliği olmuştur. Bu dönemde AB'nin günlük karbon emisyonu yaklaşık %60 oranında azalmıştır. En fazla emisyon düşüşü %88 ile ulaştırma sektöründe meydana gelirken, evlere kapanma sebebiyle hane halkının emisyonları mevcut yıldan bir önceki yılın yine aynı dönemi ile mukayese edildiğinde üçte bir oranında bir yükseliş göstermiştir (Financial Times, 2020).

1. KRİZLERİN TÜRKİYE EKONOMİSİNDEKİ YANSIMALARI

Literatürde krizlerin net bir tanımı mevcut değildir. Birçok yazar farklı bir yorum geliştirmiş olsa da genel olarak üzerinde ittifak edilen kapsamlı görüşe göre kriz; finansal değerlerin hepsinin veya büyük kısmının – kısa süreli faizler ile hisse senedi, gayrimenkul, arsa gibi değerlerin fiyatları, ticari iflaslar ve finansal kurumların başarısızlıkları – keskin, kısa ve ultra – şekliyle devsam ederek bozulması olarak ifade edilmektedir. Tabiki bu olay günümüzde hane halkı ve ekonomi dünyasına kredi akışı kısıtlandığında ve mal ve hizmetlerin reel ekonomisi kötü etkilendiğinde finansal piyasalardaki aksamanın daha da ilerleyeceği düşümlenmektedir. Bu durumda ekonomide büyük hasarlara sebep olması muhtemeldir (Gövdere ve Öztürk, 2010). Bununla birlikte krizler, literatüre göre dört şekilde ayrılabilir; para krizleri, bankacılık krizleri, finansal krizler ve dış borç krizleridir.

Bankacılık krizleri, mevcutta yer alan bankaların sermayelerinin tümünün veya tamamına yakınının yok olmasının klasik bir bankacılık krizi şeklinde adlandırırken, iktidarın bankalar hakkında düzenlemeye gitmesi, birleşmeye veya kapanmaya zorlanması, bankaların mevduatlarına yönelik aşırı ikilemler gibi bankaları kötü yönde etkisi altına alan olayların mevcudiyeti ise genel olarak bankacılık krizleri şeklinde adlandırılmaktadır. Bu durum hane halkı ve işletmelerin ticari faaliyetlerini sınırlandırmaktadır. Bu nedenle yatırımların ve tüketimin düşmesini ilerletmekte, finans alanının ödeme ve kredi düzeninin düzenli bir biçimde sürdürülmesinin önüne geçmektedir. Aynı zamanda, yurtiçi yerleşik sermayenin yabancı ülkeye gitmesinin ilerlemesine, ayrıca bankalar gibi finansal kurumlara olan güvenin düşmesine sebep olmaktadır (Altıntaş, 2004).

Para krizleri ise, döviz kurunda meydana gelen ani bir olayı ve sermaye akımlarındaki derin bir değişimi adlandırır. Para krizi, ülke parasına olan spekülasyonla neticelenmesi durumunda, ya da hükümetin uluslararası kaynakların hacmini büyütür ve faiz oranlarını artırarak ülke parasını savunmaya teşvik eder (Danışoğlu, 2007).

Küresel ekonominin 2008 senesi krizinin olumsuz sonuçlarının yansıdığı bir çevrede, Türkiye ekonomisi krizin yansımalarını en aza indirmek için bazı tedbirler almıştır. Bu çerçevede Varlık Barışı faaliyetleri başlamıştır ve ülke dışındaki değerlerin ülke içine ulaşması hedeflenmiştir. Hisse senedi gelirlerinde stopaj sifıra düşürülmüştür. Vergi borçlarının taksitlendirilmesi olanağı sunulmuştur. KOBİ'lere kurumlar vergisi istisnası sunulmuştur. Otomobil, mobilya, beyaz eşya sektörlerinde ÖTV ve KDV indirimleri uygulanmıştır. İstihdam konusunda iyileştirme çabaları gösterilmiştir. İstihdamı iyileştirme gayretlerinde, daha az çalışma ödeneğinin ve işsizlik ödeneğinin yükseltilmesi, İŞKUR'un mesleki eğitim süreçlerinin iyileştirilmesi, girişimcilik ve eğitim danışmanlığı hizmeti sunulması, hali hazırdaki istihdamın üzerine ek bir istihdam için prim avantajı sunulması gibi tedbirler alınmıştır (Gürsoy, 2019).

Yaşanılan küresel finansal krizin sebep olduğu ikilem, çevrenin global ölçekte küçülen finansal şartlardan ziyade yatırım ve tüketim masraflarının da düşmesine sebep olduğu ve tasarruflarda büyüme meydana gelmesinin de etkisiyle iç talepte keskin daralmaya sebep olduğu söylenebilmektedir. Global ekonomide sürekli halde büyüyen bu sorunlara, Türkiye'de GSYİH büyüme oranları 2008 yılının ikinci çeyreğinden beri net olarak azalmaya başlamıştır. 2008 yılının son ve 2009 yılının ilk çeyreğinde ise ekonomik faaliyette oldukça sert bir gerileme yaşandığı görülmektedir. Krizin ilk etkilerinin hissedildiği 2008'in son çeyreğinde Türkiye ekonomisi % 6.2 oranında küçülmüştür. Türkiye'de böylece 2001 yılının dördüncü çeyreğinden (9.5) itibaren ilk kez bir daralma yaşanmıştır (TUİK, 2009).

2008 yılının son çeyreği ve 2009 yılının ilk çeyreğindeki ekonomik işleyişte bir küçülmenin ilk olarak nedeninin ihracata dayalı üretim yapan sanayi alanında oluşan bir daralma olduğu şeklinde açıklanabilir. Bu durumun sanayi alanında istihdamdaki aksama sürecini ilerlettiği, iş gücüne katılım oranındaki keskin artışın da etkisiyle işsizlik oranlarında artışa sebep olduğu söylenebilmektedir. Nitekim ekonomideki sürecin yavaşlamanın keskin bir hal alması ile beraber işgücü piyasasına dair kötü gidişatın geçen döneme oranla daha kötüye giderek sürdüğü ve işsizlik oranlarında keskin yükselişlerin meydana geldiği de söylenebilmektedir. İşsizlik oranının tümü ilk çeyrekte yıllık % 4.2 puan artarak % 16.1 oranında meydana gelmiştir. İşsizlik oranında meydana gelen yükselişin 1.8 puanı istihdamdaki düşüş, 2.4 puanı ise işgücüne katılım oranındaki yükseliş nedeniyle meydana gelmektedir (TCMB, 2009).

Küresel finansal krizin etkisi, Türk bankacılık sektörü tarafından kredi mebleğinde etkisi daha çok hissedilmiştir. 2008 yılının dördüncü çeyreğinde global ekonomideki sorunların çoğalmasıyla beraber Türkiye'deki iç ekonomik faaliyetlerdeki durgunlaşma, ülkedeki iç kredi piyasalarını kötü yönde etkilemiştir. İç talebi, ihracatı ve öngörülemeyen harcanabilir geliri düşürmek, kredi talebini yavaşlatmıştır (Selçuk, 2010).

Türkiye, 2019 yılının son çeyreğinde %6, yılın tamamında %0,9 oranında büyüme göstermiştir. 2019 yılı sonunda %11,84 olarak gerçekleşen Tüketici Fiyatları Enflasyonu (TÜFE); Şubat 2020'de 12,37; Mart ayında % 11,87 ve 2020 yılının ilk çeyreğinde yüzde 11,86 olmuştur. TÜİK verilerine göre Mart ayında ihracat hacmi geçen yılın aynı ayına kıyasla %17,8 oranında azalarak 13,4 milyar USD olurken, ithalat %3,1 yükselişle 18,8 milyar dolar civarında meydana gelmiştir. Bu şekilde, dış ticaret açığı %181,6 büyüyerek 5,4 milyar dolara çıkmıştır (Adıgüzel, 2020).

Çalışmada mukayesesinin yapıldığı krizleri, finansal kriz derinliğinde inceleneceği için finansal krizlere ilişkin tanım sona bırakılmıştır. Genel olarak finansal kriz, finansal piyasalardaki ahlaki erozyonun iyice yükselmesi ile kötü tercih sıkıntılarının yatırım ihtimallerini etkin bir şekilde yön verememesinden dolayı doğrusal olmayan bir bozulma şeklinde adlandırılmaktadır. Gelişmekte olan ülkelerdeki finansal krizler, genel anlamda finansal fazlalık, yanlış döviz kuru politikaları, uluslararası finansal şoklar, asgari şartlar olmadan zamansız finansal serbestleşme uygulamaları ve iç bankacılık sektöründeki eksiklikler nedeniyle oluşmaktadır. Bu nedenle, finansal sektördeki "ani ve beklenmedik" bir olayın meydana gelerek, reel sektörlerinin para ve para tarzı şeyleri sağlayamaması olayı finansal

kriz olarak adlandırılmaktadır (Emin, 2016).

Finansal krizlerin temel sebebi finansal piyasalardaki aşırı dengesizlikler olarak görülmektedir. Günümüzde bu durum aşırı oynaklık olarak da adlandırılmaktadır. Başka bir ifade ile finansal krizler, reel ekonomi üzerinde büyük yıkıcı etkiler doğuran ve piyasaların etkin işleyiş gücünün aksamasına neden olan finansal piyasalardaki tahribatlar şeklinde tanımlanabilir (Gövdere ve Öztürk, 2010).

2. KRİZLERİN KÜRESEL EKONOMİK ETKİLERİ

2008 yılında yaşanan krizde dünya ekonomisinin geçmiş yıllara oranla daha değişik faktörlerin etkili olduğu bir döneme tanıklık ettiği düşünülmektedir. 2007 yılı bitiminde ABD emlak sektöründe meydana gelen ve daha sonra para ve sermaye piyasalarında etkinliğini artıran ve 2008 senesi Eylül ayında belli bir büyüklüğe ulaşmış bir takım mali kuruluşların batması ile keskinlik ve dağılım oluşturan finansal krizin yankıları literatürde bazı araştırmacılara göre hala sürmektedir (Öztürk & Gövdere, 2010). Krizin meydana gelmesi ile finansal krizin reel sektör alanındaki hissedilirliği de artık görünmeye başlamıştır. Devam eden finansal kriz sonucunda meydana gelen güven kaybıyla, küresel ekonomi on yıldan sonra ilk kez derin bir eğilime düşmüştür. Bu krizin reel ekonomi üzerindeki etkileri 2010 yılının ilk yarısında daha da fazla keskinlik kazanmıştır. Birçok gelişmiş ve gelişmekte olan ülkeler durgunluğa girmiş ve ekonomik resesyon global anlamda daha da derinleşmeye başlamıştır. Hem gelişmiş hem de gelişmekte olan ülkeler tarafından krize dair alınan tüm ihtiyatlara karşın, küresel finans krizinin sebep olduğu güven kaybı, ticari faaliyetleri global anlamda durağanlaştırarak doğal olarak büyüme payları belirli oranda gerileme eğilimine girmiştir (Yılmaz, 2009).

Dünya piyasasında yıkıcı tahribatlara yol açan 2008 küresel finans krizinin global etkinliği halen devam etmektedir (Alagöz ve Ceylan, 2015). 2008 yılı bitiminde ise pekçok ülke ekonomisinde algı kaybı, güvensizlik, işsizlik, faiz, dış ticaret ve kişi başı GSYH gibi reel ekonomik belirleyicilerde mevcut olan iyi yönlü gelişmelerin bozulmasına neden olmuştur. Global ekonomik faaliyetlerin teknoloji ve bilim ile ivme kazanması ile meydana gelen olumlu algı, yine aynı şekilde ülke ekonomilerini negative yönde etkilemiş ve ihracat ve ithalat oranlarında büyük azalmalara neden olmuştur (Alagöz & Ceylan, 2015). 2009 yılında ABD, Almanya, Brezilya, Çin, Fransa, İngiltere, Japonya, Meksika ve Türkiye gibi dünya ekonomisinde ihracat artışları %-8 ile %-16 arasında olduğu kaydedilmiştir. Bunun tek istisnası %5,54 ile Hindistan olmuştur. Söz konusu ülkelerde yine Hindistan hariç (%7,64) ithalat artış hızı %-9 ile -21 arasında meydana gelmiştir (Alagöz ve Ceylan, 2015).

2017 yılında ise küresel ekonomi için bir ivme kaydedilmişti. Ticaretin %5,2 seviyesinde yükselmesi uzun süredir devam eden %3 oranını geride bırakmıştır. Dış ticaret hacmindeki artış hızı yine petrol ve hammadde fiyatlarında dolaylı yükselişe sebep olmuştur. 2018'in ilk yarısında da yükseliş sürmüştür. Fakat yılın ikinci yarısında mal fiyatlarında dünya ticaret hacmindeki düşüğe bağlı azalışlar kaydedilmiştir. Çin ekonomisinde meydana gelen hızlı düşüş mal fiyatlarının belirlenmesinde rolü olmuştur. 2018 Haziran'ında başlayan Çin - ABD tarife savaşı 2019 yılında dünya ekonomisinin daha da daralmasına yol açmıştır (Çetiner ve Sever, 2019).

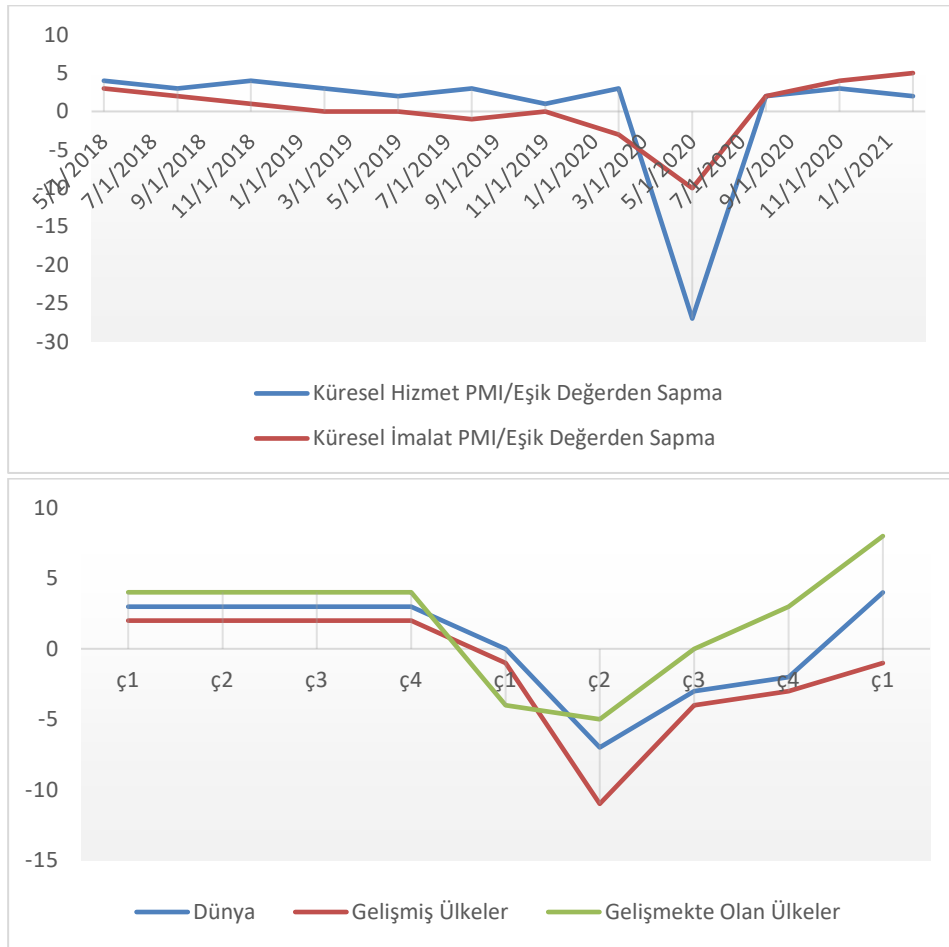
Ancak bu trend beklenenden kısa sürmüştür. Zira 2019 yılında Çin'de başlayıp ardından tüm dünya ülkelerini etkileyen Korona virüsü bütün dünya ekonomilerini beklenmedik bir anda sarsmıştır. Söz konusu büyüme oranlarına ilişkin bir değerlendirme yapılacak olursa; dünya ekonomisi 2004 yılı (%4,4) sonrası 2005 yılındaki azalışa karşın büyüme oranında artış yakalamasını, 2008 yılındaki (%1,85) geniş çaplı ekonomik kriz nedeniyle bu başarıyı kaybetmiştir. 2009 yılında meydana gelen negatif büyüme (%-1,67) ve sonrası 2010 yılı (%4,3) krizin hasarlarını düzeltmeye yönelik faaliyetlerden sonuç alınamamış, 2011 yılından itibaren (%3,14) 2017 yılına kadar 2 puan dolaylarında bir yükseliş seyretmiştir. 2017 ve 2018 yıllarındaki sırasıyla %3,2 ve %3,04 puanlık artışlar da 2008 krizinin sonuçlarının üstesinden gelinemediğinin bir sembolü olarak kalmıştır. Yine de 2011 yılından sonraki en yüksek değere eriştiği de gözden kaçırılmamalıdır. 2019 yılı büyümenin devamını

sağlayamaması ardından gelen yıl olarak %2,4 oranında gerçekleşmiştir (Dünya Bankası, 2020).

Riskten kaçınma, pandemi sürecinde finansal piyasalarda iyice yükselmiş, ABD'nin yıllık faiz oranı ve hisse senedi fiyatları büyük oranda azalmıştır (OECD, 2020). Amerika Merkez Bankası (FED) başta olmak üzere ülkelerin merkez bankaları aynı 2008 yılında olduğu gibi parasal genişleme kararları almışlardır (Bloomberg Ht, 2020).

Türkiye'de Mart ayı ortasından Haziran ayına kadar alınan tedbirlerin hali hazırda hasar potansiyeli günlük %22 üzerinde bir ekonomik düşüşü göstermektedir (OECD, 2020). Asya Kalkınma Bankası (ADB) sunmuş olduğu "Asya Kalkınma Görünümü 2020" adlı raporunda, Covid-19 krizinin Avrupa, ABD ve diğer gelişmiş ekonomilere sahip ülkelerdeki dağılım hızına göre dünya ekonomisine maliyetinin 4,1 trilyon dolar oranında yansıtacağını ifade etmiştir. Ayrıca bu durum global anlamda Gsyh'nın %4 oranında küçülmesini ifade ettiği de belirtmiştir.

Tablo 1. Küresel Büyüme



Kaynak: Bloomberg Eurostat (2022)

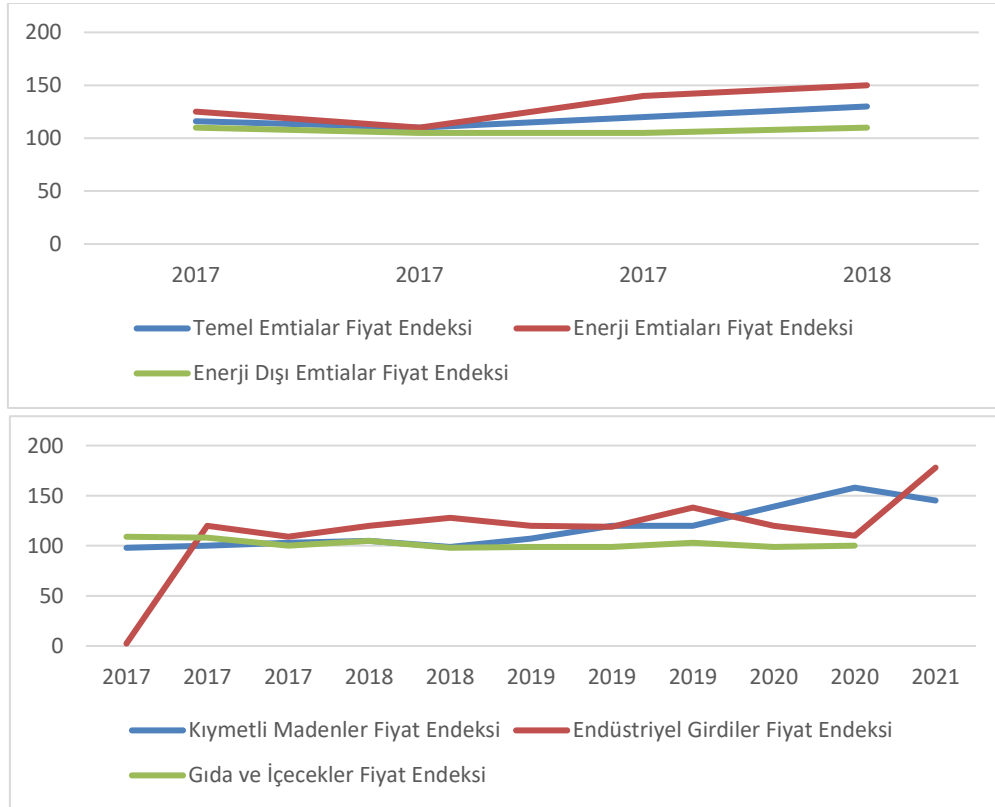
Dünya Bankası, Avrupa ve Orta Asya (Avrasya) kalkınmakta ve gelişmekte olan ülke ekonomileri için yayınlamış olduğu raporda, koronavirüs salgınından kaynaklanan Türkiye ekonomisi için 2020 ve 2021 yılı GSYH büyüme tahminlerinde farklılıklar olmuştur. Salgın öncesinde Türk ekonomisinin 2020 yılında % 3 dolaylarında büyüebileceğini ifade eden Dünya Bankası, bu tahminini % 0,5'e düşürmüştür (Dünya Bankası, 2020). Ancak beklenen olmamıştır ve Türkiye 1,79 büyüme gerçekleştirerek beklenenin üstüne çıkmıştır. 2021 yılına gelindiğinde ise rekor bir büyüme gerçekleştiren Türkiye %11.1 seviyesine kadar çıkmıştır.

Tablo 2. Makro Göstergeler

MAKRO EKONOMİK GÖSTERGELER	Birim	2019	2020	2021
REEL EKONOMİ				
Gsyh (TL)	Milyar TL	4318	5047	6598
Gsyh (USD)	Milyar USD	760	717	745
Kişi Başına Gsyh (USD)	USD	9208	8597	8792
Gsyh Büyümesi	%	0,9	1,8	11,1

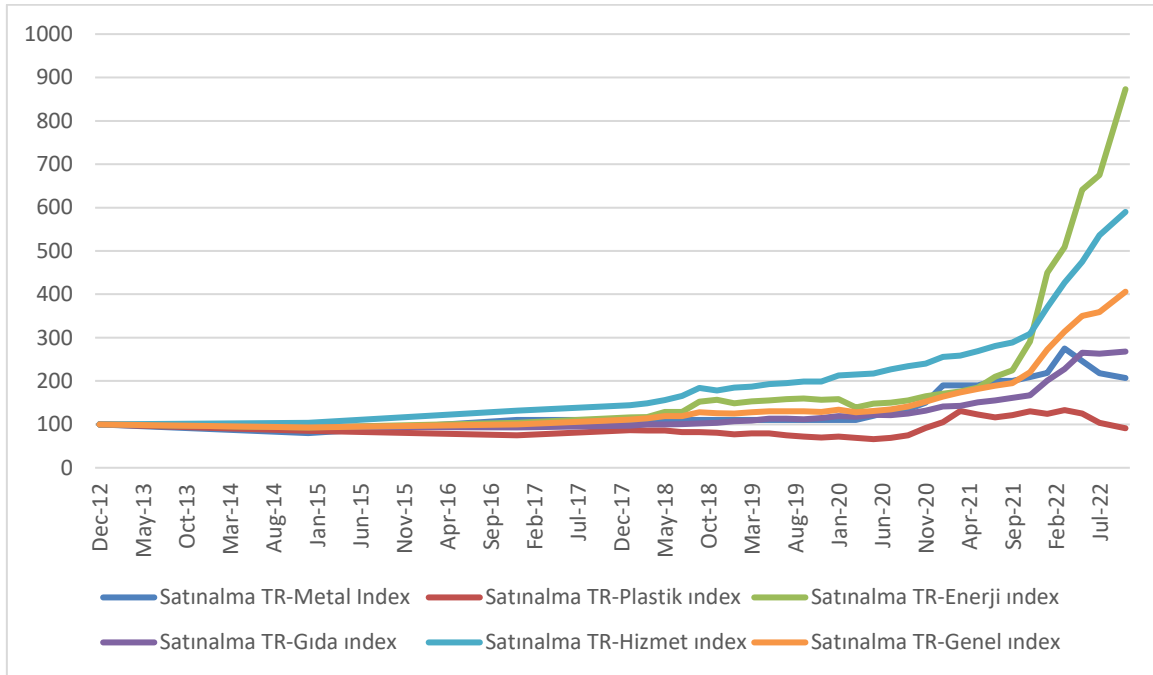
Kaynak: TÜİK (2022)

2021 yılının ilk çeyreğinde endüstriyel girdiler grubu fiyatlarında, ana metal fiyatlarında meydana gelen farklılıklarla orantılı olarak, yılın son çeyreğinde geçmiş yılın aynı dönemine kıyasla yüzde 43,7 oranında yükseliş yakalamıştır. Yani endekste 2020 yılı ilk yarısında Covid 19 sebebiyle meydana gelen serüvenin tersi yaşanarak, 2020 yılı ikinci yarısından beri 2021 yılı Mart ayına kadar kesintisiz artış yaşanmıştır. Ana metal fiyatları, salgının etkilerinin derinden hissedildiği Nisan 2020 döneminden itibaren yüzde 72,8 oranında artmıştır. Metal fiyatlarının yükselmesinde Çin ve gelişmiş ekonomiye sahip ülkeler tekrardan yeşeren sanayi ilişkileri ve ABD'nin mali yönlendirmelerine dair olumlu tutumun metallere karşı iyimserliği etkilemiştir. İnşaat ve imalat sektörlerinde yoğun olarak kullanılan bakır ve demir cevheri fiyatları 2021 yılı ilk çeyreğinde bir önceki yıla kıyasla sırasıyla %50,5 ve %82,6 artmıştır. Bakır fiyatları son 10 yılın en yüksek seviyesi olan 9.000 dolar seviyesine ulaşmıştır.

Tablo 3. Emtia Endeksi**Kaynak:** IMF (2008)

Tam kapanmanın yaşandığı 2020 ortasında Emtia sektöründe de ciddi hasarlar meydana gelmiştir. Yükselen malzeme fiyatlarına, navlunlardaki yükselişler ve düşük gelirlilik de dahil olduğunda Türkiye’de emtia fiyatları ciddi bir biçimde yükselişe geçmiştir. Plastik sektöründe %82, metal sektöründe %112, enerji sektöründe %110’a varan artışlar özellikle küçük ve orta büyüklükteki sanayi sektöründe ağır tahribatlara yol açmıştır. İhracat sektörü için dövizdeki dalgalanmalar çok etkili olmasa da günümüzde ithalat ağırlıklı sektörde yer alan firmalarda salgın ve kurdaki dalgalanmalar çarpan etkisi meydana getirmiştir. Uzun teminli siparişlerin artmış fiyatlarda piyasada konumlandırılması, yılın ikinci yarısında tahmin edilen gerilemenin sonraki dönemlere iteleneceği bazı araştırmacılar tarafından yorumlanmaktadır.

Tablo 4. Emtia Fiyat Endeksi



Kaynak: TUSMOD (2021)

SONUÇ ve DEĞERLENDİRME

COVID-19 yalnızca iktisadi zararı olan bir serüvenin meydana gelmesine neden olmaktan öte ayrıca sosyal alanı zarara uğratan bir kompozisyonu içinde barındırmaktadır. Ekonomi, insanların faaliyetleri neticesi mevcudiyet kazanan bir olgudur. Söz konusu açıklamaya yöneticileri olan kamu ve özel tüzel kişilikleri de dahildir. Bu da şu anlama gelmektedir, insanların etkilendiği miktarla ekonominin etkilendiği miktar doğru orantılıdır. Bu açıdan 2008 krizinden bağımsız olarak sosyal yapılar güçlendirilmelidir. Zira 2008 krizi ABD merkezli bir küresel finans kriziydi. Ülkenin dışa bağımlılığı kaçınılmaz olan bunalımı su üstüne çıkarmışken halen devam etmekte olan koronavirüs krizine karşın Türkiye ekonomisinin hala atabilecek adımları mevcuttur.

Siyasi politikanın elinde olan adımlar için günü kurtarmak yerine sonrası için de plan ve program yapılması gerekmektedir. Küçük ve orta ölçekli işletmelere göre finansman imkanları sunarak bu işletmelerin faaliyetlerini sürdürmesi için çabalanmalıdır. Feraset gerektiren dijital ortamda faaliyet sürdürmek için gerekli tedbirler alınmalıdır. Bunun için de elbette küresel aktörlerle yarışacak bir ortamın sağlanması gerekmektedir. Günümüz teknoloji metaverse, 6G gibi atılımları düşünürken henüz 4G altyapısı bizi ne kadar ileri götürebilir. Sonuç olarak bütün ekonomide yapısal değişim oluşturulmalı

ve daha fazla katma değer üretimini getirecek teknolojiler sunulmalıdır. Ancak bu şekilde dışa bağımlılığımız azalabilir ve krizlerden daha az hasarlı çıkabiliriz.

Covid-19 salgınının Türkiye ekonomisinde olumsuz yansımalarından biri, merkezi yönetimin vergi kazançlarının ekonomideki resesyon nedeniyle azalması karşısında hükümetin giderlerinin bilhassa sosyal giderlerin yükselmesi sebebiyle bütçe açığının büyümesidir. Salgın, hem arz hem talep şoku meydana getirmesi sebebiyle enflasyon; döviz kuru, petrol, emtia ve ara malı fiyatlarının seyrine bağlı olarak değişim gösterecektir. Yani, salgın Türkiye ekonomisinde; üretim, istihdam, kişi ve işletme gelirleri, ihracat, cari açık, bütçe açığı ve merkezi yönetim toplam borç yükünü, negative yönde etkisi altına alarak resesyona sebep olmuştur.

2008 krizi Türkiye ekonomisi üzerinde, büyüme ivmesinde bir azalış, hatta büyümeden ziyade küçülme, işsizlik oranında da artışlarla sonuçlanmıştır. Tüm dünya ekonomilerinin etkilendiği gibi Türkiye ekonomisi de 2008 ve son Koronavirüs küresel krizlerin olumsuz sonuçlarını yakından yaşamıştır. Türkiye dışa bağımlı bir ekonomi olup ihracat piyasalarının küçülmesinin etkisi ile iktisadi bunalıma maruz kalmıştır. Aynı zamanda petrol ihracatı yapan ülkelere yapılan ihracattaki düşüş çok daha azdır. Reel sektörde yatırım kararlarının ötelenmesi ve yatırımların durma noktasına gelmesi, üretim hacminde de düşüşe yol açmıştır. Yani aslında ülkelerin ihracat yapılacak alanda çeşitliliği ve ürün çeşitliliğini sağlamasının o ülke için ne kadar önem atfettiğinin göstergesidir.

Çalışmaya konu olan her iki kriz de hem arz hem talep yönlü şok etkisi oluşturmuştur. Mevcut grafikler de incelendiğinde mal fiyatları, yeni enflasyon oranının belirlenmesinde krizin hükümet giderlerini de sınır seviyeye ulaştırdığı da görülmektedir. Bu durumda merkezi yönetim bütçesinin negatif yönde gidişatını, krizlerin daha da tetiklenmesi beklenmektedir. Krizin Türkiye ekonomisi üzerinde bıraktığı tüm bu olumsuzlukların, finans sektörünün de buna hamallık yapmasına neden olacağı öngörülebilmektedir.

KAYNAKÇA

- Adıgüzel, M. (2020). Covid-19 Pandemisinin Türkiye Ekonomisine Etkilerinin Makroekonomik Analizi, *İstanbul Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi Covid-19 Sosyal Bilimler Özel Sayısı* 19(37): 191- 221
- Alagöz, M. & Ceylan, O. (2015). Dünya Ticaretinde Tarife Dışı Engeller: 2008 Krizi Sonrası Yaşanan Gelişmeler. *Sosyal Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 15(30): 59- 85.
- Altıntaş, H. (2004). Bankacılık Krizleri, Nedenleri ve Etkileri. *Erciyes Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 0 (22):39-61.
- Barro, R. J., Ursua, J. F. & Weng, J. (2020). *The Coronavirus and the Great Influenza Epidemic Lessons from the "Spanish Flu" for the Coronavirus's Potential Effects on Mortality and Economic Activity*. Working Paper 26866
- Bloomberg HT (www.blomberght.com) E.T. 08.01.2022
- Çetiner, M. & Sever, E. (2019). Dünya Ekonomisi ve Türkiye'nin Yeri: Tarihsel Süreç, Ekonomik Göstergeler ve Geleceğe Yönelik Tahminler. *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve*

- İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*,24(2), 333-347.
- Danışoğlu, A. (2007). Para Krizleri: Türkiye’de Yaşanmış Krizlerin Değerlendirilmesi. *Sosyal Bilimler Dergisi*, 0(2): 1-11
- Demirdöğen, O. & Yorulmaz, R. (2020). *Kovid-19 Salgınının Dünya Ekonomilerine Etkileri*. Ortadoğu Araştırma Merkezi Analiz No: 242. Ankara
- Eğilmez, M. (2016). *Küresel Finansal Kriz*. Remzi Kitabevi: Ankara
- Emin, E. (2016). *2008 Küresel Finansal Krizinin ABD, Avrupa Birliği, Türkiye ve Makedonya Üzerine Makroekonomik Etkileri*. Yayımlanmamış Doktora Tezi. Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimleri Enstitüsü, Konya
- Financial Times (www.financialtimes.com) E.T. 06.01.2022
- Gürsoy, E. (2019). 2001-2018 Yılları Arasında Türkiye’de Ekonomik Denge. <https://www.researchgate.net/profile/Eray-Guersoy-2> E.T. 09.01.2022
- IMF 2008 World Economic Outlook <https://www.imf.org/> E.T. 05.01.2022
- Marx, K. (1867). *Das Kapital*. 3. Cilt Gece Kitaplığı: Ankara
- OECD (2020). *Evaluating the initial impact of COVID-19 containment measures on economic activity*. OECD Publication: Paris
- Öztürk, S., & Gövdere, B. (2010). Küresel Finansal Kriz ve Türkiye Ekonomisine Etkileri. Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 15(1), 377-397.
- Özuyar, S. E. G. (2022). Global Impasses in Public Services Provision Due to COVID-19 in G20 Countries. In *Insurance and Risk Management for Disruptions in Social, Economic and Environmental Systems: Decision and Control Allocations within New Domains of Risk* (:149–184). Emerald Pub: UK
- Reinhart, C. M., & Felton, A. (2009). *The First Global Financial Crisis of the 21st Century*. Part II: Introduction, MPRA Paper No. 13607, <http://www.mpra.ub.uni-muenchen.de> E.T. 05.01.2022
- Selçuk, B. & Selçuk, B. (2010). Küresel Krizin Türk Finans Sektörü Üzerindeki Etkileri. *Ekonomi Bilimleri Dergisi*, 2(2), 21-27.
- Smith, A. (1776). *Ulusların Zenginliği* . Çev. A. Yunus & M. Bakırcı. Yeni Alan Yayıncılık: İstanbul.
- Stiglitz, J. E. (2004). *The Roaring Nineties: A New History of the World’s Most Prosperous Decade*. W.W.Norton & Company: NewYork
- TCMB (2009), *Enflasyon Raporu 2009-III*, <http://www.tcmb.gov.tr> E.T. 06.01.2022
- TUSMOD <http://tusmod.org/2021/05/08/emtia-fiyat-bulteni-202105/> E.T. 09.01.2022
- TÜİK, <http://www.tuik.gov.tr> E.T. 06.01.2022
- WHO (2022). *Haftalık Rapor* <https://www.who.int/publications/m/item/weekly-epidemiological-update-on-covid-19---6-january-2022> .(E.T. 08.01.2022)
- WorldBank Data (2021) <https://data.worldbank.org/country/turkey?locale=tr> E.T. 06.01.2022
- Yeldan, E. (2008). Avrupa’da Bir Hayalet Dolasıyor. *Ekonomi Politik*. E. T. 22 Ekim 2008

http://yeldane.bilkent.edu.tr/Yeldan185_22Ekm08.pdf

Yılmaz, D. (2008). *Küresel Mali Kriz ve Türkiye Ekonomisine Etkileri: Nasıl Başladı, Hangi Aşamadayız?* TCMB Yayınları: Ankara, <http://www.tcmb.gov.tr> E.T. 06.01.2022

Yılmaz, D. (2009). *77. Olağan Genel Kurul Toplantısı Açılış Konuşması*. TCMB Yayınları: Ankara, <http://www.tcmb.gov.tr> E.T. 06.01.2022

Extended Abstract

The 2008 financial crisis, which is the most shocking global crisis the world has experienced since the crisis in 1929, took place in the financial markets in the third quarter of 2007 and resulted in great destruction in terms of financial markets. Existing economic methods have acted on the concept of nationalization in order to minimize the negative consequences of the crisis, and this has spread to the whole economy. However, it should be noted that since the world at that time was not as integrated as it is today, there were economies that came out of this crisis unscathed. In this context, the 2008 crisis differs from other crises due to the fact that countries are integrated with each other, which is the natural result of globalization, and that it is the first global crisis faced by the capitalist system.

However, there are not only economic crises in the world from the beginning to the end, but also there are crises that arise due to different triggers but become economic ones. Crises resulting from epidemics can be the examples. The Spanish flu is a large-scale epidemic in history, as a result of influencing more than 500 million people, causing about 50 million people to die in 2 years. Since it is a date close to the First World War, great effects have occurred in the economy of the 20th century. It can be said that the effect of the Spanish flu event on the decrease in GDP and consumption was 6% and 8%, respectively, and it was a new economic shock on income and consumption after the First World War, the Second World War and the 1929 World Economic Depression. In addition, it is known that similar epidemic destructions cause a decrease in earnings by 10-12% per capita (Barro & Ursua, 2020). Similarly, the Covid epidemic, which took place almost exactly a century later, has become a health problem that has serious economic consequences. In addition to its negative effects on health services, which is a semi-public good, measures such as "closure" to prevent this epidemic also had economic consequences. In addition, the economic dimension of the measures taken and to be taken by WHO, which is defined as a worldwide reliable organization for epidemic prevention and/or protection from epidemics, should also be taken into consideration. Yet, its effects on a global scale still continue.

2008 crisis on the Turkish economy, a decrease in the growth momentum, even shrinkage rather than growth; resulted in an increase in the unemployment rate. As all the world's economies have been affected, the Turkish economy has also experienced the negative consequences of the 2008 and recent coronavirus global crises. Turkey is a foreign-dependent economy and has been exposed to economic depression due to the shrinkage of export markets. At the same time, the decline in exports to oil-exporting countries is much less. Postponement of investment decisions in the real sector and investments coming to a standstill also led to a decrease in production volume. The impact of the global financial crisis was felt more by the Turkish banking sector on the loan amount. In the fourth quarter of 2008, the stagnation in domestic economic activities in Turkey, along with the proliferation of problems in the global economy, adversely affected the domestic credit markets in the country. Decreasing domestic demand, exports and unpredictable disposable income has slowed the demand for credit. On the other side, the Covid-19 epidemic has adversely affected production, employment, personal and business incomes, exports, current account deficit, budget deficit and central government total debt burden, causing recession in the Turkish economy. The budget deficit has been raised due to the increase in the government's expenditures, especially social expenditures, while the tax earnings of the central government decreased due to the recession in the economy. Also, exchange rate has changed depending on the course of oil, commodity and intermediate goods prices.

Both crises, which are the subject of the study, created both a supply-side and demand-side shock effect. When the current graphs are examined, it is seen that the crisis has brought the government expenditures to the limit level in determining the prices of goods and the new inflation rate. In this case, it is expected that the negative course of the central government budget will be triggered by the crises even more. It can be foreseen that all these negative effects of the crisis on the Turkish economy will cause the financial sector to act as a porter.

Türkiye’de Vergilerin Kamu Finansmanındaki Rolü Üzerine Bir Analiz

Emrah NOYAN¹  Muhammed SAMANCI² 

¹ Öğr. Gör. Dr., Pamukkale Üniversitesi, Çivril Atasay Kamer Meslek Yüksekokulu, Finans-Bankacılık ve Sigortacılık Bölümü, Denizli, Türkiye, enoyan@pau.edu.tr, (Sorumlu Yazar).

² Dr. Öğr. Üyesi, Yozgat Bozok Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, Maliye Bölümü, Yozgat, Türkiye, muhammed.samanci@bozok.edu.tr.

Makale Bilgileri	ÖZ
Makale Geçmişi Geliş: 18/10/2022 Kabul: 30/12/2022 Yayın: 31/12/2022	Çalışmanın amacı Türkiye’de vergilerin kamu finansmanında ne ölçüde rol aldığını ortaya koymaktır. Bu amaç doğrultusunda çalışmada 1960-2021 dönemine ilişkin vergi gelirleri, vergi dışı gelirler ve kamu harcamaları değişkenleri kullanılmıştır. Değişkenler arasındaki ilişkiyi net bir şekilde ortaya koyabilmek ve 1960-2021 dönemi içerisindeki değişimleri de incelemek için yeni nesil analizlerden wavelet uyum analizine başvurulmuştur. Wavelet uyum analizinin tercih edilmesinin en önemli sebeplerinden birisi simülasyon ile veri üretmeye olanak tanınmasıdır. Diğeri ise analiz edilen dönem içerisine ilişkin de detaylı bilgi sunmasıdır. Önce vergi gelirleri ve kamu harcamaları için analiz yapılmıştır. Sonra vergi dışı gelirler ve kamu harcamaları için analiz yapılmıştır. Analiz sonuçlarına göre Türkiye’de vergi gelirlerinin kamu harcamalarının finansmanında 1980-2000 dönemi hariç etkin rol oynadığı tespit edilmiştir. 1980-2000 döneminde vergi gelirleri kamu harcamalarını finanse etmede yetersiz kalmakla birlikte bu dönemde vergi dışı gelirlere başvurulduğu tespit edilmiştir. 2005 sonrası dönemde ise vergilerin etkin bir finansman aracı olduğu bulgusuna ulaşılmıştır. Bulgular tümüyle ele alındığında mevcut yapıda vergilerin etkin finansman rolü olduğu ve mevcut yapının korunması gerektiği ifade edilebilir.
Anahtar Kelimeler: Vergi Gelirleri, Vergi Dışı Gelirler, Bütçe Dengesi.	
JEL Kodları: H1, H2, H4	

An Analysis on the Role of Taxes in Public Finance in Turkey

Article Info	ABSTRACT
Article History Received: 18/10/2022 Accepted: 30/12/2022 Published: 31/12/2022	The aim of the study is to reveal the extent to which taxes play a role in public finance in Turkey. For this purpose, the variables of tax revenues, non-tax revenues and public expenditures for the period 1960-2021 were used in the study. Wavelet coherence analysis, one of the new generation analyzes, was used in order to clearly reveal the relationship between the variables and to examine the changes in the 1960-2021 period. One of the most important reasons why wavelet coherence analysis is preferred is that it allows to generate data with simulation. The other is that it provides detailed information about the analyzed period. First, analysis was made for tax revenues and public expenditures. Then analysis is made for non-tax revenues and public expenditures. According to the results of the analysis, it has been determined that tax revenues play an active role in the financing of public expenditures in Turkey, except for the period of 1980-2000. In the 1980-2000 period, although tax revenues were insufficient to finance public expenditures, it was determined that non-tax revenues were used in this period. In the post-2005 period, it has been found that taxes are an effective financing tool. When the findings are taken into consideration, it can be stated that taxes have an effective financing role in the current structure and that the existing structure should be preserved.
Keywords: Tax Revenues, Non-Tax Revenues, Budgetary Balance.	
Jel Codes: H1, H2, H4	

Atıf/Citation: Noyan, E. ve Samancı, M. (2022). Türkiye’de Vergilerin Kamu Finansmanındaki Rolü Üzerine Bir Analiz, *Necmettin Erbakan Üniversitesi Siyasal Bilgiler Fakültesi Dergisi*, 4(2): 144-156



“This article is licensed under a [Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/) (CC BY-NC 4.0)”

GİRİŞ

Toplumsal ihtiyaçların artması sonucu bu ihtiyaçların karşılanması konusunda finansman sorunu ortaya çıkması ile birlikte son zamanlarda refah devleti yaklaşımlarının benimsenmesi bu sorunu daha da derinleştirmiştir. Dolayısıyla bu ihtiyaçların karşılanması ve refahın gerçekleştirilmesi için yapılacak harcamaların hangi kaynaklardan elde edileceği tartışma konusu olmuştur. Günümüzde vergiler finansman kaynakları içinde en önemli gelir kaynağı haline gelmiştir. Ancak unutulmamalıdır ki vergiler önemli finansman kaynağı olmasına rağmen kişilerin kullanılabilir gelirlerini azaltarak toplam talebi ve kaynak dağılımını etkilemektedir.

Kamu harcamalarının kökeni eski çağlara dayanmakla birlikte kamu harcamalarının varlığı beraberinde kamu finansmanını zorunlu kılmaktadır. Eski çağlardan beri önemle üzerinde durulan kamu finansmanının temeli vergilere dayanmakla birlikte mülk ve teşebbüs gelirleri, özelleştirme gelirleri ya da borçlanma gibi vergi dışı gelirlerde kamu finansmanında önemli bir yer edinmektedir. Bir ekonomide kamu harcamalarının vergilerle finansmanı ne kadar düşükse kamu kesiminin vergi dışı gelirlere olan ihtiyacı artış göstermektedir. Bu durumun sonucunda ise olağan dışı finansman yollarına başvurulması kimi zaman kolay olmamakla birlikte kimi zamanda etkinlikten uzak olmaktadır. Bir diğer unsur ise finansman sorunu neticesinde bütçe açıkları yaşanabilmektedir.

Türkiye’de neo liberal politikaların uygulanmasıyla birlikte küreselleşme olgusu ve teknolojik gelişmeler devletin temel görev ve fonksiyonlarında değişiklik meydana getirmiştir. Daha önce harcama kalemleri arasında yer almayan giderlere ihtiyaç hasıl olmuş ve bunların finansman konusu gündeme gelmiştir. Finansmanın, vergilerle mi yoksa başka gelir kaynaklarıyla mı gerçekleştirileceği sorusuyla karşı karşıya kalınmıştır. Ancak önemle belirtelim ki devletin temel görev ve fonksiyonlarını yerine getirmesi konusunda en önemli araç kamu harcamalarıdır. Devlet nezdinde bu alandaki sorun gerçekleştirilecek harcamaların nasıl ve hangi kaynaktan finanse edileceğidir.

