

ISSN: 2618-6268  
e-ISSN: 2667-5773



# HALIÇ ÜNİVERSİTESİ SOSYAL BİLİMLER DERGİSİ

HALIÇ UNIVERSITY  
JOURNAL OF SOCIAL SCIENCES

**Cilt: 3 • Sayı: 1 • Mart 2020**  
Volume: 3 • Issue: 1 • March 2020

---

**Haliç Üniversitesi Adına Sahibi** **Prof. Dr. Melih BULU**  
*Owner on behalf of Haliç University* Haliç Üniversitesi Rektörü / Rector of Haliç University

---

**Editörler** Prof. Dr. Rauf ARIKAN  
*Editors* Editör / Editor

Doç. Dr. G. Banu DAYANÇ KIYAT  
Editör Yardımcısı / Associate Editor

---

**Sorumlu Yazı İşleri Müdürü** Doç. Dr. Münevver Ebru ZEREN  
*Publishing Manager* Haliç Üniversitesi

---

**Yönetim Yeri** Haliç Üniversitesi  
*Head Office*

---

**Yazışma Adresi** Haliç Üniversitesi Sütluçe Mah. İmrahor Cad. No: 82  
*Corresponding Address* Beyoğlu – İSTANBUL  
Tel: 212 924 24 44  
E-posta: sosbd@halic.edu.tr

---

**İnternet Adresi** <http://dergipark.org.tr/tr/pub/husbd>  
*Web Address*

---

**Yayın Türü** Yerel Süreli / *Periodical*  
*Publication Type* Mart ve Eylül aylarında olmak üzere yılda iki sayı yayımlanır.  
Published twice a year, in March and September.  
ISSN: 2618-6268 e-ISSN: 2667-5773

---

**Asitsiz kâğıda basılmaktadır** Bu sayı 500 adet basılmıştır.  
*Printed on acid free paper* This issue has been printed as 500 copies.

---

**Baskı** Aktif Matbaa ve Reklam Hizmetleri San. Tic. Ltd. Şti.  
*Printing Press* Söğütluçeşme Mah. Halkalı Cad. No: 245/1-A  
Küçükçekmece / İstanbul Tel: +90 212 698 93 54  
Sertifika No: 13978

---

**Basım Tarihi** 25.04.2020  
*Publication Date*

---

**Derginin Tarandığı Kaynaklar**  
*Index in*

---

---

**Yayın Kurulu**  
*Editorial Board*

Prof. Dr. Ahmet ERKUŞ (Bahçeşehir Üniversitesi)  
Prof. Dr. Cem Sefa SÜTÇÜ (Marmara Üniversitesi)  
Prof. Dr. Ekrem TUFAN (Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi)  
Prof. Dr. Emel KARAYEL BİLBİL (Marmara Üniversitesi)  
Prof. Dr. Ramazan AKTAŞ (TOBB Üniversitesi)  
Prof. Dr. Zeki AKSAN (Haliç Üniversitesi)  
Doç. Dr. Aslı GÖKSOY (American University in Bulgaria)  
Doç. Dr. Banu DAYANÇ KIYAT (Haliç Üniversitesi)  
Doç. Dr. Selma ARIKAN (Medeniyet Üniversitesi)  
Dr. Öğr. Üyesi Ayla KAPAN EZİCİ (Haliç Üniversitesi)  
Dr. Öğr. Üyesi Murat ÇAĞLAR (Akdeniz Üniversitesi)  
Dr. Öğr. Üyesi Şirin KARADENİZ (İstanbul Teknik Üniversitesi)  
Dr. Öğr. Üyesi Zerrin YANIKKAYA (Maltepe Üniversitesi)

---

**Danışma Kurulu**  
*Advisory Board*

Prof. Dr. Akın MARŞAP (İstanbul Aydın Üniversitesi)  
Prof. Dr. Atila YÜKSEL (Adnan Menderes Üniversitesi)  
Prof. Dr. Mahmut Celal BARLA (Haliç Üniversitesi)  
Prof. Dr. Şebnem URALCAN (Haliç Üniversitesi)  
Prof. Dr. Erdiç ÖZTÜRK (İstanbul Üniversitesi)  
Prof. Dr. Mehmet ARSLAN (Gazi Üniversitesi)  
Doç. Dr. Erol DURAN (Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi)  
Doç. Dr. Nuray TEZCAN (Haliç Üniversitesi)  
Doç. Dr. Zelha ALTINKAYA (Yalova Üniversitesi)  
Dr. Öğr. Üyesi Atilla TEKİN (Adıyaman Üniversitesi)  
Dr. Öğr. Üyesi Birgül YEŞİLOĞLU GÜLER (Uludağ Üniversitesi)  
Dr. Öğr. Üyesi Zehra DOĞAN SÖZÜER (Haliç Üniversitesi)  
Öğr. Gör. Erdem AKGÜN (Haliç Üniversitesi)  
Öğr. Gör. Nurhan HÜNER (Haliç Üniversitesi)

---

---

**Cilt 3 Sayı 1**  
**Hakem Listesi**  
*Volume 3 Issue 1*  
*Reviewer List*

Prof. Dr. A. Azmi BİLGİN (İstanbul Üniversitesi)  
Prof. Dr. Alev BULUT (İstanbul Üniversitesi)  
Prof. Dr. Güler Şebnem URALCAN (Haliç Üniversitesi)  
Doç. Dr. Abdurrahman KORKMAZ (İzmir Kâtip Çelebi  
Üniversitesi)  
Doç. Dr. Alev Dilek AYDIN (Haliç Üniversitesi)  
Doç. Dr. Banu DAYANÇ KIYAT (Haliç Üniversitesi)  
Doç. Dr. Ferhat TOPBAŞ (İzmir Demokrasi Üniversitesi)  
Doç. Dr. Gökhan KARA (İstanbul Üniversitesi)  
Doç. Dr. Münevver Ebru ZEREN (Haliç Üniversitesi)  
Doç. Dr. Saman HASHEMIPOUR (Yeni Yüzyıl Üniversitesi)  
Doç. Dr. Nevin ALTUĞ (Trakya Üniversitesi)  
Doç. Dr. Yağmur ÖZYER AKSOY (Arel Üniversitesi)  
Dr. Öğr. Üyesi Aysel GÜNEŞ (Haliç Üniversitesi)  
Dr. Öğr. Üyesi Dilhan APAK (Haliç Üniversitesi)  
Dr. Öğr. Üyesi Ece ÜNÜR (Haliç Üniversitesi)  
Dr. Öğr. Üyesi Fatih Fuat TUNCER (İstanbul Gelişim Üniversitesi)  
Dr. Öğr. Üyesi Hasan Sencer PEKER (Gelişim Üniversitesi)  
Dr. Öğr. Üyesi Melih Atalay (Haliç Üniversitesi)  
Dr. Öğr. Üyesi Nuran ALTUNER (Haliç Üniversitesi)  
Dr. Öğr. Üyesi Sinan AŞÇI (Bahçeşehir Üniversitesi)  
Dr. Öğr. Üyesi Şahver OMERAKİ ÇEKİRDEKÇİ (Haliç  
Üniversitesi)

---

## AMAÇ VE KAPSAM

---

Haliç Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi Eylül 2018 tarihinden itibaren yılda iki kez yayınlamaktadır. Bu dergide sosyal bilimler, beşeri bilimler ve konservatuvar alanlarında araştırmaya dayalı Türkçe veya İngilizce dilinde özgün ve derleme makaleler yayınlanmaktadır. Gönderilen makaleler hakemler tarafından incelenip değerlendirilir ve kabul edilen makaleler derginin web sayfasında online ve basılı olarak yayınlanmaktadır.

### **Yayın Sıklığı**

Haliç Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi Mart ve Eylül aylarında olmak üzere yılda iki kez yayınlanmaktadır.

### **Yayın Koşulları**

1. Gönderilecek makalelerde özet, abstract, şekil, tablo, metiniçi kaynak ve kaynakça gösterimi yazım kılavuzuna göre hazırlanmadığı durumda makale direkt reddedilmektedir.
2. Gönderilecek makalelerde alanında bir boşluğu dolduracak özgün bir araştırma sonuçlarını içermesi şartı aranır.
3. Yayın Kurulu, dergiye gönderilen makaleleri öncelikle yayın ilkeleri, dergi kapsamı, bilimsel içerik ve şekil açısından inceler. Ön incelemeden geçen makaleler değerlendirilmek üzere en az 2 hakeme gönderilir. Eserin dergiye kabul edilebilmesi için iki hakemden de olumlu değerlendirme alması gerekir. Gerekli durumlarda üçüncü hakemden de değerlendirme sürecine katkı sağlaması istenebilir. Son karar editöre aittir.

4. Yayınlanmak üzere gönderilen makalelerin daha önceden yayımlanmamış olduğu ve intihal içermediği Turnitin aracılığıyla teyit edilir. Benzerlik raporu dergi editörleri tarafından kontrol edildikten sonra sonucu referanslar hariç %20 ve altında çıkan makaleler değerlendirilmek üzere hakemlere gönderilir. Sonucu referanslar hariç %20 üzerinde çıkan makaleler için yazardan düzeltme talep edilir. Gerekli düzeltmelerin 20 gün içerisinde yapılmaması durumunda makale reddedilir. Süreç içinde son karar editöre aittir.
5. Makale yazarlarından değerlendirme ve yayın işlemleri için herhangi bir ücret talep edilmez.
6. Makalelerin tüm sorumluluğu ilgili yazarlara aittir. Makaleler uluslararası kabul görmüş bilimsel etik kurallarına uygun olarak hazırlanmalıdır. Gerekli hallerde Etik Kurul Raporu'nun bir kopyası eklenmelidir.
7. Dergide yayınlanan yazılar ayrıca elektronik ortamda (<http://dergipark.gov.tr/husbd>) yayımlanır.
8. Bireysel kullanım dışında, Haliç Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi'nde yayınlanan makaleler, şekiller ve tablolar yazılı izin olmaksızın çoğaltılamaz, bir sistemde arşivlenemez veya reklam ya da tanıtım amaçlı materyallerde kullanılamaz. Bilimsel makalelerde, uygun şekilde kaynak gösterilerek alıntılar yapılabilir.

### **Açık Erişim Politikası**

Haliç Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi açık erişim politikasını benimsemiş bir dergidir.

## **Makale Yazım Kuralları**

“Yazar Rehberi”ni bilgisayarınıza derginin web sayfasından indirebilirsiniz.

## **Yazıların Bilimsel ve Hukuki Sorumluluğu**

Yayınlanan makalelerin bilimsel ve hukuki sorumluluğu yazarlarına aittir. Yazıların içeriğinden ve kaynakların doğruluğundan yazarlar sorumludur. Editör, Yardımcı Editör, Yayın ve Danışma Kurulu Üyeleri ve Yayımcı, dergideki hatalardan veya bilgilerin kullanımından doğacak olan sonuçlardan dolayı sorumluluk kabul etmez.

## **Yayın İzni**

Bireysel kullanım dışında, Haliç Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi’nde yayınlanan makaleler, şekiller ve tablolar yazılı izin olmaksızın çoğaltılamaz, bir sistemde arşivlenemez veya reklam ya da tanıtım amaçlı materyallerde kullanılamaz. Bilimsel makalelerde, uygun şekilde kaynak gösterilerek alıntılar yapılabilir.

## **Telif Hakkı Düzenlemesi**

Telif hakkı devir formu doldurulmalıdır.





## EDİTÖRDEN MEKTUP

---

Değerli Paydaşlarımız: Okurlarımız, Yazarlarımız ve Hakemlerimiz,

Dergimiz yayın hayatını başarıyla sürdürmektedir. Dördüncü sayımızı sizlerin ilgisine, beğenisine ve eleştirisine sunuyoruz. Dergi üretiminin arkasında yatan emekleri ve ısrarlı takipleri ifade etmeye gerek yok belki. Yaşamakta olduğumuz Corona virüs olayı, bilim Dünyasında gün ve saat hızında dinamizm kazanan; bilgi, buluş, görüş veya deneyim paylaşımının ne kadar yaşamsal olduğunu bizlere ispatlamıştır. Olayın sadece bir hekimlik meselesi olmadığı; tarım, ticaret, taşıma, depolama, finansman, gelir dağılımı, beslenme, eğitim, halkla ilişkiler, iletişim, ikna, paylaşım, şeffaflık, kamu yönetimi vb. gibi birçok yerel ve küresel boyutları olduğu açığa çıkmıştır.

Dergimizin de bu kadar çok yönlü olgulara, araştırmalarıyla bilgi ve görüş üreterek katkılarıyla yayın hayatını sürdürmesini arzu ediyoruz. Bu bağlamda, bu sayımızda da taşımacılık, finansman, gelir dağılımı, sağlık, siyaset, sanat ve kültür alanlarında zengin bir sunumumuz var:

Cinsiyet eşitsizliğinin medyada ifade dili, şikayet yönetiminin tüketicilere etkisi, sağlık harcamalarının düzeyi ve diğer ülkelerle karşılaştırılması, Türkiye’de yoksulluğun düzeyi, terör örgütleri finansmanının DEAŞ bağlamında incelenmesi ve mey/balaban/duduk gibi eski Türk sazlarının tanıtılması konularındaki makalelerimizi ve yazarlarımızı sizlere takdim ediyoruz.

Eğitimi, ekonomiyi ve tüm toplum hayatımızı derinden etkileyen olağanüstü şartların kısa zamanda sona ermesini, her şeye rağmen

retme ve faydalı olma çabalarımızı sürdüreceğimiz ümidi ile tüm paydaşlarımıza, her zaman destek veren Haliç Üniversitesi Rektörlüğüne teşekkür ederken, katkı ve desteklerin devamını bekliyoruz.

Prof.Dr. Rauf Arıkan  
Editör

# İçindekiler / Contents

---

## Araştırma Makaleleri / *Research Articles*

### İletişim

#### Gender and Print Media

Toplumsal Cinsiyet ve Yazılı Basın

**Gökçen KARA** ..... 1-28

### İşletme

#### Şikâyet Yönetiminin Tüketici Değer ve Davranışlarına Etkisi: Bankacılık Sektörü Uygulaması

Effect of Customer Complaint Management on Customer Value and Behavior: A Banking Sector Version

**Ali KUL, Ayşe AKYOL** ..... 29-61

### Ekonomi

#### Sağlık Ekonomisi Kapsamında Sağlık Harcamaları ve Sağlık Hizmetlerinin Finansmanı: Bir Uygulama

Medical Expenses and Financing Medical Services: Panel Data Analysis

**Elçin GÜVEN, Arman Teksin TEVFİK, Ramazan EBRU**.... 63-81

#### Türkiye’de Yoksulluk ve İşgücü Piyasası

Poverty and Labor Market in Turkey

**Gürdal ASLAN** ..... 83-105

## **Siyaset**

### **Terör Örgütleriyle Mücadele Sürecinde Ekonomik İstihbaratın Rolü: DEAŞ Örneği**

The Role of Economic Intelligence in The Fight Against Terrorist Organizations: Example of The DAESH

**A. Gökhan YAŞA, Mehmet Levent YILMAZ**.....107-130

## **Kültür - Sanat**

### **Mey, Balaban ve Duduk Sazlarının Genel Olarak İncelenmesi ve Kültürel Perspektifte Karşılaştırılması**

General Evaluation of Mey, Balaban and Duduk Musical Instruments and Comparing Them in a Cultural Perspective

**Zafer EREN, Leyla TANSEVER**.....131-165

## Gender and Print Media

Gökçen KARA<sup>1\*</sup>

<sup>1</sup>Haliç Üniversitesi, Fen Edebiyat Fakültesi, Amerikan Kültür ve Edebiyatı Bölümü, İstanbul, Türkiye

**Orcid Numarası:** 0000-0002-6048-3644

**Geliş Tarihi:** 25.12.2019

**\*Sorumlu Yazar e mail:** gokcenkara@halic.edu.tr

**Kabul Tarihi:** 19.03.2020

**Atf/Citation:** Kara, G., "Gender and Print Media", Haliç Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi 2020, 3-/1: 1-28.

### Abstract

Gender is the social construction of ideas that define the roles society expects from men and women. In other words, gender determines masculinity and femininity through the cultural codes. These cultural codes that constitute gender are transmitted through language. Language is the greatest force in the transfer of cultures, ideologies, and in the perception and evaluation of the world. Culture and language are two phenomena that are constantly affected by each other and cannot be considered separately. By examining the language of a society, it is possible to observe the traditional views of gender, their roles, power distribution, and prejudices of society. Male dominance in language reinforces the social secondary position of women; because, the use of the sexist language is very common through proverbs, slang, daily language and media. The way women are represented in the print media is influenced greatly by the language used. Print media reflects social values and reveals traditional gender stereotypes, and it is possible to see representations of gender roles in the mass media. Women are subjected to pressure and are considered secondary in the media, as well as in language. The mass media, especially newspapers, play important roles in teaching traditional gender roles. This study aims to show how language is used in the newspapers as an instrument of patriarchal ideology and how it reflects gender.

**Keywords:** Language, Gender, Newspaper, Ideology, Perception

## Toplumsal Cinsiyet ve Yazılı Basın

### Öz

Toplumsal cinsiyet, toplumun erkek ve kadınlardan beklediği rolleri tanımlayan fikirlerin toplumsal inşasıdır. Diğer bir deyişle, toplumsal cinsiyet kültürel kodlar aracılığıyla erkekliği ve kadınlığı belirler. Toplumsal cinsiyeti oluşturan bu kültürel kodlar dil yoluyla iletilir. Dil, kültürlerin, ideolojilerin ve dünyanın algılanması ve değerlendirilmesinde en büyük güçtür. Kültür ve dil, birbirinden sürekli olarak etkilenen ve ayrı düşünilemeyen iki olgudur. Bir toplumun dilini inceleyerek, geleneksel toplumsal cinsiyet bakış açısını, cinsiyet rollerini, güç dağılımını ve önyargılarını gözlemek mümkündür. Dildeki erkek egemenliği, kadınların sosyal alandaki ikincil konumunu güçlendirir; çünkü cinsiyetçi dilin kullanımı atasözleri, argo, günlük dil ve medya aracılığıyla çok yaygındır. Medyada kadınların temsil edilme şekli, kullanılan dilden büyük ölçüde etkilenir. Yazılı basın sosyal değerleri yansıtır ve geleneksel cinsiyet kalıp yargılarını ortaya çıkarır. Böylece kitle iletişim araçlarında cinsiyet rollerinin temsillerini görmek mümkündür. Kadınlar baskıya maruz kalırlar; medyada ve dilde ikincil olarak kabul edilirler. Kitle iletişim araçları, özellikle gazeteler, geleneksel cinsiyet rollerinin öğretilmesinde önemli roller oynar. Bu çalışma, ataerkil ideolojinin bir aracı olarak gazetelerde dilin nasıl kullanıldığını ve cinsiyeti nasıl yansıttığını göstermeyi amaçlamaktadır.

**Anahtar Kelimeler:** Dil, Toplumsal Cinsiyet, Gazete, İdeoloji, Algı

### 1. Introduction

Gender-based discrimination between men and women is one of the oldest problems in history. Although gender-based discrimination and gender stereotypes were introduced into the field of social psychology, the women were always ignored and it was only in the early 1970s that they were able to be addressed. Today, the world is not a place where men and women have equal advantages. The world economic forum 2018 gender gap index includes evidence of this in a detailed study: According to this report, Turkey ranks 131th on the participation of women in the labor force, 113th on the participation in political life. The countries where gender equality is at the highest level are Iceland, followed by Norway and Sweden (World Economic Forum, 2018). As

a matter of fact, gender equality is among the sustainable development goals adopted by the United Nations in 2015 and expected to shape the world agenda by 2030. Accordingly, the media's approach to gender equality, which has a significant impact on society through its power to create public opinion, is of particular importance. People need print press to access information, and while the print press meets this need, it creates a perception in the social mindset by setting the agenda with the news it chooses. For example, the woman is shown incapacitated by the general pattern judgments maintained over her biological characteristics. This perception is reproduced by mass media.

The meanings of reality are constructed through language. Gender stereotypes draw limits on women and men and undermine femininity and masculinity. The language, which includes gender biases, has penetrated our daily lives. Language is not only a reflection of society; it is one of the most important elements of a culture. The indicator of every fact that exists in a culture is found in that culture's language. Language is a social structure; the use of language is a social activity. As Edward Sapir (1966:15) states:

*“It is difficult to see adequately the functions of language, because it is so deeply rooted in the whole human behavior that it may be suspected that there is little in the functional side of our conscious behavior in which language does not play its part.”*

Through language, we both understand and shape the world around us. Therefore, because gender is structured and articulated through written and verbal language, it can be said that language is one of the most important factors in the formation of gender.

What is the difference between “sex” and “gender?” Sex is biological while gender is a social phenomenon that is shaped by behavior and discourse. Masculinity and femininity are not congenital; they are

created socially by the activities carried out according to cultural norms. Gender, which is a part of our identity, is not singular and stable; rather, it is multiple and variable, and it is constantly restructured. Since women and men are raised as separate entities within the same culture, they form different subcultures. Therefore, male and female communication can resemble intercultural communication.

Gender and language are some of the most controversial issues in the field of sociolinguistics. Research on language and gender began gaining more importance and emphasis after the 1970s. This was the time when women were just coming out of being invisible in the writing world. However, the first stage in gender and language studies goes back to 1920s, when Otto Jespersen described male language as standard and defined female language as inferior. In response, Robin Lakoff presented a hypothesis, which is called the deficit model. According to Lakoff, social pressure influences women, making their speech powerless; they are placed in a subordinate role during the conversation process. “It is entirely predictable, and given the pressure towards social conformity, rational, that women should demonstrate these qualities in their speech as well as in other aspects of their behavior” (Cameron, 2018: 76).

According to Lakoff language humiliates women because the language system hinders women’s way of expressing worldview and even themselves. Language takes men as the norm and makes women invisible. This means that the reality of the whole world is based on men. Lakoff points out that women experience linguistic discrimination in two ways: in how they use language, and in how it is used about women. Lakoff’s book (1975) *Language and the Woman’s Place* is an important work on language and gender studies. In this book Lakoff argues that women have a different way of speaking from men. She goes on to argue that “language itself is a tool of oppression” (Eckert, 2003: 56). According to Lakoff, gender is embedded so thoroughly in the language that it seems natural to us.



In society, women have been traditionally oppressed in many ways and regarded as secondary. This secondary position has been strengthened by means of mostly male-dominated tools such as television, press and literature. All these tools enforce the woman's secondary position by language intertwined with thought and that is a reflection of the experiences and perceptions of society. When we consider that it reflects existing reality and contributes to the creation of reality, language is a tool of ideology that will never be underestimated. It can be said that male-dominant ideology controls thought with language. Considering the sexist structure in the language, it can be seen that the woman is always subjugated through the language.

Language is a very powerful and pervasive tool in society because it is a reflection of the experiences and perceptions of society. Considering that it reflects all reality and contributes to its formation, language should not be underestimated. The relationship between language and thought means that those who hold power can control language, and we can see that the male-dominated ideology does so. As F. Sadiqi states in *Women, Gender, and Language in Morocco*, “The male dominance in language was attributable to the political and cultural dominance of men over women in society. The way men and women spoke (women work hard in conversation, men don’t or don’t have to) reflected social reality”(Sadiqi, 2003:6). For example, it is clearly evident from the word “businessman” that women do not have a place in business life. Because of the attribution of some professions to men and others to women, expressions such as “female doctor”, “female lawyer”, “female engineer”, “female officer”, “female pilot”, and “female driver” are used in Turkish. In the same way, the phrase “male nurse” has started to be used for men entering the nursing profession. Many expressions Turkish clearly show that the position and value of women in our culture are lower than the position and value of men. There are phrases like

<b>Adam olmak</b>	: be a man
<b>Adam gibi</b>	: decently, properly
<b>Adam yerine koymak</b>	: give consequence to
<b>Adama dönme</b>	: look presentable
<b>Adamdan saymak</b>	: treat with respect

Such statements emphasize the strength and virtue of being a man, the ability and success of the man in his work, and the value of the man, and position the woman in a negative and secondary situation. As we have seen, language is a factor that reflects gender. Hellinger and Bussmann (2001:4) - also refers to sexism in Turkish as follows:

*“Social gender is a particularly salient category in a language like Turkish which lacks even gender-variable pronouns. Frequently, gender-related associations remain hidden on a deeper semantic level. E.g., the Turkish occupational term kuyumcu ‘goldseller’ is lexically gender-indefinite, but is invariably associated with male referents, although theoretically, a female goldseller could also be referred to as kuyumcu. The word can be said to have a covert male bias which derives from sociocultural assumptions and expectations about the relationships between women and men.”*

It is observed that male dominance in language continuously reinforces and reproduces the social subordination of women. This is partly because the use of sexist language is very common throughout the media. Masculine-coded language is often an offensive language that humiliates women and women’s sexuality.

The processes that produce and reproduce gender are continuous. Although gender is not a conscious identity, it is constantly being created regarding the messages and meanings coming from the environment. People spend a great deal of time in their lives watching television or reading newspapers and magazines. In particular, television is the most important entertainment and information tool for people. Therefore, the media plays an important role in their lives.

The effect of mass media in learning behavior is a known phenomenon. In other words, mass media has an important role in perpetuating gender stereotypes and prejudices and influencing people in that direction. The image of women in the news media is built with certain myths and stereotypes based on gender inequality. These myths, produced by the news from a sexist perspective, are framed by a number of codes that make women passive to men and turn them into a sexual commodity. Research conducted both in the world and in Turkey shows that women are limited represented in the news. The “victimized woman myth” is most often represented in the news. This myth appears especially in the violence news that women are exposed to. As a result, the woman is almost victimized. However, if the press adopts an egalitarian approach in the news language, the perspective of the society will also change. That is, the language used can change the gender discriminatory view.

*“There is still a great deal to learn about the ways in which the media contribute to women's secondary social and economic status. In any case, a now substantial and fast-growing array of new journals, edited volumes, monographs, conference presentations and special conventions is clearly evidence of an ongoing interest in the field of media and gender”* (Carter and Steiner, 2003:5-6).

In the print media, an attitude towards women has been observed in the words and phrases related to men and women. Disparaging words with negative connotations are often used to refer to women, while similar words and expressions are rarely applied to men. It is necessary to begin with the use of the word “woman” itself and its connotations. Sometimes, instead of the actual word, a euphemism, or polite expression, is used to replace words or phrases that may be considered unpleasant. For example, when talking about or addressing women in Turkish, the word “woman” is avoided, and the word “lady” is substituted instead. Use of this euphemism suggests that the word "woman" can create a negative impression

or connotation. This issue is present in English as well as in many other languages. Robin Lakoff highlights this woman/lady division and insists the word “woman” will continue to trouble us, until we are more respectful of women and begin to feel less disturbed by women’s roles in society, especially as compared to men (Lakoff, 1975: 58). D. Spender (1987:42-43) points out that men have established a reality that they consider themselves the main figure and use language to achieve their own interests.

*“In a male supremacist society where women are devalued, their language is devalued to such an extent that they are required to be silent. Within this framework it becomes logical to have one rule for women’s talk and another for men because it is the sex- and not just talk- which is significant.”*

The sexist structure of the print media reproduces the roles of men and women defined by the social structure with the content it presents to its audience. It is seen that women are represented in the media through limited roles. Women are often the subject of third page news in print media. In these pages, they are seen as people who are oppressed, victimized or murdered.

*“First women were ignored by the serious media (i.e. news). Second, when women were included in media content, their experiences and images were often stereotyped or distorted. Third, women were blocked from entry into media professions and thereby unable to affect the production of content with regard to gender.”*

Women are either portrayed in traditional roles or presented as sexual objects. The commodification of women in the media causes women to be disidentified and seen as an object of consumption. This also encourages the production of a discriminatory language in the media. In this context, the representation of women in the media is a serious problem. According to some of the results of the Global Media

Monitoring Project survey in 2015 where the representation of women and men in the world media was measured:

- 1. Women are the subject of only 24% of the news on television, radio or newspapers. This ratio is the same for the last five years.*
- 2. Only 37% of the news on newspapers, radio and television are presented by women.*
- 3. Women presenting the news are 41% on the radio and 35% on the printed media.*
- 4. There is a significant gender difference in the resource selection of women and men journalists.*
- 5. The news that questioned gender stereotypes in television, radio and newspapers remained at a rate of 4%, and this ratio was the same in digital media. (Global Monitoring Project, 2015)*

It is seen that women's representation in the print media is both insufficient and problematic. The content in the print media is based on the values that exist in the social structure and therefore reflects the gender perspective of the society. In this study, the media that impose gender values will be discussed in terms of gender and language.

In most countries of the world, women have to struggle to achieve their rights in their daily lives, in the standards of education and work. The gender regime, which we can call it a patriarchal system by a certain definition, is one of the founding components of all social areas, from politics to economics, from cultural life to education. The gender regime is a dimension that should be taken into account in social analysis, from the most intimate areas of the personal lives of women and men to the interpretation and representation of conflicts at the level of international relations. Gender is shaped by culture, socioeconomic factors, education, belief, and ethnic factors. Gender is learned in childhood and reinforced by the society. In other words, family, school, social environment and mass communication tools instill gender roles. In addition, women have more responsibilities in

society with their wife and mother roles. In other words, society has a higher expectation from women. It is a known fact that the gender regime in Turkey is patriarchal. The common cause of gender equality in all societies is the dominance of patriarchy. According to S. Willis (2016:84) family ideology is where patriarchy and capitalism come together to ensure the oppression of women. In her book *A Primer For Daily Life* she states:

*“The ideology of the family is the place where patriarchy and capitalism coincide to ensure the oppression of women. Where patriarchy would see women solely as procreators of the species, capitalism inferiorizes women by making social reproduction secondary to the economics of production.”*

The struggles started by women are one of the oldest known social movements. According to K. Millett, the great cultural change caused by the onset of the sexual revolution is at least as important as the four or five social uprisings of the modern age, where historians are embraced. For example, in the UK and the United States, the movement that women started in the 19th century to get education, to have property, to have a say on their earnings, to get divorced, to get custody of their children and to vote has only yielded results in the 20th century. Therefore, women have faced pressure to act in accordance with the gender role they have been given throughout their lives.

*“In contemporary patriarchies the male’s de jure priority has recently been modified through the granting of divorce protection, citizenship, and property to women. Their chattel status continues in their loss of name, their obligation to adopt the husband’s domicile, and the general legal assumption”* (Millett, 2016:34).

Recent studies in Turkey conducted by research companies have shown that the rate of people who find domestic violence normal is high. A cultural structure that perceives male violence as legitimate

and inevitable, points out quite risky and negative consequences for women. It is a patriarchal social order that prioritizes men and pushes women to secondary position, causing women to be neglected in all areas of social life. In the patriarchal society order, violence that women are exposed to is normalized through implicit mechanisms within many institutions such as family, law and media.

One of the challenging areas of the gender-based hierarchy that women struggle is to have a profession. While people are referred with their professions the word “woman” is specifically mentioned. Statements like “woman driver”, “woman teacher”, “women doctor” are very common in the language. Therefore, this results in women choosing professions deemed appropriate by society in order to maintain society's expectation. Language is one of the areas where gender discrimination against women can be observed. Although Turkish is not a sexist language in terms of grammatical structure, it has phrases containing misogyny.

The connection of traditional gender roles with education and culture is known. The first works in this field were done by R. Benedict and M. Mead. Attitudes and stereotypes about gender roles decrease, especially as the level of education increases. Gender perspective, which accepts every responsibility for the home as a woman's duty, is the biggest obstacle to women's participation in business life.

The effect of mass media on learning behavior is a known fact. Traditionally performing the function of raising awareness and socializing the individual, the family leaves this function to the culture industry. As a result of this approach, thinkers naturally believe that mass media have an oppressive nature. Mass media also enable the masses to integrate with the dominant system. In other words, mass media play an important role in maintaining gender stereotypes and prejudices and influencing people in this direction.

The image of women in the news media is constructed with certain myths and stereotypes that take shape on a ground built on gender inequality. These myths, produced by the news from a sexist perspective, are framed by a number of codes that make women passive to men and turn them into a sexual commodity. Research conducted both in the world and in Turkey shows that women are represented in a limited way; these representations show the secondary position of the woman. In the news, the “victim woman myth” is one of the representations in which the woman is positioned as a passive object. This myth appears especially in the news of violence that women are exposed to. However, if the press adopts an egalitarian approach in news language, the perspective of society will also change. So the language used can change the sexist outlook. In this regard, the only step taken in the Turkish press was the Red Line Campaign launched by Hürriyet Newspaper against the use of biased words against women (Hürriyet, 5 March 2019). The result obtained in the application of artificial intelligence created to detect sexist words, idioms and even implications can be shown as a positive example for other press organs. While the rate of sexist words determined in the articles before this application started was 11 %, it decreased to 7 % when the application started. But the development that this practice provides in language alone is not enough for the equality movement. As a matter of fact, the common result of all the research on the rates of participation in mass media is the differences in the representation of men and women.

It can be said that capitalism presents woman only as an object of consumption through her body. Women, who can take place mainly as magazine figures, victims or sexual objects in the print media, also remain in the secondary plan in their professional fields. As it is known, the first page of almost all of the daily newspapers mostly includes political and economic news and important political developments in the country and the world's agenda. In these pages there are very few women's figures. When we look at the last page of the newspapers, it is seen that women are presented as sexual material.



Newspapers are always shaped by the current gender regime. Page layout, visual content and techniques of the newspapers, news text, even colors are news production techniques that strengthen the gender regime in both the most ordinary and most sensational ways. It is generally important to have a woman's photograph on the first pages of the popular newspapers. This is a layout technique. At the same time, it is seen that women's photographs are kept regularly in the upper right corner of the last pages of the widely read popular newspapers. Except the magazine news and the third page news, there is not many news about women published in daily newspapers. In the representation of violence against women, the gender inequality existing in a society is reproduced. These reports emphasize how newspapers that adopt a sexist discourse can legitimize and naturalize violence against women

According to the Global Media Monitoring Project 2015 in Turkey, the ratio of women who are included in the media in government, policy and economy news is 6%, 25% in science and health, 28% in social and legal issues, 53% in magazines. This indicates that Turkish media can reinforce gender-based stereotypes with women's representation. When we skip the first page in the newspapers and come to page 3, we can see that women are revealed as the subject of murder and violence news. The women included here are shown as victims who are raped, killed, and severely punished for being out of the norms set by the society. The following news illustrate this situation:

1. Young girl who was reported to be posing obscenely was found dead in her bed (Sabah, 14 February 2018).
2. Honour murder: 2 dead (Hürriyet, 2 April 2018).
3. He stabbed his wife and killed the man next to her (Milliyet, 13 January 2018).
4. The husband who caught his wife with another man in Istanbul spread terror (Sabah, March 2018).

5. Husband who killed his wife and old lover: I saw my wife naked in bed with her lover (Sabah, April 2018)
6. The young woman who was raped changed the city where he lived because of his fear and shame (Sabah, 14 March 2018).
7. Alcoholic woman spreaded terror in Taksim (Sabah, 1 March 2018).
8. The woman who was too drunk, who didn't even remember what she was doing, was raped (Hürriyet, 6 March 2018).
9. What the working woman should pay attention to when dressing(Hürriyet, 24 March 2018)
10. The husband who killed his wife with a single bullet said: My wife had been in a relationship with someone else for 7 years (Sabah, 3 April 2018).

In the news above, the women were presented as instigators. A prominent point in these reports is that the perpetrator is shown as innocent, and the victim is shown as the guilty. In all of these ten reports, women were victims because they did not comply with the social rules. People who read the first news will think that this girl was killed because she posed obscenely. People who read 2., 3. and 4. news will think without reading the rest of the story that the woman was killed because she deceived her husband. Therefore, murder was legalized and women's behaviors were shown as provocative because they did not comply with social norms. Language is an important force manipulated by the media. As can be seen in the above news, the language used in the news can greatly affect people's perception.

Gender codes, norms and experiences that shape the event itself, also shape the process of being chosen, written and served to the masses of readers. For example, without reading the continuation of the text of the above news, it is possible to have some idea about it. For example, “the man killed the other man because his wife betrayed him with this

man”. In other words, the word choice in newspapers can influence people's perception. This kind of news makes the perpetrator of the murder look innocent, while the victim is also guilty.

When examining this news, the point to be considered is the gendered meaning and use of words. Newspaper headlines are expected to be striking and remarkable. Gender becomes noticeable in the news. In other words, women do not become the subject of news as they realize their accepted femininity and men as their accepted masculinity. Women and men who do not meet gender norms have news value. The fact that women gain visibility in this way in the media creates surprising, humorous and proud positions when they exceed the limits of the dilemmas produced according to the gender norms. The sex of the perpetrator often adds a special and unusual meaning to the news. Such news stories may include criminal actions, success stories, or accidental news. In this type of news, the sex of the perpetrator is underlined, using large points. The following examples from different newspapers illustrate this situation

“A woman thief was arrested” (Sabah, 13 March 2018).

“Expatriate female driver had a nervous breakdown after the accident” (Hürriyet, 7 April 2018).

The sex of other perpetrators is not mentioned in the first news; in other words, the sex of other live bomb activists is assumed to be male. In the second report, it is emphasized that the driver is a woman. This excessive and unnecessary information on gender identity contributes to the gender regime mentioned above. As mentioned in this study, the way women are represented in the newspaper subordinates the place of women in society and reproduces gender inequality.

## 2. Method and Research Questions

The print press has the power to steer the community through its use of sexist language and its choices in women's news. Print press, while making news about women, often prefers to include them as magazine material over stereotypical identities rather than showing them as equal to men. However, the transformation of gender discriminatory mentality in the society is possible not by ignoring the woman, but by giving the status she deserves. The aim of the study is to examine the extent to which women can appear in the print press as the subject rather than being used as a functional object. This study also aims to show that the language used in advertisements, newspapers and television series builds a female and male identity that aligns with gender roles and reinforces sexist ideology. The following research questions were asked to answer the basic questions about how gender identities are represented in the media through language.

1. Does the language have an impact on the visibility of women and men in the print press?
2. In which roles are women and men represented in the reviewed print press through the language?
3. Does the language used in print press organs create misogyny?

Qualitative content analysis method was applied to find answers to the determined research questions. In selecting the analyzed data, systematic sampling method was applied first. Systematic sampling method is based on creating a sample from the population based on certain criteria and with a systematic method. The criterion used in determining the sample selected by the systematic method within the scope of this study is the number website visits. This information is taken from the website Alexa, which measures and

publishes traffic and rating information by websites. According to the information provided by the Alexa website, the top three online newspapers with the highest number of website visits were determined. These are “milliyet.com.tr”, “hurriyet.com.tr” and “sabah.com.tr” (Alexa, 2018). The newspapers were examined between February 2018 and May 2018. This time interval is randomly selected. In this date range, a total of 300 reports were analyzed in terms of gender and language. They have been evaluated both in the context of the roles in which the woman is represented, and in the context of the language used for the woman and the language used by the woman.

### **3. Scope and Limitations**

This research examined the news on the main pages of Sabah, Milliyet and Hürriyet newspapers between February and May 2018. In the research, the news was examined both visually and in content. Only 300 news reports were evaluated in the scope of the survey. There are a total of 570 people in these 300 news reports.

### **4. Findings and Evaluation**

In this study, it was observed that the woman was represented under three main titles.

1. Women exposed to violence
2. Woman as a sexual object
3. Women in gender roles

It has been observed that women are exposed to discrimination both as a form of representation and in the context of the language used for women. As a result of the study, sexism against women was

examined in newspapers, television series and advertisements, and the relationship between attitude towards women and its reflection on language was evaluated. The power of the patriarchy and its reflection on language has become so powerful that gender in language is perceived as ordinary by everyone.

In these newspapers, sexist statements against women were revealed and a list was made by grouping them. This grouping is made under the following headings:

- 1) Statements that create sexism over women.
  - 1a) Statements that otherize women.
  - 1b) Statements that create sexism by showing the woman as a sexual object.
  - 1c) Statements that create sexism by projecting women with various identities.
- 2) Statements that create sexism over men.
  - 2a) Masculine expressions that ignore the woman.
  - 2b) Statements that are masculine in gender.
- 3) Statements that create sexism by presenting dualities about men and women.
  - 3a) Statements that create sexism by separating the roles of men and women.
  - 3b) Statements that belittle women / glorify men.

**Table 1.** Quantitative Findings on News Published During the Review Period

	<b>Women exposed to violence</b>		<b>Woman as a sexual object</b>		<b>Women in gender roles</b>	
Hürriyet	40	13%	32	10%	34	11%
Sabah	45	15%	29	9.6%	30	10%
Milliyet	42	14%	28	9%	30	10%

The quantitative data of the published news are tabulated comparatively based on the date range of the review in Table 1. Within the scope of the review, similar results were seen in these three newspapers about women's news.

**Table 2.** The Number of People by Sex on Three Newspapers between February 2018 - March 2018

<b>Gender</b>	<b>Frequency</b>	<b>%</b>
<b>Women</b>	<b>240</b>	<b>42.11%</b>
<b>Men</b>	<b>330</b>	<b>57.89%</b>
<b>Total</b>	<b>570</b>	<b>100%</b>

There are a total of 570 people in the 300 reports examined based on the date range of the review. As shown in Table 2, the number of men and women shown in newspaper reports is different from each other. Newspaper news included more men than women.

**Table3.** Coding Findings on Women's Representation by Three Newspapers between March and May 2018.

<b>Categories</b>					
<b>Women's Age</b>	Under 20	20-35	35-50	Over 50	Undetectable
	f=42	f=92	f=63	f=38	f=5
	17.50%	38.33%	26.25%	15.83%	2.08%
<b>Profession of Women</b>	Women working in entertainment industry	Women in highly skilled occupations	Women in low skilled occupations	Housewives	Other
	f=94	f=22	f=46	f=68	f=10
	39.17%	9.17%	19.17%	28.33%	4.17%
<b>Type of the News That Women Are Displayed</b>	Magazine, art and media	Science and health	Crime and violence	Politics and government	Other
	104	20	77	14	25
	f=43.33%	f=8.33%	f=32.08%	f=5.83%	f=10.42%

When Table 3 is analyzed, it is seen that the newspapers mostly include women between the ages of 20-35. When the professions of women are examined within the scope of the research, it is seen that the newspapers mostly include women working in the entertainment sector. When news categories involving women are examined, it is seen that newspapers mostly include women in magazine, art and media news.



**Table 4.** Coding Findings on Men's Representation by Three Newspapers between March and May 2018.

<b>Categories</b>					
<b>Men's Age</b>	Under 20	20-35	35-50	Over 50	Undetectable
	f=45	f=110	f=95	f=70	f=10
	13,64%	33,33%	28,79%	21,21%	3,03%
<b>Profession of Men</b>	Men working in entertainment industry	Men in highly skilled occupations	Men in low skilled occupations	Nonworker	Other
	f=30	f=96	f=154	f=30	f=20
	9,09%	29,09%	46,67%	9,09%	6,06%
<b>Type of the News That Men Are Displayed</b>	Magazine, art and media	Science and health	Crime and violence	Politics and government	Other
	f=30	f=86	f=100	f=90	f=24
	9,09%	26,06%	30,30%	27,27%	7,27%

When Table 4 is examined, it is possible to draw the following conclusion based on age category: there are no significant differences between male groups as to the way they are represented in newspapers. Men of all age categories appear in newspapers. When the occupational groups in the newspaper news included in the study are examined, it is seen that men in low-skilled occupations are mostly included in the newspaper news. When news categories involving men are examined, it is seen that newspapers mostly include women in crime and violence news. However, other news categories in which men are represented are science and health and politics and government.

**Table 5.** Statements That Create Sexism over Women

<b>1.A Statements that otherize women.</b>	<b>1.B statements that create sexism by showing the woman as a sexual object.</b>	<b>1.C statements that create sexism by projecting women with various identities</b>
<b>Kadın işçi</b> (Female worker)	<b>Arzulanan kadın</b> (Wished woman)	<b>Dul Kadın/Boşanmış kadın</b> (Widowed woman / divorced woman)
<b>Kadın sürücü</b> (Woman driver)	<b>En seksi kadın</b> (Sexist woman)	<b>Hanım hanımcık bayan</b> (Proper lady)
<b>Kadın hakları</b> (Women's rights)	<b>Güzel oyuncu</b> (Beautiful actress)	<b>Hamarat kadın</b> (Diligent woman)
<b>Kadın kolları</b> (Women's branch)	<b>Derin dekolteli şarkıcı</b> (Singer with low-cut dress)	<b>Bayan</b> (Lady)
<b>Kadın milletvekili</b> (Female MP)	<b>Kadınlığı kullanmak</b> (Use feminity)	<b>Kadınlara narindir</b> (Women are fragile)
<b>Kadın canlı bomba</b> (Female live bomb)	<b>Dişilik</b> (Feminity)	<b>Kadının namusu</b> (Woman chastity)
<b>Kadın yarışmacı</b> (Female contestant)	<b>Kız gibi</b> (Poofy)	<b>Hatun</b> (Woman)
<b>Kadın modası</b> (Women's fashion)		
<b>Kadın eğitmen</b> (woman educator)		
<b>Kadın cinayeti</b> (femicide)		

**Table 6.** Statements That Create Sexism over Men

<b>2.A. Masculine expressions that ignore the woman</b>	<b>2.B. Statements that are masculine in gender</b>
<b>Adam olmak</b>	<b>Beyefendi</b>
<b>(Be a man)</b>	<b>(Gentleman)</b>
<b>Adam gibi</b>	<b>Birader</b>
<b>(Like a man)</b>	<b>(Brother)</b>
<b>Adamakıllı</b>	<b>Abi</b>
<b>(Proper)</b>	<b>(Brother)</b>
<b>Adamcıl</b>	
<b>(Tame)</b>	
<b>Ağa</b>	
<b>(Agha)</b>	
<b>Paşa</b>	
<b>(Pasha)</b>	
<b>Er kişi</b>	
<b>(Adult)</b>	
<b>Bilimadamı</b>	
<b>(Scientist)</b>	
<b>Babasının malı</b>	
<b>(Father's property)</b>	
<b>Atasözü</b>	
<b>(Proverb)</b>	

**Table 7.** Statements That Create Sexism by Presenting Dualities about Men and Women.

<b>3.A Statements that create sexism by separating the roles of men and women</b>	<b>3.B Statements that belittle women / glorify men</b>
<p><b>I. Women's Roles</b>            Ev kadını            (Housewife)            Anası ağlamak            (Suffer a lot)            Çaresiz/zavallı kadın            (Helpless / poor woman)            Sokak kadını            (Woman of the street )            Fedakar kadın            (Devoted woman)            Cefakar kadın            (Enduring woman)            Ana kucağı            (Mother lap)            Namuslu            (Pure)            Kadının yeri            (Woman's place)            Kadın başına            (Alone as a woman)            Evlenilecek kadın            (Woman to marry)            Eğlence için kadın            (Woman to have fun)</p>	<p><b>I. About women</b>            Cadı kadın            (Scold)            Çaçaron            (Chatty)            Kadın gibi dırıldır etmek            (Nagging like a woman)            Şirret            (Hellcat)            Elinin hamuru ile erkek işine karışmak            (Try do a man's job)</p> <p><b>II.About Men</b>            Delikanlı            (Boy)            Babayiğit            (Brave fellow)            Aslan gibi            (Leonine)            Kral gibi            (Kingly)            Erkeğin elinin kiri            (The dirt of a man's hand)</p>
<p><b>II. Men's Roles</b>            Evin reisi            (Head of household)            Baba ocağı            (Family home)            Bir annenin çığlığı            (scream of a mother)</p>	

When Tables 5, 6 and 7 are examined, it is seen that words containing sexist connotations are used in newspapers. The presence of women in certain areas was marginalized by using a significant number of words emphasizing “women” in the newspapers. As for the male and female roles; very sharp distinctions are found. While expressions such as housewives are implied that the woman belongs to the house, expressions like the scream of a mother refer to that the woman is a helpless being.

