

ISSN: 1302-4191

SOSYAL BİLİMLER MESLEK YÜKSEKOKULU DERGİSİ

Yıl:2016 Cilt:19 Sayı:1



KONYA 2016



SELÇUK ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER MESLEK YÜKSEKOKULU
SOSYAL BİLİMLER MESLEK YÜKSEKOKULU DERGİSİ
Yıl: 2016 Cilt: 19 Sayı: 1

DERGİNİN DİZİNLENDİĞİ VERİ TABANLARI
TÜBİTAK/ULAKBİM SBTV
SOBIAD/Sosyal Bilimler Atıf Dizini

SAHİBİ

Selçuk Üniversitesi
Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu Adına
Yüksekokul Müdürü Prof. Dr. Süleyman KARAÇOR
ISSN: 1302-4191

EDİTÖRLER

Prof. Dr. Yaşar SEMİZ
Yrd. Doç. Dr. M. Erhan SUMMAK

YAYIM KURULU

Prof. Dr. Süleyman KARAÇOR (Başkan) – Prof. Dr. Yaşar SEMİZ - Doç. Dr. Hakkı Mümin AY - Doç. Dr. Ali ERBAŞI
Doç. Dr. Mustafa AY - Yrd. Doç. Dr. Abdullah TEKİN - Yrd. Doç. Dr. Hüseyin İLERİ - Yrd. Doç. Dr. Y. Ayşegül OĞUZ
Yrd. Doç. Dr. M. Erhan SUMMAK – Yrd. Doç. Dr. Betül GARDA- Öğr. Gör. Adnan SÖYLEMEZ- Uzm. Ömer Faruk TEKİN

EDİTÖR YARDIMCILARI

Öğr. Gör. Adnan SÖYLEMEZ
Uzm. Ömer Faruk TEKİN

YAZI İŞLERİ SORUMLUSU

Öğr. Gör. Adnan SÖYLEMEZ

EDİTÖRYEL SEKRETERLER

Uzm. Ömer Faruk TEKİN
Öğr. Gör. Nesip ERGÜL

KAPAK TASARIM

Uzm. Tarık DOĞAN

İLETİŞİM

Selçuk Üniversitesi
Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu
Alâeddin Keykûbat Yerleşkesi Selçuklu, 42079-KONYA
Telefon: +90 332 241 00 58 - Belgeç / Faks: +90 332 241 00 60
Web: <http://sbmyod.selcuk.edu.tr> e-mail: sosbilmyo@selcuk.edu.tr; sbmyodergi@gmail.com
Baskı: SÜ Basımevi / 0332 241 18 44

Dergide yer alan yazıların dil ve bilim sorumluluğu yazara aittir.

Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu
Dergisi, TÜBİTAK - ULAKBİM Sosyal Bilimler
Veritabanı'nda taranan ve dizinlenen, ulusal, yaygın, süreli,
hakemli bir dergidir. Dergiye gönderilen makaleler hakem
değerlendirmesine gider, kabul edilmesi hâlinde
yayımlanır.

Yayın Periyodu: Dergimiz bahar ve güz olmak üzere yılda iki sayı yayımlanır.