Kamu gelirleri ve kamu harcamaları arasındaki ilişkinin analiz edilmesi ve irdelenmesi bütçe açıklarının nasıl giderileceğine ve bunun hangi araçlarla sağlanacağına ışık tutmaktadır. Bir ekonomideki kamu harcamalarının finansmanında vergi gelirlerinin ve vergi dışı gelirlerin ne düzeyde kullanıldığının, hangi dönemlerde kırımlar yaşandığının tespit edilmesi gelecek dönemlerde yürütülecek maliye politikalarına temel teşkil edebilecektir. Kamu gelirleri bu açıdan ele alındığında çalışmanın önemi ortaya çıkmaktadır ve literature bu alanda yeni nesil bir analizle katkı sağlanacaktır.

Türkiye gibi gelişmekte olan ülkelerde vergilerin temel finansman kaynağı olması nedeniyle, ülkemizde toplumsal ihtiyaçlarla birlikte refahın gerçekleştirilmesi için kamu gelirlerinin kamu harcamalarını ne kadar finanse ettiği konusu çalışmanın temel sorusudur. Bir diğer ifadeyle araştırma hipotezi Türkiye’de kamu harcamalarının finansmanında vergilerin ve vergi dışı gelirlerin ne düzeyde etkin olduğunun tespit edilmesidir. Kamu harcamaları, devletin ekonomide yer almasının doğal bir sonucu olmakla birlikte finansman sorununun yaşanması süregelen harcamaların etkinliğini de zedelemekte ve dahası olağanüstü finansman yollarını gündeme getirmektedir. Bu bakış açısından hareketle çalışma Türkiye’deki mevcut durumu analiz ederek bu alanın geleceğine ışık tutmaya çalışmaktadır.

Vergi gelirlerinin kamu harcamalarını finanse etmede yetersiz kalması ekonomide birtakım sorunlara yol açabilecektir. Çalışma bu noktadan hareketle Türkiye’de kamu harcamalarının finansmanında vergilerin ne düzeyde olduğunu ortaya koymayı amaçlamıştır. Bu amaç doğrultusunda yeni nesil analizlerden wavelet (dalgalı) uyum analizine başvurulmuştur. Analizin, analize dahile dilen periyot bütünü yanı sıra periyot içerisindeki zaman dilimlerine yönelik sonuç içermesinden dolayı vergi dışı gelirlere ilişkin de analiz gerçekleştirilmiştir. Bu iki analiz sonucunda vergi gelirlerinin kamu harcamalarının finansmanında yetersiz kaldığı dönemlerde vergi dışı gelirlerin kamu harcamalarının finansmanındaki boyutu da ortaya konulmuştur.

1. TEORİK ÇERÇEVE

Eski çağlarda devletin esas gelir kaynakları mülk ve ganimet gelirleri olup, vergi, bunların yeterli olmaması durumunda başvurulmuş alternatif gelir kaynağı niteliğinde olmuştur. Ancak zamanla

devletlerin yönetim şekillerinin değişmesi ve görevlerindeki artış sonucu vergi hem çeşit olarak çoğalmış hem de miktar olarak devletin gelirleri içinde önemli bir kalem haline gelmiştir (Ay, 2013: 171). Günümüzde çağdaş devletlerin de kamu hizmetlerini yerine getirebilmesi için sağlam finansman kaynaklarına ihtiyaç duyulmaktadır. Vergiler, kamu finansman araçları arasında en önemli finansman kaynağı olarak yerini korumaktadır. Vergi; kamusal giderleri finanse etmek amacıyla zorunlu bir mali yükümlülük olarak tanımlanabilir. Vergiler, kamu giderlerinin karşılanması görevi yanında, bir takım iktisadi ve sosyal amaçların da yerine getirilmesi için bir araç olarak kullanılmaktadır (Turhan, 1998: 21). 1789 yılında Benjamin Franklin tarafından “Bu dünyada, Ölüm ve vergiler dışında hiçbir şey kesin değildir” sözü ortaya atılmıştır. Bununla birlikte, gelir üzerinden alınan vergilerde birkaç istisna dışında hiçbir zaman bu vergiden kaçınılamamasını vurgulamıştır (National Constitution Center, 2021). Amerikalı yazar John Stossel vergiyi, “Ölümlerle vergi arasında tek fark, ölümün her zaman değil bir kez meydana gelmesidir” şeklinde ifade etmiştir. Amerikalı hukukçu Oliver Wendell Holmes ise, “Vergiler, medeniyet için ödediğimiz bedeldir” ifadesini kullanmıştır (Sachs, 2011: 336). Türkiye Cumhuriyeti’nin 1982 Anayasası 73. Maddesinde, “Herkes, kamu giderlerini karşılamak üzere mali gücüne göre vergi ödemekle yükümlüdür” ifadesi yer alarak verginin önemine bir kez daha vurgu yapılmıştır (1982 Türkiye Cumhuriyeti Anayasası).

Devletin üstlenmiş olduğu kamusal hizmetlerin yanında anayasal görevlerin yürütülmesi hatta toplumda demokrasinin sağlanması için yeterli kaynakların var olması gerekmektedir. Bir devletin çeşitli kaynaklardan elde ettiği gelirleri o devletin kamu finansman sistemini ifade etmektedir. Bu finansman sistemi ülkelerin milli değerlerine, toplumsal yapısına, sosyal ve iktisadi yapısına göre şekillenir ve gelişir (Eker, 2000:14). Vergi alınırken kimlerden ne kadar vergi tahsil edilmesi gerektiği, vergi yükünün nasıl dağıtılacağı, hangi vergileme ilkelerinin geçerli olacağı konusu hala tartışma konusudur. Faydalanma ilkesini savunan görüşler vergiyi kamusal hizmetlerden yararlanma bedeli olarak kabul edilmektedir. Lindahl’e göre, bireyler toplumsal mallardan sağladıkları faydaya göre toplumsal maliyete katılmaktadır. Ancak ödeme gücü ilkesine göre, vergiler kişilerin kamusal hizmetlerden yararlanma derecelerine göre değil, ödeme güçlerine göre toplanmaktadır. Buna göre, bireylerin elde ettikleri gelirleri, sahip oldukları servetleri ya da yaptıkları tüketim harcamaları ödeme güçlerinin bir göstergesi olarak kabul edilmektedir. Çağdaş vergileme sistemlerinde vergilerin büyük bir kısmı devletin toprakları üzerinde sahip olduğu egemenlik yetkisine göre alınmaktadır. İnsanların toplumsal bir varlık olmaları devlet denilen siyasal örgütlenmeyi kaçınılmaz kılmakta, vergiler de bu siyasal topluluğun harcamalarını finanse eden bir araç olmaktadır (Öztürk, 2020: 156-157).

Vergileme, kendisine yüklenen fonksiyonlardaki gelişmelere ve değişmelere bağlı olarak farklı kaynaklara yönelmiştir. Bu çerçevede vergilemenin çeşitli ayrımları yapılmıştır. Buradaki amaç, vergilerden beklenen fonksiyonlarının gerçekleştirilmesinde en etkin vergilemeye ulaşmaktır. Vergileri genel olarak konuları, dolaylı ve dolaysız nitelikleri ve çeşitli bakımlardan ayırmıştır. Örneğin, konuları bakımından alınan vergiler; gelir, servet ve harcama vergileri olarak ayırım yapılabilir. Vergilerin konusu; elde edilen gelir, sahip olunan servet ve yapılan harcamalardır. Dış ticaretten alınan vergiler de bu kapsama dâhil edilebilir (Altay, 2015: 147). Vergilerin düzenlenmesi ve uygulanmasında uyulması gereken temel unsurlar vergileme ilkeleriyle ifade edilmiştir. Daha önce de ifade edildiği gibi tarih boyunca vergilendirmenin gelişimi, ondan beklenen fonksiyonların gerçekleştirilmesi amacıyla hizmet etmiştir. Tüm toplumlarda farklılık gösteren bu hedef ve amaçlara ulaşılmasında vergilerin kendilerinden bekleneni verebilmesi için vergilerin seçiminde, tekniğinde ve uygulanmasında dikkat edilmesi gereken konular vergileme ilkeleriyle ifade edilmektedir. Toplum için optimal vergileme sisteminin kurulmasına yönelik oluşturulan vergileme ilkelerinin temelinde adalet ögesinden hareket edildiği görülmektedir. Adolf Wagner’in vergileme ilkeleri kapsamında, vergilerin öncelikle mali amaçlı alınması ve devamlılık göstermesi vurgulanmıştır. Wagner bu ilkeleri yeterlilik ve esneklik ilkeleriyle anlatmaktadır. Vergilerin kamu hizmetlerinin karşılanmasında yeterli seviyede olması ve istikrarlı bir şekilde olması gerekliliğini vurgulamıştır. Bununla beraber değişen kamusal ihtiyaçlara ve harcamalara cevap verebilecek nitelikte ve esneklikte olması gerektiğini belirtmektedir (Altay, 2015: 142).

Vergilerin finansman fonksiyonu kapsamında, mükelleflerin ödedikleri vergi nedeniyle katlandıkları fedakârlık en düşük seviyede olduğu ve bu yükün eşit bir şekilde dağıldığı hissini

yaratılması gerekmektedir. Bununla beraber uygulamada mevcut vergilerin ekonomik birimlerin yatırım/tasarruf kararlarına en az etkileyecek şekilde tasarlanmış olması gerekmektedir. Ayrıca toplumda vergi kültürü ve ahlakının yerleştirilmesi, vergi aflarına sık başvurulmaması, verginin tabana yayılması ve vergilendirmede artan oranlı tarifelerin uygulanmasıyla mevzuatın kolay ve herkes tarafından anlaşılır olması vergilendirmede etkinliği artırmaya yardımcı olacaktır (Devrim, 2002: 198).

Gelişmiş ülkelerde vergiye dair politika tercihleri, mali amacın yanında iktisadi ve sosyal amaçlar çerçevesinde de şekil almakta ve vergi kamu finansman aracı olmaktan öte bir müdahale ve dengeleme aracı olarak da değerlendirilmektedir. Az gelişmiş ve gelişmekte olan ülkelerin vergi sistemlerinde, vergilerin mali amacı ön planda yer almakta ve politika tercihleri bu yönde şekillenmektedir. Bu vergi sistemlerinde dolaylı vergiler ağırlık teşkil etmektedir (Çaşkurlu ve Arslan, 2021: 178).

Teorik alanda vergilerin kamu harcamalarının finansmanında önemli bir yer edindiği görülmektedir. Kamu kesimi önce harcamalarını belirleyip vergileri buna göre optimize etse de vergiler kamu finansmanı açısından yeterli olmayabilmektedir. Bu durumlarda ise vergi dışı gelirlere ya da olağanüstü kamu finansmanı olarak da ifade edilen borçlanmaya başvurulmaktadır. Bir ekonomide vergiler kamu harcamaları ne kadar yüksek düzeyde finanse ederse kamu kesiminin diğer finansman kaynaklarına ihtiyacı da o denli düşüş göstereceği aşikardır. Dolayısıyla vergi sisteminin iyi optimize edilmesi kamu kesimi finansman açığı ya da borçlanma oranı gibi değişkenleri de doğrudan etkileyecektir.

Çalışmada Türkiye’de vergilerin kamu harcamalarını ne ölçüde finanse ettiği üzerinde durularak bu durum yeni nesil bir analizle incelenmiştir. Analizden elde edilen bulgular ışığında vergi dışı gelirlerin kamu harcamalarını finanse etmede ne düzeyde olduğunu ortaya koymak için yeniden bir analiz gerçekleştirilmiştir. Literatürdeki ampirik çalışmalar taranarak çalışmaya eklenmiştir.

2. LİTERATÜR TARAMASI

Ampirik literatürde kamu harcamalarının finansmanına yönelik birçok çalışma bulunmaktadır. Khoo ve Goh (1999) Malezya için Engle Granger testi gerçekleştirerek, Zanella (2008) Brezilya için, Johansen Eş-Bütünleşme testi gerçekleştirerek, Mehrara ve Rezaei (2014) İran için Toda-Yamamoto testi gerçekleştirerek vergiler ve kamu harcamaları arasında pozitif yönlü bir etkileşim tespit etmiştir.

Li 2001’de Çin için kamu gelirleri ve kamu harcamaları arasındaki ilişkiyi hata düzeltme modeli ile analiz etmiştir. 1950-1997 yıllarına ilişkin kamu gelirleri ve kamu harcamalarının kullanıldığı bu çalışmada değişkenler arasında çift taraflı nedensellik tespit etmiştir. Hussain 2004 yılında Pakistan için 1973-2003 dönemini kapsayan kamu gelirleri ve kamu harcamaları değişkenleri ile analiz etmiş ve kamu harcamalarından kamu gelirlerine doğru tek yönlü bir nedensellik bulgusuna ulaşmıştır. Al-Quadir 2005 yılında hata düzeltme modeli kullanarak Suudi Arabistan için kamu gelirleri ve kamu harcamaları değişkenlerini analiz etmiştir. 1964-2001 yıllarına ilişkin değişkenlerin analiz edildiği bu çalışmada da değişkenler arasında çift yönlü bir nedensellik tespit edilmiştir. Chang ve Chiang, 2009’da 15 OECD ülkesi için 1992-2006 dönemini kapsayan kamu gelirleri ve kamu harcamaları değişkenleri ile Granger nedensellik testi gerçekleştirmiş ve tüm ülkeler için çift yönlü nedensellik tespit etmiştir. Apergis vd. 2012’de Yunanistan için 1957-2009 dönemine ilişkin kamu gelirleri ve kamu harcamaları değişkenlerine eşikli otoregresif ve momentum eşikli otoregresif yöntemlerini uygulamış ve kamu gelirlerinden kamu harcamalarına doğru tek yönlü bir nedensellik tespit etmiştir.

Türkiye için ise Durkaya ve Ceylan 2007’de vergi bileşenleri ile kamu harcamaları arasındaki ilişkisinin incelemesi sonucu, dolaylı vergi gelirleriyle kamu harcamaları arasında nedensel ilişkinin olduğu ve kamu harcamaları harcama vergileriyle finanse edildiği tespit edilmiştir. Akça ve Bilgin 2013’te Engle Granger nedensellik testini bütçe gelir ve harcamalarına uygulayarak değişkenler arasında kısa dönemli çift yönlü etkileşim tespit etmiştir. Akbulut ve Yereli 2016, kamu gelirleri ve kamu harcamaları arasındaki ilişkiyi incelemek amacıyla granger nedensellik testi kullanılarak kamu harcamalarının artırılması durumunda vergilerin de artırılması beklentisinin doğacağı sonucuna varılmıştır. Erasa ve Andıç 2017’de kamu harcamaları finansmanı vergiler ile mi yoksa borçlanma ile sağlanması konusu merkezi yönetim bütçesinde yer alan gelir ve gider rakamlarına yer verilerek incelenmiştir. Elde edilen

bulgular arasında 2006 yılı sonrasında kamu harcamaları vergi gelirleri ile finanse edildiği sonucuna varılmıştır.

Turan ve Karakaş 2018’de 1998-2016 dönemine ilişkin çeyreklik kamu gelirleri ve kamu harcamaları değişkenlerine doğrusal olmayan sınır testi uygulamıştır. Çalışmaya göre uzun dönemde kamu harcamalarında yaşanacak pozitif yönlü şokun kamu gelirlerini artış gösterecektir. Diğer taraftan kamu gelirlerinde yaşanacak pozitif şok kamu harcamalarını pozitif etkileyecekken; negatif bir şok kamu harcamalarını negatif etkileyecektir. Yıldırım 2020’ye göre, aktif olarak işleyen bir vergi sisteminde, toplumun vergi potansiyeli dikkate alındığı takdirde kamu harcamalarının finansmanı konusunda hiçbir problem yaşanmayacaktır. Yalçın vd. (2020) tarafından yapılan çalışmada, Türkiye’de hali hazırda mevcut vergi politikaları uzun dönemde bütçe açıklarının kapatılması konusunda etkili olduğu kanıtlanmıştır. Zülfüoğlu ve Söylemez (2021)’in kamu harcamaları ve vergi gelirleri arasındaki ilişki incelenmiştir. Türkiye’de artan kamu harcamaları sonucunda uygulamada mevcut vergi oranlarının arttırıldığı veya yeni vergiler uygulamaya konularak finanse edilmiştir. Değerli konut vergisi ve dijital hizmet vergisi buna örnek olarak gösterilebilir.

3. VERİ SETİ VE YÖNTEM

Çalışma, Türkiye’de kamu harcamalarının finansmanını temel alarak bu finansmanda kamu gelirlerinin payını tespit etmeyi amaçlamıştır. Bu amaç doğrultusunda 1960-2021 dönemine ilişkin yıllık vergi gelirleri, vergi dışı gelirler ve kamu harcamaları değişkenleri analiz edilmiştir. Vergi dışı gelirlerin değişken olarak kullanılmasının temel nedeni vergi gelirlerinin kamu harcamalarının finansmanında tek başına yeterli olmamasından kaynaklanmaktadır. Dolayısıyla çalışmada hem vergilerin hem de vergi dışı gelirlerin ne ölçüde finansman aracı olduğu ortaya konulmuştur. Çalışmada yer verilen değişkenlere ilişkin tanımlamalar ve kaynaklar aşağıdaki tabloda sunulmuştur.

Tablo 1: Veri Tanımlamaları ve Kaynakları

Veri Tanımı	Veri Kısaltmaları	Kaynak
Vergi Gelirleri	vg	Türkiye Cumhuriyeti Cumhurbaşkanlığı Strateji ve Bütçe Başkanlığı
Vergi Dışı Gelirler	vdg	Türkiye Cumhuriyeti Cumhurbaşkanlığı Strateji ve Bütçe Başkanlığı
Kamu Harcamaları	kh	Türkiye Cumhuriyeti Cumhurbaşkanlığı Strateji ve Bütçe Başkanlığı

Çalışma Türkiye’de kamu finansman araçlarından vergilerin ve vergi dışındaki finansman kaynaklarının ne ölçüde finansman rolü oynadığını ortaya koymayı amaçlamıştır. Gerek vergilerin gerekse de vergi dışı gelirlerin finansman boyutu analize dahil edilen zaman içerisinde de değişim gösterebilmektedir. Nitekim kesitin tamamına yönelik elde edilen bulgu kesit içerisinde farklı form içerebilecektir. Çalışmada yer verilen analiz ise kesitin tamamı için bulgu elde ederken, kesit içerisindeki etkileşimi de ortaya koymaktadır. Diğer taraftan vergilerin finansmanı yoğunluk gösterdiğinde vergi dışı gelirlerin finansman rolünün düşmesi beklenmektedir ve dolayısıyla kesit içerisindeki değişimleri de ortaya koyabilecek bir yöntem ihtiyacı vardır. Tüm bu gerekçeler doğrultusunda değişkenler arasındaki ilişkiyi hem kesit bütünü için hem de kesit içerisindeki formlarının tespiti için wavelet uyum analizine başvurulmuştur.

3.1. Wavelet Uyum Analizi

Wavelet uyum analizi temelini dalgacıklar ve fourier dögüsünden almaktadır. Bir fonksiyon ya da değer hem zamanda hem de frekansta sıfır ortalama ile lokalize edilirse dalgacık formuna dönüşür. Belirli bir zaman diliminde meydana gelen değişimlerin, gözlemlenen ölçümlerin ya da değerlerin frekanslara dönüştürülmesi ise fourier dögüsünü ifade etmektedir. Fourier dögüsü bu özelliğinden dolayı wavelet uyum analizinin temelini oluşturmaktadır (Grinsted vd, 2004: 562-564).

Wavelet uyum analizi Morlet, Grossman ve Meyer tarafından geliştirilmiş olmakla birlikte ilk formunda bir değişkenin, gözlemin ya da değerlerin zaman boyutu dikkate alınarak dalgacık değerlerine dönüştürülmesi yer almaktaydı. Bu yapısı ile fourier döngüsünden ayırım göstererek dalgacık değerlerini değişkenin, gözlemin ya da değerlerin hareket yönünde dönüştürme yapmaktadır. Dönüştürme işlemi gerçekleştirilirken ise ölçek kullanılmakta ve ölçek sayesinde frekansın limitleri belirlenmektedir. Diğer bir ifadeyle frekansın bant genişliği tayin edilmektedir. Dolayısıyla zaman serilerinde dönüştürme işlemi yapıldığında ölçek boyutuna göre sürekli bir dalgalanma elde edilmektedir (Combes ve Grossmann, 1987: 126-132). Bu noktaya kadar ki işlemler esasında bir değişkenin, gözlemin ya da değerlerin bünyesinde barındırdığı özelliklerin açılmasıdır. Tek değişken için bu analizin gerçekleştirilebilmesi Meyer’in katkıları neticesinde literatüre eklenmiş olmakla birlikte iki farklı değişkenin eşanlı analizi için wavelet uyum ya da wavelet spectrum gibi çapraz dönüştürme işlemi gerekmektedir (Meyer, 1993: 1-5).

Wavelet uyum analizi son yıllarda zaman serileri analizlerinde popülerliği artmakta olan bir yöntemdir. Bu durumun gerekçelerinden birisi durağan olmayan zaman serilerinin gözlem kaybı olmadan analizine imkan tanınmasıdır. Diğer bir gerekçe ise zaman serilerinin zaman ve frekans özelinde incelenmesini sağlamasıdır. Bunların neticesinde zaman serilerinin gözlem değerleri frekansa dayalı belirli bir ölçek seviyesinde analiz edilmektedir. Diğer taraftan bu yöntemin non-parametrik olması bilgi kaybı olmaksızın değişkenler arasındaki doğrusal olmaya ilişkiyi de ortaya çıkarmaktadır (Kangalli Uyar, 2021: 122).

Çalışmada wavelet uyum analizinin tercih edilmesinin başlıca sebeplerinden birisi, analizin kesit bütünü buğunun yanı sıra kesit içerisinde yer alan her bir zaman dilimi için de bulgu sunmasıdır. Bir diğer sebep ise wavelet uyum analizinin simülasyon içeren yeni nesil bir yöntem olmasıdır. Analiz modeli oluşturulurken değişkenler üssel değerlerle simüle edilmektedir. Dolayısıyla veri kümesi çok yüksek düzeylere çıkmaktadır ve analiz bulgularının doğruluğu ve geçerliliği artış göstermektedir. Tüm bunların yanı sıra wavelet uyum analizi değişkenlere ilişkin etkileşim, korelasyon ve nedenselliği eşanlı tespit etmektedir.

Çalışmada wavelet uyum analizi gerçekleştirilirken dalgacık dönüşümü için zaman serileri nezdinde yaygın kullanılan ve frekansları eşit ölçekte ortaya çıkararak morlet yöntemi kullanılmıştır. Wavelet uyum analizinin teorik yapısında değişkenin, gözlemin ya da değerlerin dalgacık formuna dönüştürülmesi, dönüştürme işlemi yapılan dalgacıklara zaman boyutunun tayin edilmesi gibi birtakım aşamalar bulunmaktadır. Bu aşamalar dört farklı aşamalar şeklinde aşağıdaki şekilde sıralanmıştır.

I. Aşama: Dalga fonksiyonunun oluşturulması. Bu fonksiyon aşağıdaki şekildedir (Vacha ve Barunik, 2012: 242-243; Pal ve Mitra, 2019:174).

$$\psi_{1,m} = \frac{1}{\sqrt{m}} \psi\left(\frac{t-1}{m}\right), 1, m \in R, m \neq 0$$

II: Aşama: Fonksiyonlarda m ölçek boyutunu ve ı zaman boyutunu temsil etmektedir. Ana dalga fonksiyonu morlet dalgalarına dönüştürülmüştür. Bu işleme ilişkin uygulanan fonksiyonlar aşağıda yer almaktadır (Vacha ve Barunik, 2012: 242-243; Memon vd., 2013:105).

$$W_{vg(1,m)} = \int_{-\infty}^{\infty} v g \frac{1}{\sqrt{m}} \psi\left(\frac{t-1}{m}\right) d_t$$

$$W_{kh(1,m)} = \int_{-\infty}^{\infty} k h_t \frac{1}{\sqrt{m}} \psi\left(\frac{t-1}{m}\right) d_t$$

$$W_{vdg(1,m)} = \int_{-\infty}^{\infty} v d g_t \frac{1}{\sqrt{m}} \psi\left(\frac{t-1}{m}\right) d_t$$

III. Aşama: Her bir zaman serisi için morlet dalga fonksiyonu bir önceki aşamada tanımlanmış ve iki farklı zaman serisinin eşanlı analizinde fonksiyonlar aşağıda verilmiştir.

$$W_{(vg,kh)} = W_{vg(1,m)} W_{kh(1,m)} \sim \text{Vergi Gelirleri ve Kamu Harcamaları İçin}$$

$$R^2(1,m) = \frac{IS(m^{-1} W_{vdkh(1,m)})^2}{S(m^{-1} I W_{vg(1,m)})^2 S(m^{-1} I W_{kh(1,m)})^2} \sim \text{Her } R^2(1,m) \text{ için } 0 \leq R^2(1,m) \leq 1$$

$W_{(vdg,kh)} = W_{vdg(1,m)}W_{kh(1,m)} \sim$ Vergi Dışı Gelirler ve Kamu Harcamaları İçin

$$R^2(1,m) = \frac{IS(m^{-1}W_{vdgkh(1,m)})^2}{S(m^{-1}IW_{vdg(1,m)})^2 S(m^{-1}IW_{kh(1,m)})^2} \sim \text{Her } R^2(1,m) \text{ için } 0 \leq R^2(1,m) \leq 1$$

Yukarıdaki fonksiyonlarda S dalga yumuşatma katsayısını göstermekte ve $R^2(1,m)$ değerinin 1’e yaklaşması zaman serisindeki değişkenlerin bağımlılıklarını; 0’a yaklaşması ise zaman serisindeki değişkenlerin arasında ilişki olmadığını ortaya koymaktadır.

IV. Aşama: Yukarıdaki fonksiyonlar kare değerleri temel aldığı için negatif faz değerlerini içermemektedir. Bu nedenle negatif faz değerlerini de içeren fonksiyonlar aşağıdaki şekilde gösterilmiştir.

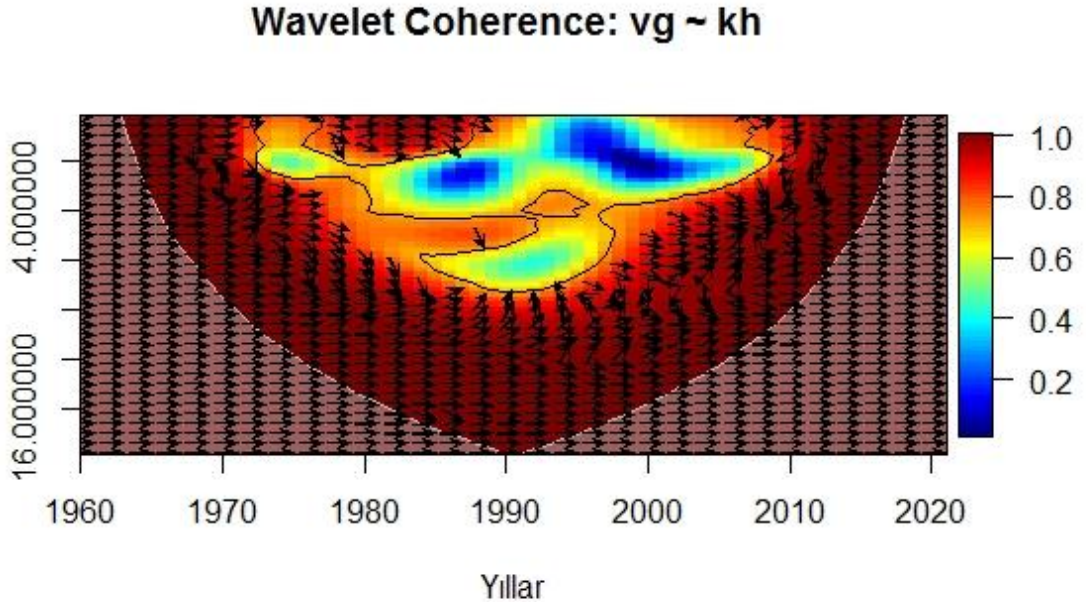
$$\varphi_{vgkh}(1,m) = \tan^{-1} \left(\frac{\aleph \{S(m^{-1}W_{vgkh(1,m)})\}}{\rho \{S(m^{-1}W_{vgkh(1,m)})\}} \right) \sim \text{Vergi Gelirleri ve Kamu Harcamaları İçin}$$

$$\varphi_{vdgkh}(1,m) = \tan^{-1} \left(\frac{\aleph \{S(m^{-1}W_{vdgkh(1,m)})\}}{\rho \{S(m^{-1}W_{vdgkh(1,m)})\}} \right) \sim \text{Vergi Dışı Gelirler ve Kamu Harcamaları İçin}$$

3.2. Wavelet Uyum Analizi Bulguları

Wavelet uyum analizinde yer verilen fonksiyonlardan \aleph ve ρ sırasıyla görüntüleme ve işlem operatörünü ifade etmektedir. Analiz neticesinde elde edilen görüntü bir yandan değişkenler arasındaki ilişkiyi yoğunluk bakımından ele alırken bir yandan da ok işaretleri ile değişkenler arasındaki nedensellik ve korelasyon bilgisini sunmaktadır. Ok işaretlerinin 180 derece sağa dönük olması değişkenler arasında pozitif korelasyonu, 180 derece sola dönük olması ise değişkenler arasında negatif korelasyonu göstermektedir. Okların 90 derece yukarı dönük olması ikinci sırada yer alan değişkenin diğerine etkilediğini gösterirken 90 derece aşağı dönük olması ilk değişkenin ikinci sıra değişkeni etkilediğini göstermektedir. Yukarıda aşamaları ile açıklanan fonksiyonlar R Studio programında uygulanarak analiz gerçekleştirilmiş ve bulgular aşağıdaki şekildedir.

Şekil 1: Vergi Gelirleri ve Kamu Harcamaları İlişkisi

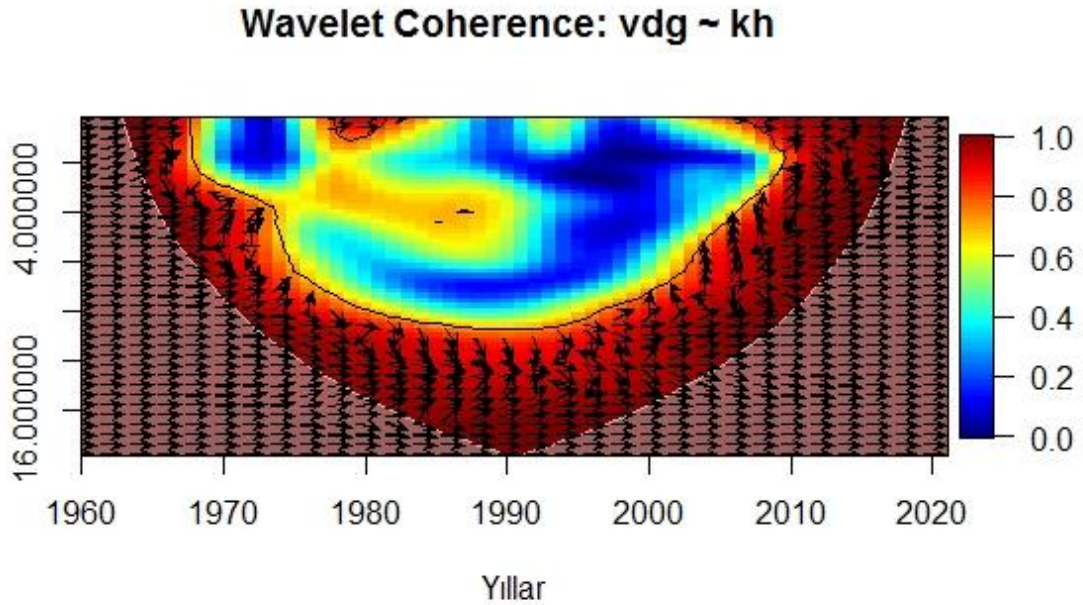


Şekil 1 incelendiğinde periyot bütünü için değişkenler arasında yüksek bir korelasyon olduğu görülmektedir. Bu düzey, 1980-2000 arası hariç tutulduğunda yaklaşık %80’in üzerindedir. Diğer bir ifadeyle Türkiye’de vergiler kamu harcamalarının finansmanında önemli bir rol oynamaktadır. Periyot içerisindeki etkileşim dikkate alındığında ise 1980 sonrasında vergi gelirleri ve kamu harcamaları

arasındaki etkileşimin düşüş yaşadığı görülmektedir. Bu düşüş 2000 yılına kadar derinleşirken 2000 sonrası dönemde değişkenler arasındaki etkileşim artış göstermeye başlamıştır. 2010 sonrası dönemde ise vergi gelirleri ve kamu harcamaları arasında yüksek bir etkileşimle birlikte yüksek bir pozitif korelasyon gözlemlenmiştir.

Kamu harcamaları ve vergi gelirleri bulgusuna göre vergi gelirlerinin kamu harcamalarını kompanse etmede etkin rol oynadığı görülmektedir. 1960-2021 yılları için gerçekleştirilen analizde 1980 sonrası dönemde vergi gelirlerinin harcamaları kompanse etme gücünün düşüş gösterdiği görülmektedir. Bu durumun başlıca sebepleri arasında liberal akımların yaygınlık kazanması, serbestleşme ve piyasa odaklı üretime ağırlık verilmesi olarak ifade edilebilir. Diğer taraftan döviz darboğazları, ekonomik krizler ya da ülkede yaşanan siyasi istikrarsızlıklar da bu durumun sebepleri arasında yer almaktadır. Nitekim yaklaşık yirmi yıl kadar sonra vergi gelirlerinin kamu harcamalarını kompanse etme gücü yeniden artış göstermiş ve tekrardan etkin bir düzeye gelmiştir.

Şekil 2: Vergi Dışı Gelirler ve Kamu Harcamaları İlişkisi



Şekil 2 incelendiğinde periyot büyüü için vergi dışı gelirlerle kamu harcamaları arasında çok bir etkileşim söz konusu değildir. Nitekim beklenen sonuç bu olmakla birlikte 1980-2005 arasında değişkenler arasındaki etkileşim çok düşük düzeylere kadar gerilemiştir. Etkileşimde meydana gelen düşüşün yanı sıra kamu finansmanında vergi dışı gelirlere bu dönemde ağırlık verilmiştir. Diğer bir ifadeyle 1980-2005 arasında vergi dışı gelirler kamu harcamaları ile ekonometrik olarak etkileşim göstermemiştir. Bunların yanı sıra değişkenler arasında teorik olarak düşük düzeyde bir korelasyon beklenmekte ve Türkiye açısından vergi dışı gelirlerle kamu harcamaları arasında periyot bütünü için düşük düzeyde korelasyon saptanmıştır.

Vergi dışı gelirlerin kamu harcamalarını kompanse etme gücünün düşük olması olağan bir durumdur. Nitekim kamu harcamalarının başlıca finansman yöntemi vergilerdir. Vergilerin yetersiz kaldığı dönemlerde vergi dışı gelirler finansman açısından önemli bir rol oynamakla birlikte vergi dışı gelire politik ya da ekonomik gerekçelerle de başvurulabilmektedir. Dolayısıyla verilerin kamu harcamalarını finanse etmede yeterli olduğu bir ekonomide bile vergi dışı gelirlere başvurulabilmektedir. Analizden elde edilen bulgulara göre periyot bütünü için vergi dışı gelirlerin kamu harcamalarının finansmanında birincil araç olarak kullanılmadığı ifade edilebilir. Diğer taraftan 1980 sonrası dönemde vergi dışı gelirlerin kamu harcamaları ile etkileşiminin düşüş yaşadığı görülmektedir. Bu durumun gerekçeleri de vergi gelirleri ve kamu harcamaları etkileşiminde benzer

şekildedir. Diğer bir ifadeyle liberal politikaların yaygınlık kazanması, ekonomik krizler ve siyasi istikrarsızlıklar 1980 sonrası dönemde yaklaşık yirmi beş yıllık bir süre değişkenler arasındaki etkileşimi zayıflatmıştır.

Her iki sonuç eşanlı ele alındığında Türkiye’de kamu harcamalarının finansmanında başrolün vergilerde olduğu fakat 1980 ve 2000 yılları arasında kamu finansmanında vergilerin yetersiz kaldığı görülmektedir. Diğer taraftan vergi dışı gelirlerin kamu finansmanında kullanımı 1980 sonrası artış gösterirken 2005 sonrası düşüş yaşamıştır. Bu da özellikle 2005 sonrasında Türkiye’de vergilerin kamu finansmanında etkin bir rol oynadığının göstergesidir.

SONUÇ

Kamu harcamalarının finansmanı sorunu hemen hemen her ekonominin odak noktasındadır. Kamu harcamalarının vergilerle finanse edilmesi temel bakış açısı olmakla birlikte kamu finansmanında vergiler yetersiz kalabilmektedir. Vergilerin kamu finansmanında yetersiz kaldığı durumlarda ise en genel ifadeyle olağan dışı finansman yollarına başvurulmaktadır. Olağandışı finansman yollarının süreklilik arz etmemesi ya da kaynak sağlamanın bu alanda vergilere nazaran daha zor olabilmesi vergileri finansman aracı olarak daha da ön plana çıkarmaktadır.

Kamu kesiminin ekonomide yer almasının doğal bir sonucu olan harcamalar mutlak suretle finanse edilmelidir. Nitekim bütçe sürecinde de önce harcamalar sonra gelirler belirlenmektedir. Kamu gelirleri ve kamu harcamaları ilişkisi bu açıdan ele alındığında son derece önemlidir. Bir ekonomideki vergi gelirlerinin kamu harcamalarını karşılama düzeyi ne kadar yüksekse olağan dışı finansman yöntemlerine başvurma ihtiyacı o denli düşüş göstermektedir.

Çalışma Türkiye’de vergilerin kamu finansmanını ne boyutta karşıladığını ortaya koymayı amaçlamıştır ve bu amaca istinaden çalışmada wavelet uyum analizine başvurulmuştur. Analizden elde edilen bulgular vergilerin Türkiye’de iyi bir finansman aracı olduğunu göstermektedir. Nitekim periyot içi dikkate alındığında 1980-2000 döneminde vergilerin kamu harcamalarını finanse etmede yeterli olmadığı gözlemlenmiştir. Diğer taraftan vergi dışı gelirlerin de 1980-2000 döneminde artış gösterdiği fakat kamu harcamaları ile etkileşiminin azaldığı tespit edilmiştir. Bunların yanı sıra özellikle 2005 sonrasında vergi gelirleri kamu harcamalarını finanse etmede etkin bir rol oynamaya başlamıştır.

Vergi gelirlerinin kamu harcamalarını finanse etmedeki etkinliğinin yüksek olması diğer finansman kalemlerine duyulan ihtiyacı azaltmakla birlikte; diğer finansman kalemlerinin sürekliliği ya da temini de güçtür. Dolayısıyla vergilerin kamu finansmanında etkin rol oynaması bir mali güç olarak da değerlendirilebilir. Türkiye açısından vergi gelirlerinin kamu harcamalarını finanse etmede günümüz koşullarında etkin olduğu tespit edilmiştir. Fakat kamu gelirleri ve kamu harcamaları arasındaki ilişkinin dönemden döneme farklılık içerebileceği unutulmamalıdır. Nitekim bulgular da 1980-2000 yılları arasında vergi gelirlerinin kamu harcamalarını karşılama gücünün düştüğü tespit edilmiştir.

Bulgular tümüyle ele alındığında mevcut düzenin korunmasının bütçe dengesi açısından önem arz ettiği görülmektedir. Kamu harcamalarının dinamik olduğu dikkate alındığında gelecek dönemlerde meydana gelebilecek değişimlere uyum sağlayabilecek esnek bir vergi yapısının sağlanması son derece önemlidir. Vergi gelirlerinin kamu harcamalarını finanse etmedeki mevcut etkinliğinin sürekliliği için harcama politikalarındaki köklü değişimlerin uygulanacağı dönemlerde bu değişimler vergi politikaları ile desteklenmelidir.

Ekonomik kriz ya da olağanüstü bir durum meydana geldiğinde kamu harcamalarının değişim gösterdiği bilinmektedir. Böyle dönemlerde harcamalar özelinde meydana gelen değişim vergi gelirlerinin finansman gücünü olumsuz etkileyebilecektir. Dolayısıyla vergi yapılarının esnek olması, kayıt dışı ekonomiye zemin oluşturulmaması ve vergi bilincinin yaygınlık kazandırılması vergi gelirlerinin harcamaları finanse etmesindeki etkinliğini artırabilecektir. Özellikle bütçenin açık verdiği dönemlerde vergi yapılarının iyileştirilmesi vergilerin etkinliğini artırabilecektir.

Çalışmada kamu gelirleri ve kamu harcamaları arasında yüksek bir etkileşim ve pozitif korelasyon tespit edildiği göz önüne alındığında finansman açığının olduğu dönemlerde fiili vergi kapasitesini artırıcı politikaları uygulamak yerinde olacaktır. Diğer taraftan verginin tabana yayılması, stopaj

verilerinin yaygınlık kazanması ve vergi denetim mekanizmalarının etkinliğinin artırılması da vergilerin harcamaları finanse etmedeki etkinliğini artıracaktır.

Çalışma kamu gelirleri ve kamu harcamaları özelinde belirli bir zaman kesitini analiz etmiştir. Dolayısıyla geçmiş bilgilerin geleceğe ışık tutması beklenmektedir. Çalışmanın gelişmeye açık yönü bu alanda geleceğe yönelik ekonometrik yöntemlerle tahminleme yapılması olarak ifade edilebilir. Kamu gelirleri ve kamu harcamaları ilişkisine yönelik literatürde yer alan birçok çalışma bu değişkenlerin tahminlemesi ile kıyaslanarak daha etkin politika önerileri gerçekleştirebilir.

KAYNAKÇA

- Al-Qudair, K. H. A. (2005). The Relationship Between Government Expenditure And Revenues In The Kingdom Of Saudi Arabia: Testing For Cointegration And Causality. *Journal Of King Abdul Aziz University – Economic and Administration*, 19(1): 31-43.
- Altay, A. (2015). *Kamu Maliyesi Teorisi Gelişimi ve Kapsamı*. Seçkin Yayıncılık.
- Akbulut, H. & Yerel, A. B., (2016). Kamu Gelirleri ve Kamu Harcamaları Nedensellik İlişkisi: 2006-2015 Dönemi İçin Türkiye Örneği, *Sosyoekonomi*, 24(27): 103-119.
- Akça, H. & Bilgin, C. (2013). Harca-Vergilendir veya Vergilendir-Harca: Türkiye Üzerine Ampirik Bir Araştırma. *Business and Economics Research Journal*, 4(1): 143-157.
- Apergis, N. vd. (2012). Tax-spend Nexus in Greece: Are There Asymmetries?. *Journal of Economic Studies*, 39(3): 327-336.
- Ay, H. (2013). *Kamu Maliyesi*. Kanyılmaz Matbaası. İzmir.
- Combes, J. M., & Grossmann, A. (1987). *Wavelets Time-Frequency Methods and Phase Space*. Springer-Verlag Berlin Heidelberg. Berlin.
- Chang, T & Chiang, G. (2009). Revisiting the Government Revenue Expenditure Nexus: Evidence from 15 OECD Countries Based On the Panel Data Approach. *Czech Journal of Economics and Finance*, 59(2): 165-172.
- Çaşkurlu, E., & Arslan, C. P. (2021). *Kamu Maliyesine Giriş*. 4. Baki. Gazi Kitapevi. Ankara.
- Devrim, F. (2002). *Kamu Maliyesi*. İlkem Ofset Yayıncılık. İzmir.
- Durkaya, M., & Ceylan, S. (2007). Kamu Harcamalarının Finansmanında Vergi Bileşenlerinin Rolü Ve Mali Aldanma. *Hacettepe Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 25(2): 15-35.
- Eker, A., & Meriç, M. (2000). *Devlet Borçları (Kamu Kredisi)*. Anadolu Matbaası. İzmir.
- Erasa, İ., & Andıç, N. Ö., (2017). Türkiye’de Kamu Harcamalarının Finansmanı Vergiler İle Mi Yoksa Borçlanma İle Mi Sağlanmaktadır? 2006-2016 Dönemine Ait Bir İnceleme, *Uluslararası İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 3(2): 125-149.
- Grinsted, A., Moore, J. C., & Jevrejeva, S. (2004). Application of The Cross Wavelet Transform and Wavelet Coherence to Geophysical Time Series. *Nonlinear Processes in Geophysics*, 11(5/6): 561-566.
- Hussain, M. H. (2004). On the Casual Relationship Between Government Expenditures and Tax Revenues in Pakistan. *The Lahore Journal of Economics*, 9(2): 105-118.
- Kangallı Uyar, S. G. (2021). Uluslararası Döviz Piyasalarında Finansal Bulaşıcılık ve Karşılıklı Bağımlılık: Wavelet Uyum Analizi. *Finans, Politik & Ekonomik yormlar*, (656): 115-147.
- Khoo, G. S., & Mithani, D. M. (1999). Casuality Between Government Expenditure and Revenue in Malaysia. *Asean Economic Bulletin*, 16(1): 68-79.