It is noteworthy that the expressions that belittle women / glorify men are also outnumbered. When we look at the expressions that show women as a sexual object, we find that the concepts of women and beauty are often referred to side by side. Even when talking about the work women do, the use of phrases such as “young and beautiful women ” refers to their bodies in some way.

## **5. Conclusion**

In this study, the reflections of gender in the Turkish print media were examined. Sabah, Hürriyet and Milliyet newspapers from February to May 2018 were analyzed. In the news texts examined, women are represented in similar roles in terms of language and gender patterns. In the news of violence against women, where the masculine language was used prominently, women were shown as victims, and vulnerable. This would allow masculine values to be reinforced. Women's murders are described in the print media to the utmost detail, and photographs of women subjected to violence are given and the event is tabloidized. It supports the assumption that a patriarchal publishing concept continues in the Turkish print press on the axis of the three newspapers examined. In the study, the quantitative and qualitative findings of the news contained in all the contents of the newspapers were tabulated and compared. The period during which the review was conducted is a random interval of time, and there has been no event that has come

out as dominant (dominating the community agenda). In the light of these data, as a general inference, it has been observed that the news of violence against women occupies more of the press.

One of the most important findings of this study is that the language has an effect on the visibility of men and women in the print media. When the main pages of the newspapers were examined, it was determined that the language used made the woman invisible. In addition, when the visuals used by the newspapers are examined, it is seen that men are given more place.

When newspaper reports are analyzed as the representation of women and men, it is seen that women are mostly victims of violence or rape. The interesting point here is that it is implied that women are victimized because they act outside of their traditional gender roles. Expressions like “alcoholic women”, “women in miniskirts”, ‘women caught with forbidden love’ create the following perception in the reader: The woman should act according to the rules set by the society. Otherwise, she will be punished. While the newspapers show women as helpless and needy for men, they always represent men strongly. It is impossible to say that newspapers reflect men and women in an egalitarian manner when viewed in the context of the sexist statements. Looking at the content of the newspaper reports, it is clearly seen that the language contains misogyny.

As a result, in order to ensure the full equality of women and men in society, men should act together with women and the state should support this equality with necessary practices. Mass media should not include sexist expressions in their publications and should avoid discourses that will produce patriarchal patterns. National and international research shows that women are in the second place in the media. The media is able to address and direct people from all walks of life. It can influence them with various perception operations.

Media has a very important role to play in promoting equality between women and men. The media should use their power in this area and achieve success. The situation of women in the media should be examined and a position should be taken accordingly. The role of the woman should be revisited. The media should save the woman from male hegemony. The rate of respect in society should be increased by adding better roles to women.

The media plays its own role in this situation when gender is formed. From here, it is possible to reach the following conclusion. The character of inequality between men and women is gender, and the medium is the media. Gender equality and women's empowerment are essential for development. The gender equality perspective requires women and men to be equally and visibly involved in all processes. Establishing, understanding, and using this perspective should first of all manifest itself in the communication processes. United Nations Secretariat administrative directive ST/IC/1992/67 of 29 October 1992 stated that language free from bias is important because it indicates the approach of the language user. Expressions claiming that one gender is superior to another should be avoided.

## References

- Byerly, C. M., (1995). News, Consciousness and Social Participation. *Feminism, Multiculturalism, and the Media: Global Diversities*. A. N. Valdivia (Ed.). CA, University of California Press.
- Cameron, D., (2018). *Women in Their Speech Communities*. London, Routledge.
- Carter, C., Steiner, L., (2004). *Critical Readings: The Media and Gender Reader*. Berkshire, Characteristics. *Sex Roles*, 23(5-6), 325-332. doi: 10.1007/bf00290052.
- Davis, D. M., (1990). Portrayals of Women in Prime-time Network Television: Some Demographic.
- Dyer, G., (1988). *Advertising as Communication*. London, Routledge.
- Eckert, P., (2003). *Language and Gender*, Cambridge, Cambridge University Press. *Feminism, Multiculturalism and the Media*, Thousand Oaks, Sage Publications, 105–122.
- Fiske, J., (2011). *Understanding Popular Culture*. London, Routledge.
- Global Media Monitoring Project Survey, <http://whomakesthenews.org/gmmp/gmmp-reports/gmmp-2015-reports>, February 16, 2009.
- Hellinger, M. and Bußmann, H., (2001). *Gender Across Languages: The Linguistic Representation of Women Volume 1*. Amsterdam, Benjamin.
- Hurriyet, (2018). [www.alex.com/siteinfo/hurriyet.com.tr](http://www.alex.com/siteinfo/hurriyet.com.tr). (February 16, 2018)
- Lakoff, R., (1975). *Language and The Women's Place*. New York, Harper Colophon Books.
- Millett, K., MacKinnon, C. A., and Mead, R., (2016). *Sexual politics*. New York, Columbia Open University Press.
- Milliyet, (2018). <https://www.alex.com/siteinfo/milliyet.com.tr>. (February 16, 2018)
- Sabah, (2018). <https://www.alex.com/siteinfo/sabah.com.tr>. (February 16, 2018)
- Sadiqi, F., (2003). *Women, Gender, and Language in Morocco*. Boston, Brill.
- Sapir, E., (1966). *Culture, Language and Personality: Selected Essays*. D. G. Mandelbaum (Ed.). CA, University of California Press.
- Spargo, T., (1999). *Postmodern Encounters: Foucault and Queer History*. New York, Icon books.
- Spender, D., (1987). *Man Made Language*. London, Pandora University Press.
- Willis, S., (2016). *Primer for Daily Life*. New York, Taylor & Francis.
- World Economic Forum, (2015). <http://reports.weforum.org/> (April 16, 2018)



## Şikâyet Yönetiminin Tüketici Değer ve Davranışlarına Etkisi: Bankacılık Sektörü Uygulaması

Ali KUL<sup>1</sup>, Ayşe AKYOL<sup>2</sup>

<sup>1</sup>Avrupa Güvenlik ve İşbirliği Teşkilatı (AGİT) Türkiye Daimi Temsilciliği Askeri-Politik Boyut Danışmanı, alikul@outlook.com.

**Orcid Numarası:** 0000-0001-8543-0947

<sup>2</sup>İstanbul Arel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, Uluslararası Ticaret ve Finans Bölümü, ayseakyol@arel.edu.tr, Prof.Dr.

**Orcid Numarası:** 0000-0002-4039-5823

**Geliş Tarihi:** 12.10.2019

**\*Sorumlu Yazar e mail:** alikul@outlook.com

**Kabul Tarihi:** 30.01.2020

**Atf/Citation:** Kul, A. ve Akyol, A., “Şikâyet Yönetiminin Tüketici Değer ve Davranışlarına Etkisi: Bankacılık Sektörü Uygulaması”, Haliç Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi 2020, 3-/1: 29-61.

### Öz

Şikâyet yönetimi; tüketicilerin satın aldıkları ürün ve hizmetlere dair işletmelere ilettikleri memnuniyetsizlikleri ile işletmelerin başa çıkma yöntemidir. Amaçları; tüketicilerin rakiplere gitmesini engellemek, tüketici tatminini sağlamak, imaj yükseltmek, çapraz satışı kolaylaştırmak, pozitif ağızdan ağıza iletişim yaratmaktır. İlave olarak, ürün ve / veya hizmetin problemlili yönlerini belirlemek, tüketici ve pazar eğilimlerini ortaya çıkarmak, kaliteyi artırmak, sorunları büyümeden fark etmek gibi diğer amaçları da mevcuttur.

Şikâyet yönetimi içinde bir kara kutu olarak nitelendirilebilecek olan tüketicinin değer algısı ve bu değer algısına istinaden tüketicinin ürün / hizmet aldığı işletmesine dair kendi zihnindeki değiştirilmezlik kavramı ve aynı işletmeden tekrar satın alma kararları bulunmaktadır. Tüketicinin bu değer algısı dört alt boyutta incelenmektedir. Bunlar; işlevsel, duygusal, parasal ve sosyal tüketici değerleridir.

Araştırma anketi, bankacılık sektöründe, şikâyet yönetimi ve tüketici değeri kavramlarının dış dünyadan farklı olarak etkileştikleri göz önüne alınarak, 752 kişiye uygulanmıştır. Anket sonuçları SPSS ve AMOS programları yardımıyla kodlanmış ve analiz edilmiştir. Araştırma sonucunda, bankacılık sektöründeki başarılı bir şikâyet yönetimi ile; tüketici değerlerinden parasal ve sosyal değer üzerinde bir

etki yaratıldığı, bu etkileşim neticesinde tüketicinin zihninde mevcut hizmet aldığı bankaya dair algılanan değiştirme maliyetinin arttığı ve tüketicide tekrar satın alma niyeti oluştuğu, doğru tüketici değerlerine yatırım yapıldığı takdirde, önemli derecede rekabet avantajı elde edilebileceği ortaya konulmaktadır.

**Anahtar Kelimeler:** Şikâyet Yönetimi, Tüketici Değeri, Değiştirme Maliyeti, Tekrar Satın Alma Niyeti.

## **Effect of Customer Complaint Management on Customer Value and Behavior: A Banking Sector Version**

### **Abstract**

Complaint management is how businesses respond to dissatisfaction conveyed to them by their customers. Its aims are to prevent customers from switching to competitors, increase satisfaction and image, facilitate cross-selling, and provide positive mouth-to-mouth communication. In addition, it has other purposes like identifying product weaknesses, finding customer and market trends, improving quality, and recognizing early warning signals.

In this research, the black boxes of complaint management; the customer value, his decision in his mind to shift the enterprise and his intention to purchase from the same enterprise are examined. The value is examined in four dimensions. These are; functional, emotional, monetary and social values.

For the research, a questionnaire was prepared, taking into account the unique environment of banking sector, and applied to 752 people. The survey results were coded and analyzed with the help of statistics programs SPSS and AMOS. As a result of the research it is demonstrated that; with a successful complaint management in the banking sector, a significant positive impact is rendered on monetary and social values, the customer's perceived cost of switching bank is increased, an intention to repurchase is formed on customer's mind and if invested in the right customer values, an important competitive advantage is achieved.

**Key Words:** Complaints Management, Customer Value, Shifting Cost, Repurchase Intention.

## 1. Giriş

Araştırmacılar, uzun yıllardan beri tüketici şikâyeti davranışları üzerinde doğrudan veya dolaylı olarak etki yaratabilecek faktörleri tespit etmeye çalışmaktadırlar. Tüketici şikâyetleri yönetimi, bu faktörleri analiz ederek tüm karmaşıklığını ve farklı yönlerini ortaya koymaktadır. Ayrıca, karmaşıklığı nedeniyle, tüketici şikâyetleri yönetimi, tüm ilgili faktörleri içeren kapsamlı bir modelden de yoksundur. Ancak, tüketici şikâyetleri yönetiminin genel çerçevesi, tüm bu faktörler ve bunların katkıları göz önüne alınarak yeniden oluşturulabilir.

Şikâyetler, doğal olarak, işletme tarafından sürece dâhil edilme yöntemine göre çeşitli riskler barındırırlar. Öte yandan, şikâyetleri hiç dikkate almayan bir işletme ise bir geri bildirim yoluyla sorunlu süreçlerde düzeltmeler yapmak fırsatı bulamayacağından, günden güne kötüleşerek nihayetinde yok olacaktır. Bununla birlikte, her riskin özünde bir fırsat da barındırdığından hareketle, işletmeler tüketicilerden aldıkları şikâyetleri birer armağan olarak görmelidirler. Şikâyet; çağdaş kalite anlayışı kapsamında ürün ve hizmetlerin sürekli iyileştirilmesi için işletmelere olumlu bir geri bildirim, ürün ve hizmetin performansının artırılması için bir araç ve iyileşme için bir fırsattır. Şikâyet eden tüketici aslında işletmeye ürünlerini sürekli iyileştirme için bir fırsat sunmakta ve bir şans daha vermektedir.

Tüketici değeri odaklı şikâyet yönetimi ile işletmeler; mevcut tüketicilerini koruyacak, başka işletmelere geçmeye karar verme ihtimallerini azaltacak, kendisine bağlı müşterilerin sayılarını artıracak, marka ve imajlarını olumsuz etkilerden koruyacak, ağızdan ağıza iletişimin negatif etkilerinden korunurken tüketicilerinin zihnindeki kalite algısını geliştirecek ve pazar içindeki rakiplerine oranla kayda değer bir rekabet avantajı elde etmenin yanında birçok diğer kazanımlara da sahip olacaklardır.

Tüketici değeri odaklı şikâyet yönetimini doğru bir şekilde anlamak için, tüketici için değer oluşturan unsurların analiz edilerek bileşenlerine ayrılması, şikâyet yönetiminden memnun her bir tüketicinin hangi değerinin ne ölçüde etkileşimde bulunduğu, hedef odaklı, etkin ve verimli bir pazarlama stratejisi hayata geçirmek isteyen işletmelerde fark yaratan, rekabet avantajı sağlayan ve beraberinde karlılığa uzanan yolda oldukça büyük önem arz edecektir. Bu sayede tüketicilerin zihninde yer alan işletme değiştirme maliyeti artacak, mevcut tüketici kaybedilmeyecek ve tüketicinin aynı işletmeden tekrar satın alma yapması yönünde karar mekanizması etkilenebilecektir.

### **Şikâyet Yönetimi**

Türkçede sözlük anlamları itibariyle memnuniyet ile tatmin kavramları birbirinden farklı anlamlarda kullanılmaktadır. “Memnuniyet” kavramı memnun olma, sevinç duyma anlamında (TDK, 2005: 1367), “tatmin” ise istenen bir şeyin gerçekleşmesini sağlamak, gönül doyunluğuna erme, doyum anlamında kullanılmaktadır (TDK, 2005: 1920). Bu çalışmada, memnuniyet ifadesi İngilizcedeki “satisfaction” kelimesinin karşılığı olarak yer alacaktır.

Memnuniyet, en basit ifadesiyle, performansın hissettirdikleri ile beklentiler arasındaki farkı karşılaştıran kişinin duygularının seviyesidir (Farida vd., 2018: 150). Başka bir deyişle, memnuniyet, kişinin karşılaştırmasından kaynaklanan bir zevk veya hayal kırıklığı hissidir (Prasadh, 2018: 178). Heesup vd. (2018: 894) ise, tüketici memnuniyetini, bir kişinin ürün / hizmetlerin deneyimlenmesinden beklediği ile bunların performansı arasındaki farktan elde edilen duygusal deneyimlerinin değerlendirilmesi olarak ifade eder.

Tüketici memnuniyetinin belirleyicileri çok geniştir. Bunlar, üründen, ürünle ilgili bilgilerden, teknik servislerden, iç personelden, şikâyet yönetiminden ve satış görevlisinden duyulan memnuniyet konularını

kapsamaktadır (Agnihotri vd., 2017: 32). Bu bağlamda, bir işletme için, hedef tüketici kitlesinin istek ve ihtiyaçları doğrultusunda mal ve hizmet üretmek, ürettiği bu mal ve hizmetlerle tüketici memnuniyeti sağlamak birincil amaçtır (Solmaz, 2016: 85-86).

Memnuniyetsizlik ise satın alma / tüketim sürecinin herhangi bir aşamasında tüketici tarafından harcanan kaynaklara göre yetersiz geri dönüşün neden olduğu bilişsel / duyuşsal rahatsızlıktır (Cho ve Minsang, 2018: 54). Memnuniyet ve memnuniyetsizlik, özel bir tüketim deneyimine karşı verilen duyuşsal veya duygusal bir tepkidir. Artan memnuniyet daha fazla olumlu etkiler yaratırken, artan memnuniyetsizlik ise daha güçlü olumsuz etkileri beraberinde getirir (Costello vd., 2017: 253). Çağımızın güncel pazar koşulları dikkate alındığında, tüketicide tatminsizliğe neden olan faktörlerin bulunması ve bu faktörlerin nedenlerinin yanında çözümlerinin de araştırılması olarak tanımlanabilecek şikâyet yönetiminin; ürün / hizmetlerdeki sorunun giderilmesi vasıtasıyla tüketiciyi tatmin edebilmenin en kıymetli araçlarından biri olduğunu ileri sürmek mümkündür (Barlow ve Moller, 2009: 33).

Tüketicilerin memnuniyetsizliğe sebebiyet veren kayda değer olaylar ve ürün / hizmet kusurları karşısında yanıtları ve bunlara tepki verme biçimleri; tepkisiz kalmak, memnuniyetsizliği toplum içinde seslendirmek, şikâyeti doğrudan işletmeye yöneltmek, işletmeyi terk etmek ve geleneksel yollardan ya da elektronik kanallardan negatif ağızdan-ağıza iletişim yapmak şeklinde farklı tezahür edebilmektedir (Yılmaz, 2016: 161).

Memnuniyetsizliği açıklayan değişkenlerin bilinen modelleri, memnun olmayan tüketicilerden üç farklı hareket tarzına işaret etmektedir: İşletme ile olan ilişkiyi sona erdirmek veya satın alma sıklığını azaltmak, şikâyet ve memnuniyetsizliklerine rağmen işletmeye sadakati sürdürmek (Hollender vd., 2010: 1284). Bununla

birlikte, konuyla ilgili geçmiş araştırmalar incelendiğinde tüketicilerde memnuniyeti üzerinde etkili olabilecek çeşitli değişkenler arasında Şikâyet yönetimi ya da Őikâyetlerle ilgilenmenin çok önemli bir yer tuttuğu görölmektedir (Angelis vd., 2010; Homburg ve Fürst, 2005; Hur ve Lee, 2019; Kane ve Mirzoev, 2018; Karatepe, 2006).

‘Şikâyet Yönetimi’ ile; hizmetlerinin belirli bir memnuniyetsizlik derecesi yaratan yönleri ile ilgili olarak, işletmelerin, tüketicilerinden kendilerine iletilen sorunlarla nasıl başa çıktıkları kastedilmektedir. Günümüzde tüketici memnuniyetini sağlamanın önemine istinaden, tüm işletmeler tüketicilerinden gelen Şikâyetleri yönetmek için farklı çeşitlerde stratejiler izlemektedirler (Álvarez vd., 2010: 145).

Tüketici bağlılığının sağlanması; tüketicilerin arzularını, ihtiyaçlarını ve isteklerini karşılayan ürün ve hizmetin verilmesi suretiyle tüketici ile ilişkinin devamlılığının sağlanması, toplam tüketici memnuniyetinin elde edilmesi, tüketicilerin satın alma öncesi ve sonrası tüm ihtiyaçlarının karşılanarak memnun edilmesi, sürecin sürekli iyileştirilmesi, tüketici memnuniyetini artırmaya yönelik çalışmaların süreklilik arz edecek Şekilde programa alınması, satılan ürün ya da sunulan hizmetle ilgili varsa problemlerin giderilerek tüketici memnuniyetsizliğinin ortadan kaldırılması ve varsa Őikâyetlerin etkin ve doğru yönetilmesi ile mümkündür (Alabay, 2012: 140).

Şikâyet yönetiminin başta gelen handikapı ise proaktif değil de tepkisel olmasıdır. Yani işletme, tüketiciden sorunlara dair bildirim alabilmek için tüketicinin kendisi ile temas kurmasını beklemek zorundadır. Tatmin olmamış tüketicilerin üçte ikisi atalet davranışı gösterecek ve Şikâyet etmeyecektir. Tüketici memnuniyetsizliği gerçekten dikkate alınırsa, problemlere neden olan alanlar ortaya çıkarılarak proaktif davranılır ve bu durumda büyüyerek zarar vermesi muhtemel sorunlara zamanında çözümler üretilebilir (Hayward, 2008: 323).

## Değer ve Tüketici Değeri

Değer teriminin birçok anlamı vardır ve farklı kapsamlarda kullanılabilir. Değerin tanımı, kullanıldığı alanlara veya durumlara göre farklılık göstermektedir. Literatürde tüketici değerini açıklayan üç farklı yaklaşım bulunmaktadır. Tablo 1’de gösterilen bu yaklaşımlar değeri; fayda – maliyet açısından, çok boyutlu olarak ve tüketici davranışlarına etkisi kapsamında ele almaktadırlar (Medberg, 2016: 41).

**Tablo 1.** Değer Kavramına Yaklaşımlar

Yaklaşım	Değer	Teorik Kaynak
Fayda-Maliyet	Fayda'nın Maliyet'e oranı.	Mikroekonomik Teori / Bilişsel Psikoloji
Çok Boyutlu	Değer Boyutları Tipolojisi	Tüketici Araştırmaları / Aksiyoloji
Tüketim Davranışı (Means-end)	Değer Seviyeleri Hiyerarşisi	Tüketim Davranışı Teorisi

**Kaynak:** Medberg, G. (2016). *How Do Customers Perceive Value-In-Use?*. Helsinki, Hanken School of Economics.

Değer, ürünlerin işlevselliğinin ve performansının vurgulanan önemi nedeniyle işletmeler arası pazarların temel taşıdır. Değer tüketicinin bakış açısından, tedarikçinin / satıcının bakış açısından ve iş ilişkisi açısından ayrı ayrı da incelenebilir (Siira, 2012: 19).

Tüketici değeri, algılanan özneliliklerin ve / veya bunların kombinasyonlarının, anlamını, ilgi düzeyini ve önemini tüketicinin tüketim hedeflerinden alan faydalar ve / veya maliyetler olarak değerlendirildiği bir hiyerarşi olarak nitelendirilebilir. Öz niteliksel olarak, tüketici değeri hem somut hem de soyut temelde algılanır. Bu, değer algısının tamamen içeriğe bağlı olduğu anlamına gelir. Perakendecilik durumunda, tüketiciler örneğin ürünler, mağaza düzeni ve dekorasyonu, mevcut hizmet ve perakende mağazanın veya zincirin

genel imajıyla ilgili niteliklerle karşılaşılır. Tüketici değerinin öznitelik düzeyinde ölçülmesi gerekiyorsa, alışveriş sırasında algılanan özniteliklerin tanımlanması ve kavramsallaştırılması gerekir. (Rintamäki, 2016: 31).

Hizmet pazarlamasında ise “değer” konsepti çok geniş anlamda “hizmet kalitesi” literatüründen etkilenmiştir. Hizmet kapsamında değer ve kalite arasındaki ilişkinin farklı konseptler oldukları konusunda bir genel görüş bulunsa da, bu fark önemli olmakla birlikte aşikâr değildir. Değer, genellikle tüketicinin, hizmetin kalitesinden ziyade, bir bütün olarak hizmeti nasıl değerlendirdiğinin geniş ve nesnel bir ölçütü olarak görülür (Iniesta-Bonillo ve Sanchez-Fernandez, 2007: 432)

Kotler ve Keller (2012: 125), algılanan değeri tüketicinin tüm avantajları değerlendirmesinde “tüketiciye sunulan ile tüketicinin algıladığı alternatifler arasındaki fark” olarak tanımlamakta ve toplam tüketici değeri (ürün, hizmetler, personel, imaj değeri gibi ekonomik, işlevsel ve psikolojik faydalar demeti) ve toplam tüketici maliyetleri (parasal, zaman, enerji, psişik maliyetler gibi) arasındaki oran olarak tanımlayarak bu konsepti genişletmektedir.

İspanya bireysel bankacılık tüketicilerinin incelendiği çalışmada, Izquierdo vd. (2006: 59), tüketici tarafından algılanan değer boyutlarını aşağıdaki üç kategoride sınıflandırmıştır: İşlevsel değer, duygusal değer ve parasal değer. İlave olarak, Hung vd. (2009: 1184) tarafından yapılan bir çalışmada, tüketici değeri sosyal, duygusal, işlevsel, duygusal ve durumsal olmak üzere beş ayrı boyut altında incelenmiştir. Al Chalabi ve Turan (2017: 45) çalışmalarında tüketici değerini üç başlık altında incelemişlerdir: işlevsel değer, sosyal değer ve duygusal değer.

Tüketicilerin marka değeri algılarını ortaya çıkarmaya yönelik bir araştırmada, algılanan dört değer boyutunun dayanıklı tüketim



mallarının satın alınması sırasında tüketicinin karar süreçlerine etkisi ele alınmıştır. Tüketicinin algıladığı değer boyutları olarak duygusal değer, sosyal değer, işlevsel değer (fiyat) ve işlevsel değer (kalite)'in ele alındığı bu çalışmada, sosyal değer ile satın almaya yönelik karar süreçleri arasında anlamlı ve aynı yönde bir ilişki tespit edilmiştir. Diğer üç değer boyutunun ise satın almaya yönelik karar süreçlerini etkilemediği sonucuna ulaşılmıştır (Atıl vd., 2013: 41).

Sarıyer (2008: 164), araştırmasının sonucunda, hizmette algılanan değer boyutlarını; işlevsel değer (profesyonellik), işlevsel değer (kalite), işlevsel değer (yerleşim), işlevsel değer (fiyat), duygusal değer ve sosyal değer olarak ifade etmiştir.

Bu çalışmada ise; tüketici değerleri alt boyutları, işlevsel, duygusal, parasal ve sosyal kavramları bakımından incelenmiştir.

**İşlevsel (fonksiyonel) tüketici değeri**, bir alternatifin işlevsel, faydacı veya fiziksel etkinliğe yönelik potansiyelinden elde edilen “algılanan kullanım kolaylığı”dır. İşlevsel değer, kolay fizyolojik ihtiyaçların karşılanması ile elde edilen fayda üzerine kuruludur (Al Chalabi ve Turan, 2017: 45).

Tüketicinin fonksiyonel değeri ile; bir işletmenin hizmet sunumunun kalitesi, iletişim personelinin yeterliliği ve benzeri boyutlar kastedilmektedir (Ivanauskienė vd., 2012: 75).

Ivanauskienė vd. (2012: 75) çalışmalarında fonksiyonel değer normal şartlar altında diğer değerlere kıyasla daha önde olduğunu ifade etmiş olsa da özellikle bankacılık sektöründeki finansal kriz dönemlerinde tüketicilerin algılarında değişiklikler neden olmakta ve tüketiciler fonksiyonel değerler yerine güvenlik ve güvene odaklanmaktadır (Kim vd., 2009: 436).

**Duygusal tüketici değeri**, satın alınan ürün veya hizmete karşılık verilen duygusal tepkidir. Ürün veya hizmet tüketicinin duygularını değiştiriyor veya tetikliyorsa bu ürün veya hizmetin duygusal değer yarattığı söylenebilir (Atıl vd., 2013: 40).

Duygusal değer, bir alternatifi duyguları veya etkin bir halet-i ruhiyeyi harekete geçirme kabiliyetinden elde edilen, algılanan faydadır (Al Chalabi ve Turan, 2017: 44).

Bankacılık sektörü için duygusal değer, bir bankanın güvenilirliği ve güvenliği, banka personeli ile temasa geçerken hissedilen iyi psikolojik iklimdir (Ivanauskienė vd., 2012: 75). Normal koşullar altında bir devletten lisans alabilmiş her bankada eşit seviyede bulunması beklenen bu değer, bir rekabet üstünlüğü sağlamayacağı düşünülürse bile, Ivanauskienė vd., (2012: 75), ekonomik durgunluk dönemlerinde duygusal değer, tüketiciler tarafından daha fazla önem kazandığını ileri sürmektedir.

**Parasal tüketici değeri** (fiyat), tüketicileri çekmek için ekonomik teşvik işlevi gören faydacı bir değerdir (Atcharyachanvanich vd., 2008: 91).

Değer tüketiciye sunulurken, mümkün olduğunda belgelenmiş “Parasal Değer” dâhil edilmelidir (Grönroos ve Helle, 2010: 574-575). Önde gelen işletmeler, ürün ve hizmetlerinin için ne şekilde maliyet tasarrufu sağladığını tüketiciye göstererek değerlerini sunmaktadırlar. Bunu gerçekleştirmek için gereken veriler genellikle tüketicilerle birlikte çalışarak tüketiciden toplanır. Öte yandan bu bilgiler, sektördeki diğer tüketiciler veya ilgili araştırmalardan da gelebilir (Anderson vd., 2006: 6).

Piyasalardaki rekabet, fırsatçılığın yükselmesini önlerken işletmelerin düşük kaliteli ürünler için yüksek fiyatlar belirlemesini sınırlandırır. Parasal değer, tüketicinin algıladığı şekliyle, ürünün fiyatının ikame ürün fiyatıyla karşılaştırılmasıyla tanımlanır. Bu kapsamda, tüketiciler,

tüm seçeneklerin fiyatlarını karşılaştırmaya meyillidir ve daha düşük maliyetle bir ürün satın almayı seçer. Fiyat algısı, "dışsal bir ipucunu" temsil ettiği için önemlidir ve satın almaya karar verdiklerinde tüketiciler için en önemli temellerden birini sunar (Cho ve Minsang, 2018: 53).

**Sosyal tüketici değeri**, sosyal inovasyon, sosyal hizmet sunumu ve yerel topluma katkı yoluyla iş yaratma yoluyla sosyal problemleri çözerek sırasıyla eklenen ve azalan sosyal fayda ve maliyetin toplamı anlamına gelir (Kang 2017: 71). Ivanauskienė vd., (2012: 75), sosyal değeri, uzun süreli ilişki, kişisel inançlar, sosyal bütünleşme, akrabaların, tanıdıkların ve / veya arkadaşların görüşü ve önerileri şeklinde açıklamaktadır.

Kosonen (2014: 82) tarafından yapılan araştırmada ise, insanların kendi hayatlarında deneyimledikleri farklılıklar üzerine koydukları değer olarak veya daha başka bir ifadeyle, bir alternatifin bir veya daha fazla belirli sosyal grupla olan bağlantısından elde edilen "algılanan sosyal fayda" olarak tanımlamıştır.

Gross vd. (1991: 160)'ne göre hizmetin veya ürünün olumlu veya olumsuz sosyal değeri, geleneksel, sosyoekonomik, kültürel-etnik ve demografik gruplarla bağlantılı olarak farklı şekillerde elde edilmektedir.

### **Beklenen/Algılanan Değişirme Maliyeti**

Değişirme davranışı, taraf değişirme veya tüketici çıkışı olarak tanımlanır. Değişirme davranışı, tüketicinin belirli bir hizmeti satın almayı bırakması veya hizmet aldığı işletmeyi tamamen terk etmesi kararını yansıtır. Bankacılık sektörü bağlamında, tüketicinin değişirme davranışı, tüketicilerin bir bankadan diğerine geçmesi anlamına gelir (Zhang, 2009: 9).

Değiştirme maliyeti, bir müşterinin kullandığı işletmeyi değiştirmesi durumunda ortaya çıkan, yalnızca ekonomik değil, maddi ve psikolojik olarak katlanılan maliyetlerin de toplamı olarak ifade edilmektedir (Peterson ve Yang 2004: 805). Değiştirme maliyeti, diğer bir ifadeyle, tüketicinin rakip işletmelerin mal ve hizmetlerine yönelmesine dair karardan onları caydıran maliyetlerdir.

Guo-Fong (2013: 61)'a göre değiştirme maliyeti, para maliyeti, zaman maliyeti, ilişki maliyeti, öğrenme maliyeti, emek maliyeti ve araştırma maliyeti olarak sınıflandırılabilir.

Değiştirmeye etki eden faktörler, Zhang (2009: 9) tarafından, fiyat, popülerite, hizmet kalitesi, etkili reklam rekabeti, mesafe, algılanan değiştirme maliyeti olarak açıklanmış, bunların yanında gönülsüz değiştirmenin de yaşanabileceği ifade edilmiştir.

Bankacılık sektörü, önemli değiştirme maliyetlerinin tüketici davranışlarıyla ilgili olması gereken sektörlerden biridir. Daha da önemlisi, bankacılık sektörünün birkaç farklı özelliği, değiştirme maliyetlerinin zaman içindeki, ürünlerdeki ve bölgelerdeki fiyatlar üzerindeki etkisinin belirlenmesine izin vermektedir (Amel vd., 2002: 63). Amel vd. (2002: 88), bankacılık sektöründe mevduat oranları ve tüketici değiştirme maliyetlerinin karşılaştırıldığı çalışmalarında değiştirme maliyetlerinin, banka mevduat faiz oranlarını açıklamada çok önemli bir etken olduğunu bulmuşlardır.

Algılanan değiştirme maliyeti, marka tercihi üzerinde doğrudan olumlu bir etkiye sahiptir (Hellier vd., 2003: 1765).

### **Tekrar Satın Alma Niyeti**

Genellikle, “Tekrar Satın Alma” davranışı, ilk alım yapıldıktan sonra tekrar tüketici satın alma kavramıdır. Tekrar satın alma türleri aynı

mağaza, marka, ürün ve hizmetten tekrar satın alma olabilir. Literatür taramasına dayanarak, tüketici tekrar satın almasını etkileyen birçok faktör olmasına rağmen, tüketici memnuniyeti, tekrar satın alma davranışının ana itici gücü olarak araştırmacıların en fazla dikkat ettiği faktördür (Butcher vd., 2014: 58).

Ha vd. (2010: 1002)'ne göre, bir yeniden satın alma durumundaki tüketici memnuniyeti kararları, yalnızca, önceden hafızada yer etmiş bir memnuniyet değerlendirmesi ve umulan bir tüketim deneyimi ile karşı karşıya kalındığında kendiliğinden güncellenir. Eğer bu deneyim beklentiyi aşarsa, yeniden satın alma ihtimali de aynı şekilde artacaktır. Tüketicilerin beklentilerinin aşılması, yeniden satın alma beklentilerinin artmasına neden olabilmekte, diğer bir ifadeyle, memnuniyet tüketicilerin tekrar satın alma niyetlerini kolaylaştırmaktadır.

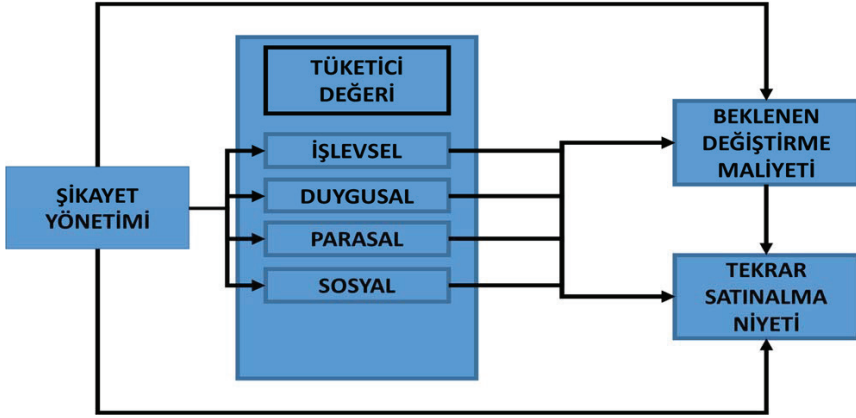
Algılanan değer, sırasıyla satın alma ve tekrar satın alma niyetinin doğrudan itici gücüdür. Tüketici memnuniyeti ve tekrar satın alma niyeti arasındaki doğrudan pozitif ilişki, çok çeşitli ürün ve hizmet çalışmaları ile desteklenmektedir. Bir üründe genel tüketici memnuniyeti, aynı ürün üreticisine geri dönme davranışı niyeti ile güçlü bir şekilde ilişkilidir. Tüketici memnuniyeti, belirli bir markaya aktif sadakat yaratır ve sonuçta ortaya çıkan olumlu satın alma niyetidir (Ahmed, 2014: 65-66).

## **2. Materyal ve Metot**

Bu çalışmada, Türkiye'deki bankacılık sektöründe gerçekleştirilen şikâyet yönetimi faaliyetlerinin, tüketici değeri alt boyutları süzgecinden geçtikten sonra “tekrar satın alma niyeti” ve “değiştirme maliyeti” algılarıyla oluşturduğu interaktif iletişimi değerlendirilmiştir.

## 2.1. Araştırma Modeli ve Hipotezler

Oluşturulan kavramsal model “Yapısal Eşitlik Modeli” ile ayrıntılı bir şekilde incelenmiştir.



Şekil 1. Araştırma Modeli

Bu çalışmada oluşturulan ve Şekil 1’de sunulan kavramsal model, yapısal eşitlik modeli ile ayrıntılı bir şekilde incelenmiştir. Buna göre oluşturulan hipotezler aşağıda sıralanmıştır:

**H<sub>1</sub> : Şikâyet yönetiminin tüketici değeri üzerinde anlamlı ve aynı yönde etkisi vardır.**

H<sub>1,1</sub> : Şikâyet yönetiminin işlevsel tüketici değeri üzerinde anlamlı ve aynı yönde etkisi vardır.

H<sub>1,2</sub> : Şikâyet yönetiminin duygusal üzerinde anlamlı ve aynı yönde etkisi vardır.

H<sub>1,3</sub> : Şikâyet yönetiminin parasal üzerinde anlamlı ve aynı yönde etkisi vardır.

H<sub>1,4</sub> : Şikâyet yönetiminin sosyal üzerinde anlamlı ve aynı yönde etkisi vardır.

**H<sub>2</sub> : Şikâyet yönetiminin beklenen değiştirme maliyeti üzerinde anlamlı ve aynı yönde etkisi vardır.**

**H<sub>3</sub> : Şikâyet yönetiminin tekrar satın alma niyeti üzerinde anlamlı ve aynı yönde etkisi vardır.**

**H<sub>4</sub> : Tüketici değerinin beklenen değiştirme maliyeti üzerinde anlamlı ve aynı yönde etkisi vardır.**

H<sub>4.1</sub> : İşlevsel tüketici değerinin beklenen değiştirme maliyeti üzerinde anlamlı ve aynı yönde etkisi vardır.

H<sub>4.2</sub> : Duygusal tüketici değerinin beklenen değiştirme maliyeti üzerinde anlamlı ve aynı yönde etkisi vardır.

H<sub>4.3</sub> : Parasal tüketici değerinin beklenen değiştirme maliyeti üzerinde anlamlı ve aynı yönde etkisi vardır.

H<sub>4.4</sub> : Sosyal tüketici değerinin beklenen değiştirme maliyeti üzerinde anlamlı ve aynı yönde etkisi vardır.

**H<sub>5</sub> : Tüketici değerinin tekrar satın alma niyeti üzerinde anlamlı ve aynı yönde etkisi vardır.**

H<sub>5.1</sub> : İşlevsel tüketici değerinin tekrar satın alma niyeti üzerinde anlamlı ve aynı yönde etkisi vardır.

H<sub>5.2</sub> : Duygusal tüketici değerinin tekrar satın alma niyeti üzerinde anlamlı ve aynı yönde etkisi vardır.

H<sub>5.3</sub> : Parasal tüketici değerinin tekrar satın alma niyeti üzerinde anlamlı ve aynı yönde etkisi vardır.

H<sub>5.4</sub> : Sosyal tüketici değerinin tekrar satın alma niyeti üzerinde anlamlı ve aynı yönde etkisi vardır.

**H<sub>6</sub> : Beklenen değiştirme maliyetinin tekrar satın alma niyeti üzerinde anlamlı ve aynı yönde etkisi vardır.**

## 2.2. Araştırmanın Ölçekleri

Araştırmada kullanılan ölçekler ve ifade sayıları Tablo 2’de gösterilmiştir. Toplam dört ayrı ölçek kapsamında 32 ifade bulunmaktadır. Tüm ifadelerin Türkçe’ye tercümesi yapıldıktan sonra, üçüncü şahıslar tarafından tercüme tekrar İngilizce’ye çevrilerek anlam kaybı olup olmadığı kontrol edilmiştir.

**Tablo 2.** Araştırmada Kullanılan Ölçekler ve İfade Sayıları

Ölçek Adı	Kaynak	İfade sayısı	Açıklamalar
1. Şikâyet yönetimi	Álvarez vd. (2010: 161).	5	
2. Tüketici değeri	Soutar ve Sweeney (2001: 212).	19	İşlevsel 6 ifade; Duygusal 5 ifade; Parasal 4 ifade; Sosyal 4 ifade;
3. Beklenen değiştirme maliyeti	Hellier vd. (2003: 1799).	4	
4. Tekrar satın alma niyeti	Chea vd. (2017: 662).	4	

## 2.3. Örnekleme Süreci

Araştırmanın evrenini, Türkiye Cumhuriyetinde yerleşik bir banka ile, en azından bir kredi kartı ya da debit kart ürünlerinin kullanımını gerçekleştirmiş, 18 yaş üzeri T.C. vatandaşı tüketiciler oluşturmaktadır. 18 yaş üzerindeki bir tüketici, herhangi bir bankanın kartını kullanabileceği için ve herhangi bir kısıt olmadığı için bu yaş sınırı oluşturulmuştur.

Araştırma bölgesinin İzmir, Ankara ve İstanbul seçilmesinin sebebi, bu illerin bünyelerinde en fazla tüm demografik yapıları barındırabilecek



büyükte bir araştırma evrenine sahip olmasıdır. Yukarıda açıklanan özelliklere sahip toplam 752 kişiye anket uygulanmıştır.

## **2.4. Veri Toplama Yöntemi**

Araştırmada veri toplama yöntemi kapsamında, muhtevasında kapalı uçlu soruların bulunduğu ve soruların önceden hazırlandığı, internet aracılığı ile uygulanan bir anket yöntemi kullanılmıştır.

Anket formu içeriği temel olarak iki bölümden ve 38 sorudan oluşmaktadır. Birinci bölümde değişkenlerini ölçen toplam 32 ifade mevcuttur. “5’li Likert Ölçeği” kullanarak, (1=Kesinlikle Katılmıyorum, 5=Kesinlikle Katılıyorum) katılımcıların soruları cevaplaması istenmiştir. Anketin ikinci bölümünde yer alan 33-38 aralığındaki altı soru ise cevaplayıcıların demografik özelliklerini ölçmeye yönelik ifadelerden (cinsiyet, eğitim durumu, medeni hal, aylık net kişisel gelir, yaş ve meslek) oluşmaktadır.

Belirlenen hedef kitleye, internet ortamında hazırlanmış anket linki gönderilerek veri toplama işlemi gerçekleştirilmiştir. Araştırmada kolayda örneklem yolu kullanılmış olup, 18 yaşından büyük İzmir, Ankara ve İstanbul’da ikamet eden kişilere anket yapılmıştır. Anket istenen örneklem adedine ulaşıncaya analize geçilmiştir. Yanıtlanan 752 anket değerlendirmeye alınmıştır. Anket, 15 Mart – 15 Nisan 2019 tarihleri arasında uygulanmıştır.

## **2.5. Geçerlilik ve Güvenilirlik Analizleri**

Öncelikle kullanılan ölçeklerin Cronbach alfa değerlerine bakılarak bir sorun olmadığı izlendikten sonra SPSS programıyla açıklayıcı faktör analizi yapılmıştır.

**Tablo 3.** Ortalama Açıklanan Varyans ve Birleşik Güvenilirlik Değerleri

Faktör	İfade Kodu	Faktör Yüğü	AVE	CR
Şikâyet Yönetimi	SYa	10,761	0,655	0,904
	SYb	0,826		
	SYc	0,668		
	SYd	0,871		
	SYe	0,899		
Tüketici Değeri İşlevsel	TDIdRS	-0,722	0,658	0,852
	TDIeRS	-0,854		
	TDIfRS	-0,851		
Tüketici Değeri Parasal	TDPa	0,848	0,758	0,926
	TDPb	0,784		
	TDPc	0,939		
	TDPd	0,903		
Tüketici Değeri Sosyal	TDSb	0,854	0,764	0,907
	TDSc	0,863		
	TDSd	0,905		
Beklenen Değıştirme Maliyeti	BDMa	0,932	0,805	0,943
	BDMb	0,908		
	BDMcRS	0,893		
	BDMd	0,853		
Tekrar Satın Alma Niyeti	TSNa	-0,830	0,586	0,849
	TSNbRS	-0,802		
	TSNc	-0,657		
	TSNd	-0,762		

Açıklayıcı faktör analizi için oluşturulan ölçüm modellerinden elde edilen uyum değerleri, arzu edilen düzeyde bulunmadığından, SPSS programı tarafından önerilen modifikasyon indeksleri baz alınarak ölçeklerde düzenleme yapılmıştır. Düzenleme sonucunda; işlevsel tüketici değeri ölçeğinin 3 ifadesi, duygusal tüketici değeri ölçeğinin 5 ifadesinin tamamı ve sosyal tüketici değerinin 1 ifadesi olmak üzere toplam 9 ifade (TDIa, TDIb, TDIc, TDDa, TDDb, TDDc, TDDe ve TDSa ifadeleri), birden fazla faktör altında eşit yüklere sahip olduğu için çıkarılmıştır. Bu ifadeler çıkarılıp faktör analizi için model tekrar çalıştırıldığında tüm göstergelerin iyi sonuç verdiği gözlenmiştir.

Sonrasında, AMOS programı ile yeniden düzenlenen ölçeklerin birinci düzey doğrulayıcı faktör analizi yapılmıştır. Sonuç olarak, model uyum değerlerinin kabul edilebilir düzeyde olmadıkları görülen; şikâyet yönetimi ölçeğinin SYd ve SYe numaralı ifadeleri arasında ve beklenen değişim maliyeti ölçeğinin BDMcRS ve BDMd numaralı ifadeleri arasında kovaryans eklenmiş ve ölçekler bu halde tekrar çalıştırılmıştır.