TÜBİTAK ULAKBİM Dergipark
<http://dergipark.ulakbim.gov.tr/selcuksbmyd/>

BİLİM VE HAKEM KURULU

Prof. Dr. Adem ÖĞÜT (Selçuk Üniversitesi), Prof. Dr. Ahmet AY (Selçuk Üniversitesi), Prof. Dr. Ahmet DİKEN (Necmettin Erbakan Üniversitesi), Prof. Dr. Ali ŞAHİN (Selçuk Üniversitesi), Prof. Dr. Aliye MAVİLİ AKTAŞ (Selçuk Üniversitesi), Prof. Dr. Berna TANER (Dokuz Eylül Üniversitesi), Prof. Dr. Caner ARABACI (Necmettin Erbakan Üniversitesi), Prof. Dr. Doğan UYSAL (Celal Bayar Üniversitesi), Prof. Dr. Ekrem YILDIZ (Kırıkkale Üniversitesi), Prof. Dr. Fehmi KARASİOĞLU (Selçuk Üniversitesi), Prof. Dr. Güngör KARAUĞUZ (Necmettin Erbakan Üniversitesi), Prof. Dr. İbrahim TORUK (Selçuk Üniversitesi), Prof. Dr. Kemalettin CONKAR (Afyon Kocatepe Üniversitesi), Prof. Dr. M. Akif ÇUKURÇAYIR (Selçuk Üniversitesi), Prof. Dr. Mahmut ÖZDEMİR (Kırıkkale Üniversitesi), Prof. Dr. Metin IŞIK (Sakarya Üniversitesi), Prof. Dr. Metin Kamil ERCAN (Gazi Üniversitesi), Prof. Dr. Mikail ALTAN (Selçuk Üniversitesi), Prof. Dr. Muammer ZERENLER (Selçuk Üniversitesi), Prof. Dr. Necdet HACIOĞLU (Balıkesir Üniversitesi), Prof. Dr. Raif PARLAKKAYA (Necmettin Erbakan Üniversitesi), Prof. Dr. Remzi DURAN (Selçuk Üniversitesi), Prof. Dr. Reşat KARCIOĞLU (Atatürk Üniversitesi), Prof. Dr. Rifat İRAZ (Selçuk Üniversitesi), Prof. Dr. Süleyman KARAÇOR (Selçuk Üniversitesi), Prof. Dr. Yaşar SEMİZ (Selçuk Üniversitesi), Prof. Dr. Yunus CERAN (Selçuk Üniversitesi), Prof. Dr. Zeynep KARAÇOR (Selçuk Üniversitesi), Doç. Dr. Abdullah KARAMAN (Selçuk Üniversitesi), Doç. Dr. Ahmet AKKAYA (Adıyaman Üniversitesi), Doç. Dr. Ali ERBAŞI (Selçuk Üniversitesi), Doç. Dr. Aşina GÜRERARSLAN (Selçuk Üniversitesi), Doç. Dr. Baki YILMAZ (Selçuk Üniversitesi), Doç. Dr. Burak HAŞILOĞLU (Pamukkale Üniversitesi), Doç. Dr. Emel ARSLAN (Necmettin Erbakan Üniversitesi), Doç. Dr. Enderhan KARAKOÇ (Selçuk Üniversitesi), Doç. Dr. H. Tuğba EROĞLU (Selçuk Üniversitesi), Doç. Dr. Hakkı Mümin AY (Selçuk Üniversitesi), Doç. Dr. Hülya EŞKİ UĞUZ (Selçuk Üniversitesi), Doç. Dr. Kadir CANÖZ (Selçuk Üniversitesi), Doç. Dr. Mehmet GÖKÜŞ (Selçuk Üniversitesi), Doç. Dr. Mehmet