- Li, Xiaoming (2001). Government Revenue, Government Expenditure, and Temporal Causality: Evidence from China. *Applied Economics*, 33(4): 485-497.
- Mehrara, M., & Rezaei, A. A. (2014). The Relationship Between Government Revenue And Government Expenditure in Iran. *International Journal Of Academic Research In Business And Social Sciences*, 4(3): 171-182.
- Memon, I. A., Kalhor, M. S., & Payne, A. (2013). Wavelet Coherence Analysis of Change Blindness. *Mehran University Research Journal of Engineering & Technology*, 32(1): 103-110.
- Meyer, Y. (1993). *Wavelets: Algorithms & Applications*. SIAM (Society for Industrial and Applied Mathematics, Philadelphia.
- National Constitution Center. (2021, November). Benjamin Franklin’s last Great Quote And The Constitution. Erişim Adresi, <https://constitutioncenter.org/blog/benjamin-franklins-last-great-quote-and-the-constitution>.
- Öztürk, N. (2020). *Kamu Maliyesi*, Genişletilmiş Beşinci Baskı. Ekin Yayınevi.
- Pal, D., & Mitra, S. K. (2019). Oil Price and Automobile Stock Return Co-Movement: A Wavelet Coherence Analysis. *Economic Modelling*, (76): 172-181.
- Sachs, J. (2011). *The Price of Civilization*. Random House Publication. USA.
- Turan, T. & Karakaş, M. (2018). Devlet Harcamaları ve Gelirleri Arasındaki İlişki: Doğrusal Olmayan Sınır Testi Yaklaşımı. *Sosyoekonomi*, 26(36): 33-48.
- Turhan, S. (1998). *Vergi Teorisi ve Politikası*. Filiz Kitabevi. İstanbul.
- Vacha, L., & Barunik, J. (2012). Co-movement of Energy Commodities Revisited: Evidence From Wavelet Coherence Analysis. *Energy Economics*, 34(1): 241-247.
- Yılandı, V., Şaşmaz, M. Ü. & Öztürk, Ö. F. (2020). Türkiye’de Kamu Harcamaları İle Vergi Gelirleri Arasındaki İlişki: Frekans Alanda Asimetrik Testinden Kanıtlar. *Sayıştay Dergisi*, 31(116): 121-139.
- Yıldırım, M. (2020). Vergilerin Mali Amacı Açısından Türkiye’de 1990-2018 Yılları Arası Dönemde Vergi Gayretinin İncelenmesi. *Vergi Raporu*, (246): 196-214.
- Zanella, F. (2008). The Spend-And-Tax or Tax-And-Spend: Further Evidence For The Brazilian Imperial Period. *Historical Social Research*, 33(4): 255-263.
- Zülfüoğlu, Ö., & Söylemez, A. O. (2021). Türkiye’de Kamu Harcamaları ile Vergiler Arasındaki İlişkinin Doğrusal Olmayan Niteliği. *Hacettepe Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 39(4): 596-712.

Extended Abstract

In many economic doctrines, the extent to which the public sector will take part in the economy is an important issue of debate. While some approaches criticize the public sector, others highlight it. However, the point that each of them agrees in common is that the public sector should be involved in the economy, even if it is minimal. This view also predates economics. Because the existence of the public sector dates back to ancient times. The fact that people are sociological beings and live together reveals collective needs. The concept of the state is needed to meet these needs. Considering these reasons, the formation of the state and its active intervention in the economy date back to ancient times.

The fact that the concept of the state is included in economic life, public expenditure and public revenue are coming to the fore. These phenomena, which arise due to the structure and characteristics of the state, constitute an important area of discussion in the economics literature. The reason for this situation is that each expenditure of the public sector creates a financing need. Public sector financing, on the other hand, creates obligations to other actors in the economy such as households and companies. On the other hand, the expenditures performed as a necessity must be financed with public revenues. A financing gap arises when there is a level of income that can meet the expenditures. On the other hand, if the income level is higher than the expenditures, a financing surplus arises. In both cases, this poses a problem for the public economy. The study aimed to determine the level of public expenditures in public finance in Turkey and whether there is a problem in this area.

Theoretical Framework

In this title of the study, the relationship between public expenditures and public revenues is discussed theoretically. Other financing methods used in cases where public revenues are not sufficient to meet public expenditures are explained. On the other hand, public revenues are classified. The possible effects of public revenues, which are classified as tax, non-tax income and borrowing, on public finance are explained. Due to the nature of the public sector, its expenditures are determined first and public revenues are shaped accordingly. At this point, public financing methods gain diversity. These variations can be expressed as financing with tax, financing with non-tax revenues or financing by borrowing. The balance in public finance is emphasized by revealing the mutual context between public expenditures and public revenues.

Literature Review

After transferring the theoretical relationship between public expenditures and public revenues, the empirical literature in this field has been reviewed. The findings of the studies that test the relationship between public expenditures and public revenues are presented. Findings obtained not only for Turkey but also for other countries are presented in the study. In addition, when the analysis methods included in the literature are considered, it has been determined that mostly traditional analyzes are carried out.

Dataset and Method

Based on the financing of public expenditures in Turkey, the study aimed to determine the share of public revenues in this financing. For this purpose, annual tax revenues, non-tax revenues and public expenditure variables for the period 1960-2021 were analyzed. The main reason why non-tax revenues are used as a variable is that tax revenues are not sufficient to finance public expenditures. Therefore, in the study, it has been revealed to what extent both taxes and non-tax revenues are financing instruments.

The study aimed to reveal the extent to which taxes and non-tax financing sources, which are public financing instruments, play a financing role in Turkey. The financing dimension of both taxes and non-tax revenues can also change over the time included in the analysis. As a matter of fact, the finding obtained for the whole section may contain different forms in the section. The analysis included in the study, on the other hand, provides findings for the entire section, and also reveals the interaction within the section. On the other hand, when the financing of taxes is intense, the financing role of non-tax revenues is expected to decrease, and therefore there is a need for a method that can reveal the changes in the cross-section. In line with all these reasons, wavelet fit analysis was applied to determine the relationship between the variables both for the whole section and for the determination of their forms in the section.

Wavelet Coherence Analysis

Wavelet fit analysis was developed by Morlet, Grossman, and Meyer. It is based on converting a variable, observation or value into wavelet values, taking into account the time dimension. While performing the conversion process, the scale is used and the limits of the frequency are determined by the scale. In other words, the bandwidth of the frequency is determined. These operations are essentially unpacking the properties of a variable, observation or value. Although this analysis for a single variable was added to the literature as a result of Meyer's contributions,

cross-conversion such as wavelet coherence or wavelet spectrum is required for simultaneous analysis of two different variables.

Conclusion

The study aimed to reveal the extent to which taxes cover public finances in Turkey, and wavelet coherence analysis was used in the study for this purpose. Findings from the analysis show that taxes are a good financing tool in Turkey. As a matter of fact, when the period is taken into account, it has been observed that taxes are not sufficient to finance public expenditures in the 1980-2000 period. On the other hand, it has been determined that non-tax revenues also increased in the 1980-2000 period, but their interaction with public expenditures decreased. In addition to these, especially after 2005, tax revenues started to play an active role in financing public expenditures.

When the results are evaluated, the current tax policy is an effective financing tool in Turkey and for the continuation of this process, the policies should be carried out with the same efficiency. If the stability of the effective financing provided by taxes is to be maintained after 2005 and a radical change is to be made in the expenditure policies, the tax structures must also change accordingly.

Kobi'lerde Kurumsallaşmanın Firma Performansı Üzerindeki Etkisi*

Adem ÖĞÜT¹  Sedat TARHAN² 

¹Prof. Dr., Necmettin Erbakan Üniversitesi, Siyasal Bilgiler Fakültesi, İşletme Bölümü, Konya, Türkiye, ademogut@erbakan.edu.tr (Sorumlu Yazar/Corresponding Author)

²Yüksek Lisans, Necmettin Erbakan Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme Anabilim Dalı, Konya, Türkiye, sedattarhan@outlook.com.tr

Makale Bilgileri

ÖZ

Makale Geçmişi

Geliş: 03/11/2022

Kabul: 29/12/2022

Yayın: 31/12/2022

Anahtar Kelimeler:

Kurumsallaşma, Firma Performansı, Un Sanayi Sektörü

JEL Kodları: D22, H32, L25, P42

Bu araştırmanın amacı, kurumsallaşmanın firma performansı üzerindeki etkisini analiz etmektir. Araştırmanın örneklemini, Konya ilinde un sanayi sektöründe faaliyet gösteren işletmelerdeki 404 çalışan oluşturmaktadır. Regresyon analizi sonuçlarına göre; kurumsallaşmanın firma performansı üzerinde pozitif yönlü ve anlamlı etkiye sahip olduğu ortaya konulmuştur. Benzer şekilde kurumsallaşmanın finansal ve finansal olmayan performans üzerinde de pozitif yönlü ve anlamlı bir etkiye sahip olduğu tespit edilmiştir. Kurumsallaşmanın alt boyutlarından; tutarlılık ve profesyonelliğin finansal performans üzerinde pozitif yönlü ve anlamlı bir etkiye sahip olduğu, ancak kurumsallaşmanın alt boyutlarından şeffaflığın finansal performans üzerinde anlamlı bir etkiye sahip olmadığı ortaya konulmuştur. Diğer yandan, kurumsallaşmanın alt boyutlarından; tutarlılık, şeffaflık ve profesyonelliğin finansal olmayan performans üzerinde pozitif yönlü ve anlamlı bir etkiye sahip olduğu da regresyon analizi sonuçlarından anlaşılmaktadır.

The Effect of Institutionalization on Firm Performance in SME's

Article Info

ABSTRACT

Article History

Received: 03/11/2022

Accepted: 29/12/2022

Published: 31/12/2022

Keywords:

Institutionalization,
Firm Performance,
Flour Industry Sector.
Jel Codes: D22, H32,
L25, P42

The purpose of this research is to analyze the effect of institutionalization on firm performance. The sample of the research consists of 404 employees operating in the flour industry sector in Konya. According to the results of the regression analysis; It has been revealed that institutionalization has a positive and significant effect on firm performance. Similarly, it has been determined that institutionalization has a positive and significant effect on financial and nonfinancial performance. From the sub-dimensions of institutionalization; It has been revealed that consistency and professionalism have a positive and significant effect on financial performance, but transparency, one of the sub-dimensions of institutionalization, does not have a significant effect on financial performance. On the other hand, from the sub-dimensions of institutionalization; It is understood from the results of the regression analysis that consistency, transparency and professionalism have a positive and significant effect on non-financial performance.

Atıf/Citation: Ögüt, A. ve Tarhan, S. (2022). Kobi'lerde Kurumsallaşmanın Firma Performansı Üzerindeki Etkisi, *Necmettin Erbakan Üniversitesi Siyasal Bilgiler Fakültesi Dergisi*, 4(2): 157-172



"This article is licensed under a [Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/) (CC BY-NC 4.0)"

* Bu çalışma, "Kobi'lerde Kurumsallaşmanın Firma Performansı Üzerindeki Etkisi" isimli yüksek lisans tezinden türetilmiştir.

GİRİŞ

Dijital çağda teknolojinin yaygın bir şekilde kullanımı ve devingen çevresel ortam nedeniyle işletmeler yeni koşullara adapte olmaya çalışmaktadır. Bu noktadan hareketle işletmelerin, kar ederek büyümeleri ve varlıklarını devam ettirebilmeleri amacıyla, dış çevre koşulları desteklenerek performansın artırılması bir gereklilik olmuştur. Nitekim sadece işletmenin gereksinimleri ile performansı arttırmaya yönelik yapılan çalışmalar işletmelerin ömrünü uzatmaya yetecek düzeyde değildir. Bu noktada işletmeler, yetkinliklerini dikkate alarak sürekli gelişmekte olan piyasaya hızlı ve yerinde yanıt vermeleri gerektiği konusunda değişimler yaşamışlardır. Bu değişimler sonucu işletmeler, rekabet avantajı kazanmak ve kar paylarını arttırabilmek amacıyla, performansa önem vermeye başlamışlardır. Performans, işletme tarafından belirlenen hedeflere ne düzeyde yaklaşıldığını ifade eden bir kavramdır. Buna ek olarak belirlenen hedefleri üstlenen çalışanların, bu hedeflerin ne kadarını gerçekleştirdiği, bu hedefleri gerçekleştirirken sergilemiş olduğu tüm eylemlerin performans davranışını oluşturduğu görülmektedir. Performans kavramına firma tarafından bakıldığında ise, işin yapılış şekli ya da kalitesi anlamına gelmektedir (Amaratunga vd., 2000). Firma performansı arttırıldığı takdirde, işletme çevre koşullarında yaşanan gelişmelere daha hızlı adapte olmuş bir şekilde ve uygun cevapları kolaylıkla verebilecek durumda olacaktır. Bu da firmanın kar oranlarının artması ve varlığını idame ettirebileceği anlamını taşımaktadır. Firmaların performanslarını arttırmada birçok faktör etkili olmaktadır. Çalışmamızda performansı arttırmaya yönelik faktörlerden kurumsallaşma değişkeni üzerine odaklanılmıştır. Kurumsallaşma süreci, toplumsal olarak öngörülen farklılaştırılmış davranış sisteminin örgütlenmesi ile belirli sorunların çözümüne yönelik eylemleri içermektedir. İçinde bulunulan koşullar gereği işletmeler bir takım değişimler yaşamaktadırlar. Bu değişimlerin firmaları olumsuz şekilde etkilemesinin önüne geçmek, kurumsallaşma olgusuyla mümkün olabilmektedir. Değişimlerin doğru yönetilmesi ile firmalar avantajlı duruma gelerek rekabet üstünlüğü sağlamaktadırlar. Bu noktada kurumsallaşma süreci dikkat çekmektedir. Kurumsallaşan firmalar, kaynakları daha verimli kullanarak performans göstergelerinde artış sağlanabilmektedir. Bu bağlamda kurumsallaşma günümüzde firmaların rekabet stratejilerinde önemi yadsınamaz bir rol oynamaktadır. Kurumsallaşma ile firmalar kişilere bağlı olmadan firmanın hedefleri doğrultusunda kurulmuş bir sistem ile faaliyetlerini sürdürebilmektedir. Doğru bir şekilde tasarlanmış ve uygulanmış bir kurumsallaşma süreci, firmanın mevcut kaynaklarını daha etkin kullanmasını sağlayarak işletmenin hedeflerini gerçekleştirmesinde önemli bir rol oynamaktadır. Kurumsallaşmayı optimal biçimde benimseyip uygulayan firmalar, çevrede yaşanacak durumlara karşı esneklik kazanarak değişimlere karşı zamanında tepki verebilir duruma gelebileceklerdir. Buna ek olarak kurumsallaşmanın optimal düzeyde uygulanması ile rekabet koşullarında firma mevcut konumunu stabil tutabilir ve sonraki dönemlerde daha iyi bir konuma gelmesinin alt yapısını hazırlamış olacaktır. Kurumsallaşma ile birlikte işletmeler yeniliğe açık hale gelmektedir. Kurumsallaşma, çalışanların gelişmesine destek sağlayarak firmaya yeni fikirler sunmasını ve mevcut iş yöntemlerinin gelişmesine yardımcı olmaktadır. Firma performansını yakından ilgilendiren kurumsallaşma günümüzde hala isteğe bağlı olarak uygulanan bir sistem olarak görülmektedir. Birçok ülkede şirketlerin büyük çoğunluğunu oluşturan KOBİ'ler kurumsallaşmayı günümüzde hala yeterince benimseyememiş ve gerekliliği konusunda kesin bir karara varamamıştır. Bu çerçevede araştırma sorusu "kurumsallaşma firma performansı üzerinde etkili midir?" şeklinde belirlenmiştir. Araştırmanın amacı, fabrikalar örneğinde, Konya ilinde faaliyet gösteren işletmelerde kurumsallaşma ile firma performansı arasındaki ilişkinin analiz edilmesidir. Çalışmada ilk bölümde KOBİ'ler hakkında bilgiler verilerek kurumsallaşma ile ilgili yazın taraması yapılmış ve birlikte incelenmiştir. İkinci bölümde ise firma performansı ile ilgili literatür incelemesi yapıлып kurumsallaşma ve firma performansı arasındaki ilişkiye değinilmiştir. Çalışmanın son bölümü olan üçüncü bölümde ise çalışmanın metodolojisi ve uygulaması yer almaktadır. Veri toplama yöntemi, kullanılan ölçekler, güvenilirlik analizleri, tanımlayıcı istatistikler, korelasyon ve regresyon analizleri yapılmış ve araştırma bulguları yorumlanmıştır.

1. KURUMSALLAŞMA KAVRAMI

Dünya ekonomik ve sosyal olarak 1990'lı yıllardan bu yana hızla bir değişim yaşamaktadır. Dünyada yaşanan bu gelişmeler işletmelerin aralarındaki rekabeti de değiştirmiş ve farklı bir boyuta taşımıştır. İşletmelerin günümüzde yaşanan bu hızlı değişimlere ayak uydurabilmesi ve zorlu rekabet

ortamında rakiplerine karşı avantajlı konuma gelip faaliyetlerine devam edebilmesi için kurumsallaşmış bir yapıya ve kurumsal bir kimliğe sahip olmaları gerekmektedir. Kurumsallaşmış işletmeler kendilerine fayda sağlayan değerleri bünyesinde barındırırken değişime ve gelişime açık olmayan değerleri bünyesinde barındırmaz. Bu nedenle, kurumsallaşma işletmelerin hızla değişen bu koşullara ayak uydurabilmeleri için stratejik bir öneme sahiptir (Büte, 2010: 6).

Kurumsallaşma kavramını ve sürecini, literatüre sokan ilk insan, çevreyle olan münasebeti ön plana çıkararak 1949 yılında “Doğal Sistem Modeli”ni geliştiren Philip Selznick’tir. Selznick’in modeli; “organizasyonlar adına en mühimi araçlar değil, yaşamlarını sürdürmeleri” olduğunu belirtmiştir (Scott, 1996: 64). Selznick kurumsallaşma kavramını, “Örgütün farklı bir kimlik edinmesi ve sosyal gereksinim ve baskıların sonucu olarak hassas ve esnek bir organizmaya dönüşmesi sürecidir” şeklinde tanımlamıştır (Selznick, 1996: 271). March kurumsallaşma kavramını, çevresel uyum çerçevesinde değerlendirmiştir. Kurumsallaşmayı; “Çevresel farklılıklarla beraber organizasyonel değişimin ve bu değişim neticesinde standardizasyonun elde edilmesidir” olarak tanımlayan March’a göre kurumsal organizasyon yapıları, çevresel değişim ile gelişen, bu değişimi öğrenen ve yeni vaziyete göre standartlar geliştiren yapılardır (March, 1996: 278- 279). Yerli yazında kavramı tanımlayan yazarlardan biri olan Ozankaya’ya göre kurumsallaşma, “Bir şirketin işlevlerini yapabilme durumunu izah eden, beraberce örgütlenen ve ahenkli bir bütünlük sağlayan fikirler, tutumlar ve normlar ile bunları somut bir biçim haline getiren vasıtalar, bayraklar, rozetler ve renkler gibi simgelerden meydana gelen bir bütündür” (Ertaş, 1996: 4).

Kurumsallaşma, en basit ifade ile tüm iletişim stratejilerinde belirlenmiş kuralların varlığıdır (Fındıkcı, 2014: 102). Şirketin prosedürlere ve normlara bağlı kalarak, kendine has özellikler ile fark yaratarak özel bir kimliğe bürünmesi kurumsallaşma olarak tanımlanmaktadır (Karpuzoğlu, 2001: 72). Kurumsallaşma, şirketin oluşturulan sisteme bağlı olarak yönetilmesidir (Büte, 2010:7). Aile şirketlerinde kişiye bağlılık diğer şirketlere oranla daha yüksektir. Bağlılığı en aza indirgeyerek, oluşturulmuş sistemlere göre yönetim anlayışı benimsenmektedir. Kurumsallaşma şeklinde anılan bu süreç, şirketler adına yok sayılamayacak bir yönelim olmaktadır (Özcan, 2015: 23). Şirketlerde kurumsallaşma ile devamlılığın sağlanması amaçlanır. Kurumsallaşmanın gerçekleşebilmesi için yeniliklere açık olunmalı, buna bağlantılı olarak değişime ayak uydurulmalıdır. Şirketlerin kurumsallaşması için; yönetim şekilleri, işin yapılma yöntemleri, organizasyon yapıları, üretim sistemleri, insan ilişkileri ve düşünce tarzları gibi konularda değişime uyum sağlamaları şarttır (Eriş, 2019: 57).

Literatürde kurumsallaşmanın boyutları ile ilgili farklı sınıflandırmalara rastlamak mümkündür. Bu çalışmada Alpay vd., (2008) tarafından geliştirilen ölçekte belirtilen boyutlar dikkate alınmıştır. Bu boyutlar; tutarlılık, şeffaflık ve profesyonellik olup aşağıda kısaca açıklanmıştır.

Tutarlılık; Kurumsallaşmanın bir diğer önemli boyutu ise tutarlılıktır. Stratejide tutarlı olunması, maliyetleri düşürerek firma performansını yükseltmektedir. Bu sebeple kurumsallaşma stratejisinin uygulanmasını mümkün kılarak performansı artırmaktadır (Pelham ve Wilson, 1996, 29). Tutarlılık, kuruluşlara güvenilirlik sağladığı için kurumsallaşmanın kritik bir bileşeni olarak tartışılmaktadır. Verilen sözleri tutmak, misyon, strateji, taktik ve faaliyetleri uyumlu hale getirmek ve aynı sektördeki kuruluşlarla benzer olmak olarak tanımlanmaktadır (Apaydın ve Coşkun, 2008: 164).

Şeffaflık; Şeffaflık, kurumsal açıdan önemli bir diğer boyuttur ve firma performansı üzerinde önemli bir etkiye sahiptir. Şeffaf firmalar, bilgileri kaydetme ve yayma konusunda daha verimli oldukları için daha iyi performansa sahip olmaktadır. Ayrıca firmalar, sosyal sorumluluk geliştirmekte ve müşteri değerine göre hareket etmektedirler. Bu ise, müşterilerin firmaya sempati duymasını sağlamakta ve firmayla daha fazla iş yapmasına sebep olmaktadır. Sosyal sorumluluk bağlamında yapılan eylemler, kısa vadede maliyetler üzerinde olumsuz etki yaparken orta ve uzun vadede olumlu sonuçlar doğurmaktadır. Sosyal sorumluluk sahibi girişimciler, ürünlerine yüksek bir fiyattan değer verebilme olanağına sahiptirler (McWilliams ve Siegel, 2001: 119).

Profesyonellik; Profesyonellik, yönetimde daha fazla profesyonelin istihdam edilmesi, profesyonellerin desteklediği örgütsel bir iklimin geliştirilmesi ve meslek organına üye olunması olarak tanımlanmaktadır. Profesyonellik sayesinde, kuruluşlar kapasitelerini geliştirmektedirler. Buna

ek olarak kuruluşlar daha güvenilir hale gelmekte ve çevreye daha uyumlu olmaktadır. Ayrıca kuruluşlar, yüksek profesyonellik düzeyi sayesinde diğer kuruluşların uygulamalarını da kolaylıkla takip edebilmektedirler (Apaydın ve Coşkun, 2008: 163).

2. FİRMA PERFORMANSI KAVRAMI

Firma performansı, belirli bir zaman içinde işletmenin gerçekleştirmek istediği hedeflere ulaşmak için sahip olduğu çevresel koşulları göz önünde tutarak, kaynaklarını etkin olarak kullanıp rakiplerine üstünlük sağlamak için oluşturduğu stratejilerin uygulanması sonucunda ortaya çıkan başarımlar ya da uygulama süreci esnasında işletmenin kendine kazandırmış olduğu kazanımlardır (Çalık vd. 2013: 143). İşletme performansı başka bir deyişle işletmenin başarı düzeyi olarak da ifade edilebilmektedir. İşletmenin performans ölçümü sonunda ortaya konulan veriler, işletmenin hedeflerine ulaşmak için kullanmış olduğu stratejilerin doğruluğunu ve bu stratejilerin işletmeyi hedeflerine ne ölçüde taşıdığını göstermesi nedeniyle, stratejik karar alma süreçlerinde de faydalanılan önemli verilerdir.

Literatürde firma performansı boyutları ile ilgili farklı sınıflandırmalara rastlamak mümkündür. Bu çalışmada Avcı, Madanoğlu ve Okumuş (2011) tarafından geliştirilen ölçekte belirtilen boyutlar dikkate alınmıştır. Bu boyutlar; finansal performans ve finansal olmayan performans olup aşağıda kısaca açıklanmıştır.

Finansal Performans; Firmalar, ekonomik hedeflerine finansal performans yoluyla ulaşımaya çalışırken, finansal performans ölçmek için kullanılan göstergeler, büyüme ve kârlılık olarak tanımlanmaktadır. Bir firmanın performansını belirlemek için öncelikle yatırım getirisi, karlılık, net gelir ve öz sermaye getirisi gibi finansal performans göstergelerine bakılmaktadır. Firmalar, finansal performans bilgilerinden yola çıkarak hedeflerine ulaşma düzeyini belirlemekte ve bu alanda stratejiler geliştirmektedir (Lee, 1988).

Finansal Olmayan Performans; Firma performansının değerlendirilmesinde finansal olmayan performansta önemli bir rol oynamaktadır. Finansal olmayan performans örgütün üyelerini ve paydaşlarını kapsayarak onların performanslarının hangi seviyede olduğu ile ilgilenebilir. Finansal performans genellikle gelir, aktif karlılık ve öz kaynak karlılığı gibi değişkenleri kapsarken, finansal olmayan performans müşteri memnuniyeti, müşterinin firmaya olan sadakati, markanın sahip olduğu değer, mevcut yetenekli çalışanların istihdamını devam ettirmek, süreç yenilikleri, bilgiyi edinme ve kullanma ile pazar payı gibi değişkenleri kapsamaktadır. Yapılan araştırmalarda finansal ve finansal olmayan performans birlikte kullanılıp bu iki ölçüm sistemi de kullanan işletmelerin performans değerlerinin daha yüksek olduğu ortaya konulmuştur (Altuntaş ve Dönmez, 2010: 56-57).

3. KURUMSALLAŞMA VE FİRMA PERFORMANSI İLİŞKİSİ

Firma yapılarının biçimlendirilmesinde kurumsallaşma, önemli bir role sahip olmakta ve bu yapılar performansın farklı boyutlarını değişik açılardan etkilemektedir. Kurumsallaşma ile biçimlenen firmaların özellikleri ise doğrudan doğruya performansını etkilemektedir (Çavuşgil ve Zou, 1994: 2). Araştırmacılar, işletme performansının işletmenin yapısı tarafından belirlendiğini vurgulamaktadır. Kurumsallaşma stratejileri, firmaların uyum sağlama yeteneklerini ve pazarlama eylemlerini etkilemek suretiyle doğrudan doğruya performans üzerinde etkili olmaktadır.

Kurumsallaşmayla beraber çevresel kaynaklar, firmalar için daha erişilebilir hale gelmektedir. Firmaları kurumsallaştırmaya zorlayan kurumsal baskıların kullanmış oldukları mekanizmalar, firma performansı üzerinde uzun vadeli ve kapsamlı bir şekilde etkili olmaktadır. Kurumsal firmalar, küçük ve orta ölçekli kurumsallaşma yönünde hareket halinde olan firmaların gereksinim duyduğu fonlara sahiptirler. KOBİ'lerde kurumsallaşma arzusunun başında bu fonlara ulaşabilmek gelmektedir. Kurumsallaşmayla firmalar çevreye daha uyumlu hale gelmekte ve bu ise onların performansını arttırmaktadır (Scott, 1987: 493).

Meyer ve Rowan (1977) tarafından ayrımı yapılan firmaların teknik ve kurumsal çevreleri firmaların işleyişi açısından farklı etkilere sahip olmaktadır. Ürün, hizmet ve karlılık teknik çevreye ilişkin fiziksel çıktılardır. Kurumsal çevre ise işletmeyi meşru yapan ideolojiler ve süreçlerden oluşmaktadır. Firmanın teknik ve kurumsal çevreye ilişkin olarak giriştiği bütün eylemler, firma için bir

değer sağlayıcıdır. Başka bir ifadeyle, firmaların yapmış olduğu tüm eylemler, onun işlevselliğini arttırmaktadır. Özellikle kurumsal çevre tarafından oluşturulan kurallar, makro açıdan tüm toplum düşünülerek geliştirildiği için firmalardaki teknik çevrenin işlevselliğini azaltabilmektedir. Fabrikalarda kurulması gereken atık arıtma sistemleri, buna örnek olarak verilebilir. Bu sebeple kurumsallaşma, işlevselliği önemli ölçüde azaltabilmektedir. Fakat uzun vadede özellikle pazarda ayakta kalabilmek açısından kurumsallaşma kaçınılmaz bir olgudur (Walker ve Ruekert, 1987: 19).

Kurumsallaşma sürecinde firmaya dâhil olan profesyonellere karar ve hareket serbestisinin sağlanması, onların belirsizliklerle ve daha önceden görülmemiş problemlerle baş etmede eğitilmiş olmalarından ötürü önemlidir. Çünkü firmaya dâhil olan profesyonellere otonomi verilmesi performansı arttıracaktır (Wallace, 1995: 235). Profesyoneller, belli konularda uzman kişilerden oluşmaktadır ve bu kişiler, firmaya yenilik katacakları gibi kurumsallaşma sürecine uyum sağlamalarını da kolaylaştıracaktır (Ruekert vd., 1985: 16).

Kurumsallaşmayla beraber, firmaların faaliyetleri ve neticesinde performansları doğrudan etkilenmektedir. Firmaların kurumsallaşmasıyla birlikte çevreye olan uyumları artmakta ve bu da firma performansını arttırmaktadır (Yıldız, 2010).

Boselie vd. (2003) tarafından yapılan bir çalışmada Holland ölçeğinde kurumsallaşma, firma performansı ve insan kaynakları etkileşimleri incelenmiştir. Araştırma neticesinde kurumsallaşma derecesi yüksek olan hastaneler ve yerel otoriteler gibi organizasyonların insan kaynakları sistemlerinin çalışanın devamsızlık süresindeki etkisinin kurumsallaşma derecesi az olan örgütlere nazaran daha düşük olduğu tespit edilmiştir. Öte yandan bu araştırmaya göre, kurumsallaşma derecesi düşük olan organizasyonların, yüksek olanlara göre insan kaynakları yönetimi hususunda isteklerinin daha fazla olduğu saptanmıştır.

Alpay vd. (2008) tarafından kurumsallaşmanın performansla ilişkisi bağlamında ülkemizde faaliyet gösteren bazı aile işletmeleri ele alınarak bir araştırma yapılmıştır. Araştırma neticesinde, kurumsallaşmanın boyutlarından olan tarafsızlık, şeffaflık ve doğruluk boyutlarının niteliksel firma performansı üzerinde pozitif etkisinin mevcut olduğu; ancak formalleşmeyle beraber profesyonellik boyutlarının niteliksel firma performansı ile bir ilişkisinin söz konusu olmadığı görülmüştür. Diğer taraftan, tarafsızlık, doğruluk, formalleşme ve profesyonellik boyutlarının niceliksel performans üzerinde anlamlı bir etkisinin olduğu görülmüştür; buna karşın şeffaflık boyutunun ise firma performansı üzerinde pozitif ve anlamlı bir etkisinin olduğu tespit edilmiştir.

Yıldız (2010) tarafından Konya ilinde perakendecilik sektöründe yapılan araştırma sonucunda, kurumsallaşmanın alt boyutu olan nesnellik ve firma performansının alt boyutu olan işlevsellik arasında olumlu yönde ve anlamlı bir ilişki olduğu belirlenmiştir. Bunun yanında çıktı performansı ile yenilik ve uyum sağlama performansı arasında yine pozitif ve anlamlı bir ilişkinin söz konusu olduğu görülmüştür. Şeffaflık ve işlevsellik, kurumsallaşmanın bir başka alt boyutunu oluşturmaktadır. Yapılan bu çalışma neticesinde bu iki alt boyut ile çıktı performansı ve yenilik-uyum sağlama performansı arasında pozitif ve anlamlı bir ilişkinin olduğu belirlenmiştir. Son olarak yenilik-uyum sağlama performansı ve çıktı performansı ile profesyonelleşme arasında aynı ilişkinin söz konusu olduğu gözler önüne serilmiştir.

Zelka (2014)'nın firmaların kurumsal yönetim anlayışını uygulama seviyeleri ile performansları arasındaki etkiyi belirlemek amacıyla Borsa İstanbul İmalat Sanayi Sektörü'nde faaliyet gösteren firmaların 7 yıllık verileri incelenerek yapılan çalışmanın sonucuna göre, en büyük hissedarın pay oranının firmalarının performansları üzerinde etkili olmadığı görülmüştür. Bunun yanı sıra en büyük 3 hissedarın pay oranının firma performansı üzerinde anlamlı bir ilişkiye sahip olduğu görülmüştür. Buna karşın yönetim kurulu büyüklüğü daha fazla olan firmaların, aktif kârlılığında artış olduğu saptanmıştır. Özetle firmaların performansları ile kurumsal yönetim yapıları arasında ilişki olduğu sonucuna varılmıştır.

Çoşkun (2016)'un gıda sektöründe faaliyet gösteren Türk aile şirketlerinde kurumsallaşma unsurları ve kıyaslama tekniklerinin firma performansı üzerinde ne tür bir etkiye sahip olduğunu belirlemek amacıyla un sanayi sektöründe faaliyet gösteren aile şirketleri çalışanları üzerinde gerçekleştirdiği çalışmanın sonuçlarına göre, aile şirketlerindeki kurumsallaşma ilkelerinin ve yeni nesil

kıyaslama tekniklerinin firma performansı üzerinde doğrudan ve pozitif yönde etkisi bulunduğu sonucuna ulaşılmıştır. Ayrıca kıyaslama tekniklerine son derece önem verildiği ve üst yönetim tarafından benimsenip uygulandığı görülmüştür.

Başkurt (2016)'un aile şirketlerinin kurumsallaşmasında insan kaynakları yönetimi ve firma performansına etkisinin ortaya konulması amacıyla Türkiye'nin çeşitli illerinde faaliyet gösteren aile şirketleri çalışanları üzerinde gerçekleştirdiği çalışmanın sonucuna göre, aile şirketlerinin kurumsallaşması ve insan kaynakları uygulamaları firma performansını pozitif yönde etkilemektedir.

Öğüt (2019)'ün kurumsallaşmanın firma performansı üzerindeki etkisini incelemek amacıyla Konya ilinde 4 ve 5 yıldızlı otellerin orta ve üst kademe yöneticileri üzerinde gerçekleştirdiği araştırma sonuçlarına göre, kurumsallaşmanın firma performansını pozitif ve anlamlı etkilediği, ayrıca kurumsallaşmanın alt boyutu olan profesyonelliğin firma performansını pozitif ve anlamlı etkilediği sonucuna ulaşılmıştır. Buna karşın kurumsallaşmanın alt boyutlarından tutarlılık ve şeffaflığın finansal performans üzerinde anlamlı bir etkisinin olmadığı görülmüştür. Benzer şekilde tutarlılık boyutunun finansal olmayan performans üzerinde anlamlı bir etkisinin olmadığı ve kurumsallaşma boyutlarından profesyonellik ve şeffaflığın finansal olmayan performans üzerinde pozitif yönlü ve anlamlı bir etkiye sahip olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

4. ARAŞTIRMANIN METODU

Örneklem

Araştırmanın evrenini, Konya ilinde un sanayi sektöründe faaliyet gösteren işletmelerde çalışan personel oluşturmaktadır. Örneklem seçiminde kolayda örnekleme yöntemi uygulanmıştır. Söz konusu işletmelerde çalışan toplam personel sayısı tespit edilememiştir. (Chi ve Qu, 2008: 627) geliştirdikleri formülde, evrendeki birim sayısının tespit edilememesi durumunda ulaşılması gereken örneklem hacminin en az 385 olduğunu ifade etmektedirler. Bu çalışmada, kullanılabilir 404 ankete ulaşılmıştır. Dolayısıyla örneklem hacminin yeterli olduğu ifade edilebilir.

Veri Toplama ve Analiz Teknikleri

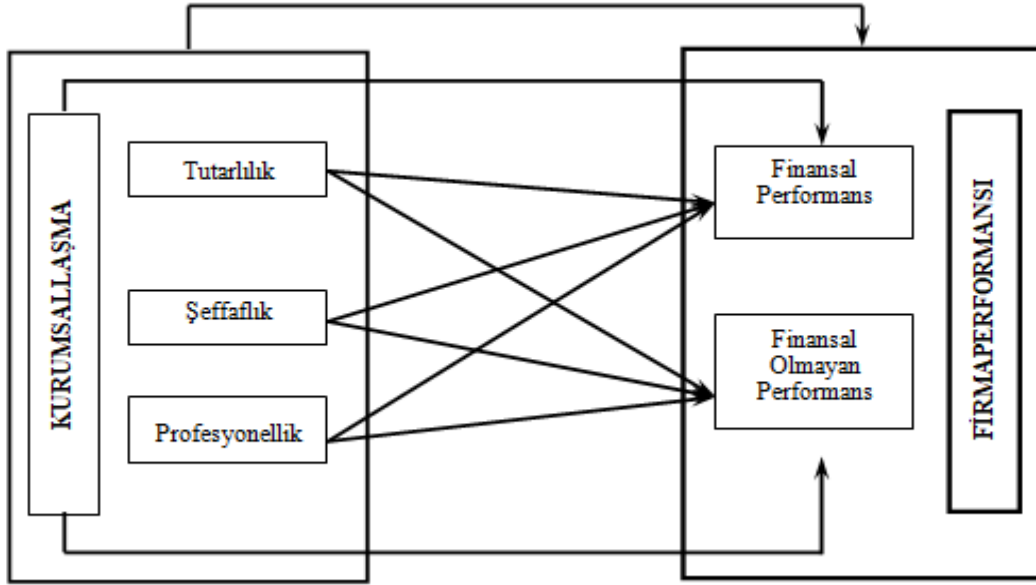
Verilerin analizinde SPSS 21.0 programı kullanılmıştır. Araştırmanın amacı doğrultusunda tanımlayıcı istatistikler, korelasyon, basit ve çoklu regresyon analizlerinden yararlanılmıştır.

Araştırmada veri toplama tekniği olarak anket tekniği kullanılmıştır. Anket üç bölümden oluşmaktadır. Anketin birinci bölümünde, kurumsallaşma düzeyi Alpay vd., (2008) tarafından geliştirilen ölçek kullanılarak ölçülmüştür. Bu ölçek; tutarlılık (6 madde), şeffaflık (5 madde) ve profesyonellik (7 madde) olmak üzere 3 boyut, toplam 18 maddeden oluşmaktadır. 5'li Likert tipi (1=Kesinlikle Katılmıyorum, 5= Kesinlikle Katılıyorum) ölçek kullanılmıştır. İkinci bölümde ise firma performansını ölçmek için Avcı, Madanoğlu ve Okumuş (2011) tarafından geliştirilen ölçek yer almaktadır. Bu ölçek; finansal performans (4 madde) ve finansal olmayan performans (5 madde) olmak üzere 2 boyut ve toplam 9 maddeden oluşmaktadır. 5'li Likert tipi ölçek kullanılmıştır (1=Kesinlikle Katılmıyorum, 5= Kesinlikle Katılıyorum). Üçüncü bölümünde ise; çalışanların cinsiyet, medeni durum, yaş, eğitim düzeyi ve iş deneyimi gibi demografik sorulara yer verilmiştir.

Araştırmanın Modeli ve Hipotezleri

Araştırmanın amacı doğrultusunda ve literatürdeki araştırma sonuçlarından hareketle aşağıdaki model ve hipotezler geliştirilmiştir.

1.2. Araştırma modeli



Hipotez 1: Kurumsallaşma, finansal performans üzerinde pozitif yönlü ve anlamlı bir etkiye sahiptir.

Hipotez 1a: Kurumsallaşmanın tutarlılık boyutu finansal performans üzerinde pozitif yönlü ve anlamlı bir etkiye sahiptir.

Hipotez 1b: Kurumsallaşmanın şeffaflık boyutu finansal performans üzerinde pozitif yönlü ve anlamlı bir etkiye sahiptir.

Hipotez 1c: Kurumsallaşmanın profesyonellik boyutu finansal performans üzerinde pozitif yönlü ve anlamlı bir etkiye sahiptir.

Hipotez 2: Kurumsallaşma finansal olmayan performans üzerinde pozitif yönlü ve anlamlı bir etkiye sahiptir.

Hipotez 2a: Kurumsallaşmanın tutarlılık boyutu finansal olmayan performans üzerinde pozitif yönlü ve anlamlı bir etkiye sahiptir.

Hipotez 2b: Kurumsallaşmanın şeffaflık boyutu finansal olmayan performans üzerinde pozitif yönlü ve anlamlı bir etkiye sahiptir.

Hipotez 2c: Kurumsallaşmanın profesyonellik boyutu finansal olmayan performans üzerinde pozitif yönlü ve anlamlı bir etkiye sahiptir.

Hipotez 3: Kurumsallaşma firma performansı üzerinde pozitif yönlü ve anlamlı etkiye sahiptir.

5. ARAŞTIRMA BULGULARI

Örneklemin Özellikleri

Demografik özelliklere ilişkin bulgular incelendiğinde; ankete cevap verenlerin %81,9'unun erkek, %18,1'inin kadın olduğu tespit edilmiştir. Katılımcıların %56,9'u evli, %43,1'i bekârdır. Çalışanların yaş aralığı dağılımı açısından incelendiğinde ise; %4,0'ü 18-22 yaş arası, %17,6'sının 23-27 yaş arası, %22,6'sının 28-32 yaş arası, %33,7'sinin 33-37 yaş arası ve %22,1'inin 38 ve daha fazla yaş aralığında olduğu görülmektedir. Ankete katılanların %35,9'unun lise, %21,7'sinin ön lisans, %36,7'sinin lisans ve %5,7'sinin lisansüstü eğitim düzeyine sahip olduğu tespit edilmiştir. İş deneyimi

açısından bakıldığında ise, %5,7'sinin 1 yıldan az, %35,2'sinin 1-5 yıl arası, %24,8'inin 6-10 yıl arası ve %34,2'sinin ise 11 yıl ve üzeri iş deneyimine sahip olduğu görülmektedir.

Araştırma Sonuçları

Kurumsallaşmanın finansal performans üzerindeki etkisini belirlemeye yönelik yapılan basit regresyon analizi sonucu aşağıdaki tabloda verilmiştir.

Tablo 1. Kurumsallaşmanın Finansal Performans Üzerindeki Etkisine Yönelik Basit Regresyon Analizi Sonuçları

Bağımsız Değişken	Stn. Edilmemiş Beta	Stn.Hata	Stn. Edilmiş Beta	Sig.	R ²	Düz. R ²	Durbin-Watson	Tolerans	VIF
F ₍₁₋₄₀₂₎ = 163,467				.000**	,289	,287	1,853		
Sabit	1,605	,152							
Kurumsallaşma	,541	,042	,538	.000**				1	1

** p<0,01

Bağımlı Değişken: Finansal Performans

Kurumsallaşma bağımsız değişken ve finansal performans ise bağımlı değişken olarak modele girildiğinde, modelin bir bütün olarak 0,01 anlamlılık düzeyinde anlamlı olduğu görülmektedir (F(1-402)= 163,467; Sig.=0.000 < 0.01). Analiz sonuçlarına göre; kurumsallaşma finansal performanstaki değişimin % 28,9'unun (R²= ,289) açıkladığı tespit edilmiştir. Bulgulara göre, kurumsallaşmanın (β = 0,538; Sig.< 0.01) finansal performans üzerinde pozitif yönlü ve anlamlı bir etkiye sahip olduğu ortaya konulmuştur. Bu sonuca göre Hipotez 1 desteklenmiştir.

Kurumsallaşmanın alt boyutları olan tutarlılık, şeffaflık ve profesyonelliğin finansal performans üzerindeki etkilerini belirlemek amacıyla yapılan çoklu regresyon analizi sonuçları aşağıdaki tabloda verilmiştir.

Tablo 2. Kurumsallaşmanın Alt Boyutlarının Finansal Performans Üzerindeki Etkisine Yönelik Çoklu Regresyon Analizi Sonuçları

Bağımsız Değişkenler	Stn. Edilmemiş Beta	Stn.Hata	Stn. Edilmiş Beta	Sig.	R ²	Düz. R ²	Durbin-Watson	Tolerans	VIF
F ₍₃₋₄₀₀₎ = 57,267				.000**	,300	,295	1,870		
Sabit	1,591	,153							
1. Tutarlılık	,257	,067	,288	.000**				,355	2,821
2. Şeffaflık	-,045	,078	-,048	,566				,246	4,068
3. Profesyonellik	,314	,073	,342	.000**				,275	3,630

** p<0,01

Bağımlı Değişken: Finansal Performans

Yukarıdaki tablo incelendiğinde; tolerans değerleri 0.10'dan büyük, VIF (varyans etkileme faktörü) değerleri ise 10'dan küçüktür. Bu sonuçlara göre modelde çoklu bağımlı problemi olmadığı ifade edilebilir.

Kurumsallaşmanın alt boyutları (tutarlılık, şeffaflık ve profesyonellik) bağımsız değişken ve finansal performans ise bağımlı değişken olarak modele girildiğinde; modelin bir bütün olarak 0,01 anlamlılık düzeyinde anlamlı olduğu ifade edilebilir (F(3-400)= 57,267; Sig.=0.000 < 0.01). Analiz

sonuçlarına göre; kurumsallaşmanın alt boyutlarının finansal performanstaki değişimin % 30,0'unun ($R^2 = ,300$) açıkladığı tespit edilmiştir. Analiz sonuçlarına göre, kurumsallaşmanın boyutlarından tutarlılık ($\beta = 0,288$; Sig. < 0.01) ve profesyonellik ($\beta = 0,342$; Sig. < 0.01) finansal performans üzerinde pozitif yönlü ve anlamlı bir etkiye sahip olduğu tespit edilmiştir. Bu sonuçlara göre H1a ve H1c desteklenmiştir. Ancak, şeffaflık ($\beta = -0,048$; Sig. = 0,566 > 0,05) boyutunun finansal performans üzerinde anlamlı bir etkiye sahip olmadığı ortaya konulmuştur. Bu bulguya göre H1b desteklenmemiştir.

Kurumsallaşmanın finansal olmayan performans üzerindeki etkisini belirlemeye yönelik yapılan basit regresyon analizi sonucu aşağıdaki tabloda verilmiştir.

Tablo 3. Kurumsallaşmanın Finansal Olmayan Performans Üzerindeki Etkisine Yönelik Basit Regresyon Analizi Sonuçları

Bağımsız Değişken	Stn. Edilmemiş Beta	Stn.Hata	Stn. Edilmiş Beta	Sig.	R ²	Düz. R ²	Durbin-Watson	Tolerans	VIF
F ₍₁₋₄₀₂₎ = 515,562				.000**	,562	,561	1,966		
Sabit	,683	,134							
Kurumsallaşma	,846	,037	,750	.000**				1	1

** p<0,01

Bağımlı Değişken: **Finansal Olmayan Performans**

Kurumsallaşma bağımsız değişken ve finansal olmayan performans ise bağımlı değişken olarak modele girildiğinde, modelin bir bütün olarak 0,01 anlamlılık düzeyinde anlamlı olduğu görülmektedir (F(1-402)= 515,562; Sig.=0.000 < 0.01). Analiz sonuçlarına göre; kurumsallaşma finansal olmayan performanstaki değişimin %56,2'sinin ($R^2 = ,562$) açıkladığı tespit edilmiştir. Bulgulara göre, kurumsallaşmanın ($\beta = 0,750$; Sig. < 0.01) finansal olmayan performans üzerinde pozitif yönlü ve anlamlı bir etkiye sahip olduğu tespit edilmiştir. Bu sonuca göre Hipotez 2 desteklenmiştir.