Yapılan düzeltmeler neticesinde, ölçüm modellerinin uyum indeksleri kapsamında uygun standartlarda olduğu tespit edildiğinden dolayı tüm değişkenlerin tek faktörlü yapıları doğrulanmıştır. Tablo 3'te ölçeklerin; faktör yükleri, ortalama açıklanan varyansları (AVE = Average Variance Extracted) ve her bir yapıya ilişkin birleşik güvenilirlik değerleri (CR = Composite Reliability) sunulmaktadır.

Fornell ve Larcker (1981: 46)'a göre, yakınsak geçerlilik olması için gerçekleşmesi gereken üç şart vardır. Bunlar; her bir ifadenin 0,50'den büyük faktör yük değerine sahip olması, ortalama açıklanan varyans değerinin (AVE) 0,50'ye eşit veya büyük olması ve birleşik güvenilirlik (CR) katsayısının da 0,70 veya üstünde olmasıdır. Aşağıdaki Tablo 3 değerleri göz önüne alındığında, faktör yüklerinin 0,657 ile 0,939 arasında, ortalama açıklanan varyans değerlerinin 0,586 ile 0,77 arasında ve birleşik güvenilirlik değerlerinin de 0,91 ile 0,94 değerleri arasında değiştiği tespit edilmiştir. Bu bulgular kapsamında yakınsak geçerlilik şartlarının sağlandığı söylenebilir.

### 3. Bulgular

Bu araştırma ile ulaşılan bulgular kapsamında; katılımcılara ait demografik özellikler, katılımcıların araştırma değişkenlerine dair tepkileri, değişkenler arasında ortaya çıkan ilişkiler ile araştırmanın yapısal eşitlik modeli ile test edilmesi sonucunda elde edilen sonuçlar incelenmiştir.

**Tablo 4.** Demografik Özelliklere İlişkin Sonuçlar (N=752)

Demografik Değişkenler	Değer	Frekans	%	Demografik Değişkenler	Değer	Frekans	%
Cinsiyet	Erkek	411	54,7	Meslek	Öğretmen	68	9,0
	Kadın	341	45,3		Memur	63	8,4
	<b>TOPLAM</b>	<b>752</b>	<b>100</b>		Ev Hanımı	58	7,7
Medeni Durum	Evli	518	68,9		Akademisyen	49	6,5
	Bekâr	234	31,1		Emekli	46	6,1
Yaş	<b>TOPLAM</b>	<b>752</b>	<b>100,0</b>		Öğrenci	42	5,6
	18-24	8	1,1		Tıp Doktoru	28	3,7
	25-40	101	13,4		Subay	24	3,2
	41-50	323	43,0		Serbest Meslek	20	2,7
	51-65	267	35,5		İşçi	19	2,5
	66+	53	7,0	Kamu Per.	14	1,9	
Gelir (TL)	<b>TOPLAM</b>	<b>752</b>	<b>100,0</b>	Zabıta	14	1,9	
	2.500 altı	190	25,3	Astsubay	12	1,6	
	2.501-5.000	235	31,3	Askeri Personel	11	1,5	
	5.001-.7500	149	19,8	Muhasebe	11	1,5	
	7.501-10.000	88	11,7	Satış Temsilci	10	1,3	
	10.001 - +	90	12,0	Arş.Gör.	8	1,1	
Eğitim Seviyesi	<b>TOPLAM</b>	<b>752</b>	<b>100,0</b>	Esnaf	8	1,1	
	İlköğretim	11	1,5	Hemşire	8	1,1	
	Ortaöğretim	189	25,1	Yönetici	8	1,1	
	Lisans	394	52,4	Öğr. Gör.	7	0,9	
	Lisansüstü	158	21,0	Diğer	224	29,8	
	<b>TOPLAM</b>	<b>752</b>	<b>100,0</b>	<b>TOPLAM</b>	<b>752</b>	<b>100,0</b>	

**Tablo 5.** Demografik Özelliklere İlişkin Çarpıklık ve Basıklık Değerleri

N=752	Yaş	Gelir	Eğitim
Aritmetik Ortalama	3,34	2,54	2,93
Standart Sapma	0,836	1,307	0,718
Varyans	0,699	1,708	0,516
Çarpıklık	-0,091	0,540	-0,133
Basıklık	-0,201	-0,806	-0,483

## Demografik Değişkenlere ait Frekans Analizi Sonuçları

Araştırma sonucundaki demografik dağılım yapısı Tablo 4’te; çarpıklık ve basıklık değerleri ise Tablo 5’te belirtilmiştir.

## Tanımlayıcı İstatistikler ve Korelasyon

Ankette yer alan ifadelere verilen cevapların frekans analizi özeti Tablo 6’da verilmiştir.

**Tablo 6.** Değişkenlere ait Frekans Analizi Sonuçları.

N=752	Şikâyet Yönetimi	İşlevsel Tüketici Değeri	Duygusal Tüketici Değeri	Parasal Tüketici Değeri	Sosyal Tüketici Değeri	Beklenen Değiştirme Maliyeti	Tekrar Satın Alma Niyeti
Aritmetik Ortalama	2,86	2,60	2,79	3,03	3,08	3,22	2,39
Standart Sapma	0,87	0,61	0,80	0,91	0,82	0,90	0,72
Çarpıklık	0,42	0,19	0,49	0,20	0,04	0,05	0,79
Basıklık	-0,22	1,45	-0,38	-0,60	-0,52	-0,50	0,78

## Değişkenler Arası İlişkiler

Araştırmada değişkenler arasındaki ilişki olup olmadığını göstermek ve eğer var ise bu ilişkinin gücünü belirlemek amacıyla korelasyon analizi yapılmıştır. Yapılan korelasyon analizi sonuçları Tablo 7’de görülmektedir.

Tablo 7 incelendiğinde; araştırmanın bağımsız değişkeni olan şikâyet yönetimi ile diğer değişkenler olan tüketici değeri, beklenen değiştirme maliyeti ve tekrar satın alma niyeti arasında ilişki olduğu ortaya çıkmıştır.

Yukarıdaki analizlerin sonucunda ortaya çıkarılan tüm ilişkiler kapsamında araştırma hipotezlerinin test edilmesi açısından, yapısal eşitlik modelinin uygulanması gerekmektedir. Bu aşamada öncelikle yapısal olarak doğrulanmış bağımsız değişkenlerin ölçme modelleri ile bağımlı değişkenin ölçme modeli arasındaki ilişkilerin ortaya çıkarılması, daha sonra ise tüm değişkenler arasındaki ilişkiler ele alınarak, kuramsal teoriye uygun olarak oluşturulan modelin test edilmesi gerekmektedir.

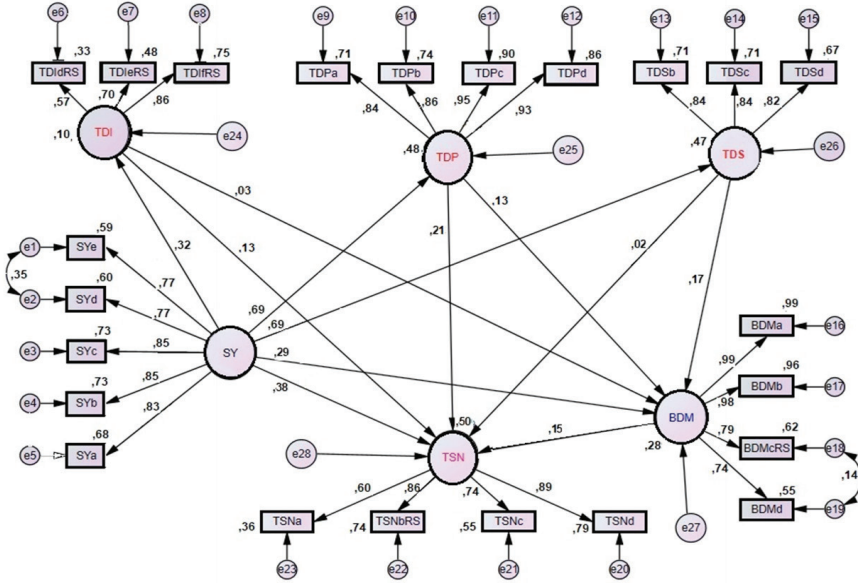
**Tablo 7.** Değişkenler Arası Korelasyonlar (Pearson 2 Kuyruklu).

	SY	TD	TDI	TDP	TDS	BDM	TSN
SY	1						
TD	,682**	1					
TDI	,270**	,566**	1				
TDP	,635**	,833**	,208**	1			
TDS	,582**	,813**	,172**	,579**	1		
BDM	,464**	,455**	,141**	,427**	,416**	1	
TSN	,584**	,582**	,279**	,553**	,445**	,397**	1

\*\* Korelasyon  $p < 0.01$  seviyesinde anlamlıdır.

## Yapısal Eşitlik Modeli Bulguları

Bu bölümde, araştırmanın hipotezlerini test etmek amacıyla, öncelikle, geliştirilen modelin yapısal eşitlik modeline uygun olup olmadığı ölçülmüştür. İlave olarak, bağımlı ve bağımsız değişkenler arasındaki ilişkinin ortaya çıkarılıp çıkarılmadığının belirlenebilmesi amacıyla araştırma modeline ilişkin ölçülen uyum iyiliği değerleri ve genel kabul görmüş olan uyum iyiliği indeksleri karşılaştırılmıştır. Yapısal eşitliğe dair oluşturulan model aşağıda Şekil 2’de belirtildiği gibidir.



Şekil 2. Yapısal Eşitlik Modeli

Modelin uyum değerlerinin ( $X^2/sd:2,666$ ;  $GFI:0,938$ ;  $CFI:0,974$ ;  $RMSEA:0,047$ ) yine istenen sonuçları verdiği görülmüştür.

Modele ilişkin ilişki katsayıları ve anlamlılık dereceleri ise aşağıda Tablo 8’de bulunmaktadır. Tablo 8’de görüldüğü üzere 10 adet faktörün anlamlı bir regresyon katsayısına sahip olduğu bununla birlikte; işlevsel tüketici değerinin (TDI), beklenen değiştirme maliyeti (BDM) ile ve sosyal tüketici değerinin (TDS) tekrar satın alma niyeti (TSN) ile olan ilişkilerinde  $p>0,05$  olduğundan istatistiksel açıdan anlamlı bir ilişki bulunamamıştır. Bununla birlikte;

- Şikâyet yönetiminin (SY); işlevsel tüketici değerine (TDI) (0,324), parasal tüketici değerine (TDP) (0,693), sosyal tüketici değerine (TDS) (0,687), beklenen değiştirme maliyetine (BDM) (0,289) ve tekrar satın alma niyetine (TSN) (0,384);

- Parasal tüketici değerinin (TDP) beklenen değişirme maliyetine (BDM) (0,132); sosyal tüketici değerinin (TDS) beklenen değişirme maliyetine (BDM) (0,167); işlevsel tüketici değerinin (TDI) tekrar satın alma niyetine (TSN) (0,131); parasal tüketici değerinin (TDP) tekrar satın alma niyetine (TDS) (0,212); beklenen değişirme maliyetinin (BDM) tekrar satın alma niyetine (TSN) (0,152) dair korelasyon katsayıları 0,1'den büyüktür ve %95 güven aralığında doğrudan anlamlı bir etkiye sahip olduğu söylenebilir.

**Tablo 8.** Yapısal Eşitlik Modeli İlişki Katsayıları.

H	Bağımlı Değişken	Bağımsız Değişken	Standart Regresyon Katsayısı	P	Anlamlı mı?	Hipotez Sonucu Kabul?	
H <sub>1</sub>	TD	<---	SY			EVET	
H <sub>1.1</sub>	TDI	<---	SY	,324	***	EVET	EVET
H <sub>1.2</sub>	TDD	<---	SY	AFA aşamasında modelden çıkarılmıştır.			
H <sub>1.3</sub>	TDP	<---	SY	,693	***	EVET	EVET
H <sub>1.4</sub>	TDS	<---	SY	,687	***	EVET	EVET
H <sub>2</sub>	BDM	<---	SY	,289	***	EVET	EVET
H <sub>3</sub>	TSN	<---	SY	,384	***	EVET	EVET
H <sub>4</sub>	BDM	<---	TD			KISMEN	
H <sub>4.1</sub>	BDM	<---	TDI	,029	,446	HAYIR	HAYIR
H <sub>4.2</sub>	BDM	<---	TDD	AFA aşamasında modelden çıkarılmıştır.			
H <sub>4.3</sub>	BDM	<---	TDP	,132	,006	EVET	EVET
H <sub>4.4</sub>	BDM	<---	TDS	,167	***	EVET	EVET
H <sub>5</sub>	TSN	<---	TD			KISMEN	
H <sub>5.1</sub>	TSN	<---	TDI	,131	***	EVET	EVET
H <sub>5.2</sub>	TSN	<---	TDD	AFA aşamasında modelden çıkarılmıştır.			
H <sub>5.3</sub>	TSN	<---	TDP	,212	***	EVET	EVET
H <sub>5.4</sub>	TSN	<---	TDS	,023	,623	HAYIR	HAYIR
H <sub>6</sub>	TSN	<---	BDM	,152	***	EVET	EVET



#### 4. Tartışma ve Sonuç

Soutar ve Sweeney (2001: 217), tüketici değerinin (TD) çok boyutlu doğasını ve bunun tüketici üzerindeki etkisini anlamaları halinde, işletmelerin, karar verme süreçlerinde “indirimlere başvurmadan” toplu değer yaratabileceklerini ifade etmişlerdir. Tüketici değeri (TD), şikâyet yönetimi (SY) çerçevesinde ele alındığında, hem işlevsel (TDI), hem parasal (TDP) hem de sosyal tüketici değeri (TDS) ile etkileşmekte ve bir toplu değerden bahsetmek mümkün olmaktadır. Bununla birlikte, bu çalışmada, şikâyet yönetiminin (SY) parasal tüketici değeri (TDP) ile çok güçlü ve pozitif etkileşimde olduğu tespit edilmiştir. Dolayısıyla, şikâyet yönetimi sürecine maruz kalmış bir tüketici için, bankacılık sektörünün hizmetleri dikkate alındığında, tüketiciyi elde tutma ve tekrar hizmet almaya teşvik etme konusunda “indirimlere başvurmanın” önemli bir araç olacağı bulunmuştur.

Diğer taraftan; araştırmanın bağımsız değişkeni olan şikâyet yönetiminin (SY), “parasal tüketici değeri” (TDP) ile çok önemli bir oranda etkileşimde bulunduğu bulgusu, Mosavi ve Ghaedi (2012: 4915)’nin “parasal tüketici değeri” ve “tüketici memnuniyeti” arasında buldukları güçlü pozitif ilişki ile uyumludur.

Araştırmanın bir diğer önemli sonucu da şikâyet yönetiminin (SY) işlevsel tüketici değerine (TDI) pozitif etkisinin olduğunun ortaya konulmasıdır. Al Chalabi ve Turan (2017), Başaran ve Aksoy (2015), Hung vd. (2009) ve Karatekin (2012)’in de çalışmalarında işlendiği şekilde; tüketiciler, başarılı bir şikâyet yönetiminin ardından, ürün veya hizmetlerden bekledikleri gerçek etkilerin, bir diğer ifadeyle fiziksel ve psikolojik ihtiyaçlarının satın alınan ürün veya hizmetlerle karşılandığı tatminine ulaşmaktadırlar.

Araştırmada, şikâyet yönetiminin (SY) beklenen değiştirme maliyetine (BDM) pozitif etkisinin olduğu ortaya çıkarılmıştır. Buna

göre tüketiciler; Barroso ve Picon (2012) ve Guo-Fong (2013)'un tanımlarıyla aynı istikamette, para maliyeti, zaman maliyeti, ilişki maliyeti, öğrenme maliyeti, emek maliyeti ve araştırma maliyeti kapsamında ilişkide buldukları bankayı terk ederek yeni bir bankadan hizmet almanın daha maliyetli olacağını düşüneceklerdir.

Bir diğer araştırma bulgusu da şikâyet yönetiminin (SY) tekrar satın alma niyeti (TSN) üzerinde aynı yönde ve doğrudan etkisi olduğudur. Tüketiciler, şikâyet başvurularına istinaden tatmin edici bir çözüm süreci deneyimlediklerinde, Ahmed (2014), Butcher vd. (2014), Ha vd. (2010) ve Mosavi ve Ghaedi (2012)'nin çalışmaları doğrultusunda, aynı bankadan tekrar hizmet satın alınması kararı verilmesinde hafızalarında yer etmiş bir memnuniyet değerlendirmesi oluşmasına, umulan bir tüketim deneyimi ile karşı karşıya kalınmasına, müteakip alımda primli bir fiyat ödemeye razı olunması anlamına gelmektedir.

Bu araştırmanın bir diğer sonucu olarak, tüketici değerinin (TD) beklenen değiştirme maliyeti (BDM) üzerinde kısmen etkili olduğu bulunmuştur. Öncelikle, şikâyetler kapsamında, tüketicinin zihnindeki karar verme süreçlerinde işlevsel hususlara ait karar noktalarının (TDI) tüketici zihninde yer eden, bankanın değiştirme maliyeti (BDM) ile etkileşmediğini söylemek yerinde olacaktır. Tüketicilerin parasal tüketici değerindeki (TDP) bir birimlik yükseliş ise, Barroso ve Picon (2012) ve Guo-Fong (2013)'un tanımlarıyla aynı istikamette olarak tüketicinin aklındaki beklenen değiştirme maliyetini (BDM) 0,132 birim artırmaktadır.

Tüketici değerinin (TD) tekrar satın alma niyetine (TSN) etkisi kapsamında Al Chalabi ve Turan (2017: 56)'ın çalışmasında bankacılık sektöründe tüketici bağlılığının tüketici değeri (TD) ile pozitif ilişkili olduğu bulunmuştur. Bu bulgu Al Chalabi ve Turan (2017)'in bulguları ile kısmen örtüşmektedir. Ahmed (2014), Butcher vd. (2014), Ha vd. (2010) ve Mosavi ve Ghaedi (2012)'nin çalışmaları doğrultusunda,

aynı bankadan tekrar hizmet satın alınması kararı verilmesinde, bankalarının kendilerine sunduğu hizmetin işlevselliği hakkındaki değerlendirmeleri de az da olsa etkili olmaktadır. Bu bağlamda parasal değerlerin de tekrar satın alma niyetini artırdığı belirlenmiştir. Bununla birlikte; sosyal tüketici değerinin tüketicinin tekrar satın alma kararı üzerinde etkisi doğrulanamamıştır.

Son olarak; Hellier vd. (2003: 1768)'nin bulguları ile uyumlu olarak değiştirme maliyeti (BDM) ne kadar yüksekse, tüketicinin aynı hizmet tedarikçisinden satın alma niyetinin (TSN) de o kadar güçlü olacağı bulunmuştur.

### **Yönetimsel Etkiler**

Şikâyet yönetiminin tüketici değerlerine, tüketicinin beklenen değiştirme maliyetine ve tekrar satın alma niyetine olumlu etkileri, gerek geçmiş çalışmalar gerekse bu araştırmadaki bulgular kapsamında desteklenmektedir.

Araştırmada öncelikle başarılı bir şikâyet yönetimi ile işletme performansı üzerinde ne denli etkili olunabileceği net bir şekilde ortaya konulmuştur. Bununla birlikte, tüketici değeri alt boyutlarının daha fazla araştırılmaya ve geliştirilmeye açık konular olduğu gözlenmiştir.

Tüketiciyi elde bulundurmanın öneminin kayda değer rekabet avantajı sağladığı bankacılık sektöründe, tüketicinin değer yargılarından hangisine daha fazla yatırım yapmak gerektiği, başarılı bir şikâyet yönetimi sonrasında problematik bir krizin nasıl avantaja evrilebileceği konularının işletmeler tarafından yeterince dikkate alınmadığı görülmektedir. İşletme yöneticilerinin daha etkin ve verimli bir pazarlama stratejisi kapsamında bu detaylara ilave özen göstermesi gerektiği bu çalışma ile belgelenmiştir.

Araştırmanın bulguları dikkate alındığında, bankaların üst düzey yöneticilerine konuyla ilgili olarak aşağıda sıralanan öneriler sunulabilir;

- Hizmetler karşılığında alınan ücretler üzerinden yürütülecek bir pazarlama stratejisinin tüketiciyi elde tutma ve tekrar satın alma davranışına yönlendirme konusunda önemli rekabet avantajı sağlayacağı,
- Etkin bir şikâyet yönetiminin tüketici değerleri ile etkileşiminden çok boyutlu ve biri diğerini tetikleyen olumlu tüketici davranışlarını hayata geçireceği,
- Ürün pazarlaması veya hizmet sunumunda, işletmelerin tüketici değeri oluşturmaya dair farkındalıklarının, kendilerine sürdürülebilir büyüme elde etme ve rekabet avantajı yaratma olarak geri döneceği değerlendirilmektedir.

### **Araştırmanın Limitleri ve Gelecek Araştırmalar İçin Öneriler**

Araştırmanın süreci içerisinde farklı tüketici değeri alt boyutları ile girift bir yapıda kaybolan ve elenen “duygusal tüketici değerinin” bankacılık sektörü için önemi üzerinde ayrıca ve hassasiyetle durulması gerektiği düşünülmektedir.

Gelecekte yapılacak araştırmalarda ulaşılabilecek bulguların bu araştırmanın sonuçlarıyla karşılaştırılması ve farklı sektörler arasındaki benzer olguların incelenmesi, şikâyet yönetimi, tüketici değeri, beklenen değiştirme maliyeti ve tekrar satın alma niyeti literatürüne katkıda bulunabilecektir.

Bu araştırma Türkiye’de yapılmıştır. Gelecekte yapılması muhtemel diğer araştırmaların, farklı demografik özelliklere sahip banka müşterileri için de söz konusu olabileceği değerlendirilmektedir.

Gelecekteki araştırmalarda, bu araştırmada kullanılan model ve ölçeklerin daha da geliştirilerek değişik çalışmalar üzerinde kullanılmasının ve geliştirilmesinin daha başka bulgular sağlayabileceği değerlendirilmektedir. Bu araştırmada, tüketici değeri ölçeği olarak dört boyutlu değer özelliğinden faydalanılmıştır. Benzer araştırmalarda farklı boyutlardan müteşekkil tüketici değerlerinden de faydalanılabilir.

Konu ile ilgili gelecekteki çalışmalarda banka şikâyet yönetimi süreçlerinden memnun olan bir tüketiciye dair sosyal tüketici değerinin dolaylı sonuçlarından olması kuvvetle muhtemel pozitif ağızdan ağıza iletişim vasıtasıyla yeni müşteriler kazandırma potansiyelinin ayrıca incelenmesi düşünülebilir.

şikâyet yönetiminin etkili olduğu, başta hizmet sektörü olmak üzere, benzer sektörlerde, tüketici ilişkilerinde algılanan kalite, tüketici beklentisi ve ağızdan ağıza pazarlama konularının tüketici değeri üzerinden beklenen değiştirme maliyeti ve tekrar satın alma niyetine etkileri de araştırılabilir.

Beklenen değiştirme maliyeti olgusunun alt bileşenlerinin hem soyut hem de somut olmaları sebebiyle bu değişkenin diğer süreçler ile olan etkileşimleri daha detaylı incelenebilir.

Son olarak, zaman içinde anlık bir durumun incelendiği bu araştırmaya karşılık, gelecekte belirli bir zaman aralığı temel alınarak da inceleme yapılabilir.

## **Kaynakça**

Agnihotri, R., Gabler, C.B., Itani, O.S., Jaramillo, F. and Krush, M.T., (2017). Salesperson Ambidexterity And Customer Satisfaction: Examining The Role Of Customer Demandingness, Adaptive Selling and Role Conflict. *Journal of Personal Selling & Sales Management*, 37(1), 27–41.

- Ahmed, S., (2014). From Customer Perceived Value to Repurchase Intention in Textile Sector of Bangladesh: A Correlation Study. *International Journal of Ethics in Social Sciences*, 2(1), 59-72.
- Al Chalabi, H.S.A. and Turan, A., (2017). The Mediating Role of Perceived Value on the Relationship between Service Quality and Customer Service Loyalty: An Explanatory Study for Iraqi Private Banking Sector. *Global Business & Management Research*, 9(4), 37-66.
- Alabay, M.N., (2012). Müşteri Şikâyetleri Yönetimi. *Int. Journal of Management Economics and Business*, 8(16), 137-158.
- Álvarez, L.S., Casielles, R.V. and Díaz Martín, A.M., (2010). Analysis of the Role of Complaint Management in the Context of Relationship Marketing. *Journal of Marketing Management*, 27(1-2), 143-164, DOI: 10.1080/02672571003719088.
- Amel, D.F. and Starr-McCluer, M., (2002). Market Definition in Banking: Recent Evidence. *Antitrust Bulletin*, 47(1), 63-89.
- Anderson, J.C., Narus, J.A. and Van Rossum, W., (2006). Customer Value Propositions in Business Markets. *Harvard Business Review*, Mart 2006, 1-10.
- Angelis, M., Orshinger, C. and Valentini, S., (2010). A Meta- Analysis Satisfaction with Complaint Handling in Services. *Journal of Academy of Marketing Science*, 38, 169-186.
- Atcharyachanvanich, K., Okada, H. and Sonehara N., (2008). Exploring Factors Effecting the Continuance of Purchasing Behavior in Internet Shopping: Extrinsic Benefits and Intrinsic Benefits. *ISPJ Digital Courier*, 4, 91-102.
- Atıl, Z., Onaran, B. ve Özmen B.A., (2013). Tüketici Değerinin, Tüketici Tatmini, Marka Sadakati ve Tüketici İlişkileri Yönetimi Performansı Üzerindeki Etkilerinin İncelenmesine Yönelik Bir Araştırma. *Business and Economics Research Journal*, 4(2), 37-53, ISSN: 1309-2448.
- Barlow, J., ve Moller, C., (2009). *Her Şikâyet Bir Armağandır: İşler Ters Gittiğinde Tüketici Sadakatini Yeniden Nasıl Kazanırsınız? (Çev: Gülden Bilgili)*, İstanbul, Rota Yayınları.
- Barroso, C. ve Picon, A., (2012). Multi Dimensional Analysis of Perceived Switching Costs, *Industrial Marketing Management*, 41, 531-543.
- Butcher, K., Chomvilailuk, R. and Leecharoen, B., (2014). Examining The Association between Customer Satisfaction and Repurchase Behavior in Fashion Retailing, *International Journal of Business Tourism and Applied Sciences*, 2(1), 57-68.
- Chea, S., Liaoa C., Linb, H.N. and Luoa, M.M., (2017). Factors Influencing Online Shoppers' Repurchase Intentions: The Roles of Satisfaction and Regret. *Information & Management*, 54, 651-668.

- Cho, Y. C. and Minsang K., (2018). Investigating the Factors that Affect Dissatisfaction/Satisfaction, Purchase Intention, and Loyalty in the Mobile Game Environment. *Journal of Marketing Thought*, 5(2), 51–65.
- Costello, J. P., Koo, D.-M. and Moon, S.J., (2017). The Impact of Consumer Confusion from Eco-Labels on Negative WOM, Distrust, and Dissatisfaction. *International Journal of Advertising*, 36(2), 246–271, DOI:10.1080/02650487.2016.1158223.
- Farida, Y.N., Kholis, N. and Ratnawati, A., (2018). Customer Satisfaction on the Performance of Social Security Administrator (Bpjs) Health in Central Java, Indonesia. *International Journal of Organizational Innovation*, 10(4), 150–165.
- Fornell, C. and Larcker, D.F., (1981). Evaluating Structural Equation Models with Unobservable Variables and Measurement Error. *Journal of Marketing Research*, 48, 39-50.
- Gross, B.L., Newman, B.I. and Sheth, J.N., (1991). Why We Buy What We Buy: A Theory of Consumption Values. *Journal of Business Research*, 22, 159-170.
- Grönroos, C. and Helle, P., (2010). Adopting a Service Logic in Manufacturing. Conceptual Foundation and Metrics For Mutual Value Creation, *Journal of Service Management*, 21(5), 564-590.
- Guo-Fong L., (2013). The Effect of Trust, Satisfaction, and Switching Cost on Consumer's Loyalty — A Model of On-line Auction The Journal of International Management Studis, 8(1), 59-67.
- Ha, H-Y., Janda S. and Muthaly K., (2010). A New Understanding of Satisfaction Model in e-Repurchase Situation. *European Journal of Marketing*, 44 (7/8), 997-1016.
- Hayward, M., (2008). Complaint Management. *Journal of Direct, Data and Digital Marketing Practice*, 23 Ocak, 321-323.
- Heesup, H., Kim, W., Hye-Ran, K. and Sanghyeop, L., (2018). How Image Congruity and Satisfaction Impact Customer Retention at Luxury Restaurants: A Moderated Mediation Framework. *Social Behavior & Personality: An International Journal*, 46(6), 891–904.
- Hellier, P. K., Geursen, G.M., Carr, R. A., Rickard, J. A., (2003). Customer Repurchase Intention: A General Structural Equation Model. *European Journal of Marketing*, 37(11/12), 1762-1800.
- Hollender, N., Hofmann, C., Deneke, M. and Schmitz, B., (2010). Integrating Cognitive Load Theory and Concepts of Human-Computer Interaction, *Computers in Human Behavior*, 26(6), 1278- 1288.
- Homburg, C., and Fürst, A., (2005). How Organizational Complaint Handling Drives Customer Loyalty: An Analysis of the Mechanistic and the Organic Approach. *Journal of Marketing*, 69(3), 95-114.

- Hung, Y., Lin, N., Tseng, W. and Yen, D.C., (2009). Making Customer Relationship Management Work: Evidence from the Banking Industry in Taiwan. *The Service Industries Journal*, 29(9), 1183-1197.
- Hur, Y. and Lee, C., (2019). Service Quality and Complaint Management Influence Fan Satisfaction and Team Identification. *Social Behavior and Personality: An International Journal*, 47(2), 1-16.
- Iniesta-Bonillo, M. Á. and Sanchez-Fernandez, R., (2007). The Concept of Perceived Value: A Systematic Review of the Research. *Marketing Theory*, 7(4), 427-451.
- Ivanauskienė, N., Auruškevičienė, V., Škudienė, V. and Nedzinskas S., (2012). Customer Perceptions of Value: Case of Retail Banking. *Organizations and Markets in Emerging Economies*, 3(1(5)), 75-88.
- Kane S. and Mirzoev T., (2018). Key Strategies to Improve Systems for Managing Patient Complaints Within Health Facilities – What Can We Learn From the Existing Literature?. *Global Health Action*, 11, 1-15, DOI: 16549716.2018.1458938.
- Kang, H.Y., (2017). Customer's Social Value Perception and Enterprise's Sustainability: Focus on Social Enterprise. *Journal of Marketing Thought*, 4(2), 71-77.
- Kim, M., Lado, N. and Torres, A., (2009). Evolutionary Changes in Service Attribute Importance in a Crisis Scenario: the Uruguayan Financial Crisis. *Journal of Service Research*, 11 (4), 429-440.
- Kosonen, J., (2014). *Functional, Social and Emotional Values as Determinants of Environmentally Responsible Media Consumption*. Yüksek Lisans Tezi, Lappeenranta University of Technology, School of Business, International Marketing Management.
- Kotler, P. and Keller, K. L., (2012). *Marketing Management*. Harlow; Boston MA, Pearson Education.
- Medberg, G., (2016). *How Do Customers Perceive Value-In-Use?*, Helsinki, Hanken School of Economics.
- Mosavi, S.A. and Ghaedi, M., (2012). Role of Perceived Value in Explaining Trust And Repurchase Intention in E-Shopping. *African Journal of Business Management*, 6(14), 4910-4920.
- Peterson, R.T. and Yang, Z., (2004). Customer Perceived Value, Satisfaction and Loyalty: The Role of Switching Costs, *Psychology & Marketing*, 21(10), 799-822.
- Prasadh, R.R., (2018). Examining The Roles of Perceived Quality and Customer Satisfaction as Predictors of Customer Loyalty in The Indian E-Banking Context. *Journal of Management Research*, 18(3), 176-187.



- Rintamäki, T., (2016). *Managing Customer Value in Retailing: An Integrative Perspective*, Doctoral Thesis, Tampere University, School of Business.
- Sarıyer, N., (2008). Gloval Ölçeği ile Belediye Hizmetlerinde Tüketicinin Algıladığı Değerinin Belirlenmesi.-Kayseri Büyükşehir Örneği. *Gazi Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 10(3), 163-185.
- Siira, T., (2012). Value Creation by Enterprise Systems Value Added Resellers the Case of PLM Systems VARS. Doctoral Thesis, University of Oulu, Faculty of Science.
- Solmaz, S.A., (2016). Alıcı-Tedarikçi İlişki Kalitesi ve Tüketici Değerinin Endüstriyel Tüketici Tatmini Üzerindeki Etkileri: Konaklama İşletmeleri Üzerine Bir Araştırma. Doktora Tezi, Sakarya Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Soutar, G.N. and Sweeney, J.C., (2001). Consumer Perceived Value: the Development of a Multiple Item Scale. *Journal of Retailing*, 77(2), 203-220.
- TDK, [http://www.tdk.gov.tr/index.php?option=com\\_gts&arama=gts&guid=TDK.GTS.5c404b8b04e0a4.62804150](http://www.tdk.gov.tr/index.php?option=com_gts&arama=gts&guid=TDK.GTS.5c404b8b04e0a4.62804150), (Erişim Tarihi: 19.01.2019).
- Yılmaz, B.S., (2016). Narrating Dissatisfaction Online: Motives and Expectations Behind Negative Ewom as a Consumer Complaining Response. *Dokuz Eylül Üniversitesi İşletme Fakültesi Dergisi*, 17(2), 161-184.
- Zhang, D., (2009). *Customer Switching Behaviour in the Chinese Retail Banking Industry*. Yüksek Lisans Tezi, Lincoln University, Commerce and Management.



## Sağlık Ekonomisi Kapsamında Sağlık Harcamaları ve Sağlık Hizmetlerinin Finansmanı: Bir Uygulama

Elçin GÜVEN<sup>1</sup>, Arman Teksin TEVFİK<sup>2</sup>, Ramazan EBRU<sup>3</sup>

<sup>1</sup> Haliç Üniversitesi, İşletme Bölümü Doktora Öğrencisi, İstanbul, Türkiye

**Orcid Numarası:** 0000 0003 09200861

<sup>2</sup> Haliç Üniversitesi, İşletme Fakültesi Dekanı, İstanbul, Türkiye

**Orcid Numarası:** 000 0003 09102850

<sup>3</sup> Vize 1 Nolu Sağlık Ocağı, Aile Hekimi, Kırklareli, Türkiye

**Orcid Numarası:** 0000 0002 2601 9629

**Geliş Tarihi:** 14.02.2020

**\*Sorumlu Yazar e mail:** elcinguven@windowslive.com **Kabul Tarihi:** 07.04.2020

**Atf/Citation:** Güven, E., Tefvik, A. ve Ebru R., “Sağlık Ekonomisi Kapsamında Sağlık Harcamaları ve Sağlık Hizmetlerinin Finansmanı: Bir Uygulama”, Haliç Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi 2020, 3-1: 63-81.

### Öz

Sağlık kavramına ekonomi ve tıp biliminin gelişmeye başladığı dönemden bu yana önem verilmiştir. Sağlık hizmetlerinin finansmanı ve sağlık harcamaları, ilaç harcamaları ülkelerin ekonomik büyüme düzeyinin belirlenmesinde önemli rol oynamaktadır. Benimsenen finansman yönteminde ve modelinde temel amaç; sağlık hizmetlerinin verimli, ulaşılabilir, kaliteli sunulması olmalıdır. İlaç harcamaları sağlık harcamalarının önemli bir unsurudur. Sağlık hizmetlerine talebin artmasıyla birlikte, sağlık harcamalarında, ilaç harcamalarında, hekim başına düşen kişi sayısında artışlar görülmektedir. Günümüzde ilaç endüstrisinin dışa bağımlılığının giderek azalması, hekim oranlarındaki artışlar, toplumun çeşitli eğitim programlarıyla sağlık alanında bilinçlendirilmesi, devletlerin sağlık harcamalarına ayıracakları paylardaki artışlar, sağlık hizmetlerinin istenen düzeylere ulaşmasını sağlamaktadır. Çalışmada sağlık harcamaları, sağlık ekonomisi ve sağlık hizmetlerinin finansmanı ele alınmıştır. Çalışmanın uygulama kısmında panel veri analizi yöntemiyle, Amerika, İngiltere, Almanya, Japonya ve Türkiye’de ilaç harcamaları, brüt ulusal harcamalar, hekim sayısı ve sağlık harcamalarına etkileri analiz edilmiştir.

**Anahtar Kelimeler:** Sağlık Ekonomisi, Sağlık Finansman Yöntemleri, Sağlık Harcamaları

## Medical Expenses and Financing Medical Services: Panel Data Analysis

### Abstract

The notion of health has been of utmost importance ever since economy and medicine started to develop. Financing medical services, medical expenses, pharmaceutical expenses play a key role determining the financial growth a country. Basic objective in the adopted financial management and model is to ensure that the medical services should be provided in an efficient, accessible, qualified and fair way. Medication expenses account for a significant part of medical expenses. With the demand for medical services climbing up, there seems to be an increase in medical expenses, medication expenses as well as the number of patients per doctor. Nowadays, in addition to the increasing number of doctors, medical public awareness through training programmes, the increase in the share the governments spare for medical expenses, and the decreasing import-dependency of the medication industry; bring – when all combined - the level of medical services to a desired state. This study explains medical expenses, medical economics and the financing of medical services. Using panel data, it was measured the impact of medical expenses, pharmaceutical expenses, gross national expenses and the number of physicians on the rates of medical expenses in various countries such as the US, the UK, Germany, Japan and Turkey.

**Keywords:** Medical Economics, Medical Finance Methods, Medical Expenses

### 1.Giriş

Tıp tarihi, Antik dönemlerden itibaren çeşitli yazılı kaynaklarla incelenmektedir (Porter, 1996: 16). Tıp ile ilgili gelişmeler sonrasında sağlık ekonomisi ve finansmanı gelişme göstermeye başlamıştır (Bayat, 2010: 157).

Ekonomik büyümeyi ve faktör verimliliğini arttıran en önemli unsur, sağlık hizmetlerinin kalitesi ve ulaşılabilirliğidir. Faktör verimliliğinin artması, beşeri sermayeyi olumlu yönde etkilemektedir. Bu yüzden, makro ve mikro yönden, sağlık hizmetleri, sağlık ekonomisi, sağlık harcamaları, önemlidir (Çalışkan, 2008: 30).

Günümüzde ekonomik ve teknolojik gelişmeler hızla değişmektedir. Devletlerin sağlık sektörüne yaptıkları harcamalar ekonomilerinde büyük paya sahiptir. Sağlık sektörünün en temel amacı insan sağlığını korumak ve koruyucu önlemler almaktır. Diğer sektörlerle de bağlantılı olan sağlık sektörü ve bu sektördeki harcamaların ekonomik büyüme üzerinde önemli etkisi vardır (Bülbül, 2016: 116-117).

Sağlık harcamaları, sağlık sektörünün iyileştirilmesi, sunulan hizmette kalitenin yükseltilmesi temel hedefleriyle, kamu hizmetlerinin karşılanmasına yönelik devletin kamu harcamalarından oluşmaktadır (Çelikay ve Gümüş, 2011: 60).

Sağlık ekonomisi ve sağlık harcamaları uygulamalı ve teorik bilim olarak gelişen alanlardır. Sağlık ekonomisinin ve yapılacak harcamaların ana hedefi, sağlık hizmetlerinin etkili ve verimli sunulmasıdır (Ulutürk, 2015: 52-53). Sağlık hizmetleri, sağlık kurumlarında, sağlık personeli tarafından, kişilerin sağlık düzeyinin korunması için yürütülen hizmetlerdir. İlk Çağ Dönemi, Ortaçağ'ın başlangıcından Sanayi Devrimi'ne kadar olan süre, Sanayi Devrimi'nden sonraki döneme kadar, sağlık hizmetlerinin finansman yöntemlerinin gelişim süreci devam etmektedir. Geçmişten günümüze harcamalar içinde en önemli paya sahip olan sağlık hizmet harcamaları, devletin egemenlik hakkına dayanarak kişilerden alınmaktadır (İstanbuluoğlu vd., 2010: 88). Sağlık finansman modelleri, Beveridge Modeli, Bismarck Modeli, Doğrudan Finansman Yöntemi ve Karma Finansman yöntemidir. Bu çalışmada amaç, sağlık harcamaları, sağlık ekonomisi ve sağlık hizmetlerinin finansmanının incelenmesidir. Çalışmanın uygulama kısmında panel veri analizi yöntemiyle, Amerika, İngiltere, Almanya, Japonya, Türkiye'nin sağlık harcamalarının, ilaç harcamalarının, brüt ulusal harcamaların, hekim sayısının, ekonomik büyüme oranlarına etkisi ölçülecektir.

## 2. Sağlık Ekonomisi Çerçevesinde Sağlık Hizmetlerinin Finansmanının ve Sağlık Harcamalarının Önemi

Sağlık araştırmaları küresel sağlığa katkıda bulunmak için koordineli şekilde yapılmaktadır (Casbas, 2018: 349). Dünya genelinde sağlık seviyelerinde, sağlık harcamaları, ana-çocuk sağlığının kapsamı, sağlık sistemi kaynakları ve kişi başına gelir gibi çeşitli sağlık değişkenleri vardır (Murray vd., 2017: 18). Devletlerin en çok harcama yaptıkları alanlardan biri sağlıktır. Sunulan sağlık hizmetlerinin diğer sektörlerden farklılıkları bulunmaktadır. Bunlar; çalışma şartlarının uygun olmaması, sağlık hizmetleri sunulan kişilerin memnun olmaması vb.'dir (Akaza vd., 2013: 773). Kişiler, sağlık kurumları arasında uygun ödeme koşulları olan, eşit hizmet aldıkları, ulaşımı kolay kurumları tercih etmektedir (Çınaroğlu ve Şahin, 2012: 29). Sağlık finansmanının en önemli unsuru sosyal güvenlik sistemleridir. 1970'lerde yaşanmış ekonomik kriz sonucunda sosyal güvenlik sistemleri çıkmaza girmiştir. Böylece sağlık harcamalarına ayrılan paylarda önemli düşüşler olmuştur. Devletlerin bütçelerinde büyük paya sahip sağlık harcamalarına ayrılan oranlarda azalmalar olmuştur (Çağlayaner, 2008: 55).

Ekonomideki iyileşmeler sağlık harcamaları üzerinde olumlu dışsallıklar meydana getirmektedir. Ekonomi ve sağlık harcamaları üzerindeki pozitif ilişki beşeri sermayeyi pozitif etkilemektedir. Bu durum ekonomik büyüme, gelir dağılımı gibi unsurları etkilemektedir. Böylece ekonomi ve sağlık hizmetleri hem makro hem mikro açıdan önemli unsurlardır (Beşel ve Yardımcıoğlu, 2014: 1-2). Sağlık harcamaları, bir tedavinin değeri ve maliyet etkinliğiyle ilgili değerlendirmeler yapmaktadır (Philipson vd., 2014: 5). 20.yy'a kadar ekonomi ayrı bir bilim olarak ele alınmamıştır (Yıldırım vd., 2008: 9). Hastaneler ve diğer işletmeler arasındaki en önemli finansal farklılıklardan biri, hastaların aldıkları hizmetler için yaptıkları sağlık harcamalarıdır. Yapılan sağlık harcamalarında her hasta, aldıkları

sağlık hizmetinden eşit şekilde faydalanmaktadır. Çeşitli ödeme şekillerinin finansal etkilerini anlamak son derece önemlidir (Cleverly, 2018: 36).Sağlık hizmetlerinin finansmanının önemini arttıran sağlık harcamaları, bireylerin yaşam kalitesinin, toplum refahının ve toplum sağlığının ana belirleyicisidir. Toplumdaki alt ve üst gelir grubu arasındaki farklılıkları azaltmak için sağlık harcamalarının önemli bir etkisi bulunmaktadır (Bulğurcu ve Özdemir, 2015: 524). Tıbbın ve teknolojinin gelişmesiyle, sağlık hizmetlerine yapılan harcamalar artış göstermiş ve bununla birlikte devletlerin sağlık finansmanı için ayırdıkları payların artmasına neden olmuştur. Sağlık hizmetlerinin finansmanının temel amacı; kişilerin, sağlık hizmetlerine kolay ulaşabilmesi için yeterli ve kesintisiz kaynak sağlamaktır. Sağlık finansman yöntemleri, yapılan sağlık harcamalarında en önemli etkenlerdendir. Her devlet kendi ekonomisine uygun finans modeli kullanmaktadır. Sağlık hizmetlerinin finansman yöntemleri; doğrudan, dolaylı finansman yöntemi ve ulusal sağlık sistemidir. Doğrudan finansman yönteminde, kişiler sunulan hizmetin bedelini aracısız, doğrudan kendilerinin ödedikleri yöntemdir. Dolaylı finansman yöntemi, kişiler ve sağlık kurumları arasında özel sigorta şirketlerinin veya devlete ödenen primlerle veya hastaların cepten yaptıkları ödemelerden oluşmaktadır. Ulusal sağlık sistemi; devletin, sağlık harcamalarını, vergilerle karşıladığı, sunulan sağlık hizmeti için hastaların para ödemesi yapmadığı sistemdir (Ekici, 2020: 1). Sağlık sistemi modelleri; karma finansman modeli, Beveridge ve Bismarck finansman modelleridir. Karma finansman modelinde, Beveridge Modeli ile Bismarck Modelinin birlikte uygulandığı sistemdir. Hollanda’da uygulanmaktadır (Özmen, 2017: 603). Beveridge modeli, William Beveridge tarafından oluşturulmuş, vergiye dayalı olarak devletin sağlık hizmetlerini karşıladığı sistemdir (Daştan ve Çetinkaya, 2015: 106). Almanya’da uygulanan Bismarck modelinde devlet oluşturduğu sosyal sigorta ağı sistemi ile sağlık hizmetleri finanse edilebilmektedir (Atabey ve Meriç, 2016: 115).