İNCE (Mersin Üniversitesi), Doç. Dr. Mehmet MUCUK (Selçuk Üniversitesi), Doç. Dr. Mehmet Okan TAŞAR (Selçuk Üniversitesi), Doç. Dr. Mete SEZGİN (Selçuk Üniversitesi), Doç. Dr. Musa ÖZATA (Selçuk Üniversitesi), Doç. Dr. Mustafa AY (Selçuk Üniversitesi), Doç. Dr. Oğuzhan AYDEMİR (Afyon Kocatepe Üniversitesi), Doç. Dr. Ömer AKDAĞ (Necmettin Erbakan Üniversitesi), Doç. Dr. Savaş ÇEVİK (Selçuk Üniversitesi), Doç. Dr. Seher ERSOY QUADİR (Necmettin Erbakan Üniversitesi), Doç. Dr. Şafak ÜNÜVAR (Selçuk Üniversitesi), Doç. Dr. Tahsin KARABULUT (Necmettin Erbakan Üniversitesi), Doç. Dr. Tahsin TAPUR (Necmettin Erbakan Üniversitesi), Doç. Dr. Tugay ARAT (Selçuk Üniversitesi), Doç. Dr. Vural ÇAĞLAYAN (Selçuk Üniversitesi), Yrd. Doç. Dr. Abdullah TEKİN (Selçuk Üniversitesi), Yrd. Doç. Dr. Alper ATEŞ (Selçuk Üniversitesi), Yrd. Doç. Dr. Betül GARDA (Selçuk Üniversitesi), Yrd. Doç. Dr. Burcu GÜVENEK (Selçuk Üniversitesi), Yrd. Doç. Dr. Emre S. ASLAN (Gümüşhane Üniversitesi), Yrd. Doç. Dr. Erdem ÖZLÜK (Selçuk Üniversitesi), Yrd. Doç. Dr. Erkan SAĞLIK (Cumhuriyet Üniversitesi), Yrd. Doç. Dr. Hayriye SAĞIR (Selçuk Üniversitesi), Yrd. Doç. Dr. Hüseyin ÇETİN (Necmettin Erbakan Üniversitesi), Yrd. Doç. Dr. Hüseyin İLERİ (Selçuk Üniversitesi), Yrd. Doç. Dr. İsmail KÖSE (Erciyes Üniversitesi), Yrd. Doç. Dr. M. Erhan SUMMAK (Selçuk Üniversitesi), Yrd. Doç. Dr. Mustafa ÇETİNASLAN (Selçuk Üniversitesi), Yrd. Doç. Dr. Oktay AKTÜRK (Ahi Evran Üniversitesi), Yrd. Doç. Dr. Ramazan YANIK (Atatürk Üniversitesi), Yrd. Doç. Dr. Sefa USTA (Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi), Yrd. Doç. Dr. Semih BÜYÜKİPEKÇİ (Selçuk Üniversitesi), Yrd. Doç. Dr. Y. Ayşegül OĞUZ (Selçuk Üniversitesi), Yrd. Doç. Dr. Yiğit Anıl GÜZELİPEK (Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi), Yrd. Doç. Dr. Yusuf SAYIN (Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi), Yrd. Doç. Dr. Zülfiye ACAR ŞENTÜRK (Uşak Üniversitesi), Dr. Duygu İLKHAN SÖYLEMEZ (Selçuk Üniversitesi), Dr. Metin ÇELİK (Selçuk Üniversitesi), Dr. Metehan TEMİZEL (Selçuk Üniversitesi), Dr. Mürşit IŞIK (Selçuk Üniversitesi)