Kurumsallaşmanın alt boyutları olan tutarlılık, şeffaflık ve profesyonelliğin finansal olmayan performans üzerindeki etkilerini belirlemek amacıyla yapılan çoklu regresyon analizi sonuçları aşağıdaki tabloda verilmiştir.

Tablo 4. Kurumsallaşmanın Alt Boyutlarının Finansal Olmayan Performans Üzerindeki Etkisine Yönelik Çoklu Regresyon Analizi Sonuçları

Bağımsız Değişkenler	Stn. Edilmemiş Beta	Stn.Hata	Stn. Edilmiş Beta	Sig.	R ²	Düz. R ²	Durbin-Watson	Tolerans	VIF
F ₍₃₋₄₀₀₎ = 174,959				.000**	,568	,564	1,938		
Sabit	,730	,135							
1. Tutarlılık	,156	,059	,146	.009**				,355	2,821
2. Şeffaflık	,257	,069	,247	.000**				,246	4,068
3. Profesyonellik	,423	,064	,411	.000**				,275	3,630

** p<0,01

Bağımlı Değişken: **Finansal Olmayan Performans**

Kurumsallaşmanın alt boyutları (tutarlılık, şeffaflık ve profesyonellik) bağımsız değişken ve finansal olmayan performans ise bağımlı değişken olarak modele girildiğinde; modelin bir bütün olarak 0,01 anlamlılık düzeyinde anlamlı olduğu ifade edilebilir (F(3-400)= 174,959; Sig.=0.000 < 0.01).

Analiz sonuçlarına göre; kurumsallaşmanın alt boyutlarının finansal olmayan performanstaki değişimin % 56,8'inin ($R^2 = ,568$) açıkladığı tespit edilmiştir. Analiz sonuçlarına göre, kurumsallaşmanın boyutlarından tutarlılık ($\beta = 0,146$; Sig.< 0.01), şeffaflık ($\beta = 0,247$; Sig.< 0.01) ve profesyonellik ($\beta = 0,411$; Sig.< 0.01) finansal olmayan performans üzerinde pozitif yönlü ve anlamlı bir etkiye sahip olduğu tespit edilmiştir. Bu sonuçlara göre H2a, H2b ve H1c desteklenmiştir.

Kurumsallaşmanın finansal performans üzerindeki etkisini belirlemeye yönelik yapılan basit regresyon analizi sonucu aşağıdaki tabloda verilmiştir.

Tablo 5. Kurumsallaşmanın Firma Performansı Üzerindeki Etkisine Yönelik Basit Regresyon Analizi Sonuçları

Bağımsız Değişken	Stn. Edilmemiş Beta	Stn.Hata	Stn. Edilmiş Beta	Sig.	R ²	Düz. R ²	Durbin-Watson	Tolerans	VIF
F ₍₁₋₄₀₂₎ = 446,231				.000**	,526	,525	1,946		
Sabit	1,095	,121							
Kurumsallaşma	,710	,034	,725	.000**				1	1

** p<0,01

Bağımlı Değişken: **Firma Performans**

Kurumsallaşma bağımsız değişken ve firma performansı ise bağımlı değişken olarak modele girildiğinde, modelin bir bütün olarak 0,01 anlamlılık düzeyinde anlamlı olduğu görülmektedir ($F(1-402) = 446,231$; Sig.=0.000 < 0.01). Analiz sonuçlarına göre; kurumsallaşma firma performansındaki değişimin % 52,6'sının ($R^2 = ,526$) açıkladığı tespit edilmiştir. Bulgulara göre, kurumsallaşmanın ($\beta = 0,725$; Sig.< 0.01) firma performansı üzerinde pozitif yönlü ve anlamlı bir etkiye sahip olduğu ortaya konulmuştur. Bu sonuca göre Hipotez 3 desteklenmiştir.

SONUÇ

Kurumsallaşma süreci, toplumsal yaşamın önemli bir alanında bulunan belirli sorunların çözümüne yönelik, toplumsal olarak belirlenmiş, farklılaştırılmış davranış dizgesinin örgütlenmesidir. Sosyal davranış ve örgütlenmenin ana birimlerini düzenlemek için normların oluşturulmasını ve tanımlanmasını, bu birimler arasında kaynak akışının düzenlendiği ölçütleri ve bu normların korunmasını sağlamak için yaptırımları ifade eden davranış dizgelerinin örgütlenmesi, onu oluşturan birimlerin, dışsal çevre ile ilişkilerinin ve kendine özgü özelliklerini tanımlayan normların korunmasını içermektedir (Eisenstadt, 1964: 235-236). Bu çerçevede kurumsallaşma, yeni normların, değerlerin ve yapıların var olan norm, değer ve yapı kalıpları çerçevesinde birleştirildiği ve sosyal ilişkilere istikrar ve öngörülebilirlik kazandıran önemi yadsınamaz bir süreç olduğu görülmektedir (Kimberly, 1979: 447).

Kurumsallaşma, sosyal süreçlerin, yükümlülüklerin veya gerçeklerin sosyal düşünce ve eylemde kural benzeri bir statü kazandığı süreci içermektedir (Cooper vd., 2008: 677). Buna ek olarak kurumsal teori, kurumsallaşmaya bir süreçten ziyade bir sonuç olarak odaklanmıştır. Kurumsallaşma, bir sonuç olarak, örgütsel uygulamaları ve özellikleri çıkarların ve politikaların erişiminin ötesinde konumlandırır. Kabul edilebilir uygulamaların beklentileri belirli bir ortamda mevcuttur ve kuruluşlar meşruiyeti korumak ve hayatta kalma umutlarını artırmak için pasif olarak bunlara uymalıdır. Bir kurumsallaşma projesinin başarısı ve ortaya çıkan kurumun aldığı biçim, "onu destekleyen, karşı çıkan veya başka bir şekilde etkilemeye çalışan aktörlerin göreceli gücüne" bağlıdır. Kurumsallaşmanın önemli bir unsuru, aktörlerin amaçlarına ulaşmak için gösterdikleri siyasi çabaların süregelen bir ürünü olmasıdır (Dillard vd., 2004: 510). Kurumsallaşmada en önemli kazanım, her bir işletmenin diğerinin eylemlerini tahmin edebilmesine olanak sağlamasıdır. Böylece kurumsallaşma evrensel ve politik olarak tarafsız olarak temsil edilmektedir (Cooper vd., 2008: 678).

Firmaların başarılı veya başarısız olmasının nedeni merkezi stratejilerdeki soruna işaret etmektedir. Firma başarısının veya başarısızlığının nedenleri, firmaların neden farklılaştığı, nasıl davrandıkları, stratejileri nasıl seçtikleri ve nasıl yönetildikleri gibi sorulara önemli bir şekilde bağlıdır. Başarılı bir firma, rekabetçi konumunun meyvelerinin bir kısmını sosyal hedeflere ulaşmak amacıyla kullanmaktadır. Firma başarısının, üstün ve sürdürülebilir finansal performansa yol açan rekabetçi bir pozisyona veya bir dizi rekabetçi pozisyona ulaşmada kendini gösterdiği kabul edilmiştir (Porter, 1991: 95-96). Bu noktadan hareketle firma stratejisi, firma stratejisi gereği rekabet avantajının elde edilebilmesi amacıyla gerekli olan yolların seçim, uygulama ve değerlendirme aşamalarının tümünü içerirken, firma performansı ise bu aşamalar sonucunda elde edilen verilerle hedefe ne kadar yaklaşıldığının ve başarının ne düzeyde olduğunun ifade edilmesidir (Bulut vd.,2013; 211). İşletme performansları değişen rekabet ortamında detaylı bir şekilde ve farklı yönlerle ele alınmalıdır. Bu noktada işletmelerin performanslarının ölçülmesinde finansal performans ölçümlerinin yanı sıra finansal olmayan performans ölçümlerine de yer verilmelidir. Günümüz işletmeleri performans ölçümlerinde hem finansal performans ölçümlerini hem de finansal olmayan performans ölçütlerini kullanmaktadırlar. Performans ölçümleri işletmenin yapısına uygun ve koşullara göre değişebilir olmalıdır (Akman, Özkan ve Eriş, 2008: 94).

Finansal performans ölçütleri, bir işletmenin belirlediği hedeflerinin uygulanışının işletmenin büyümesine katkısının olup olmadığını göstermektedir. Finansal tablolar (bilanço, gelir tablosu gibi), finansal oranlar (likidite, finansal yapı, faaliyet gibi), finansal analiz teknikleri (karşılaştırmalı, eğilim gibi) ve maliyet tutarları (işçilik, hammadde gibi) finansal performans ölçütlerine örnek olarak gösterilebilir. Finansal performans ölçütleri işletmelerde en yaygın kullanılan performans ölçütleridir. İşletmelerde performansa dair ölçüm sistemlerinin geliştirilmesi ve uygulanması konusunda işletmeye katkı sağlayan ölçütlerdir. Finansal performans ölçütlerinin işletmenin uzun vadeli hedeflerini temsil etmesinden ve bu ölçütlerin işletme performansını bir bütün olarak ele alarak tarafsız bir şekilde değerlendirmesinden dolayı işletmelerde yaygın olarak kullanılmaktadır. Finansal performans ölçütleri değişen koşullar nedeniyle finansal olmayan ölçütler ile birlikte kullanılmaya başlanmıştır (Cavlak, 2021: 43).

Rekabet ortamının değişmesi ve yeni stratejilerin varlığı ile yeni ölçüm sistemi gerekliliği doğmuştur. Yöneticiler, eski ölçüm sistemine müşteri memnuniyetini, kaliteyi, pazar payını ve insan kaynaklarını ekleyerek sorunu gidermeye çalışmışlardır. Finansal olmayan ölçütler ile işletme yönetiminin performansını değerlendirmede daha yararlı ölçümler yapılabilmektedir (Eccles, 1991: 131). Finansal olmayan performans ölçütlerine çalışanlar ile ilgili ölçütler (hiyerarşi, eğitim, verim, döngü gibi), tedarikçiler ile ilgili ölçütler (temin, ödeme süresi, esneklik gibi), müşteriler ile ilgili ölçütler (bağlılık, iade, şikayet sayısı gibi), toplum ile ilgili ölçütler (sosyal, çevresel, hukuksal gibi) ve pazarlama, satış dağıtım ile ilgili ölçüt örnekleri verilebilir. Finansal olmayan ölçütlerin işletmeye, işletmenin kontrol mekanizmasının gelişmesine destek olması, çok uluslu işletmelerin stratejik olarak uyum sağlamasına yardımcı olması, yöneticilerin uzun vadeli hedeflerine yöneliminde yardımcı olması, yönetsel performansı tamamlayıcı, yatırımcıları destekleyici etkide olması ve finansal göstergelere olumlu etkilerinin olması gibi faydaları bulunmaktadır (Cavlak, 2021: 44).

Bu çalışmada, Konya ilinde un sanayi sektöründe faaliyet gösteren işletmelerde çalışanlar örneğinde, kurumsallaşmanın firma performansı üzerindeki etkisi anket tekniği ile elde edilen verilerden hareketle analiz edilmiştir. Korelasyon analizi bulgularına göre; kurumsallaşma ile firma performansı arasında pozitif yönlü ve anlamlı bir ilişki olduğu tespit edilmiştir. Benzer şekilde yine kurumsallaşma ile finansal performans ve finansal olmayan performans arasında da pozitif yönlü ve anlamlı ilişki olduğu araştırma sonuçları arasında yer almaktadır. Kurumsallaşmanın alt boyutu olan tutarlılık ile finansal performans ve finansal olmayan performans arasında pozitif yönlü ve anlamlı bir ilişki olduğu ortaya konulmuştur. Yine şeffaflık ile finansal performans ve finansal olmayan arasında; kurumsallaşmanın diğer bir alt boyutu olan profesyonellik ile finansal performans ve finansal olmayan performans arasında pozitif yönlü ve anlamlı ilişki olduğu korelasyon analizi sonuçlarından anlaşılmaktadır. Bu sonuçlardan hareketle kurumsallaşma düzeyi arttıkça firma performansının da artacağı ifade edilebilir.

Regresyon analizi sonuçlarına göre; kurumsallaşmanın finansal performans üzerinde pozitif yönlü ve anlamlı bir etkiye sahip olduğu ortaya konulmuştur. Bulgulara göre; kurumsallaşmanın boyutlarından tutarlılık ve profesyonelliğin finansal performans üzerinde pozitif yönlü ve anlamlı bir etkiye sahip olduğu tespit edilmiştir. Ancak, şeffaflık boyutunun finansal performans üzerinde anlamlı bir etkiye sahip olmadığı ortaya konulmuştur.

Kurumsallaşmanın finansal olmayan performans üzerinde pozitif yönlü ve anlamlı bir etkiye sahip olduğu da regresyon analizi sonuçlarından anlaşılmaktadır. Benzer şekilde, kurumsallaşmanın boyutlarından tutarlılık, şeffaflık ve profesyonelliğin finansal olmayan performans üzerinde pozitif yönlü ve anlamlı bir etkiye sahip olduğu tespit edilmiştir. Son olarak ise, kurumsallaşmanın firma performansı üzerinde pozitif yönlü ve anlamlı bir etkiye sahip olduğu ortaya konulmuştur. Bu araştırma sonuçları Alpay vd. (2008), Yıldız (2010), Zelka (2014), Coşkun (2016), Başkurt (2016) ve Ögüt (2019) araştırma sonuçları ile kısmen benzerlik göstermektedir.

Araştırma sonuçlarından hareketle, işletmelerin firma performansını artırabilmesi amacıyla;

- İş ve işlemlerin bireylere bağımlı olmadan kesintisiz ve aktif bir şekilde işleyişini sağlayacak kurumsal bir yapı oluşturmaları,
- Şirket anayasası oluşturmaları,
- Katılımcı yönetim anlayışını benimsemeleri,
- Eleştirel anlayışa fırsat tanıyan kurum kültürünün oluşturulması ve geribildirimlerin dikkate alınması,
- Uygulamalarda şeffaf, adil, hesap verilebilir, tutarlı ve profesyonelliğin hâkim olduğu bir anlayışla hareket etmeleri önerilebilir.

Kurumsallaşma ve firma performansı değişkenlerinin anketi cevaplayanların algılamalarına dayalı olarak ölçülmüş olması, ayrıca araştırmanın Konya ilinde un sanayi sektöründe faaliyet gösteren işletmelerdeki çalışanlar üzerinde yapılmış olması, bu araştırmanın temel sınırlılıkları olarak ifade edilebilir. Bu bağlamda, yapılacak değerlendirmelerde bu kısıtların dikkate alınması göz önünde bulundurulmalıdır. Genelleme yapabilmek için benzer araştırmaların farklı sektörlerde, kültürlerde ve ülkelerde yapılmasına gereksinim duyulduğu vurgulanmalıdır. Gelecekteki araştırmalarda, kurumsallaşma ve firma performansı değişkenlerinin farklı değişkenler üzerindeki etkileri ele alınıp irdelenmelidir.

KAYNAKÇA

- Akman, G., Coşkun, Ö. ve Eriş, H., (2008). "Strateji Odaklılık ve Firma Stratejilerinin Firma Performansına Etkisinin Analizi", *İstanbul Ticaret Üniversitesi Fen Bilimleri Dergisi*, 7(13), 93-116.
- Alpay, G., Bodur, M., Yılmaz, C., Çetinkaya, S. ve Arıkan, L., (2008). Performance Implications of Institution Alization Process In Family-Owned Businesses: Evidence From An Emerging Economy, *Journal of World Business*, 43(4) , 435-448.
- Altuntaş, G. ve Dönmez, D., (2010). Girişimcilik Yönelimi ve Örgütsel Performans İlişkisi: Çanakkale Bölgesinde Faaliyet Gösteren Otel İşletmelerinde Bir Araştırma, *İstanbul Üniversitesi, İşletme Fakültesi Dergisi*, 39 (1), 50-74.
- Amaratunga, D, Baldry, D. ve Sashar, M., (2000). Assesment of Facilities Management Performance-What Next?, *Facilities*, 18(6), 66-75.
- Apaydın, F., ve Coşkun, A., (2008). Organizational Institutionalization and Corporate Performance Results: a Study on Small and Medium Size Enterprises in Turkey. In First International

- Conference on Management and Economics: Current Issues in Emerging Economies in Global Perspective, Tirana, 160-173.
- Avcı, U., Madanoğlu, M., ve Okumuş, F., (2011). Strategic Orientation and Performance of Tourism Firms: Evidence From a Developing Country, *Tourism Management*, 32, 147-157.
- Başkurt, G., (2016). Aile Şirketlerinin Kurumsallaşmasında Stratejik İnsan Kaynakları Yönetimi ve Firma Performansına Etkisi, Yüksek Lisans Tezi, Beykent Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Boselie, P., Paauwe, J. and Richardson, R., (2003). Human Resource Management, Institutionalization and Organizational Performance: a Comparison of Hospitals, Hotel Sandlocal Government, *International Journal of Human Resource Management*, 8(14): 1407–29.
- Bulut, Ç., Pınar, İ., Halaç, S.D. ve Öztürk, A.D., (2013). Girişimsel Pazarlamanın Firma Performansına Etkisi, *Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 15(2), 209-232.
- Büte, M., (2010). İşletmelerin Kurumsallaşma Sürecinde Yaşadığı Sorunlar, *Akademik Bakış Dergisi*, 22, 1-24.
- Cavlak, H., (2021). “İşletmelerde Kurumsal Performans Ölçütlerinin Seçimi, Nitelikleri, Tasarımı: Finansal-Finansal Olmayan ve Tek-Çok Boyutlu Performans Ölçütleri Sınıflandırması”, *Finans Ekonomi ve Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 6(1), 39-50.
- Chi, C.G-Q. ve Qu, H., (2008). Examining The Structural Relationships of Destination Image, Tourist Satisfaction and Destination Loyalty: an Integrated Approach, *Tourism Management* 29, 624–636.
- Cooper, D.J., Ezzamel, M. ve Willmott, H., (2008). Examining “Institutionalization: A Critical Theoretic Perspective, *The Sage Handbook of Organizational Institutionalism*, 673, 701.
- Çalık, M., Altunışık, R. ve Sütütemiz N., (2013). Bütünleşik Pazarlama İletişimi, Marka Performansı ve Pazar Performansı İlişkisinin İncelenmesi, *Uluslararası Yönetim İktisat ve İşletme Dergisi*, 9(19), 137-162.
- Çavuşgil, T. Ve Zou, S., (1994). Marketing Strategy-Performance Relationship: an Investigation of the Empirical Link in Export Market Ventures, *Journal of Marketing*, 58(1), 1-21.
- Çoşkun, Z., (2016). Gıda Sektöründe Hizmet Veren Türk Aile Şirketlerinde Kurumsallaşma Unsurlarının ve Kıyaslama Tekniklerinin Firma Performansı Üzerindeki Etkileri, Yüksek Lisans Tezi, Beykent Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Dillard, J.F., Rigsby, J.T. ve Goodman, C., (2004). “The Making And Remaking of Organization Context: Duality and The Institutionalization Process”, *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, 17(4): 506- 542.
- Eccles, R.G., (1991). The Performance Measurement Manifesto, *Harvard Business Review*, 69(1), 131-137.
- Eisenstadt, S.N., (1964). Institutionalization and Change, *American Sociological Review*, 29(2), 235-247.
- Eriş Sarıca M., (2019) Aile Şirketlerinde Kurumsal Yönetimin Oluşturulmasında Kurumsallaşmanın Önemi ve İç Denetimin Rolü, Yüksek Lisans Tezi, Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Konya.
- Ertaş, A., (1996). Hastanelerin Kurumsallaşma Düzeyine Yönelik Bir Araştırma, Yüksek Lisans tezi, İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Fındıkçı, İ., (2014). Aile Şirketlerinde Yönetim ve Kurumsallaşma, 5.Baskı, İstanbul: Alfa Yayınları.
- Karpuzoğlu, E., (2001). Büyüyen ve Gelişen Aile Şirketlerinde Kurumsallaşma, 1. Baskı, İstanbul: Hayat Yayınları.

- Kimberly, J.R., (1979). "Issues In The Creation of Organizations: Initiation, Innovation, and Institutionalization", *Academy of Management Journal*, 22(3), 437-457.
- Lee, W., (1988). *The Collected Works of Witness*. New York: Living Stream Ministry.
- March, G. J., (1996). Continuity and Change in Theories of Organizational Action, *Administrative Science Quarterly*, 41 (2), 278-287.
- McWilliams, A. ve Siegel, D., (2001). Corporate Social Responsibility: A Theory of The Firm Perspective, *Academy of Management Review*, 26(1), 117-127.
- Meyer, J. W. ve Rowan, B., (1977). Institutionalized Organizations: Formal Structure as Myth and Ceremony, *American Journal of Sociology*, 83(2), 340-363.
- Öğüt, E., (2019). Yeni Türk Ticaret Kanunu Işığında Kurumsallaşmanın Firma Performansı Üzerindeki Etkisi, Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi *Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 9(2), 565-578.
- Özcan, E. L., (2015). *Aile Şirketleri ve Kurumsallaşma*. Ankara: Ankara Ofset.
- Pelham, A. ve Wilson, D. (1996), A Longitudinal Study of the Impact of Market Structure, Firm Structure, Strategy, and Market Orientation Culture on Dimensions of Small-Firm Performance, *Journal of Academy of Marketing Science*, 24 (1), 27-43.
- Porter, M.E., (1991). "Towards a Dynamic Theory of Strategy", *Strategic Management Journal*, 12(S2), 95-117.
- Ruekert, R., Walker O. ve Roering, K., (1985), The Organization of Marketing Activities: A Contingency Theory of Structure and Performance, *Journal of Marketing*, 49 (1), 13-25.
- Scott, R., (1987), The Adolescence of Institutional Theory, *Administrative Science Quarterly*, 32 (4), 493-511.
- Scott, W. R., (1996). The Mandate is Still Being Honored: in Defense of Weber's Disciples, *Administrative Science Quarterly*, 41 (1)163-171.
- Selznick, P., (1996). Institutionalism "Old" and "New", *Administrative Science Quarterly*, 41(2),270-277.
- Walker, O. ve Ruekert, R., (1987). Marketing's Role in the Implementation of Business Strategies: A Critical Review and Conceptual Framework, *Journal of Marketing*, 51 (3), 15-33.
- Wallace, J., (1995). Organizational and Professional Commitment in Professional and Nonprofessional Organizations, *Administrative Science Quarterly*, 40(2), 228-255.
- Yıldız, E., (2010). *Kurumsallaşma Çabalarının Örgütsel Performansa Etkisi: Perakende Sektöründe Bir Uygulama*, (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Konya.
- Zelka, A., (2014). *Kurumsal Yönetimin Firma Performansı Üzerine Etkisi: Türkiye Uygulaması*, (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Bahçeşehir Üniversitesi, İstanbul.

Extended Abstract

Due to the widespread use of rapidly changing technology and environmental conditions, businesses have tried to adapt to new conditions. From this point of view, it has become a necessity to increase performance by supporting external environmental conditions in order for businesses to grow and maintain their existence by making a profit. The studies carried out only to increase the performance with the requirements of the enterprise are not sufficient to extend the life of the enterprises. For this reason, businesses have experienced changes in the need to respond quickly and appropriately to the constantly developing market, taking into account their competencies. As a result of these changes, businesses have started to give importance to performance to gain a competitive advantage and increase their profit shares. Performance is a concept that expresses the extent to which the targets set by the business are approached. In addition, it is seen that the employees who undertake the determined goals, how much of these goals have been achieved, and all the actions they have taken while achieving these goals constitute performance behavior. When the concept of performance is viewed by the firm, it means the way the work is done or the quality (Amaratunga et al., 2000). If the firm's performance is increased, the enterprise will be able to adapt more quickly to the developments in environmental conditions and to give the appropriate answers easily. This means that the company's profit rates will increase and it will be able to maintain its existence. Many factors are effective in increasing the performance of companies. In our study, we focused on the institutionalization variable, which is one of the factors to increase performance. The institutionalization process includes the organization of a socially prescribed system of differentiated behavior and actions aimed at solving certain problems. Due to the current conditions, businesses experience some changes. It is possible to prevent these changes from affecting companies negatively, with the phenomenon of institutionalization. With the correct management of changes, companies gain a competitive advantage by becoming advantageous. At this point, the process of institutionalization draws attention. Institutionalized companies can increase their performance indicators by using resources more efficiently.

The Concept of Institutionalization

The first person to use the concept and process of institutionalization in the literature is Philip Selznick, who developed the "Natural System Model" in 1949 by emphasizing the relationship with the environment. Selznick's model stated that "it is not the most important means for organizations, but their survival" (Scott, 1996: 64). Selznick defined the concept of institutionalization as "the process of the organization acquiring a different identity and transforming into a sensitive and flexible organism as a result of social needs and pressures" (Selznick, 1996: 271). Institutionalization, in the simplest terms, is the existence of established rules in all communication strategies (Fındıkçı, 2014: 102). Institutionalization is defined as the company's adopting a special identity by adhering to procedures and norms and making a difference with its unique features (Karpuzoğlu, 2001: 72). Institutionalization is the management of the company depending on the system created (Büte, 2010:7). It is possible to come across some different classifications regarding the dimensions of institutionalization in the literature. In this study, the dimensions specified in the scale developed by Alpay et al., (2008) were taken into account. These dimensions are; consistency, transparency, and professionalism, which are briefly described below.

One of the crucial dimensions of institutionalization is consistency. Consistency in strategy increases firm performance by reducing costs. For this reason, it increases performance by enabling the implementation of the institutionalization strategy (Pelham and Wilson, 1996, 29).

Transparency; Transparency is another corporate precautionary dimension and has a significant impact on firm performance. Transparent firms have better performance because they are more efficient at recording and disseminating information (McWilliams and Siegel, 2001: 119). Professionalism; Professionalism is defined as employing more professionals in management, developing an organizational climate in which professionals are supported, and being a member of a professional body (Apaydın and Coşkun, 2008: 163).

The Concept of Firm Performance

Company performance is the achievements that result from the implementation of the strategies it has created to gain an advantage over its competitors by using its resources effectively, taking into account the

environmental conditions that the business has to achieve the goals it wants to achieve in a certain time or the gains that the business has gained during the implementation process (Çalık et al. 2013: 143).

It is possible to come across different classifications regarding the dimensions of firm performance in the literature. In this study, the dimensions specified in the scale developed by Avcı, Madanoğlu, and Okumuş (2011) were taken into consideration. These dimensions are; financial performance and non-financial performance, which are briefly explained below.

Financial Performance; Firms obtain information about whether they can achieve their economic goals through financial performance. While the main purpose of most firms is considered to be profit, the indicators used to measure financial performance are defined as growth and profitability.

Non-Financial Performance; Non-financial performance plays an important role in evaluating firm performance. Financial performance generally includes variables such as income, return on assets and return on equity, while non-financial performance includes variables such as customer satisfaction, customer loyalty to the company, the value of the brand, maintaining the employment of existing talented employees, process innovations, acquiring and using information, and market share. (Altuntaş and Dönmez, 2010: 56-57).

The Relationship between Institutionalization and Firm Performance

Institutionalization has an important role in shaping firm structures and these structures affect different dimensions of performance from different perspectives. The characteristics of companies shaped by institutionalization directly affect performance (Çavuşgil and Zou, 1994: 2). With institutionalization, the activities of the companies and their performance, as a result, are directly affected. With the institutionalization of companies, their adaptation to the environment increases and this increases the performance of the company (Yıldız, 2010).

Conclusion

In this study, the effect of institutionalization on firm performance in the sample of employees operating in the flour industry sector in Konya was analyzed based on the data obtained by the survey technique. According to the correlation analysis findings; it has been determined that there is a positive and significant relationship between institutionalization and firm performance. Similarly, it is among the results of the research that there is a positive and significant relationship between institutionalization and financial performance and non-financial performance. It has been revealed that there is a positive and significant relationship between consistency, a sub-dimension of institutionalization, and financial and non-financial performance. Again, between transparency and financial performance and non-financial; It is understood from the results of the correlation analysis that there is a positive and significant relationship between professionalism, another sub-dimension of institutionalization, and financial performance and non-financial performance. Based on these results, it can be stated that as the level of institutionalization increases, the performance of the firm will also increase.

According to the results of the regression analysis; It has been revealed that institutionalization has a positive and significant effect on financial performance. According to the findings; It has been determined that consistency and professionalism, which are dimensions of institutionalization, have a positive and significant effect on financial performance. However, it has been revealed that the transparency dimension does not have a significant effect on financial performance.

It is understood from the results of the regression analysis that institutionalization has a positive and significant effect on non-financial performance. Similarly, consistency, transparency, and professionalism, which are dimensions of institutionalization, have been found to have a positive and significant effect on non-financial performance. Finally, it has been revealed that institutionalization has a positive and significant effect on firm performance. The findings of this research show some similarities with Alpay et al. (2008), Yıldız (2010), Zelka (2014), Çoşkun (2016), Başkurt (2016), and Öğüt (2019).

Elektronik Reklamlarının Tüketici Satın Alma Davranışına Etkisi: Yemen'deki Bir Tüketici Örneğinin Saha Çalışması

Sarah Saleh Al-kbat 

Yüksek lisans Öğrencisi, Necmettin Erbakan Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Halkla İlişkiler ve Reklamcılık AnaBilim Dalı, Konya, Türkiye
s.alkbat@gmail.com

Makale Bilgileri

Makale Geçmişi

Geliş: 05/11/2022

Kabul: 30/12/2022

Yayın: 31/12/2022

Anahtar Kelimeler:

Tüketici Davranışları,
Satın alma, Elektronik
reklamcılığı

JEL Kodları: M30,
M31, L81

ÖZ

İnternet kullanımındaki bu hızlı değişimlerle birlikte piyasaların açıklığına ve serbestleşmesine yol açmış ve tüketicilere mallar arasında seçim yapma yolunun açılması sonucunda kurumlar arası rekabetin yoğunlaşmasına neden olmuştur. Kurumlar tarafından sağlanan hizmetler ve tüketicilerin artan ihtiyaç ve istekleri ve piyasada sunulan çok sayıda mal ve hizmet ışığında satın alma karar verme sürecinin karmaşıklığı, kurumların yeni yöntemler bulmasını gerekli kıldı. nihai tüketiciye ulaşmak ve etkilemek için bu yöntemlerden bir araç olarak görülen elektronik reklamcılık da giderek artan internet kullanımı ve tüketicilerin çeşitli uygulamalara maruz kalması ışığında mal ve hizmetlerin tanıtımı için vazgeçilmezdir bir araçtır. Bu çalışmanın amacı, istatistiksel yöntemlerle rastgele seçilen 400 tüketici üzerinde yapılan bir anketten elde edilen verileri analiz ederek elektronik reklamın Yemenli tüketicinin satın alma davranışı üzerindeki etkisini ortaya koymaktır. Sonuçlar tüketicinin kalite, tasarım, içerik ve önceki satın alma deneyiminin tüketicinin satın alma davranışını etkileyen önemli faktörler olduğunu göstermiştir. Bu araştırma, şirketlerin günümüz tüketicilerinin zihniyetini, reklamda gerçekten ne görmek istediklerini ve reklamlardan nasıl etkilendiklerini anlamalarına yardımcı olacaktır.

The Effect of Electronic Advertising on Consumer Purchasing Behavior: Field Study of a Consumer Sample in Yemen

Article Info

Article History

Received: 05/11/2022

Accepted: 30/12/2022

Published: 31/12/2022

Keywords:

Consumer Behavior,
Purchasing, Buying,
Electronic advertising
Jel Codes: M30, M31,
L81

ABSTRACT

With these rapid changes in the use of the Internet, which led to the openness and liberalization of markets, and the intensification of competition between institutions as a result of opening the way for consumers to choose between commodities and the services provided by institutions, and with the growing needs and desires of consumers and the complexity of the purchasing decision-making process in light of the huge amount of goods and services offered in the market, it was necessary for institutions to find new methods to reach and influence the final consumer, Among these methods is electronic advertising, which is an indispensable tool for promoting goods and services in light of the increased use of the Internet and exposure to various applications by consumers. The aim of this study is to know the effect of electronic advertising on the purchasing behavior of the Yemeni consumer, by analyzing the data obtained from a survey conducted on 400 consumers who were randomly selected using statistical methods. The results showed that the quality, design, content, and previous purchasing experience of the consumer are important factors affecting the purchasing behavior of the consumer. This research will help companies understand the mindset of consumers today, what they really want to see in advertising and how they are affected by advertising.

Atf/Citation: Al-kbat, S. S. (2022). Elektronik Reklamlarının Tüketici Satın Alma Davranışına Etkisi: (Yemen'deki Bir Tüketici Örneğinin Saha Çalışması,) *Necmettin Erbakan Üniversitesi Siyasal Bilgiler Fakültesi Dergisi*, 4(2): 173-185



"This article is licensed under a [Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/) (CC BY-NC 4.0)"

GİRİŞ

Küresel ekonomik ortam, özellikle bilgi ve iletişim teknolojileri ve ilgili teknolojilerin hayatın her alanına yayılmasıyla birlikte büyük ve hızlı bir gelişmeye sahne olmuştur. Bu teknolojinin belki de en büyük etkisi, ürün ve hizmetlerin pazarlanması alanındaki en önemli ana faaliyetler olan pazarlama ve reklamcılık alanında yankı bulmuştur. Geleneksel reklamcılık yöntemlerinin istenen amaca ulaşmak için sonuç ve maliyet olarak artık uygun olmadığı göz önüne alındığında, elektronik reklam geleneksel reklamcılığın yerini alarak tüketicilere ulaşarak onları ürünlere ikna etmeye ve davranışlarını etkilemeye çalışmaktadır. Bu nedenle internetin sağladığı pazarlama alanında, yeni bir yöntem olarak kabul edilmesi ve internete, potansiyel müşterilerle iletişim sürecini kolaylaştıran doğrudan etkileşim özelliği eklenmesi ile elektronik reklamcılığın da içeren modern pazarlama kavramları ortaya çıkmıştır. Bu nedenle de tüketicinin satın alma davranışının bileşenlerinin incelenmesi, anlaşılması ve yorumlanması, tüketiciyi bir ürüne veya hizmete bağlayan ilişkiyi belirleyebilir; bu durum da şirketlerin ve üreticilerin, bireylerin eylemleri aynı olmadığı için mallar için tüketici tercih standartlarını incelemenin zorluklarının üstesinden gelmelerine yardımcı olur.

Bu nedenle birçok kuruluşun, temel bir insan davranışı türü olarak kabul edilen satın alma davranışına, her birimizin uyguladığı gibi, farklı yollardan bağımsız olarak büyük önem verdiğini görüyoruz. Tüketicilerin yenilenen ihtiyaçları ile akıllıca ilgilenerek, tercihlerini belirleyerek ve ardından onları satın alma kararı vermeye teşvik etmek için her bir potansiyel tüketici veya alıcı türü için uygun reklamı tahsis etmektedir. Dolayısıyla, elektronik reklamcılıkla ilgili önemli fikir ve noktaları ve bunun tüketici satın alma davranışı üzerindeki çeşitli etkilerini, “*İnternet reklamcılığı tüketici satın alma davranışını nasıl etkiler San'a şehrinde Yemenli tüketicilerden oluşan bir örnek üzerinde saha çalışması*” şeklindeki sorusuyla vurgulanmaktadır. Bu çalışmanın temel amacı, elektronik reklamcılığın Yemenli tüketicinin satın alma davranışı üzerindeki etkisini belirlemektir. Bu amaca ulaşmak için bu çalışma kapsamında Yemenli tüketicinin satın alma davranışını etkilemede elektronik reklamcılığın rolünün ne olduğu sorusuna yanıt aranmaktadır. Çalışma giriş ve sonuç bölümleri dışında beş bölümden oluşmaktadır. Kavramsal çerçevenin açıklanmasının akabinde çevrimiçi satın alma ve karar verme tartışılmaktadır. Üçüncü bölümde elektronik reklamın satın alma ve karar verme aşamalarına etkisi değerlendirilirken, dördüncü ve beşinci bölümlerde ise araştırma için kullanılan veri seti ve yöntem ile bulgular aktarılmaktadır.

1. KAVRAMSAL ÇERÇEVE

1.1. İnternet Reklamcılığın Tanımı:

İnternet reklamcılık kavramına ilgi duyanlar ve bilimin farklı alanlarındaki araştırmacılar tarafından formüle edilmiş pek çok tanım vardır. Bunlar birçok yönden benzerlik göstermektedir. Bazıları internetteki bir veya daha fazla web sitesinde yayınlanan bir reklam olarak değerlendirirken, bazıları çevrimiçi reklamcılığın ücretli veya ücretsiz reklam ekleri olarak değerlendirir (reklam kasetleri, sponsorluk bağlantıları vb.). İnternet aracılığıyla bir promosyon faaliyeti olarak reklam, geleneksel reklamcılıktan farklı olmasına rağmen geleneksel konseptini korumuştur ancak reklamın özü ve amacı aynıdır. Bu da alıcıları belirli bir karar almaya ikna etmeye çalışmak veya onları ikna etmeye çalışmaktır. Diğer pazarlama iletişim araçlarıyla birlikte, internet dünyasındaki güç göndericiden geleceğe taşındığından, reklam mesajını açıp açmayacağını ve ona verdiği mesajın ne kadarını vereceğini belirleyen odur. Gerilim ve göz kamaştırıcı unsurlar, onunla başa çıkmak için onu daha çok cezbeder, çünkü onu en çekici ve mevcut iletişim aracı yapan etkileşim ve çeşitliliğidir (Talat, 1998: 35).

Öte yandan, Donna Brazil reklamı satıcı ve alıcıyı birbirine bağlayan bir araç olarak görür ve reklam verenin reklam veren tarafından sunulan çeşitli promosyon tekliflerine izin verdiği için bir iddia aracından ziyade bir diyalog aracı olarak düşünülür. İnternet, kendi sitesi veya sayfasındaki kullanıcılardan gelen geri bildirimler aracılığıyla anında geri bildirim elde etmek geleneksel reklamlarda olmayan bir olasılıktır (Abu Qahf, 2006: 341).

Buna göre İnternet reklamların web sitelerinde ücretli her alan olduğu söylenebilir. İnternet tabanlı uygulamalarda ve web sitelerinde ses, görüntü, animasyon gibi teknolojilerin kullanıldığı çevrimiçi pazarlama içerisinde yer alan reklamlara elektronik reklamları denilmektedir İnternet reklamcılığı ölçümlenebilen tek reklam mecrasıdır. İnternet reklamları, yatırılan paranın nereye gidiyor

olduğunu marka yöneticisine net bir şekilde sunabilen, reklam gösterim sürecine anında müdahale edilebilen, kişilerin bireysel seçimleri hakkında bilgi sağlayan reklam uygulamalarıdır. Diğer mecralardan çok daha ucuz, kaliteli, hızlı ve kitleyle birebir örtüşen bu mecra, tüketim hızı, şekli ve geri dönüşler değerlendirilerek anında müşteri ile paylaşılabilmektedir (Üstün ve Sarı, 2008: 16).

1.2. Tüketici Davranışı

Tüketici davranışları, tüketicilerin eylemlerini ve tercihlerini belirleyen faktörlerin toplamıdır. Tüketici davranışı çalışmalarında aktif, geleneksel ve tolerant olmak üzere üç temel tüketici davranışı belirtilmiştir (Li ve Leckenby, 2004: 23). Lambin (1989), tüketici davranışını, bireyin rastgele bir şekilde değil, satın almaya sevk eden nedeni bilerek seçim sürecini yaptığı, satın alma kararından önce gelen, eşlik eden ve takip eden faaliyetlerin toplamı olarak tanımlamaktadır (Hakima, 2006: 15). Bu tanıma göre, tüketici davranışı, “tüketicinin ürün arayışında ortaya çıkan, tüketicilerin istek ve ihtiyaçlarını karşılama beklendiği ve daha sonra mal veya hizmet satın alma kararlarını etkileyerek değerlendirmeye yol açacak ve nihayetinde tüketicinin beğenisine yol açacak davranıştır” (Kotler ve Armstrong, 2012: 58). Tüketici davranışları başlı başına bir araştırma disiplini haline gelmiş ve tüketici davranışlarıyla ilgili birçok tanım geliştirilmiştir. Bunlardan birine göre mal veya hizmetin alınacağı yer, cinsi, zamanlaması, nasıl ve nereden temin edileceği gibi soruların yanıt bulması tüketici davranışlarının bütününe verilen bir tanımdır (Orhan, 2002: 2-3).

1.3. Satın Alma Alışkanlığı

Satın alma sürecinin bir noktasında artık tüketici alternatif aramayı ve alternatifler arasında değerlendirme yapmayı sonlandırır ve satın almaya yönelik bir karar verme noktasına gelir. Bu noktada bir markayı satın almaya yönelik bir niyet oluşur. Satın alma niyeti, genellikle satın alma nedenlerinin değerlendirmeye alınan ürünün özellikleriyle uyumu durumunda oluşur ve niyetin oluşumu algılama, motivasyon, tutum gibi kişisel süreçleri içerir. Satın alma niyetinin oluşması gerçek satın alma ile aynı şey değildir. Tüketici hangi markayı satın alacağına karar verdikten sonra kararı uygulamalı ve satın almaya gerçekleştirmelidir (Belch, 2004: 23). Satın alma gerçekleştirilmeden hemen önce tüketici, ürünü hangi markadan, nereden, ne zaman, ne miktarda ve ne fiyata satın alacağına karar verir (Mucuk, 2012: 19). Fakat dayanıksız tüketim malları gibi tüketicinin çok fazla düşünmediği ürünlerde satın alma niyetinin oluşmasının ardından satın almanın gerçekleşmesi çok kısa sürede olabilir (Belch, 2004: 42).

2. ELEKTRONİK REKLAMCILIK: ÖZELLİKLERİ VE BİÇİMLERİ

2.1. Elektronik Reklamcılığın Özellikleri

İnternetin dünyanın en güçlü medya reklamcılığı olmasının iki nedeni vardır. Birincisi, hemen hemen her evin internete sürekli erişimi vardır. İkincisi, İnternetin geleneksel medyanın tüm tarihsel izleyicilerinin toplamından daha büyük bir günlük izleyici kitlesi vardır. Çevrimiçi reklamcılık tüketiciler için daha çekicidir çünkü reklamcılar onları öncekilerin çıkarlarıyla eşleştirmeye odaklar. Ek olarak, çevrimiçi reklam, bir video, ses klibi, metin ve bunların bir kombinasyonunu içeren çeşitli varyasyonlarda aynı anda görünebilir. Diğer bir avantajı ise bazı çevrimiçi reklamların normal reklamlardan daha az rahatsız edici olmasıdır. Televizyon ve radyo reklamları tüketiciye müdahale edebilir ve kontrolsüz ve beklenmedik bir şekilde gelebilir. İnternet reklamcılığı biraz daha kabul edilebilir çünkü sörfçüler zamanı, yeri ve zamanı kontrol etme yeteneğine sahiptirler (Zhou ve Bao, 2002: 71-78).

İnternet reklamcılığı ayrıca diğer medyalarından daha ucuzdur ve pazarlamacılar, hedeflenen bir kitleye düşük maliyetle maruz kalabilir ve aynı ilgi alanlarını paylaşan tüketici gruplarını bulabilir. İnternetin etkileşimi, kullanıcıların reklama tepkilerini yalnızca bir tıklama ile ifade etmelerine olanak tanıdığı için bir başka önemli faktördür (Yoon ve Kim, 2001: 53-61). İnternet reklamlarını geleneksel reklam türlerinden üstün tutan özellikleri; dönüşüm ölçümü, hızlı gösterim, düşük maliyet, konum hedefli gösterim, zaman hedefli gösterim, ilgi alanı hedefli gösterim, anahtar kelime hedefli gösterim, konu hedefli gösterim ve etkileşimselliklerdir.

2.2. Elektronik Reklamcılığın Biçimleri

2.2.1. Sponsor reklamları

Çevrimiçi sponsorlar, reklam verene pazarlama amacıyla görünürlük sağlamak için belirli bir sitede veya sitenin özel bir bölümünde görülmektedir.

2.2.2. Sponsorlu link kelimeler reklamları

İnternet sörfçüleri, internette bir arama yapmak için bu konuda özelleşmiş arama motorlarını kullanmaktadır. Bu motorlarda artan sayıda reklam veren, mesajlarının arama sonuçlarında ilk sıralara getirildiğinden emin olmak için anahtar kelimeler kullanmaktadır. Potansiyel müşteri motor aramasına belirli bir anahtar kelime eklediğinde (Google, Yahoo, sosyal medya vb.), motor bu kelimeler için ödeme yapan tüm müşteri tabanını taramakta ve ilgili sitelerin bir listesini sağlamaktadır. Sonuçlar genellikle arama motorunun üstünde veya yanında görünür ve sponsorlu bağlantılar uvertürü olarak adlandırılmaktadır.

2.2.3. Arama motoru reklamları

Bahsi geçen motorlarda aranan kelimelerle ilişkin olduğundan hedefe yönelik reklam kategorisinde ele alınmaktadır (Şahin, 2001: 7). Arama motoru reklamlarına ilişkin bir örnek olarak aşağıda Google'a ait bir sonuç sunulmuştur. Google'a "reklam" yazıldığında çıkan reklamlardan biri kendi hizmeti olan "adwords" hizmetidir.

2.2.4. Pop-up reklamları

Pop-up reklamlar, sitede gezinirken açılan reklam pencereleridir. Pop-up reklamın iki alt grubu bulunmaktadır; kayan reklamlar ve açılır reklamlar. Yüzen reklamlar, başka bir pencereye geçildiğinde tarayıcının ön sayfasında görünür ve ardından reklamın kapanması için belirli bir zaman aralığı beklenmelidir. Web sayfası yüklendikten sonra yeni bir pencerede otomatik olarak bir reklam açılır. Kullanıcı, reklamı değil, istenen pencereyi öne çıkarmak için başka bir yeri açmalı veya tıklamalıdır.

2.2.5. Banner reklamları

Siteler arasında bağlantı olanağı tanıyan ve bir ürünün kendisine ulaşma imkanı sunan bir reklam türü olan banner uygulamalarının resimli, sesli, şekilli, sembole dönüşebilen farklı çeşitleri bulunmaktadır (Karabulut, 2006: 32).

2.2.6. Zengin medya (Rich Media) reklamları

Bu reklam türü 3D, Video ve Advergame Reklamları Rich media yüksek interaktifliğe verilen genel bir isimdir. Burada vektör bazlı grafikler, ses ve video işlemleri, java desteği gibi unsurlar bulunmakta ve zengin etkileşimi desteklemektedir (Li ve Leckenby, 2004: 14).