**Tablo 1.** 2013 Yılı Sağlık Harcamaları (Milyon TL)

2013	Devletin Yaptığı Harcamalar					Özel Sektörün Yaptığı Harcamalar		
	Genel Toplam	Toplam	Merkezi Devlet	Yerel Devlet	Sosyal Güvenlik	Toplam	Hanehalkları	Diğer <sup>(1)</sup>
Genel Sağlık Harcaması	84 390	66 228	18 425	810	46 993	18 162	14 156	4 006
Cari Sağlık Harcaması	79 702	62 447	15 682	638	46 127	17 255	13 491	3 764
Hastaneler	41 785	34 095	8 182	67	25 847	7 689	5 637	2 053
Evde Hemşirelik Bakım Harcamaları	2	-	-	-	-	2	-	2
Ayakta Bakım Hizmeti Harcamaları	10 807	7 978	3 994	340	3 644	2 830	2 257	573
Perakende Satış ve Tıbbi Malzemelere Harcamalar	21 230	15 742	61	8	15 673	5 489	4 777	712
Halk Sağlığı Programları için Yapılan Harcamalar	3 167	3 167	3 066	101	-	-	-	-
Genel Sağlık Sigortası ve Yönetimi için Harcamalar	312	207	-	-	207	106	-	106
Sınıflandırılmayan diğer kategori Harcamaları	2 398	1 258	379	122	757	1 140	820	320
Yatırım Harcamaları	4 688	3 781	2 743	172	866	907	665	242

**Kaynak:** [http://www.tuik.gov.tr/PreTablo.do?alt\\_id=1084](http://www.tuik.gov.tr/PreTablo.do?alt_id=1084), Erişim Tarihi:10.01.2020



Sağlık düzeyini olumlu etkileyen en önemli unsur sağlık harcamalarındaki artıştır. Sağlık hizmetlerine, milli gelirden ne kadar ayrıldığına bilinmesi, sağlık harcamaları açısından belirleyici rol oynamaktadır. Kamu veya özel kesim aracılığıyla sağlık harcamalarının ne kadarının yapıldığı önemlidir. Sağlık finansman kaynaklarının belirlenmesinde özel sektörün ve kamunun sağlık harcamaları oranı önemlidir. 2013 yılı sağlık harcamalarında genel toplamda, devletin yaptığı harcamalar 84.390 TL'dir. Devlet yaptığı genel harcamaları arasında, en çok sosyal güvenlik harcamalarına pay ayırmıştır. Sosyal güvenliğe 46.993 TL harcama yapmıştır. Devletin sağlık harcama kalemlerinde en çok hastanelere pay ayrılmıştır. 2.sırayı perakende satış ve diğer tıbbi malzeme sunanlar almaktadır. Özel sektörün sağlık harcama kalemlerinde de hastanelere en çok harcama yapılmıştır. 2.sırada perakende satış ve diğer tıbbi malzeme sunanlar bulunmaktadır. 2013 yılı özel sektörün toplam harcamaları 18.162 TL'dir ve özel sektörde yapılan genel harcamalarda, en fazla harcama hane halkına yapılmıştır.

**Tablo 2.** 2014 Yılı Sağlık Harcamaları (Milyon TL)

2014	Devletin Yaptığı Harcamalar					Özel Sektörün Yaptığı Harcamaları		
	Genel Toplam	Toplam	Merkezi Devlet	Yerel Devlet	Sosyal Güvenlik	Toplam	Hanehalkları	Diğer (1)
Genel Sağlık Harcaması	94 750	73 382	21 282	744	51 356	21 368	16 819	4 549
Cari Sağlık Harcaması	88 878	68 974	18 213	704	50 058	19 904	15 754	4 150
Hastaneler	46 429	37 606	9 566	54	27 986	8 823	6 422	2 401
Evde Hemşirelik Bakım Harcamaları	1	-	-	-	-	1	-	1
Ayakta Bakım Hizmeti Harcamaları	11 624	8 334	4 444	351	3 539	3 290	2 682	608
Perakende Satış ve Tıbbi Malzemelere Harcamalar	24 136	17 627	72	12	17 542	6 509	5 676	833
Halk Sağlığı Programları için Harcamalar	3 836	3 836	3 714	122	-	-	-	-
Genel sağlık sigortası ve Yönetimi Harcamaları	374	225	-	-	225	149	-	149
Sınıflandırılmayan diğer Kategori Harcamaları	2 479	1 346	417	164	765	1 133	974	159
Yatırım Harcamaları	5 871	4 407	3 069	40	1 298	1 464	1 065	398

**Kaynak:** [http://www.tuik.gov.tr/PreTablo.do?alt\\_id=1084](http://www.tuik.gov.tr/PreTablo.do?alt_id=1084), Erişim Tarihi: (10.01.2020)

2014 yılı sağlık harcamalarında genel toplamda, devletin yaptığı harcamalar 94.750'dir. Özel sektörün toplam harcamaları 21.368'dir. Devletin sağlık harcama kalemlerinde en çok hastanelere harcama yapılmıştır. 2.sırayı perakende satış ve diğer tıbbi malzeme sunanlar almaktadır. Özel sektörün sağlık harcama kalemlerinde hastanelere en çok harcama yapılmıştır. 2.sırada perakende satış ve diğer tıbbi

malzeme sunanlar bulunmaktadır. 2013 yılı ile karşılaştırıldığında devletin ve özel sektörün yaptığı genel sağlık harcamalarında ve diğer tüm harcama kalemlerinde artış vardır.

**Tablo 3.** 2015 Yılı Sağlık Harcamaları (Milyon TL)

2015	Devletin Yaptığı Harcamalar					Özel Sektör Yaptığı Harcamaları		
	Genel Toplam	Toplam	Merkezi Devlet	Yerel Devlet	Sosyal Güvenlik	Toplam	Hanehalkları	Diğer <sup>(1)</sup>
Genel Sağlık Harcaması	104.568	82 121	25 286	927	55 908	22 446	17 315	5 131
Cari Sağlık Harcaması	96 786	75 622	20 265	893	54 464	21 163	16 404	4 760
Hastaneler	51 083	41 521	10 726	67	30 727	9 562	6 796	2 766
Evde Hemşirelik Bakım Harcamaları	1	-	-	-	-	1	-	1
Ayakta Bakım Harcamaları	12 341	8 857	4 790	425	3 642	3 484	2 761	723
Perakende Satış ve Tıbbi malzeme Harcamaları	25 888	19 122	70	12	19 040	6 766	5 844	923
Halk Sağlığı Programları için Harcamalar	4 374	4 374	4 218	156	-	-	-	-
Genel Sağlık Sigorta ve Yönetimi Harcamaları	416	241	-	-	241	174	-	174
Sınıflandırılmayan diğer kategori Harcamaları	2 683	1 507	461	233	814	1 176	1 003	173
Yatırım Harcamaları	7 782	6 499	5 021	34	1 444	1 283	912	371

**Kaynak:** [http://www.tuik.gov.tr/PreTablo.do?alt\\_id=1084](http://www.tuik.gov.tr/PreTablo.do?alt_id=1084), Erişim Tarihi: 10.01.2020

2015 yılı sağlık harcamalarında genel toplamda, devletin yaptığı harcamalar 104.568'dir. Özel sektörün toplam harcamaları 22.446'dir. Sağlık harcamalarının dağılımı yukarıda görüldüğü gibi devlet

harcamaları ağırlıklıdır. Devletin yaptığı harcamalar, özel sektöre göre daha fazladır. Devletin sağlık harcama kalemlerinde en çok hastanelere harcama yapılmıştır. 2.sırayı perakende satış ve diğer tıbbi malzeme sunanlar almaktadır. Özel sektörün sağlık harcama kalemlerinde de hastanelere en çok harcama yapılmıştır. 2.sırada perakende satış ve diğer tıbbi malzeme sunanlar bulunmaktadır. 2013 ve 2014 yılları ile karşılaştırıldığında devletin ve özel sektörün yaptığı genel sağlık harcamalarında ve diğer tüm harcama kalemlerinde artış vardır.

**Tablo 4.** 2016 Yılı Sağlık Harcamaları (Milyon TL)

2016	Devletin Yaptığı Harcamalar					Özel Sektörün Yaptığı Harcamalar		
	Genel Toplam	Toplam	Merkezi Devlet	Yerel Devlet	Sosyal Güvenlik	Toplam	Hanehalkları	Diğer <sup>(1)</sup>
Genel Sağlık Harcaması	119.756	94 012	28 731	1 118	64 163	25 744	19 562	6 182
Cari Sağlık Harcaması	112 540	88 279	24 290	1 064	62 925	24 261	18 531	5 730
Hastaneler	60 141	49 099	12 970	76	36 054	11 042	7 677	3 365
Evde Hemşirelik Bakım Harcamaları	1	-	-	-	-	1	-	1
Ayakta Bakım Harcamaları	14 257	10 283	5 606	531	4 145	3 974	3 119	855
Perakende satış ve Tıbbi Malzeme Harcamaları	29 321	21 675	70	13	21 592	7 646	6 602	1 045
Halk Sağlığı Programları Harcamaları	5 355	5 355	5 181	174	-	-	-	-
Genel Sağlık Sigorta ve Yönetimi Harcamaları	498	272	-	-	272	227	-	227
Sınıflandırılmayan Kategori Harcamaları	2 967	1 596	463	270	863	1 371	1 133	238
Yatırım Harcamaları	7 216	5 733	4 441	54	1 238	1 483	1 031	452

**Kaynak:** [http://www.tuik.gov.tr/PreTablo.do?alt\\_id=1084](http://www.tuik.gov.tr/PreTablo.do?alt_id=1084), Erişim Tarihi:(10.01.2020)

Sağlık hizmetlerine, milli gelirden ne kadar ayrıldığına bilinmesi, sağlık harcamaları açısından belirleyici rol oynamaktadır. Kamu veya özel kesim aracılığıyla sağlık harcamalarının ne kadarının yapıldığı önemlidir. 2016 yılı sağlık harcamalarında genel toplamda, devletin yaptığı harcamalar 119.756'dır. Özel sektörün toplam harcamaları 25.744'dir. 2016 yılında sağlık harcamalarına ayrılan paylar, bir önceki dönemlere göre artış içerisinde olmuştur.

**Tablo 5.** 2017 Yılı Sağlık Harcamaları (Milyon TL)

2017	Devletin Yaptığı Harcamalar					Özel Sektörün Yaptığı Harcamalar		
	Genel Toplam	Toplam	Merkezi Devlet	Yerel Devlet	Sosyal Güvenlik	Toplam	Hanehalkları	Diğer <sup>(1)</sup>
Genel Sağlık Harcamaları	140.647	109 744	35 316	1 303	73 125	30 904	24 004	6 900
Cari Sağlık Harcaması	130.981	101 786	27 694	1 216	72 876	29 195	22 770	6 425
Hastaneler	69.636	56 826	15 016	77	41 733	12 810	9 252	3 558
Evde hemşirelik Bakım Harcamaları	1	-	-	-	-	1	-	1
Ayakta Bakım Harcamaları	17 163	11 403	6 378	602	4 423	5 760	4 547	1 213
Perakende satış ve Tıbbi Malzeme Harcamaları	33 908	25 553	64	10	25 479	8 355	7 275	1 080
Halk sağlığı Programları Harcamaları	6 011	6 011	5 802	209	-	-	-	-
Genel Sağlık Sigorta ve Yönetim Harcamaları	601	293	-	-	293	309	-	309
Sınıflandırılmayan Kategori Harcamaları	3 660	1 700	434	318	948	1 960	1 696	265
Yatırım Harcamaları	9 666	7 958	7 623	86	249	1 709	1 234	475

**Kaynak:** [http://www.tuik.gov.tr/PreTablo.do?alt\\_id=1084](http://www.tuik.gov.tr/PreTablo.do?alt_id=1084), Erişim Tarihi: (10.01.2020)

Sağlık finansman kaynaklarının belirlenmesinde özel sektörün ve kamunun sağlık harcamaları oranı önemlidir. 2017 yılı sağlık harcamalarında genel toplamda, devletin yaptığı harcamalar 140.647'dir. Özel sektörün toplam harcamaları 30.904'tür.

**Tablo 6.** 2007-2015 Yılları Amerika, İngiltere, Fransa, Almanya İtalya Sağlık Göstergeleri

Yıllar	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Amerika'daki Sağlık Harcamaları %	14,9	15,2	16,3	16,3	16,3	16,3	16,3	16,5	16,8
İngiltere'deki Sağlık Harcamaları %	7,4	7,7	8,5	8,5	8,4	8,4	9,8	9,7	9,8
Fransa'daki Sağlık Harcamaları %	9,9	10,10	10,8	10,7	10,7	10,8	10,9	11	11
Almanya'daki Sağlık Harcamaları %	9,9	10,1	11,1	11	10,7	10,8	10,9	11	11,1
İtalya'daki Sağlık Harcamaları %	8,1	8,5	8,9	8,9	8,8	8,9	8,9	9	8,9
Türkiye'deki Sağlık Harcamaları %	5,2	5,2	5,5	5	4,6	4,4	4,4	4,3	4,1

**Kaynak:** <https://databank.worldbank.org/reports.aspx?source=1277&series=SH.XPD>, Erişim Tarihi: 12.01.2020

Amerika, İngiltere, Fransa, Almanya İtalya sağlık göstergeleri incelendiğinde, Amerika %16,8 ile sağlık harcamalarına en çok pay ayıran ülkedir. İkinci sırada %11,1 ile Almanya, üçüncü sırada Fransa, dördüncü sırada İngiltere, beşinci sırada İtalya ve altıncı sırada Türkiye yer almaktadır. Tüm ülkelerin 2007'den 2015 yılına kadarki sağlık harcamalarında değişimler görülmektedir. 2007 ve 2015 yılları arasında Türkiye haricindeki devletlerin sağlık harcamalarında

artışlar veya yapılan harcamalar stabil oranlarda devam etmektedir. Türkiye'nin 2007'de ve 2008'de yaptığı sağlık harcama yüzdesi %5,2'dir ve 2009'da %5,5 olarak artış göstermiştir. 2010 yılından itibaren yapılan harcamalarda azalmalar görülmektedir. Ülkelerin gelişmişlik düzeyleri ve ekonomik büyümeleri, sağlık harcamalarına ayrılan payı arttırmaktadır.

### 3.Araştırmada Kullanılan Yöntem Veri Seti ve Bulgular

#### 3.1.Yöntem

Panel veriler, zaman serilerine ait kesit verileri olarak tanımlanmaktadır (Greene, 2003: 283-84). Hane halkı, firmalar vb. gibi çeşitli birimlerden oluşmuş yatay kesit gözlemlerinin, zaman boyutu ile ifadesi olarak da tanımlanabilir (Baltagi, 2001:1).

Panel regresyon modelleri arasında, dinamik panel analizi, tesadüfi etkiler modeli, çift ve tek yönlü sabit etkiler modeli gibi yöntemler yer almaktadır. Bu çalışmada, tesadüfi etkiler modeli ve tek yönlü sabit etkiler modeli kullanılmıştır.

#### 3.1.1.Panel Birim Kök Testi

Çalışmada, Im, Peseran ve Shin (2003)'in önerdiği panel birim kök testi yapıldı. Bu testin amacı değişkenlerin durağanlığını test etmektir (Saraçoğlu ve Doğan, 2005: 3).

#### 3.2.Verit Seti

SH?	Sağlık Harcamaları(X1)	_Türkiye
İH?	İlaç Harcamaları(X2)	_İngiltere
BUH?	Brüt Ulusal Harcamalar(X3)	_Amerika
DS?	1000 Kişi Başına Düşen Doktor Sayısı	_Almanya
		_Kanada
		_Japonya

Veriler yukarıdaki gibi kısaltılmıştır.

1970'den başlayıp 2017'ye kadar uzunlamasına toplanmıştır. Veriler OECD ve TÜİK adreslerinden alınmıştır.

### 3.3.Bulgular

**Tablo 3.** Değişkenlerin Newey-West ve Bartlett Kernel Panel Verisine ADF ve PP Birim Kök Testi Sonuçları

		Ham		1. Derece fark	
		$\chi^2$	p	$\chi^2$	p
Sağlık Harcamaları(Y)	ADF	3,632	0,996	118,804	0,001
	PP	3,565	0,9901	120,159	0,001
İlaç Harcamaları(X1)	ADF	21,387	0,0450	84,950	0,001
	PP	20,153	0,0642	91,764	0,001
Brüt Ulusal Harcamalar(X2)	ADF	18,784	0,009	163,994	0,001
	PP	12,487	0,407	165,318	0,001
1000 Kişi Başına Düşen Doktor Sayısı(X3)	ADF	0,837	0,999	59,047	0,001
	PP	1,121	0,999	67,399	0,001

ADF: Augmented Dickey-Fuller birim kök testi

PP: Phillips Perron birim kök testi

Panel veri analizi için gerekli önkoşullardan birim kök testi sonucunda hem ADF hemde PP testleri sonucunda ( $p < 0,05$ ) panel verinin durağan olduğu sonucuna varılmıştır.

**Tablo 4.** Sağlık Harcamaları ile Bağımsız Değişkenler Arasında Panel Veri Analizi-Hausman Testi

Test Summary	$\chi^2$	s.d	p
Hausman Testi	1,0312	3	0,7937

Parametrelerin tahmini için sabit etki ve rassal etki modellerinden biri kullanılacaktır. Bu yüzden iki modelden birini seçmek gerekmektedir. Modelin seçimi için Hausman testi uygulanacaktır. Hausman testinde, yokluk hipotezi, rassal etki modelidir. Alternatif hipotez



ise “sabit etki modeli” kullanılmalıdır şeklindedir. Verilen çıktıdan Prob. (Anlamlılık düzeyi) değeri ile Tablo değeri ( $\alpha$ ) incelenir ve karşılaştırılır. Örneğimizde; Prob. = 0.793 > 0.050 olduğu için  $H_0$  hipotezi kabul edilmektedir ve rassal etki vardır denmektedir. Bundan dolayı modeli rassal etki ile tahmin etmek gerekmektedir. Rassal etki etkinin tahminine ait sonuç verileri aşağıdadır;

**Tablo 5.** Sağlık Harcamaları Bağımlı Diğer Bağımsız Değişkenler Arasında Rassal Etkili Panel Veri Analizi

Değişkenler	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	-5.777791	2.143532	-2.695454	0.0079
İlaç Harcamaları(X1)	0.080599	0.026884	2.998030	0.0032
Brüt Ulusal Harcamalar(X2)	0.059349	0.020176	2.941636	0.0038
1000 Kişi Başına Düşen Doktor Sayısı(X3)	3.386253	0.190940	17.73467	0.0000
Fixed Effects (Cross)				
TURKİYE--C	-0.978891			
İNGİLTERE--C	-1.399001			
AMERİKA--C	5.132959			
ALMANYA--C	-2.642414			
KANADA--C	0.134400			
JAPONYA-C	-0.638136			
	Effects Specification			
Cross-section fixed (dummy variables)				
R-squared	0.957810	Mean dependent var	8.590497	
Adjusted R-squared	0.955466	S.D. dependent var	3.465690	
S.E. of regression	0.731367	Akaike info criterion	2.269220	
Sum squared resid	77.02529	Schwarz criterion	2.447481	
Log likelihood	-164.5953	Hannan-Quinn criter.	2.341633	
F-statistic	408.6406	Durbin-Watson stat	0.188230	
Prob(F-statistic)	0.000000			

Dönemsel olmayan rassal etkili panel veri analizine baktığımızda sağlık harcamaları bağımlı değişkeni için ilaç harcamaları(X1), brüt ulusal harcamalar(X2), 1000 kişiye düşen doktor sayısı(X3), değişkenleri arasında anlamlı şekilde ( $p<0,05$ ) etki göstermektedir. Bu durumda dönemsel olmayan açıklama oranı %95,78 olarak belirlenmiştir. Türkiye, İngiltere, Amerika, Almanya, Kanada ve Japonya ülkeleri için bu model aşağıda verilen denklemlerle tahmin edilebilir olarak belirlenmiştir. Yıllık göstergelerden bağımsız uzun dönemde ilaç harcamaları(X1), brüt ulusal harcamalar(X2), 1000 kişiye düşen doktor sayısı(X3), değişkenleri değişkenleri, sağlık harcamaları değişkenini %95,78 oranında tahmin etmektedir.

#### 4.Sonuç

Sağlık yüzyılın dikkat çeken konularının başında gelmektedir. Ekonomik yapıdaki tüm farklılıklara göre değişik anlamlar kazanmıştır. Ülkelerin ekonomik büyümelerini etkileyen en önemli unsurlar sağlıkta kullanılan finansman yöntemleri, sağlık harcamaları, sağlık yatırımları, ilaç harcamalarıdır. Sağlık sektörüne ayrılan pay, ekonomik gelişimi yüksek olan ülkelerde fazladır. Sağlık sektörüne ayrılan payın fazla olmasıyla, kişilerin sağlık alanında farkındalık ve bilgi birikiminin artmasını sağlamaktadır. Böylece ekonominin gelişmesiyle, sağlık düzeylerinin iyileşmesi arasında güçlü bir bağ bulunmaktadır. Ekonomideki göstergelerde meydana gelen artışların, sağlık sektörünü olumlu yönde etkilediği görülmektedir.

Sağlık harcamalarının ve finansmanının, ülkelerin ekonomilerinden aldıkları paylar, sağlık politikalarını belirleyen önemli konulardır. Hangi finansman yöntemi uygulanırsa uygulansın, amaç, ülkenin sağlık hizmetlerinin, ulaşılabilirliğini, kalitesini ve eşit hizmet ilkesi ile sunulması olmalıdır. 2003 yılından sonra, Türkiye’de yapılan Sağlıkta Dönüşüm Programı ile birlikte sağlık hizmetlerinin finansmanında, harcamalarında, birçok olumlu değişiklikler olmuştur.

Yapılan uygulamada Amerika, İngiltere, Almanya, Japonya gibi gelişmiş dört devlet ve Türkiye'ye ait veriler kullanılmıştır. Panel veri analizi sonucunda, beş ülkenin, ilaç harcamalarının, brüt ulusal harcamalarının, hekim sayısının, sağlık harcamalarını %95.78 etkilediği görülmüştür. Sonuç olarak hekim sayısı ve devletlerin yapacağı sağlık harcamaları arttırılmalı, kişilere sağlık alanında gerekli eğitimler verilmeli, gereksiz ilaç tüketimine kısıtlamalar getirilerek ilaç harcamalarında azalma hedeflenmelidir.

### **Teşekkür**

Doktora sürecimde her zaman yanımda olan Prof. Dr. Arman Teksin TEVFİK'E, bilimsel çalışmalarda desteğini esirgemeyen Dr. Ramazan EBRU'YA sonsuz teşekkür ederim.

### **Kaynakça**

- Atabey, E. ve Meriç, M., (2016). Sağlık Harcamaları ve Evrensel Kapsama Açısından Türk ve Alman Sağlık Sistemlerinin Karşılaştırmalı İncelenmesi. *Sosyoekonomi*, 24(29), 113-131.
- Akaza, H., Kawahara, N., Masui, T., Takeyama, K., Nogimori, M. and Roh J., (2013). Union for International Cancer Control International Session: Healthcare Economics: The Significance of The UN Summit Non-communicable Diseases Political Declaration in Asia. *Cancer Science*. 104(6), 773-778.
- Baltagi, B., (2001). *Econometric Analysis of Panel Data*. 2nd Ed., UK, John Wiley & Sons Ltd.
- Bayat, A., (2010). *Tıp Tarihi*. 2.Baskı, İstanbul, Merkez Efendi Geleneksel Tıp Derneği, Zeytinburnu Belediyesi Kültür Yayınları.
- Beşel, F., Yardımcıoğlu, F.,(2014). Türkiye'de 1980-2012 Dönemi Eğitim Sağlık İlişkisi: Maki Eşbütünleşme Analizi. Sakarya University, 2014 *International Conference on New Horizons in Education*, 5(5), 1-15.
- Bulğurcu, B., Özdemir, P., (2015). Geçiş Ekonomilerinde Sağlık Harcamalarının Etkinliği Üzerine Bir İnceleme. *Ege Akademik Bakış*, 15(4), 523-537.
- Bülbül, D., (2016). Sağlık Harcamalarının Kamu Tarafından Finansmanında Ortaya Çıkan Sorunlara Alternatif Bir Çözüm Önerisi. *Vergi Sorunları Dergisi*, 332, 116-125

- Casbas, T., (2018). Challenges and Opportunities in Financing the 2017-2010 Strategic Health Strategy for Care Research. *Enferm Clin.* 28(6), 347-350.
- Cleverley, W., (2018). Healthcare Payment Systems, Essentials of Health Care Finance. Eighth Edition, by Jones & Bartlett Learning, LLC, an Ascend Learning Company .
- Coulter, A., (1995). Shifting the Balance from Secondary to Primary Care. *BMJ Clinical Research*, 311(7018), 1447-1448.
- Çalışkan, Z., (2008). Sağlık Ekonomisi: Kavramsal Bir Yaklaşım. *H.Ü. İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 26(2), 29-50.
- Çağlayaner, H., (2008), Avrupa’da ve Türkiye’de Sağlık Politikaları. *Türkiye Aile Hekimliği Dergisi*, 12(1), 55-55.
- Çelikay, F. ve Gümüş E., (2011). Sağlıkta Dönüşümün Ampirik Analizi. *Ankara Üniversitesi SBF Dergisi*, 66(3), 55-92.
- Çınaroğlu, S. ve Şahin, B., (2012). Kurumsal İtibar ve İmajın Hastanelerin Performansı ile İlişkisi. *H.Ü. İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 30(2), 27-55.
- Daştan, İ. ve Çetinkaya, V., (2015). OECD Ülkeleri ve Türkiye’nin Sağlık Sistemleri, Sağlık Harcamaları ve Sağlık Göstergeleri Karşılaştırması. *Sosyal Güvenlik Dergisi*, 5(1),104-134.
- Ekici, D., (2020). Sağlık Finansman Yöntemleri. <http://www.dilekekiçi.com/bilgi/saglik-finansman-yontemleri/>, (Erişim Tarihi:01.11.2019).
- Greene, W. H., (2003). *Econometric Analysis*. Five Edition, New York, Prentice Hall.
- Im, K., M. Pesaran H., and Shin Y., (2003) Testing for Unit Roots in Heterogeneous Panels. *Journal of Econometrics*. 115(1), 53-74.
- İstanbuluoğlu, H., Güleç, M. ve Oğur, R., (2010). Sağlık Hizmetlerinin Finansman Yöntemleri. *Dirim Tıp Gazetesi*, 85(2), 86-99.
- Murray, C.J.L., Lim, S.S. and Dieleman, J.L., (2017). Expanding GBD Collaboration- Call for Experts in Health Financing and Health Systems. *The Lancet*, 389(10064), 18-19 [http://dx.doi.org/10.1016/S0140-6736\(16\)32569-7](http://dx.doi.org/10.1016/S0140-6736(16)32569-7) (Erişim Tarihi:02.02.2020).
- Özmen, Z., (2017). Avrupa’da Sosyal Güvenlik Sisteminin Finansmanı: Farklı Refah Devletleri Üzerine Bir İnceleme. *Karabük Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 7 (2), 600-620.
- Philipson, T., Linthicum, M. and Thornton, J., (2014) Tutorial on Health Economics and Outcomes Research in Nutrition. *Journal of Parenteral & Enteral Nutrition*. 38(2), 5-16 <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pubmed>, (Erişim Tarihi:09.01.2020).
- Porter, R., (1996). *The Cambridge Illustrated History of Medicine*. First Edition, Cambridge, Published by The Press Syndicate of The University of Cambridge.

- Saraçoğlu, B. ve Doğan N., (2005). Avrupa Birliği Ülkeleri ve Avrupa Birliğine Aday Ülkelerin Yakınsama Analizi. 7. *Ulusal Ekonometri ve İstatistik Sempozyumuna Sunulan Tebliğ*, 26-27 Mayıs, İstanbul: İstanbul Üniversitesi.
- TÜİK, (Türkiye İstatistik Kurumu) Sağlık Harcamaları Göstergeleri. [http://www.tuik.gov.tr/PreTablo.do?alt\\_id=1084](http://www.tuik.gov.tr/PreTablo.do?alt_id=1084), (Erişim Tarihi: 10.01.2020).
- Ulutürk, S., (2015). Sağlık Ekonomisi, Sağlık Statüsü, Sağlıkın Ölçülmesinde Kullanılan Ölçütler ve Önemi: Türkiye Örneği. *Finans Politik & Ekonomik Yorumlar*, 52(603):47-63.
- World Bank, (Dünya Bankası), <https://databank.worldbank.org/reports.aspx> (Erişim Tarihi: 12.01.2020).
- Yıldırım, K., Bakırtaş, İ. ve Yılmaz, R., (2008). *Makro İktisada Giriş*. 4.Baskı, Bursa, Ekin Basım Yayın Dağıtım.



## Türkiye’de Yoksulluk ve İşgücü Piyasası

Gürdal ASLAN<sup>1\*</sup>

İzmir Kâtip Çelebi Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İktisat Bölümü, İzmir, Türkiye.

**Orcid Numarası:** 0000-0003-2745-4363

**Geliş Tarihi:** 06.02.2020

**\*Sorumlu Yazar e mail:** gurdal.aslan@ikcu.edu.tr

**Kabul Tarihi:** 18.03.2020

**Atf/Citation:** Aslan, G., “Türkiye’de Yoksulluk ve İşgücü Piyasası”, Haliç Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi 2020, 3-/1: 83-105.

### Öz

Günümüzde bireylerin yaşam standardını ve maddi koşullarını büyük ölçüde işgücü piyasasındaki durumları belirlemektedir. Dolayısıyla, işgücü piyasasından elde edilen gelir ile yoksulluk arasında doğrudan bir ilişki söz konusudur. Bu ilişki veya çalışanların yoksulluğu olgusu yeni olmasa da birçok ülkede yarattığı endişe, literatürde kavramsallaştırılması ve konuya artan ilgi görece yenidir. Bu çalışma, ilk olarak bu anomalinin toplumsal ve maddi nedenlerinin kapitalizmin tarihsel gelişiminden ve kendi iç dinamiklerinden kaynaklandığını göstermektedir. Çalışma, bu genel perspektifin ötesinde işgücü piyasası, istihdam ve yoksulluk arasındaki ilişkiyi Türkiye özelinde araştırmayı amaçlamıştır. 2006-2017 yıllarına ait Gelir ve Yaşam Koşulları Anket mikro verileri kullanılarak yoksulluğun işgücü piyasasındaki duruma ve çeşitli sosyoekonomik özelliklere göre nasıl farklılaştığı araştırılmıştır. Analiz sonuçları, 2006-2017 yılları arasında işsizlerin yoksulluk oranı en yüksek sosyoekonomik grup olduğunu, ekonomik olarak aktif olmayanların yoksulluk oranının da yüksek ve bu dönemdeki azalışının sınırlı olduğunu göstermektedir. İncelenen dönemde, yoksulluk oranı en düşük olan ve bu oranın önemli ölçüde azaldığı grup ise istihdamda olanlardır. Bu durum ücretleşme süreci, tarım dışı istihdamın yaygınlaşması ve kayıt dışılığın azalışıyla açıklanabilir. Geniş hanelerde yaşayanlar, düşük eğitimliler, niteliksiz işlerde, tarım ve inşaat sektörlerinde, kayıt dışı işlerde ve ücretsiz aile işçi olarak çalışanlar arasında yoksulluk oranı yüksektir. Yoksullukla etkin mücadele için özellikle işsizliğin ve kayıt dışılığın azaltılmasının, nitelikli istihdamın ve eğitimin artırılmasının gerektiği ortaya çıkmaktadır.

**Anahtar Kelimeler:** Yoksulluk, İşgücü Piyasası, İstihdam, Türkiye

## Poverty and Labor Market in Turkey

### Abstract

Nowadays, living standards and financial conditions of individuals are closely related to their status in the labor market. Therefore, there is a direct relationship between income earned in the labor market and poverty status. Although the existence of this relationship or the working poor phenomenon is not new in the literature, its conceptualization, the increasing concern about it in several countries and the growing interest on this topic are recent. This study first discusses that the social and material causes of this anomaly stem from the historical development of capitalism and its internal dynamics. Beyond this general perspective, this study aims to analyze the relationship between labor market, employment and poverty in Turkey. Using the micro data from 2006 to 2017 Living and Conditions Surveys, we investigate whether poverty status differs with respect to the labor market status and various socio-economic characteristics. The analysis results show that during the period 2006-2017, unemployed individuals constitute the socio-economic group with the highest poverty rates, and the poverty rates among inactive individuals are also high and the decrease in the poverty rate in this group during this period is limited. On the other hand, during the same period the lowest poverty rates and the most significant decrease in these rates are observed among employed individuals. This can be explained by the process of salarization, the increasing non-agricultural employment and the decreasing labor informality. The poverty rates are relatively high among individuals who live in extended families, who have low education, who work at unskilled jobs, agriculture and construction sectors and informal jobs and who work as unpaid family workers. To combat poverty effectively, it seems that unemployment and informality should be reduced, and skilled employment and education levels should be increased.

**Keywords:** Poverty, Labor Market, Employment, Turkey

### 1. Giriş

Günümüzün küresel kapitalist dünyasında insanların büyük çoğunluğunun, temel ihtiyaçlarını karşılayabilecek geliri elde edebilmek ve yoksulluktan kurtulmak için emeğini satmak dışında başka bir seçeneği bulunmamaktadır. Dolayısıyla, hane halklarının yaşam standardını ve maddi koşullarını büyük ölçüde işgücü



piyasasındaki durumları belirlemektedir. Bu bağlamda, işgücü piyasasından elde edilen gelir ile yoksulluk arasında doğrudan bir ilişki söz konusudur. Bu ilişki veya günümüzde çalışanların yoksulluğu şeklinde adlandırılan olgu yeni olmasa da birçok ülkede yarattığı endişe, literatürde kavramsallaştırılması ve konuya artan ilgi görece yenidir. Bu anomalinin toplumsal ve maddi nedenleri kapitalizmin tarihsel gelişiminde ve kendi iç dinamiklerinde aranmalıdır.

Olgu yeni değildir; zira çalışanların yoksulluğu 19. yüzyıl kapitalizminin pratikte en yaygın gözlemlenen ve literatürde en çok araştırılan sosyal sorunlarından biridir. Adam Smith, Thomas Robert Malthus, John Stuart Mill ve Karl Marx gibi dönemin önemli klasik iktisatçıları bu sorunun nedenleri üzerine analizler yaparken, Friedrich Engels 1844 yılında yayınladığı “İngiltere’de İşçi Sınıfının Durumu” adlı eserinde işçilerin yoksulluğunu, yaşadıkları sefaleti ve zorlukları çarpıcı bir şekilde resmetmiştir. Dickens, Balzac, Dostoyevski, Victor Hugo gibi 19. yüzyılın büyük yazarlarının bazı romanlarında da sanayi devrimi sonrası değişen toplumsal ve ahlaki yapı, dönemin yaygın yoksulluğu, çalışanların sefaleti, kötü çalışma şartları ve yaşam koşulları anlatılmaktadır.

Bahsi geçen tablonun değişmesi ancak İkinci Dünya Savaşı sonrası dönemde, kapitalizmin yeniden biçimlenmesi, üretim ilişkilerinin yeniden düzenlenmesi ve Fordist politikalara geçilmesiyle mümkün olmuştur. Birçok gelişmiş ülkede, 1945 yılında başlayıp 1970’lerin ortasında sona eren, kapitalizmin altın çağı veya otuz şanlı yılı (*trente glorieuses*) olarak da adlandırılan Fordist dönemde, kitlesel üretim ve tüketime, ekonomide üretkenlik ve verimlilik artışına dayalı ekonomi politikaları uygulanmıştır. Yüksek ekonomik büyümenin ve tam istihdamın sağlandığı, düzenli, tam zamanlı ve güvenceli istihdam olanaklarının arttığı, sosyal güvenlik sistemlerinin geliştirildiği bu refah döneminde çalışanların yoksulluğu konusu (fiilen ve literatürde) gündemden düşmüş ve unutulmuştur (Orléan, 2013: 10).

Emek ve sermaye arasında ekonomik ve sosyal bir uzlaşmanın sağlandığı, toplu iş sözleşmeleriyle desteklenen nispeten istikrarlı ücret ve kar paylaşımı kurallarına dayanan bu dönem 1970'lerin ortalarından itibaren birçok ülkede Neoliberal politikalara geçilmesiyle son bulmuştur. Duménil ve Lévy (2013: 39) Neoliberalizmi, Fordist dönemde kendilerini tehdit altında hisseden ekonomik seçkinlerin (elitlerin) sermaye birikimi koşullarını iyileştirmek ve güçlerini yeniden artırmak için tasarlanmış bir proje olarak tanımlamaktadır. Harvey (2014: 237) de Neoliberalizmi, kapitalist sınıfın her ne pahasına olursa olsun emeğin gücünü azaltmayı hedeflediği siyasi bir proje olarak değerlendirmektedir. Gerçekten de Neoliberal politikalarla zaman içerisinde üretim, tüketim, devletin ekonomiyle olan ilişkisi ve emek-sermaye arasındaki güç dengesi kapsamlı bir biçimde değiştirilmiştir (Aslan, 2019: 1274).

1980 sonrası uluslararası rekabette avantaj sağlamak ve sermaye birikimini artırmak için emeğin daha ucuz, esnek ve güvencesiz biçimlerde istihdam edilmesini sağlayacak politikalar uygulanmıştır. İşgücü piyasasının esnekleştirilmesi, ekonominin finansallaşması, sanayisizleşme (*de-industrialization*) süreci ve ileri teknolojilerin kullanılması birçok ülkede özellikle düşük nitelikli çalışanların işsizliğinin artmasına neden olurken; düzensiz, yarı zamanlı, düşük ücretli ve güvencesiz çalışan sayısı artmış ve ücretlerin milli gelirdeki payı azalmıştır (Husson, 2013:57; ILO, 2018:2). Tüm bu değişikliklere yaşanan ekonomik krizler, serbestleştirmeler ve sosyal güvenlik harcamalarının kısılması da eklenince birçok ülkede yoksulluk ve eşitsizlikler artmıştır (Brinkerhoff ve Goldsmith, 2003: 685; Ostry vd., 2016: 39).

Dolayısıyla, işgücü piyasasında olup yoksul olma, istihdamda olup yoksul olma ya da çalışanların yoksulluğu şeklinde kavramlaştırılan olgular, Fordizm sonrası Neoliberal dönemde güvencesiz ve düşük gelirli istihdamın artmasıyla bağlantılı bir şekilde ortaya çıkmıştır.

Literatürde 1990'lı yıllara kadar işgücü piyasası ve yoksulluk sorunları ile ilgili çalışmalar konuları birbirinden ayrı bir perspektifle incelerken (El Aynaoui, 1996:5; Breuil-Genier vd., 2001:100), günümüzde bahsi geçen kavramlar birlikte ve birbirleriyle olan etkileşimi kapsamında değerlendirilmektedir.

Bonoli (2007: 496), Neoliberal dönemde işgücü piyasalarının ücret dağılımının en altındaki kişiler için daha yüksek ücret eşitsizliği anlamına geldiğini ve Fordist dönemin tersine artık istihdamda olmanın yoksulluğu önlemeye yetmediğini ifade etmektedir. Diğer bir ifadeyle, istihdamda olmak tek başına yoksulluğa karşı koruma sağlamamaktadır, çalışılan işin niteliği, çalışanın işteki statüsü de önem arz etmektedir. Nitekim güvencesiz, geçici, yarı zamanlı, kayıt dışı, düşük ücretli işler ve bu istihdam biçimlerinin yaygınlaşması yoksulluğa sebep olabildiği gibi güvenceli, süresiz, tam zamanlı, kayıtlı, yüksek ücretli işlerde çalışmak bireyleri yoksulluğa karşı koruyabilmektedir. Bu noktada, işin niteliğinin ve işten elde edilen gelirin yanı sıra çalışanın yaşadığı hane ve bu hanedeki toplam gelir de belirleyici olmaktadır. Çünkü, istihdamdan elde edilen gelir bireysel düzeyde, yoksulluk ise toplam hane geliri ve hanede yaşayan kişi sayısına göre hane düzeyinde ölçülmektedir. Öte yandan, yapılan araştırmalar işgücü piyasasının tamamen dışında kalmanın (ekonomik olarak aktif olmamanın) veya işsiz olmanın yoksulluk riskini daha da fazla arttırdığını göstermektedir (OECD, 2009:185). Dolayısıyla yoksulluk hane halkı gelirin ve diğer faktörlerin (makroekonomik değişkenler, sosyal koruma sistemi ve yardımları gibi) yanı sıra işgücü piyasasının belirli bir işlevsel dinamiğinin sonucu olarak da ortaya çıkabilmektedir (El Aynaoui, 1996:4). Bireylerin işgücü piyasasına göre farklı konumlanmaları (işgücü piyasasının dışında, işsiz veya istihdamda olmaları) işgücü piyasasından elde edilen gelir ve yoksulluk riski anlamında önem arz etmektedir.

Bu çalışmada işgücü piyasası ile yoksulluk arasındaki ilişki Türkiye özelinde araştırılmaktadır. Bu amaçla, TÜİK tarafından

2006-2017 yılları arasında gerçekleştirilen Gelir ve Yaşam Koşulları Anketleri (GYKA) mikro verileri kullanılmıştır. İlk olarak, işgücü piyasasına aktif olarak katılmayanların, aktif olarak katılan fakat iş bulamayanların (işsizlerin) ve istihdamda olanların yoksulluk oranları tespit edilip, karşılaştırarak, yoksulluğun işgücü piyasasındaki duruma göre nasıl farklılaştığı ortaya çıkarılacaktır. Öte yandan, TÜİK bireylerin ekonomik faaliyet durumuna göre yoksulluk verilerini, mutlak yoksulluk sınırı yöntemine göre hesaplayarak 2009 yılında kadar yayınlamıştır, sonrasında konu ile ilgili veri bulunmamaktadır. İkinci olarak, bu çalışma bireylerin ekonomik faaliyet ve işteki durumuna göre yoksulluk oranlarını ve bu oranların 2009 sonrası gelişimini ortaya çıkararak bu eksikliği tamamlamayı hedeflemektedir. Yoksulluk oranları mutlak yoksulluk sınırı yöntemine göre değil Uluslararası kuruluşların tanımlarına uygun olarak görece gelir sınırına göre (eşdeğer hanehalkı kullanılabilir medyan gelirlerinin %60'ı) hesaplanacaktır. Son olarak, istihdamdaki fertlerin yoksulluk oranları işteki durumlarının yanı sıra sektör, meslek, eğitim düzeyi, kayıtlı-kayıt dışı çalışma durumuna göre de tespit edilerek görece dezavantajlı sosyodemografik grupların ortaya çıkarılması amaçlanmıştır.

Çalışmanın bu giriş bölümünü izleyen ikinci bölümünde yoksulluk, yoksulluk sınırı, eşdeğer hanehalkı kullanılabilir medyan geliri gibi kavramlar ve çalışmada kullanılan veri setleri ana hatlarıyla incelenmektedir. Üçüncü bölümde analiz sonuçları ve bulgular sunulacaktır. Dördüncü ve son bölüm ise çalışmanın bulgularını kısaca tartışan sonuç bölümüdür.

## **2. Kavramsal Çerçeve ve Veriler**

Günümüzde istihdamda olup yoksul olma ya da çalışanların yoksulluğu yaygınlaşan ve dikkat çeken bir sorun haline gelmiştir. 2018 yılı itibariyle düşük ve orta gelirli ülkelerde yaklaşık 700 milyon çalışan, diğer bir ifadeyle bu ülkelerdeki her 4 çalışandan biri yoksuldur (ILO,

2019:15). 2017 yılında AB-28 ülkelerinde de çalışanların yüzde 9,4'ü (10 çalışandan biri) yoksul hanelerde yaşamaktadır (Peña-Casas vd., 2019:21). Yapılan araştırmalar, istihdamda olanlara kıyasla istihdamda olmayanların, yani ekonomik olarak aktif olmayanların ve işsizlerin yoksul olma riskinin daha yüksek olduğunu göstermektedir (OECD, 2009:185). Dolayısıyla, bireylerin ve hane halklarının işgücü piyasasındaki durumlarıyla yoksulluk arasında bir ilişki söz konusudur. Bu bağlamda, bu ilişkinin daha net anlaşılması için bireylerin işgücü piyasasındaki konumlarının neler olduğunu ve yoksulluk oranlarının nasıl belirlendiğinin bilinmesi önem arz etmektedir.

Öncelikle, bireylerin işgücü piyasasındaki durumlarını üç kategoride ele almak mümkündür: 1) işgücü piyasasının tamamen dışında kalanlar (ekonomik olarak aktif olmayanlar), 2) işgücü piyasasında aktif olarak iş arayanlar (işsizler) ve 3) işgücü piyasasında aktif olarak çalışanlar (istihdamda olanlar). Çalışabilecek yaşta olmayanlar (TÜİK'e göre 15 yaş altı olanlar) ve çalışabilecek yaştaki nüfus içinde (15 yaş ve üstü) olup çeşitli nedenlerden dolayı istihdamda olmayanlar veya iş aramayanlar ekonomik olarak aktif olmayanları tanımlamaktadır. TÜİK'e göre işsizler ise referans dönemi içinde istihdam halinde olmayan kişilerden iş aramak için son 4 hafta içinde iş arama kanallarından en az birini kullanmış ve 2 hafta içinde işbaşı yapabilecek durumda olan 15 ve daha yukarı yaştaki fertler olarak tanımlanmaktadır (TÜİK, 2014).<sup>1</sup> Son olarak, TÜİK yevmiyeli, ücretli, maaşlı, kendi hesabına, işveren ya da ücretsiz aile işçisi olarak referans dönemi içinde en az bir saat bir iktisadi faaliyette bulunan kişileri ve referans haftası içinde çeşitli nedenlerle işinin başında olmasa da, işiyle ilişkisi devam eden kendi hesabına çalışanları ve işverenleri istihdamda kabul etmektedir (TÜİK, 2018a).

---

<sup>1</sup> TÜİK iş arama kriterinde referans dönemini 2014 yılına kadar son 3 ay olarak belirlerken, 2014 yılından sonra son 4 hafta belirlemeye başlamıştır (TÜİK, 2014).