**SELÇUK ÜNİVERSİTESİ SOSYAL BİLİMLER MESLEK YÜKSEKOKULU DERGİSİ YAYIM
İLKELERİ VE MAKALE YAZIM KURALLARI**

1. Makale başlığı kısa ve açık olmalı, küçük harflerle 18 punto büyüklüğünde yazılmalı ve ortalanmalıdır.
2. Yazarların isimleri 10 punto büyüklüğünde eğik ve sağa dayalı olarak yazılmalıdır. Yazarların adresleri *,**, vs. biçiminde dipnot olarak ve kısaltma yapılmadan belirtilmelidir. Yazar adı veya adları, kapak sayfasında yer almalıdır. Kapak sayfasında ayrıca, yazarın akademik unvanı ve çalıştığı kurumun adı, adresi, iş ve cep telefonu, faks numarası ve e-posta adresi de bulunmalıdır.
3. Yazar isimlerinden sonra iki satır boşluk bırakılarak satır başı yapılmadan 10 punto büyüklüğünde “Öz” kelimesi ve devamına 200 kelimeyi aşmayacak şekilde makalenin ana noktalarını belirten özeti yapılmalıdır. Özeten sonra bir satır boşluk yapılarak yine satır başı yapılmadan “**Anahtar Kelimeler**” ve devamına virgülle ayrılmış en fazla 6 tane anahtar kelime yazılmalıdır. Anahtar kelimelerden sonra bir boşluk bırakılarak ortalanmış şekilde makalenin İngilizce başlığı yazılmalıdır ve bir satır boşluk bırakıldıktan sonra Türkçe özet ve anahtar kelimelere benzer şekilde “**Abstract**” ve “**Keywords**” kısımları yazılmalıdır. İngilizce yazılmış makalelerde benzer işlemlerin tersi yapılır.
4. MS Word programında, Times New Roman 11 punto, 14 nk satır aralığıyla yazılmalıdır. Yazılar ortalama 10.000 kelimeyi geçmemelidir. Makaleler PC uyumlu Microsoft veya “doc” uzantılı belge oluşturmaya elverişli herhangi bir kelime işlem programında yazılmalıdır. Eski harfli metinler için özel bir yazı karakteri kullanılmış ise belgeyle birlikte söz konusu karakterler de gönderilmelidir.
5. Metin içinde vurgulanması gereken kısımlar ve alıntılar **italik harflerle ve turnak içinde** verilmeli; beş satırdan az alıntılar satır arasında, beş satırdan uzun alıntılar ise satırın iki yanından 1 cm içeride, blok halinde, 14 nk satır aralığıyla ve 11 punto ile yazılmalıdır. İmlâ ve noktalama açısından makalenin ya da konunun zorunlu kıldığı özel durumlar dışında Türk Dil Kurumu’nun **İmlâ Kılavuzu** esas alınmalıdır.
6. Bütün bölümler ve alt bölümler numaralanmalıdır.
7. Fotoğraf, plan, harita ve çizimler: Metin içinde kullanılan fotoğraf, plan, harita vb. materyallerin “.jpg/.tiff” uzantılı kayıtları gönderilecek dokümanlara eklenmelidir. Bu tür belgelerin baskı tekniğine uygun çözünürlükte (en az 300 piksel) ve sayfa alanını aşmayacak büyüklükte olmasına dikkat etmeli, ayrıca birden fazla olması halinde numaralandırılmalı ve başlık eklenmelidir. (Resim 1; Harita 1;Tablo, Figür 1, vb.) Metin için parantezle atıfta bulunulan resim, harita veya diğer ekler makalenin sonuna eklenmelidir.
8. Kaynaklar metin içinde yazar soyadı ve tarih belirtilerek verilmeli ve makalenin sonunda alfabetik olarak ve aynı yazar içinse kronolojik olarak yazılmalıdır. Metin içinde kaynak cümlelerin başında veya içinde verilecekse yazarın soy ismi İnalçık (1982) şeklinde, cümlelerin sonunda verilecekse (İnalçık, 1982: 25) şeklinde belirtilmelidir. Eğer kaynaklarda yazar sayısı iki ise (Semiz ve Akdağ, 2011: 15) şeklinde, yazar sayısı ikiden fazlaysa ilk yazarın soyadına göre (Semiz ve diğerleri,

2011: 20) şeklinde belirtilmelidir. Aynı yazara ait ve aynı yıl içinde Yayımlanmış kaynaklar, Semiz (1995a), Semiz (1995b) şeklinde belirtilmeli, kaynakların açık künyesi makalenin sonuna eklenmelidir.

Kitaplar için klasik dipnot örneği kullanılacaksa:

Kemal H. Karpat, Ortadoğu'da Osmanlı Mirası ve Ulusçuluk, (Çev. Recep Boztemur), İmge Kitabevi, Ankara, 2001, s.100-105,110.

Makaleler için dipnot örneği:

Suat İlhan, "Türk Çağdaşlaşması", Atatürk Araştırma Merkezi Dergisi, VII/19, Kasım 1990, s.7.

Tezler için dipnot örneği:

Atilla Sandıklı, Atatürk Dönemi Türk Dış Politikası Işığında Avrupa Birliği'ne Giriş Süreci, (İstanbul Üniversitesi, Atatürk İlkeleri ve İnkılâp Tarih Enstitüsü, Yayımlanmamış Doktora Tezi), İstanbul, 2007, s.134,137. şeklinde olmalıdır.