3. ÇEVİRİMİÇİ SATIN ALMA KARARI VERME

İnternet üzerinden satın alma kararı vermeye yönelik genel tüketici davranışı modeli, model üç aşamadan oluştuğundan, diğer iletişim araçları aracılığıyla satın alma kararı verme konusundaki tüketici davranışından farklı değildir ve bazı aşamaları bulunmaktadır (Smith ve Rupp, 2003: 420). Birinci aşama olan girdi aşamasında sitenin pazarlama çabaları ve kültürel ve sosyal etkiler olmak üzere iki ana bilgi kaynağından oluşmaktadır. İşleme aşaması ise tüketicinin çevrimiçi satın alma kararını nasıl verdiğine odaklanmaktadır. Satın almadan önce tüketici kendine birkaç soru sormaktadır. Bunlar, ürünü satın almasının gerekip gerekmediği, en iyi fiyatları araması gerekip gerekmediği ile internetten mi yoksa geleneksel yollarla mı satın alınmanın tercih edildiğidir. Zira algı, kişilik, öğrenme ve tutumlar gibi tüketici psikolojik faktörleri, tüketicinin dış girdilerden nasıl etkilendiğini, ihtiyaçlarının farkında olmasını, bilgi toplama aşamasını, alternatifleri değerlendirme ve satın alma kararı verme aşamasını etkileyebilmektedir. Bir diğer aşama olan çıktı aşaması ise satın alma kararı ve satın alma sonrası karar olmak üzere iki kararı içermektedir.

4. ELEKTRONİK REKLAMIN SATIN ALMA KARARI VERME AŞAMALARINA ETKİSİ

Şirket, örneğin ürün veya hizmet hakkında farkındalık yaratmak isterse, internet reklamları kullanarak ürün veya hizmeti bilme konusundaki eksik farkındalığı bulabilir ve ayrıca web sitelerinin içeriklerini ilgili özellikleri, ürüne olan ihtiyacı göstermek ve gerçekleştirmek için faydalanarak sunabilir. Tablo 1 elektronik reklamların bir satın alma kararı verme aşamalarına olan etkisini göstermektedir.

Tablo 1. Elektronik reklamların satın alma kararı verme aşamalarına etkisi

Satın alma sürecinin aşamaları	İletişim hedefleri	Elektronik Reklam Teknikleri
Farkında olmama	Farkındalık yaratmak	Banner Elektronik Reklamları
Ürüne olan ihtiyacın farkına varmak	Özellikleri, faydaları ve markayı tanımlayın	Websitesi tasarımı
Bilgi aramak	Tüketiciyi ürüne yönlendirmek	Arama motorları
Değerlendirme ve seçim	Satın alma kararı vermede yardım	Websitesi içeriği
Satın alma	Satın alma sürecini kolaylaştırın	Websitelerini bankacılık ağlarına bağlama
Satın alma sonrası değerlendirme ve kazanılan beslenme	Ürünlerin kullanımını desteklemek ve işi sürdürmek	Websitelerinin tüm içerikleri ziyaretçilerin ihtiyaç ve zevklerine uygundur.

Kaynak: Chaffey (2003: 283)

5. VERİ SETİ VE ARAŞTIRMA YÖNTEMİ

Bu çalışmanın temel amacı, elektronik reklamcılığın Yemenli tüketicinin satın alma davranışı üzerindeki etkisini belirlemektir. Bu amaca ulaşmak için bu çalışma kapsamında Yemenli tüketicinin satın alma davranışını etkilemede elektronik reklamcılığın rolünün ne olduğu sorusuna yanıt aranmaktadır. Araştırma örneklemini 400 Yemenli tüketicidir.

Bu çalışma birden çok kısıt altında yürütülmüştür. Bunlar bilimsel, zamansal, mekansal ve beşeri sınırlamalardır. Bu araştırmanın Elektronik Reklamlarının Tüketici Satın Alma Davranışına Etkisini incelemesi ve Yemen'deki Bir Tüketicinin Saha Çalışması olması nedeniyle bilimsel sınırlılıklar içermektedir. Ayrıca araştırma tüm bulguları ile Haziran 2022'de tamamlanacaktır. Çalışmanın San'a şehrine özgü olması alan açısından bir limitasyon yaratırken, sadece bu şehirde yaşayan Yemenli tüketicileri odak noktası yapması açısından da bir beşeri faktör sınırlaması mevcuttur. Tanımlayıcı analitik yaklaşımda, örnek anket yöntemine Yemen'in San'a kentinde internet kullanıcısı olan Yemenli tüketicilerde temsil edilen çalışma araştırma topluluğu destekleyici faktör olarak yer almaktadır.

Bu konu ile ilgili literatürde oldukça kısıtlı sayıda makale ve araştırma bulunmaktadır. Konunun oldukça özgün olması ve ulaşılabilir kaynak sınırları sebebi ile yapılan taramada bulunan eserler aşağıda Tablo 2'de verilmiştir.

Tablo 2. Alanda Yapılan Konuya Özgü Çalışmalar

Yıl	Yazar	Araştırmanın konusu	Yayınlandığı dergi İsmi	Elde edilen sonuçlar
2020	Kahraman Arslan Müge Koçum	Elektronik pazarlamayı Tüketicilerin Satın Alma Davranışları Üzerindeki Etkisi	İstanbul Ticaret Üniversitesi Girişimcilik Dergisi	Pazarlama yönetimi, sürekli gelişen ve evrilen e-pazar tüketicisine giderek müşteriden ziyade paydaş gözüyle bakmakta, tasarım ve inovasyondan başlayarak tüm sürece paydaşlarını dahil etmeye çalışmaktadır.
2015	Sadia Afzal, Javed Rabbani Khan	Impact of Online and Conventional Advertisement on Consumer Buying Behaviour of Branded Garments	Asian Journal of Management Sciences & Education	Bu araştırmanın sonuçları, çevrimiçi ve geleneksel reklamların markalı giysilerin tüketici satın alma davranışı üzerinde doğrudan bir etkisinin olmadığını, ancak her iki reklam aracının da tüketici satın alma davranışı üzerinde önemli bir dolaylı etkisinin olduğunu göstermektedir.

Çalışmada kullanılan veri setinde yer alan değişkenler ve betimleyici istatistikler ise Tablo 3'te gösterilmektedir.

Tablo 3. Betimleyici İstatistikler

Çalışma noktalarının istatistiksel tanımı		Sayı	% Yüzde
1. Cinsiyet	Erkek	207	51.7
	Kadın	193	48.3
	Total	400	100.0
2. Yaş	20 ila 25	145	36.3
	26'dan 30'a	112	28.0
	30 ve üzeri	143	35.8
	Total	400	100.0
3. Eğitim	Okur ve yazar	13	3.3
	Üniversite	262	56.5
	Yüksek lisans	125	31.3
	Total	400	100.0
4. İnternetin var mı?	Evet	392	98.0
	Hayır	8	2.0
	Total	400	100.0
5. Günlük internet kullanım saatleri	Bir saatten iki saate kadar	25	6.3
	İki ila üç saat	100	25.0
	Üç saatten fazla	275	68.8
	Total	400	100.0

Çalışma örneklemini, 207'si erkek (%51,7) 193'ü (%48,3) kadınlardan oluşturmuştur. Yaşları 20 ila 25 arasında olanlar, örneklemin %36,36'sını; 26 ila 30 yaş arasında olanlar, %28,0'ini, 30 yaş üstü olanlar ise %35,8'ini oluşturmaktadır. Örneklemin çoğunluğunu %56,5 ile üniversite öğrencileri oluştururken, bunu yaklaşık %31,3 ile yüksek lisans öğrencileri, %3,3'ünü ise okuryazarlar

oluşturmaktadır. Sonuçlar, toplam örneklem üyelerinin %98,0'inin internete sahip olduğunu gösterirken %2,0'sinin ise kişisel interneti bulunmamakta, ihtiyaç duyulduğunda kafe ve kamu ofislerinden internet ihtiyaçlarını karşılamaktadırlar. Ankete katılanların en büyük oranı, interneti üç saat veya daha uzun süre kullanmaktadır. Bunların oranı %68,8'e ulaşmıştır. Bunu %25,0 ile interneti iki ila üç saat arasında kullananlar takip etmektedir. Ardından interneti günde sadece bir ila iki saat arası kullananlar gelmektedir ki bunları, %6,3 ile örneklemin en düşük oranını ifade etmektedir.

Tablo 4 ise uygulaması yapılan ankette yer alan değişkenlere ilişkin Cronbach's Alpha faktörlerini göstermektedir.

Tablo 4. Anket istikrarı ve Cronbach's Alpha faktörü

Çalışma eksenleri	Cronbach Alfa'nın Değeri
Birinci eksen: Tüketicilerin elektronik reklamlara maruz kalma alışkanlıkları ve kalıpları	0.927
İkinci eksen: Tüketicilerin elektronik reklamlara maruz kalma nedenleri	0.912
Üçüncü eksen: Elektronik reklamcılığın tüketici davranışı üzerindeki etkisi	0.902

Bulgular, Cronbach's alpha değerinin 0.927 - 0.912 - 0.902 şeklinde her bir eksenin yüksek olduğunu ifade etmektedir. Buna göre, bir bütün olarak araç düzeyinde kararlılık faktörü yüksektir.

Tablo 5'te ise Spearman Brown testi sonuçlarının gösterimi yapılmaktadır. Burada anket değerleri tek sayılı sorular, çift sayılı sorular olmak üzere iki bölüme ayrılmıştır. Daha sonra Spearman-Brown denklemi ile korelasyon katsayısının değeri hesaplanmıştır. Elde edilen sonuçlar tablolanmıştır.

Tablo 5. Spearman Brown Testi Bulguları

Çalışma eksenleri	Spearman Brown'ın Değeri
Birinci eksen: Tüketicilerin elektronik reklamlara maruz kalma alışkanlıkları ve kalıpları	0.941
İkinci eksen: Tüketicilerin elektronik reklamlara maruz kalma nedenleri:	0.911
Üçüncü eksen: Elektronik reklamcılığın tüketici davranışı üzerindeki etkisi	0.886

Tablo 5'e göre, Spearman-Brown korelasyon katsayısının değerinin kabul edilebilir ve istatistiksel olarak anlamlı olduğunu göstermektedir. Böylece, anket son haliyle dağıtılabılır ve test edilebilir niteliktedir.

Tablo 6 ise çalışma örnekleminin yanıtları ve yüzdelerini sergilemektedir. "Tüketicilerin elektronik reklamlara maruz kalma alışkanlıkları ve kalıpları" şeklindeki birinci eksen, örneklem üyelerinin bakış açısından (kararsız) bir derece almıştır.

Tablo 6. Tüketicilerin elektronik reklamlara maruz kalma alışkanlıkları ve kalıpları

NO	Eksen soruları	Rütbe	Ortalama	Standart sapma	Ortalama yüzde	Semantik
Birinci eksen: Tüketicilerin elektronik reklamlara maruz kalma alışkanlıkları ve kalıpları						
1	İnternette gösterilen reklamları her zaman takip etmeye özen gösteririm	10	2.87	1.41	%58	Kararsızım
2	Kanalın web sitesi aracılığıyla internette gösterilen reklamları takip ederim	11	2.84	1.39	%57	Kararsızım
3	Sosyal medya aracılığıyla internette görüntülenen reklamları takip ederim	5	3.52	1.48	%70	Katılıyorum
4	Ailemle birlikte internet reklamlarını takip ediyorum	13	2.74	1.42	%55	Kararsızım
5	Arkadaşlarımla internet reklamlarını takip ediyorum	12	2.83	1.40	%57	Kararsızım
6	Çevrimiçi reklamları kendi başıma izliyorum	6	3.48	1.48	%70	Katılıyorum
7	Evde internet reklamları izlemeyi tercih ederim	8	3.38	1.48	%68	Kararsızım
8	Sokakta internet reklamları izlemeyi tercih ederim	14	2.63	1.34	%53	Kararsızım
9	Boş zamanlarımda internet reklamları izliyorum	7	3.40	1.44	%68	Kararsızım
10	Gerektiğinde internet reklamları izliyorum	2	3.92	1.26	%78	Katılıyorum
11	İnternette gezinirken kazarayla internet reklamları izliyorum	1	3.93	1.19	%79	Katılıyorum
12	Ürün reklamları, gördüğüm en çok izlenen İnternet reklamlardır	3	3.83	1.33	%77	Katılıyorum
13	Hizmet ve fikir reklamları, gördüğüm en çok İnternet reklamlar	4	3.56	1.37	%71	Katılıyorum
14	Haber ve güncelleme reklamları gördüğüm en çok izlenen İnternet reklamlardır	9	3.37	1.41	%68	Katılıyorum
Genel ortalama			3.31	1.43	66%	Kararsızım

Eksenin aritmetik ortalaması 3.31, onay oranı ise %66'dır. Bu nedenle araştırma örnekleminde yer alan bireylerin, internet ortamında yayınlanan reklamları her zaman istekli olarak izlemedikleri söylenebilir. Bir bütün olarak eksen düzeyinde en yüksek önem derecesini İnternet'te gezinirken tesadüfen internet reklamlarını görüyorum" şeklinde paragraflar arasında ilk sırada yer alan on birinci madde elde edilmiştir. Bu maddenin ortalaması 3.93, standart sapması 1.19, onaylanma oranı %79, anlamlılık düzeyi (katılıyorum) önem derecesi yüksektir. Bunun nedeni, çoğu insanın internette gezinirken reklam görmesi olabilir. Çoğu web sitesi ve uygulamada sürekli olarak görünen reklamlar olduğundan, çoğu İnternet kullanıcısı tesadüfen bunlara maruz kalır.

"İhtiyaca göre internet reklamları izlerim" ifadesinin yer aldığı onuncu maddenin ortalaması ortalama ise 3.92, standart sapması 1,26 olup maddeler arasında ikinci sırada yer almıştır. Bu, çoğu insanın ürünler ve hizmetler hakkında daha fazla ayrıntı bilmeleri gerektiğinde reklamları izlemesinden ileri gelir. Bir bütün olarak eksen düzeyinde en düşük önem derecesi, sekizinci paragrafta ve paragraflar arasında sonuncu sırada yer alan "internet reklamının en güzel izleneceği yer caddedir" şeklindeki madde almıştır. Bu maddenin ortalaması 2,63, standart sapması 1,34 ve sözel anlamlılık düzeyi (kararsız) şeklindedir. Bunun nedeni, en büyük grubun gerektiğinde evde reklam izlemeyi tercih etmesi olabilir. Bu eksenindeki diğer paragraflar, çalışma örneklem üyeleri açısından anlamlılık açısından (katılıyorum) ve (kararsız) düzeyindedir. Bunların aritmetik ortalaması 2.74 - 3.83, ortalama oran ise %55 - %77 arasında değişmektedir.

Tablo 7. Tüketicilerin elektronik reklamlara maruz kalma nedenleri

NO	Eksen Soruları	Rütbe	Ortalama	Standart Sapma	Ortalama Yüzde	Semantik
İkinci eksen: Tüketicilerin elektronik reklamlara maruz kalma nedenleri						
1	Çarşıdaki yenilikleri öğrenmek için İnternet reklamları izlerim	4	3.82	1.33	76%	Katılıyorum
2	İnternet reklamlarını ucuz maliyeti ve kısa süresi için izliyorum	9	3.66	1.41	73%	Katılıyorum
3	İnternet reklamlarını eğlence ve eğlence için izliyorum	10	3.34	1.48	67%	Kararsızım
4	İnternette gezinirken zorunlu olarak gördükleri için internet reklamlarını izliyorum	1	3.96	1.15	79%	Katılıyorum
5	Şirketin adı ve ürünleri hakkında önceden bilgim olması, reklamlarını internette izlememi sağlıyor	8	3.70	1.35	74%	Katılıyorum
6	İnternet reklamlarında beni en çok çeken şey, reklamın çekici tasarımıdır	5	3.81	1.31	77%	Katılıyorum
7	İnternet reklamlarıyla ilgili beni en çok çeken şey, reklamların görüntülenme şeklidir	3	3.87	1.23	78%	Katılıyorum
8	Beni internet reklamları izleyen şey, ses, resim ve renklerin güzelliğidir	6	3.80	1.34	76%	Katılıyorum
9	Her internet reklamına güveniyorum	11	2.64	1.44	53%	Kararsızım
10	İnternet reklamlar yoluyla tüketici davranışları üzerinde olumlu etki üzerinde çalışan elektronik siteleri kullanımı kolay	7	3.75	1.35	75%	Katılıyorum
11	Kullanımı kolay web siteleri yol açar reklamlara erişimi ve yanıtı artırmak için	2	3.91	1.33	78%	Katılıyorum
Genel ortalama			3.69	1.43	74%	Katılıyorum

Tablo 7'den "tüketicilerin elektronik reklamlara maruz kalma nedenleri" şeklindeki ikinci eksen, örneklem tarafından (katılıyorum) derecesine sahip olmuştur. Eksenin aritmetik ortalaması 3,69, onay oranı %74 şeklindedir. Buradan hareketle örneklem üyelerinin internet reklamlarını izlemek için farklı güdülere sahip olduğu söylenebilir.

Dördüncü maddenin ilk sırasında "İnternet reklamlarını izliyorum" şeklindeki paragraf bulunmaktadır. Çünkü internette gezinirken zorunlu olarak bu reklamlar çıkmaktadır. Bu paragrafın standart sapması 1,15, aritmetik ortalaması 3,96, oranı ise %79 şeklinde olup "katılıyorum" sözü ile anlamlılık düzeyine ve yüksek derecede önem sahiptir. Bunun nedeni, çoğu insanın İnternet reklamlarını, gezinirken zorunlu olarak gördükleri ve birkaç saniye geçene kadar atlayamadıkları için izlemesi olabilir.

İkinci sırada, "web sitelerini kullanma kolaylığı, reklamlara erişimde ve bunlara yanıtta artışa yol açar" şeklindeki on birinci paragraf gelmektedir. Bu paragrafın standart sapması 1,33, aritmetik ortalaması 3,91, oranı ise % 78 olup anlamlılık düzeyi "katılıyorum" şeklindedir. Bu, sayfalar arasında geçişi kolay ve mobil uyumlu sitelerin, tüketiciyi reklama maruz bırakmaya devam ettiğini gösterir.

Son sırada ise "İnternet reklamlarının sunduğu her şeye güvenirim" şeklindeki dokuzuncu paragraf bulunmaktadır. Bu paragrafın standart sapması 1,44, aritmetik ortalaması 2,64 ve oranı %53 olup son sırada yer almaktadır anlamlılık düzeyi "kararsız" şeklindedir. Bunun nedeni, çoğu tüketicinin mal ve hizmet pazarlamak üzere yapılan internet reklamlarının çoğuna güvenmemesidir.

Tablo 8. Elektronik reklamcılığın tüketici davranışı üzerindeki etkisi

NO	Eksen Soruları	Rütbe	Ortalama	Standart Sapma	Ortalama Yüzde	Semantik
Üçüncü eksen: Elektronik reklamcılığın tüketici davranışı üzerindeki etkisi						
1	Ürün fiyat reklamlarını diğer reklamlardan daha hatırlıyorum	5	3.69	1.35	74%	Katılıyorum
2	Hizmetleri ve ürünleri için kurumsal reklamları diğer reklamlardan daha fazla hatırlıyorum	6	3.62	1.36	73%	Katılıyorum
3	Reklamı hatırlamamı sağlayan şey tasarımı ve estetiğidir	2	3.93	1.23	79%	Katılıyorum
4	Her zaman İnternet reklamlara inanıyorum	9	2.74	1.44	55%	Kararsızım
5	İnternet reklamcılığı ürün satın almamı artırdı	7	3.36	1.46	67%	Kararsızım
6	Daha önce denemediğim bir ürünün reklamını beğendiğimde doğrudan satın alırım	8	3.00	1.43	60%	Kararsızım
7	Belirli bir ürün için bir duyurudan hoşlandığım zaman, daha önce denemedim, bu ürünü satın almadan önce deneyen insanlar hakkında soruldum	1	4.00	1.32	80%	Katılıyorum
8	İnternet reklamcılığının tüketici davranışlarımı etkilediğini düşünüyorum	4	3.71	1.41	74%	Katılıyorum
9	Bence, İnternet reklamcılığı Yemen'deki medya uygulamalarının gelişimine katkıda bulunuyor	3	3.81	1.30	77%	Katılıyorum
Genel ortalama			3.59	1.39	71%	Katılıyorum

Tablo8 'den “Elektronik reklamcılığın tüketici davranışları üzerindeki etkisi” şeklindeki ikinci eksen, örneklem tarafından (katılıyorum) derecesine sahip olmuştur. Eksenin aritmetik ortalaması 3,59, onay oranı %71 şeklindedir. Dolayısıyla elektronik reklamların Yemenli tüketicinin tüketici davranışları üzerinde önemli bir etkiye sahip olduğu söylenebilir.

Birinci sırada “Daha önce denemediğim belirli bir ürünün reklamını beğendiğimde onu sorarım.” şeklindeki yedinci paragraf bulunmaktadır. Çünkü internette gezinirken zorunlu olarak bu reklamlar çıkmaktadır. Bu paragrafın standart sapması 1,32, aritmetik ortalaması 4,0, oranı ise %80 şeklinde olup “katılıyorum” cevabı ile anlamlılık düzeyine ve yüksek derecede önem sahiptir. Bunun nedeni, çoğu insanın İnternet reklamlarını, gezinirken zorunlu olarak gördükleri ve birkaç saniye geçene kadar atlayamadıkları için izlemesi olabilir. Bunun nedeni, çoğu kişinin internette belirli bir ürün için bir reklam gördüğünde ve ürünü beğendiği zaman, ürünü satın alsın veya almasın ürünü daha önce satın almış olan kişilerin ürün hakkındaki izlenimlerini öğrenmek için onu sorgulaması ve daha sonra karar vermesi nedeniyle olabilir.

İkinci sırada, “Reklamı bana en çok hatırlatan şey tasarımı ve estetiğidir” şeklindeki ikinci paragraf gelmektedir. Bu paragrafın standart sapması 1.23, aritmetik ortalaması 3.93, oranı ise %79 olup anlamlılık düzeyi “katılıyorum” şeklindedir. Bu, sayfalar arasında geçişi kolay ve mobil uyumlu sitelerin, tüketiciyi reklama maruz bırakmaya devam ettiğini gösterir. Buna göre Reklam verenlerin reklam tasarımlarında ve sergilemelerinde kullandıkları, tüketicilerin dikkatini çekmeye, reklamı görmelerine ve reklamlardan etkilenmelerine katkıda bulunan, onları ürünü satın almaya teşvik eden bir dizi teknik ve estetik faktör vardır.

Son sırada ise “İnternet reklamlarına kesinlikle güvenirim” şeklindeki dördüncü paragraf bulunmaktadır. Bu paragrafın standart sapması 1.44, aritmetik ortalaması 2.74 ve oranı %55 olup son sırada yer almaktadır ve anlamlılık düzeyi “kararsız” şeklindedir. Bu; çoğu tüketicinin internet

reklamlarının sunduğu her şeye inanmaması, bunun yerine reklamı yapılan mal veya hizmetleri deneyen insanlardan, denemeye karar vermeleri durumunda kalitelerini sağlamak için bilgi almaya çalışmasından ileri gelmektedir.

SONUÇLAR VE DEĞERLENDİRME

Yemenli tüketicinin elektronik reklamlardan etkilenme derecesi, bunlara maruz kalmanın genel alışkanlıklarına ve kalıplarına (zaman, yer, reklam türü, nasıl maruz kalındığına) göre değişmektedir. Reklam verenlerin reklam tasarımlarında ve gösterimlerinde kullandıkları bir dizi teknik faktör vardır. Elektronik reklamlarda mesajın içeriğine eşlik eden şarkı, müzik ve estetik unsurlar ile diyalog, hikâye gibi çeşitli yöntemlerin kullanılması ve sunum yöntemi ile ilgili her şey kitlelerin dikkatini çekerek reklamı hızlı bir şekilde anlamalarını sağlamaktadır ve bir fikrin iletilmesine katkıda bulunmaktadır. Böylece tüketicuyu içeriğe ikna etmeye, tüketicilerin satın alma davranışlarını yönlendirmeye yardımcı olmaktadır.

Yemenli tüketici, satın almak istediği mal veya hizmetler için bilgi toplama kaynağı olarak elektronik reklamlara güvenmektedir. Bunun yanında en son haber ve gelişmeleri de takip etmektedir. Böylelikle kendisine sunulan satın alma olanaklarına göre arzularını ve ihtiyaçlarını tatmin etme arzusunda. Yemenli bir tüketicinin tüketici davranışını anlamak için, psikolojik ve sosyo-kültürel faktörlerden etkilendiği için, davranış kalıplarını etkileyen çeşitli faktörler de ayrıca dikkate alınmalıdır. Elektronik reklam, bu minvalde tüketicilerin tüketici davranışlarını etkilemeye katkıda bulunmaktadır ve tüketicilerin isteklerini karşılayarak etkilemektedir. İnternet ve uygulamalarının çok sayıda tüketicisinin kullanımı ve İnternet reklamcılığının düşük maliyetleri, reklamcılara bu alanı kazanmaları için daha büyük bir fırsat sağlamaktadır. Ek olarak elektronik reklam, Yemen özelinde, tüketicilerin pazardaki ürünlerin varlığı hakkında bilgilendirilmesine önemli ölçüde katkıda bulunmaktadır. Elektronik reklamlara sürekli maruz kalma, mal ve hizmetler hakkındaki bilgileri artırmaktadır. Bu türden reklamların, yeniden satın alma veya malları deneme yoluyla tüketicilerin satın alma kararını etkilediği de gözlemlenmiştir. Elektronik reklamın satın alma kararı üzerindeki etkisi, ürünün fiyatı ve ekonomik düzeyi ile ilgilidir ve Yemenli tüketicilerin satın alma kararını olumlu etkilemektedir.

KAYNAKÇA

- Abu Qahf, A. S. (2006). *Reklamcılık ve Elektronik Reklamcılık Dersleri Notları*. Alexandria University Press: Mısır
- Belch, G. A (2004). *Advertising and Promotion: An Integrated Marketing Communications Perspective*. 6th Edition. McGraw-Hill: New York
- Chaffey, D. E. (2003). *Internet Marketing: Strategy, Implementation and Practice*. 2th Edition. Pearson Education: UK
- Hakima, B. (2006). *Reklamın Cezayir Tüketici Davranışı Üzerindeki Etkisi*. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Algeria
- Karabulut, H. (2006). Türkiye'nin Tanıtımı ve İnternet (Türkiye Açısından Fırsat ve Tehditler). *Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Halkla İlişkiler ve Tanıtım Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi*, Ankara.
- Kotler, P. & Armstrong, G (2012). *Principles of Marketing*. Pearson Prentice Hall: Boston
- Li, H. & Leckenby, J. D. (2004). *Internet Advertising Formats and Effectiveness*. Thorson & Schumann: USA
- Mucuk, İ. (2012). *Pazarlama İlkeleri*. İstanbul: Türkmen Kitabevi.

- Orhan, İ. (2002). Satın alınan ürünlere ilişkin duyguların cinsiyet ve cinsiyet rolleri bakımından incelenmesi. *Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Psikoloji Anabilim Dalı Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi*, Ankara.
- Şahin, A. (2001). İnternet Reklamlarının Süleyman Demirel Üniversitesi Öğrencilerinin Satın Alma Davranışları Üzerindeki Etkileri. *Yönetim ve Ekonomi Dergisi*. 7(1): 43-52
- Smith, A. D. & Rupp, W.T. (2003). Strategic online customer decision making: leveraging the transformational power of the Internet. *Online Information Review*. 27(6): 418-432
- Talat, E. A. (1998). Etkili Satış Müdürü. Ahram Üniversitesi Kurumları Yayınevi: Kahire:
- Üstün, Ö. Z. & Sarı, A. (2008). İnternet reklamcılığı: internet kullanıcılarının internet reklamcılığı konusundaki tutum ve davranışları. *Bilişim Teknolojileri Dergisi*. 1(3): 15-26
- Yoon, S. J. & Kim, J.H. (2001). Is the Internet more effective than traditional media? Factors affecting the choice of media. *Journal of Advertising Research*, 41(6) 53-61.
- Zhou, Z. & Bao, Y. (2002). Users= Attitudes Toward Web Advertising: Effects Of İnternet Motivation and İnternet Ability. in *NA-Advances in Consumer Reasearch Volume 29 (:71-78)* . eds Susan M. Broniarczyk and Kent Nakamoto. Association for Consumer Research: Valdosta

Extended Abstract

Research Problem and Purpose of the Article

The main purpose of this study is to determine the effect of electronic advertising on the purchasing behavior of the Yemeni consumer. In order to achieve this aim, within the scope of this study, an answer is sought to the question of what is the role of electronic advertising in influencing the purchasing behavior of the Yemeni consumer. The research sample is 400 Yemeni consumers.

This study was conducted under multiple constraints which are scientific, temporal, spatial and human limitations. This research has scientific limitations as it examines the Effect of Electronic Advertisements on Consumer Purchasing Behavior and is a Field Study of a Consumer in Yemen. In addition, the research will be completed in June 2022 with all its findings. While the fact that the study is specific to the city of Sana'a creates a limitation in terms of space, there is also a human factor limitation in terms of making Yemeni consumers living in this city the focal point. In the descriptive analytical approach, the sample survey method is supported by the study research community represented by Yemeni consumers who are internet users in the city of Sana'a, Yemen.

Methodology

I will rely on the analytical descriptive approach, the sample survey method, and the study research community of Yemeni Internet users in Sana'a, Yemen. The field data collection tool in this study was the questionnaire .

Conclusions

Depending on their general routines and patterns of exposure, electronic advertisements affect Yemeni consumers to varying degrees (in terms of time, place, type of advertisements, and method of exposure). Advertisers use a variety of technical elements when creating and delivering adverts. Electronic (such as songs, music, aesthetic elements that complement the message's content, and the use of various methods like dialogue, story, and everything else related to the method of presentation) because it aids in communicating the idea by grabbing the public's attention and causing them to comprehend the advertisement quickly and be persuaded of its message, which influences consumers' purchasing decisions. The Yemeni consumer relies on electronic marketing to learn more about the products or services he wants to purchase as well as to keep up with the latest events and news which, based on his ability to make purchases, he anticipates that will fulfill his wants and needs. We must consider the numerous aspects influencing the behavior of the consumer in order to comprehend his behavior. It is impacted by sociocultural, psychological, and other variables. Electronic advertising influences customer behavior and satisfies their needs, as well as having an impact on them.

There were more opportunities for advertisers to succeed in this market due to the usage of a high number of Internet users and its applications as well as the low costs of Internet advertising. Electronic advertising makes a significant contribution to educating consumers about the availability of goods on the market. Information about products and services is increased by continual exposure to electronic marketing. Consumers are influenced by electronic advertising to make repeat purchases or to test out products. The price of the goods and the consumer's economic status have an impact on how electronic advertising influences the choice to buy. Positive purchase decision-making effects are caused by electronic advertising.

Çeviri Kalitesinin Önemi ve Türkçe İktisadi Literatürde Çeviri Sorunları

Mustafa ACAR¹ 

¹ Prof. Dr., Necmettin Erbakan Üniversitesi, Siyasal Bilgiler Fakültesi, İktisat Bölümü, Konya, Türkiye, acar70@gmail.com

Makale Bilgileri

Makale Geçmişi

Geliş: 14/11/2022

Kabul: 28/12/2022

Yayın: 31/12/2022

Anahtar Kelimeler:

Tercüme, çeviri, işlevselci ve ayrımsalci yaklaşım, tercüme dili, tercüme/çeviri kalitesi.

JEL Kodları: Z13, Z19

ÖZ

Çeviri farklı dilleri konuşan, farklı dillerde yazan insanlar arasında iletişim kurmanın temel aracıdır. Çeviri sayesinde farklı topluluklar, milletler ve kültürler birbiriyle konuşur, iletişim kurar, alış-veriş yapar. Çeviri aynı zamanda farklı dillerde oluşan felsefi, entelektüel, siyasi, iktisadi, hukuki, kültürel ve toplumsal birikimin insanlığın ortak hazinesi haline gelmesine hizmet eder. Doğru iletişim, doğru anlama ve buna dayalı olarak doğru ve sağlam ilişkiler geliştirme, mantık yürütme, yargılama, değerlendirme, hüküm bina etme ancak doğru ve kaliteli tercüme sayesinde mümkün olur. Bu çalışma Türkçe iktisadi literatürdeki çeviri kalitesi üzerine odaklanmakta, kaliteli bir çeviri için neler yapılması gerektiği konusunda önerilerde bulunmaktadır. Çeviri yaparken karşılaşılan en büyük zorluklardan biri hedef dildeki kelime hazinesinin yeterince zengin olmamasıyla ilgilidir. Bir başka zorluk çevirmenin kendini okuyucu yerine koyup ifadelerin hedef dildeki anlaşılabilirliğine dikkat edilmemesidir. Çeviri kalitesini düşüren başlıca faktörler ise kaynak ve hedef dillerin her ikisine yeterince vakıf olmama, fazlasıyla motamot ya da literalist çeviri, yaşayan dilden büyük ölçüde sapma ve orijinal metnin bir kısmını görmezden gelme olarak sıralanabilir.

The Importance of Translation Quality and Translation Problems in the Turkish Economic Literature

Article Info

Article History

Received: 14/11/2022

Accepted: 28/12/2022

Published: 31/12/2022

Keywords:

Translation, translator-interpreter, functionalist vs. contrastive linguistic approach to translation, translation language, translation quality

Jel Codes: Z13, Z19

ABSTRACT

Translation is the main instrument to communicate for the people speaking and writing in different languages. Through translation, different communities, societies, nations and cultures speak with one another, communicate, and exchange. At the same time, translation help the philosophical, intellectual, political, economic, judicial, social and cultural accumulation produced in various languages become common treasury of the humanity. It is possible only through a true translation to have true communication, proper understanding, and hence developing true, good and strong relationships, reasoning, judgment, assessment, deductions and inferences. This study focuses on the importance and translation quality in the Turkish economic literature and put forward some suggestions on what is required for a quality translation. One of the biggest difficulties faced in translation has to do with the relatively poor vocabulary. Another difficulty is not paying enough attention to the understandability of the translated text by the reader in the target language. Among the factors which reduces the quality of the translation are being not able to have enough grasp of both the root and the target languages, too much literalism, using a weird language which is not known and used by the public, and partial translation, i.e. not translating part of the original text.

Atıf/Citation: Acar M. (2022). Çeviri Kalitesinin Önemi Ve Türkçe İktisadi Literatürde Çeviri Sorunları, *Necmettin Erbakan Üniversitesi Siyasal Bilgiler Fakültesi Dergisi*, 4(2): 186-201



"This article is licensed under a [Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/) (CC BY-NC 4.0)"

GİRİŞ

Bilindiği üzere insanlar yeryüzünün farklı bölgelerine dağılmış durumda, farklı dilleri konuşan kavimler, topluluklar ya da milletler halinde yaşamaktadırlar. Dil insanı öteki canlılardan ayıran en önemli özelliklerin başında gelmektedir. İnsanlar en başta dil ile iletişim kurmakta, meramlarını dil ile anlatmakta, birikimlerini gerek kendi toplumları içinde birbirleriyle ve gerekse ülkeler arasında başka toplumlarla yazılı ve sözlü dil aracılığıyla paylaşabilmektedirler.

Çeviri ya da tercüme, farklı milletler, toplumlar ve kültürler arasında köprü kuran, onların birbiriyle iletişim kurabilmesini sağlayan en temel araçtır. Tercüme sayesinde farklı toplum, millet ve kültürler birbiriyle konuşur, iletişim kurar, alış-veriş yapar, kaynaşır. Tercüme aynı zamanda farklı dillerde oluşan felsefi, siyasi, iktisadi, hukuki, kültürel ve toplumsal birikimin insanlığın ortak hazinesi haline gelmesine hizmet eder.

Çeviri kalitesi bir metnin ya da mesajın doğru anlaşılması ve bilimsel, kültürel ve felsefi birikimlerimizin muhatabına doğru olarak aktarılması için hayati önem taşımaktadır. Doğru iletişim, doğru anlama ve buna dayalı olarak doğru ve sağlam ilişkiler geliştirme, mantık yürütme, yargılama, değerlendirme, okuduklarımız ve işittiklerimiz üzerine hüküm bina etme ancak doğru ve kaliteli çeviri sayesinde mümkün olur.

Bu çalışmada çeviri kalitesinin önemi vurgulanmakta, farklı çeviri yaklaşımlarına değinilmekte, Türkçe literatürdeki çeviri kalitesi değerlendirilmekte, kaliteli bir çeviri için neler yapılması gerektiği konusunda öneriler sunulmaktadır. Çalışmanın bundan sonraki kısmı şu şekilde düzenlenmiştir.

İzleyen bölümde çevirinin ne olduğu, anlamı, önemi ve çeviri türleri yahut çevirinin nelere dikkat edilerek yapılması gerektiği konusunda literatürde mevcut olan farklı yaklaşımlar üzerinde durulmaktadır. İkinci bölümde Türkçe literatürde zaman zaman rahatsız edici boyutlara ulaşan çeviri hataları, eksikleri ve buna bağlı kalite sorunları irdelenmektedir.

1. ÇEVİRİ KALİTESİNİN ÖNEMİ VE ÇEVİRİ KONUSUNA FARKLI YAKLAŞIMLAR

Vasıf, nitelik, keyfiyet gibi anlamlara gelen kalite (Doğan, 2020: 1164), bir nesnenin, olgunun, varlığın ya da faaliyetin değerine değer katar. Bütün maddi nesnelere, mal ve hizmetler için kalite ait olduğu nesnenin değerini belirleyen en önemli faktörlerin başında gelir. Kalite maddi şeyler için önemli olduğu kadar manevi, soyut, gayri-maddi nesnelere için de önemlidir. Bu bağlamda bir tercümenin kaliteli bir tercüme olması arzu edilir bir durumdur. Kaliteli çeviri okuyucu ya da dinleyici için hayatı kolaylaştırır, doğru anlama ve doğru iletişimi mümkün kılar. Bu bölümde önce çeviri kalitesinin önemi üzerinde durulmakta, ardından çeviri konusuna bakış konusunda geliştirilmiş olan farklı yaklaşımlar irdelenmektedir.

1.2. Çeviri Kalitesinin Önemi

Çeviri yahut tercüme farklı dilleri konuşan insanlar arasında iletişim kurmanın, haberleşmenin, irtibata geçmenin temel aracıdır. Farklı coğrafyalarda yaşayan, farklı bir tarihsel-kültürel mirasa sahip, farklı dillerde yazıp konuşan toplumlar, ülkeler ve milletler tercüme sayesinde birbirlerinin birikimlerinden haberdar olurlar, tercümenin hayatı kolaylaştırması sayesinde daha rahat koşullarda alış-veriş yaparlar, birbirlerine meramlarını anlatabilirler.

Bu çerçevede çeviri kalitesinin önemi ne kadar vurgulansa azdır. Gerek muhatabımızı doğru anlamak, doğru yorumlamak ve gerekse mevcut yazılı birikimden gereğince yararlanabilmek için kaliteli bir çeviri şarttır. Çevirinin yanlış olması iletişimin, irtibatın ve ticari veya kültürel-entellektüel her türlü mübadelenin yanlış temeller üzerine bina edilmesi sonucunu doğurur. Kalitesiz bir çeviri de çeşitli düzeylerde iletişim sorunlarına yol açtığı gibi, yazılı birikimden daha az istifade edilmesine yol açar. Hele çeviriye konu olan eserler düşünce tarihinin köşe taşı sayılabilecek öneme sahip yazılı eserleri ise, kalitesiz ya da yanlış çeviriden doğacak sonuçlar çok daha vahim olabilir. Bu anlamda tercüme esasen anlama, yorumlama, özümseme, benimseme ve anladıklarımızı üzerine hükümler bina etme yahut sonuç çıkarma sürecinin en kritik ilk adımıdır. Bu süreçte ilk adımın yanlış atılması, yani anlama-

anlamlandırma-çıkarsama yapma sürecine yanlış kapıdan girme, ondan sonraki aşamaların da büyük ölçüde yanlışlıklarla malul olmasına sebebiyet verecektir.

1.3. Ayrımsalci ve İşlevselci Çeviri Yaklaşımları

Çevirinin nasıl bir perspektif gözetilerek yapılması, tercüme yaparken nelere dikkat edilmesi, hangi noktalara daha çok önem verilmesi gerektiği konusunda literatürde başlıca iki yaklaşımdan söz etmek mümkündür: *Ayrımsalci*, *karşıtsal* ya da *kontrastif* dilbilim (contrastive linguistic) yaklaşımı ve *işlevselci* ya da *fonksiyonalist* (functionalist) yaklaşım.

Bu konuda daha köklü bir geçmişe sahip olan geleneksel yaklaşım, “eşdeğerlilik” (equivalence/denklik) ve “ana metne sadakat” konusuna vurgu yapan *ayrımsalci* (karşıt, zıt, benzemeyen noktalar ve farklılıklara vurgu yapan, karşıtsal ya da kontrastif) yaklaşımdır.

Buna karşılık, nispeten daha yakın zamanlarda, özellikle 1970’li yıllardan itibaren gelişmeye başlamış olan *fonksiyonalist* ya da *işlevselci* yaklaşım orijinal metinden ziyade, tercümenin hedef kitlesinin dili ve metni anlaması üzerine vurgu yapmaktadır.

1970’li yıllara kadar egemen olan ayrımsalci yaklaşım bağlamında, çeviri konusuyla ilgili yapılan çalışmalar dilbilimin (linguistik) pek dışına çıkmamıştır. Buna bağlı olarak bu döneme kadar yapılan çeviri araştırmalarına egemen olan yaklaşımın anahtar kelimesi “eşdeğerlilik” kavramıdır (Akdemir, 2017: 22). Eşdeğerlilik ise “özgün metnin kendi okurunda uyandırdığı etkiyi çeviri metnin de çeviri dilinin okurunda uyandırabilmesi” olarak tanımlanmaktadır (Güttinger (1963), akt. Göktürk, 1994).

Ancak her bir yaklaşıma yöneltilen çeşitli eleştiriler söz konusudur. Bu bağlamda ayrımsalci yaklaşıma yönelik başlıca eleştiri, edebi metinlerin çeviri sürecinde bu yaklaşımın her zaman uygulanamayacağına vurgu yapmaktadır. Buna göre bir edebi metnin kendi özgün dilindeki ses, sözcük, sözdizimi vb. gibi yapısal unsurların birbirine örülü fonksiyonlarından doğan etkisi çok karmaşık olabilir. Ayrıca karmaşık ve çoğul anlamlı özgün metinlerin kendi dilleri bile değişik okur grupları üzerinde aynı etkiyi uyandıramaz. Dolayısıyla ‘aynı etkiyi uyandırmak’ gibi amaçlar edebi metinlerin çevirisinde her zaman işe yarayacak eşdeğerlilik ilkeleri olamazlar (Göktürk, 1994: 57). Bu bağlamda Nida (1976), edebi metinlerde eşdeğerlilik kavramı yerine “dinamik eşdeğerlilik” (dynamic equivalence) terimini önermektedir. Ona göre “değişik öğrenim düzeyleri, değişik meslekler ve ilgiler insanların bir mesajı anlayabilme yetisini önemli ölçüde etkiler. Dolayısıyla bir metnin üniversite öğrencileri, ilkokul mezunları, yeni okumaya başlamış yetişkinler, yabancı dilde öğrenim gören okul çocukları ve zihinsel engelliler gibi değişik okur toplulukları için birbirinden ayrı nitelikte çevirilerinin yapılması gerekebilir (Nida, 1976: 68). Yine Nida’ya göre dinamik eşdeğerlilikle yapılan çeviri anlatımda doğallığı amaçlar, alıcıya kendi kültürüne uygun davranış kipleriyle seslenmeyi dener; alıcının mesajı kavrayabilmek için kaynak dil kültürünün örgüsünü bilmesi gerektiği görüşünde diretmez (Nida, 1964: 159; akt. Göktürk, 1994: 58). Ayrımsalci yaklaşıma alternatif olarak doğan işlevselci yaklaşımın hareket noktası budur (Akdemir, 2017: 23). Kısaca eşdeğerlilik/denklik teorisinin temel ilkesi *kaynak metne sadakat*, işlevselci teorisinin temel ilkesi ise *alıcının kültürel özelliklerinin gözetilmesidir*.¹

Bizim kanaatimizce esasen bu iki yaklaşımdan birini diğerine tercih ederken “ya hep ya hiç” yahut “ya o ya bu” şeklinde keskin bir yaklaşım çok sağlıklı değildir. Bir çevirmen, çeviri yaparken hem mümkün olduğunca orijinal metne sadık kalmak, hem de “bu metin benim ana dilimde (çeviri yapılacak hedef dilde) yazılmış olsa, nasıl yazılırdı” optiğini gözetmek zorundadır. Dolayısıyla orijinal metne sadakati tamamen bir kenara bırakıp metinden fazlasıyla sapmak da, tersine orijinal metne sadık kalayım derken fazlasıyla motamot-literal-lafızcı bir çeviri de doğru değildir. Orijinal metinden çok uzaklaşmak, ekleme-çıkarma yahut modifikasyon konusunda ölçüyü kaçırmak, son tahlilde çevirmenin kendisini orijinal metin yazarının yerine koyması demektir. Böylesi uç bir yaklaşım orijinal metinden kopuk, onunla alakası olmayan, bazen onun söylediğine taban tabana zıt şeyler söylemek gibi aşırı, kabul

¹ Bu konuda daha geniş bir tartışma için bkz. Akdemir (2017).

edilebilir olmayan bir noktaya savrulma sonucunu doğurabilir. Bu bağlamda mütercim orijinal metnin yazarına onun söz konusu metinde söylemediği şeyler söyletmemeli, yazarın söylediği şeyi değil de kendisinin ondan duymak istediği şeyi çeviri kılıfında sunmaya kalkışmamalıdır.

Tersinden, bu defa orijinal metne sadık kalmak için çeviri kelime-kelime (motamot), literal/lafızcı bir yaklaşımın cenderesine sıkıştırmak da doğru değildir. Böylesi bir yaklaşım nüansların, kültürel farklılıkların, dilin gramatik ve linguistik yapısından kaynaklanan özelliklerin sağladığı anlatım zenginliklerinin ihmal edilmesi demektir ki, böylesi bir yöntemle yapılacak çeviri de deyim yerindeyse “tercüme kokan” bir çeviri olacaktır. Oysa kaliteli bir çevirinin olmazsa olmaz şartlarından biri ve belki de en önemlisi doğru anlamayı sağlaması, kulak tırmalamaması, ahenkli bir dile sahip olması, kültürler arasında köprü kurabilmesi ve nihayet okuma-anlama-yorumlama sürecini zorlaştırmayıp, kolaylaştırmasıdır.