Yoksulluk ise en yaygın şekliyle bir bireyin onurlu yaşamak ve en temel ihtiyaçlarını karşılamak için gereken gelirden yoksun olma durumu olarak tanımlanmaktadır. Bununla birlikte, tanımı gereği en temel ihtiyaçların subjektifliğinden kaynaklı ve çok boyutlu bir kavram olmasından dolayı yoksulluğun ölçülmesinin birçok alternatif yolu vardır. Parasal yoksulluk (gelir yoksulluğu) ve yaşam koşulları standardı literatürde farklı yoksulluk türlerini ifade eden, Avrupa Birliği (AB) ülkelerinde ve Türkiye'de yoksulluğun ölçülmesinde en çok kullanılan iki yaklaşımdır. Parasal yoksullukta yoksulluğun gelire ilgili boyutu ele alınırken, yoksulluk sınırının oluşturulmasında (yoksul olanla olmayanı ayıran sınır) yaygın olarak iki yaklaşım kullanılmaktadır: Mutlak yoksulluk ve göreceli yoksulluk.<sup>2</sup>

Genellikle, az gelişmiş ve gelişmekte olan ülkelerde tercih edilen mutlak yoksulluk yaklaşımında, temel ihtiyaçlar belirli bir gıda sepeti ile temsil edilmektedir ve bu ihtiyaçları karşılamak için yeterli bütçesi/ geliri olmayan haneler (ve o haneleri oluşturan bireyler) yoksul olarak kabul edilmektedir (Gündoğan, 2008:43; TÜİK, 2018b). Mutlak yoksulluk, asgari refah düzeyini yakalayamayanların sayısının toplam nüfusa oranını ifade etmektedir.

Göreceli yoksulluk ise bireylerin, toplumun ortalama refah düzeyinin belli bir oranının altında olması durumuna işaret etmektedir (TÜİK, 2018b). Göreceli yoksullukta genel olarak yoksulluk sınırı ülkedeki medyan gelir veya medyan harcamanın belli bir yüzdesi (yüzde 50 veya 60'ı gibi) olarak belirlenmekte ve bu sınırın altında gelir veya harcamaya sahip olan birey ve hanehalkı göreceli anlamda yoksul olarak tanımlanmaktadır.

---

<sup>2</sup> Literatürde bireylerin yoksulluğa yüklediği anlam ve beyan ettikleri gerekli asgari gelir düzeyinden yola çıkılarak hesaplanan öznel yoksulluk bir üçüncü yaklaşım olarak değerlendirilmektedir (Şeker, 2008:9) fakat bu yaklaşım yaygın bir kullanıma sahip değildir.

Yoksulluğun ölçülmesinde kullanılan diğer önemli yaklaşım yaşam koşulları yaklaşımıdır. Bu yaklaşım maddi yoksunluk kavramını, yani istenilen bir mal veya hizmeti satın almak için gerekli maddi kaynağa sahip olmama durumunu dikkate almaktadır (Lestrade, 2011: 16). TÜİK, maddi yoksunluğun boyutunu, insanların yaşam koşullarının niteliğini ve gelir yoksulluğunu ortaya çıkarmak için AB'ye uyum çerçevesinde, 2006 yılından itibaren düzenli olarak Gelir ve Yaşam Koşulları Araştırmasını (GYKA) uygulamaya başlamıştır. GYKA'lar panel anket yöntemiyle gelir dağılımının yanı sıra yaşam koşulları, sosyal dışlanma ve göreceli gelir yoksulluğu gibi konularda veri üretmektedir.

Buraya kadar incelenen yoksulluk ölçümü yaklaşımlarından yola çıkarak TÜİK'in hangi yaklaşıma göre veri ürettiği ve yayınladığı, bu verilerin yoksulluk-işgücü piyasası ilişkisine dair ortaya çıkardığı sonuçlar daha yakından incelenirse bu çalışmada seçilen yoksulluk tanımı ve ölçüm metodu daha iyi anlaşılacaktır.

TÜİK, 2002-2009 döneminde düzenlediği Hanehalkı Bütçe Anketlerinden (HBA) elde edilen tüketim harcaması verilerini kullanarak mutlak (gıda ve gıda+gıda dışı) ve harcama esaslı göreceli yoksulluk göstergeleri üretmiştir (TÜİK, 2019).<sup>3</sup>

TÜİK, belirtilen dönemde eşdeğer kişi başına tüketim harcamalarından yola çıkarak belirlenen çeşitli yoksulluk sınırları belirliyordu:

1. Gıda yoksulluğu (açlık sınırı): 80 maddeden oluşan kişiye günlük asgari 2100 kalori sağlayacak miktarda oluşturulan gıda sepetinin maliyeti,

---

<sup>3</sup> Bu göstergelerin yanı sıra uluslararası karşılaştırmalarda sıkça kullanılan cari satın alma gücü paritesine göre günlük kişi başına 1 \$, 2.15 \$ ve 4.30 \$ gibi çeşitli yoksulluk sınırlarına göre de yoksulluk oranları TÜİK tarafından hesaplanmıştır.

2. Yoksulluk sınırı (gıda+gıda dışı): gıdanın yanı sıra gıda dışı mal ve hizmet harcama payının da eklenmesiyle oluşturulan harcama sınırı,
3. Harcama esaslı görelî yoksulluk sınırı: eşdeğer kişi başına tüketim harcaması medyan değerinin yüzde 50'si.

Belirlenen bu yoksulluk sınırlarının altında tüketim harcaması olanlar yoksul olarak kabul ediliyordu. 2002-2009 arasında yapılan bu yoksulluk çalışmalarında aynı zamanda hanehalkı fertlerinin ekonomik faaliyet durumuna, işteki durumuna ve çalıştığı sektöre göre yoksulluk oranları da hesaplanıyor ve yayınlanıyordu. TÜİK, bu verileri en son 2009 yılında yayınlamıştır ve 2010 yılından itibaren tüketim harcaması verilerini kullanarak mutlak (gıda ve gıda+gıda dışı) ve harcama esaslı görelî yoksulluk göstergelerinin metodolojik revizyon çalışmaları nedeniyle hesaplanmayacağını duyurmuştur (TÜİK, 2017:62; TÜİK, 2019). Dolayısıyla, 2009 yılı sonrası için yoksulluğun işgücü piyasasına bakan yönüyle ilgili veri bulunmamaktadır. Öte yandan, daha önce belirttiğimiz gibi 2009 yılına kadar yayınlanan veriler HBA'lardan eşdeğer kişi başına tüketim harcaması yöntemine göre üretilmiştir. Oysa, gelir ve harcama yöntemlerine göre hesaplanan yoksulluk oranları arasında önemli farklılıklar ortaya çıkabilmektedir. TÜİK'in HBA'lardan eşdeğer kişi başına tüketim harcaması medyan değerinin yüzde 50'sine göre hesapladığı ve en son 2009 yılında yayınladığı yoksulluk oranı yüzde 15,1 iken aynı yıl GYKA'lardan hesapladığı eşdeğer kişi başına medyan gelirin yine yüzde 50'sine göre yoksulluk oranı yüzde 17,1'dir. Bu fark hane halkı harcamalarının borçlanma kanalıyla gelirlerinden çok daha fazla artmasından kaynaklanmaktadır.<sup>4</sup>

---

<sup>4</sup> Nitekim, 2003-2011 arasında hanehalkı borç stoku yüzde 765 oranında artmış, 2003 yılında 13,4 milyar TL'den 2011 yılında 236,6 milyar TL'ye yükselmiştir.



Bu sebeple, Eurostat verilerinde ve AB ülkelerinde yoksulluk eşdeğer kişi başına medyan gelirinin yüzde 60'ı sınır kabul edilerek belirlenmektedir ve bu sınırın altındakiler görece yoksul kabul edilmektedir. Bu çalışmada, 2006-2017<sup>5</sup> yılları arasındaki GYKA mikro verileri kullanılarak yoksulluk Eurostat tanımına göre belirlenecektir. Bunu gerçekleştirebilmek için öncelikle eşdeğer hanehalkı kullanılabilir fert geliri hesaplanacaktır.

Fert yoksulluğunu ölçmek için hanelerin yetişkin-çocuk bileşimindeki farklılıkları dikkate alarak hanehalkı düzeyinde toplanan gelirlerin birey başına düşen gelirlere dönüştürülmesi gerekmektedir. Çünkü bir hanede bireysel harcamanın yanı sıra konut harcamaları (tüm hane için ödenen örneğin kira, elektrik, su, gaz faturaları gibi) gibi ortak tüketim harcamaları da vardır ve yetişkinler ile çocuklar arasındaki maliyetler farklılıklar göstermektedir (Gürsel ve Acar, 2015; Erdoğan, 2002; TÜİK, 2018b). Eşdeğerlik ölçeği bir hanehalkı büyüklüğünün kaç yetişkine (eşdeğer ferde) denk olduğunu gösteren bir düzeltme formülüdür. Yaygın olarak kullanılan, Eurostat ve OECD gibi uluslararası kuruluşların belirlediği ve kullandığı eşdeğerlik ölçeğine göre:

- Referans kişi için “1”,
- 14 ve daha yukarı yaştaki fertler için “0,5” ve
- 14 yaşın altındaki fertler için ise “0,3” katsayıları kullanılarak eşdeğer hanehalkı büyüklüğüne ulaşılmaktadır.

Nihayet, hane halkının kullanılabilir geliri bulunan bu değere bölünerek eşdeğer hanehalkı kullanılabilir fert gelinine

---

<sup>5</sup> Daha önce de belirtildiği üzere, TÜİK, “Gelir ve Yaşam Koşulları Anketleri”ni (GYKA) 2006 yılından itibaren uygulamaya başlamıştır, bu çalışma yapılırken en son yayınlanan GYKA mikro verileri 2017 yılına aittir, bu sebeple, bu çalışmada 2006-2017 yılları analiz için seçilmiştir.

ulaşmaktadır. Eşdeğer hanehalkı kullanılabilir gelirinin medyan değeri hesaplandıktan sonra yoksulluk sınırı yine Eurostat tanımına uygun olarak eşdeğer kişi başına medyan gelirinin yüzde 60'ı sınır kabul edilerek hesaplanacaktır. Sonuç olarak, eşdeğer hanehalkı kullanılabilir fert gelirinin yüzde 60'ı olarak belirlenen yoksulluk sınırından düşük geliri olan fertler yoksul olarak kabul edilerek, işgücü piyasası ve yoksulluk analizi yapılacaktır.

### **3. Analiz Sonuçları**

Bu bölümde, ilk olarak hanehalkı fertlerinin ekonomik faaliyet durumuna, farklı ekonomik faaliyetlerdeki fertlerin eğitim durumuna ve yaşadıkları hanenin büyüklüğüne göre yoksulluk oranları sunulacaktır. Ardından istihdamdaki fertlerin yoksulluk durumu daha yakından analiz edilerek işteki durumlarının yanı sıra sektör, meslek, kayıtlı-kayıt dışı çalışma durumu gibi kriterlere göre sonuçlar gösterilecektir.

#### **3.1. Ekonomik Faaliyet Durumuna Göre Yoksulluk**

Tablo 1, hanehalkı fertlerinin ekonomik faaliyetlerine göre yoksulluk oranlarının 2006-2017 yılları arasında gelişimini göstermektedir. Eşdeğer kişi başına medyan gelirinin yüzde 60'ı sınır kabul edilerek hesaplanan yoksulluk oranının, Türkiye geneli için, 2006 yılında yüzde 25,4'ten 2017 yılında yüzde 20,1'e gerilediği ortaya çıkmaktadır. Fertlerin ekonomik faaliyet durumuna göre yoksulluk oranlarına bakıldığında ise en yüksek yoksulluğun 2006 ve 2017 yıllarında işsizler arasında olduğu görülmektedir. Yoksulluk oranının yüksekliği bakımından işsizleri, ekonomik olarak aktif olmayanlar ve istihdamda olanlar takip etmektedir, 2017 yılı için yoksulluk oranları sırasıyla yüzde 29, 20 ve 13'tür.

Tablo 1 aynı zamanda yoksulluğun 2006-2017 yılları arasındaki gelişimini de göstermektedir. Türkiye geneli yoksulluk 2006-2017 arasında yüzde 5,3 puan azalırken, ekonomik faaliyet durumuna göre yoksulluk oranındaki azalma farklılaşmaktadır. 2006-2017 yılları arasında aktif olmayanların yoksulluk oranı sadece yüzde 2 puan azalırken, istihdamda olanlar arasında yüzde 7 puan, işsizler arasında ise yüzde 7,7 puan azalmıştır.

**Tablo 1.** Ekonomik Faaliyet Durumuna Göre Yoksulluk Oranları, 2006-2017

Ekonomik faaliyet durumu	Fert yoksulluk oranı*(%)				
	2006	2009	2012	2015	2017
Toplam**	25,4	24,3	22,7	21,9	20,1
İstihdamdaki fertler	19,7	20,8	17,0	14,9	12,7
İş arayanlar	36,8	30,1	32,7	32,3	29,1
Ekonomik olarak aktif olmayanlar	21,5	20,0	20,6	20,9	19,5

**Kaynak:** TÜİK 2006-2017 Gelir ve Yaşam Koşulları Araştırmaları mikro veri setleri; yazarın hesaplamaları. Bu çalışma yapılırken en son yayınlanan GYKA mikro verileri 2017 yılına aittir.

\*Yoksulluk sınırı eşdeğer hanehalkı kullanılabilir fert gelirinin yüzde 60'ı olarak kabul edilmiştir.

\*\*Toplam, Türkiye geneli yoksulluk oranını göstermektedir.

Ekonomik olarak aktif olmayanların genel yoksulluk azalışına göre yoksulluk oranlarının daha az azalması anlaşılabilir bir durumdur fakat özellikle işsizler arasında genel yoksulluk derecesinden daha da fazla olan azalış dikkat çekicidir. İşsizler arasındaki yoksulluğun önemli azalışında, 2006-2017 yılları arasında işsizlik sigortasının yaygınlaşmasının, sigortaya hak kazanma şartlarının hafifletilmesinin ve sigorta ödeneğinin artırılmasının etkili olduğunu söylemek mümkündür. Örneğin, İşkur verilerine göre Aralık 2007'de yaklaşık 102 bin kişi işsizlik sigortasından yararlanırken Kasım 2016'da bu sayı 507 bin kişiye yükselmiştir. İşsizlikten farklı olarak istihdamın etkisi

kişilerin işteki statüsüne, kayıtlılık durumuna, sektör ve mesleklere göre farklılaştığından istihdamda olan fertlerin yoksulluğundaki azalışın daha yakından analiz edilmesi gerekmektedir (bölüm 3.2 istihdamdaki fertlerin yoksulluğunu incelemektedir).

Yoksulluk oranının ve bu oranın 2006-2017 yılları arasında gelişiminin fertlerin ekonomik faaliyet durumlarına göre farklılık gösterdiği ortaya çıkmaktadır. Öte yandan, ekonomik faaliyet bireysel bir durum iken yoksulluk hane bazında ölçülmektedir. Kişinin ekonomik faaliyetini belirleyen en önemli unsurlardan biri eğitim seviyesi iken, hane halkının yoksulluğu üzerinde belirleyici olan faktör hanenin kaç kişiden oluştuğudur. Bu bağlamda, Tablo 2 eğitim ve ekonomik faaliyet durumuna göre, Tablo 3 ise hanehalkı büyüklüğü ve ekonomik faaliyet durumuna göre yoksulluğun ne ölçüde değiştiğini göstermektedir.

İlk olarak, Tablo 2’de tüm ekonomik faaliyet grupları için eğitim seviyesi yükseldikçe yoksulluk oranının azaldığı gözlemlenmektedir. Örneğin, ekonomik olarak aktif olmayanlar arasında 2017 yılında yoksulluk oranı lise altı eğitimlilerde yüzde 22,5 iken lise üstü eğitimliler bu oran yüzde 4,2’ye düşmektedir. Öte yandan, eğitim düzeyine göre yoksulluk oranlarının 2006-2017 yılları arasındaki değişimi lise üstü eğitime sahip kişiler arasında yoksulluğun önemli oranda arttığını göstermektedir. Bu durum bahsi geçen dönemde üniversite mezunu genç sayısının ve genç işsizliğinin yüksek artışlarıyla açıklanabilir. 2006-2018 yılları arasında genç işsizliği yüzde 13,9’dan yüzde 17,8’e yükselmiştir. 2018 yılında gençler arasında ne eğitimde ne istihdamda ne de yetiştirmede olanların oranı (NEET) ise yaklaşık yüzde 28’dir ve bu 5,3 milyon gencin eğitim, öğrenim ve çalışma süreçlerinin dışında kaldığına işaret etmektedir.

**Tablo 2.** Ekonomik Faaliyet ve Eğitim Durumuna Göre Yoksulluk Oranları\*\*, 2006-2017

Eğitim seviyesi	Ekonomik olarak aktif olmayanlar		İstihdamdaki fertler		İş arayanlar	
	2006	2017	2006	2017	2006	2017
Lise altı	24,4	22,5	26,2	19,0	50,1	44,2
Lise	9,2	10,7	8,3	7,3	19,8	18,5
Lise üstü	1,2	4,2	0,9	2,0	6,4	10,2
Toplam*	21,5	19,5	19,7	12,7	36,8	29,1

**Kaynak:** TÜİK 2006-2017 Gelir ve Yaşam Koşulları Araştırmaları mikro veri setleri; yazarın hesaplamaları.

\*Yoksulluk sınırı eşdeğer hanehalkı kullanılabilir fert gelirinin yüzde 60'ı olarak kabul edilmiştir.

\*\*Toplam, Türkiye geneli yoksulluk oranını göstermektedir.

Tablo 3 ise tüm ekonomik faaliyet grupları için bireylerin yaşadığı hanenin büyüklüğü arttıkça yoksulluk oranının arttığını göstermektedir. 2017 yılında, 1 veya 2 kişilik büyüklüğe sahip hanelerde yaşayan ve ekonomik olarak aktif olmayanların yoksulluk oranı yüzde 10,3; istihdamdaki fertlerin yüzde 4,4; iş arayanların yüzde 13 iken bu oranlar aynı yıl 7 veya daha fazla kişilik büyüklüğe sahip hanelerde yaşayanlar için sırasıyla yüzde 49,1, 34,3 ve 61,4'e yükselmektedir.

**Tablo 3.** Ekonomik Faaliyet Durumuna ve Hanehalkı Büyüklüğüne Göre Yoksulluk Oranları\*

	Ekonomik olarak aktif olmayanlar		İstihdamdaki fertler		İş arayanlar	
	2006	2017	2006	2017	2006	2017
Hane büyüklüğü						
1 veya 2 kişi	9,6	10,3	9,8	4,4	19,3	13,0
3 veya 4 kişi	12,9	11,7	11,9	7,1	24,8	16,6
5 veya 6 kişi	26,4	27,1	24,2	20,0	40,6	36,0
7 ve daha fazla kişi	53,4	49,1	42,7	34,3	64,0	61,4
Toplam**	21,5	19,5	19,7	12,7	36,8	29,1

**Kaynak:** TÜİK 2006-2017 Gelir ve Yaşam Koşulları Araştırmaları mikro veri setleri; yazarın hesaplamaları.

\*Yoksulluk sınırı eşdeğer hanehalkı kullanılabilir fert gelirinin yüzde 60'ı olarak kabul edilmiştir.

\*\*Toplam, Türkiye geneli yoksulluk oranını göstermektedir.

### 3.2. İstihdamdaki Fertlerin Yoksulluğu

2006-2017 yılları arasında Türkiye geneli yoksulluk yüzde 5,3 puan azalırken, istihdamda olanlar arasında yüzde 7 puan azalmıştır. Daha önce de belirtildiği gibi istihdamın etkisi çalışılan işin niteliğine göre farklılık göstermektedir. Bu bölüm, istihdamda olan fertlerin yoksulluk oranlarını işteki statüye, kayıtlılık durumuna, sektöre ve mesleklere göre incelemektedir.

Tablo 4 istihdamda olanların işteki statülerine göre yoksulluk oranlarını göstermektedir. Tüm yıllarda, en yüksekten en düşüğe yoksulluk oranı sırasıyla ücretsiz aile işçileri, kendi hesabına çalışanlar, ücretliler ve işverenler arasında gözlemlenmektedir. 2006-2017 yılları arasında tüm iş statülerinde yoksulluk azalmıştır. En düşük yoksulluk oranına sahip olan iş statüsünün işverenler olması beklenebilir bir durumdur, işverenlerden sonra en düşük yoksulluk oranının ise ücretli ve yevmiyeli çalışanlar arasında olduğu gözlemlenmektedir. 2006-2017 yılları arasında ücretli çalışanların yoksulluğu yüzde 5 puan

azalmıştır. Bu azalışta ücret seviyelerinin ve asgari ücretin artışının etkili olduğunu söylemek mümkündür. Özellikle 2016 yılında asgari ücret reel anlamda yüzde 23 (nominal olarak aylık 1000 TL'den 1300 TL'ye) artmıştır, bu artıştan önce (2015 yılında) yüzde 12,6 olan ücretli yoksulluğu 2017 yılında yüzde 10,8'e düşmüştür.

2006-2017 yılları arasında yoksulluk oranı tüm iş statülerinde azalmasına rağmen genel olarak ücretliler arasında daha düşük, kendi hesabına çalışanlar ve ücretsiz aile işçileri arasında ise daha yüksektir. Öte yandan, TÜİK verileri 2006-2017 yılları arasında ücretli çalışma biçiminin toplam istihdam içindeki payının önemli ölçüde arttığını (yüzde 59'dan yüzde 67'ye), ücretsiz aile işçiliğinin (yüzde 13'den yüzde 11'e) ve kendi hesabına çalışmanın (yüzde 22'den yüzde 17'ye) ise azaldığını ortaya çıkarmaktadır. Bu şartlarda, çalışanlar arasında yoksulluk oranının genel olarak azalmasında Türkiye işgücü piyasasında iş statüleri bağlamında yaşanan yapısal dönüşümün de etkili olduğu söylenebilir.

**Tablo 4.** Çalışanların İşteki Durumuna Göre Yoksulluk Oranları\*, 2006-2017

İşteki durum	2006	2009	2012	2015	2017
Ücretli/yevmiyeli	15,5	14,1	14,0	12,6	10,8
İşveren	5,7	4,8	2,7	3,5	2,5
Kendi hesabına çalışan	27,1	28,2	21,1	19,8	17,3
Ücretsiz aile işçisi	32,6	40,1	29,6	27,0	24,5

**Kaynak:** TÜİK 2006-2017 Gelir ve Yaşam Koşulları Araştırmaları mikro veri setleri; yazarın hesaplamaları.

\*Yoksulluk sınırı eşdeğer hanehalkı kullanılabilir fert gelirinin yüzde 60'ı olarak kabul edilmiştir.

Tablo 5 istihdamda olan fertlerin çalıştıkları sektörlere göre yoksulluk oranlarını göstermektedir. Türkiye yoksulluk oranının ve genel olarak istihdamdaki fertlerin yoksulluğunun azalışına bağlı bir

şekilde tüm sektörler için yoksulluk oranının azaldığı görülmektedir. Hizmet sektöründeki yoksulluk azalışı görece sınırlı kalırken, tarım sektöründeki azalış dikkat çekicidir. Bu duruma yapısal dönüşümün bir başka boyutu olan sektörel değişimin yol açtığı ifade edilebilir. Yoksullukla anılan kırsal nüfusun ülke nüfusu içindeki payı ve istihdamda tarım sektörünün payı zaman içerisinde azalırken, hizmet sektörünün istihdam içindeki payı artmıştır.

**Tablo 5.** İstihdamdakilerin Çalıştığı Sektöre Göre Yoksulluk Oranları\*, 2006-2017

Sektör	2006	2009	2012	2015	2017
Tarım	37,3	42,3	32,0	29,8	26,4
Sanayi	12,7	12,1	11,7	10,9	8,8
İnşaat	33,7	28,6	30,2	26,6	25,1
Hizmetler	10,9	10,7	9,6	9,6	8,2

**Kaynak:** TÜİK 2006-2017 Gelir ve Yaşam Koşulları Araştırmaları mikro veri setleri; yazarın hesaplamaları.

\*Yoksulluk sınırı eşdeğer hanehalkı kullanılabilir fert gelirinin yüzde 60'ı olarak kabul edilmiştir.

Tablo 6 ise istihdamda olan fertlerin mesleklerine göre yoksulluk oranını ve bu oranın 2006-2017 yılları arasındaki gelişimi göstermektedir. Tüm meslek grupları için yoksulluk 2006-2017 yılları arasında azalırken hizmet sektöründe olan hizmet ve satış elemanları arasında kısıtlı bir azalış olduğu görülmektedir. En yüksek yoksulluk oranının nitelikli tarım, ormancılık ve su ürünlerinde çalışanlar ile nitelik gerektirmeyen işlerde çalışanlar arasında, en düşük olanların ise Tablo 6'daki ilk 4 meslek grubu çalışanları arasında olduğu gözlemlenmektedir.



**Tablo 6.** Çalışanların Mesleklerine Göre Yoksulluk Oranları\*, 2006-2017

Meslek grupları	2006	2009	2012	2015	2017
Yöneticiler	5,5	5,9	2,7	2,7	2,3
Profesyonel meslek mensupları	1,5	1,1	2,2	1,4	1,2
Teknisyenler, Teknikerler ve Yardımcı meslek mensupları	3,7	1,4	2,9	3,3	3,2
Büro hizmetlerinde çalışan elemanlar	4,5	4,8	3,0	3,9	3,2
Hizmet ve satış elemanları	12,2	14,3	12,5	12,9	11,3
Nitelikli tarım, ormancılık ve su ürünlerinde çalışanlar	34,7	40,8	31,2	29,0	25,2
Sanatkârlar ve ilgili işlerde çalışanlar	22,6	20,3	18,4	17,6	16,9
Tesis ve makine operatörleri ve montajcılar	13,8	11,9	12,6	12,5	10,8
Nitelik gerektirmeyen işlerde çalışanlar	32,9	32,0	26,8	25,7	21,9

**Kaynak:** TÜİK 2006-2017 Gelir ve Yaşam Koşulları Araştırmaları mikro veri setleri; yazarın hesaplamaları.

\*Yoksulluk sınırı eşdeğer hanehalkı kullanılabilir fert gelirinin yüzde 60'ı olarak kabul edilmiştir.

Son olarak, Tablo 7 çalışanların kayıtlılık durumuna göre yoksulluk oranlarını göstermektedir. 2017 yılında kayıtlı çalışanlar arasında yoksulluk oranı yüzde 7,6 iken bu oran kayıt dışı çalışanlar arasında yüzde 23,6'dır. Kayıt dışı çalışma biçiminin düşük istihdam geliriyle karakterize olduğu bilindiğinden bu sonuç şaşırtıcı değildir. Fakat, 2006-2017 yılları arasında kayıt dışı çalışanlar arasında yoksulluğun azaldığı, kayıtlı çalışanlar arasında ise bir miktar (yüzde 7'den yüzde 7,6'ya) arttığı görülmektedir. Bu durum daha önce bahsedilen istihdamın yapısal dönüşüm süreciyle ilgili olabilir. Nitekim, 2006-2017 yılları arasında ücretliler arasında kayıt dışılık önemli oranda azalırken, kayıtlılık artmıştır. 2006 yılında ücretli çalışanların yüzde 32'si kayıt dışı çalışırken bu oran 2017'de yüzde 18'e gerilemiştir.

**Tablo 7. Çalışanların Kayıtlılık Durumuna Göre Yoksulluk Oranları\*, 2006-2017**

Kayıtlılık durumu	2006	2009	2012	2015	2017
Kayıtlı	7,0	7,6	8,6	8,6	7,6
Kayıt dışı	30,9	35,1	28,8	27,3	23,6

**Kaynak:** TÜİK 2006-2017 Gelir ve Yaşam Koşulları Araştırmaları mikro veri setleri; yazarın hesaplamaları.

\*Yoksulluk sınırı eşdeğer hanehalkı kullanılabilir fert gelirinin yüzde 60'ı olarak kabul edilmiştir.

#### 4. Sonuç

Bu çalışmada işgücü piyasası ile yoksulluk arasındaki ilişki ve çalışanların yoksulluğu incelenmiştir. Öncelikle, son dönemde bu olguların yaygınlaşmasının ve konuya artan ilginin kapitalizmin tarihsel gelişimi ve yeniden düzenlenmesi süreçlerinden kaynaklandığı gösterilmiştir. 19. yüzyıl kapitalizminde yaygın olarak gözlemlenen işgücü piyasasındaki yoksulluk sorunu, kapitalizmin Fordist döneminde gündemden düşse de Neoliberalizme geçişle birlikte pratikte ve literatüre yeniden geri dönmüştür. 1970'lerin sonunda kapitalizm Fordizm'den Neoliberalizme evrilerek büyük bir dönüşüm geçirmiştir. Tüm makroekonomik göstergeler, kar, ücretler, verimlilik, vergilendirme, kamu borçları, eşitsizlik ve işsizlikle ilgili veriler bu dönüşümün sonuçlarını ve gerçekliğini kanıtlamaktadır. Bu dönüşümün işgücü piyasaları özelinde yansımaları ise Fordist dönemin tersine esnek, düşük ücretli, yarı zamanlı, güvencesiz istihdam biçimlerinin ve işsizliğin yaygınlaşması, ücretlerin milli gelir içindeki payının azalması olmuştur.

Sonuç olarak, işgücü piyasalarının ve istihdamın yoksulluğa karşı koruyucu niteliğinin azaldığı, yoksulluğun ve eşitsizliklerin arttığı son yıllarda, işgücü piyasası, istihdam ve yoksulluk arasındaki ilişki daha fazla araştırılır ve sorgulanır olmuştur. Bu bağlamda, bu

çalışmada Türkiye'deki işgücü piyasası ve yoksulluk arasındaki ilişki araştırılmıştır. İşgücü piyasasına aktif olarak katılmayanların, aktif olarak katılan fakat iş bulamayanların (işsizlerin) ve istihdamda olanların yoksulluk oranları tespit edilip, karşılaştırarak, yoksulluğun işgücü piyasasındaki duruma göre nasıl farklılaştığı ortaya çıkarılmıştır. Öte yandan, eğitim, hanehalkı büyüklüğü, istihdamdaki fertlerin işteki durumlarının yanı sıra sektör, meslek ve kayıtlı-kayıt dışı çalışma durumu gibi sosyoekonomik değişkenlere göre yoksulluk oranları da hesaplanmıştır.

2006-2017 yılları arasında gerçekleştirilen Gelir ve Yaşam Koşulları Anketleri (GYKA) mikro veri analizinin bulguları ilk olarak ülke geneli yoksulluk oranının azalışına bağlı olarak tüm ekonomik faaliyet gruplarının da yoksulluğunun farklı derecelerde azaldığını göstermektedir.

Ekonomik olarak aktif olmayanların yoksulluk oranının ülke geneli yoksulluk oranı kadar yüksek olduğu ve 2006-2017 yılları arasında azalışının sınırlı olduğu, işsizlerin yoksulluk oranı en yüksek sosyoekonomik grup olduğu gözlemlenmektedir. İstihdamda olanlar arasında ise yoksulluk oranının ülke geneli yoksulluktan çok daha düşük olduğu ve incelenen dönemde önemli oranda azaldığı ortaya çıkmaktadır. İstihdamdaki fertlerin yoksulluk oranının görece düşük olması ve bu oranın azalması, Türkiye işgücü piyasasının yapısal dönüşümü sonucu tarımın istihdamdaki payının azalması, istihdamda yaşanan ücretlileşme süreci, tarım dışı istihdamın artışı ve kayıt dışılığın azalışıyla açıklanmıştır.

Öte yandan, tüm ekonomik faaliyet grupları (aktif olmayanlar, işsiz ve istihdamda olanlar) için yaşanan hanenin büyüklüğü arttıkça (özellikle beş ve daha fazla kişiden oluşan hanelerde) yoksulluk oranının arttığı, bireylerin eğitim düzeyi arttıkça yoksulluk oranının azaldığı gözlemlenmektedir. Son olarak, istihdamda olan fertler

açısından ise düşük eğitimli olanlar, nitelik gerektirmeyen işlerde, tarım ve inşaat sektörlerinde, kayıt dışı işlerde ve ücretsiz aile işçi olarak çalışanlar arasında yoksulluk oranının çok daha yüksek olduğu ortaya çıkmaktadır. İşgücü piyasası bağlamında yoksullukla etkin mücadele için özellikle işsizliğin ve kayıt dışılığın azaltılmasının, nitelikli istihdamın ve eğitimin artırılmasının hedeflenmesi gerekmektedir.

## Kaynakça

- Aslan, G., (2019). İktisat Yazınında Neoklasik Paradigma ve Asgari Ücret Tartışmaları. *Çalışma ve Toplum*, 61(2), 1259-1286.
- Bonoli, G., (2007). Time Matters: Postindustrialization, New Social Risks and Welfare State Adaptation in Advanced Industrial Democracies. *Comparative Political Studies*, 40 (5), 495-520.
- Breuil-Genier, P., Ponthieux, S. ve Zoyem, J-P., (2001). Profils Sur Le Marché Du Travail et Caractéristiques Familiales Des Actifs Pauvres. *Économie Et Statistique*, 349(1), 99-124.
- Brinkerhoff, D. W. ve Goldsmith, A. A., (2003). How Citizens Participate in Macroeconomic Policy: International Experience and Implications for Poverty Reduction. *World Development*, 31(4), 685-701.
- Duménil, G. ve Lévy, D., (2013). *The Crisis of Neoliberalism*. Cambridge, Harvard University Press.
- El Aynaoui, J-P. K., (1996). Une Investigation du Lien Pauvreté- Marché du Travail dans le Contexte du Maroc. *Revue Région & Développement*, 3, 1-35.
- Erdoğan, G., (2002). Türkiye’de ve Dünyada Yoksulluk Ölçümleri Üzerine Değerlendirmeler, C.C. Aktan (Ed.), *Yoksullukla Mücadele Stratejileri* içinde, Ankara, Hak-iş Konfederasyonu Yayını.
- Gündoğan, N., (2008). *Türkiye’de Yoksulluk ve Yoksullukla Mücadele*, Ankara, Ankara Sanayi Odası. <https://www.aso.org.tr/kurumsal/media/kaynak/TUR/asomedy/ocak-subat2008/Dosya.pdf>, (Erişim Tarihi: 15.12.2019).
- Gürsel, S. ve Acar, A., (2015). *Türkiye’de Yoksulluk Dinamikleri*, Betam Araştırma Notu 15/175. <https://betam.bahcesehir.edu.tr/wp-content/uploads/2015/01/ArastirmaNotu175.pdf>, (Erişim Tarihi: 12.12.2019).
- Harvey, D., (2014). *Une Brève Histoire du Néolibéralisme*. Paris, Les Prairies Ordinaires.
- Husson, M., (2013). La Baisse de La Part Salariale à La Source de La Crise. R. Savage ve M. Husson (Ed.), *Salaire et Compétitivité. Pour Un Vrai Débat* içinde, Paris, Couleur Livres.

- ILO, (2018). *Rapport Mondial sur Les Salaires 2018/19, Quelles Sont Les Causes des Écarts Salariaux Entre Hommes et Femmes?* Geneva, International Labour Office.
- ILO, (2019). *World Employment and Social Outlook: Trends 2019*. Geneva, International Labour Office.
- Lestrade, B., (2011). *Le Développement du Phénomène des Travailleurs Pauvres-un Défi Pour Les Sociétés Européennes*, Lestrade B. (Ed.), *Travail et Précarité: Les Working Poor en Europe içinde* (15-33), Paris, L'Harmattan.
- Peña-Casas, R., Ghailani, D., Spasova, S. ve Vanhercke, B., (2019). *In-work Poverty in Europe. A Study of National Policies*. European Social Policy Network (ESPN), Brussels, European Commission.
- Şeker, S. D., (2008). *Türkiye'de Sosyal Transferlerin Yoksulluk Üzerine Etkisi*. Uzmanlık Tezi, T.C. Cumhurbaşkanlığı Savunma Sanayi Başkanlığı, Sektörler ve Koordinasyon Genel Müdürlüğü.
- OECD, (2009). *Perspectives de L'emploi 2009*. Paris, The Organisation for Economic Co-operation and Development.
- Orléan, A., (2013). *Le Néolibéralisme entre Théorie et Pratique Entretien avec André Orléan*. *Cahiers philosophiques*, 133(2), 9-20.
- Ostry, J. D., Loungani, P. ve Furceri, D., (2016). *Neoliberalism: Oversold?*. *Finance & Development*, 53(2), 38-41.
- TÜİK, (2014). *Hanehalkı İşgücü Anketinde Yapılan Yeni Düzenlemelere İlişkin Açıklamalar*. [http://www.tuik.gov.tr/MicroVeri/Hia\\_2014/turkce/downloads/aciklamalar.pdf](http://www.tuik.gov.tr/MicroVeri/Hia_2014/turkce/downloads/aciklamalar.pdf), (Erişim Tarihi: 20.12.2019).
- TÜİK, (2017). *Resmi İstatistik Programı 2017-2021*. [https://ms.hmb.gov.tr/uploads/sites/3/2019/02/Resmi\\_istatistik\\_Programi\\_2012-2016Rev.2.pdf](https://ms.hmb.gov.tr/uploads/sites/3/2019/02/Resmi_istatistik_Programi_2012-2016Rev.2.pdf), (Erişim Tarihi: 02.12.2019).
- TÜİK, (2018a). *Hanehalkı İşgücü İstatistikleri Mikro Veri Seti Meta Veri*. [http://www.tuik.gov.tr/MicroVeri/Hia\\_2018/turkce/metaveri/tanim/index.html](http://www.tuik.gov.tr/MicroVeri/Hia_2018/turkce/metaveri/tanim/index.html), (Erişim Tarihi: 22.12.2019).
- TÜİK, (2018b). *Gelir ve yaşam Koşulları Araştırması 2018 Yoksullukla İlgili Tanımlar*. [http://www.tuik.gov.tr/MicroVeri/GYKA\\_2018/turkce/metaveri/tanim/yoksullukla-iligili-taniimler/index.html](http://www.tuik.gov.tr/MicroVeri/GYKA_2018/turkce/metaveri/tanim/yoksullukla-iligili-taniimler/index.html), (Erişim Tarihi: 24.12.2019).
- TÜİK, (2019). [http://www.tuik.gov.tr/PreTablo.do?alt\\_id=1013](http://www.tuik.gov.tr/PreTablo.do?alt_id=1013) (Erişim Tarihi: 11.12.2019).



## Terör Örgütleriyle Mücadele Sürecinde Ekonomik İstihbaratın Rolü: DEAŞ Örneği

A. Gökhan YAŞA<sup>1</sup>, Mehmet Levent YILMAZ<sup>2\*</sup>

<sup>1</sup>Ankara Üniversitesi, Ayaş MYO, Özel Güvenlik ve Koruma Programı, Ankara, Türkiye.

**Orcid Numarası:** 0000-0002-1521-4701

<sup>2</sup>Polis Akademisi, Güvenlik Bilimleri Enstitüsü, Ankara, Türkiye.

**Orcid Numarası:** 0000-0001-5326-4198

**Geliş Tarihi:** 25.02.2020

**\*Sorumlu Yazar e mail:** mehmetlevent.yilmaz@pa.edu.tr **Kabul Tarihi:** 30.03.2020

**Atıf/Citation:** Yaşa, A.G. ve Yılmaz, M.L., “Terör Örgütleriyle Mücadele Sürecinde Ekonomik İstihbaratın Rolü: DEAŞ Örneği”, Haliç Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi 2020, 3-/1: 107-130.

### Özet

Günümüzde terörizmin yarattığı tehdit düzeyi oldukça yükselmiş durumdadır. Bu durum ulusal düzeyde mücadelenin zorlaşmasını ve uluslararası kurumların daha ön plana çıkarak rol üstlenmelerini beraberinde getirmiştir. Yaşanan gelişmelerin küreselleşmenin yarattığı durumlar olmasının yanı sıra güvenlik problemlerini de küresel düzeye taşıması dikkat çekicidir. Günümüz toplumunun enformasyon ve bilgi temelinde şekillendiği göz önüne alındığında terör örgütleri ve terörizmle mücadele de istihbaratın rolünün oldukça önemli olduğu görülmektedir. Terör ve terörizmle istihbari anlamda mücadelede önemli bir alan ise ekonomik istihbarattır. Söz konusu alanda örgütlerin ekonomik yapılarının hedeflenmesi, hareket kabiliyetlerinin ve eylem planlarının sektöre uyarılabilmesi oldukça önem arz etmektedir. Özellikle DEAŞ konusu ekonomik istihbarat alanında bu durumun önemini uluslararası alanda teyit etmeye olanak sağlamıştır. Bu anlamda DEAŞ'ın ekonomik yapısının ve kabiliyetlerinin tespiti terörizmle mücadele konusunda önemli katkılar sağlayacaktır. Bu durum genel çerçevede güvenlik çalışmalarında ekonomik istihbaratın üzerinde durulması gereken bir alan olduğunu göstermektedir.

**Anahtar Kelimeler:** Terörizm, Küreselleşme, DEAŞ, Ekonomik İstihbarat

## The Role of Economic Intelligence in The Fight Against Terrorist Organizations: Example of The DAESH

### Abstract

Today, the level of threats posed by terrorism has increased considerably. This situation has made the struggle at the national level difficult and resulted supranational institutions to come to the forefront and to play a crucial role. It is noteworthy that the developments experienced are not only situations created by globalization but they also bring security problems to a global level. Considering that today's society is shaped on the basis of information and knowledge, it is seen that the role of intelligence in the fight against terrorist organizations and terrorism is also very important. An important area in the fight against terror and terrorism in the field of intelligence is economic intelligence. It is very important to target the economic structures of organizations and to disrupt their mobility and action plans. Especially in the field of economic intelligence, the subject of DAESH has provided an opportunity to confirm the importance of this situation internationally. In this sense, determining the economic structure and capabilities of DAESH will make important contributions to the fight against terrorism. This situation shows that economic intelligence is an area to be emphasized in security studies in general.

**Keywords:** Terrorism, Globalization, DAESH, Economic Intelligence

### 1.Giriş

Günümüzde terör ve terörizm gerek ulusların gerekse de ulus üstü kurumların tehdit önceliklerinde en üst sıralarda yer almaktadır. Küreselleşme ile beraber, terör ve terörizmin finansmanına ilişkin tartışmalar giderek daha karmaşık hale gelmiş ve tek bir devletin çözebileceğinden daha katmanlı bir aşamaya evrilmiştir. Bu kapsamda terör ve terörizm ile mücadele konusunda ulus devletlerin uluslararası alanda daha çok iş birliğine ve desteğe ihtiyaç duydukları görülmektedir. Bu durum sorunun bir yandan bahsedildiği gibi daha karmaşık bir hale gelmesi ile ilişkiliyken diğer yandan da ulus altı yapıların güçlenmesi ile ilgilidir. Terörün ve terörizmin tanımlanması, terör örgütlerinin belirlenmesi kesin olmayan ve konjonktürel gelişmelerden etkilenen



bir durum olmaktan kurtulamamıştır. Bu bakımdan bu örgütler farklı güç odaklarınca farklı açılardan değerlendirilmekte ve bunun sonucunda da topyekûn bir mücadeleden bahsetmek imkânsız hale gelmektedir.

Günümüzde terör örgütlerinin ekonomik yapılarının ve finans kaynaklarının değerlendirilme aşamasına geçmeden önce bağlamın iyi bir şekilde analizinin gerektiği açıktır. Bu konuda başlıca vurgu yapılması gereken birkaç odak nokta bulunmaktadır. Bunlardan ilki bugün dünyamızda küreselleşmenin etkilerinin olumlu veya olumsuz olsun hissedildiği bir dönemin yaşanmasıdır. Küreselleşen dünyada toplum sistemi değişmiştir. Bugün sanayi sonrası toplumdan bahsetmek mümkündür. Kimilerince bu bir enformasyon toplumu olarak adlandırılmaktadır. Bu da toplumsal yapının değişmiş olduğunun bir göstergesidir. Yeni toplum, iletişimin hız kazandığı, mekândan ve zamandan bağımsızlaşan, teknik ve bilimsel ağırlıklı bilginin öne çıktığı bir toplumdur. Yeni toplum aynı zamanda bilgi toplumu olarak nitelendirilmekte, bu da önem verilen alanı açıkça göstermektedir. Bu toplumsal iletişim, teknolojik imkanların artışı, enformasyona ulaşımın oldukça akışkan bir süreç içerisinde yaşanmasını sağlamıştır.

Günümüzde bağlamın bu ölçüde değişmiş olması örgütlerin güçlenmesinde ve finans kaynaklarını arttırmalarında en önemli nedenlerden birisini olarak gözükmektedir. Her örgüt finansmana ihtiyaç duyar. Zira bu finansman örgütün devamlılığının omurgasını oluşturur. Yasal yapıların yasal gelirleri varken bir terör örgütünün gücü finansal kaynak yaratabilme yeteneğinden gelir. Terör örgütlerini örgütsel olarak hayatta kalabilmek için sürekli bir para akışına ihtiyaç duymaktadırlar. Bunları gerek eylemlerinde gerekse de organizasyonlarında kullanmaktadırlar. Finansal imkanların bu ölçüde çeşitlenmiş ve aktarımının kolaylaşmış olması da devletler için önemli bir güvenlik açığına neden olmaktadır. Örgütlerin finansal kaynaklarının kesilmesi ve etkinliklerinin minimuma indirilmesi

hedeflendiğinde ekonomik istihbarat hayati öneme sahip bir alan olarak ortaya çıkmaktadır.

DEAŞ özellikle 2003'den beri varlığını sürdürmesine rağmen 2011 Suriye İç Savaşı'ndan itibaren sahip olduğu imkanları arttırmış, kontrolü altında bulundurduğu topraklarda sözde bir devlet kurarak devlet gibi davranmaya çalışmıştır. Bu süreçte büyük bir nüfus popülasyonunu kontrol etmiş ve kontrol ettiği bölgelerin ekonomisini de yönetmiştir. En güçlü olduğu bu süreçte örgüt birden çok cephede savaşmasına rağmen farklı kıtalarda da yapılanmalara gitmiş, farklı ülkelerde bireysel düzeyde terör eylemleri de gerçekleştirmiştir. Örgütün zayıflatılmasında hâkim olduğu toprakların kontrolünden alınması ve finansal gelirlerine ket vurulması büyük önem taşımaktadır. Bu çalışmada ulaştığı büyüklük, etki gücü, kontrol ettiği toprak ve nüfus gücü gibi özellikleri nedeniyle DEAŞ seçilmiştir. Aynı zamanda terör örgütleriyle mücadelede ekonomik istihbaratın terör örgütlerinin zayıflatılmasındaki etkisinde örnek olarak incelenmiş ve değerlendirilmiştir.