9. Dergiye Yayımlanmak üzere gönderilen yazıların, daha önce başka bir Yayım organında Yayımlanmamış olması ya da aynı Yayım için değerlendirme aşamasında bulunmaması gerekmektedir. Daha önce akademik alanda ulusal ya da uluslararası nitelikli bilimsel toplantı, kongre, konferans ya da sempozyumda sunulmuş olan bildiriler, başka bir dergi ya da Yayımında Yayımlanmamış olması ve makale formatına ve içeriğine dönüştürülmesi koşulu ile kabul edilebilir ve hakem sürecine alınır.
10. Dergiye gönderilen yazılar, önce yayım kurulunca dergi ilkelerine uygunluk açısından incelenir. Uygun bulunanlar, o alandaki çalışmalarıyla tanınmış iki hakeme gönderilir. Hakemlerin isimleri gizli tutulur ve raporlar beş yıl süreyle saklanır. Hakem raporlarından birisi olumlu, diğeri olumsuz olduğu takdirde, yazı üçüncü hakeme gönderilir. Olumsuz görüş bildiren hakeme durum hakkında bilgi verilir. Yazarlar, hakemlerin görüş ve önerileri doğrultusunda düzeltmeleri yaparlar. Editör ve Yayım Kurulu gerektiği durumlarda yazıların yazım şekli üzerinde değişiklik yapabilir. Yayım kabul edilmeyen yazılar iade edilmez; ancak yazarın istemesi halinde bir nüshası elektronik ortamda kendisine verilir.
11. Makalede hakem-hakemler düzeltme istemişlerse, istenen düzeltmelere titizlikle ve ivedilikle tamamlanmalı ve yazının son şeklini düzeltilmiş haliyle dergi mail adresine 15 gün içinde göndermeleri gerekir. Düzeltmeler konusuna yeterince uyulmadığı anlaşılırsa bu durum yazara bildirilir. Belirtilen sürede düzeltilmiş olarak geri gönderilmeyen yazılar Yayımlanacaklar listesine alınmaz.
12. Yayım Kurulu tarafından yayımlanması uygun bulunan makalenin telif hakkı Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu'na aittir; başka bir yerde yayımlanmaz. Yazarlara telif ücreti ödenmez. Yazar makalesinin yayımlanmasına izin verdiğine dair "Makale Yayın Sözleşmesi"ni imzalayarak posta ile göndermek zorundadır.
13. Yazarlarımız makalelerini dergimizin web sayfası olan sbmyod.selcuk.edu.tr adresinden üyelik alıp sisteme giriş yaparak gönderebilirler.

İÇİNDEKİLER

Doç. Dr. Şebnem ASLAN Yrd. Doç. Dr. Mustafa KARABACAK Yrd. Doç. Dr. Osman Zahid ÇİFTÇİ	İslam'ın Liderliğe ve Kadın Liderliğe Bakışı: Benazir Bhutto Otobiyografisinin Doküman İncelemesi / <i>The View Point of Islam For Leadership and Woman Leadership: A Documental Review of Benazir Bhutto's Autobiography</i>	1
Doç. Dr. Haldun AKALIN	Avrupa'da Dinsel Göçler ve Kapitalizmin Yükselişi / <i>The Religious Migrants of Europe and The Rise of Capitalism</i>	31
Uzm. Seda ÇANKAYA	Yunanlı Öğrencilerin 1999-2011 Yılları Arası Türk-Yunan İlişkilerine ve Türkiye'nin AB Üyelğine Bakışı: Thessaly Üniversitesi Örneği / <i>Greek Students View on Turkish-Greek Relations and Turkey's EU Membership Between 1991-2011: The Example of Thessaly University</i>	69
Prof. Dr. Yaşar SEMİZ	Osmanlı Devleti'nde Para Vakıfları / <i>Money Foundations in Ottoman Empire</i>	89
Doç. Dr. Tugay ARAT Sedef BALTACIOĞLU	Sanal Gerçeklik ve Turizm / <i>Virtual Reality and Tourism</i>	103
Uzm. Ömer Faruk TEKİN	Adem-i Merkezîyetçi Kentleşme Politikaları ve Bölgesel Kalkınma: Türkiye Deneyimi / <i>Decentralized Urbanization Policies and Regional Development: Experience of Turkey</i>	119
Prof. Dr. Zeynep ÖZTÜRK KARAÇOR Arş. Gör. Mustafa KARTAL	Gelir Gruplarına Göre Yurtiçi Tasarruflar ile Dış Borçlar Arasındaki İlişki: Panel Veri Yöntemi ile Bir Analiz / <i>The Relationship between External Debt and Domestic Savings by Income Group: An Analysis with Panel Data Method</i>	139
Öğr. Gör. Gökhan AKANDERE	Lojistik Köylerin Etkin Yönetimi: Konya İline Yönelik Bir Model Önerisi / <i>Effective Management of Freight Villages: A Model Proposal about Konya Province</i>	167
Prof. Dr. Doğan UYSAL Arş. Gör. Mehmet YİĞİT	Türkiye'de Konut Talebinin Belirleyicileri (1970-2015): Ampirik Bir Çalışma / <i>Determinants of Housing Demand in Turkey(1970-2015): An Empirical Study</i>	185
Öğr. Gör. Adnan SÖYLEMEZ	Local Administrations and Social Media: During ODTÜ Protests Periods Ankara Metropolitan Municipality Mayor Example / <i>Yerel Yönetimler ve Sosyal Medya: ODTÜ Protestoları Sürecinde Ankara Büyükşehir Belediye Başkanı Örneği</i>	211