1.4. Kaliteli Bir Çevirmende Olması Gereken Vasıflar

Yukarıda söylenenlerin ışığı altında, kaliteli bir mütercim, tercüman yahut çevirmende bulunması gereken başlıca özellikler dört başlık altında toplanabilir.

1.4.1. Hedef dili iyi bilmek

Çeviri yapacak olan kişi her şeyden önce kendi anadilini (çeviri metnin dili olan hedef dili) iyi bilmek zorundadır. Hedef dili iyi bilmeyen, bu dilin inceliklerine ve anlatım özelliklerine hâkim olmayan birinin kaliteli çeviri yapabilmesi ihtimal dışıdır.

1.4.2. Kaynak dili iyi bilmek

Yine mütercim sadece anadilini yahut hedef dili değil, aynı zamanda kendisinden çeviri yapacağı metin veya konuşmanın yazılıp söylendiği dili, yani kaynak dili de iyi bilmek zorundadır. Bu bağlamda İngilizce’den Türkçe’ye çeviri yapacak olan biri hem İngilizce’yi, hem Türkçe’yi; Fransızca’dan çeviri yapacak olan biri hem Fransızca’yı hem Türkçe’yi; Arapça’dan çeviri yapacak olan biri de hem Arapça’yı ve hem de Türkçe’yi gayet iyi bilmek zorundadır.

1.4.3. Her iki dildeki deyimler, özdeyişler ve atasözlerine vakıf olmak

Deyimler, özdeyişler ve atasözleri dili zenginleştiren, hayat tecrübesini kelimelere döken, az lafla çok şey anlatan, sözcüklere derinlikli özel anlamlar yükleyen ifadelerdir. Gerek kaynak dil ve gerekse hedef dilde kullanılan deyim, özdeyiş ve atasözlerine aşina olmayan birinin kaliteli çeviri yapmasına imkân yoktur. Örneğin İngilizce’den çeviri yapan biri “I am pulling your leg” ifadesini motamot çevirmeye kalkar da “ayağımı çekiyorum” derse bu doğru bir çeviri olmaz; zira bu ifade “şaka yapıyorum/dalga geçiyorum” anlamına gelen bir deyimdir. Benzer şekilde, “they exchanged toasts” ifadesini kelime kelime çevirmeye kalkar da “tostları değiştiler” derse yanlış bir çevir olur, maksat hasıl olmaz; zira bu ifade “kadeh tokuşturdular/şerefe içtiler” anlamına gelen bir deyimdir. “You are a chicken!” cümlesini, deyimleri bilmeyen biri, literal bir yöntemle, “sen bir piliçsin!” diye çevirebilir; oysa bu “sen ödleğin tekisin!” diye çevrilmesi gereken bir deyimdir.

1.4.4. Kaynak dil ile hedef dil arasında bir denge kurabilme becerisi

Yukarıda sözü edilen her iki (geleneksel/ayırmsalçı, modern/işlevselci) yaklaşımın da kendine göre avantajlı tarafları vardır. Orijinal metne sadık kalmak esere ve yazarına saygının, ilim ahlâkının gereğidir; ancak dillerin sözdizimi vb. yapısal-gramatik farklılıklarından dolayı ana metne gereğinden fazla sadakatin lafızcı-motamot çeviriye kayma tehlikesi vardır. Bu nedenle, iyi bir çevirmenin bir yandan ana metni göz ardı etmeden, bir yandan da aynı cümle hedef dilde yazılmış olsa nasıl yazılırdı optiğini gözetmesi önemlidir. Bu sayede tercüme kokmayan, kulak tırmalamayan, daha kolay anlaşılır bir çeviri ortaya koymak mümkün olabilir. Kısaca ana metni tamamen bir kenara atmadan, “bu ifadeyi ben kendi anadilimde yazmış olsam nasıl yazardım” optiğini gözetmek daha kaliteli bir çevirinin ortaya çıkmasını sağlar.

1.5. Kaliteli bir çeviride bulunması gereken özellikler

1.5.1. Orijinal eserin bir kısmını değil tamamını içermesi

Hiçbir yazar, âlim ve araştırmacı eserini “laf olsun” diye yazmaz; eserin kendi bütünlüğü içinde yeri olmayan önemsiz veya gereksiz bir bölümü eserine dâhil etmez. Başka bir deyişle, her eser kendi içinde anlamlı bir bütündür. Bu bütünlük yayıncının ya da çevirmenin keyfine göre bozulmamalıdır. Gerek eserin yazarına, gerek eserin kendisine ve gerekse daha üst düzeyde bilim ahlâkına saygı her eseri bir bütün olarak görmeyi ve ona göre muamele etmeyi gerektirir. Dolayısıyla hoşumuza gitmeyen bazı argümanlar yahut iddialar, tespitler veya hükümler var diye bir eserin herhangi bir bölümünü görmezden gelemeyiz, atlayamayız, kesip biçemeyiz, yok sayamayız. Bunun tek istisnası, Mesnevi vb. gibi çocukların doğrudan okuyup anlaması zaten mümkün olmayan abidevi eserlerin çocukların anlayacağı bir dille sadeleştirilip kısaltılması olabilir ki, bunun zaten çeviri eserin kapağında ve en başında belirtilmesi gerekir. Bunun gibi özel durumlar dışında, bir eserin orijinaline sadık kalmayıp keyfi biçimde kısaltılmasının hiçbir mazereti olamaz.

1.5.2. Anlaşılır bir dil kullanılması

Kaliteli bir çevirinin olmazsa olmaz ikinci şartı ise hedef kitlenin gözetilmesi ve sade, akıcı, anlaşılabilir bir dil kullanılmasıdır. Okumaktan maksat anlamaktır; yazmaktan maksat, anlaşılmasıdır. Hiçbir akli başında yazar “ben yazayım da, anlamayan anlamasın” diye, sırf yazmış olmak için, “ne anlaşılabilir adammış be!” desinler diye kitap ya da makale veya risale yazmaz; insanlar okusunlar, anlasınlar, üzerinde düşünsünler, bazı gerçekleri görsünler ve ders çıkarsınlar diye yazar. Anlamanın en temel anahtarı ise, anlaşılır bir dil kullanılmasıdır. Mütercimlerin bazen kendi yetersizliğinden, bazen de siyasi yahut ideolojik kaygılarla, sadece sıradan insanların değil meslekten kişilerin bile anlamakta zorlanacağı “uyduruk” kelimelerle örülü tuhaf ve anlaşılabilir bir dil kullanıldığına ne yazık ki Türkçe literatürde sık sık şahit olunmaktadır. İzleyen bölümde bu konuda daha ayrıntılı bilgi verilmektedir.

2. ÇEVİRİDE KARŞILAŞILAN ZORLUKLAR VE TÜRKÇE İKTİSADİ LİTERATÜRDE ÇEVİRİ KALİTESİ

Bir dilden diğerine çeviri yaparken karşılaşılan muhtemel ilk ve en önemli zorluk, iki dilin kelime dağarcığının uyumlu olmamasıdır. Özellikle İngilizce gibi kelime hazinesi çok zengin bir dilden Türkçeye tercüme yaparken karşılaşılan en büyük zorluklardan biri budur. İngilizcede yaklaşık 850 bin kelime varken, bugün kullandığımız Türkçede 120 bin dolayında kelime bulunmaktadır. Doğal olarak İngilizcedeki çok sayıda kelimenin bugünkü Türkçede tam karşılığı yoktur. Örneğin “stochastic” kavramı “farklı ihtimallerin ve tesadüfi değişken(ler)in var olması hali” anlamına gelmekte, Türkçe’de tam karşılığı olmadığı için de aynen aktarılarak “stokastik” olarak çevrilmektedir. Bilimsel çalışmalarda çok sık kullanılan “projection” ve “simulation” kavramlarının da dilimizde tam karşılığı olmadığı için Fransızca okunuşuna uygun biçimde Türkçede “projeksiyon” ve “simülasyon” denmektedir.

İki dilin sözcük dağarcığının uyumlu olmamasıyla ilgili bir başka sorun, aslında birbirinden farklı anlamları olan, doğal olarak kaynak dilde her birine ayrı bir kelimenin karşılık geldiği olguların, geçmişe kıyasla bugün sözcük dağarcığı bir hayli küçülmüş olan bugünkü Türkçede tek kelimeyle karşılanmak durumunda olmaktan kaynaklanan zorluklardır. Örneğin İngilizcede “face,” “feature,” “aspect,” “area,” “surface” ve “hundred” gibi, esasen her biri farklı şeyler ifade eden (Osmanlıcada her birine bir muadil bulmanın mümkün olduğu) kelimelerin hepsi günümüz Türkçesinde bir tek kelime (“yüz”) ile karşılanmaktadır. Oysa örneğin “face” yanağımız, gözlerimiz, ağız ve burnumuzun bulunduğu organımız anlamında yüz, “feature” özellik ve çehre anlamında yüz, “aspect” hal, taraf, veçhe, bir olayın belirli bir yönü anlamında yüz, “hundred” ise rakam (99+1) anlamında “yüz”ü ifade etmektedir. Yine örneğin “estimation,” “prediction,” ve “guess” kelimelerinin karşılığı olarak Türkçede sadece bir tek kelime (“tahmin”) kullanılmaktadır. Oysa bu kelimelerden biri “olay gerçekleşmeden önce yapılan tahmin” (prediction), biri “olay gerçekleştikten sonraki tahmin” (estimation), diğeri ise “sanmak, zannetmek” karşılığı olarak “tahmin” (guess) anlamına gelmektedir. Bugün çoğu kez sadece “stres” sözcüğüyle karşılamaya çalıştığımız farklı olgular ve duygu durumlarına karşılık gelip de Cumhuriyet döneminde “dilde sadeleşme ve arılaştırma” sürecinde terk edilen eski dil Osmanlıcada dert, elem, gam, keder, endişe, kasvet, mihnet, hüzn, buhran, acı, çile ve üzüntü gibi her biri birbiriyle akraba ama nüanslarda bir hayli farklı duygu durumları ifade eden çok sayıda kelime mevcut olduğu dikkate alınır

meramımız daha iyi anlaşılabilir. Bu bağlamda “Türkçe’yi yabancı diller boyunduruğundan kurtarmak” gibi kulağa hoş gelen gerekçelerle yapılan “dilde arılaştırma” operasyonlarının çok olumsuz sonuçları olmuş, Türkçenin kelime dağarcığı ve anlatım imkânları devlet eliyle fakirleştirilmiştir. Arapça ve Farsça kökenli kelimeler atıldıktan sonra yerleri doldurulamadığı için de birçok durumda İngilizce ve Fransızca kökenli kelimeler aynen aktarılmak durumunda kalmıştır. Bu olgu maalesef kelime hazinesi zengin dillerden Türkçeye tercüme yapan çevirmenin işini zorlaştırmakta, çeviri kalitesini düşürmektedir. İzleyen bölümde iktisat alanında İngilizce’den Türkçe’ye çevrilen bazı kaynaklarda yapılan önemli çeviri hataları ele alınmaktadır.

2.2. Türkçe İktisadi Literatürde Çeviri Hataları

Türkçe literatür, çeviri kalitesi yönünden ne yazık ki hiç de iç açıcı, övünülecek bir durumda değildir. Bu durumun bugün kullanılan Türkçedeki kelime hazinesinin görece fakir olmasının yanı sıra, çeviri kalitesi ve çeviri metinlerde kullanılan dilin yaşayan dille uyumsuzluğu gibi çok sayıda başka sebebi de vardır. Türkçeye başta Arapça ve İngilizce olmak üzere, yabancı dillerden yapılmış çok sayıda çeviri eser bulunmaktadır. Söz konusu eserlerde çeviri kalitesini düşüren, üzücü ve düşündürücü yetersizlik, eksiklik, noksan ve kusurlara rastlamak mümkündür.

Bu bağlamda bazı tercüme eserler, orijinal aslının tamamını değil sadece bir kısmını içermekte, bazı kısımlarını çevirmeyip görmezden gelmektedir. Bazı eserlerin dili tuhaf ve anlaşılmaz bir dildir. Bazı tercümelere mütercim ana metni anlamakta zorlandığı, daha doğrusu anlamadığı anlaşılmaktadır. Bazı tercümelere deyimler, özdeyişler ve atasözleri dağarcığına hâkim olmamaktan kaynaklı hata ve yanlışlar dikkati çekmektedir. Bazı tercümelere çevirmenin meramını anlaşılır bir dille aktarmada zorlandığı görülmektedir. Aşağıda özellikle çeviri iktisat literatüründen bu konuda daha somut örnekler üzerinde durulmaktadır.

2.2.1. “Serbest mallar” mı, “bedava mallar” mı?

İktisatta farklı kriterlere göre mallar çeşitli kategorilere ayrılır: Tüketici malları-üretici malları; dayanıksız mallar-dayanıklı mallar; ara malları-nihai mallar vb. gibi. Ancak hepsinin üstünde bir ayrım daha vardır ki, iktisadın temel meselesi olan *kıtlık* ve karın doyurma meselesiyle yakından ilgilidir: *İktisadi* (bedava olmayan) mallar ve *bedava* mallar.

Bu ayrıma göre, dünyada sadece güneş ve hava, hepimizin ihtiyacına fazlasıyla yetecek kadar bol olduğu için herhangi bir bedel ödemek zorunda kalmadığımız, *bedava mallardır*; bunları elde etmek için herhangi bir ücret ödemeyiz. Ama güneş ve hava dışında her şey, istisnasız bütün öteki mallar ise bedava olmayan, ancak belirli bir bedel ödenerek elde edilebilecek, *iktisadi* mallardır. İktisadın evrensel yasalarının başında gelen “beleşçiliğin imkânsızlığı kanunu”na göre, hiçbir şey bedava değildir, her şeyin bir bedeli vardır (Acar, 2018). Başka bir deyişle, malların bedava olmamasının temel nedeni, kıt olmalarıdır. Bu durumda, kıt olmadığı için “iktisadi” olmayan iki istisnai mal olarak güneş ve havaya doğru bir adlandırmayla “bedava mallar” demek gerekir. Oysa hemen bütün iktisat ders kitaplarında bunlar “serbest mallar” olarak adlandırılır. Lisans (ODTÜ), yüksek lisans ve doktora (ABD) eğitimini iktisat üzerine yapmış, kırk yılı aşkın bir süredir öğrenci-asistan-hoca olarak iktisat literatürüyle içli dışlı olan bir meslekten iktisatçı olarak, “serbest mallar” şeklinde yapılan bu adlandırma bizi hep rahatsız etmiştir. İktisadi anlamda hiçbir mantıklı çağrışımı olmayan bu tuhaf adlandırmanın akla gelen tek açıklaması, vaktiyle yapılan bir çeviri hatasıdır. İngilizcede “free” kavramı hem “serbest, özgür, hür” anlamına gelen, hem de “bedava, beleş, parasız..” anlamına gelen bir kavramdır. Anlaşılan odur ki, Türkçe literatüre vaktiyle bu kavramı İngilizce literatürden ilk kez aktaran kişi “bedava mallar” olarak çevirmesi gereken “free goods” kavramını “serbest mallar” olarak çevirmiştir. “Galât-ı meşhur lügât-ı fasihten evladır” (herkesin doğru bildiği yanlış, sözlüğün doğrusuna tercih edilir) kuralı gereğince, maalesef bu yanlış adlandırma halen devam edip gitmektedir. Tekrar vurgulayalım ki, “free goods” kavramının doğru, mantıksal bir çağrışımı olan anlamlı karşılığı “serbest mallar” değil, “bedava mallar”dır.

2.2.2. Ampirik mi, empirik mi?

Sadece iktisat alanında değil, Türkçe literatürün her alanında yaygın biçimde kullanılan ilginç, tuhaf ve bizce mutlaka düzeltilmesi gereken çeviri yanlışlarından biri de, aslında “empirik” olması

gerektiği halde, tuhaf bir şekilde “ampirik” şeklinde kabalaştırarak çevrilen “empirical” terimidir. Söz konusu terimin aslen kendisinden türetildiği İngilizce “empiricism” kavramı deneycilik, deneyselcilik ya da deneyimcilik olup, bilginin esas kaynağının tecrübe olduğunu kabul eden felsefi görüş anlamına gelmektedir. Bu sözcükten sıfat olarak türetilen “empirical” kavramı da bu nedenle tecrübî, tecrübeye/deneyime dayalı, görgül, deneysel veya gözlemden türetilen ya da gözleme dayalı gibi anlamlara gelmektedir. Dolayısıyla aslına sadık kalmadan kelimenin dilimize “ampirik” olarak aktarılması hem doğru değil, hem de kaba ve kulak tırmalayıcıdır. Bilimsel ve entellektüel ortamlarda, okumuş-yazmış bilim insanları tarafından bu sözcüğün bu şekilde hem aslına uygun olmayan hem de kulak tırmalayıcı şekliyle telaffuz etmesi gerçekten rahatsız edicidir. Türkçe aynı anlamı vermek üzere -yukarıda belirtildiği üzere- tecrübî, deneysel, gözlemsel, görgül, tecrübeye dayalı, ya da deneyime dayalı denebilir. Batı dillerindeki tınısıyla aktarmak tercih edilirse bu defa daha kibar ve aslına daha uygun olduğu şekliyle “empirik” denmelidir.

2.2.3. Bir Çeviri Eserin Başlığı: “İnsan Anlığı”

On yedinci yüzyılda yaşamış, klasik liberal düşüncenin öncüsü ünlü İngiliz filozofu John Locke (1632-1704), düşünce ve ifade özgürlüğü, meşruti demokrasi, bilginin kaynağı olarak tecrübe yahut deneyimin merkezi önemi, kuvvetler ayrılığının gereği, devletin herhangi bir dini veya mezhebi anlayışı toplum kesimleri üzerinde bir baskı aracı olarak kullanmasının yanlışlığı gibi konularda öncü fikirler ortaya atmıştır. Kendisinden sonra gelen düşünürleri de derinden etkilemiş olan Locke, *A Letter Concerning Toleration* (Hoşgörü Üstüne Bir Mektup), *Two Treaties of Government* (Devlet Üzerine İki İnceleme), *Some Thoughts Concerning Education* (Eğitim Üzerine Bazı Düşünceler), *On the Reasonableness of Christianity* (Hristiyanlığın Akla Uygunluğu Hakkında) gibi birçok eserler yazmıştır. Locke’un önemli eserlerinden biri de konumuzla doğrudan ilgili olan *An Essay Concerning Human Understanding* adlı insanın anlama ve idrak yetisi üzerine düşüncelerini kaleme aldığı eseridir.

Eserin Türkçe çevirisine konan başlık anlaşılması güç, tuhaf ve isabetsiz bir başlıktır: *İnsan Anlığı Üzerine Bir Deneme*. “Understanding” kavramı idrak, kavrayış, anlayış, anlama, anlama yetisi gibi anlamlara gelmektedir. Türkçe “anlık” sözcüğünün İngilizce karşılığı ise öncelikli olarak “instant, instantaneous” (anında, hemen), ikincil olarak da “mind” (zihin), “intellect” (akıl, zekâ) gibi karşılıklardır. Bu çerçevede “İnsan Anlığı Üzerine Bir Deneme” başlığı son derece isabetsiz, eserin içeriğine ilişkin hiçbir mantıklı çağrışımı olmayan, sadece sıradan insanların değil ilimle uğraşanların bile anlamakta zorlanacağı tuhaf bir başlıktır. Doğrusu “İnsan İdraki/Kavrayışı Üstüne Bir Deneme” ya da daha güzeli, “İnsanın Anlama Yetisi Üzerine Bir Deneme” olmalıdır.

Çalışmanın bundan sonraki bölümünde, yukarıda belirtilenlere ek olarak üç ayrı eser (Milton & Rose Friedman, *Tercih Özgürlüğü*; Adam Smith, *Milletlerin Zenginliği*; Joseph Schumpeter, *Kapitalizm Sosyalizm ve Demokrasi*) örneğinde yapılan çeviri yanlışları ve eksiklerine işaret edilecektir.

2.2.4. Tercih Özgürlüğü’nde Çeviri Hataları

İktisadın yirminci yüzyıldaki en önemli temsilcilerinden biri, hiç kuşkusuz son yarım asırlık dönemde iktisat ve para politikası tartışmalarına damga vurmuş Nobel ödüllü ünlü iktisatçı Milton Friedman’dır (1912-2006). Friedman’ın, eşi ve meslektaşısı Rose Friedman ile birlikte 1980’li yılların başında kaleme almış olduğu, devlet müdahalesinin zararlı sonuçlarını ve piyasanın gücünü izah eden, Türkçe’ye tarafımızdan çevrilip 2021 yılında yayımlanmış olan *Tercih Özgürlüğü* (Free to Choose) adlı kitabının bizden önceki bir çeviri denemesinde tespit ettiğimiz çok sayıda çeviri yanlışından bazı örneklerle aşağıda yer verilmiştir.²

- 1. Orijinal cümle:** But that command method can be the exclusive or even principal method of organization only in a very small group.

Taslak çeviri: Fakat bu komuta zinciri, yalnızca çok küçük bir örgütün özel yöntemi, hatta ana yöntemi olabilir.

² Yayıncıya yayımlanmak üzere teslim edilmiş, ancak isabetli bir kararla yayıncı tarafından yayımlanmadan kontrol ettirilmiş, görülen fahiş hatalar nedeniyle yayımlanmasından vazgeçilmiş ve yeniden çevrilerek yayımlanmış bir tercüme eserden örneklerdir.

Doğrusu: Oysa bu komuta yöntemi, yalnızca çok küçük bir topluluk içinde işleri organize etmenin istisnai bir yöntemi, daha doğrusu esas yöntemi olabilir.

2. Orijinal cümle: Russia is the standard example of a large economy that is supposed to be organized by command—a centrally planned economy.

Taslak çeviri: Rusya, komutayla organize edilen, merkezî planlı ekonomi için standart olan büyük bir ekonomidir.

Doğrusu: Sözde komutayla organize edildiği kabul edilen, merkezden planlı büyük bir ekonominin tipik örneği, Rusya'dır.

3. Orijinal cümle: A delightful story called “I, Pencil: My Family Tree as Told to Leonard E. Read” dramatizes vividly how voluntary exchange enables millions of people to cooperate with one another.

Taslak çeviri: “Leonard E. Read tarafından yazılan Ben, Kurşun Kalem: Soy Ağacım” isimli hoş hikâyede, gönüllü alışverişin milyonlarca insanın birbirleriyle işbirliği kurmasını nasıl sağladığı, öyküleştirilerek anlatılmıştır.

Doğrusu: “Ben, Kurşun Kalem: Leonard E. Read’e Anlatılan Soy Ağacım” isimli hoş hikâye, gönüllü mübadelenin milyonlarca insanın birbirleriyle işbirliği yapmasını nasıl mümkün kıldığını gayet canlı bir şekilde dramatize eder.

4. Orijinal cümle: They need to know only that someone is willing to pay more for wood and that the higher price is likely to last long enough to make it worthwhile to satisfy the demand.

Taslak çeviri: Bilmeleri gereken tek şey birilerinin ahşaba daha çok fiyat ödemeye istekli olduğu ve bu yüksek fiyatın, talebi karşılamak için faydalı olmada daha uzun süreceğini olasılığıdır.

Doğrusu: Tek bilmeleri gereken şey, birilerinin ahşaba daha çok para ödemeye istekli olduğu ve bu daha yüksek fiyatın, talebi karşılamaya degecek kadar kalıcı olmasının muhtemel olduğudur.

5. Orijinal cümle: We find it hard to conceive of a greater triumph of imaginative packaging than the combination of an unacceptable tax and an unacceptable benefit program into a Social Security program that is widely regarded as one of the greatest achievements of the New Deal.

Taslak çeviri: Yaratıcı bir kılıfın; kabul edilemez bir vergiyle, kabul edilemez bir sosyal yardım programı birleşiminin, yaygın olarak Yeni Düzen'in en büyük başarılarından biri olarak kabul edilen Sosyal Güvenlik adı altında bulunmasından daha büyük bir zafere gebe olmasının düşük bir ihtimal olduğunu düşünüyoruz.

Doğrusu: Kabul edilemez bir vergi ile kabul edilemez bir ödenek programının bileşiminin, – yaygın bir şekilde Yeni Eylem planının en büyük başarılarından biri olarak kabul edilen- bir ‘Sosyal Güvenlik programı’ olarak satılmasından daha büyük bir ‘hayali paketleme şahikası’ düşünemiyoruz.

6. Orijinal cümle: In 1950 seventeen persons were employed for every person receiving benefits; by 1970 only three.

Taslak çeviri: 1950 yılında, herkesin sosyal yardım alması için on yedi kişi; 1970 yılında yalnızca üç kişi istihdam edilmiştir.

Doğrusu: 1950’de ödenek alan her bir kişiye karşılık on yedi kişi istihdam edilirken, 1970’de bu sayı üçe düşmüştü.

7. Orijinal cümle: In addition to the transfer from young to old, Social Security also involves a transfer from the less well-off to the better-off.

Taslak çeviri: Sosyal Güvenlik, gençlerden yaşlılara yapılan aktarıma ek olarak, iyi durumda olanlardan durumu daha kötü olanlara yapılan aktarımı da içermektedir.

Doğrusu: Gençlerden yaşlılara yapılan transfere ek olarak, Sosyal Güvenlik sistemi aynı zamanda durumu kötü olanlardan durumu daha iyi olanlara yapılan bir transferi de içermektedir.

8. Orijinal cümle: The net result is that the poor tend to pay taxes for more years and receive benefits for fewer years than the rich—all in the name of helping the poor!

Taslak çeviri: Kesin sonuç şudur; yoksullar, zenginlerden çok daha uzun yıllar vergi öderken çok daha kısa bir zaman boyunca sosyal yardım almaktadır ve bu vergilerin tümü yoksullara yardım adı altında toplanmıştır!

Doğrusu: Bunun net sonucu şudur ki; yoksullar, zenginlerden daha uzun süre vergi ödeme eğilimindeyken, onlardan daha kısa süre ödenek almaktadır; üstelik bütün bunlar, yoksullara yardım adına yapılmaktadır!

9. Orijinal cümle: We can be far briefer in discussing the "welfare mess" than in discussing Social Security—because on this question there is more agreement.

Taslak çeviri: Sosyal Güvenlik yerine “Sosyal Yardım Karmaşasını” tartışsak daha net olabiliriz çünkü bu konuda daha fazla fikir birliği mevcuttur.

Doğrusu: “Sosyal refah kepezeliği” tartışmasını Sosyal Güvenlik tartışmasına göre çok daha kısa kesebiliriz; çünkü bu konuda daha fazla uzlaşma söz konusudur.

10. Orijinal cümle: Once people get on relief, it is hard to get off.

Taslak çeviri: İnsanlar rahata alışınca, harekete geçmek zorlaşır.

Doğrusu: İnsanlar yardım listesine bir kere dâhil olunca, bir daha listeden çıkarmak zordur.

11. Orijinal cümle: Dr. Gammon was led by his survey to promulgate what he calls a theory of bureaucratic displacement:

Taslak çeviri: Dr. Gammon, bürokratik yer değiştirme teorisi diye adlandırdığı, resmî olarak yayınlamak için yaptığı anket önderliğinde hareket etmiştir:

Doğrusu: Yaptığı araştırma Dr. Gammon’u “bürokratik yerinden etme” olarak adlandırdığı şöyle bir teori ortaya atmaya götürmüştür:

12. Orijinal cümle: The capacity of the beneficiaries for independence, for making their own decisions, atrophies through disuse.

Taslak çeviri: Bağımsızlıktan yararlananların kendi kararlarını vermeleri için var olan kapasiteleri kullanılmayarak körelir.

Doğrusu: Yararlanıcıların kendi kararlarını verme konusunda bağımsızlık yetileri kullanılmadığı için körelir.

13. Orijinal cümle: Like any other measure to alleviate poverty, it reduces the incentive of people who are helped to help themselves.

Taslak çeviri: Yoksulluğun hafifletilmesi adına alınan diğer tüm tedbirler gibi kendilerine yardım etmeleri sağlanan kişilerin teşvik düzeylerini azaltır.

Doğrusu: Yoksulluğun azaltılmasını amaçlayan öteki her araç gibi, bu da yardım alan insanların kendi kendilerine yardım etme şevkini kırar.

14. Orijinal cümle: One corollary was the development of what many who regarded themselves as the cultural elite sneered at as vulgar materialism—an emphasis on the almighty dollar, on wealth as both the symbol and the seal of success.

Taslak çeviri: Bunun doğal sonuçlarından biri, kaba materyalizme dudak bükerek kendilerini kültürel elitler olarak adlandıran kişilerin bahsettiği kültürel elitlik kavramının gelişmesiydi.

Doğrusu: Bunun bir doğal sonucu, kendilerini kültürel elitler olarak gören kişilerin *bayağı materyalizm* olarak dudak büktüğü şeyin gelişmesiydi; başarının hem bir sembolü ve hem de bir göstergesi olarak, dolar hazretleri ve zenginlik üzerindeki vurgu.

15. Orijinal cümle: As Tocqueville pointed out, this emphasis reflected the unwillingness of the community to accept the traditional criteria in feudal and aristocratic societies, namely birth and parentage.

Taslak çeviri: Tocqueville’nin belirttiği gibi, bu vurgu feodal ve aristokratik toplumlardaki geleneksel kriterleri kabul etme, yani çocuk doğurma ve ebeveynlik yapma isteksizliğini yansıtıyordu.

Doğrusu: Tocqueville'nin de işaret ettiği gibi, bu vurgu esasen feodal ve aristokrat toplumlardaki geleneksel kriterlerin, yani ana-ata ve soy sopun ölçü olarak kabul edilmesi konusunda toplumun isteksizliğini yansıtıyordu.

16. Orijinal cümle: The key point is not merely that practice will depart from the ideal.

Taslak çeviri: Kilit nokta, uygulamanın yalnızca idealden yola çıkarak gerçekleşeceği değildir.

Doğrusu: Kilit önemdeki nokta, pratiğin idealden sapmasından ibaret değildir.

2.2.5. Milletlerin Zenginliği'nde Çeviri Hataları

Adam Smith (1723-1790) modern iktisadın kurucusu olarak kabul edilen, eserleriyle tarihte iz bırakmış önemli filozof ve iktisatçılardan biridir. Smith'in en meşhur eseri olan *Milletlerin Zenginliği* düşünce tarihinin başucu eserleri arasında yer alır. Tarihi değiştiren kitaplardan biri olan bu başyapıtın Türkçe literatürde -sonuncusu bize ait olmak üzere- beş ayrı çevirisi bulunmaktadır. Zaten birkaç çevirisi yapılmışken neden bir yenisine ihtiyaç duyulduğu sorusunun cevabı, sadece böylesi önemli bir eserin mütercimi olma hevesi ile sınırlı olmayıp, aynı zamanda mevcut çevirilerdeki ciddi hata ve eksikliklerle ilgilidir.

Mevcut çevirilerden biri hariç hepsi zaten orijinal metnin tamamını değil bir kısmını çeviri metne dâhil etmiş olan, eksik çevirilerdir. Ayrıca söz konusu eserlerde çok sayıda çeviri hatasının yanı sıra özellikle bazılarında hiç de kolay anlaşılır olmayan, zorlama bir dilin kullanıldığı dikkati çekmektedir. Dolayısıyla mevcut çevirilerin gerek orijinal metnin tamamını içermemesi ve gerekse dil, tercüme hataları, sadelik ve akıcılık yönünden taşıdığı eksiklikler göz önünde bulundurularak yeni bir çevirisine ihtiyaç duyulmuştur. Mevcut çevirilerde zaman zaman olumlu cümlelerin yanlışlıkla olumsuz olarak çevrildiği veya tam tersinin yapıldığı, yer yer de uzun cümlelerin anlam bütünlüğünü bozmadan bölünmesi konusunda sorunlar olduğu görülmektedir. Mevcut çevirilerde bulunan bazı cümleler anlamı az çok doğru vermekle birlikte, iyileştirmeye muhtaç durumlar göze çarpmaktadır. Bu hatalar göz önüne alınarak, bizim çevirimizde hem herhangi bir kısaltmaya gitmeden orijinal eserin tamamı çevrilmiş, hem de daha anlaşılır, sade, yaşayan bir dil kullanılmıştır. Türkçe tercüme eserlerde yapılan yanlışlar yahut iyileştirmeye muhtaç kusurlar hakkında bir fikir vermesi bakımından, mevcut çevirilerdeki hata ve eksiklere ilişkin bazı örnekler aşağıda sıralanmıştır.³

- he can afford (orijinali) => kesesinin elvereceğine (kusurlu/hatalı çeviri) => ödemeye gücünün yeteceğine (doğrusu/daha iyisi)
- legal rate of interest => kanunlu faiz kertesini => yasal faiz oranı
- in the strictest sense of the word => kelimenin en dar anlamıyla => kelimenin tam anlamıyla
- subsidy => akçalı yardım => sübvansiyon (devlet desteği)
- proper subjects of taxation => vergi alınmaya elverişli olmayan => .. elverişli olan
- banishes => dışarı uğratmaktadır => defetmektedir
- balance of money => para kalıntısı => (bağlam dikkate alındığında) para bakiyesi
- speculations => hava oyunları => spekülasyonlar
- improvement => bayındırma => ıslah, iyileştirme
- consumption => yoğaltım => tüketim
- different => başka başka => çeşitli, farklı
- supply => piyasa mevcudu => arz
- exchange => değiş etmek => değiş tokuş, mübadele
- level => kerte => düzey, seviye
- happy climate => mutlu iklim => uygun iklim
- necessarily => kesenkes => zorunlu olarak, mutlaka
- neglect of cultivation and improvement => toprağı işleyip bayındırmanın savsanması => toprağı işleyip ıslah etmenin ihmali
- ready => alesta => hazır
- market => sürüm yeri => pazar, piyasa

³ En başta orijinal metin, ardından yanlış/eksik/kusurlu çeviri, en sonda doğrusu verilmektedir.

- meanness of mercantile prejudice => tüccarca yargının pintiliği => merkantilist önyargının bayağılığı
- ultimate object => son ereği => nihai amacı
- reasoning => uslamlama => akıl yürütme, muhakeme
- liberal => açık yürekli => liberal, özgürlükçü
- inconsistent => yakışsız => tutarsız
- of preference => rüçhanlı/yeğlikli => tercihli, kayırmacı
- negligence => savsama => ihmal
- more properly speaking => daha hakkıyla belirtildikte => daha doğrusu
- arguments => belgitmeler => argümanlar
- languid devotion => tavsayan sofulnessunu => uyuşmuş dindarlığını
- morals => sağ töre => ahlâk, maneviyat
- positive law => mevzu hukuk => pozitif hukuk
- independents => başına buyruklar => bağımsızlar
- strict or austere => imsakçi => yasakçı yahut katı
- actual value => eylemli değeri => fiili değeri
- owner of the ground and owner of the building are two different persons => arsa sahibi iki ayrı kimse ise => arsa sahibi ile bina sahibi farklı kişilerse
- oppression => ezgi => eziyet
- sanımcı => I believe => kanaatimce, inanıyorum ki
- extravagance => hesapsız gidişi => savurganlığı
- doctrine which they inculcate => öğrettikleri inan bağı => telkin ettikleri öğretici
- dared to rebel => başkaldırma ataklığında bulunan => isyan etme cüretinde bulunan
- attacked by no other enemies but the feeble efforts of human reason => insan aklının çelimsiz çabalarının saldırısına => insan aklının çelimsiz çabalarından başka düşmanların saldırısına uğramamış
- most factious and fanatical => en karıştırmacı ve en bağımsız => en fitneci ve fanatik
- it may, perhaps, be worthwhile to remark that => şu sıra belki dikkate değer ki => belki şu noktanın altını çizmeye değerdir ki

Kısaca söz konusu çevirilerde bugün artık günlük dilde pek kullanılmayan, iktisat öğretiminde de tercih edilmeyen karşılıklar sık sık dikkati çekmektedir. Bu tür anlamı pek bilinmeyen veya hemen hiç kullanılmayan kelimelerin tercih edilmesi akıcılığı bozmaktadır. Yukarıda da belirtildiği gibi, örneğin, “level” karşılığı olarak “düzey” veya “seviye” gibi daha doğrusu ya da daha iyisi yerine “kerte,” “improvement” karşılığı olarak “ıslah” ya da “iyileştirme” yerine “bayındırma,” kıymetli maden ölçü birimi olarak “ons” yerine “onça,” “tüketim” yerine “yoğaltım,” “değişilir” yerine “değiş edilir,” “farklı” yerine de “başka başka” gibi karşılıklar verilmektedir. Yine mevcut çevirilerde geçen “savsama, hava oyunu, uslamlama, belgitme, yeğlikli, imsakçi, kesenkes,..” gibi pek çok kavramın bırakın sıradan okuyucuyu, uzman araştırmacılar tarafından bile bilindiği şüphelidir. Bunların bugün günlük dilde kullanılmadıkları ise kesindir. İnsanlar günümüzde bu kavramlar yerine “ihmal, spekülasyon, akıl yürütme, argüman, tercihli, yasakçı, kesinlikle..” demeyi tercih etmektedir. “Liberal” karşılığı olarak bugün kimse “açık yürekli” veya “açık görüşlü” dememektedir. Benzer şekilde, “sikke” yerine “madenî para,” “para ile ödenen” yerine “parasal” veya “nominal” daha tercihe değer, daha yaygın kullanılan ve daha kolaylıkla anlaşılabilir karşılıklardır.⁴

2.2.6. Kapitalizm, Sosyalizm ve Demokrasi’de Çeviri Hataları

Avusturyalı iktisatçı ve siyaset bilimci Joseph A. Schumpeter (1883-1950), I. Dünya Savaşı ertesinde Avusturya Maliye Bakanlığı yapmış, Viyana ve Bonn üniversitelerinde ders vermiş bir ilim adamıdır. Almanya’da Nazi hareketinin yükselmesiyle herkes gibi bilim insanları için de hayatın çekilmez bir hal alması üzerine 1930’ların başında ABD’ye göç etmiş, Harvard Üniversitesi’nde görev yapmış (1932-1950) ve eserlerinin büyük bölümünü burada vermiştir. “Yaratıcı yıkım” kavramını iktisat literatürüne kazandıran, “girişimci” ve “inovasyon” kavramlarını popüler hale getiren Schumpeter’in

⁴ Smith (2020 [1776]), Çevirmenin Önsözü, s. 15-17.

önemli eserlerinden biri de *Kapitalizm Sosyalizm ve Demokrasi*'dir. İlk baskısı 1942'de yapılan, birçok dile çevrilmiş olan bu önemli klasik eser ilk defa 1960'lı yılların ikinci yarısında Türkçe'ye de çevrilmiştir.

İlk baskısı 1966, üçüncü baskısı 1974 yılında yapılmış Türkçe çeviri, orijinali üç ciltlik eserin ilk iki cildini içermekte olup, üçüncü cilt her nedense çevrilmemiştir. Ayrıca çeviri metinde yer yer orijinal metinle bağdaştırılması kolay olmayan farklılıklar ya da çeviri yanlışları dikkati çekmektedir. Yine bu önemli eserin tam, doğru ve anlaşılır çevirisine duyulan ihtiyaç çerçevesinde yayıncının teklifi üzerine bu eser de tarafımızdan çevrilmiş ve 2022 sonlarında yayımlanmıştır. Eser boyunca sayılamayacak kadar çok çeviri hatası, eksiği ya da yanlışlığı mevcuttur. Burada sadece iki örnek vermekle yetinilecektir.⁵

Örnek 1. Orijinal cümle:

Some, however, do not. They suffer eclipses but they come back again, and they come back not as unrecognizable elements of a cultural inheritance, but in their individual garb and with their personal scars which people may see and touch.

Mevcut çeviri:

Buna rağmen, bu eserler arasında bazıları, kayboluş tehlikesi ile de karşılaştıkları halde, insanlığın kültürel hazinesinin belirsiz parçaları olarak değil, fakat herkesin görüp dokunabileceği, kendilerine özgü görünüşleri, derin yaraları ile yeniden ortaya çıkmakta, yaşamaktadırlar.

Bizim önerimiz:

Ama bazıları öyle değil. Geçici olarak karanlığa bürünmekte, fakat geri gelmektedir; üstelik kültürel bir mirasın tanınmaz unsurları olarak değil, insanların görüp dokunabileceği kendilerine özgü kisveleri ve geçmişin izleriyle birlikte.

Örnek 2. Orijinal cümle:

It was not by a slip that an analogy from the world of religion was permitted to intrude into the title of this chapter [Marx the Prophet]. There is more than analogy. In one important sense, Marxism is a religion. To the believer it presents, first, a system of ultimate ends that embody the meaning of life and are absolute standards by which to judge events and actions; and, secondly, a guide to those ends which implies a plan of salvation and the indication of the evil from which mankind, or a chosen section of mankind, is to be saved.

Mevcut çeviri:

Bu bölüme başlık olarak [Mürşit Marx] dini bir terimi seçmemiz, kat'iyen bir dikkatsizlik eseri değildir. Ortada yakın bir benzeşim vardır. Önemli bir görünüşü ile Marksizm bir dindir. Kendisine inananlara ilk planda, hayata anlam veren ve olayları, gelişmeleri değerlendirmek için kesin kriter basamakları kuran bir sistemi sunar. Bunun ötesinde, ikinci planda ise Marksizm, bir kurtuluş yolunu, kötülüğü ortaya koyan gerçeği insanlığa ya da insanlığın seçilmiş bir bölümüne, göstermekte, öncülük etmektedir.

Bizim önerimiz:

Bu bölümün başlığına [Kâhin/Peygamber Marx]⁶ dini bir analoginin sızmasına izin verilmiş olması bir dil sürçmesi değildir. Analogiden daha fazlası vardır burada. Önemli bir açıdan, Marksizm bir dindir. İnananlarına, her şeyden önce, hayatın anlamına ilişkin nihai amaçların yanı sıra olaylar ve eylemleri yargılamak için kullanılabilecek mutlak standartlar içeren bir sistem sunmaktadır. İkincisi de, söz konusu amaçlara dair, tüm insanlığın yahut onun seçilmiş bir bölümünün kendisinden kurtarılması

⁵ Makalenin hacmi dikkate alınarak daha fazla çeviri hatası örneğine yer verilememiştir. İsteyen okuyucu mevcut çevirileri orijinaliyle karşılaştırmak suretiyle çok sayıda başka örnek bulabilir.

⁶ Kasım 2022'de piyasaya çıkmış olan, tarafımızca yapılan çeviride bu konuyla ilgili olarak şu dipnotu düşme ihtiyacı duyduk: Orijinal metinde "prophet" kavramı kullanılmaktadır. Bu kavram Türkçe'de hem peygamber, hem de kâhin olarak karşılanmaktadır. Dini hassasiyeti yüksek, mütebedeyin Müslümanlar açısından Marx'a "peygamber" denmesi tuhaf görünebilir, o olsa olsa bir kâhin olabilir.

gereken kötülüğün ne olduğuna [ve insanlığın ondan nasıl kurtarılabilceğine] dair bir kurtuluş planı içeren bir kılavuz takdim etmektedir.

SONUÇ

İnsanlar farklı renklerde, farklı etnik kökenlere sahip ve farklı diller konuşan varlıklar halinde yaratılmışlardır. Doğal düzen yahut fitrat düzeni farklı diller konuşan insanlar üzerine kuruludur. Bunun kaçınılmaz sonucu olarak tercüme bireyler, topluluklar, milletler ve devletler arasında iletişim kurmanın, haberleşmenin, alışveriş yapmanın ve farklı kültürler ve medeniyetlerin edebi, felsefi, kültürel ve entellektüel birikimlerini insanlığın ortak hazinesi haline getirmenin en temel aracıdır.

Tercüme anadilde eser vermek kadar önemli bir faaliyettir. Başka bir deyişle çeviri bir eser, söz konusu eserin asıl yazarı kadar çevirenin de eseri haline gelmektedir. Bu anlamda tercüme sadece bir dilden diğerine basit bir aktarım değildir. Kaliteli bir tercüme, orijinal eserin başka bir dilde adeta yeniden doğmasıdır. Dolayısıyla tercüme esere sadece yazarının değil, aynı zamanda mütercimmin de bir eseri olarak bakmak gerekir. Bu çalışmada kaliteli bir çevirinin gerektirdiği koşullar irdelenmiş, Türkçe iktisat literatüründe tercüme kalitesi konusunda gözlemlenen bazı sorunlar irdelenmiştir.

Çevirinin nasıl bir yaklaşımla yapılması gerektiği konusunda literatürde başlıca iki görüş mevcuttur. Geleneksel ayrımsalci (contrastive) yaklaşım ana metne sadık kalmaya, modern işlevselci yaklaşım ise hedef kitlenin kültürel özelliklerinin göz önünde tutulmasına öncelik vermektedir. Bize göre kaliteli bir tercüme her iki yaklaşımı da gözetmek zorundadır. Sadece geleneksel yaklaşıma göre hareket edip metne fazlasıyla bağlı kalmak motamot-literal-lafızcı aktarımın sakıncalarını beraberinde getirecek, hedef kitle açısından anlaşılabilirliği zorlaştıracaktır. Buna karşılık tamamen işlevselci bir yaklaşımla ve hedef kitle gözetilerek orijinal metnin ikinci plana atılması bu defa orijinal esere ve yazarına saygısızlık olacak, ana metinle hiç alakası olmayan, mütercimmin kendi öncelikleri ve kişisel tercihlerine göre şekillenmiş bir metin ortaya çıkaracaktır. Daha doğru bir yaklaşım, ifrat ve tefritten kaçınmak, orta yolcu olmaktır. Konumuz bağlamında bunun anlamı, bir yandan orijinal metne sadık kalırken, aynı zamanda da “bu metin hedef dilde yazılmış olsaydı nasıl yazılırdı?” optiğini gözetmektir.

Bu çerçevede kaliteli bir mütercimmin taşınması gereken vasıflar arasında hedef dili iyi bilmek kadar, kendisinden çeviri yapılacak kaynak dili de iyi bilmek; her iki dilin gramatik yapısı ve söz dağarcığı kadar bu dillerdeki deyim, atasözü ve özdeyiş külliyatına da aşina olmak; nihayet, anlaşılmayı zorlaştıran değil, kolaylaştıran bir dil kullanmaktır. Kısaca kaliteli bir çeviri doğru ve anlaşılır; ana metni mütercim veya yayıncının keyfine yahut ideolojik tercihlerine göre eğip bükmeyen, kısaltıp atlamayan, tam ve eksiksiz bir çeviridir.