## **2. Küreselleşmenin Getirdiği Yeni Bağlam**

Küreselleşen dünya birçok yenilik ve alışılması güç yaşamsal pratikler yaratmaktadır. İnsanoğlunun kendini bildiği zamanlardan itibaren sabit olduğu sanısına sahip olduğu yerleşik düzenleri sallamakta ve değişimleri zorlamaktadır. Bu değişimlerin güvenlik alanına yansımaları ise daha çok ulus devletlerin değişen rolleri, ulus üstü sorunların ortaya çıkışı, çok katmanlı problemler, sınır ötesi sorunlar ve büyüyen terör tehditleri olarak gözükmektedir. Başta terörizm sorunları olmak üzere birçok problem günümüzde artık çok daha kompleks hale gelmiş ve ulus üstü bir mücadele gerekliliğine evrilmiştir. Devletler için en önemli sorunlardan biri olan terör de küreselleşmiş ve ulus devletlerin bir aktör olarak gerileyen rolü doğrultusunda daha önemli ve kullanışlı hale gelmişlerdir.

Küreselleşmenin yarattığı değişime odaklandığımızda oluşan dikotomiye de gözden kaçırmamak gereklidir. Küreselleşme küreselleştirirken aynı zamanda yerelleştirici etkisini de göstermektedir. Bu anlamda küreselleşme ne kadar birleştirirse o kadar bölmekte etkisi kişiden kişiye farklı şekilde hissedilmektedir. Bu anlamda küreselleşmiş bir dünyada yerel kalmak postmodern zamanların temel katmanlaştırıcı unsuru olarak görülebilmektedir. (Bauman, 2014: 8-9) Bu durumda meydana gelen hibrit durum ve yaşanan melezleşme sosyolog Robertson tarafından küyerel (glocal) olarak isimlendirilmektedir (Robertson, 1995: 25-44). Böylece aynı zamanda küreselleşmenin yarattığı ters tepki de toplumsal ayrılıkların ve sorunların önemli nedenlerinden birini doğurmaktadır.

Küreselleşmenin getirdiği bazı olumlu ve olumsuz etkilerden bahsetmek mümkündür. Küreselleşme olgusu günümüzde insanın mekân/zaman bağından özgürlüğünü kazanmasını sağlamıştır. Aynı zamanda ortak değerler olduğu görülmektedir. İnsan hakları, eşitlik, adalet, özgürlük gibi değerler yaygınlaşmış insan kendi değerlerini keşfetmeye başlamıştır. Sadece belli bir tabaka yerine kitlesel bir eğitimin gerekliliği kavranmıştır. Eğitim yoluyla ortak anlayış ve kavrayışlar geliştirilmiştir. Sağlık alanında iş birlikleri artmış, imkanlar gelişmiş ve yaşam süresi uzamıştır. İşgücü kısmi olarak serbest dolaşım hakkına sahip olmuş, rekabet önem kazanmıştır. Bu güzel anlatıların tersine birçok olumsuzluk da görülmüş bunlarda küreselleşme sürecinin herkese eşit olmadığını göstermiştir. Sürece gecikmiş ulus devletler ekonomik, siyasal ve kültürel açıdan büyük devletlerin açık etkisine maruz kalmıştır. Bu da bir bağımlılık ilişkisinin gelişmesine zemin hazırlamıştır. Toplumlar bütünleşirken yerel kimlikler de önemli bir ikilem içerisinde öne çıkmış ve ulus devletlerin parçalanma tehlikesi doğmuştur. Dünyadaki ülkelerin üretim ve tüketim gücü aynı olamayacağı için bu durum gelişmiş ülkeleri üstün kılmıştır. Bu durum sadece refahın değil sefaletin de yayılmasını beraberinde getirmiştir (Balay, 2004: 64-65). Küreselleşmenin yaşandığı toplumsal sistemin

bağımlılıklar oluşturan, uluslararası ilişkilerde temel aktör olan devleti zayıflatan ve problemleri ulus üstü bir seviyeye taşıyan bir süreç olduğu dikkate alınmalıdır.

Küreselleşmenin yaşandığı dönemin bir sanayi sonrası toplum olduğu unutulmamalıdır. Hatta Kumar, sanayi sonrası toplumdaki sonra oluşan enformasyon toplumuna odaklanarak bunu bir post-modern topluma geçiş olarak tanımlamıştır (Kumar, 2013: 13-19). Bu yüzden değerlendirme de bu bağlam içerisinde görülmelidir. Daniel Bell, Yoneji Masuda ve Alvin Toffler gibi düşünürler daha önce var olan tarım ve sanayi toplumlarından farklı bir bilgi toplumunun doğuşuna işaret ederler. "Endüstri ötesi toplum", "kapitalizm ötesi toplum" gibi kavramlarla tanımlanan bu dönemin temel değerinin bilgi olacağı varsayılmıştır (Çelik, 1998: 54-55). Bu şekilde özellikle bilgi teknolojileri alanında yaşanan gelişmelerin yeni bir toplum tipinin doğuşu olarak görülmesi olağandır (Yeşilorman ve Koç, 2014: 121-122). Daniel Bell, bu toplumun temel özelliğinin bilimsel ve teknik bilginin toplumun merkezine yerleşmesi olarak tanımlamaktadır. Bu anlamda ekonominin ve toplumsal sınıfların da yeniden düzenleneceğini öngörmüştür. (Bell, 1999). Bunun sonucu beyaz yakalı hizmet gücünün geliştiği, yeni teknolojilerin gücünü arttırdığı, çokuluslu ortaklıkların önem kazandığı, bireysel farkındalığın arttığı ve hayat tarzlarının çeşitlendiği bir toplum meydana gelmiştir (Slattery, 2012: 468). Bu günümüzde Castells tarafından "bilgi toplumu" olarak tanımlanmaktadır. Bilgi yahut bilişim devrimi basitçe ekonomik bir etkiden ibaret değildir. Aksine yeni bir toplumsal tipe yani bir bilişim toplumuna yol açma potansiyeline sahiptir. Bu toplumlar sadece bilginin önemli olduğu toplumlar olmayıp bilgi ağlarının toplumsal tüm alanlara nüfuz ettiği toplumlardır. İş hayatından, eğitime, oy verme davranışlarından boş zaman geçirme yollarına kadar hepsi bu nüfuz alanından etkilenmektedir. Sürekli yaşanan enformasyon akışı tek taraflı olmayıp interaktif bir biçimde kişiler veya gruplar arasındadır (Slattery, 2012: 401). Bu da küreselleşmenin mekândan/

zamandan bağımsızlaşma gücünün fiili yansımasıdır. Bir enformasyon toplumunun gelişimi teknolojik gelişimlerin yardımı ile birlikte isyancı ve radikal cemaat pratiklerini de dönüştürmektedir. Teknoloji ve iletişim araçları sosyopolitik amaçlar için kullanılabilen bireysel çabalar güçlü etkiler doğurabilmektedir. Gelişen ağ tabanlı sosyal bağlar gerek protestolar, gerek direniş veya isyan pratiklerinde gerekse de radikal eylemlerde kilit bir potansiyel üstlenmeye neden olabilmektedir. (Castells, 2016: 407-409).

Günümüzde oluşan yeni toplum tipinde teknoloji kullanımı, bilginin edinimi ve yararlı hale getirilmesi ana hedef olmuş durumdadır. Bilgiye sahip olmak gerek ekonomik, gerek toplumsal, gerekse güvenlik alanında önde olmak anlamına gelmektedir. Bilgi ve teknolojinin geçer akçe haline geldiği günümüzde istihbari faaliyetlerin ve buna ayrılan kaynakların artışı şaşırtıcı değildir. Güvenliği sağlamanın maliyetinin terör eylemlerine oranla çok daha maliyetli olduğu açıktır. Bu açıdan istihbari bilginin önemi giderek artmaktadır. Terör örgütlerinin eylemlerini engellemek için eylem istihbaratı önem taşımaktadır. Bunun yanı sıra yaşamsal desteğinin kesilmesini sağlamak amacıyla finans kaynaklarının engellenmesi için ekonomik istihbarat daha hayati bir konu olarak karşımıza çıkmaktadır.

### **3.Yeni Terör Gerçeği**

#### **3.1. Terör ve Terörizm Sorunu**

Terörün genel bir kabul görmüş tanımı bulunmamakla birlikte her ülke, örgüt veya kurum kendisine göre tanımını yapmaktadır. Buna karşın kavramın kökünü Latince ‘terrere’ sözcüğünden aldığı ve ‘korkudan sarsıntı geçirme’ veya ‘korkudan dehşete düşmeye sebep olma’ anlamlarına geldiği düşünülmektedir. Kullanımının ise ilk defa *Dictionnaire de l’Academie Française*’nin 1789 yılında yayınlanan bir ekinde olduğu görülmektedir. Türkiye’de 3713 sayılı Terörle Mücadele

Kanunu'nun 1.maddesinde ise (Değişik-19.07.2003/25173); 'Terör; cebir ve şiddet kullanarak; baskı, korkutma, yıldırma, sindirme veya tehdit yöntemlerinden biriyle, Anayasada belirtilen Cumhuriyetin niteliklerini, siyasi, hukuki, sosyal, laik, ekonomik düzeni değiştirmek, Devletin ülkesi ve milletiyle bölünmez bütünlüğünü bozmak, Türk devletinin ve Cumhuriyetin varlığını tehlikeye düşürmek, Devlet otoritesini zaafa uğratmak veya yıkmak veya ele geçirmek, temel hak ve hürriyetleri yok etmek, Devletin iç ve dış güvenliğini, kamu düzenini veya genel sağlığı bozmak amacıyla bir örgüte mensup kişi veya kişiler tarafından girilecek her türlü suç teşkil eden eylemlerdir.' şeklinde tanımlanmaktadır (Helvacıköylü, 2007). Ancak terör nasıl tanımlanırsa tanımlansın terör örgütlerinin devamlılığı ile ilişkili olarak en önemli konunun terörizmin finansmanı olduğu yönünde bir fikir birliği olduğu aşıkardır.

Günümüzde küreselleşme ve yaşattığı dönüşüm sonucunda ortaya yeni çıkan yeni toplum düzeninde en büyük korkulardan birinin kaynağı terörizmdir. Terörün ve yaratabileceği yıkımların engellenmesi için yoğun istihbarat bilgisine ihtiyaç duyulmaktadır. Örgütlerin gerçekleştireceği terör saldırılarını engellemek için eylem istihbaratının yanı sıra örgütleri geriletebilmek ve mevcudiyetlerini minimuma indirebilmek için ekonomik istihbarata da ihtiyaç duyulduğu açıktır. Terör örgütlerinin finansal kaynaklarının engellenmesi mevcudiyetlerini geriletmek için mücadele sürecinde en etkili olabilecek yollardan biridir.

### **3.2. Terörizmin Finansal Kaynakları**

Terör örgütleri büyüklüğüne ve eylem gücüne oranla önemli bir finansal kaynağı da kontrol eden ekonomik birer güçtür. Her örgüt ister küçük ister büyük olsun faaliyetlerini finanse edebilmek için bir ekonomik bir güce ihtiyaç duymaktadır. Örgütler, ihtiyaç duydukları finansal kaynakları birçok farklı şekilde sağlamaktadırlar. Özellikle

terör örgütlerinin ideolojik spektrumları ne kadar farklı olursa olsun finansal bir gelir yaratma yollarının birbirine benzemesi dikkat çekicidir. Söz konusu finansal gelirlerinin büyümesi onları daha büyük bir güvenlik sorununa dönüştürmektedir. Bu yüzden bu gelirleri elde etmelerini engellemek sadece bir güvenlik meselesi ile ilgili değil aynı zamanda stratejik bir mücadele konusudur.

Suç ekonomisinin finansal kaynakları terör örgütlerinin finansmanında önemli bir yerde bulunmaktadır. Suç ekonomisini aidat ve bağışlar, dış destekler, örgütsel yayınlardan elde edilen gelirler, sosyal etkinlikten elde edilen gelirler, fidye faaliyetleri, sahtecilik faaliyetleri, haraç toplama ve insan kaçakçılığı yoluyla elde edilen gelirler oluşturmaktadır. Suç ekonomisi içerisinde aynı zamanda kâr amacı gütmeyen kuruluşlar veya ticari faaliyetler aracılığıyla kazanılan kaynaklarda bulunmaktadır (HMB). Suç ekonomisini oluşturan unsurlar terör örgütlerinin ve terörizmin finansmanında aktif olarak kullanılabilirlerdir.

Terör örgütlerinin finans kaynakları temel olarak ikiye ayrılabilirlerdir. Bunlar yasal görünümlü finans kaynakları ile yasal olmayan finans kaynaklarıdır. Yasal görünümlü finansal kaynaklar; yardım yoluyla alınan paralar, sivil toplum örgütlerinden gelen paralar, diğer devletlerden sağlanan fonlar, hayır kurumlarından gelen paralar ve ticari işletmelerinden elde ettiği gelirlerdir. Yasa dışı yollarla sağlanan finansal kaynaklar ise uyuşturucu madde satışı ve kaçakçılığı, silah satışı ve kaçakçılığı, gasp, soygun, haraç, fidye, sahtecilik, göçmen kaçakçılığı, insan ticareti, korsan ürün satma, aidat toplama, örgütsel yayın satma, dolandırıcılık gibi yollarla elde edilen gelirlerdir (Karataş ve Kapusuzoğlu, 2011: 120). Yasal olmayan gelir kaynakları arasında en tercih edilenlerden biri kaçakçılıktır. Uyuşturucu kaçakçılığı yüksek karı, kolay depolanabilmesi ve elden kolayca çıkarılabilmesi gibi nedenlerle tercih edilirken silah kaçakçılığı da sıklıkla yapılmaktadır. Sınır bölgelerinde insan kaçakçılığı da organize bir iş olması nedeniyle

yüksek bir gelir kapısıdır. Bunun yanı sıra sahte ilaç veya farklı malların da kaçakçılığı yapılmaktadır. Örgütler aynı zamanda gerek legal gerekse de illegal faaliyet gösteren kişilerden “vergi” altında haraç kesebilmektedir. İş adamlarından veya kaçakçılardan haraç kesmek sıklıkla rastlanan bir durumdur. Bunun yanı sıra özellikle fidyecilik, siber suçlar ve sahtecilik gibi gelir yolları da denenmektedir. Yasal olan yollarla gelir elde edilmesinde ise en çok tercih edilenler ticari işletmeler kurmak veya hayır kuruluşları görünümüyle örgüte gelir sağlamaktır. Örgüt ticari işletmeler kurarak suç ekonomisine dahil gelirini aklarken yardım kuruluşları vasıtasıyla da para akışını genel sempatanlarından kendine aktarmayı kolaylaştırmaktadır. Bunun dışında dış destekler, etkinlik gelirleri veya yayın gelirleri de bu kategoridedir (Gürel, 2015: 17-25). Örgütlerin gerek yasal gerekse de yasal olmayan çok çeşitli yollarla gelir elde ettikleri görülmektedir. Örgütlerin yaşamsal desteklerini kesmek için ekonomilerine odaklanmak gerektiğinde bunun kompleks bir ağ olduğu fark edilmektedir. Bunun sonucunda ekonomik istihbaratın terör örgütleri ile mücadele de hayati bir önemi olduğu görülmektedir.

### **3.3. Ekonomik İstihbaratın Önemi**

Ekonomi güvenliği temel olarak emek ve sermaye verimliliğindeki uzun vadeli iyileştirmeleri teşvik etmek, bunun için gerekli koşulları sağlamak ve bu şekilde inovasyona elverişli adil ve dinamik bir ekonomiyi sağlayarak yerli ve yabancı yatırımları teşvik etmekle birlikte sürdürülebilir bir ekonomik refah yaratmayı hedeflemektedir. Söz konusu ekonomik çıkarların ve refahın korunması ekonomi güvenliğini sağlamak olarak değerlendirilmektedir. Bunun için ekonomik istihbarattan da yararlanılmaktadır. Politik veya ticari ekonomik bilgilerin; finansal, teknolojik, ticari verilerin veya sırların yabancı çıkar sağlayacak kişiler tarafından öğrenilmesi ciddi bir problemdir. Rekabetçi bir ekonomik yapı içerisinde bu ülke aleyhine gelişmelere neden olabileceği için korunması gereken bilgilerdendir.



Bu durum ekonomik gelişme, verimlilik veya rekabet açısından olumsuz sonuçlanmasına neden olabilir. Bu bağlamda ekonomik istihbarat ülke için değerli ticari ve ekonomik sırları korumaya çalışırken ülke menfaatlerini de arttırmak için bir politika yürütmek olarak görülmektedir (Potter, 1998: 1-10). Aynı zamanda ekonomik istihbarat birçok alan ile de iç içe geçmiştir. Bu kapsamda ekonomik coğrafyadan insan kaynağına, bilim ve teknolojiye ulaşım veya doğal kaynaklara kadar her şeyle ilgili olduğu söylenebilir. Geniş bir yelpazede elde edilebilecek her bilgi ekonomik istihbarat için önemli olarak değerlendirilebilir veya fark yaratabilir (Miman, 2006: 27-28).

Temel olarak ekonomik istihbarat sistemi ekonomik olarak yararlı ve işe yarar görülen bilgilerin gerekli kurumlararası paylaşımının stratejik şekilde sağlanmasıyla ilgilidir. Bu açıdan üç farklı amaçtan söz etmek olasıdır. İlk olarak ülke içerisindeki ekonomi aktörlerinin yorum ve kavrayışlarını arttıracak bilginin söz konusu aktörler arasında kullanılabilir olmasını sağlamaktır. İkinci olarak amacı ise üretilen veya paylaşılan bilginin çeşitli girişimlerle küreselleşmenin getirdiği fırsatlardan yararlanmak için kullanılmasına yöneliktir. Üçüncü olarak ise ekonomik ve sosyal gelişim için uluslararası piyasalarda yaratılan stratejik fırsatların uygulamaya konulmasını sağlamaktır (Güldiken, 2006: 176).

Ekonomik istihbaratın amaç ve fonksiyonlarını Clerc 4 temel karakteristik ile açıklamaktadır. Bunlar “belli bir faaliyeti alanı içindeki bilimsel ve teknolojik uzmanlığı denetlemek, iç ve dış pazarlardaki tehditleri ve fırsatları belirlemek, bireysel veya ortak stratejileri daha uyumlu hale getirerek tanımlamak ve gerçekleştirilecek eylemleri destekleyecek olan yönlendirici stratejileri belirlemeye çalışmaktır. Fougy ise bu kapsamda “bilginin stratejik yönetimi” kavramından sıklıkla bahsetmektedir. Bu kapsamda ekonomik istihbarat, bilginin stratejik yönetimini gerçekleştirerek ve bu süreçte izleme, etki ve ağ analizini araçsallaştırarak rekabet edilebilirliği arttırmaktır. Bu şekilde

bilgi ekonomisi güncel ekonomik gelişmelere uyarlanmaktadır (İnan ve Doğan, 2018: 319).

Özellikle günümüzde ekonomik anlamda bilginin öneminin arttığı görülmekte ve bilginin doğru değerlendirilmesi de gittikçe daha önemli hale gelmektedir. Bu kapsamda bu sadece uluslararası kuruluşların, devletlerin veya şirketlerin yer aldığı bir inceleme ve istihbari bilgi edinme alanı olmaktan çıkmıştır. Günümüzde güvenliğin sağlanmasında en önemli mücadele alanlarından birinin ekonomik istihbarata bağlı olduğunu görmekteyiz. Bu anlamda güvenlik çalışmalarında ve güvenliğin tesisi noktasında kilit bir öneme ulaşmıştır. Bu durum çalışma örneğinde olduğu gibi DEAŞ ile mücadele çerçevesinde de değerlendirilmelidir. Örgütün ekonomik yapısını, kaynaklarının çeşidini, gelirini nasıl ve kimler yoluyla elde ettiğini bilmeden örgütün en önemli yaşamsal kaynaklarından birine darbe vurulması imkânsız hale gelmektedir. Bu durum ekonomik istihbaratın sahadaki yansımaları bakımından önemlidir.

#### **4.DEAŞ'ın Tarihsel Süreci ve Gelir Kaynakları**

##### **4.1. Örgütün Tarihsel Geçmişi**

Örgüt kuruluşu itibariyle 1999 yılına kadar uzanan bir geçmişe sahiptir. Öncülleri düşünüldüğünde kuruluşu ve Irak'ta faaliyetlere başlaması 2003 yılında ABD işgali dönemine denk gelmektedir. İlk ismiyle *Tevhid ve Cihad Örgütü* (1999-2004) ABD işgali karşısındaki Sünni direniş eksenli gruplardan birini oluşturmaktadır. Bu dönemde özellikle ABD'ye karşı Felluce Muharebesi'nde gösterilen başarı Ebu Musab Ez Zerkavi'nin ününü arttırmıştır. Büyümeye başlayan örgüt bu dönemde Usame Bin Ladin'e biat ederek *İki Nehir Topraklarındaki El Kaide* (Irak El Kaidesi/2004-2006) ismini almıştır. 2006 yılına kadar bu isim altında faaliyet gösteren örgüt daha sonra ise beş büyük direniş grubu ile birleşerek *Mücahitler Şura Konseyi* (2006) adını

almıştır. 2006 yılının haziran ayında Ebu Musab ez Zerkavi'nin ABD hava operasyonu ile öldürülmesinin ardından örgüt Ebu Ömer El Bağdadi'yi yeni lideri olarak seçmiştir. Yeni liderlikle birlikte örgüt 2006 yılının Ekim ayında devlet kurduğunu ilan ederek ismini ise *Irak İslam Devleti* (2006-2013) olarak duyurmuştur. İlerleyen dönemlerde özellikle İİD'nin sert politikaları, aşiretlerle olan anlaşmazlığı gibi nedenlerle sıkıntılar baş göstermeye başlamış ve ABD bu fırsatı değerlendirerek İİD karşıtı aşiretlere silah ve para yardımı yaparak *Sahva Birlikleri*'ni kurmuş ve faaliyete geçirmiştir. 2006-2008 yılları arasındaki savaşta örgüt büyük ölçüde kan kaybetmiş 15 bin olan militan sayısı 1000 düzeyine kadar düşmüştür. 2010 yılında lider Ebu Ömer El Bağdadi'nin de öldürülmesi örgüt için bir darbe daha olmuştur (Gürler ve Özdemir, 2014: 1-2).

Irak İslam Devleti 2010 yılında örgütün liderinin ölümünün ardından yeni lider olarak Ebu Bekir el Bağdadi'yi yeni lider olarak ilan etmiştir. Bağdadi, Şura Konseyi'nde 11 üyeden 9'unun oyunu alarak büyük bir destekle seçilmiştir (Weiss ve Hassan, 2016: 135). Örgüt için önemli bir dönüm zamanı 2011 yılı olmuştur. Bu yılda Amerikan askerleri Irak'tan geride işleyen bir sistem ve düzen bırakmadan çekilmişlerdir. 2012 yılında örgüt ülke içi çekişmeler ve koşullardan yararlanarak tekrar toparlanmaya başlamıştır. Bunun yanı sıra Sahva Birlikleri'nin Maliki hükümeti tarafından bir tehdit olarak görülmesi nedeniyle orduya alınmaması bu kişilerin gelirlerini kaybetmelerine ve tepki duyarak İİD tarafına geçmelerine sebep olmuştur. Nisan 2013 yılında ise Ebu Bekir el Bağdadi El Kaide'nin Suriye kolu olan Nusret Cephesi'nin kendilerinin bir kolu olarak kurulduğunu belirtmiş, birleşmeyi duyurarak *Irak ve Şam İslam Devleti*'nin (2013-2014) ilanını gerçekleştirmiştir. El Kaide lideri Eymen el Zevahiri bu ilanın iptalini ve İİD'nin Irak'ta Nusret Cephesi'nin ise Suriye'de mücadeleyi sürdürmesini istemiştir. Nusret Cephesi lideri Cevlani'de birleşmeye karşı çıkmış ve El Kaide'ye olan biatını yenilemiştir. Daha sonrasında ise sorunlar tam olarak gün yüzüne çıkmış ve El Kaide, IŞİD ile olan

tüm bağlarını kopardığını duyurmuştur. Örgüt, 2014 yılında ismini son kez bir daha değiştirerek *İslam Devleti* (2014-Günümüz) ismini kullanmaya başlamış ve etki alanının daha da büyümesine dikkat çekecek bir değişiklik gerçekleştirmiştir (Gürler ve Özdemir, 2014: 3-6). 26 Ekim 2019 günü örgütün lideri Ebubekir el Bağdadi bir Amerikan operasyonu sonucunda öldürülmüştür (White House, 2019).

#### 4.2. 2003-2011 Yılları Arası Dönem

Örgütün kuruluş ve başlangıcı olarak Irak'ta *Tevhid ve Cihad Örgütü* ismiyle faaliyete geçtiği dönem kabul edilmiştir. Kuruluş ve yapılanma döneminin sonu ise 2011 yılında Irak'taki ABD işgalinin sona erdiği ve örgüte geniş bir alan sağlayan 2011 yılı olarak kabul edilmiştir. Bu dönem içerisindeki önemli olaylar Irak'ın işgali ile başlamakta ve örgütün Sünni direniş içerisindeki bir aktör olarak büyümesiyle ilişkilidir. Bu dönemde örgüt *El Kaide*'ye biat ederek bilinen ismiyle *Irak El Kaidesi* ismini almış daha sonra birleşmelerle *Mücahitler Şura Konseyi* haline gelmiştir. Daha sonra Zerkavi'nin ölümünün ardından ilk devlet iddiasını *Irak İslam Devleti*'nin ilanı ile gerçekleştirmiştir.

Bu dönemde örgüt önce ABD ve Irak Ordusu ile mücadele içerisinde bulunmuştur. Daha sonra Amerikan destekli *Sahva Birlikleri* tarafından oldukça zayıflatılmış ve neredeyse yenilgiye uğratılmıştır. 2011 yılında Amerika'nın ülkeden çekilmesi sonucunda örgütün önündeki alan açılmış iç siyasi gelişmelerin ve sistem eksikliğinin de etkisiyle tekrar güç kazanmıştır. Bu dönemden itibaren örgüt büyüme ve yükselme dönemine girmiştir.

Örgütün bu dönemde para kaynakları daha kısıtlıdır. Bu dönemdeki temel gelir kaynakları bireysel bağışlar, haraç, fidye ve ganimetler olarak sıralanabilir. Özellikle Körfez'de bulunan sempatizanlardan gelen bireysel bağışlar hem takip edilmesi zor olması hem de gerekli denetimden uzak olması nedeniyle bu dönemde önem kazanmıştır

(Gürler ve Özdemir, 2014: 5). Bu dönemde Körfez hükümetlerinin direkt olarak örgütü desteklediği söylenemese de Suriye iç Savaşı'nda yer alan grupların silahlandırılması, eğitimi ve teçhizatları için ciddi paralar harcamışlardır. Bunun sonucunda örgütün buradan direkt veya ganimet gibi yollarla da dolaylı olarak para ve silah elde etmiş olduğu görülmektedir (Woertz, 2014: 3). Aynı zamanda örgütün ilerleyişine devam etmesi sürecinde ganimet gelirlerinin de önemi artmıştır.

### 4.3. 2011-2016 Yılları Arası Dönem

2011 yılında Amerika'nın Irak işgalini sonuçlandırmasıyla birlikte örgütün güç kazanabileceği bir ortam doğmuştur. Özellikle bu dönemde örgütü bitme noktasına getiren *Sahva Birlikleri*'nin Maliki Hükümeti tarafından orduya alınmaması sonucunda işsiz kalması önemli bir dönüm noktası olarak görülmektedir. Bunun sonucunda işsiz kalan ve hükümete karşı tepki duyan kişiler örgüte katılarak tekrar güçlenmesinin yolunu açmıştır. Burada yaşanan durum Amerikan işgali sonrasında ordunun feshedilmesi sonucunda işsiz kalan Baas Rejimi askerlerinin Sünni direniş gruplarına katılmasına benzemektedir.

Örgüt, 2013 itibariyle *Irak ve Şam İslam Devleti* adını alarak etki alanını daha da genişletmiştir. Bu dönemde örgütün gelir kaynakları oldukça genişlemiştir. Özellikle 2014 yılında Musul'un 1300 kişilik bir koalisyon grubuyla DEAŞ tarafından işgal edilmesi önemli bir dönüm noktası olarak görülmektedir. Bu durumun oldukça büyük yankı uyandırmasında kâğıt üzerinde 60 bin kişi civarında olan Irak ordusu, federal ve bölgesel polislerinin kenti kolayca teslim etmesidir. Bu durum hem Irak'ta kurumların yozlaşmasının hem de halk ile Bağdat hükümeti arasında ciddi yapısal sorunları var olduğunun bir işaretidir (Cockburn, 2014: 11; Warrick, 2016: 367-370). Kontrol ettiği bölgeler ve buralarda yaşayan insan sayısındaki artışa paralel olarak örgüt birçok farklı yolla gelir elde etmeye başlamıştır. Bu büyümenin ardından yaşanan popülerite artışının da etkisi büyüktür.

Örgüt, özellikle 2014-2016 yılları arasında 6 farklı gelir kalemi ile ekonomisini inşa etmiştir. Bunlar sırasıyla vergiler ve harçlar, doğal kaynaklar, kaçırma ve fidye, antika ve tarihi eserlerin satışı, dış bağışlar, yağma ve para cezaları olarak sıralanabilir. Örgüt, aynı devletler gibi kendi kontrolünde olan bölgelerde vergi toplamakta ve buradan ciddi bir gelir elde etmektedir. En yüksek vergi geliri elde ettiği dönemde gelirinin 800 milyon dolara ulaştığı tahmin edilmektedir. Örgütün bir diğer önemli gelir kaynağı ise petrol satışı olmuştur. Örgüt günde 1-3 milyon dolar bu sayede para kazanırken petrol kaynaklı gelirlerini yılda 550 milyon dolara kadar çıkarmıştır. Fidye ve adam kaçırma yoluyla elde edilen gelirlerin ise 20-40 milyon dolar arasında olduğu tahmin edilmektedir. Örgütün antika ve tarihi eserlerin atışından da gelir elde ettiği bilinmekle beraber buradan sağlanan gelirin tahmin edilenden az olduğu görülmektedir. Bir diğer gelir kaynağı olan yabancı bağışlar ise bir önceki dönemin aksine önemli bir gelir kaynağı olarak gözükmemekte ve yeterli kanıt bulunamamaktadır. Son olarak ise ganimet ve yağmadan elde ettiği gelire bakıldığında büyük miktarlar göze çarpmaktadır. Örgütün sadece Musul'dan 500 milyon dolar ile 1 milyar dolar arası bir gelir sağladığı tahmin edilmektedir (Heißner, Neumann, Holland-McCowan ve Basra, 2017: 7-8).

Örgütün 2016 yılında gelirlerinin %50'sinin vergi kazancı ve ganimetlerden geldiği görülmektedir. Örgütün bu anlamda önemli ölçüde bir sistem kurduğu açıktır. Bu dönemde bankalardan ve mülklerden vergi toplamasının yanı sıra konut sakinlerinden %10, işyerlerinden %15, satış vergilerinden %2 ve banka para çekme oranındaki %5 oranlarında vergi almıştır. Bunların yanı sıra Hristiyanların ödedikleri "cizye" vergisi ve dini para cezası kesilen kişilerden gelen paralar da bulunmaktadır (Kreisman, 2017). Aynı zamanda örgüt tarihi arkeolojik alanların yağmalanmasından da vergi almaktadır. Bunun için Rakka'da %50 Musul'da ise %20 gibi bir oran belirlenmiştir. Örgüt yolları da kontrol etmesinin getirisi kullanmakta Kuzey Irak'ta 200 ABD Doları yol vergisi alırken Ürdün

ve Suriye'den Irak'a giren her kamyon için 800 ABD Doları gümrük vergisi almaktadır (Brisard & Martinez, 2014: 5).

DEAŞ'ın ekonomik gelirleri arasında petrolün her zaman çok büyük bir rolü bulunmuştur. En güçlü zamanlarında bir petrol şirketi benzetmesi yapılan örgüt, Suriye'de Ömer petrol sahası da dahil olmak üzere 10 büyük sahadan 6'sını kontrol etmiştir. Bunun yanı sıra Irak'ta da Ajeel and Hamreen gibi petrol sahalarını da kontrol altında tutmuştur (Daragahi ve Solomon, 2014). Bu dönemde petrol kaçakçılığı yolu ile elde edilen gelirler hem oldukça katkı sağlamış hem de stratejik nitelikte bir gelir kaynağı olmuştur.

#### **4.4. 2016-2019 Yılları Arası Dönem**

DEAŞ koalisyonun saldırıları sonrasında gerek Suriye gerekse de Irak'ta birçok bölgeyi kaybetmiştir. Örgütün gerileme döneminin asıl olarak kontrol ettiği büyük şehirleri ve yoğun popülasyonu kaybettikten sonra başladığı görülebilir. Aynı zamanda kaybettiği Musul ve Rakka gibi şehirlerin önemli petrol kaynakları olduğu ve bunun da örgüt için hayati derecede önem taşıdığı bilinmektedir. Örgüt, elinde bulundurduğu büyük yerleşim yerlerini, popülasyonu ve petrol kaynaklarını kaybetmesinin ardından çöllere ve yer altına çekilmiştir.

DEAŞ'ın gerilemesine ve gücünü kaybetmesine sadece bir askeri zafer gözü ile bakıldığında yanlış sonuçlara ulaşmak mümkündür. Bu şekilde örgüt iddia ettiği devlet hayalinden uzaklaşmış durumda olsa da bunu hazırlayan yapısal sorunların düzeltilmemesi ve finansal kaynaklarının engellenmemesi tekrar sorunun ilerde gün yüzüne çıkmasını sağlayacaktır. DEAŞ, bugün büyük gelir kaynaklarından uzaklaştırılmış, üyelerinin ciddi bir kısmı yakalanmış veya öldürülmüştür. Yönetici lider kadrolarına vurulan darbeler örgütü ciddi derecede etkilemiştir. Örgütün hareket alanı ve ekonomik kabiliyetleri ciddi derecede kısıtlanmıştır. Tüm bu olumlu kabul edilebilecek

gelişmelere karşın örgüt tamamen yenilgiye uğratılamamış ve yapısal değişimler meydana getirilememiştir. Bunun için başta Irak ve Suriye’de istikrarın sağlanması elzem görülmektedir.

Tüm yaşanan gelişmelere karşın DEAŞ şu ana kadar değişimlere ve zorluklara ayak uydurmayı bilen bir profil çizmiştir. Bu nedenle örgütün gerilemiş ve zor durumda olsa da tamamen etkisiz hale getirilemediği bilinmelidir (Clarke, Jackson, Johnston, Robinson, ve Shatz, 2017: 15-17). Bahsi geçen yapısal değişimlerin yanı sıra bir diğer hayati rol ise finansal kaynaklarının kesilmesidir. Örgüt; yer altına veya çöllerle çekilmesine karşın etkinliğini sürdürmektedir.

### **5.DEAŞ’ın Ekonomik Yapısı**

DEAŞ, her ne kadar büyük bir ekonomiyi kontrol etmiş olursa olsun bu ekonomik yapı ve ekonomik gücün yeterliliği kendini konumlandırmaya çalıştığı “devlet olma” durumu için yetersiz gözükmektedir. Örgütün kendi başına fiziki ve beşerî sermayesinin yeterli olmayacağı görülmekte aksine oldukça kırılabilir bir hale geleceği düşünülmektedir. Yine aynı şekilde örgütlerle değil devlet olan düşmanları ile karşılaştırıldığında ekonomisinin daha küçük olduğu, kurumlarının ise ekonomik bir büyümeyi sağlayabilecek şekilde yapılandırılmadığı görülmektedir (Hansen-Lewis ve Shapiro, 2015: 149-151). Böyle bir durumda örgütün ekonomik olarak ilerlemesini engelleyen iki unsurun daha olduğu görülmektedir. Örgüt, güvenli alanlarını ve kontrol ettiği nüfusu kaybetmektedir. Bu durum standart bir ekonomik yapı oluşturmasını zorlaştırmakta istikrarsız ve ne olacağı belli olmayan gelir kalemlerine sahip olmasına neden olmaktadır. İkincisi ise herkesle düşman olan DEAŞ’ın aksine sadece mücadele ettiği devletler de değil örgütler de dış yardım almakta daha yüksek imkân ve kabiliyetlere sahip olmaktadır. Bu durum örgütün gelir kaynaklarına ulaşımının engellenmesi ile daha hızlı bir şekilde yenilgiye uğrayabileceğinin göstergesidir.



DEAŞ (sözde) bir devlet olarak varlığını sürdürme noktasında yeterli direnci gösteremeyecek olsa bile önemli bir başka konu ise örgütün dirençli ve uyum sağlamayı bilen yapısıdır. Örgüt karmaşık ve komplike bir sistem kurmuş, bürokratik yapısını buna göre düzenlemiş ve saldırılara karşı dirençli olmayı hedeflemiştir (Blannin, 2017: 21). Bu durum örgüt yer altına veya çöllere geri çekilmek durumunda bile kaldığında onu hayatta tutabilecek bir unsurdur. Örgütün varlığını sağlayan yapısal koşullar değişmediği müddetçe sadece askeri başarılar örgütü bir devlet olabilmekten uzak tutabilse de etkinliğini belli bir ölçüye kadar sınırlandırabilecektir.

DEAŞ ile mücadele de örgütün gelirlerinin iyi analiz edilmesi gerektiği açıktır. Örgütün 2015 yılında sahip olduğu tahmin edilen 2 milyar dolarlık bütçesinin çoğu tek seferlik ve sürdürülebilir olması zor olan kaynaklardan elde edilmiştir. Bu da daha sonraları ekonomik olarak yetersizliklere, ücret düşürülmesine veya bir “devlet” olarak sunmaya çalıştığı hizmetlerden kısmen eksik kalmasına neden olmaktadır (Jonsson, 2015: 4). DEAŞ ile yapılan mücadele de dikkate alınması gereken bir diğer önemli nokta uygulanan yaptırım ve önlemlerin örgütü etkilemesi fakat sivillere zarar vermemesidir. Bu anlamda kişisel mağduriyetler ve intikam gibi radikalleşme başlatıcı süreçlerin olması engellenmelidir. Buna dikkat edilirken kontrollü bir şekilde ilerlenmesi hedeflenmelidir.

Örgütle mücadele sürecinde çok katmanlı ve çok taraflı bir mücadele sürdürülmesinin gerekliliği görülmektedir. Bu kapsamda hem ekonomik yaşamsal kaynakları kesmek hem insanları radikalleşmeye sevk etmemek, önceliklere bağlı stratejik hedeflere odaklı askeri başarıya odaklanmak ve toplumlar arasında var olan yapısal sorunların çözümüne yönelik adımlar atılması gerektiği açıkça görülmektedir. Tüm bu öncelikler örgütün finans kaynaklarına yönelik yürütülen mücadelenin ne kadar önemli olduğunu göstergesidir. Bu bakımdan

ekonomik istihbarat çalışmaları aynı zamanda örgütün eylem gücünü kıracak bir stratejik istihbarat unsurdur.

## 6.Sonuç

Günümüzde terör ve terörizm sorununun hem ulusal hem ulus üstü düzeyde önemli bir yer kapladığı görülmektedir. Problem gittikçe karmaşıklaşmış, tehdit seviyesi yükselmiş ve daha da ciddi bir boyuta evrilmiştir. Soruna odaklanma aşamasında ilk olarak bağlamın doğru okunması gerektiği açıktır. Bugün yaşadığımız dünya küreselleşmenin oldukça yoğun etkisi altındadır. Söz konusu gelişmeler bilginin hızlı yayılımı ve zamandan/mekândan bağımsızlaşma konusunda bildiklerimizin ötesinde değişimler getirmiştir. Günümüzde ulus devletlerin değişmekte olan rolleri, ulus üstü sorunların ortaya çıkışı, sınırları aşan problemler, çok aktörlü sorunlar, ulus altı örgütlerin bir aktör olarak ortaya çıkışı gibi gelişmeler yaşanmaktadır. Küreselleşme, bireyin kendisini konumlandırmasını da dönüşüme uğratmıştır. Bu anlamda sınıfsal konumlandırmaların yerine kimlik aidiyeti güç kazanmış ve küreselleşmenin yarattığı bir ikilem olarak yerleşme de eskisinden olduğundan çok daha önemli bir konuma gelmiştir.

Değişimler sonucu mevcut olan toplum tipi de dönüşüme uğramıştır. Ortaya çıkan toplum “enformasyon toplumu” olarak nitelendirilebilmektedir. Bilimsel ve teknik bilgi toplumun merkezine yerleşerek sosyal ve ekonomik sınıfları yeniden düzenlemiştir. Castells tarafından “bilgi toplumu” olarak da tanımlanan bu yeni toplum, bilginin sosyopolitik amaçlar için kullanılabildiği ve en önemli üstünlük aracı olduğu bir düzen oluşturmuştur.

Söz konusu değişim yeni güvenlik kaygılarını ve tehditlerini de biçimlendirmektedir. Yaşanan gelişmeler radikal unsurları da güçlendirmekte ve yeni güvenlik kaygılarının da oluşmasına neden olmaktadır. Gelişen imkanlardan terör örgütlerinin de oldukça

yararlandığı görülmektedir. Artık örgütler için finansal gelir kaynakları bulmak veya propaganda yapmak çok daha güvenli bir hale gelmiştir. Bu da örgütlerin eylemlerini arttırabilmelerini, güçlenmelerini ve yayılmaları kolaylaştıran unsurlardan biridir. Bu durum ayrıca örgütlerin finansman kaynaklarını çeşitlendirmesine de imkan sağlamaktadır.

Örgütlerin faaliyetlerinin sekteye uğratılabilmesinin ve geriletilebilmelerinin en önemli unsuru ekonomik önlemler olarak gözükmektedir. Buna karşın bu durum istihbari bilgilere ve yoğun çabalara muhtaçtır. Bu amaçla yapılacak çalışmalarda ekonomik istihbaratın rolünün çok önemli olduğu görülmektedir. Gerek örgüte karşı gerekse de örgütle alışveriş içerisinde bulunanlara karşı yaptırımların çift taraflı uygulanması para akışını kısmen kesebilecektir. Para akışında stabilitenin bozulması ve akışın azalması örgütü zayıflatacak bir unsur olurken sürdürülen mücadeleyi güçlendirecektir.

Makale kapsamında örnek olarak incelenen DEAŞ terör örgütü gücünün en yoğun olduğu dönemde oldukça büyük bir alana yayılmış, örgüt olmaktan (sözde) devlet olma aşamasına geçmek istemiş, halifelik gibi önemli bir makamı temsil etmeye çalışmış ve bir örgüte göre oldukça büyük bir ekonomik kabiliyete sahip olmuştur. Örgüt, vergiler ve harçlar, doğal kaynaklar, kaçırma ve fidye, antika ve tarihi eserlerin satışı, dış bağışlar, yağma ve para cezaları gibi yollarla kendi ekonomisini oluşturmuştur. Gücünün zirvesinde olduğu dönemde bu yürüttüğü savaşı ve eylemleri gerçekleştirebilmesini sağlarken aynı zamanda kendi idaresini de sağlamak anlamıyla bir bütçe oluşturmuştur.

Terör örgütlerinin gelir kaynaklarının detaylı analizlerine ihtiyaç duyulmaktadır. Ekonomik kaynaklar örgütler için yaşamsal anlamda oldukça etkilidir. Buna karşın makalede işlendiği üzere DEAŞ

örneğinde ekonomik kaynaklar oldukça çeşitlenmiştir. Bu kadar kaynağın dağıldığı karmaşık bir ekonomik planlamada takibinin de oldukça önemli olduğu görülmektedir. Ekonomik istihbaratın bu yaşamsal hattı kesmek için önemli bir etkisi olacağı aşikardır. Bahsedilen gelir kaynaklarının kesilebilmesi için askeri veya siyasi yolların da birlikte kullanılması gerekecektir. Bunun yanı sıra alınacak önlemlerin ve yaptırımların örgütü hedeflemesi fakat sivil halka zarar vermemesi de faydalı olacaktır. Ekonomik bir mücadele sürdürürken kişileri radikalleştirebilecek ve mağdur olmalarına neden olabilecek eylemlerden kaçınılması örgütün insan kaynağına ulaşmasını da engelleyecektir.

DEAŞ oldukça sofistike bir ekonomik yapı oluşturmuştur. Bu bir örgüt için oldukça büyük ve karmaşık bir yapıyı meydana getirmiştir. Bu durum verilecek mücadelenin de o ölçüde karmaşık olacağı anlamına gelmektedir. Örgütün en önemli gelir kaynaklarından birini petrol kaçakçılığı oluşturmaktadır. Buna karşın örgütün bunun satışını yapamayacak duruma getirilmesi önemli gözükmektedir. Bunun için istihbari bilgilerin elde edilmesiyle ilk etapta kaçak petrolü alan kişi ve bağlı oldukları yapılara yaptırımlar uygulanması verimli bir yol olarak gözükmektedir. Her ne kadar azaldığı belirtilse de örgütün özellikle Körfez olmak üzere aldığı bağışların önüne geçilmelidir. Bununla birlikte bağış yapan kişilerin finansal takibinin gerçekleştirilmesi için daha etkin takip sistemlerinin hayata geçirilmesi gereklidir. Bağışlar için genellikle takibinin yapılmasının zor olduğu ülkelerin seçildiği unutulmamalıdır. Tüm bu önlemlerin alınması için küresel işbirliğini de içerek şekilde etkin bir ekonomik istihbarat mekanizmasının faaliyete geçirilmesi gerekmektedir.

## **Kaynakça**

Balay, R., (2004). Küreselleşme Bilgi Toplumu ve Eğitim. *Ankara Üniversitesi Eğitim Bilimleri Fakültesi Dergisi*, 37(2), 61-82.

- Bauman, Z., (2014). *Küreselleşme* (5. b.). (A. Yılmaz, Çev.) İstanbul, Ayrıntı Yayınları.
- Bell, D., (1999). *The Coming of Post-Industrial Society: A Venture in Social Forecasting*. New York, Basic Books a Member of the Perseus Books Group.
- Blannin, P., (2017). Islamic State's Financing: Sources, Methods and Utilisation. *Counter Terrorist Trends and Analyses*, 9(5), 13-22.
- Brisard, J.-C. ve Martinez, D., (2014). *Islamic State: The Economy-Based Terrorist Funding*. Thomson Reuters: [http://cat-int.org/wp-content/uploads/2016/06/White-Paper-IS-Funding\\_Final.pdf](http://cat-int.org/wp-content/uploads/2016/06/White-Paper-IS-Funding_Final.pdf) (Erişim Tarihi: 7 Aralık 2019).
- Castells, M., (2016). *İletişim Gücü* (1. b.). (E. Kılıç, Çev.) İstanbul, İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları.
- Clarke, C. P., Jackson, K., Johnston, P. B., Robinson, E. ve Shatz, H. J., (2017). Financial Futures of the Islamic State of Iraq and the Levant. *Findings from a RAND Corporation Workshop*, 1-54. Rand Corporation.
- Cockburn, P., (2014). *İslam Devleti'nin Yükselişi İŞİD ve Yeni Sünni Ayaklanması*. (M. Akınbay, Çev.) İstanbul, Agora Kitaplığı.
- Çelik, A., (1998). Bilgi Toplumu Üzerine Bazı Notlar. *Hacettepe Üniversitesi Edebiyat Fakültesi Dergisi*, 15(1), 53-59.
- Daragahi, B. ve Solomon, E., (2014). *Fuelling Isis Inc*. Financial Times: <https://www.ft.com/content/34e874ac-3dad-11e4-b782-00144feabdc0> (Erişim Tarihi: 2 Aralık 2019).
- Güldiken, N., (2006). Bilginin Elde Edilmesi ve Korunmasında Ekonomik İstihbarat Sistemlerinin Rolü. *C.Ü. İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 7(2), 169-182.
- Gürel, S., (2015). Terör ve Terör Örgütlerinin Finans Kaynakları. *Uluslararası Yönetim ve Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 2(4), 16-27.
- Gürler, R. T. ve Özdemir, Ö. B., (2014). Tevhid ve Cihad Örgütü'nden İslam Devleti'ne. *SETA Perspektif*, (60), 1-8.
- Hansen-Lewis, J. ve Shapiro, J. N., (2015). Understanding the Daesh Economy. *Perspectives on Terrorism*, 9(4), 142-155.
- Heißner, S., Neumann, P. R., Holland-McCowan, J. ve Basra, R. (2017). *Caliphate in Decline: An Estimate of Islamic State's Financial Fortunes*. icrs.info: <https://icrs.info/wp-content/uploads/2017/02/ICSR-Report-Caliphate-in-Decline-An-Estimate-of-Islamic-States-Financial-Fortunes.pdf> (Erişim Tarihi: 5.12.2019).
- Helvacıköylü, G., (2007). *Terör Nedir?* tasam.org: [https://tasam.org/tr-TR/Icerik/515/teror\\_nedir](https://tasam.org/tr-TR/Icerik/515/teror_nedir) (Erişim Tarihi: 1.12.2019).
- HMB, *Terörün Finans Kaynakları*. (Hazine ve Maliye Bakanlığı) hmb.gov.tr: <https://www.hmb.gov.tr/terorun-finans-kaynaklari> (Erişim Tarihi: 5.1.2020).
- İnan, Ş. ve Doğan, Y., (2018). Ekonomik İstihbarat ve Ülke Uygulamaları. *Journal of Current Researches on Social Sciences*, 8(1), 317-342.

- Jonsson, M., (2015). *Funding the Islamic State: Sources of Revenue, Financing Requirements and Long-Term Vulnerabilities to Counter-Measures*. FOI. [https://www.foi.se/download/18.7fd35d7f166c56ebe0bc0e8/1542369070574/Funding-the-Islamic-State\\_FOI-Memo-5525.pdf](https://www.foi.se/download/18.7fd35d7f166c56ebe0bc0e8/1542369070574/Funding-the-Islamic-State_FOI-Memo-5525.pdf) (Erişim Tarihi: 30 Kasım 2019).
- Karatay, Ö. ve Kapusuzoğlu, M., (2011). Mali ve Ekonomik Suçların Terörün Finansmanı Bağlamında Değerlendirilmesi. *Ekonomi Bilimleri Dergisi*, 3(1), 118-120.
- Kreisman, R., (2017). *Raqqa and the Oil Economy of ISIS*. Atlantic Council: <https://www.atlanticcouncil.org/blogs/syriasource/raqqa-and-the-oil-economy-of-isis/> (Erişim Tarihi: 2.12.2019).
- Kumar, K., (2013). *Sanayi Sonrası Toplumdan Post-modern Topluma Çağdaş Dünyanın Yeni Kuramları* (4. b.). (M. Küçük, Çev.) Ankara, Dost Yayınları.
- Miman, A. T., (2006). Ekonomik İstihbaratın Küreselleşme İçerisindeki Yeri ve Önemi. *Yüksek Lisans Tezi*. Sivas, Cumhuriyet Üniversitesi Sosyal Bilimler Üniversitesi.
- Potter, E. H., (1998). Introduction. E. H. Potter, *Economic Intelligence National Security* içinde, 6-21. Carleton University Press.
- Robertson, R., (1995). Glocalization: Time-Space and Homogeneity-Heterogeneity. M. Featherstone, S. Lash, & R. Robertson, *Theory, Culture & Society: Global Modernities* içinde, 25-44. Londra, SAGE Publications Ltd.
- Slattery, M., (2012). Bilgi/Bilişim Toplumu. M. Slattery, *Sosyolojide Temel Fikirler* içinde, (Ü. Tatlıcan, Çev., 5. b.), 399-405. Ankara, Sentez Yayınları.
- Slattery, M., (2012). Sanayi-Ötesi Toplum. M. Slattery, *Sosyolojide Temel Fikirler* içinde, (G. Demiriz, Çev., 5. b.), 461-469. Ankara, Sentez Yayıncılık.
- Warrick, J., (2016). *Siyah Bayraklar* (1. b.). (I. Tansal, Çev.) İstanbul, A7 Kitap.
- Weiss, M. ve Hassan, H., (2016). *IŞİD Terör Ordusunun İçyüzü* (1. b.). (E. A. Kayhan, Çev.) İstanbul, Kırmızı Yayınları.
- White House., (2019). *Remarks by President Trump on the Death of ISIS Leader Abu Bakr al-Baghdadi*. whitehouse.gov Web Sitesi: <https://www.whitehouse.gov/briefings-statements/remarks-president-trump-death-isis-leader-abu-bakr-al-baghdadi/> (Erişim Tarihi: 27.11.2019).
- Woertz, E., (2014). How Long Will ISIS Last Economically? *Notes internacionals CIDOB*(98), 1-5.
- Yeşilorman, M. ve Koç, F., (2014). Bilgi Toplununun Teknolojik Temelleri Üzerine Eleştirel Bir Bakış. *Fırat Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 24(1), 117-133.

## Mey, Balaban ve Duduk Sazlarının Genel Olarak İncelenmesi ve Kültürel Perspektifte Karşılaştırılması<sup>1</sup>

Zafer EREN<sup>1\*</sup>, Leyla TANSEVER<sup>2</sup>

<sup>1</sup>Amasya Güzel Sanatlar Lisesi/Amasya, Türkiye.

**Orcid Numarası:** 0000-0002-7226-9792

<sup>2</sup>Haliç Üniversitesi, Konservatuvar/Opera ve Konser Şarkıcılığı Bölümü, İstanbul, Türkiye.

**Orcid Numarası:** 0000-0002-7345-2193

**Geliş Tarihi:** 16.12.2019

**\*Sorumlu Yazar e mail:** ataozlemim@hotmail.com

**Kabul Tarihi:** 27.03.2020

**Atf/Citation:** Eren, Z. ve Tansever, L., “Mey, Balaban ve Duduk Sazlarının Genel Olarak İncelenmesi ve Kültürel Perspektifte Karşılaştırılması”, Haliç Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi 2020, 3-/1: 131-165.

### Öz

Bu çalışmada, geçmişten günümüze kadar olan süreçte belirli aralıklarla ele alınan mey, balaban, duduk çalgılarının kelime anlamları ve tarihsel süreçleri detaylı bir şekilde incelenmiştir. Mey, balaban, duduk çalgılarının biçimleri, bölümleri, ses karakterleri ve kullanım alanlarıyla birlikte, ortakyönleri incelenmiş olup çok az da olsa farklılıkları detaylı bir şekilde belirtilmiştir. Ayrıca Anadolu’da mey, Azerbaycan’da balaban, Ermenistan’da duduk çalgıları bire bir gözlemlerle incelenmiş, bu çalgıları icra eden kişiler ile görüşmeler gerçekleştirilmiştir. Bu görüşmeler doğrultusunda bu çalgıların yapım aşamasında kullanılan ağaçların isimleri, perde yapıları, üfleme teknikleri ve genel karakteristik özelliklerine değinilmiştir. Buldukları coğrafi yapılar, kültürler ve folklorik çizgiler, kullanılan farklı diller ve yaşam şekilleri bu sazları ayrı bir kimliğe bürüdüğü görülmüştür. Yapılan gözlemlerden çıkarılan sonuç, bu üç üfleme çalgının artık müzik dünyasında daha fazla yer bulması gerektiğidir. Bu çalışmada ayrıca bu sazların gövdesinde yapılan bazı değişikliklerle yıllardan beri süregelen gövde üzerindeki görünüm biraz değiştirilmiştir. Sonuçta, bu sazların daha güçlü bir ses dizisine sahip olarak ezgileri daha kolay icra etme potansiyeli kazandırılmıştır. Bu şekli ile de bu sazların diğer sazların yanında etkisinin ve

<sup>1</sup> Bu çalışma birinci yazarın sanatta yeterlik tez çalışmasından üretilmiştir.

gücünün çoğaltıldığı görülmüştür. Bu çalgıların yapımcılarından, icracılarına hatta dinleyicileri de bilinçlendirilerek gelecek kuşaklara aktarılması ve böylelikle de bu çalgılarla ilgili düşünceleri daha iyi kontrol altına alınabileceği düşünülmektedir.

**Anahtar Kelimeler:** Mey, Duduk, Balaban

## **General Evaluation of Mey, Balaban and Duduk Musical Instruments and Comparing Them in a Cultural Perspective**

### **Abstract**

In this study, the meanings and the historical process of the musical instruments of mey, balaban and duduk, which have been studied so far from past to present are investigated in a detailed way starting from the Hellenistic period to present. Together with the shapes, parts (joints), audio characteristics and the areas of use, common points of the instruments of mey, balaban and duduk are studied and additionally their minor differences are marked. The kinds of the trees and general characteristics of the reeds are mentioned. Interviews were done with the builders of these instruments to have an idea on their manufacturing. Mey in Anatolia, balaban in Azerbaijan, duduk in Armenia are examined by personal observations, and interviews with the performers of these instruments were done. In accordance with these interviews, the names of the trees being used at the manufacturing process of the instruments, fret structures, blowing techniques and general characteristics are mentioned. It was seen that geographical factors, cultural and folkloric lines, different languages and life styles gave these instruments a different identity. The result of the observations is that these three instruments should be taking part more in the music life now. The fact that they were used frequently in both their own culture and in the world music have provided these instruments a different power and identity. Moreover, in this study, some changes in the body of these instruments have changed the appearance on the body that has been going on for years. As a result, these instruments have the potential to perform tunes more easily by having a stronger sound sequence. It is thought that by raising awareness on the manufacturers, performers and even the listeners, these instruments can be transferred to the future generations and thus the information about these instruments can be taken under control.

**Keywords:** Mey, Duduk, Balaban



## 1. Giriş

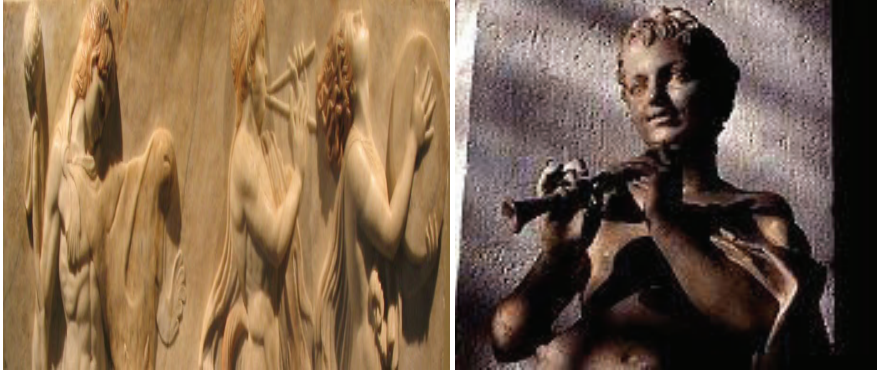
Çalgı eğitiminde en önemli unsur bilimsel kurallar ile var olan gizli gücün duygular ile ifade edilebilmesidir. Bu ifade söz ve enstrüman ile olabilir. Günümüze kadar var olup gelebilen bu enstrümanların tanıtılması ve teknik olarak öğretilmesi müzik dünyası açısından olduğu kadar müzik eğitimi açısından da oldukça önemli görülmektedir. Bu enstrümanların tanıtılması açısından süreç içerisinde birçok zorluklarla karşı karşıya gelinmektedir. Bu zorlukların başında bu sazların çok az kişi tarafından icra edilmesi ve icrasındaki zorluğu ve kısıtlı ses aralığında oluşu bu sazların öğreniminde ve öğretiminde çok büyük sıkıntılar yaratmaktadır. Bu sorunları en aza indirebilmek için bu sazların iyi bir tanıtıma ve icra eğitimine ihtiyacı vardır. Bu çalışmada da, bu sazları tanıtmak adı altında en başta yok olmaktan kurtarmak ve eğitim sürecini hızlandırmak adı altında katkıda bulunmanın önemli olduğuna vurgu yapılmakta olup mey, balaban ve duduk çalgılarını genel anlamda tanıtmak ve yaşatmak istenmektedir. Bu sazların karakteristik özelliklerinin yanı sıra, bu sazları icra eden kişilerle yapılan görüşmelere de yer verilmiştir. Bu sazların ortak ve farklı yönleri de ele alınmıştır. Ayrıca bu sazlara eklenen bir özellik de yeni bir boyut katılmaya çalışılmıştır. Bununla birlikte bu sazların yöresel anlamda özellikleri de incelenerek kültürel anlamda ele alınması amaçlanmıştır.

## 2. Genel Bilgiler

Bu bölümde mey, balaban ve duduk çalgılarının genel özellikleri hakkında bilgiler verilmiştir. Bu sazların kelime anlamları, tarihsel süreçleri, fiziksel özellikleri sınıflandırılması gibi özellikler örnekler verilerek açıklanmıştır.

## 2.1. Mey Sazının Kelime Anlamı ve Tarihçesi

İlk olarak Türk müziğinde kullanılan mey sazının özellikleri ele alınmıştır. Mey, Türk müziğinde çok uzun yıllardır sevilerek kullanılan üflemeli çalgıdır. İlgili literatür incelendiğinde, kelime olarak mey sazının nereden geldiği konusunda birçok bilgiye rastlanıldığı dikkati çekmektedir. Bu kaynakları incelediğimizde: nay-ı balaban veya nayçey-i balaban isminin günümüze kadar yansımaları olduğu görülmektedir. Farsça’ da, “çe” eki küçültme eki olarak kullanılmaktadır. Nay ise eski İran dilinde nada’dan türemiş ve anlamı kamış olan bir kelimedir. Nay, Türkçe’de “Nay” incelenerek Ney haline gelmiştir (Öztuna, 1990:116) Ney, Farsça nay kelimesinin, kelime olarak incelenmiş halidir. Büyük bir olasılıkla mey kelimesinin anlamı dilimize nay’dan incelenerek gelmiş, mey çalgısından farklı bir çalgı görünümünde gözükmesi için kullanılan bir sözcüktür. Bu ayrım hitap ettikleri müzikten kaynaklanır. Ney, Türk sanat müziğimiz ve Türk tasavvuf müziklerimizde kullanılırken mey ise Türk halk müziğine hitap etmektedir. Mey sözcüğünü incelediğimizde birçok farklı anlamlar karşımıza çıkmaktadır. Mey kelimesine yakın anlamlarını (Ata, 1996:9) şu şekilde sıralamaktadır: “Meyi; eriyip akma. Meyi: Ney (Kars), May: Su arkı, su mecrası” olarak geçmektedir. İfade de görüldüğü üzere mey kelimesi ile ilgili farklı anlamlar bulunmaktadır. Mey kamış ile birlikte icrası yapılan bir çalgıdır. Mey çalgısının karakteristik özelliğini veren kısım ise kamıştır. Aşağıdaki şekillerde bu çalgının tarihsel süreçlerde kullanımı ile ilgili resimler yer almaktadır.



**Şekil 1.** Tarihsel Helenistik Dönem Çalgısı Monaulos (URL-1)

Şekil 1’ de görüldüğü üzere çalgıların Helenistik çağı Mısır kalıntıları arasında bulunan “monaulos” ile yakın bir bağlarının olduğu ifade edilmektedir. Şahin’e göre, İngiliz araştırmacı Picken’in de bu konuda, meyın ve Azerbaycan’da kendisine çok benzeyen kamış borulu (balaman), Sovyet Ermenistan (duduk), Gürcistan (duduki), Dağıstan (balaban) ın Antik çağın son dönemlerine ait monaulos ile ilişkisi olduğuna dair görüşleri bulunmaktadır. Anadolu’ da yapılan kazı çalışmalarında da mey sazına benzeyen çalgılara rastlandığı görülmektedir (Şahin, 2018: 64).

İlgili Türkçe kaynaklar incelendiğinde ise Maragalı Abdülkadir (1350-1435) ilk defa meye değinerek, “nayçe-i balaban” ismiyle belirttiği bu çalgı, surnaya benzer surnayın talimi bununla yapılır, yumuşak ve hazin bir sesi vardır şeklinde tanımlamıştır (Bardakçı ,1986:107)

Yukarıda belirtilen düşünceler mey sazının farklı isimlerle de olsa Türk Kültürü adına çok önemli olduğunu ispatlamaktadır. Türk musikisi devlet konservatuvarı sanatçı ve aynı zamanda öğretim görevlisi /Müzikoloji anabilim dalı başkanı Süleyman Şenel ile bu konuda bir röportaj gerçekleştirmiştir. Süleyman Şenel bu söyleşisinde bu çalgılar için farklı isimler ve küçük değişiklikler ile Asya’da

yaşatıldığını “Form ve teknik yapı yönünden “mey”, “duduk” ve “balaban /balaman” (yassı balaban, yastı balaban) isimlendirmeleri aynı tip sazı ifade ettiğini belirtmiştir. Bu üç çalgının kendi içlerinde çok küçük farklılıklar mevcut olsa bile, bunların çok doğal olduğunu vurgulamıştır. Bu çalgıların elbette gövde kısımları ve iç çapları, uzunlukları, delik sayıları gibi, ağaç cinslerinin de ses renklerini değiştireceğini ifade etmiştir. Bununla birlikte repertuarlarının da birbirlerine benzemediğini de vurgulamıştır. Mahmut Ragıp Gazimihal mey kelimesinin TDK’de ilk defa 1926’da kendi ifadesi ile yer aldığını ifade etmektedir. Gazimihal’e göre “mey” eski lügatlerimiz ve kamuslarda da hiç bulunmayan bir çalgı adıdır. Dolayısıyla şarkiyat ve müzikoloji dünyasında da meçhul kaldığını: “Bu çalgı adından söz açtığım üç beş yazımdan veya ikisinde, kelime mürettebine yazık ki düzeltme kuruntusuna uğrayıp “ney” olmuştur” diye ifade etmektedir (Gazimihal, 2001:40).

Günümüzde dahi “mey” ile “ney” kelimeleri karıştırılmaktadır. Oysaki yukarıda da ifade edildiği gibi “mey” Türk halk müziğimizin içinde yer alan bir saz iken “ney” ise tasavvuf ve Türk sanat musikisinin bir çalgısıdır. Bu bilgi yanlışlığının var oluşunda dinleyicilerin her iki müziği de tanıyamaması ve dolayısıyla müzikal anlamda bilgi yoksunu olmasından kaynaklanmaktadır. Üflemeli çalgıları incelediğimizde, bu çalgıların zamanla birlikte bulunduğu coğrafik şartların ve kültürlerin bu çalgılar üzerindeki şekillerinin ve seslerinin değişkenlik göstereceği görülmektedir. Bu değişkenlik elbette olumlu yönde olmalıdır. Otantik ses yapısı asla bozulmamalı ve çağın gerektirdiği yeniliklerle beslenmelidir. Benzer şekilde farklı tanımların da yapıldığı dikkati çekmektedir. Örneğin, bir tanımda “mey, Doğu Anadolu Bölgemizin (Artvin, Erzurum, Kars, Bayburt vb.) karakteristik sazıdır. Dilsiz düdüğe benzer.” (Özbek, 1981: 92). Meydan Larousse’da ise “mey, halk dili Musiki’de nefesli bir Türk Halk Çalgısı daha çok tekke müziğinde kullanılır” şeklinde ifade edilmektedir (Meydan Larousse, 1988: 696). Ögel’e göre ise “Mey, yassı sipsili bir Türk borusudur” (Ögel, 2000:

435). Birçok araştırmacının farklı bilgileri paylaşması mey sazının ilk olarak ortaya çıkışı ve kökeni olarak nereden geldiği noktasında bizlere sağlıklı bir bilgi sunmamıştır. Ancak, mey çalgısının yapısal özellikleri ve kullanım alanları hakkındaki bilgilere bir ışık tutmuştur.

Türkiye’de mey’in ilk kez 1952 yılında Ankara radyosunda yayın hayatına girdiği görülmüştür. Seyfettin Sığmaz, mey çalgısının Türk halk müziği programlarında kullanılmasını sağlayan sanatçı olarak bilinmektedir. Yine Sadi Yaver Ataman’ın yönettiği topluluklarda Cevri Altıntaş aynı yıllarda mey çalgısını kullanmaya başlamıştır. Cevri Altıntaş, “Kerem ile Aslı”, “Köroğlu” gibi destanların müziklerinde mey çalgısını çok güzel bir üslupla kullandığı görülmüştür. İlerleyen yıllarda ise Binali Selman, İstanbul radyosunda, uzun yıllar mey çalgısını büyük bir ustalikle icra etmiştir .Yine müzisyen olan kardeşi Yasar Selman abisine zurnaya davul, mey icrasına ise def ile eşlik etmiştir (Çakmak 2006: 7). Yaşanan bu süreçlerde mey çalgısının akort sorununun olması kullanılan alanlarda sıkıntı yaratmıştır. Mey çalgısı yerine başka alternatif çalgılar kullanılmak istense de bu süreç Muzaffer Sarısözen tarafından engellenmiştir. Mey çalgısını yerine klarnet çalgısını kullanmak isteyen Seyfettin Sığmaz bu konuda emeline ulaşamamıştır. Bu karar elbette kendi kültürümüze ait olan mey çalgısının önünü açan bir adım olmuştur. Bu yaşanan süreçte mey çalgısı yerine klarnet çalgısını kullanmak isteyen Seyfettin Sığmaz Halk Müziği topluluğundan ayrılmak istemiştir (İlerleyen yıllarda Sadi Yaver Ataman’ın yönettiği topluluklardan sonra Ahmet Yamacı’nın yönettiği topluluklarda da Cevri Altıntaş, Binali Selman ile İstanbul radyosunda mey icrasında bulunmuşlardır. Fakat icra ettikleri mey çalgısının en kalın sesinde yani FA sesinde sorunlar ortaya çıkmıştır. Yapısı itibari ile FA diyez sesine ulaşabilmek için bu perde biraz daha küçültülerek soruna çözüm bulmuşlardır (Güler, 2015: 19). Yaşanan bu süreçte mey çalgısının uzun bir dönem sonrası kendi içinde bu çalgının küçük bir değişikliğe uğradığını göstermektedir (Şekil 2.’de Fa ve Fa diyez perde deliklerinin görünümüne ait görüntüler yer almaktadır.



**Şekil 2.** Fa ve Fa Diyez Perde Deliklerinin Görünümü

Kullanım açısından mey sazının gövdesindeki en son deliği biraz daha küçük delerek sorunun çözülmesi olumlu bir gelişme olarak iz bırakmasına rağmen bu sefer de FA natürel ses kaybolmuştur. En son ses FA diyez olunca FA sesine ulaşamamıştır. Hem FA hem de FA diyez sese ulaşmak için günümüz icracıları en son perdeye bant sarmakla FA diyez sesine ulaşırken sarılan bant çıkarıldığında da FA natürel sesi elde etmektedirler. Natürel açılmasının olumlu olduğu söylenebilir, çünkü natürel sesi diyezli hale getirilebilir ancak diyezli sesin natürel yapılması zordur. Aradan geçen bir süreçle birlikte mey çalgısı gelişimini devam ettirerek Orta mey ve cura mey olarak karar seslerini yakalama çalışmalarıyla zenginleşmiştir. Benzer sorun orta mey ve cura meylerde de en son perdedeki delik küçültülerek giderilmiştir. İlerleyen tarihlerde İTÜ Türk Musikisi Devlet Konservatuarının 1975 yılında ilk olarak mey eğitimine yer verdiği görülmektedir. Daha sonra bunu Ege Devlet Konservatuarı ve Gaziantep Üniversitesi Devlet Konservatuarı da takip ederek, bölümlerinde mey derslerine yer vererek sürece katkıda bulunmuşlardır (Güler, 2015:19). Böylece mey sanatçıları ve öğretmenleri günden güne çoğalarak devam etmektedir. Devam

eden bu süreçle birlikte mey çalgısı yurdun dört bir yanına yayılarak bölgesel bir kimlikten uzaklaşıp ülke kimliğine bürünmüştür. Kucur'un yaptığı röportajda, mey sazının bölgesel bir saz olmaktan çıkma sebebinin dijital ortamların gelişmesiyle bilgisayarın oldukça yaygın halde kullanılması meyın, bölgesel değil ulusal hale gelmesinde önemli rol üstlendiği söylenebilir (Kucur, 2005).

## 2. 2. Mey Sazının Fiziksel Özellikleri

Mey üç kısımdan oluşmaktadır:

**a) Gövde [Klavye]:** Gövde dediğimiz kısımda birçok ağaç çeşidi kullanılır. Fakat nefesli saz yapımcılarının tercih noktaları bir yerde birleşir ki bu durum kaçınılmazdır. Ortak düşünce gevrek ve sert olan ağaçlardır. Erik ve zerdali en çok verim alınan ağaçlardır. Bu ağaçlardan kaliteli ses elde edildiği görülmüştür. Son zamanlarda ise fırınlama yolu ile kayısı, ceviz, karasakız, dut, şimşir, zeytin, gül gibi ağaçlarda kullanılmaktadır. Ayrıca ithal olan abanoz ağacından da iyi verim alındığı görülmüştür. Gövde yapımında kullanılan ağaç kesinlikle yaş olmamalıdır. Çünkü yaş olan ağaç suyunu kaybederken fiziksel değişikliğe uğrar. Bu değişiklikte görsel ve işitsel bozukluklar meydana gelir. Meydana gelen bu durum yapımcıların dilinde ağacın yılması olarak söylenir. Kaliteli bir gövdeden bahsederken ağacın türünün ve cinsinin yanında gövdenin ağız kısmı, perdelerinin açılımı, gövdenin silindirik boru gibi pürüzsüz olması da önemlidir.

**b) Kamış [Ağızlık]:** Mey sazının en önemli kısmı olan kamış, sulak arazilerin kenarlarında kendiliğinden yetişir. İçi boş silindirik bir şekilde olan kamış, kaynatılıp yumuşatılarak bir tarafı yassı haline getirilir. Bu yassılık sayesinde dudakların rahatça üfleyebilmesi sağlanır. Bu işlem yapılırken, büyük bir ustalık gerektiren işlemlerden geçirilir. Bir ucu gövdeye gelecek şekilde huni haline getirilip gövdeye takılır.



Takılan kamış her zaman gövde ile doğru orantılı olmalıdır. Kamışın boyu, çapı ve kalınlığı [etli oluşu] önemlidir. Mey sazına kimliğini kazandıran en önemli bölümdür.

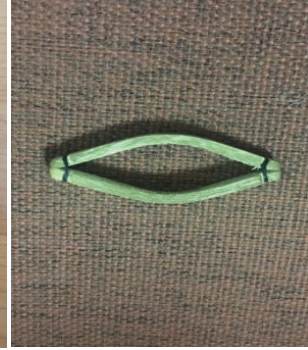
**c) Kısaç [Kelepçe, Maşa], mandal:** Kamışın tınısını ve akordunu sağlayan bölümdür. Kamışın yassı bölümünden geçirilen kısaç, kamışın orta bölümüne kadar çekilir. Yapı malzemesi olarak birçok ağaç çeşidi kullanılabilir. Su kamışlarının sert ve kalın bölümlerinden yapıldığı gibi, asma ağacı, söğüt dalı, fındık dalı tercih edilir. Yapılan bu parçalara kısaç ismi verilir. Kısaç isminin söylendiği gibi maşa, kelepçe ismiyle de söylenir. Kamışın uç kısımlarının kalıbını koruyan parçaya başlık denir. En büyük görevi dış etmenlere karşı kamışın ucunu korumaya alır. Aşağıdaki şekillerde gövde, kamış ve kısaç görünümü yer almaktadır.



Şekil 3a. Gövde



Şekil 3.b. Kamış



Şekil 3.c. Kısaç

### 2. 3. Mey Sazının Yapısal ve Teknik Özellikleri

Mey sazında sağlıklı bir ses elde edebilmek için ana gövde, kamış ve kısaç uyumu çok önemlidir. Gövdeye uygun kullanılmayan kamış, seslerin detone ve sürtone olmasına sebep olur. Uygun seçilen kamış takıldıktan sonra kıskaçın, kamış üzerindeki duruşu da oldukça



önemlidir. Takılan kıskaç kamışın orta yerlerinde durmalı, ucu çok açık ve kapalı olmamalıdır. Ayrıca kıskaç kamışa dar gelip ağız kısmına yakın olur ise seslerde tizleşme meydana gelir. Bunun yanında kıskaç geniş olup kamışın bitimine yakın çekilmesi durumunda ise sesler çok pesleşir. Bu durumda çok fazla nefes harcanarak sağlıklı bir üfleme gerçekleşir. Kamışa takılan kıskaç aşağı ve yukarı hamlelerle sağlıklı bir ses elde edilene kadar uygun şekilde bırakılarak var olan tını bulunur. Kıskaç takılmadan önce ağızda ıslatılarak kamış üzerinde kaymaması sağlanır. Uygun olan tını bulunarak çalınma hazır hale getirilir. Mey sazını üflerken seslerin tizleştirilmesi ve pesleştirilmesi, perdelerin açılıp kapanması dışında, dudağın kullanımı da çok önemlidir. Dudaklar, kamışı serbest bıraktığında kamışın arası açılır ve ses pesleşir. Dudaklarımızı sıkığımız zaman ise kamışın ucu kapanır ve ses tizleşir. Ayrıca üflemedeki şiddet de çok önemlidir. Üfleme şiddetinin zayıf ve kuvvetli oluşu çıkan sesi etkiler. Mey sazının genel yapısı ve teknik özelliklerini Kalın mey metodunda açıklamaktadır. Kalın'a (2012) göre mey ülkemizde çok bilinen bir çalgı olmasına rağmen son yıllarda giderek yaygınlaşmıştır. Mey sazının lirik, mistik ses yapısı insanı etkiler: Özellikle ağıt, aşk, sevdâ, ayrılık, doğa gibi konular bu çalgının sesi ile insanı etkileyen biçimde ifade edilmektedir. Meyde 7'si önde 1'i arkada olmak üzere, 8 perde deliği bulunmaktadır. Perde sistemi diyatonik olup, 1 oktav ses genişliğine sahiptir. Geleneksel olarak cura (soprano), orta (tenor), ana (bas) isimleri ile adlandırılan 3 boyu vardır. Bugün artık değişik ses tonlarında meyler mevcuttur.

#### **2. 4. Mey Sazının Sınıflandırılması**

Mey sazını incelediğimizde yapısı ve ses özelliklerine göre üç grupta ele alındığı görülmektedir:

- a) Ana mey: En kalın ses tonuna sahip olan meydur. Kamış eklenmemiş halindeki ölçüsü 38-44 cm arasında değişmektedir.

Bas seslerin ağırlıklı olduğu bir sazdır. Sİ-DO –DO diyez, RE, Mİ bemol seslerini verir.

b) Orta mey: Ana meyden 4 ses tizdir. Kamış eklenmemiş halindeki ölçüsü 34-38 cm arasında değişmektedir. Karar sesleri Mİ, FA, FA DİYEZ, SOL, SOL DİYEZ, LA ve Sİ BEMOL seslerini verir.

c) Cura mey: En ince ses tonuna sahip olan meydur. Ana meyden bir oktav tizine ve orta meyden 4 ses tizine ayarlanabilir. Sİ, DO, DO diyez; RE, Mİ bemol, Mİ seslerini verir.

## 2. 5. Mey Sazının Ses Aralığı

Mey, bir oktav artı yarım ses genişliğindeki bir ses aralığına sahiptir. Diatonik bir çalgı olan mey sazının kısıtlı olan ses sahası, her türlü ezgiyi çıkartamaz. Mey sazının icrasında dudak, nefes, parmak hâkimiyeti çok önemlidir. Ses aralığının dar olması bu sazın transpoze çalınmasını sınırlamıştır. Bu yüzden her bir nota ses için ayrı bir mey kullanılır. Yarım sesler için kamış yolu ile ya da kamışa eklenen ek boru ile sorun giderilir. Mey sazını daha detaylı incelediğimizde, seslerin sadece ana gövdede şekillenmediğini görürüz. Seslerin bir kısmının da üfleme tekniğiyle veya parmak pozisyonlarıyla (perdeyi yarım, çeyrek açma gibi) bulunmasının yanında, dudak pozisyonları da çok etkilidir. Bunun için mey sazını icra eden kişinin çok iyi bir müzik kulağına sahip olması gerekmektedir.

Ülkemizde yarım asırdan beri mey, zurna, kaval yapan Ali Rıza Acar bu mesleğini babası Düdükçü Nuri'den öğrendiğini söylerken yapımında ise erik, kayısı, abanoz, karasakız ağaçlarını tercih etmektedir. Kendisi ile bu çalışma kapsamında yapılan görüşmede: Yaptığı çalgıları ülkemizin her tarafına gönderdiğini ifade etmiştir. Bu yapmış olduğu sazları TRT kurumlarındaki sanatçılara, Kültür Bakanlığı korolarına ve üniversite korolarına gönderdiğini söylerken

yapım aşamasında kullandığı materyallerin birçoğunu, kendisinin yaptığını ve el işçiliğinin çok önemli olduğuna değinmektedir. Uzun süreden beri imalathanesinin İstanbul'da olduğunu ve geçimini bu işle sağladığını söylemektedir. Ayrıca, yaptığı çalgılarda kendine has kalıpların olduğunu söylerken yeniliğe sürekli açık olduğunu vurgulamaktadır. Genel yapıları ve çizgileri belli olan Ali Rıza Acar diğer yapımcılara da yardımcı olduğunu, bildiklerini paylaştığını ve bu çalgıların gelişimine açık olduğunu söylerken genel karakteristik özelliğinin bozulmamasını, doğal yapısının korunmasına özen gösterilmesi gerektiğini ifade etmektedir.

Mey çalgısı, Anadolu'nun doğu bölgelerinde çok fazla kullanılan ses yapısı itibariyle doğu illerimizin müziklerine çok uygun üflemeli bir çalgımızdır. Fakat günümüzde, iletişimin yaygınlaşmasıyla hemen hemen yurdun tüm bölgelerine ulaşmıştır. Konservatuarların ve üniversitelerin müzik bölümlerinin çoğalması, mey çalgısının Türk halk müziği korolarında yer bulması, dinleyicilerin ve icracıların çoğalması, mey çalgısını ön plana çıkarmıştır. Ses ve yapısal karakteristik özelliği sayesinde genellikle kapalı mekânlarda icra edilmiştir. Bu sayede meydan çalgısı olma özelliğinden sıyrılmıştır. Mey icra eden ustalar bu çalgının yanında, kardeş çalgı konumundaki zurna hatta klarnet de çalmaktadırlar. Mey çalgısı solo olarak kullanıldığı gibi bir başka mey çalgıcısı tarafından da karar sesini uzun uzun üfleyerek dem tutarlar. Mey çalgısına eşlik eden ve çok yakışan vurmali çalgımız def ile uyumunu göz ardı edemeyiz. Mey çalgısının en önemli özelliği okunacak ve çalınacak türkülerimize yol göstermesidir. Bu yol göstermeye “açış” ismi verilmektedir (Ata,2001: 206). Bu açışı bir nevi taksim gibi düşünebiliriz. Açışta; okunacak türkünün ayağının özellikleri genel dizisi, seyiri ve durağı dinleyicilere hissettirilir.

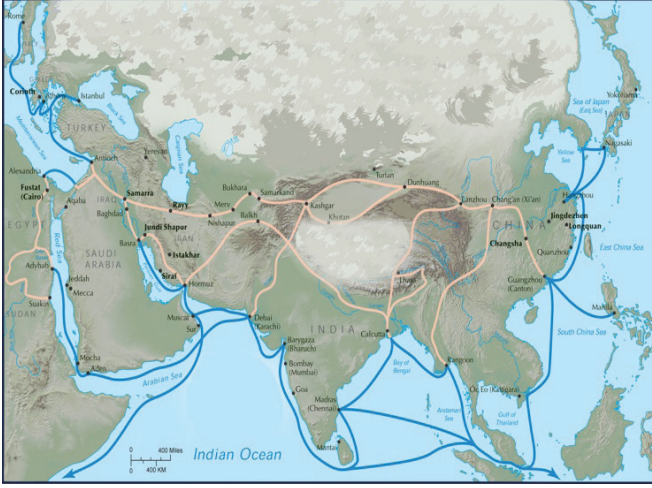
## 2.6. Mey Benzeri Sazlar

Mey çalgısına birebir benzemese de şekil ve ses olarak yakınlık gösteren mey benzeri sazlar dünyanın birçok yerinde karşımıza çıkmaktadır. Farklı ülkelerde mey sazına benzer çalgılara Asya kıtasında, Hazar denizi etrafında da görülmektedir. Azerbaycan’da “balaban/balaman”; Dağıstan’da: “yasti balaban”; Gürcistan’da: “duduki”; Ermenistan’da: “duduk”, “nay”; İran’da: “balaban” Japonya’da: “hichiriki”; Kore’de: “hyanpiri”; Çin’de: “kuan”; Özbekler’de: “balaban/balaman”; Karakalpaklar’da: “balaban”; Kırgızlar’da; “kamış sırnay” isimleriyle yer almaktadır (Ata, 2002: 205). Doğu’nun farklı coğrafyalarında farklı kültürler ile yoğrularak değişik formlar ve isimler alarak kullanılmıştır. Aşağıdaki şekilde mey benzeri sazlara örnek görüntüler yer almaktadır. Aşağıdaki şekillerde bunlara örnekler verilmiştir.



Tüm bu enstrümanlar esasen karışık kültürlerarası bir geçmişe sahip monaulolardır. Ayrıca bu enstrümanların Harezmi bölgesinde çok yaygın olduğu ve Anadolu’ya yayıldığı Ögel (2000: 436) tarafından ifade edilmektedir. Özbek ve Azerbaycan Türklerinde çok yaygın olarak kullanılmaktadır (Ögel, 2000: 437).

Bu enstrümanlar İpek Yolu ve Hint Okyanusu rotaları boyunca yüzyıllar süren ticaretin sonucu olarak gezginliğini sürdürdüğü görülmektedir. Aşağıda Şekil 5’te de bu yolculuk tasvir edilmeye çalışılmıştır.



Şekil 5. Mey ve Benzeri Çalgıların Göç Haritası (URL-2)

Mey sazının diyatonik bir ses dizilimi olması sebebi ile icrasında birçok sıkıntılar mevcuttur. Ayrıca ses aralığı dar olması münasebetiyle birçok yörede kullanımı daralmıştır. Ancak bu sızılı ve etkileyici sazi, unutmak ve kullanmamak imkânsızdır. Anadolu insanının yüreğini parçalayan, derdine derman olan, uzun hava açışlarıyla iz bırakan mey sazının eşlik ettiği birçok türkü mevcuttur.

## 2.7. Balaban Sazı Tarihçesi ve Genel Bilgiler

Bu çalışma kapsamında incelenen diğer bir enstrüman da balabandır. Azerbaycan’da oldukça çok değer bulan, gerek halk müziklerinde gerekse folklorunda kimlik sahibi olmuş bu kamışlı çalgı, nefesli bir enstrümandır. Geçmişi MÖ 2-3 bin yıllarına kadar dayanan, çok eski bir tarihe sahiptir. O yıllardan günümüze kadar gelen balaban,

özellikle Kafkas bölgesinde ve Orta Asya'dan başlayarak birçok bölgede icra edilmiştir. Profesör Ramik İmrani, Mecnun Kerimov, Abbasgulu Necefzade, Songül Karahasanoğlu Ata, balaban kelimesinin anlamlarını ifade eden açıklamalarda bulunmuşlardır.

Bala küçük, ban ise ses anlamı taşıyan Türkçe sözcüklerdir. Başka bir ifade ise balaban, küçük hazin ses anlamı vermektedir. Karşımıza çıkan balaban kelimesi Kitab-ı Dede Korkut'ta yer almıştır. Evliya Çelebi'nin de eserlerinde balaban kelimesini ifade ettiği bilinmektedir (Ögel, 2000: 437). Balaban çalgısı, Azerbaycan'da oldukça geniş bir yer edinerek orkestralarında ön planda tutulmuştur. Zaman içerisinde komşu topraklardan geniş bir bölgeye yayılarak, farklı isimlerde ifade edildiği görülmüştür. Bu farklı bölgelerde kendi içinde çok küçük değişikliklerle icrası yapılmıştır.

## 2.8. Balabanın Yapısal Özellikleri

Balaban çalgısı üç ana bölümde incelenebilir.

- a- Gövde
- b- Kamış
- c- Kısaç

İlk başta gövde dediğimiz bölüm sert olan ağaçlardan yapılmaktadır. Ses kalitesi bakımından önem taşıyan bu ağaç parçasının iç kısmı, oyulmak suretiyle içi boş bir silindir görünümündedir. Yapımı sürecinde ağaç parçasının kuru olması gerekmektedir.

a) Gövde: Balaban gövdesi en çok erik ağacından yapılmaktadır. Balabanın gövdesinde perde anlamında toplam dokuz delik mevcuttur. Perdelerin sekiz tanesi ön bölümde yer alırken, bir tanesi de arka bölümde yer almaktadır. Bu deliklerin yanı sıra arka bölümün alt

kısımında bir delik daha olabilir. Akort düzenini sağlamaya yarar. Çalınma esnasında delikler açılıp kapatılır. 1,5 oktava yakın ses aralığına sahiptir. Ses aralığının dar olması sebebi ile her nota için ayrı ayrı tonlarda balaban kullanılmaktadır. Transpoze çalınma noktası çok kısıtlıdır.

b) Kamış: Kamışın yapımında en önemli nokta sulu kamışlar değil de kuru kamışların kullanılmasıdır. Doğal ortamda güneşte kuruyan kamışlar daha çok makbuldür. Yapım süresi bitmiş olan kamışın ortasına kıskaç geçirilir. Kamışın uç bölümüne koruyucu başlık takılır. Kamışı üfleyen icracı, kendi nefesini kontrol ederek kıskacın duruşunu ayarlar. Gövdeye takılan kamış takılır takılmaz verimli bir sese sahip değildir. İcracının nefesiyle birlikte nemlendirilerek, uç kısmın aralığı nefesi yutmayacak şekilde ayarlanmalıdır. Kamışın ağza alınan uç kısmı ne çok kapalı ne de çok açık olmamalıdır. Kamış yapım aşamasında, kaliteli bir kamış elde edebilmek için kamış cinsinin önemi çok büyüktür (Samedov, 2008: 12). Bununla birlikte aşağıdaki hususlar da önemli görülmektedir;

- 1- Kamış et kalınlığının iç çaplarının dengeli ve ince olması gerekir.
- 2- Yaş kamışların değil de kuru kamışların işlenmesi gerekir.
- 3- Kamışların doğal güneş ortamında kuruması makbuldür.
- 4- Kamışın renginin sarı olması önem teşkil eder.
- 5- Kamışların boğumları düzgün olması gerekmektedir. Özellikle ek yerlerinin budaksız olması gerekir.

### c) Kıskaç

Kamışın dengesini sağlayan ve her iki bölgesinden ipliklerle sıkıca bağlanan bir ayardır. Esas görevi akort düzenini sağlamaktır. Kamışın uç kısmındaki aralığı kontrol eden sert bir ağaç parçasıdır. İyi

bir kısıkaç, kamaşın ön ve arka yüzüne tam oturan milim milim öne ve arkaya hareket eden bir konumda olmalıdır. Kamaşa ne çok yapışmalı ne de gevşek olmamalıdır. Kamaşın kontrolü kısıkacın elinde olmalıdır.

## 2.9. Balabanın Teknik Özellikleri

Balaban çalgısının ses aralığı 1,5 oktava yakındır. LA kararlı bir balabanda karar sesi LA notasından DO diyez sesine kadar ulaşabilir. Çalım pozisyonunda dudak ve nefes yolunu ustaca kullanabilirse çok rahat bir şekilde RE sesi elde edilir. Her balaban sanatçısı kullanmış olduğu balabanı ve tonunu çalacak olan esere göre ayarlarını yapmaktadır. Verimli bir ses tonu elde edebilmek için icracı her ses için gövde ve gövdeye uygun kamaşı kendisi belirler.

Her gövdeye her kamaş uyum sağlamaz. Buradan da anlaşıldığı üzere gövdenin kamaş seçtiği gibi kamaş da gövdeye uyumlu olmalıdır. Kamaşlarda boy ve en genişliği ses değişikliğine neden olur. Fakat en önemli kısım elbette gövde kısmındadır. Balaban gövdesi ile kamaş boyu ve eni uyumlu olması, icracının işini kolaylaştırmaktadır. Balaban çalgısı tek başına solo gibi çalınmakla birlikte orkestralarda ana melodiye de eşlik edebilir. Bir orkestrada balaban kullan icracı, solo balaban, dem balaban ve bas balaban olarak icra edebilir. Balabanın icrasında nefesi iyi kullanmak çok önemlidir. Nefesin sürekliliği bakımından nefes çevirme tekniği çok önemlidir. Her çalgıda olduğu gibi balabanın tutuşu ve duruşu büyük bir önem arz eder. Balabanı, diğer üflemeli çalgılardan ayıran belli başlı kendine has özellikleri vardır. Bulunduğu ortamın hava şartlarını göz önüne alırsak diğer sazlardan daha hassastır. Özellikle kamaşın gövde ile uyumunda ton olarak ve ses rengini değiştirebildiğini bilmeliyiz. Uzun bir süre çalımında kamaşta şişmeler olabilir. Bu durum sesin pesleşmesine neden olur. Yaşanan bu süreçte devreye kısıkaç girer. Doğru sese ulaşmak için kısıkacın kamaşın altına doğru çekilir. İcra sırasında dudağın kamaşı tutuşu, parmakların kullanımı ve tabi ki en önemli kısım yürekle bir bütünlük içinde



olmak, balaban çalgısına hâkimiyettir. Akordu bozuk bir çalgı icracıyı oldukça zor durumlara düşürür. Tonu tutturabilmek için çok büyük efor sarf edebilir. Yani nefes olarak çok yorulur. Balabanın kamışının arası ne çok bitişik ne de çok açık olmamalıdır. Balabanın gövdesine taktığımız kamış ne çok ince ne de çok kalın olmamalıdır. Kamışın oturmuş olması ton bakımından çok büyük önem taşır. Yapısal olarak birbirlerine benzeyen mey, balaban ve duduk çalgıları aynı sorunlarla karşı karşıyadır. Balaban çalgısının icrasında diğer çalgılarda gözükem dem tutma olayı da mevcuttur. Ana ezgiyi çalan kişiye diğer balaban icracının karar sesini dem olarak tutması çok fazla görülür. Bu dem tutan çalgıcılara demkeş denilmektedir.