Türkçe literatürdeki çevirilerde azımsanamayacak sıklıkta bu tür sorunlar göze çarpmaktadır. Bazı çevirilerde orijinal metnin tamamı yerine bir kısmı verilmekte, sözde gerekli görülmeyen bazı kısımlar atlanmaktadır. Bazı çevirilerde çeviri yanlışlarına, olumlu cümlenin olumsuz ya da tam tersine olumlu cümlenin olumsuz olarak çevrildiğine şahit olunmaktadır. Bazen mütercim halkın büyük çoğunluğunun anlamakta zorlanacağı, kullanımı nadir kelimelerle örülü tuhaf bir dil kullanmaktadır. Bazı çevirilerde çevirmenin bizzat kendisinin orijinal metni anlamakta güçlük çektiği anlaşılmaktadır. Çevirmen ve yayıncıların çeviri çalışmalarında bu noktalara dikkat etmeleri Türkçe literatürü kaliteli çeviri yönünden zenginleştirecektir.

KAYNAKÇA

- Acar, M. (2018). *İktisadın Evrensel Yasaları ve Kadim Sorunları*. Konya: Literatürk-Academia.
- Akdemir, S. (2017). *Kur'an'a Dilbilimsel Yaklaşımlar*. İstanbul: Kur'an Araştırmaları Merkezi (KURAMER) Yayınları.
- Doğan, D. M. (2020). *Büyük Türkçe Sözlük*. C.1, 26. Basım, Ankara: Yazar Yayınları.
- Friedman, M. ve Friedman, R. (2021). *Tercih Özgürlüğü*. Çev. Mustafa Acar. Ankara: Serbest Kitaplar.

- Göktürk, A. (1994). *Çeviri: Dillerin Dili*. İstanbul.
- Güttinger, F. Z. (1963). *Theorie und Technik der Übersetzens*. Zürich: Manese Verlag.
- Hönig, H. G. (1998). "Positions, Power and Practice: Functionalist Approaches and Translation Quality Assessment," in *Translation and Quality*. Ed. Cristiana Schaffner. Multilingual Matters: Clevedon.
- Locke, J. (2020). *İnsan Anlığı Üzerine Deneme*. Çev. V. Hacıkadiroğlu, 10. Baskı, Ankara: Serbest Kitaplar.
- Nida, E. A. (1964). *Toward a Science of Translating. With Special Reference to Principles and Procedures Involved in Bible Translating*. Liden: Brill.
- Nida, E. A. (1976). "A Framework for the Analysis and Evaluation of Theories of Translation," in *Translation: Application and Research*. Ed., Richard W. Brislin. New York: Gardner Press.
- Smith, A. (2020 [1776]). *Milletlerin Zenginliği*. Çev. M. Acar. İstanbul: Liberus Yayınları.
- Smith, A. (2014). *Milletlerin Zenginliği*. Çev. H. Derin. İstanbul: T. İş Bankası Kültür Yayınları.
- Smith, A. (2006). *Ulusların Zenginliği 1-2*. Çev. M. Saltoğlu. Ankara: Palme Yayıncılık.
- Smith, A. (2002). *Ulusların Zenginliği 1-2*. Çev. M.T. Akad. İstanbul: Alan Yayıncılık.
- Schumpeter, J. A. (1974). *Kapitalizm, Sosyalizm ve Demokrasi*. Çev. T. Akoğlu, 3. Baskı, İstanbul: Varlık Yayınevi.
- Schumpeter, J. A. (2022). *Kapitalizm, Sosyalizm ve Demokrasi*. Çev. M. Acar, Ankara: Serbest Kitaplar

Extended Abstract

This article discusses the importance of translation quality and critically evaluates some of the translation mistakes observed in the Turkish literature in the field of economics and puts forward some suggestions on what is required for a quality translation. In this context, first the article talks about why is it important to pay attention to the quality of a translation. Then it introduces the two main approaches to translation as to what should be focused on when translating one text from a particular language to another, followed by the main conditions to be satisfied by a translator to be able to create good quality translations. The features of a good quality translated text are also mentioned briefly. In the third section the article critically evaluates the Turkish economic literature in terms of frequently made mistakes by giving some detailed examples from the translated texts. The conclusion summarizes the main arguments and suggestions to improve the translation quality of the literature.

No doubt that translation is one of the main instruments to communicate for people talking, speaking, reading and writing in different languages. It is through translation that different communities, societies, nations and cultures can speak with one another, communicate, and exchange. At the same time, translation help the philosophical, intellectual, political, economic, judicial, social and cultural accumulation produced in different languages become a common treasury of the humanity. It is possible only through a true translation to have true communication, proper understanding, and hence developing true, good and strong relationships, reasoning, judgment, assessment, deductions, and inferences. In other words, quality of translation is important not only for a better communication with respect to political, economic, commercial, material, and financial relations between nations but also immaterial, abstract, intellectual, scientific, and philosophical exchanges as well.

There are mainly two approaches to translation: Contrastive linguistic approach, and functionalist approach. The traditional approach which has a longer history in this respect is the contrastive linguistic approach, which focuses more on the “equivalence” and “loyalty to the original text. The main idea of the contrastive linguistic approach can be summarized as creating the same effect -on the readers of the target language- created by the original text on its own readers, that is those people speaking the language of the original text.

On the other hand, the functionalist approach to translation which has been developed since 1970s focuses more on the target language and understandability of the translation by the targeted readers. Due to the fact that languages have different vocabulary, syntax, grammatical rules and phonetics, according to supporters this approach, it is impossible to create the same effect on the targeted audience, hence they argue that the primary focus should be on the cultural background of the readers in the target language and understandability. Therefore functionalist approach can be thought of a more flexible approach giving more freedom to the translator.

We argue that we don't have to choose one approach entirely over the other when doing translation since both approaches have certain comparative advantages. Loyalty to the original text is a prerequisite for having respect to the work and its author. Disregarding this fact totally would take us somewhere that has nothing to do with the original work, which is unacceptable. On the other hand, a totally word-for-word, literal translation would not reflect the true meaning intended by the author. Therefore, we suggest to take a middle road where one should be loyal to the original text as much as possible while taking into account the syntax and cultural differences of the target language and the readers as well.

One of the biggest difficulties we face in doing translation has to do with the relatively poor vocabulary of the target language. Another difficulty would be not paying enough attention to the understandability of the translated text by the reader. Among the factors which reduces the quality of the translation are, insufficiency of the translator being not able to have enough grasp of both the root and the target languages, too much literalism, using a weird language which is not known and used by the public, and partial translation, i.e. not translating part of the original text. In light of this, we can argue that a good translator should have a good command of the root as well as the target languages, be familiar with the sayings, idioms, and proverbs in both languages. Lastly, a good translator should establish a balance between being loyal to the original text and taking into account the cultural and

linguistic differences between the root and the target languages. Accordingly, a better quality translation should contain the entirety of the original text, i.e. the whole text should be translated, not just a part of it. Last but not the least, the language and style of the translation should obviously be accurate, fluent, and understandable.

There are innumerable high mistakes and problems one would face in the Turkish literature in general, economic literature in particular, including but not limited to some key concepts such as “free goods,” “empirical,” and “understanding.” In the third section of the article several translation mistakes have been listed from some important works by Milton & Rose Friedman (Free to Choose), Adam Smith (The Wealth of Nations), and Joseph Schumpeter (Capitalism, Socialism and Democracy) translated into Turkish. As a last word, it is extremely important to delegate the translation business to competent translators at the first place, followed by a very critical editorial process before publishing the translated works. Taking this business seriously would increase the quality of the Turkish translated literature.

İstanbul Örneğinden Hareketle Bir Arada Yaşama Kültürü Üzerine Kavramsal Bir Çerçeve*

Reyyan AKKAŞ 

Doktora Öğrencisi, Ankara Üniversitesi, İlahiyat Fakültesi, Felsefe ve Din Bilimleri A.B.D. (Din Sosyolojisi) Ankara,
Türkiye
reyyan.dogan@hotmail.com

Makale Bilgileri

Makale Geçmişi

Geliş: 30/11/2022

Kabul: 30/12/2022

Yayın: 31/12/2022

Anahtar Kelimeler:

Bir Arada Yaşama
Kültürü, Çok
Kültürlülük, Uzlaşma,
Hoşgörü, Varoluş, ulus
sistemi

Jel Codes: Z12, Z19,
Z29, Z39

ÖZ

Farklılıkların zenginlik olarak görülebilmesi için farklı fikirler ve kültürel dinamikler, hâkim kültürün ana değer ve özelliklerine saygılı olmak zorundadır. Bir diğer ifade ile farklılıklar kendi değer ve mevcudiyetlerini ifade ederken bir diğer taraftan da bütün bu farklılıklar hâkim kültürün değer ve özellikleri ile uyum içerisinde var olmak zorundadırlar. Her kültürel değer ve yeniliğin bir toplumdan diğerine aktarımının olması aynı zamanda o yeniliğin ihtiva ettiği zihinsel arka plan, değer ve davranışların da taşınmasına neden olmaktadır. Bireylerde inanç ve düşünce hususlarında farklılıkların var olması fitratlarının farklı olmasından dolayı son derece olağan ve beklenen bir durumdur. İnanç ve düşünce farklılığı insanlığın bir gereği olarak görüldüğü zaman ise toplum farklılıkları ile bir arada yaşamayı başaran bir toplum olacaktır. Söz konusu toplum farklılıkları zenginlik olarak görmeye başladığında ise gelişmeye ve ilerlemeye devam eder. Toplum bireyleri inanç, ibadet ve düşünce özgürlüğü hususlarında ortak bir paydada buluştuğunda ve beraber yaşama çabası içerisinde olduğunda gerçek bir uzlaşma meydana gelir ve ancak bu yolla toplumsal birliklilik bozulmadan bir arada yaşama iradesi ile toplumsal sorunlarını konuşabilir hale gelir. Bu yaklaşım içerisinde olan bireyler ise toplumsal ilişkilerinde daha hoşgörülü bir profil ortaya koyarak meselelere çözüm üretebilir. Bu çalışmada, İstanbul Örneğinden hareketle bir arada yaşamının teorik çerçevesi çeşitli boyutlarıyla tartışılmaktadır.

A Conceptual Framework on the Culture of Coexistence Based on the Example of Istanbul

Article Info

Article History

Received: 30/11/2022

Accepted: 30/12/2022

Published: 31/12/2022

Keyword:

Coexistence culture,
multiculturalism,
reconciliation,
tolerance, existence,
nation system

Jel Codes: Z12, Z19,
Z29, Z39

ABSTRACT

In order for differences to be seen as richness, different ideas and cultural dynamics must respect the main values and characteristics of the dominant culture. In other words, while differences express their own values and existence, on the other hand, all these differences have to exist in harmony with the values and characteristics of the dominant culture. The transfer of every cultural value and innovation from one society to another also causes the mental background, values and behaviors of that innovation to be transferred. The existence of differences in beliefs and thoughts in individuals is an extremely normal and expected situation due to their different natures. When the difference of belief and thought is seen as a necessity of humanity, the society will be a society that succeeds in living together with differences. When the society in question begins to see differences as wealth, it continues to develop and progress. When the members of the society come together on a common ground in terms of freedom of belief, worship and thought and are in an effort to live together, a real consensus occurs and only in this way can they talk about their social problems with the will to live together without disturbing the social unity. Individuals with this approach can find solutions to problems by presenting a more tolerant profile in their social relations. In this study, the theoretical framework of coexistence is discussed with its various dimensions, based on the example of Istanbul.

Atıf/Citation: Akkaş R. (2022). İstanbul Örneğinden Hareketle Bir Arada Yaşama Kültürü Üzerine Kavramsal Bir Çerçeve, *Necmettin Erbakan Üniversitesi Siyasal Bilgiler Fakültesi Dergisi*, 4(2): 202-219



"This article is licensed under a [Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/) (CC BY-NC 4.0)"

* Bu makale Prof. Dr. İhsan Çapcıoğlu danışmanlığında yürütülen "Geçmişten Günümüze Bir Arada Yaşama Kültürü: İstanbul Örneği" doktora tez çalışmasından üretilerek hazırlanmıştır.

GİRİŞ

İki veya daha fazla grubun farklılıklarına saygı duyarak ve çatışmalarını şiddet içermeyen bir şekilde çözerek birlikte yaşadığı bir durum olarak tanımlanan “Bir Arada Yaşama Kültürü” yeni bir tanım olmamakla birlikte Soğuk Savaş döneminde yaygın olarak kullanılmaya başlanmıştır. 1980’lerin sonlarında içinde bir arada yaşama politikası, "saldırmazlık, egemenliğe saygı, ulusal bağımsızlık ve içişlerine karışmama" gibi ilkeleri içeren “Barış içinde bir arada yaşama” politikası, ABD ve SSCB ilişkileri bağlamında kullanılmış ve iki güç arasındaki ilişkiyi yeniden çerçevelemek için bir araç olarak geliştirilmiştir. Bir Arada Yaşama Kültürü çeşitli şekillerde (Weiner, 1998: 13-24) tanımlanmıştır:

- Bir arada (zamanda veya yerde) var olmak ve karşılıklı hoşgörü içerisinde var olmak,
- Farkı tanımayı ve farklı yaşamayı öğrenmek,
- Taraflardan hiçbirinin diğerini yok etmeye çalışmadığı kişi veya gruplar arasında ilişki olması,
- Hoşgörü taahhüdü, karşılıklı saygı ve çatışmaları şiddete başvurmadan çözme anlaşması ile etkileşimde bulunmak (Abate, 1997: 58).

Bir arada yaşamının özünde, bireylerin ve grupların sınıf, etnik köken, din, cinsiyet ve siyasi eğilim gibi çeşitli şekillerde farklılık gösterdiğinin farkındalığı vardır. Bu grup kimlikleri, çatışmaların nedenleri olabilir, çatışmaların nedenlerine katkıda bulunabilir veya çatışmalar gelişip tırmandıkça katılabilir. Bununla birlikte, bir arada yaşama politikası, kimlik grubu farklılıklarının zarar verici veya inatçı bir çatışmaya dönüşme olasılığını azaltır (Khaminwa, 2003: 87). Diğer taraftan tarihsel süreç içerisinde mevcut çatışmalar, medeniyetler ve toplumlar arasında var olan farklılıklar arasındaki mesafenin açılarak bir diğerine yaşam şansı bırakmak istememesi temelinde olmuştur. Özü itibari ile saygı, hoşgörü ve iyi niyet gibi güzel hasletleri barındırması beklenen medeniyet kavramı da tarihsel süreç içerisinde önemli bir değişim ve dönüşüm geçirerek farklı boyutlara evrilmiştir. Bu çerçevede Anadolu kültürü ve özellikle İstanbul örneği farklı kültür ve değerlerin birlikte, saygı ve hoşgörü iklimi içerisinde var olduklarının en bariz göstergesidir (Çapcıoğlu, 2012: 39-43). Medeniyetlerin her geçen gün daha da yakınlaştığı dünyamızda ilişkilerin barış ve özgürlük temelinde yeniden düzenlenebileceği yeni alternatif arayışlarının olduğu bir dönemde bugün özellikle Yahudi, Hristiyan ve İslam medeniyetlerinin barış içinde yaşadığı, hala anlaşılamayan ve aşılamayan Osmanlı tecrübesinin hatırlanması, bizi bu araştırmaya motive eden temel dinamikler olmuştur. Hz. Peygamber’in Medine örneğinden hareketle çıkış noktasını merkeze alan Osmanlı Devleti, yüzyıllar boyunca farklı medeniyet ve toplumları bünyesinde barındırarak farklı kültür ve dinlerin saygı ve hoşgörü içerisinde bir arada yaşamalarına imkân sağlamıştır. Osmanlı’da devletin gücü ve özgürlük arasında doğrudan bir bağlantı bulunmuştur. Devletin gücü ve refah seviyesi arttıkça azınlık olarak adlandırılan toplumlar da maddi ve manevi olarak çeşitli imkanlar elde etmişlerdir. Osmanlı Devleti gerek kendi topraklarındaki gerekse yeni fethedilen topraklardaki halkları hiçbir zaman baskı ile İslamlaşmaya zorlamamış ve her grubun dini inanç ve ritüellerine rahat ve özgür yaşamalarına imkân veren kurumları inşa etmiştir. Tarihsel veriler incelendiğinde barış ve hoşgörü içinde bir arada yaşanan örneklerin başında Osmanlı tecrübesinin geldiği görülür. Osmanlı himayesinde yer alan milletlerin inanç ve gelenekleri hiçbir zaman göz ardı edilmemiş, İslamlaştırılmaya zorlanmamış ve barındırdıkları farklılıklar kültürel zenginlik ve çeşitlilik olarak görülmüştür. Yaygın düşünce ve algının aksine seküler sistemin eşitlik ve özgürlük ilkelerinin belirlemiş olduğu alanların daha fazlasına İslam şiar ve perspektifi temelinde hareket eden Osmanlı barış ve hoşgörüsü İstanbul’da farklılıkların bir arada yaşamasına sayısız örnekler sunmaktadır. Bununla birlikte şu hususu belirtmek gerekir ki genel olarak İslam toplumlarında dinler, mezhepler, kültürler yan yana ve belli sınırlar içerisinde yaşamış ve İslam toplumlarının temel özelliklerinde olduğu gibi Osmanlı toplumunda da temel öncelik Müslümanlar, kamusal alanı şekillendiren ana unsur ise İslamiyet’in temel değerleri olmuştur. İslam Hukuku’nu uygulayıp yer yer de Örfi Kanunlar çıkaran

Osmanlı Devleti, ülke ahalisini de İslam Hukuku'nun prensip ve değerlerinden hareketle "ırk ve dil esasına göre değil, düşünce ve inanç temeline" uygun olarak teşkilatlandırma yoluna gitmiştir. Millet Sistemi olarak adlandırılan bu düzen İstanbul'un fethinden sonra yürürlüğe girerek ülkede yaşayan toplulukları din veya mezhep esasına göre teşkilatlandırmıştır. Bu bağlamda İstanbul örneğinden hareketle bir arada yaşama kültür ve tecrübesi geçmiş ve günümüz arasındaki bağlantı göz önünde bulundurularak incelenecektir.

1. BİR ARADA YAŞAMA KÜLTÜRÜNÜN FELSEFİ VE SOSYOLOJİK TEMELLERİ

İspanyolca "convivencia" kelimesinin tercümesi olan ve Türkçede "bir arada yaşama" ya da "birlikte yaşam" olarak kullandığımız kavram İngilizcede "coexistence" kelimesi ile karşılanmıştır. İlk olarak İspanyol araştırmacı Menendez Pidal tarafından kullanılan "bir arada yaşam" sözcüğü benzer dönem içerisinde birden fazla ifade etme biçiminin mevcudiyetini anlatmak için kullanılmıştır. Bir arada yaşama kültürü günümüzde gerekliliğini en çok hissettiğimiz ve insan fitratına uygun olarak huzurlu ve güvenli bir toplum oluşmasında önemli bir rol oynayan bir olgu olup bireyin ve toplumun kendisini diğerinden tamamen ayırıştırmadan ve birbirlerini düşman unsurlar olarak görmek yerine belli ortak noktalar üzerinde bir araya gelmeleri şeklinde de ifade edilebilir. Bu şekilde tanımlanan bir arada yaşama kültürü, farklılıklardan daha ziyade ortak zemin oluşturma gayesi taşımaktadır. Aynı zamanda "bir arada yaşam" farklı dinler arasındaki ilişkiler ile birlikte farklı etnik unsur, anlayış, mezhep ve kültürler arasındaki ilişkileri de kapsayan bir içeriğe sahiptir (Ünal, Özdemir, Yazıcı, 2015: 160). Günümüz dünyası bilim, teknoloji, bilişim ve iletişim alanında gerçek üstü bir gelişme elde etmiş ve söz konusu alanlarda elde edilen gelişmeler mesafelerin ortadan kalkarak, zaman-mekân mefhumlarını da göreceli bir hale getirmiş ve karşımıza kültürlerarası etkileşimin son derece hızlı olduğu bir profil çıkarmaktadır. Çağın doğal gerçeği olan zorunlu göçler ve daha rahat hayat arayışları insanları farklı ülkelerde yaşamaya sevk etmiş ve doğal olarak ülkeler, kültürler ve dinler arasındaki iletişim de artarak farklılıkların bir arada yaşamaları elzem bir duruma gelmiştir. Bu söz konusu duruma hiç kimsenin duyarsız kalması mümkün olmamakla birlikte önemli olan unsur asli değer ve kimlikleri kaybetmeden "biz olabilmek ve biz kalabilmektir." Zira modern dünyanın birçok bölgesinde insan haklarına ihlaller yaşansa da her insanın doğuştan sahip olduğu temel hak ve özgürlüklerin önündeki en temel çıkmazın "farklılıklara tahammül edememe ve farklılıkları tehdit unsuru" olarak görme eğiliminin olduğunu ifade edebiliriz. Canlılar arasında akıl ve irade sahibi tek varlık olan insan, toplum içindeki ilişkilerin, olguların ve süreçlerin öznesi olması ile diğer canlılardan üstün bir konuma sahiptir. Bu özelliği ile insanın evrendeki statüsü ve yetkisi ile diğer varlıklar karşısında üstünlük kazandırmıştır. Bu kapsamda insanın varlığı karşısında her şey birer nesne olup din, kültür, iktidar, mülk, maddi ve manevi unsurların hepsi insanın özgürlüğü ve mutluluğu için birer araç olarak görülmektedir. Dolayısıyla insanı merkeze almayan, onu birincil amaç olarak görmeyen hiçbir düşünce ve eylemin meşru olarak görülmesi mümkün olmamakla birlikte insan merkezli bu bakış açısının yalnızca kendi toplumuma, milletine ve dindaşına layık görülerek diğer insan ve toplumlardan esirgemek de insanın var oluş amacına ters bir davranıştır. Zira insan merkezli bir vatandaşlık anlayış ve değerlerinden beslenen bu anlayışın temelinde insanı yüceltmek söz konusudur. Bu özelliklerden beslenen birlikte yaşama kültürü insanı insanla tamamlama ve bütünlüme ve başkasını ya da ötekini saygıya değer bulmak ve çokluk içinde bir olmak olarak tanımlanmaktadır. Bu tanım insana, topluma, devlete ve doğaya insani olanın bakış açısından bakma ve toplumdaki farklılıkların birbirlerini karşılıklı yok etmek yerine birbirlerini tamamlamalarını sağlayacak bir zihniyet dönüşümüne imkân vermekte ve imkân veren bir dönüşümü içermelidir. Söz konusu farklılıkların hepsini ya da kısmen ortadan kaldırılması ya da farklılıkların birbirine benzetilmesi yolundan ise bu farklılıkların renk ve kültür mozağine dönüştürülerek toplumsal entegrasyonun sağlanması ile mümkün görünmektedir. Bir arada mevcudiyetini sürdürme; hedefler, değerler, ideoloji, din, ırk, milliyet, etnik köken, kültür ve diğer alanlarda olabilen farklılıklarıyla birlikte diğer grubun

varlığında tanınma anlamına gelmektedir. Bu tanıma, grupların barış içinde var olmak ve yaşamak için aynı haklara sahip olduğunu ifade eder ve aralarındaki farklılıkların meşruiyetini kabul eder. Bu tanımda ayrıca, grupların, daha sonra şiddet içermeyen yollarla çözülen ihtilafları ve şikayetleri dile getirmelerinin meşruiyetinde de bir kabul bulunmaktadır (Şentürk, 2014: 56-57).

Bir arada yaşama kültürü, kökeni tarihsel ve sosyal tecrübelerden gelen norm ve değerler etrafında gerçekleşir. Bir arada yaşama kültürü için zorunlu fakat yeterli bir unsur olmayan söz konusu normlar, dini, kültürel, toplumsal anlam ve öğeler tarafından oluşmaktadır. Toplumun hakiki manada bütünsel bir dinamik olabilmesi için aynı zamanda görev, sorumluluk ve yetkilendirmelerin işlevsel çalışmasına bağlıdır. Aksi takdirde söz konusu görev, sorumluluk ve yetkilerin işlevsiz olduğu bir toplumda normlar; kural dışı bir hal ve durum ile toplumsal hayatın tahrip olmasına yol açar. Endüstrileşme, şehir hayatı, bireyselleşme, rasyonalizm ve seküler hayat şartlarının birbirini etkilediği ve olumsuz etki ve yansımalarının var olduğu günümüz sosyal hayatı ciddi anlamda etkilenmektedir. Bu kapsamda norm ve değerler bağlayıcılık özelliğini kaybettiğinde, toplum görev ve sorumluluklarında birbirlerinden ayrırmakta ve değişim ve adaptasyon hususlarında daha fazla zorlanmaktadır. Bununla birlikte kavram ve olgular sosyalleşme sürecinde bireyin temelde aile, eğitim, sosyal çevre, kültürel faktörler ve iletişim araçları üzerinden öne çıkarılan tercih ve eğilimleri ile şekil almaktadır. Bu tercihlerin sosyalleşme ile uyumsuz bir hal alması bir arada yaşama kültür ve yönelimin doğasının bozulmasına yol açmaktadır. Bu hususta söz konusu tercihlerin sosyalleşme sürecinde geçirdiği aşamalar da önem arz etmektedir. Dolayısıyla kavram, olgu ve değerlere bağlı olarak gelişen ve içselleştirilen toplumsal davranışların doğru anlaşılması kadar ve bu davranışlar ile kurulan iletişimin düzey ve olgunluğu bir arada yaşama kültürünün minimal şartlarını etkileyebilmektedir. Toplum içerisinde yer alan grupların ve üyelerin birbirleriyle uyumlu bir birliktelik ya da bütün olabilmelerini sağlayan en önemli koşul “ortak paylaşımların” olmasıdır. Söz konusu ortak paylaşımlar tarihsel ve kültürel mirastan gelebildiği gibi en asgari seviyede ortak bir alan paylaşımına değin farklı unsurlar içerir. Diğer taraftan tam ve bütüncül olarak toplumsal bütünleşmenin olabilmesi için asgari düzeyde fikir birliğinin olması gerekmektedir. Bu fikir birliğinin olmaması halinde toplumsal bütünleşme iç ya da dış etkenlerden kaynaklanan nedenlerden dolayı tehlike içerisinde olabilmektedir. Bununla birlikte mikro/makro ırkçılık ve fanatizm, biyolojik/genetik esasların kültürel hususların önüne getirilmesi, etnosantrizm, kendisinden farklı özellikte olanları dışlama ve kendinden uzakta tutma ve farklılıkların kutsallaştırılarak milli bilinçle sahip olmak yerine “biz” duygusunun hissedilmesi gibi faktörler sosyal bütünleşmenin önündeki engeller olarak sayılabilmektedir. (Galtung, 1996: 62)

2. BİR ARADA YAŞAMA KÜLTÜRÜNÜN İSLAMİYET’TEKİ YERİ VE ÖNEMİ

İslamiyet başta olmak üzere bütün semavi dinlerin temel gayesi bireylerin hak ve özgürlüklerini koruma altına alarak barış, huzur ve güven içerisinde yaşanan dünyayı inşa etmektir. Diğer bir ifade ile dünyayı esenlik merkezine dönüştürmektir. Bu kapsamda İslamiyet’in yaklaşık 1400 yıllık tarihi tecrübesi ve sürecinde bireylerin ve toplumların barış, huzur ve güven ortamında esenlik içerisinde ve bir arada yaşamalarına imkân veren sayısız ve emsalsiz örnekler bulunmaktadır. “Dinde kardeş, yaratılıştaki eş olma” bilinç ve inancı bu örneklerin yaşanmasında önemli bir referans noktası olmuştur. Hz. Peygamberin kısa bir zaman içerisinde cehalet ve nefret toplumunu sevgi ve muhabbet toplumuna dönüştürmesi üzerinde çalışma yapılması gereken konular arasında yer almaktadır. Geçen tarihsel ve sosyal süre zarfında, zaman zaman kırılğan durumlar tecrübe edilmiş olsa da genel olarak İslam toplumlarında farklı kimliksel unsur ve dinamikler belirgin bir anlayış ve normlar etrafında bir arada ve ahenk ile yaşamlarını sürdürme gelmişlerdir. Özellikle yaşadığımız Anadolu coğrafyasında emsalsiz örnekler bulunmaktadır. Zira şu an yaşadığımız dünyada dil, din, etnisite ve coğrafya ayrımı yapmaksızın ve hiç kimseye öteki sıfatı takmadan, her bireyin hakkına saygı göstererek bir arada ve birlikte yaşamak toplumsal barışın sağlanmasında önemli bir kıstastır (bkz. Çapcıoğlu, 2017). Diğer

tarafından bugün İslam coğrafyasının birçok yerinde çatışma ve kaoslar yaşanmakta ve masum sivillere insani olmayan muamelelerde bulunmaktadır. Aynı zamanda ülkemizde de farklı gerekçelerle son yıllarda göçler yoğun olarak gerçekleşmektedir. Söz konusu göçler ile özellikle metropollerde farklı etnik ve dini kökenden birey ve gruplardan oluşan yeni bir sosyal yapı ortaya çıkmaktadır. Yeni sosyal yapı ile bireylerin bir arada yaşama kültürü istek ve iştihakında bir düşüş ve duyarsızlık söz konusu olabilmektedir. Oysa sosyal huzur ve uyumun en temel şartlarından biri başkasının fikir, inanç ve ritüellerine saygı duyarak, hak ve hukukuna riayet ederek ve bütün bunların sürdürebilmek ile mümkün olmaktadır.

Zira modern dünya artık salt Doğu- Batı ve İslam ve semavi dinler arasında kurgulanan bir platform ötesi bir duruma geçmiştir. İçerisinde bulunduğumuz modern çağ farklı anlayış ve unsurların bir arada yaşadığı sistematik üzerine kurulmuştur. Bu katmanlı yapıyı dikkate alan bir bakış açısı ile bir arada yaşamının imkanının bu çalışma kapsamında farklı bir arada tecrübeleri ile tartışılması amaçlanmaktadır. Kin ve hasımlığın yerini şefkat ve adaletin, husumetin yerini dostluk, rıyanın yerini samimiyet ve hasar gören insan onur ve değerinin yüceltilerek bir arada yaşama kültür ve bilincinin yeniden inşa edilerek toplumsal pratiğe kazandırılması en büyük temennimizdir. Bununla birlikte bir arada yaşama kültürünün en önemli hususlarından birisi hem hukuki boyutu hem de ahlaki boyutu olan bireylerin özgürlüğü ile ilgilidir. Birçok felsefeci, din adamı ve mutasarrıf tarafından tartışılan bir konu olan “özgürlük” tanımı, Nurettin Topçu’nun ifadeleri ile *bireylerin insanı kötülüğe sevk eden tüm asabiyetlerden sıyrılması* olarak ifade edilebilir. Zira tüm asabiyetler, aile içerisinde yer alan asabiyet aile arası kavgaya, uluslararasıda yer alan asabiyeler ise dünya savaşına götürür, birey ve toplumları çatışma ve kaosa götürmektedir. Milli boyutta yer alan asabiyetlerin ulusal çatışma ve kaosa neden olduğu gibi, dinler arasındaki asabiyetlerde dinler arası savaş ve gerilimlere neden olmaktadır. Bundan dolayı gerçek manada özgür ve hür olan, tüm asabiyetlerden kurtulan birey ve toplumlar, bir arada yaşama kültür ve hukuku inşa edebilenlerdir. Özgürlüğün bulunmadığı yerde Rumi’nin ifadeleri ile “*Ne Müslümanlığa ne de kafirliğe yer var orada*” toplumsal barış ve refah ortamı bulunmamaktadır. Bu ifadeler ile bir arada yaşama kültür ve hukukunun inşasının en temel yollarından biri özgür olmaktır. Kuran ve İslami referansları açısından bir arada yaşama hukukuna “öteki/ötekiler” ayrımının kimlere karşılık geldiğinin açıklanması ile başlanması gerekmektedir. Çünkü “öteki ya da ötekilerin” açıklanması “biz” bilincinin oluşması açısından önem arz etmektedir. Ötekileştirme ve öteki arasındaki kapsam farkının siyasi-stratejik bir konu mu yoksa ontolojik ya da pragmatist bir mesele mi olduğu önem arz etmektedir. Bununla birlikte İslami referanslardan hareketle kimliklerin tanım ve tespit edilmesi kadar, modern zamanlarda “öteki ya da ötekileştirme” olarak ifade edilen kavramın ilahi vahyin önderliğinde nebevi bir tecrübenin karşılığının olup olmadığı ve Kur’an’da öteki olarak kategorize edilen grup ya da gruplar mevcut ise aynı zamanda bu hususun da hangi amaç ve nedenlere dayandırıldığının açıklanması hiç şüphesiz önem arz etmektedir. Aynı zamanda İslam’ın Müslümanlar ve diğerleri ve bir arada yaşama kültürü ile ilişkilendirerek kurduğu irtibatın hangi dinamikler üzerinde kurduğu hususu da ayrıca önemli bir husustur. İslam’ın başlangıç dönemlerine kadar giden süreçte politik ve sosyal çekişme ve çalkantıların modern zamanlara yansımaları, özellikle çok derin itikadi yönde olan çekişmeleri zaman zaman daha da derinleştirmesi suretiyle Müslümanların kendi aralarında ve ötekiler ile bir “iç öteki” üretmeleri bir arada yaşama kültür çaba ve imkanını derinden yaralamaktadır. Yüzyıllar boyunca istemli ya da istemsiz bir şekilde üretilen bu ötekileştirme meselesi maalesef günümüz zamanlarında farklı şekilde görülmektedir. Gerek İslam dünyasının çeşitli coğrafyalarında gerek de farklı bölge ve ülkelerde şiddetin farklı türleri söz konusu ötekileştirme meselesinin can sıkıcı boyutlara geldiğini aşikâr etmektedir. Bununla birlikte Müslümanlar için kafir veya müşriklerin asıl, Yahudiler ve Hristiyanların ise geçici ötekiler olarak da ifade edilmiş olsa her iki konumlandırmanın sonuç olarak öteki olmadığını belirtmek gerekmektedir. Zira İslam düşünce ve tarihsel arka planında varlığı, mümkün ve mecburi parçalara bölünme yaşamadan önce bir hakikat olarak elde bulundurarak mecburi ve mümkün olanı iki parçası varsaymak şeklinde Hak ile Halkın izafet bağı ile

irtibatlandırılması ve Allah-Kul münasebetleri başta olmak üzere birlik-çokluk meselesi, irade, özgürlük, imani ve itikadi konular üzerinde sistemli düşünceler ortaya koyan “vahdet-i vücud” anlayışından “alem-i şuhud (bilinen ve görünen alem)” anlayışına kadar olan birbirinden farklı zaviyeler bulunsa da genel olarak “tevhid” inancının sarsılmasına neden olacak bir ötekileşme ya da öteki bulunmamaktadır (Hamidullah, 1987: 212-213).

3. BİR ARADA YAŞAMA KÜLTÜR VE TECRÜBESİNİN SOMUT ÖRNEĞİ OLARAK İSTANBUL

Toplum farklı birey, kültür, din, kimlik ve yaşam tarzlarını içinde organik olarak barındıran bir bütündür ve bu özelliği ile de “farklılıkların ve bütünlük fikrinin” en önemli tamamlayıcısı ve gelişmesine ortam sağlaması açısından çok önemlidir. Dolayısıyla farklılıkların bir “değer ve erdem” olarak görülmediği bir yerde toplumun varlığından söz etmek mümkün değildir. Bu çerçevede hangi ilke ve değer farklılıkların doğal olarak var olduğu toplulukları “toplum” düşüncesi içerisinde “ortak ve bir arada yaşama kültürü” etrafında toplanabilmesi ve aynı zamanda farklı etnik ve dini aidiyetleri içinde barındıran çoğulcu sosyal yapıların hangi sistematik prensipler ve değerler üzerinden inşa edileceği fikri bir o kadar önem arz etmektedir. İslam kültür, medeniyet ve mirasının bu konulara örnek olacak sayısız tecrübelerle sahip olduğu bilinmektedir. Nitekim Müslüman toplumlara başkentlik yapan şehirler, İstanbul başta olmak üzere, tarihin hiçbir döneminde salt bir kültür ve etnik yapının merkezi olmayarak farklılıkların bir değer ve zenginlik olarak tasavvur edildiği, pratik ve kurumsal hayatın bu ekseninde yansıma bulduğu merkezler olmuşlardır. Tarihsel süreç içerisinde her ne kadar zaman zaman birtakım kırılmalar, dönüşümler ve problemler yaşanmış olsa da Osmanlı, geniş bir coğrafyada birçok farklı etnik ve dini grupların bir arada ve emniyet içerisinde belirli bir anlayış ve hukuk çerçevesinde bir yaşam sunmuştur. Aynı şekilde Anadolu, bu konuda çok güzel ve özgün örnekler ortaya koymuş, Mevlana’lar, muhabbeti insan var oluşunun odağına yerleştiren Hacı Bektaş’ı velilerin yetişmesine olanak sağlamıştır. Osmanlı toplumunun çoğulcu ve farklılıkları zenginlik olarak gören ilke ve anlayışı ile gayrimüslimler 15. yüzyıldan itibaren önemli hak ve ayrıcalıklar elde etmişlerdir. Bugün dahi inancım odur ki bir arada yaşama kültürü hususunda yaşanan kırılmaların çarelerini ararken başvuracağımız temel referans bir arada yaşama kültürü ve tecrübelerin özgün sayısız örneklerin sunulduğu “kültür ve geleneklerimizdir.”

İstanbul geçmişten günümüze olan tarihsel tecrübeye farklı dini, etnik ve kültürel grup ve aidiyetlerin rahat ve emniyet içerisinde yaşadığı önemli bir merkez olmuştur ve bugün de bu özelliğini sürdürmektedir. O dönemde birçok ülkenin göçmenleri ülkelerine kabul etmeyip kabul etse dahi sayısız bahane ve zorlama ile bir süre sonra onları ülkelerinden kovsalar da Osmanlı İmparatorluğu dini, ırkı, soyu, köken ve gelenekleri farklı topluluklara kucak açarak ülkesine kabul etmiştir. Ülkeye gelen göçmenler de gerek devletin gerek de halkın göstermiş olduğu saygı ve hoşgörü ile kısa zaman içerisinde yeni çevreye uyum sağlamışlar, devlet içerisinde de idari önemli vazifeler de bulunmuşlardır. Osmanlı idare ve himayesinde, Türk geleneğinde bulunan başka kültür ve dinlere saygı, İslamiyet’in gayrimüslimler için tanıdığı zımni hukuk ile birleşerek en geniş alanını bulmuştur. Prof. Dr. Kemal Karpat’ın ifadesiyle Osmanlı’nın kurduğu sistem, asla bir hükümdarın, keyfi olarak kurmuş olduğu bir sistem değildir. Bu sistem, kaynakları İslam dinine dayanan diğer dinleri eşit görme, onları birer semavî din kabul etme prensibine dayanmaktadır. Prof. Dr. Halil İnalcık ise Osmanlı fetihlerinin “yalnız kılıç ile olmayıp daha çok sözlük anlamı gönül alma, gönül çelme olan “*istimal*” denen uzlaştırıcı ve hoşgörülü politika neticesinde gerçekleştirildiğini ifade ederek Osmanlı’nın topraklarında ya da dışında yaşayan gayrimüslimlere gösterdiği hoşgörü ve saygıdan söz etmiştir. Osmanlı-İstanbul bir bakıma, Endülüslü Müslüman Egemenliğinden yaklaşık altı yüzyıl sonra da farklı olanların “Bir Arada Yaşama Kültür ve Tecrübesi”nin somut bir örneğini, fiilen uygulayan bir ülke ve toplum olarak tarihe

not düşmüştür. Bugün de Türk toplumu olarak tarihten gelen tecrübe ve miras ile İstanbul'da farklı din ve kimlikler bir arada yaşamaya devam etmektedir (Sarıçam, 2003: 12-13).

Osmanlı devlet sisteminin en göze çarpan özelliği tebaasına hoşgörülü bir tutum içerisinde olmaları olmuştur. Özellikle Hristiyan topluluklarda yerel diller, dinler ve idari yapılanmalar korunarak, kilise ve ruhani önderler ile anlaşmalar sağlanarak vergi konusunda da imtiyazlar sağlanmıştır. Bulunduğu tarihsel dönem ve koşullarda farklı inanç gruplarına göstermiş olduğu bu hoşgörülü tavır ile ilerleyen süreçlerde bu inanç sahiplerinin din değiştirerek Müslüman olmalarına ortam ve zemin oluşturmuştur. Osmanlı Devleti'nin tarihin hiçbir döneminde uygulamış olduğu politika ve yöntemler arasında asimilasyon olmamış, baskı ve zorlama ile Türkleştirmeye ve İslamlaştırmaya çalışmamıştır. Zaten bunun aksi olsaydı hüküm sürdüğü coğrafyalarda farklı dillere, din ve inanç gruplarının mevcudiyetleri bulunmazdı. Örneğin Balkan coğrafyasında bulunan Türk ve Müslüman olmayan toplumların o döneme değin yaşadıkları tarihsel ve sosyal süreçte en güven ve hoşgörülü dönemlerini yaşadıklarını ifade eden bilgilere rastlanmaktadır. Osmanlı'nın özellikle hâkimiyet sağladığı XIX. yüzyıl sonlarına kadar hiçbir alan ve konuda aksi bir eylem ve politika ile karşılaşmadığı da ifade edilmektedir. Şayet böyle bir söylem ve uygulamaya rastlansaydı Osmanlı'nın hâkimiyet kurduğu Balkan ve diğer coğrafyalarda barış ve güven ortamının tesisi mümkün olmazdı. Barış ve huzuru tesis eden Osmanlı Devleti'nin muvaffak olmasında elbette bazı unsurlar ön planda yer almaktadır. Bu unsurlar şu şekilde sıralanabilir:

- Osmanlı'nın güçlü bir devlet ve idari teşkilatlanmasına sahip olması,
- Sahip olduğu bu yapılanma ve teşkilatlanmayı baskı ve zora kullanma prensiplerine değil, tamamen şefkat ve hoşgörü prensipleri ana hatlarına kurmuş olması,
- Kurmuş olduğu bu sacayaklarının ise doğal bir yansıması olarak Osmanlı'nın nüfuz ettiği her alan ve sahada yerel değerlere son derece saygı göstermesi ve "insanı" her zaman değerli görmesi etkili olmuştur.

Osmanlı toplumunda millet sistemi, bireylerin toplumdaki konumlarını belirgin hale getiren iki temel unsur olan "*din ve inanç*" esasına dayanan ve dolayısıyla da din veya mezhep temelli idari ve sosyal yapılanmayı ifade etmekte idi. Osmanlı Devleti'ne göre kategorizasyon inanç ve din temel alınarak yapılmış, Müslüman olan ve olmayan şeklinde yapılan genel sınıflandırma ise toplum algısını oluşturan ve şekillendiren bir husus olmuştur. Bu çerçevede Osmanlı'nın gayri Müslimlere birçok alan ve boyutta hak ve özgürlükler tanıdığını daha önce ifade etmiştik. Gayrimüslimlere devlet idari yapılanmasında görevler verilmiş, özellikle tercümanlık, hekimlik, cerrah ve mimarlık gibi meslek gruplarında istihdam alanları açılmıştır. Askerlik vazifesinden de muaf tutularak birçok alanda geniş imkânlar elde etmişlerdir. Bununla birlikte Müslümanlar gibi devletin sosyal imkân ve yardımlarından da yararlanma imkânı elde etmişler, hastalık, iş göremezlik ve engellilik gibi durumlarda da vergiden muaf tutulmakla birlikte devletten yardım alma imkânları da olmuştur. Ayrıca bu imkânlar ile birlikte Türk vakıfların kültürel ve sosyal alanlarda sunduğu bütün hizmetlerden de yararlanma imkânları elde etmişlerdir.

Osmanlı İmparatorluğu dini farklılık ve çeşitlilik açısından renkli bir görüntüye sahipti. Günümüzde ise Türkiye toprakları bugün dahi, dünyada eşine az rastlanacak şekilde dini açıdan çok çeşitlidir. Osmanlı'da inanç ve ibadet özgürlüğü bakımından temel dayanak ve kriterler hiç kuşkusuz Kur'an-ı Kerim tarafından koyulmuştur. Medine Vesikasında yer alan maddelerden yola çıkılarak gayri Müslimlere yönelik inanç ve ibadet özgürlüğü net bir şekilde ortaya koyulmuştur. Osmanlı, İslam kültürü ve geleneğinden hareketle Ehl-i Kitaba her dönemde hoşgörü içerisinde davranışlarda bulunmuş, ödemekle yükümlü oldukları vergilerin ödenmesi koşulu ile ibadetlerinin gereklerinin yapılmasına müsaade etmiştir.

Osmanlı, hâkimiyeti altında bulundurduğu gayrimüslimler ile zimmet anlaşmaları yaparak eman vermek sureti ile hukuki ve idari ilişkilerini de devam ettirmiştir. Fakat bu temel dayanaklar ile birlikte Osmanlı Devleti'nin uygulamış olduğu bu yöntem ve politikaları diğer İslam devletlerinden ayıran

özgün uygulamalar da bulunmaktadır. Bilhassa İstanbul'un fethi ile birlikte teşkilatlanma açısından ve diğer açılardan gayrimüslimler ile ilişkilerin belirli bir düzene koyulmasında İslam hukuku ilke ve hükümlerine son derece bağlı olunarak din ve ibadet özgürlüğü çerçevesinde gayrimüslimlere geniş bir alan bırakılarak merkezi idare ve otoritenin de güç anlamında kontrolü elinde tutarak, toplumsal güven ve ehemmiyetin de sağlanması sureti ile gayrimüslimlerin toplumsal yapı ile uyumlu olacak şekilde sistematik kurulmasının belirli mekanik kodlar ile sağlanmasının önü açılmıştır. (Kenanoğlu, 2017: 53-54)

Devlet, din adamlarına ve dini kurumsal yapılanmalara son derece saygı göstermiş ve bunların da korunması hususunda hassas davranmıştır. Gayrimüslim cemaatlerin de bu hassasiyeti hiçbir tarihsel dönemde devlet otoritesinin kaybolmasına veya "otonom cemaat" oluşumlarına izin verme şekli ile gerçekleşmemiştir. Genel olarak devlet, gayrimüslimlerin ayin ve ibadetlerini rahat bir şekilde icra etmelerine engel olmadığı ve bu uygulamaları ise İslam hukukunun izin vermiş olduğu ilkeler ve hükümler çerçevesinde gerçekleştirilmesine müsaade ettiği görülmektedir.

Özellikle Tanzimat'tan sonra da ortaya çıkan ve Osmanlı toplumu içerisinde gayrimüslim toplulukların yapılandırılan hukuki metin ve kayıtlarda da yukarıda sözünü ettiğimiz yapının esas olarak değişmediğini ancak kısmi olarak birtakım pratiksel değişikliklere uğradığı görülmektedir. (örn: çan çalma yasasının kalkması gibi.)

4. GEÇMİŞTEN GÜNÜMÜZE BİR ARADA YAŞAMA KÜLTÜRÜNDE ETKİLİ OLAN DEĞİŞKENLER

Farklılıklar ile birlikte bir arada yaşama gerekliliği, günümüz toplumlar için en önemli beceriler arasında yer alıp çok önemli bir gerekliliktir. Farklılıklar ile birlikte var olabilmek, mevcudiyetleri muhafaza edebilmek, yani bir arada yaşama kültürünü inşa edebilmek, küreselleşen dünya toplumları için de zorunluluklar arasında yer almaktadır. Fergeson'un ifade ettiği gibi çokkültürlülüğün temel esaslarından biri, farklı kültürler içerisindeki çeşitliliğin iyi olarak algılanarak ve o kültürlerin doğaları gereği bir kültüre ait olmanın, birey olmanın önemli bir parçası olarak anlaşılmasıdır. Ben de acizane Fergeson'un bu ifadelerine şu eklemeyi yapmak istiyorum; farklılıklar içerisinde bir arada var olmak gerek bireyin kendini gerçekleştirme gerek de toplumların zenginleşerek birbirlerine değer katması küreselleşen dünyanın önemli bir diğer özelliğidir. Bu çerçevede bir kültürel unsur ve değer kendi kültürü ile olan ilişkisi diğer kültürler ile olan etkileşimini ve iletişimini belirlemektedir. Kendi bünyesinde bulunan çeşitliliklere zenginlik olarak bakmayan çoğulcu bir anlayış, diğer kültürlere de farklı bir perspektiften bakamaz ve onları menkul bir değer olarak göremez düşüncesindeyim. Bir arada yaşama kültür modelinin ve çokkültürlülüğün egemen olduğu bir düşünce yapısı, toplumun bütünlüğünü, o güne değin dışlanan ve toplumun dış kenarına itilenlerin eşitlik anlayış ve aidiyetleri temelinde kucaklanması gerekliliğine sahip olan ve yeniden bu anlayışı üreten bir vizyon ile eyleme geçmektedir. Bu açıdan toplum içerisinde radikal ve derinden bölünmelerin var olduğu toplumlar dışında ve hatta onları da dahil olması sağlanarak, toplumların var olmaları ve sağlıklı bir işlevsellik ile faaliyetlerini gerçekleştirebilmeleri aralarında sağlayacakları asgari değer ve gelenekler hususlarındaki anlaşmaların olması ile mümkün olabilmektedir. Diğer bir ifade ile toplumsal mutabakatın hangi değer yargılarına ve hangi arka plana göre gerçekleştiği önemli bir husustur. Toplumsal boyutlarda olası çatışma ve kaosların önüne geçilmesi için iletişim zemininin ve hoşgörü ortamının oluşturulması çok önemlidir. Bu ortamın oluşmasında gerek devlete gerek de toplumsal mekanizmalara roller düşmektedir. Bütün elementleri ile farklılıkların zenginlik olarak kabul edilmesi ve bunun hukuk-idari-sivil düzenlerde temel toplumsal-yapısal görevleri bir ödev olarak bilip hayata geçirilmesi ve bu yönde bir inisiyatif alınması hususu da bir diğer önem arz eden konudur. Bu çerçevede çalışmamızda İstanbul'da yaşayan gayrimüslimler ile "bir arada yaşama kültürünü kendi tecrübe ve bağlamları" ile toplumsal ve

tarihi arka plan dinamikleri göz önünde bulundurularak yaptığımız değerlendirme neticesinde “küreselleşme ve sosyal medya etkisi” olarak iki önemli değişken ortaya çıkmıştır. Bununla birlikte bazı katılımcılarımız bu değişkenler ve dönüşümlerde etkili olan unsurlar küreselleşen dünya düzeni, ekonomik sebepler ve çeşitli eğitim imkânları ile açıklarken, kimi ise farklı bir arada yaşama imkân ve metotlarından bahsetmişlerdir. İstanbul’da yaşayan ve ritüellerinin esasını dini saikler ve geleneklerin şekillendirdiği gayrimüslimler ile yaptığımız görüşmelerde dini inanç ve ritüellerine sık sık vurgu yaparken dini imge ve sembollerin öneminden bahsedilmişti. Fakat günümüzde küreselleşen dünya ile dinin toplum içerisindeki rolü ve bakışı sanırım bir nebze değişikliğe uğramış vaziyettedir. Bununla birlikte küreselleşme, bir arada yaşamayı zorunlu hale getirirken, yerel unsurlar ve değerler de bu süreç içerisinde bir arada yaşamının faydalarını elde etmek ile zararlardan korunma arasında bir mücadele vermektedir. Zira bu süreç içerisinde yerel unsurlar, değerler ve geleneklerin bir nebze de olsa aleyhine olacak şekilde ilerlemeye devam etmektedir. Kentleşme sürecinin hızlı olması ile küresel değer ve unsurlar da yerel olana baskın gelmeye başlamıştır. Özellikle yeni neslin daha çıkarıcı, tüketmeye meyilli, zevk ve eğlence hususlarına meraklı ve günü kurtarma telaşı içerisinde olmaları genel özellikleri arasında yer almakta olup akıl ve iradeleri küreselleşen dünya düzenine son derece yakın vaziyettedir.

Küreselleşme, gündelik yaşam pratikleri içerisinde yer alan mutfak kültürü, giyim-kuşam, eğlence ve tüketim merkezinde yer almakta olup belirleyici durumdadır. Toplumsal ilişkilerin yeni formunun küresel kültür hâkimiyetine giren gelecek planları, eğitim ve ekonomik çıkar gibi unsurlar olduğunu söylemek yanlış olmayacaktır. Bununla birlikte toplumsal algı ve duyguların da küresel medya araçları ve yaygın toplumsal düşünce tarafından şekillenmektedir. Zira burada işlevsel olarak kullanılan araçların kapsamına önemli görevler düşmektedir. Toplumsal ilişkilerin üretimi ve yeniden üretimi esnasında kullanılan araçların kapsam ve içeriklerinin doğru olması gerekmektedir. Küreselleşme ve küresel sistem toplumu ve toplumsal ilişkileri her boyutu ve yönü ile şekillendirerek yeni bir form meydana getirirken insanlığın bir arada/birlikte yaşama ve var olma imkânlarına çeşitli yansımalar meydana getirmektedir. Bu yansıma kimi zaman çatışma alanı olurken kimi zaman da uzlaşmacı bir alan oluşturmaktadır. Diğer taraftan İstanbul, bir arada yaşama imkân ve kültürünün en özel ve güzel örneklerini vermiş nadide medeniyet merkezleri arasında yer almaktadır. Bu konuda hiç kuşkusuz Hz. Peygamber’in Veda Hutbesi’nde ortaya koyduğu ilkeler insanlığın evrensel barış ve mutlulukları için önemli hakikatler ortaya koymaktadır.

Hz. Peygamber’in “*insanlar tarağın dişleri gibi eşittir*” hadisi şerifinde ifade ettiği gibi bir arada yaşama kültür ve hukukunu temellendirecek temel kıstas budur. Bir arada yaşama kültürünün imkânı da bu kıstasta yer almaktadır. Diğer taraftan dijital platformlar insanlığı geleceğe taşıyabilir, genişleyen bir arada yaşama alanı ile toplumların akıl ve bilinci harekete geçirebilir. Bilgi ve tecrübenin transferi ve etkileşimi ile büyük medeniyetlere ulaşmasını sağlayabilir. Bu katma değerler ile iş birliği, istişare ve ortaklık ile dünya daha yaşanılabilir ve barış içerisinde olur. Zira günümüz topyekûn insanlık ve tüm yeryüzü için bir arada olma, bir araya gelme ve duyarlı olma vaktidir. Bütünleşmek, farklı unsurlar ile çatışma değil, farklılıkları zenginlik olarak ele alarak farklılıkların fark edilmesi vaktidir. Bu nedenle küresel dünya sisteminde iletişim araçlarını, dijital ve sosyal medya kanalları ve diğer platformların daha seçici ve basiret ile kullanılması, bu çerçevede değerlendirilerek fayda üretilmesi gerekmektedir.

5. FARKLILIKLAR İLE BİR ARADA YAŞAMANIN İMKÂNI

Bir arada yaşama kültürü ve tecrübesi, bireyin kendisinden farklı özellikle olanın mevcudiyetini ve kabulünü gerektirmektedir. Empati, bambaşka bir açıdan bakmak gerekirse, bireyin ya da toplulukların kendi gibi olmayan muhatabı ile “ortak” hareket edebilme ve düşünebilme teşebbüs ve niyeti ile kurduğu etkileşim biçimidir. Bu çerçevede toplumda bir arada yaşama kültürünün sürdürülebilir olması

toplumsal empatik tavırların var olmasına bağlıdır. Yeterli empatik tavır ve niyetin olmadığı durumlarda toplum içerisinde egoizm, narsisizm, hodkamlık gibi bireyin muhatabını önemsemediği, dikkate almadığı eğilimler baş gösterir. Bireyin kendisinden farklı özellik ve yapıda olan başka bir bireye karşı empatik tavır sergilemesi zor olabilir. Bazı teorisyenler bu zorluğun kültürel farklılıklardan kaynaklandığı hususunu ifade etmişlerdir. Vaka ya da diğer bireylere karşı etnosentrik yaklaşımın daha kolay olduğu konusu gündeme gelirken, yapılan araştırmalar empati kurmada yeterli başarıya ulaşılamamasının nedenleri arasında vaka ve bireylere etnosentrik bakılmasının yer aldığı tespit etmişlerdir. (Katz, 1963: 55) Çünkü empatik davranmak emek ve çaba isteyen zahmetli bir iş olup bireyin başka bireyin iç dünyasına girmesiyle artık hiçbir şey eskisi gibi olmaz. Daha önce olumsuz görünen birtakım fikir ve hisler daha farklı görünmeye başlar. Empati süreci içerisinde girilmeden kültürel etkileşim de mümkün olmamaktadır. Sağlıklı bir kültürler arası etkileşim için ise aşağıda belirtilen hususlara dikkat edilmesi gerekmektedir:

- Yeni fikirleri açıklıkla kabul etmek ve bireyler arasındaki farklılıklara karşı maksimum seviyede hoşgörülü olmak,
- Kültürel farklılıklara karşı esnek olabilmek ve iletişimi sürdürmek,
- Diğer tutum, davranış, bakış açısı ve yeniliklere karşı hoşgörülü olmaktır.

Empati sürecinin sağlıklı yapıda kurulmasında elbette benzer özellikte bireylerin benzer kültürel ve toplumsal arka plandan gelmesi ile yakın ilişki bulunmaktadır. Smith'e göre benzer kültürel form ve arka plandan gelen bireylerin birbirlerine karşı empatik tavır ve anlayış geliştirebilmelerinin farklı kültürel özelliklerden gelen bireylere göre empatik davranış geliştirebilmelerinin daha kolay olduğu tespit edilmiştir. (Smith, 1996: 65)

Gündelik hayatın her aşamasında empatik tavır ve bilinç bireylerin birbirlerine yakınlaşmalarını sağlayan önemli bir kavramdır. Bireyler kendileri ile empati kurulduğunu ve anlaşıldıklarını fark ettikleri zaman kendilerini daha değerli hissederler. Başkaları tarafından anlaşılacak bireyin daha rahat etmesine ve ifade etmesine imkân sağlar. Empati aynı zamanda duygusal, entelektüel açıdan önemli tesirler gösterebilen bir kavramdır. En düşük seviyede dahi kurulan empatik çaba gerek bireyin kendisi ile gerek de diğerleri olan ilişkilerinde ciddi olumlu yansımalar sağlar. Bununla birlikte bireyin kendisini muhatabının yerine koyarak onun durum ve şartlarını göz önünde bulundurması onun içinde bulunduğu duruma uygun karşılık vermesine de olanak sağlar. Aynı zamanda empati kurma becerisi ile iş birliği arasında da pozitif bir ilişki bulunmaktadır. Empati bireyler arası iletişimin daha kolay ve sağlıklı olmasına imkân sağlarken iş birliklerinin de olumlu bir havada gelişmesini sağlamaktadır. Din, mezhep, etnisite merkezli çatışma ve rekabetin yaşandığı ve giderek etkisini arttırdığı günümüzde empatik tavır ve davranışların varlığı, bireylerin ve toplumların birbirlerine önyargısız yaklaşabilmesi çok önemli hasletlerdendir. Özellikle “*Sizden biriniz kendisi için sevip istediğini başkaları için de istemedikçe gerçekten iman etmiş sayılmaz.*” hadisi şerifinde de vurgulandığı üzere empati, toplumlar ve bireyler arasında inşa edilecek sağlıklı bir ilişki için evrensel bir ahlak prensibine dönüştürmek önem arz etmektedir. Hz. Peygamber'in empati hasletindeki önerilerini vurgulayan söylem ve mesajları yanında Kur'an'da da empatik düşünce ve davranışına verilen önemi vurgulayan çok sayıda ayet bulunmaktadır. Farklılıkların yok sayılması ya da göz ardı edilmesi üzerine inşa edilen toplumun ulaşabileceği seviye şiddet ve çatışma ortamından başka bir şey olmamaktadır. İnsanlığın giderek bireyselleştiği ve ayrıştığı, birlik ve beraberliğin ancak kapitalist gerekçeler için gerçekleştiği günümüz dünyasında birçok sorun ve travmanın kaynağı empati yoksunluğundandır. Modern birey empati ile güçlü bir ilişki ve bağ kuramadığı sürece daha fazla ve derin egoizm ile mücadele etmek zorunda olacaktır ve bu durumun da bireyi mevcut ilişkilerini problemleri bir noktaya taşıyacağı tahmin edilmektedir. Empati kavramı ve farklılıkların zenginlik olarak görülüp değerlendirilmesinin bireysel ve toplumsal zeminde yaptığı katkıları ifade etmeye çalıştığım için konuyu burada sonlandırmak istiyorum. Zira katılımcılarımız ile yaptığımız görüşmelerin sonuçları da farklılıkları gözetmenin bir zenginlik olduğunu, empatinin ne

kadar önemli olduğunu ve toplumsal yansımaları bağlamında kattığı anlamların kıymetini göstermesi açısından manidardır.

SONUÇ VE DEĞERLENDİRME

Günümüzde İstanbul'da Musevi, Hristiyan ve Müslümanlar Osmanlı'dan kalma komşuluklarını sürdürmekte, ilişkilerini devam ettirmektelerdir. Yaygın düşünce ve algının aksine seküler sistemin eşitlik ve özgürlük ilkelerinin belirlemiş olduğu alanların daha fazlasına İslam şiar ve perspektifi temelinde hareket eden Osmanlı barış ve hoşgörüsü İstanbul'da farklılıkların bir arada yaşamasına sayısız örnekler sunmaktadır. Bununla birlikte şu hususu belirtmek gerekirse genel olarak İslam toplumlarında dinler, mezhepler, kültürler yan yana ve belli sınırlar içerisinde yaşarlar ve İslam toplumlarında olduğu gibi Osmanlı toplumunda da temel öncül Müslümanlık olmuş ve kamusal alanı şekillendiren ana unsur İslam olmuştur. İslam Hukuku'nu uygulayıp yer yer de Örfi Kanunlar çıkaran Osmanlı ülke ahalisini de İslam Hukuku'nun prensip ve değerlerinden hareketle "ırk ve dil esasına göre değil, düşünce ve inanç temeline" uygun olarak teşkilatlandırma yoluna gitmiştir. Millet Sistemi olarak adlandırılan bu düzen İstanbul'un fethinden sonra yürürlüğe girerek ülkede yaşayan toplulukları din veya mezhep esasına göre teşkilatlandırılmıştır. Kuran-ı Kerimde birçok ayette din ve şariat anlamında kullanılan millet terimi, Osmanlı'da bir dine mensubiyeti olan toplulukları ifade etmek için kullanılan ortak bir addir. Hiç şüphesiz insan toplulukları açısından farklılık olarak adlandırılacak alanların en önemlisi inanç alanı olmasına rağmen Osmanlı'nın bu alandaki tutum ve hassasiyeti kamu düzeninin bozulmaması şartıyla farklılıkları zenginlik olarak kabul etmek millet sistemi çerçevesinde inancın gerektirdiklerini yerine getirme imkânı vermekteydi. Osmanlılarda gayrimüslimler (Millet-i Mahkume) daha önce de belirttiğimiz gibi üç temel millet olan Ortodoks, Ermeni ve Musevi (Yahudi) milletlerinden oluşmaktaydı. Bunlar arasında Ortodoks Milleti dini ve idari merkezleri Fener Patrikhanesi olup en kalabalık nüfusa sahip milletler arasındaydı. Ortodoks milletinin en büyük kesimini Rumların oluşturması nedeniyle Rum Milleti olarak da isimlendirilirdi. Bununla birlikte ne Ortodoks ne de Katolik olan Ermeni Milleti de Osmanlı içerisinde ayrı bir Hristiyan milleti idi. Daha sonra zaman içerisinde Gregoryen, Ermeni- Katolik ve Protestan olmak üzere üç millet halinde teşkilatlanmışlardır. Osmanlı millet sistemi içerisinde yer alan son millet ise Museviler, diğer adıyla Yahudiler yer almaktaydı.

Osmanlı medeniyet çoğulculuğu olarak da bilinen Millet sistemi, gücünü İslam Hukuku'ndan almış ve Tanzimat sonrasında da değişen şart ve imkânlara uydurulmaya çalışarak tek bir devlet düzeni himayesindeki farklı medeniyetlerden ortaya çıkan farklı hukuk sistemlerinin uygulamaları için gereken çoğulcu ve hukuksal normlarındaki açıklık ile mevcudiyetini devletin son dönemine kadar korumaya çalışmıştır. Daha önce de ifade ettiğimiz gibi İstanbul yaklaşık beş, asır Müslümanlar, Ortodoks Hristiyanlar, Ermeniler ve Yahudiler 'in merkezi olmuş, Osmanlı halifesi tarafından kendi cemaatlerinde hukuku yürüten Şeyhülislam, Ortodoks Patriği, Ermeni Patriği ve Hahambaşını himayesinde bulundurmuştur. Dolayısı ile Osmanlı İmparatorluğu, tarihte emsali bulunmayan millet sistemiyle esasen seküler olmamakta, dini muhteviyata son derece hürmet gösteren ekümenik bir yapısı bulunmaktadır.

Bu çerçevede İstanbul, tüm İstanbulluları kapsayan politik, finansal ve yasal kurumları olan bir yerleşim yeri olması ve din temelli çeşitlilik ve bunun getirdiği hayata bakış ve yaşayış tarzındaki başkılıklara rağmen Müslümanlar ve diğer toplumlar karşılıklı hak ve sorumluluklarını bilerek bir arada yaşayabilme alanı oluşturmaktadır. Böylece evrensel insani değerler üzerine kurulan ve o günün şartlarında benzeri bulunmayan bir sistemle, bütün farklılıklara rağmen bir arada yaşama tecrübesinin önemli bir örneği hayata geçirilmiş olmuştur.

Zor ve sıkıntılı zamanların yaşandığı çağımızda Müslümanların diğer inanç sahipleriyle ilişkilerinde başlıca gereksinimlerinin barış, adalet, saygı, empati ve hoşgörü gibi temel insani evrensel değerlere her zamankinden daha fazla tutunmamız gerektiğine inanıyorum.

Toplum farklı birey, kültür, din, kimlik ve yaşam tarzlarını içinde organik olarak barındıran bir bütündür ve bu özelliği ile de “*farklılıkların ve bütünlük fikrinin*” en önemli tamamlayıcısı ve gelişmesine ortam sağlaması açısından çok önemlidir. Dolayısıyla farklılıkların bir “değer ve erdem” olarak görülmediği bir yerde toplumun varlığından söz etmek mümkün değildir. Bu çerçevede hangi ilke ve değer farklılıkların doğal olarak var olduğu toplulukları “toplum” düşüncesi içerisinde “ortak ve bir arada yaşama kültürü” etrafında toplanabilmesi ve aynı zamanda farklı etnik ve dini aidiyetleri içinde barındıran çoğulcu sosyal yapıların hangi sistematik prensipler ve değerler üzerinden inşa edileceği fikri bir o kadar önem arz etmektedir. İslam kültür, medeniyet ve mirası bu konulara örnek olacak sayısız tecrübelerle sahip olduğu bilinmektedir. Nitekim İslam’ın başkentleri, İstanbul başta olmak üzere, tarihin hiçbir döneminde salt bir kültür ve etnik yapının merkezi olmayarak farklılıkların bir değer ve zenginlik olarak tasavvur edildiği, pratik ve kurumsal hayatın bu ekseninde yansıma bulduğu merkezler olmuşlardır. Tarihsel süreç içerisinde her ne kadar zaman zaman birtakım kırılmalar, dönüşümler ve problemler yaşanmış olsa da Osmanlı, geniş bir coğrafyada birçok farklı etnik ve dini grupların bir arada ve emniyet içerisinde belirli bir anlayış ve hukuk çerçevesinde bir yaşam sunmuştur. Aynı şekilde Anadolu, bu konuda çok güzel ve özgün örnekler ortaya koymuş, “Mevlana’lar, muhabbeti insan var oluşunun odağına yerleştiren Hacı Bektaş’ı velilerin yetişmesine olanak sağlamıştır. Osmanlı toplumunun çoğulcu ve farklılıkları zenginlik olarak gören ilke ve anlayışı ile gayrimüslimler 15. yüzyıldan itibaren önemli hak ve ayrıcalıklar elde etmişlerdir. Bugün dahi inancım odur ki bir arada yaşama kültürü hususunda yaşanan kırılmaların çarelerini ararken başvuracağımız temel referans bir arada yaşama kültürü ve tecrübelerin özgün sayısız örneklerin sunulduğu “kültür ve geleneklerimizdir.”

İslam’da ve Kur’an’da asıl olan özellik huzur ve selamet zeminin inşa edilmesidir. Rekabet, savaş ve çatışma ortamı ise olmaması gereken bir durum ve hal olup, düzeltilmesi gerekmektedir. Her ne kadar tarihsel süreçte bir arada yaşama kültür ve tecrübeleri açısından yer yer talihsizlikler yaşanmış olsa da İslam’ın ve Hz. Peygamberin konu hakkında yaklaşımı her zaman ve dönemde yapıcı olmuştur. Hiç kuşkusuz Kur’an’ın ötekiler ile bir arada yaşama kültür ve hukuku hususunda beyanları çok açıktır. Bu hususta önce bireyin kendini ve nefsinin anlama meselesinden yola çıkarak muhabbeti anlamının yollarını aramanın ne kadar önemli olduğuna sıklıkla işaret edilmiştir. Zira bireyin kendini, nefsinin ve varlığının asıl gayesini anlaması farklılıklara nasıl reaksiyon göstereceği hususunda önemli kazanımlar sağlamasına imkân verecektir. Bu çerçevede ötekiler ile sağlıklı, huzurlu ve barış içerisinde oluşturulabilecek bir atmosfer oluşturabilmek için Maide 5/8 ve Mümin 40/8 ayetlerinin işaret ettiği *adalet ve hakkaniyetten ayrılmama* ölçüsüne riayet etmek çok önemlidir.

Diğer taraftan bir arada yaşama düşünce ve kültürünün iç ve dışsal olmak üzere iki boyutu bulunmaktadır. İlki Müslüman toplumların öteki ile olan ilişkilerinde, tarihsel süreçte sayısız güzel örnek ve tecrübeler bulunmaktadır, İslam’ın kendilerine rehberlik ederek sayısız güzel tecrübelerin mevcut olmasıdır. Daha önce de ifade etmeye çalıştığımız gibi henüz İslam’ın doğuş döneminde ve Kur’an’ın nazil olduğu süre zarfında Hristiyan ve Yahudiler başta olmak üzere bir arada yaşama kültür ve hukukunun teolojik ve toplumsal alt yapısı oluşturulmuştur. Dolayısıyla Müslüman toplumların diğer toplumlar ile bir arada yaşama kültür ve tecrübelerinde ciddi problemler olmamış ve tarihsel süreçte Müslümanların kurmuş olduğu devletler ve imparatorluklar gayrimüslim toplumlar için huzur, barış ve güvenin tesis edildiği ortam ve dönemler olmuştur. Kur’an’da, Ehl-i Kitaba yönelik olarak sayısız ve zengin içerikli bir bakış açısı bulunmaktadır. Bu zengin bakış açısı Müslümanların da değişen koşul ve durumlara göre farklı ilişki biçimleri kurmalarına olanak sağlamaktadır. Zira gerek Kur’an’da gerek de Hz. Peygamber’in yaklaşımlarına bakıldığında Müslümanların Ehl-i Kitab ile ilişkilerinde tek tip ya da dogmatik bir yaklaşımın olmaması mümkün olmamakta ve bu tarz bir ilişki biçiminin ise fikri anlamda

da daraltıcı bir durum olduğu vurgulanmaktadır. Kur'an'da Ehl-i Kitaba yönelik olarak son derece hoş bir yaklaşım tarzı bulunmaktadır. Örneğin onlar ile yapıcı ve hoş bir usül ile tartışmak, muhatapı dinlemek ve ortak bir paydada uzlaşmaya davet etmek gibi uzlaştırıcı bir anlatım tarzı bulunmaktadır.

Günümüzde Müslüman-Hristiyan-Yahudi diyalog ve birlikte yaşama platformlarında bir takım teolojik tartışmalar mevcut olsa da teolojik farklılıkların bir potada eritilmesi, bir arada yaşama kültürünün tesis edilmesi ve farklılıkları ortada kaldırma girişimleri mümkün olmasa da mevcut farklılıklar ile bir arada yaşama girişim çalışmalarının olması çok önemlidir. Zira daha önce sıklıkla ifade ettiğimiz gibi vahyin indirildiği kaynağın aynı olması ve bu hususa vurgu yapmak uzlaştırıcı bir fonksiyona sahip olabilir.

Günümüzde modern toplumlar ırksal, dinsel ya da diğer kimliksel unsurlardan yalıtılmamış bir şekilde ve oldukça heterojen şekilde yaşamlarını sürdürmektedirler. Farklı etnik, dini ve kimlik unsurların bir arada yaşadığı çoğulcu toplumlarda bu mevcut yapıyı nasıl bir üst noktaya taşımamızın ve herkes için nasıl bir arada yaşama kültür örnekleri oluşturabilme konusunda ortak bir vicdan geliştirilmelidir. Bölücü, ayrıştırıcı ve çatışmacı bir dil ve kültürden kurtulmuş bir din ve ahlak anlayışı birlik ve beraberlik ruhunu yaşatabilmektedir. Zira İslam tarih ve kültürü bu konuda yapıcı ve güzel emsaller ile doludur. Bununla birlikte İslam kültür başkentleri akide, kültür, çok katmanlı yapı ve sistematik yapıları ile insanlık için elde ettiği birikim ve tecrübeleri yine insanlığın dikkatlerine sunmuşlardır. Bu kapsamda insanlık adına bir arada yaşama kültür ve tecrübesinin en özel ve emsalsiz örneğini hiç kuşkusuz Hz. Peygamber göstermiş ve yaşamıştır. Hz. Peygamber'in şahsi hayatında sergilediği ve örnek teşkil eden tutumları toplumsal ve siyasal münasebetlerinde de yansımalar bulmuştur. Siyasi ilişkilerinde özellikle "ahde vefa" ilkesine bağlı kalarak yapılan anlaşmalarda da bu ilkeye özen göstermiştir.

Diğer taraftan İstanbul'un fethi ile gayrimüslimler ile anlaşmalar yapılmış ve ayrıcalıklar verilmiştir. Özellikle Ahmet Cevdet Paşa, İstanbul'un fethi ile gayrimüslimler ile çok boyutlu anlaşmalar yapıldığı, kendilerine imtiyazlar verildiği, İslam dini hükümleri doğrultusunda din ve ibadetlerini yaşamaları için herhangi bir müdahale yapılmadığı ve diğer hususlarda ise baskı ve zorlama olmadan kendi dillerinde iletişim kurmaları ve geleneklerini serbest bir şekilde yaşamalarına kadar birçok hususta özgürlükler tanındığını ifade etmiştir. Fatih Sultan Mehmet'in bu politikalarının İslam hukukuna göre uygunluk içerisinde olduğu belirtilmelidir. Fatih Sultan Mehmet'in 1454-1464 yılları arasında Rum Ortodoks Patrikhanesi lideri Gennadios'a inanç ve ibadetlerini yaşamalar konusunda serbest ve emin olmaları için vermiş olduğu sözlü teminat bu duruma örnek gösterilebilir. İstanbul'un fethinden sonra Rumlara ait ibadethanelerin camiye çevrilmeyeceği, nikâh ve defin gibi işlemlerin kendi ritüellerine uygun şekilde yapmaları ve geleneksel dini bayram ve festivallerin de benzer şekilde kutlamaları konusunda ayrıcalık tanınmıştır. 1454 yılına ait Ahitname ile gayrimüslim halkın eskiden nasıl din, ibadet ve günlük ritüellerini yerine getiriyorlar ise Fetih sonrası aynı şekilde yaşamaları hususunda teminat verilmiştir. Ayrıca cizyelerini yıllık olarak ödemeleri koşulu ile can, mal ve her türlü güvenlikleri sağlanarak serbest bir şekilde ibadet etmeleri konusunda da güvence verilerek baskı ve zorlama ile hiç kimsenin din değiştirmeye hakkı olmadıkları hususlarında da muafiyet getirilmiştir. Tarihsel dönem içerisinde her dönemin tanımlanmasında bazı özellikler ön plana çıkmaktadır. Bu çerçevede Osmanlı Devleti dönemi dendiğinde ise akla gelen en önemli özelliğin "*barış içinde bir arada yaşama kültürü*" olduğu söylenebilir. Hatta kimi tarihçiler Osmanlı tecrübesi ile beraber barış ve esenlik içerisinde bir arada yaşama tecrübesini kavramsal olarak kullanmaktadırlar. Osmanlı hiç kuşku yoktur ki eş dönemlilerinden zengin bir kültür ve medeniyet devralarak bu kültür ve medeniyeti daha üst bir seviyeye taşımayı başarmışlardır. Gerek uygulamaları gerek de kültür ve medeniyetin üst seviyeye çıkarılması ile Osmanlı Devleti farklı kültürlerin barış ve güven içerisinde yaşayabildiklerini gösteren en önemli tecrübe olmuştur.

Anadolu ve Osmanlı toplum hayatında Müslümanlar ile gayrimüslimler arasındaki ilişkiler ve neticeleri şu şekilde özetlenebilir:

- Toplumda yaşayan Müslümanlar ve gayrimüslimler birbirlerine yakın köy ve beldelerde bir arada yaşamışlardır. Yaşadıkları yerlerde ortak kurumlar oluşturarak bu yerlerden beraber istifade etmişlerdir.
- Aynı mahallelerde ya da yakın yerlerde bir arada yaşamayı tercih ederek komşuluk ilişkilerini sürdürmüşlerdir. Aynı çarşı ya da ticaret merkezlerinden alışveriş yapmışlar, aynı yerlerde yeme-içme faaliyetlerini devam ettirmişlerdir.
- Aynı ibadet yerlerinde ibadet etmedikleri halde birbirlerinin kutsalına ve ritüellerine son derece saygı göstermişlerdir. Böylece toplum içerisinde dini tören, ayin ve bayramların nesilden nesile aktarılması imkânı elde edilmiştir. Ayrıca kutsal kabul edilen türbe ve ziyaret yerleri aynı zamanlarda ziyaret edilmiş ve kutsal mekânlarda bir arada bulunmaktan rahatsızlık duyulmamıştır.
- Toplum içerisinde ister Müslüman ister gayrimüslim, aralarında çıkan uyuşmazlık ve ihtilaflarda aynı mahkemelerde kadınlara giden hukuki davaların adalet ile çözüme kavuşturulması yönünde talepte bulunmaktadır. Bu talebin dile getirilmesi muhakkak adalet sistemine olan güvenin tesis edildiğine işaret etmektedir. Ayrıca mahkeme kayıt belgelerinde gayrimüslimlere ait davalarda çıkan kararın onların aleyhine çıkması halinde bile kadılar tarafından verilen karara güvenilerek ilgili hükmün yerine getirildiği görülmektedir.
- Toplum içerisinde bir Müslüman ve gayrimüslimin bir aile kurmak maksadı ile evlenmeleri bir arada yaşama kültürünün en güzel örneklerindedir. Bununla birlikte bir arada yaşama pratikleri sadece evlilik ile sınırlı kalmamış, giyim-kuşam, mutfak, dil pratikleri, mimari, gelenek, bayram vb. diğer pratiklerde de müşterek bir hayat içerisinde bir arada yaşama imkânı elde edilmiştir. Bayram, eğlence, festival ve diğer gündelik hayat pratiklerinde olduğu gibi hayatın kederli ve üzüntülü cenazelerde de birbirlerinin keder ve acılarına ortak olmuşlardır.

Selçuklu Devleti'nden Osmanlı Devleti'ne ve hatta günümüze kadar sirayet eden bir arada yaşama kültür ve tecrübesine işaret eden Müslümanlar ile gayrimüslimlerin ilişkileri, sadece kendilerinden sonraki nesillerde değil daha sonraki gelecek nesillere de örnek olacak kapsamdadır.

KAYNAKÇA

- Akyüz, N. (1997). *Dinin Nesnelleşmesi*. Ankara Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi. 37(1), 273-303.
- Aktay, Y., & Köktaş., M.E. (2007). *Din Sosyolojisi*. Vadi Yayınları.
- Altaş, N. (2003). *Çokkültürlülük ve Din Eğitimi*. Ankara: Nobel Yayın Dağıtım
- Arslantürk, Z. (1995). *Araştırma Metot ve Teknikleri*. İstanbul. İFAV Yayınları
- Arslantürk, Z., & Amman, T (2008). *Sosyoloji (Kavramlar, Kurumlar, Süreçler, Teoriler*. 5. Basım. İstanbul: Çamlıca Yayınları.
- Aslan, A. (2011). *Dini Çoğulculuk, Ateizm ve Geleneksel Ekol*, İstanbul: İSAM Yay.
- Aktay, Y. (1997). *Body, Text, Identity, The Islamist Discourse of Authenticity in Modern Turkey*, Yayınlanmamış Doktora Tezi, Ankara: ODTÜ.
- Akın, M.H. (2011). *Toplumsallaşma Sözlüğü*. 1. Baskı. Konya: Çizgi Kitapevi.
- Bağlı, M., & Özensel, E. (2013). *Çokkültürlü Vatandaşlık*. 2. Baskı. Konya: Çizgi Kitapevi,
- Baumann, G., (1999). *Çokkültürlülük Bilmecesi*, Çev. Işıl Demirakın, İstanbul: Dost Kitabevi, 1999.
- Beck, U. (1992). *The Risk Society: Towards Another Modernity*, London, Sage.

- Ben-Sasson, H.H., (1999). *A History of the Jewish People*, Cambridge: Harvard University Press.
- Berger, P. L., (1969). *The Sacred Canopy: The Social Reality of Religion*, (Türkçesi, 1991, Dinin Sosyal Gerçekliği, çev. Ali Coşkun, İstanbul: İnsan).
- Belge, M. (1983). *Türkiye’de Gündelik Hayat* Haz: Fahri Aral. Cumhuriyet Dönemi Türkiye Ansiklopedisi. İstanbul: İletişim Yayınları. Cilt: 3 ve 4, 836-876.
- Berger, P., & Luckmann, T. (2008). *Gerçekliğin Sosyal İnşası: Bir Bilgi Sosyolojisi İncelemesi* (Çev.V.S. Öğütle). İstanbul: Paradigma Yayınları.
- Creswell, W. John (2013). *Nitel Araştırma Yöntemleri*. (Editörler: Mesut Bütün ve Selçuk Beşer Demir). Ankara: Siyasal Kitapevi.
- Coşkun, A. (2005). *Din Toplum ve Kültür*, İstanbul: İz Yayıncılık.
- Çapcıoğlu, İ. (2012). Between I and We: Coexistence Experience in Anatolian Turkish-Islamic Culture. *Fırat Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi*, 17 (2), 35–49.
- Çapcıoğlu, İ. (2017). Anadolu İrfan Geleneğinde Birarada Yaşamın Temel Değerleri: Hacı Bayram-ı Veli Örneği. *Uluslararası Hacı Bayram-ı Veli Sempozyumu Bildiriler Kitabı*, Cilt: 1, 143-150, Ankara: Eğitim Kültür Akademi Derneği Yayınları.
- Doytcheva, M. (2016). *Çokkültürlülük*. (Çeviren: Tuba Akıncılar Onmuş). İstanbul: İletişim.
- Dönmezer, S. (1992). *Sosyoloji*, Ankara: Savaş Yayınları.
- Durkheim, E. (2005). *Dini Hayatı İlkel Biçimleri* (Çev. F. Aydın.) İstanbul: Ataç Yay.
- Düzgün, Ş.A. (2015). *Bir Arada Yaşamın Ahlakî Ve Felsefî Temelleri*. Kelâm Araştırmaları Dergisi, 13(2), 583-592.
- Eickelman, D., & Piscatori, J. (1996). *Muslim Politics*, New York El-Azmeh, Aziz, 1993, Islams and Modernities, London: Verso.
- Eliot, T. S. (1981). *Kültür Üzerine Düşünceler*. Çev. Sevim Kantarcıoğlu, Ankara: Kültür Bakanlığı Yayınları, 1981.
- Fruyer, H. (2016). *Din Sosyolojisi*, Doğu Batı Yayınları.
- Fichter, J. (1996). *Sosyoloji Nedir?* Çeviren: Nilgün Çelebi, Ankara: Attila Kitabevi.
- Fukuyama, F. (1995). *Trust: The Social Virtues and the Creation of Prosperity*. New York: Free Press (Türkçesi, Güven: Sosyal Erdemler ve Refahın Yaratılması, çev. Ahmet Buğdaycı, İstanbul: İş Bankası Yayınları, 2000.
- Huntington, S. P. (1993). *The Clash of Civilizations?* Foreign Affairs, 72(3): 22-49.
- Giddens, A. (1990). *The Consequences of Modernity*, London: Politiy Press (Türkçesi, Osman Akınhay, Modernliğin Sonuçları, İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Giddens, A. (2000). *Sosyoloji*, Çev. Hüseyin Özel-Cemal Güzel, Ankara: Ayraç Yay.
- Gözen, R. (2004). *Uluslararası İlişkiler Sonrası Çoğulculuk, Küreselleşme ve 11 Eylül*, İstanbul: Alfa Yayınları.
- Gardiner, M. (2016). *Gündelik Hayat Eleştirileri* (B. Taşdemir, D. Özçetin). İstanbul: Heretik Yayıncılık.
- Güngör, E. (1986). *Kültür Değişmesi ve Milliyetçilik*, İstanbul: Ötüken Yayınları.
- Habermas, J. (2002). *Öteki Olmak Ötekiyle Yaşamak*, Çev. İlknur Aka, İstanbul: YKY.
- Hatiboğlu, M.S. (2004). *Hoşgörü Açısından Müslümanlar ve Ehl-i Kitap*, Müslüman Kültürü Üzerine, Ankara.
- Köseoğlu, B. (2012). *Kur’an’ın Nüzulü Döneminde Ehl-i Kitapla İlişkilerin Kur’an Metnindeki Yansımaları*, Diyanet İlmî Dergi, 48/4. Ankara, s. 77-92.

- Kuzgun, Ş. (1993). *Kur'an-ı Kerim'e Göre Hristiyanlık ve Hristiyanlar*. Asrımızda Hristiyan-Müslüman Münasebetleri, İstanbul. s. 61-79.
- Meriç, C. (1986). *Kültürden İrfana*, İstanbul: İnsan Yayınları.
- Moles, A. (1983). *Kültürün Toplumsal Dinamiği*, Çev. N. Bilgin, İzmir: Ege Üniversitesi Yayınları.
- Kalın, İ. (2003). *Batı'daki İslâm Algısının Tarihine Giriş*. Divan İlmi Araştırmalar, 15 (2), 1-51.
- Karakaş, M. (2015). *Modernlik Küreselleşme ve Türkiye'nin Kimlikler Evreni* (1. Baskı). İstanbul: Küre.
- Kaya, A. (2014). *Giriş: Ötekini Anlamak Mümkün mü?* (Derleyen: A. Kaya). Farklılıkların Birlikteliği (Türkiye ve Avrupa'da Bir arada Yaşama Tartışmaları). İstanbul: Hipernik Yayınları, 11-37. (1. Baskı).
- Kymlicka, W. (1998). *Çokkültürlü Yurttaşlık Azınlık Haklarının Liberal Teorisi*. İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Sarıçam, İ. (2003). *Hz. Muhammed ve Evrensel Mesajı*, Ayrıca bkz., Muhammed Hamidullah, *Hz. Peygamber'in Savaşları*, (çev. Nazire Erinç Yurter), 12-13.
- Smith, Anthony D., (2002). *Ulusların Etnik Kökeni (The Ethnic Origins of Nations)* Çev. Sonay Bayramoğlu-Hülya Kendir, İstanbul: Dost Kitabevi.
- Şentürk, R. (2014). *Açık Medeniyet*. İstanbul: İz Yayıncılık.
- Weiner, E. (1998). *Coexistence Work: A New Profession, In The Handbook of Interethnic Coexistence*, ed. Eugene Weiner New York: Continuum International Publishing Group.

Extended Abstract

Research Problem and Questions

The necessity of living together with differences is among the most important skills for today's societies and is a very important requirement. Being able to exist together with differences, to preserve existence, that is, to build a culture of coexistence, is among the imperatives for globalizing world societies. As Ferguson stated, one of the basic principles of multiculturalism is to perceive the diversity in different cultures as good and to understand belonging to a culture as an important part of being an individual due to the nature of those cultures. I would like to add the following to these expressions of the pathetic Ferguson; Coexistence in differences, both the individual's self-realization and the enrichment of societies and adding value to each other are another important feature of the globalizing world. In this framework, the relationship of a cultural element and value with its own culture determines its interaction and communication with other cultures. I think that a pluralistic understanding that does not look at the diversity in its own body as richness cannot look at other cultures from a different perspective and see them as securities. A mentality dominated by the culture model of living together and multiculturalism acts with a vision that has the necessity to embrace the integrity of the society, those who have been excluded and pushed to the outer edge of society, on the basis of their understanding of equality and belonging, and that produces this understanding again. In this respect, the existence of societies and their ability to carry out their activities with a healthy functionality can only be possible if there are agreements on the minimum values and traditions that they will provide between them, outside and even by ensuring that there are radical and deep divisions in the society. In other words, it is an important issue according to which value judgments and which background the social consensus will take place. It is very important to establish a communication ground and an environment of tolerance in order to prevent possible conflicts and chaos in social dimensions. In the formation of this environment, both the state and social mechanisms play a role. It is another important issue to accept the differences with all their elements as wealth and to realize the basic social-structural duties on the legal-administrative-civilian planes as a duty and to take an initiative in this direction.

Methodology

While evaluating the study data, the results were controlled manually over themes and sub-themes for the reliability of the results. The program in question is a software program designed for software-supported qualitative and mixed method data analysis in academic media, and it is frequently used by social scientists.

Analysis Results and Conclusions

The culture and experience of living together requires the presence and acceptance of what is different from the individual's own. To look at it from a completely different perspective, empathy is a form of interaction that an individual or a community establishes with its interlocutor, who is not like himself, through the attempt and intention to act and think "in common". In this context, the sustainability of the culture of living together in society depends on the existence of social empathic attitudes. In cases where there is not enough empathic attitude and intention, tendencies such as egoism, narcissism, and contempt appear in the society that the individual does not care about and does not take into account. It can be difficult for an individual to display an empathetic attitude towards another individual with different characteristics and structure. Some theorists have stated that this difficulty stems from cultural differences. While the issue that an ethnocentric approach to the case or other individuals is easier has come to the fore, studies have found that ethnocentric consideration of cases and individuals is among the reasons for not achieving sufficient success in establishing empathy. (Katz, 1963: 55) Because being empathetic is a laborious task that requires effort and effort, and once the individual enters the inner world of another individual, nothing will be the same as before. Some ideas and feelings that seemed negative before begin to look different. Cultural interaction is not possible without entering into the empathy process. For a healthy intercultural interaction, attention should be paid to the following points:

- Openly accepting new ideas and being tolerant of differences between individuals at the maximum level,
- Being flexible against cultural differences and maintaining communication,
- Being tolerant of other attitudes, behaviors, perspectives and innovations.

Of course, in establishing the empathy process in a healthy structure, there is a close relationship with individuals with similar characteristics coming from similar cultural and social backgrounds. According to Smith, it has been determined that it is easier for individuals from similar cultural forms and backgrounds to develop

empathic attitudes and understanding towards each other and to develop empathic behavior compared to individuals from different cultural characteristics. (Smith, 1996: 65) The relations between Muslims and non-Muslims in Anatolian and Ottoman social life and their consequences can be summarized as follows:

- Muslims and non-Muslims living in the society lived together in villages and towns close to each other. They created common institutions in the places they lived and benefited from these places together.
- They preferred to live together in the same neighborhoods or close to each other and maintained their neighborly relations. They shopped at the same bazaars or trade centers and continued their eating and drinking activities in the same places.
- Although they did not worship in the same places of worship, they showed utmost respect to each other's sanctity and rituals. Thus, it has been possible to transfer religious ceremonies, rituals and holidays from generation to generation in the society. In addition, the shrines and visiting places, which are considered sacred, were visited at the same time and there was no discomfort in being together in the holy places.
- Whether they are Muslims or non-Muslims, they demand that the legal cases brought to the kadis in the same courts in disputes and conflicts between them be resolved with justice. Expressing this demand definitely indicates that trust in the justice system has been established. In addition, it is seen in the court records that even if the decision in the cases of non-Muslims is against them, the relevant judgment is fulfilled by relying on the decision of the kadis.
- The marriage of a Muslim and a non-Muslim in the society with the aim of establishing a family is one of the best examples of the culture of living together. However, the practices of living together are not limited to marriage, but also include clothing, cuisine, language practices, architecture, tradition, holidays, etc. In other practices, it has been possible to live together in a common life. They shared in each other's grief and pain in the sad and sad funerals of life, as in holidays, entertainment, festivals and other daily life practices.

The relations between Muslims and non-Muslims, which point to the culture and experience of living together from the Seljuk State to the Ottoman State and even to the present day, are within the scope of being an example not only for the next generations but also for the next generations.