Birbirlerine benzeyen mey, balaban, duduk çalgıları kendi coğrafyalarında, konum itibarıyla farklı kültür ve folklorlarıyla ince ayrıntıları taşıyabilirler. Yukarıda da bahsedildiği üzere; Anadolu'da mey, Azerbaycan da balaban, Ermenistan da duduk, Çin de Guan, Kore ve Japonya da ise Hicikiri gibi isimlerle bilinmektedir. Farklı bölgelerde farklı isimlerle nitelendirilen bu çalgının Anadolu'dan uzak doğuya kadar uzanan geniş bir coğrafyası mevcuttur. Bu çalgıların geniş bir alana yapılması ülkeler arası kültürel mirasın yaşandığını bize gösteren en büyük kanıttır. Kore ve Japonya'da bu çalgıların merkezinin, Türk grubunun yaşadığı Çin'de Doğu Türkistan Uygur Özerk Cumhuriyeti olduğunu kabul etmişlerdir. Buradan da anlaşıldığı üzere doğudan batıya uzanan bir serüvenin içinde kalan bu çalgılar kültürel ilişkileri de kanıtlamaktadır. Bu durum ayrıca, UNESCO tarafından Dünya Somut Olmayan Kültürel Mirasın başyapıtı olarak tanınan Ermeni duduk sazının, Türklerin yaşadığı alanlarda icat edildiğini de göstermektedir (Abdullayeva, 2009: 30).

Balaban çalgısıyla özdeşleşen Azerbaycan, bu çalgının değerine değer katmak için yapmış oldukları müziklerde ön plana taşıyarak balaban için özel eserler bestelemişlerdir. Bu özel eserler içinde, Süleyman Aleskerov'un halk çalgıları orkestrası eşliğinde balaban için

bestelediği “Düşünceye dalarken”, Aydın Azimov’un dört balaban için “Piyes”i, Hasan Adıguzelzade” nin solo tar, balaban ve kemence için “Yurdun renkleri” piyesler silsilesi, Rufet Ramazanov’un erganun ve balaban için “Mugam ve diyalog”, Celal Abbasov’un 10 enstrüman (8 balaban, tütek ve goşa-nağara) için “Halay” eserlerini göstermek mümkündür.

Aynı zamanda 2003 yılından beri, Azerbaycan devlet milli Konservatuarlarında üflemeli çalgılar bölümünün içine alarak eğitim sürecini hızlandırmışlardır. Azerbaycanlı sanatçı Alihan Samedov “Balabanın metotları” isimli ders kitabını yazmış, “Balaban” isimli yedi albüm çıkarmıştır. Onun ifasında Azerbaycan ezgileri Hollywood ve Avrupa ülkelerinin filmlerinde seslenmektedir. Azerbaycan”da Hasan Aliyev, Ali Kerimov, Şahali İsmailov, Mehdi Nezerli, Hasan Bahşali oğlu, Museyib Abbasov, Hasret Huseynov, Aliş Gaytaranoğlu, Şahmurad Tahirov, İzzetalı Zulfugarov, Hasanpaşa Rehmanov, Behruz Zeynalov, Agası Agasızade, Meherrem Movsumov, Manaf Memmedov, Alicavat Cavadov, Eşref Eşrefzade, Mubariz Atayev gibi çok sayıda popüler olmuş virtüöz sanatçıları yetişmiştir. Yaşadığımız bu son yıllarda bu çalgının, bayanlar tarafından da icra edilmesi bu çalgıya olan saygı ve önemi gösteren bir kanıttır. Balaban çalgısını ön planda tutan ve dünya müzikleri ile gündeme oturan iki büyük usta Alihan Samedov ve Şirzad Fataliyev günümüzün büyük virtüözlerindedir.

Balaban çalgısının gelişme sürecinde Haydar Aliyev Vakfı’nın desteği ile yapılan birçok yarışmalar, konserler yetenekli gençlerin gün ışığına çıkarılmasında büyük önem arz etmektedir. Usta balabancılardan genç balabancılara bir köprü kurarak, bu çalgının yayılmasına katkı sağlamışlardır. Küçük yaştan itibaren verilen balaban eğitimi, Azerbaycan halkının önemle üzerinde durduğu bir konudur.

## 2.10. Duduk Sazı Tarihi ve Gelişim Süreci

Duduk çalgısının tarihi 3500-4000 yıl öncesine kadar uzanır. Kafkasya ve Anadolu'nun doğusunda hayat bulan bu çalgı, Ermeni halkının ata sazı olarak görülüp kabul edilmiştir (Ekmen, 2015: 52). İncelenen kazı araştırmalarında da bu çalgıya çok değer verdikleri görülmüştür. Ermenistan coğrafyasında gelişimini tamamlayıp popülaritesini kazanmıştır. Biraz daha geniş bölgelere yayılarak değişik isimlerle de anılmıştır. Gürcistan da “duduki” ismini alması buna örnek verilebilir. Ekmen'e göre, Rusya'nın egemenliği dönemlerinde “duduk” kelimesi olarak çıktığını söyleyenler olduğu gibi bir kesim tarafından bu düşünce kabul edilmeyip Ermenistan halkının dilindeki “Dziranapog” yani kayısı ağacı ismi ile söylenmiştir (Ekmen, 2015: 52).

Bu çalışma kapsamında ünlü duduk icracısı Suren Asaduryan ile görüşme yapılmıştır. Yapılan görüşmelerde, Asaduryan “duduk” isminin dudaktan geldiğini yüreğin ince ve buğulu sesi anlamında olduğunu belirtmiştir. Yaşanan gelişmelerle birlikte duduk çalgısı Ermeni halkının ulusal çalgısı olarak görülmüştür. Bununla birlikte duduk çalgısı icrasındaki var olan duygusu ve tınısı ile birçok müzik çeşitlerinde kullanılmıştır. Duduk çalgısı Ermeni halkının vaz geçemediği bir çalgı olarak görülmüş, adeta bu çalgı ile hayat buldukları yönünde görüş belirtilmektedir.

## 2.11. Duduk Sazının Yapısal Özellikleri ve Ses Tonları

Duduk çalgısının gövdesi kayısı, erik, abanoz gibi sert ağaçlar kullanılarak yapılmış olup gövdenin ucuna takılan kamış ve kısaçtan ibarettir. Gövde yapımında genellikle kayısı ağacı ön planda tutulur. Gövde üzerinde 8 ve arkada 1 delik olmak üzere toplam 9 deliği vardır. Duduk tam manası ile çalınabilindiğinde ses aralığı 2 oktava kadar çıkabilir. Duduk çalgısının en çok kullanılan 5 ayrı uzunlukta çeşitleri vardır. Fakat gerçek duduk tınısına LA karar ile ulaşılmaktadır.

Sİ-DO -DO DİYEZ- RE tonları da duduk çalgısının ses karakterini bozmadan verir. En yaygın duduk A (LA) kararlı gövdenin uzunluğu 36 cm dir. Yaygın olmasındaki sebep ise evrensel bir diziyeye sahip olması ve içinde geniş melodilerin yer almasıdır. Bu yüzden de A(LA) duduga talep çok olmaktadır. Çeşitli boyları bulunan dudugun büyük olan boylarında ses daha kalınken boyut küçüldükçe çıkardığı ses de tizleşir. İnsan sesine çok benzetildiği düşünülen bu çalgı duygusu ve tınısıyla kulaklarda fark yaratmaktadır.

Duduk çalgısı geniş bölgelere yayılırken bu etkileşim sürecinde, Türkiye de bu çalgıdan nasibini almış görülmektedir. Kendine has buğulu ve yumuşak sesi kulaklarımıza üfleyen sanatçı, Vache Hovseplanin olmuştur. Körfez savaşı yıllarında Peter Gabriel ile yapılan çalışmada petrole bulanmış bir ördeğin uçuşu esnasındaki görüntüler üzerine duduk çalgısını üfleyen sanatçı, tüm dünyanın dikkatini üzerine çekmeyi başarmıştır. Vache Hovsepyan, Peter Gabriel'in "The Feeling Begins" parçasını icra ederken 500 yıllık bir ilahiye de ışık tutmuştur. Yapılan bu müzikle hayatı bir rüzgâra benzetirken ana tema ölümü en ince duygulara varana kadar anlatır. Yaşayan en büyük duduk icracılar arasında Dijivan Gasparyan, Markar Markarian, Levon Madoyan, Vatche Hovsepyan gibi isimleri sayabiliriz. Aynı zamanda duduk enstrümanına katkıda bulunan büyük müzisyenlerdir. Uzun yıllar Türkiye’de yaşayan ve içimizden biri olan Suren Asaduryan da duduk enstrümanına oldukça hâkim güçlü bir nefestir. Ülkemizde çıkarmış olduğu albümler ile dikkatleri üzerine çeken Asaduryan dinleyicilerin kulaklarında farklı bir lezzet bırakmıştır.

### 3. Gereç ve Yöntem

Bu çalışmanın amacı, geçmişten günümüze kadar olan süreçte belirli aralıklarla ele alınan mey, balaban, duduk çalgılarının kelime anlamları ve tarihsel süreçleri incelenerek benzerlikleri ve aralarındaki farklar ortaya koymak ve sazlarda yapılan değişikliklerle farklı bir özellik katmaktır.

Bu çalışmada mey, balaban ve duduk sazlarının ülkemizde gerektiği kadar tanınmadığı düşüncesinden yola çıkılarak bu sazların ses yapıları, ses aralıkları incelenmiştir. Ayrıca bu sazlar tarihsel süreç içerisinde ele alınıp değerlendirilmiştir. Kullanım alanları, icracıları ve sazların yapımcıları hakkında bilgiler verilmiştir. Bununla birlikte Ülkemizde mey icracılarından ileri gelen kişilerle görüşmeler yapılmış onların fikirleri alınmıştır. Ayrıca, Azerbaycan, Ermenistan ve Gürcistan'a bizzat gidilerek balaban ve duduk hakkında yerinde incelemeler yapılmış, bu sazların icracılarından yöresel sanatçılar ile görüşmeler yapılarak bilgiler toplanmıştır. Mey sazı için Anadolu'nun çeşitli bölgelerinde yapılan çalışmalar ve bu sazın Türk müziğine etkileri ve katkıları değerlendirilmiştir. Mey, balaban ve duduk sazlarının görünüş ve yapısal farkları ayrıntılı olarak incelenmiştir. Bu üç sazın tanıtmak ve kültürel anlamda layık oldukları önemi göstermek amacıyla çıkılan bu yolda gövde üzerinde yapılan önemli değişikliklerle birçok makamsal ezginin icra edilebildiği görülmüştür. Sonuç olarak yapılan değişikliklerle bu sazı kullanan sanatçılara kaynak niteliğinde bir özellik sunulmuştur.

#### **4. Bulgular**

Bu çalışma kapsamında balaban çalgısını yerinde gözlemlemek için Azerbaycan'a gidilmiştir. Azerbaycan 'da balaban çalgısını en gencinden en yaşlısına varana kadar çalan kişileri bir arada görmek mümkün olmuştur.



**Şekil 6.** Azerbaycan'da Nevroz Bayramından Bir Görünüm

Şekil 6'da balaban çalgısının sıklıkla icra edildiği Azerbaycan'da çekilen görüntüler yer almaktadır. Ülkede bu sazların kullanışı küçük yaşlardan başladığı ve ülke kimliklerinde bu saza verilen önemi görmekteyiz.

TRT MÜZİK DAİRESİ YAYINLARI  
THM REPERTUAR SIRA NO: 615  
İNCELEME TARİHİ : 15/3/1974

DERLEYEN  
M. SARISÖZEN

YÖRESİ  
ERZURUM

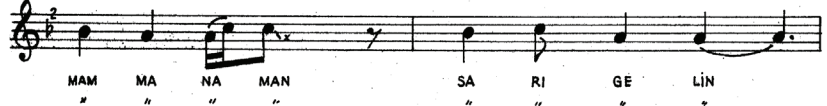
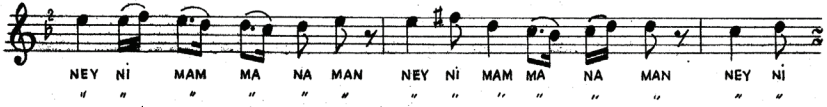
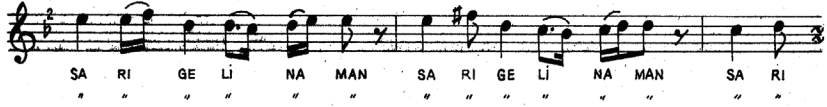
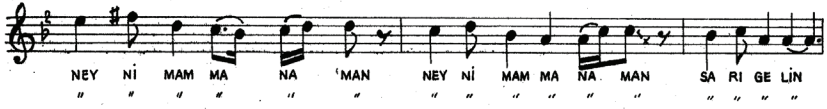
DERLEME TARİHİ

KİMDEN ALINDIĞI  
FARUK KALELİ

## ERZURUM ÇARŞI PAZAR

NOTAYA ALAN  
M. SARISÖZEN

SÜRESİ :





ERZURUM ÇARŞI PAZAR  
(2)



(1)

ERZURUM ÇARŞI PAZAR (NEYNİM AMMAN AMAN, NEYNİM AMMAN AMAN, NEYNİM AMMAN  
AMAN SARI GELİN)  
İÇİNDE BİR KIZ GEZER (HOP NİNEN ÖLSÜN SARI GELİN AMAN, SARI GELİN AMAN, SARI  
GELİN AMAN, SUNA YÂRİM)  
ELİNDE DİVİT KALEM (NEYNİM AMMAN AMAN, NEYNİM AMMAN AMAN, NEYNİM AMMAN AMAN  
SARI GELİN)  
KATLİME FERMAN YAZAR (HOP NİNEN ÖLSÜN SARI GELİN AMAN, SARI GELİN AMAN, SARI  
GELİN AMAN, SUNA YÂRİM)

(2)

PALAN DÖKEN YÜCE DAĞ (NEY.....  
ALTI MOR SÜNBÜLLÜ BAĞ (HOP.....  
SENİ VERMEM YADLARA (NEY.....  
NİCEKİ BU CANIM SAĞ (HOP.....

Şekil 7. Üç Ülkede Yer Alan ve Mey, Balaban ve Duduk ile İcra Edilen  
Ortak Bir Ezgi

(TRT Repertuarı, Nota arşivi, 2004: 198-199)

Şekil 7’de yer alan notalar üç ülkede de icrası yapılmakta olup kimlik olarak da bu üç sazın buldukları sınırları da içine alarak hitap etmektedir.

Duduk sazının perde dizilimi incelendiğinde ön tarafta sekiz, arka tarafta iki tane delik (perde) mevcuttur. Bu şekli ile bazı makamların icrasında gördüğüm ve yaşadığım zorluklar sebebiyle perde üzerlerinde değişiklikler aradım. En alt iki perdenin genişliklerini



artırdım. Sekiz parmak pozisyonu ile hicaz ve nihavend dizilerini daha kolay ve kullanışlı hale getirdiğimi fark ettim. Hicaz dizi icrasında en son perdeyi yedi parmak pozisyonu ile nihavend diziyi ise sekiz parmak pozisyonuyla daha rahat çalındığını tespit ettim. Böylelikle de hicaz ve nihavend makamlarının icrasında yeni bir teknik ortaya çıktığını keşfetmiş oldum. Mey sazımızın gövdesinde bulunan perdelerdeki deliklerin genişlik ölçüsünü incelediğimde 7.00 mm dir. Balaban ve dudukta bu ölçü yaklaşık 10.00 mm ile 11.00 mm arasında değişmektedir. Balaban ve duduktaki ölçülerin birbirilerine çok yakın olması ve hemen hemen iç çaplarının aynı olması bu iki sazı birbirine çok yaklaştırmış olup ses karakterleri de bu durumdan etkilenmiştir. Perde deliklerinin daha küçük oluşu nedeni ile mey sazı kendini bu iki sazdan küçük farklılıklarla da olsa ayırmış ve farklı bir tınıyı yansıtmıştır. Elbette mey sazının kamışı da farklı bir karakter vererek son noktayı tamamlamıştır.

Üzerinde çalışmalar yaptığım duduk ve balaban gövdelerinin alttan son iki perdenin ölçülerini 15.00 mm haline getirerek bu iki perdeyi yaklaşık 5.00 mm genişlettim. Bu sayede makamsal ağırlıklı ezgilere daha rahat ve kontrollü olarak ulaştım. Duduk sazının bu yeni hali ile icra edilen; Hicaz Hümayun, Hicaz Garip ve Nihavend Mini Peşrev notaları duduk sazının en alttaki iki perdenin genişletilmiş şekli ile hicaz ve nihavend eserlerin icra edilmesinde daha iyi performans alındığı görülmüştür. Aşağıdaki şekillerde bunlar görülmektedir.

Karar Sesleri	
5 parmak	8 parmak
DO	LA
Sİ	SOL diyez
LA	FA diyez
SOL	Mİ
FA	RE
Mİ	DO diyez
RE	Sİ

Karşılık gelmektedir.

Perde isimleri ve Numaraları

SOL → 1) Arka baş parmak açık sol elin işaret parmağı kapalı

FA → 3) İşaret ve yüzük parmak kapalı orta parmak açık

Mİ → 2) İşaret ve orta parmak kapalı

RE → 3) İşaret, orta, yüzük parmak kapalı

DO diyez → 4) Sol elin tüm parmakları kapalı

DO → 5) Sol elin kapalı durumunda sağ elin işaret parmağı da kapalı

Si bemol → 6) Sol elle birlikte, sağ elin işaret ve orta parmak kapalı

LA → 7) Sol elle birlikte, sağ elin işaret orta ve yüzük parmağı kapalı

SOL → 8) Her iki elin bütün parmakları kapalı

\* Sekiz parmak pozisyonu ile parmak numaraları sol elin işaret parmağına 1 numarayı vererek başlamıştır. Karşılığında çıkan notalar gösterilmiştir.

\* Beş parmak pozisyonunda DO kararlı bir saz, sekiz parmak pozisyonu ile 1.5 ses pes aşağıya doğru inerek LA karara denk gelmektedir.

\* Hicaz dizi icra edilirken 5 nolu perde atlanarak seslendirilir. Yani sağ elin orta ve işaret parmağı birlikte hareket edilerek dizi seslerine ulaşılır

Şekil 8. Hicaz Dizi

## HİCAZHÜMAYUN PEŞREVİ

Usulü: Çenber

Veli Dede

1. Hane



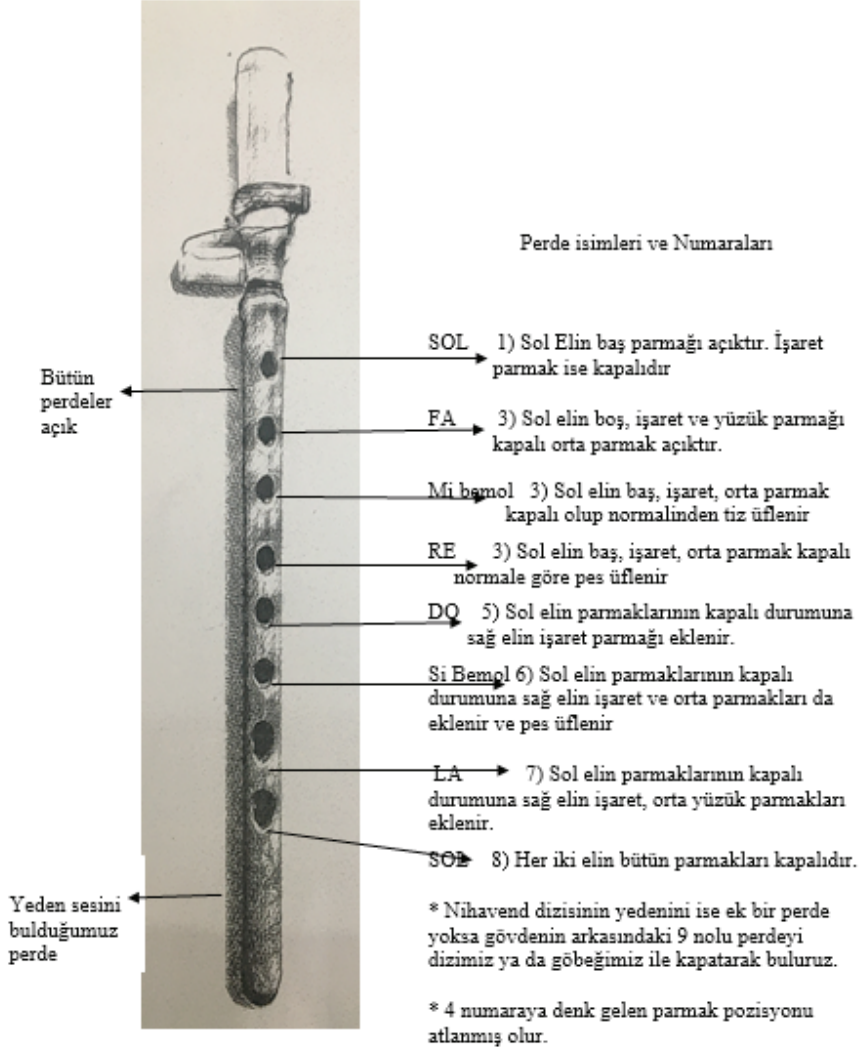
Teslim  $\text{S}$



2. Hane



Şekil 9. Hicaz Hümayun Peşrev (Türk Sanat Müziği Seçme Eserler 2, 2000: 82-83)



Şekil 10. Nihavend Dizi

**NİHAVEND PEŞREV**  
(MİNİ MİNİ NİHAVEND PEŞREVİ)

USÛLÜ: HAFİF

H. Sadettin AREL

BİRİNCİ HANE

İKİNCİ HANE

ÜÇÜNCÜ HANE

(Bedri AYBAR)S  
(06.01.2008)

**Şekil 11.** Nihavend Peşrev “Mini Mini”  
(Türk Sanat Müziği Seçme Eserler 1, 2000)

## 5. Tartışma

Bu çalışmada, geçmişten günümüze kadar olan süreçte belirli aralıklarla ele alınan mey, balaban, duduk çalgılarının kelime anlamları ve tarihsel süreçleri incelenmiştir. Bu sazların kökenlerinin Helenistik Dönem'den başladığını ve günümüze kadar geldiği görülmektedir. İlgili literatür incelendiğinde bu durum benzer çalışmalara da dile getirildiği görülmektedir. (Şahin, 2018: 64) Örneğin, Ekmen çalışmasında bu sazların geçmişinin 3500-4000 yıl öncesine dayandığını belirtmektedir Doğu Anadolu ve Kafkasya Coğrafyasında hayat bulan duduk sazının geniş bir coğrafyaya yayılarak değişik isimler almış olduğunu ifade etmektedir (Ekmen, 2015: 52). Bu sazların biçimleri, bölümleri, ses karakterleri ve kullanım alanlarıyla birlikte incelendiğinde ortak yönlerinin olduğu çok az da olsa farklılıkları olduğu gözlemlenmiştir. Ayrıca, buldukları coğrafi bölgelerden, kültürel ve folklorik çizgilerden ötürü farklı isimler almışlardır. Kullanılan dilin etkisinin ve yaşam şekillerinin bu sazları ayrı bir kimliğe bürüdüğü de dikkati çekmektedir. Benzer şekilde Güler yaptığı çalışmada Mey sazının, Doğu Anadolu'da, Kafkaslarda ve İran'ın kuzeyinde yaygın olarak kullanıldığını ve farklı isimlerle kullanıldığını ifade etmektedir. Ayrıca, Güler bu sazların en önemli bahsedilen bölgelerde farklı kültürlerden etkilendiğini vurgulamaktadır (Güler, 2015: 2).

Bu sazların uzun yıllardır kullanıldığı balaban ve duduk sazının icra edildiği Azerbaycan ve Ermenistan'da milli ve dini bayramlarda özenle hemen hemen her yaşta icra edildiği görülmüştür. Ülkemizde çalınan mey sazına ise gereken önemin verilmesi ve okullarımızda bu sazın icrası için gerekli eğitimlerin verilmesi gerektiği üzerine durulmuştur. Benzer şekilde, (Uzun, 2009: 12) mey sazının icrasında yaşanan bazı zorluklar nedeni ile öğrenciler arasında isteksizlik fark etmiş ve bunun giderilmesi için metot önerisinde bulunmuştur. Uzun'a göre geleneksel olarak uzun yıllardır kullandığımız mey sazının icra edilmesi ve müzik eğitiminde yeterince önemin verilmesi için gerekmektedir.

Bu çalışmada da bunun üzerine durulmuş ve küçük değişiklikler ile görünümü değiştirilmiş ve örnek besteler icra edilmiştir.

## 6. Sonuç

Bu çalışma kapsamında form ve teknik yapı yönünden ele alınan “mey, balaban, duduk” diye adlandırılan bu üç saz, aslında bir anadan doğan üç çocuk gibidir. Yukarıda detaylarından da bahsedildiği üzere, birbirlerinden çok küçük ve ince çizgilerle ayrıldıklarını görmekteyiz. Buldukları coğrafi bölgelerden, kültürel ve folklorik çizgilerden ötürü farklı isimler almışlardır. Bununla birlikte, Bahaeddin Ögel’in “Türk Kültür Tarihine Giriş” adlı eserinde mey’in bir Türk sazı olduğunu Azerbaycan balabanının Erzurum-Kars meyleri ile aynı aileden olduğunu belirtir. Türk kültür çevresinde değişik şekiller ve değişik adlar olsa da mey bir Türk sazı olduğunun üzerinde ısrarla durmaktadır (Ögel, 2000: 436-437). Yine Ögel çalışmasında, Rus yazar Konstantin Aleksandrovich Vertkov’un “Sovyet Halk Müzik Aletlerinin Atlası” adlı eserine atıf yaparak Mey sazının Harezm bölgesinde çok yaygın olduğunu, köklerinin oradan çevreye dağılmış olabileceğini ve Azerbaycan Türklerinin dejenere edilmiş meylerine Ermeniler’in duduk, yani düdük dediklerini belirtmektedir (Ögel, 2000: 439). Bu ifadelerden de anlaşıldığı üzere, mey-balaban-duduk sazlarının köken ve tarih olarak aynı kültür ürünü olduğu görülmektedir. Farklı coğrafyalarda farklı isimler olsa da bu üçlü Türk sazıdır. Kullanılan dilin etkisinin ve yaşam şekillerinin bu sazları ayrı bir kimliğe bürüdüğü de dikkati çekmektedir. İnsanoğlu tarih boyunca bir yerlerden bir yerlere göç ederken hem iz bırakır hem de derin izler taşır. Bu süreçte de bir şeylerin değişime uğraması kaçınılmazdır. Mey, balaban, duduk sazlarının içimizde bıraktığı o buğulu ve sızılı olan sesin izleri çok derindir. Açıkça ifade edilmelidir ki balaban ve dudukun kendi bölgelerindeki değere biz ülke olarak mey sazında ulaşamadığımız bir gerçektir. Balaban ve dudukun orkestrada yeri bellidir. Balaban ve duduk için raks havalarında, aşık sanatında, bir



senfonik orkestra içinde, özellikle de halk çalgıları orkestrası içinde ve popüler müzik hayatının içinde oldukça fazla kullanılmaktadır. Balaban ve duduk sazlarının genel yapısı birbirlerine daha yakın olmakla birlikte mey sazından daha geniş bir ses aralığına sahiptirler. Hem delik sayısı hem de iç çaplarının geniş aralıkta olması bu iki çalgıyı farklı kılmıştır. Ayrıca kullanılan kamışların farklı karakterde olması da büyük bir etkidir. Mey çalgısına göre daha iyi bir ses aralığına sahip olan bu sazların gövdesinde yapmış olduğum çalışmalarla bu sazlara farklı bir bakış açısı vererek makamsal olan ezgilerin icrasını kolaylaştırdığı görülmektedir. Bu sazların gövdesinde yapmış olduğum değişikliklerle yıllardan beri süregelen gövde üzerindeki görünümü değiştirmiş oldum. Bu görünümle birlikte bu sazların daha güçlü bir ses dizisine sahip olarak ezgileri daha kolay bir icra etme potansiyeli kazandırıldığını düşünmekteyim. Bu şekli ile de bu sazların diğer sazların yanında etkisinin ve gücünün çoğaltıldığı görülmüştür.

Bu bağlamda da üniversitelerimizin müzik bölümlerinde, konservatuarlarımızda bu çalgılarımızı ön plana çıkarmalı ve gereken önem verilmelidir. Bununla birlikte, eğitmenlerimizi çoğaltmalıyız ki verilen eğitimle birçok icracısı ve yapımcısı yetişmesi sağlanabilsin ve böylelikle de bu çalgıların değeri nesiller boyunca sürdürülebilsin. Bu anlamda evrensel hale gelen balaban ve duduk sazları gibi mey sazının da türkülerimizde, uzun havalarımızda öncelikli olarak kullanılması ve dünyaya Türk kültürü çalgıları olarak tanıtımının yapılması gerekir.

## Kaynakça

- Abdullayeva, S., (2009). Türk Dünyasının Nefesli Müzik Aleti: Balaban. *İrs Sanat* 1(13), 28-31.
- Ata, S. K., (1996). *Mey ve Metodu*, İstanbul, İnkılâp Kitabevi.
- Ata, S. K., (2002). Mey Gövde ve Kamış Yapımı. *Folklor/Edebiyat*, 32. 205-213.
- Demirsipahi, C., (1975). *Türk Halk Oyunları*, Ankara, Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları.



- Ekmen, C., (2015). Duduğun Popülerleşmesiyle Enstrümana Yansıyan Gelişmeler. *I. Uluslararası Müzik ve Dans Kongresi*, 52-55, 06-08 Mayıs 2015, Diyarbakır.
- Gazimihal, M. R., (2001). *Türk Nefesli Çalgıları (Türk Ötkü Çalgıları)* (2. Basım). Ankara: Kültür Bakanlığı Yayınları.
- Güler A., (2015). *Mey Açışında Kullanılabilecek Ezgi Motifleri Örnekleri*. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Fırat üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Elazığ.
- Kalın, C., (2012). *Mey Metodu*. İstanbul, Tij Yayınevi.
- Kucur S., (2005). *Mey-Balaban-Duduk ve Sarı Gelin Türküsi Hakkında Süleyman Şenel ile bir Röportaj*. <http://www.turkuler.com/yazi/meybalaban.asp> adresinden elde edinilmiştir.
- Meydan Larousse., (1988). *Büyük Lügat ve Ansiklopedi*, İstanbul, İstanbul Meydan Yayınevi.
- Öztuna Y., (1990). *Büyük Türk Musikisi Ansiklopedisi*, cilt II. Ankara, Kültür Bakanlığı.
- Ögel, B., (2000). *Türk Kültür Tarihine Giriş* (3. Baskı), Ankara, Kültür Bakanlığı Yayınları.
- Özbek, M.,(1981). *Folklor ve Türkülerimiz*, İstanbul, Ötüken Neşriyat A.Ş.
- Samedov A., (2008). *Balaban Metodu*, İstanbul, Pan Yayıncılık.
- Şahin, H. H., (2018). Mey Enstrümanının Yapısal ve Teknik Özelliklerine İlişkin Uzman Görüşleri. *Online Journal of Music Sciences*, 3 (2), 63-80.
- Tarlabaşı, B.,(1984). *Öz Çalgımız Kaval*, İstanbul, Günlük Ticaret Gazetesi Tesisleri.
- TRT (Türkiye Radyo Televizyon Kurumu Müzik Dairesi Başkanlığı), (2004) *Türk Halk Müziğinden Seçmeler 1*, Ankara, TRT Müzik Dairesi Yayınları.
- Türk Sanat Müziği Seçme Eserler 2*, (2001). Ankara. TRT Müzik Dairesi Yayınları.
- Türk Sanat Müziği Seçme Eserler 2*, (2000). Ankara. TRT Müzik Dairesi Yayınları.
- Uzun, M., (2009). Müzik Eğitiminde Metotsuzluk Problemi ve Mey Sazının Öğretimi İçin Bir Metot Önerisi, *8. Ulusal Müzik Eğitimi Sempozyumu Bildirgesi*, 1-12, Afyon.
- URL-1: <https://mediterranees.net/civilisation/Rich/Articles/Loisirs/Instruments/Monaulos.html>, (Erişim Tarihi:25.12.2019)
- URL-2 : [https://tr.wikipedia.org/wiki/%C4%B0pek\\_Yolu](https://tr.wikipedia.org/wiki/%C4%B0pek_Yolu), (Erişim Tarihi: 05.01.2020) .



## YAZIM KILAVUZU

### **Çalışmanın Türkçe İsmi Her Kelimenin İlk Harfi Büyük (Bağlaçlar Hariç) ve “Times New Roman” Fontunda 14 Punto ve Tek Satır Boşluk Olacak Şekilde**

(Sisteme yüklenen word dosyasında kişisel bilgiler yazılmamalı. Bu bilgiler eksiksiz ve doğru olarak makale gönderimi kısmında yer alan kutucuklara doldurulmalıdır.)

Birinci YAZAR<sup>1\*</sup>, İkinci YAZAR<sup>2</sup> (12 Punto)  
(Boşluk olacak)

<sup>1</sup>Üniversite, Fakülte ve/veya Bölüm, Şehir, Ülke, Orcid numarası (10 Punto)

<sup>2</sup>Görev Yaptığı Kurum, Şehir, Ülke, Orcid numarası (10 Punto)

(Boşluk olacak)

\*Sorumlu Yazar e mail: xxxxx@xxxxx.com

Atıf/Citation:

---

(Boşluk olacak)

### **Öz (12 punto)**

Bu Microsoft Word belgesi Haliç Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Müdürlüğü tarafından yayınlanan Sosyal Bilimler Dergisi'ne gönderilecek olan makaleler için örnek olması amacıyla hazırlanmıştır. Dergimizde yayınlanmak üzere gönderilen makalelerin bu şablona göre düzenlenmeleri gerekmektedir. Özet kısmında çalışmanın yenilikleri ve temel bulguları vurgulanmalıdır. Türkçe ve İngilizce özet kısımları Times New Roman yazı tipi ile yazılmalı ve 10 punto büyüklüğü seçilmelidir. Yazım metni iki tarafa yaslanmalıdır. Özet bölümünün yazımında tek satır aralığı seçilmelidir. Makale özetinin 100 ila 200 kelime arasında olmasına dikkat edilmelidir. Türkçe ve İngilizce özetlerin 1 (bir) sayfayı geçmemesi gerekmektedir. Makalenin İngilizce olarak sunulmak istenmesi durumunda başlık ve anahtar kelimelerin önce İngilizcelerinin sonra Türkçelerinin verilmesi gerekmektedir. Anahtar kelime sayısı en az 3 en fazla 6 olmalıdır. (10 Punto)

**Anahtar Kelimeler:** Anahtar Kelime 1, Anahtar Kelime 2, Anahtar Kelime 3. (10 Punto)

## **Çalışmanın İngilizce İsmi Her Kelimenin İlk Harfi Büyük (Bağlaçlar Hariç) ve “Times New Roman” Fontunda 14 Punto ve Tek Satır Boşluk Olacak Şekilde**

### **Abstract (12 punto)**

Bu Microsoft Word belgesi Haliç Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Müdürlüğü tarafından yayınlanan Sosyal Bilimler Dergisi'ne gönderilecek olan makaleler için örnek olması amacıyla hazırlanmıştır. Dergimizde yayınlanmak üzere gönderilen makalelerin bu şablona göre düzenlenmeleri gerekmektedir. Özet kısmında çalışmanın yenilikleri ve temel bulguları vurgulanmalıdır. Türkçe ve İngilizce özet kısımları Times New Roman yazı tipi ile yazılmalı ve 10 punto büyüklüğü seçilmelidir. Yazım metni iki tarafa yaslanmalıdır. Abstract bölümünün yazımında tek satır aralığı seçilmelidir. Makale özetinin 100 ila 200 kelime arasında olmasına dikkat edilmelidir. Türkçe ve İngilizce özetlerin 1 (bir) sayfayı geçmemesi gerekmektedir. Makalenin İngilizce olarak sunulmak istenmesi durumunda başlık ve anahtar kelimelerin önce İngilizcelerin sonra Türkçelerin verilmesi gerekmektedir. Anahtar kelime sayısı en az 3 en fazla 6 olmalıdır. (10 Punto)

**Keywords:** Keywords 1 , Keywords 2 , Keywords 3 , (10 Punto)

### **1. Giriş**

Ana metin, A4 kağıt boyutuna 2 cm kenar boşlukları ile 12 punto yazı büyüklüğünde Times New Roman yazı tipi ile 1 satır aralığı ve her iki yana yaslı şekilde yazılmalıdır. Ana bölüm başlıkları numaralandırılmalı, kelimelerin ilk harfleri büyük olmalı ve **koyu (bold)** karakterde yazılmalıdır. Başlıkla üst metin arasında da bir satır boşluk bırakılmalıdır. Ana bölüm başlığından sonra paragraf aralığı (önce 12nk) olacak şekilde ayarlanmalı, metin arası da 1 satır olmalıdır. Paragraflar arasında boşluk bırakılmalıdır. Çalışmanın İngilizce olarak sunulmak istenmesi durumunda bölüm başlığı **“Introduction”** olarak verilmelidir. Araştırma makalelerinde bölümler şu şekilde olmalıdır: “Giriş”, “Amaç Ve Yöntem”, “Bulgular”, “Tartışma ve Sonuç”, “Kaynakça”. Derleme ve yorum yazıları için ise, çalışmanın önemini belirttiği, sorunsal ve amacın

somutlaştırıldığı “Giriş” bölümünün ardından diğer bölümler gelmeli ve çalışma “Tartışma ve Sonuç”, “Kaynakça” şeklinde bitirilmelidir.

Bu bölümde çalışmayla ilgili yeterli literatür bilgisi verilmeli ve çalışmanın gerekçesi belirtildikten sonra amacı vurgulanmalıdır. Ancak konu ile ilgisi olmayan ve gereğinden fazla literatür bilgisi vermekten kaçınılmalıdır.

Metin içi kaynak gösterimi APA formatındadır. (Yazar Soyadı, Yıl: Sayfa aralığı). (Dayanç Kıyat, 2004: 106-110). Birden fazla kaynak ile atıf yapılacak ise yazar alfabetik sıra ile yazılır (Allport, 1961: 15-17; Levy ve Guttman, 1974: 25).

## 2. Materyal ve Metot

Bu bölümde, uygulanan yöntemler ve teknikler anlaşılır bir şekilde verilmeli ve metin “Times New Roman” yazı tipinde 12 punto büyüklüğünde ve tek satır aralıkla yazılmalıdır. Metinle ilgili olarak Giriş bölümünde yapılan açıklamalar bu bölüm için de geçerlidir. Başlıkta bağlaç haricindeki tüm kelimelerde ilk harf büyük yazılmalıdır.

Çalışmanın İngilizce olarak sunulmak istenmesi durumunda bölüm başlığı “**Material and Method**” olarak verilmelidir. Bölüm içerisinde alt bölüm başlıkları açılması mümkündür.

### 2.1. Materyal ve Metot Alt Başlığı

Materyal ve metot bölümünde alt başlık altında bilgi verilmek istenmesi durumunda alt başlık “Times New Roman” yazı tipi, 12 punto ve kalın olarak yazılmalıdır. Alt başlığın ilk harfleri büyük yazılmalıdır.

## 2.2. Şekiller, Tablolar ve Denklemler

Şekiller grafik, diyagram, fotoğraf, resim ve harita şeklinde olabilir. Şekil yazısı şeklin alt kısmına yazılmalıdır. Hem şekil hem de şekil yazısı sayfaya ortalanmalıdır. Şekil yazıları okunaklı olmalıdır. Şekil ile üst metin arasında 1 satır boşluk bırakılmalıdır. Şekil yazısı ile alt metin arasında da 1 satır boşluk bırakılmalıdır. Şekil yazısı 11 punto olarak yazılmalı ve aşağıdaki örnekte (Şekil 1) olduğu gibi verilmelidir. Metin içerisinde şekillere atıfta bulunulmalıdır.



**Şekil 1.** Örnek Resim

**Kaynak:** Soyadı, A. A., (yıl). *Kitap Adı(İtalik)*. Kitabın Basıldığı Yer, Yayınevi.

Tablolar açık çerçeveli tercih edilebilir. Tablo yazısı tablonun üst kısmına yazılmalıdır. Hem tablo hem de tablo yazısı sayfanın ortasına hizalanmalıdır. Tablo yazısı ile üst metin arasında 1 satır boşluk bırakılmalıdır. Tablo ile alt metin arasında 1 satır boşluk bırakılmalıdır. Tablo yazıları tercihen 9 ile 11 punto ile yazılmalı ve tek satır aralığı seçilmelidir. Metin içerisinde tablolara atıfta bulunulmalıdır.

**Tablo 1.** Tablo Başlığı.

Sütun Başlığı	Sütun Başlığı	Sütun Başlığı
Bilgi satırı	Bilgi satırı	Bilgi satırı
Bilgi satırı	Bilgi satırı	Bilgi satırı
Bilgi satırı	Bilgi satırı	Bilgi satırı
Bilgi satırı	Bilgi satırı	Bilgi satırı

**Kaynak:** Soyadı, A. A., (yıl). *Kitap Adı(İtalik)*. Kitabın Basıldığı Yer, Yayınevi.

Denklemler sırasıyla 1'den başlanarak numaralandırılmalıdır. Denklem sola yaslanarak yazılmalı ve denklem numarası sağ kenara yerleştirilmelidir. Denklem ile metin arasında üstten ve alttan birer satır boşluk bırakılmalıdır. Denklemler resim formatında olmamalıdır. Word denklem düzenleyicisi tercih edilebilir.

### 3. Bulgular

Bu bölümde çalışma sonucunda elde edilen bulgular çalışma sırasına göre sunulmalıdır. Çalışmanın İngilizce olarak sunulmak istenmesi durumunda bölüm başlığı "**Results**" olarak verilmelidir.

### 4. Tartışma

Bu bölümde, yapılan çalışmadan elde edilen bulgular bilimsel ilkelerin ışığı altında önceki verilerle karşılaştırılarak irdelenmelidir. İstenilmesi halinde, elde edilen bulgular ve bunların irdelenmesi **Bulgular ve Tartışma** başlığı altında da verilebilir.

### 5. Sonuç

Bu bölümde çalışmadan elde edilen özgün sonuçlar bir sıra dâhilinde sunulmalıdır. Çalışmanın İngilizce olarak sunulmak istenmesi durumunda bölüm başlığı "**Conclusions**" olarak verilmelidir.

### Teşekkür

Varsa bu bölümde, çalışmada yardım ya da destekleri bulunan kişi veya kişilere ya da kurum yetkililerine teşekkür edilebilir. Çalışmanın İngilizce olarak sunulmak istenmesi durumunda bu bölümün başlığı "**Acknowledgment**" olarak verilmelidir.

## Kaynakça

Kaynakça başlığı diğer başlıklar gibi “Times New Roman” fontunda 12 punto, bold olarak yazılmalıdır. Çalışmada yararlanılan kaynaklar alfabetik sıra ile “Kaynakça” başlığı altında 11punto ile yazılmalıdır. Kaynakların tamamı çalışmanın son sayfasındaki “Kaynakça” başlığı altında verilmelidir. Ancak Öz bölümünde kaynak gösterilmez. Her referans arasında 6 punto boşluk olmalıdır. Çalışmanın İngilizce olarak sunulmak istenmesi durumunda bölüm başlığı “References“ olarak verilmelidir.

## Sürelî Yayınlar:

Soyadı, A., Soyadı, B. B., ve Soyadı, C., (yıl). Yayınlanan Makalenin Adı. *Makalenin Yayınlandığı Dergi Adı (İtalik)*, Cilt ve sayı numarası 7(1), Makalenin sayfa numarası aralığı 1-12. Doi:

## Kitaplar:

Soyadı, A. A., (yıl). *Kitap Adı (İtalik)*. (B. Soyadı, Çev.)Kitabın Basıldığı Yer, Yayınevi.

## Sempozyum, Kongre, Bildiri:

Soyadı, A., Soyadı, B. B., ve Soyadı, C., (yıl).Yayınlanan Bildirinin Adı. *Bildirinin Yayınlandığı Sempozyum Kongre, Toplantı ya da Konferans Adı (İtalik)*, sayfa aralığı 1-12, Şehir, Varsa Üniversite veya Kuruluş.

## Kitap İçi Bölüm:

Soyadı, A. A., (yıl). Bölümün Adı. A. Soyadı (Ed.), *Kitabın Adı (italik)* içinde, Basım Yeri, Basım Evi.

## Tez:

Soyadı, A. A., (yıl). *Yüksek Lisans veya Doktora Tezinin Adı (İtalik)*. Tezin türü, Üniversite, Enstitü.



### **Web Sitesi:**

Soyadı, A. A., / Kurum, / Rapor, (yıl). Makale Başlığı. / Konu Başlığı. Erişim adresi, (Erişim Tarihi:).

Sadece link adresi ise:

URL-1: erişim adresi, (Erişim Tarihi:).

**Makaleler format dışında yazıldığı takdirde direkt reddedilecektir.**

Makale yazım kılavuzunu buradan indirebilirsiniz:

<http://dergipark.gov.tr/download/journal-file/10641>

Prof. Dr. Rauf ARIKAN  
Editör

Doç. Dr. Gül Banu DAYANÇ KIYAT  
Editör Yardımcısı

**e-posta:** sosbd@halic.edu.tr  
<http://dergipark.org.tr/tr/pub/husbd>

Haliç Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi  
Sütlüce Mah. İmrahor Cad. No: 82 Beyoğlu – İSTANBUL  
Tel: 212 924 24 44