Arş. Gör. Huriye İrem KALAYCI KIRLIOĞLU Arş. Gör. Mehmet KIRLIOĞLU Arş. Gör. Doğa BAŞER	Hegemonik Erkekliğin İnşasında Duvar Yazıları / <i>Construction of Hegemonic Masculinity Through Graffiti</i>	221
Ziyaeddin KIRBOĞA	Modernleşmenin Kurguladığı Kent Tasarımı / The City Design That The Modernization Builds	239
Öğr. Gör. E. Erdal YÖRÜK Yrd. Doç. Dr. M. Erhan SUMMAK	Function of Public Relations in Corporate Perception Management / <i>Kurumsal Algı Yönetiminde Halkla İlişkiler Fonksiyonu</i>	259
Yrd. Doç. Dr. Özgür SELVİ Öğr. Gör. Servet ALTAN	Halkla İlişkiler Etiği ve Medya / <i>Public Relations Ethics and Media</i>	277
Doç. Dr. Sedat ŞİMŞEK	Use of Turkish Cultural Components by Multinational Companies within the Scope of Understanding of Glocal Advertisements / <i>Glokal Reklamı Anlamak Açısından Çokuluslu Şirketlerin Reklamlarında Türk Kültür Öğelerinin Kullanımı</i>	303
Öğr. Gör. Mehmet BÜYÜKÇİÇEK	Avrupa Kömür ve Çelik Teşkilatı'ndan Reform Antlaşmasına Entegrasyonun Yönü / <i>Direction of Integration from the European Coal and Steel Community to the Reform Treaty</i>	313
Dr. Murat KARADEMİR	Tarihî Bayburt Çeşmelerinden Örnekler / <i>Examples of Historical Bayburt Fountains</i>	327

İslam 'ın Liderliğe ve Kadın Liderliğe Bakışı: Benazir Bhutto Otobiyografisinin Doküman İncelemesi¹

*The View Point of Islam For Leadership and Woman
Leadership: A Documental Review of Benazir Bhutto's
Autobiography*

Şebnem ASLAN*
Mustafa KARABACAK**
Osman Zahid ÇİFÇİ***

ÖZ

Toplumsal birçok değişkenin etkisinde gelişen liderlik olgusunun, din faktöründen de önemli ölçüde etkilendiği varsayılmaktadır. Zira dinin bireyin gelişimindeki etkisi çeşitli çalışmalarda ifade edilmektedir.

Bu çalışmanın ilk aşamasında büyük çoğunluğu Müslümanlardan oluşan ülkemizde liderlik kuramlarına İslami yaklaşımın araştırılması hedeflenmiştir. Çalışmanın ikinci aşamasını kadın liderliğinin, İslami yaklaşımla incelenmesi oluşturmaktadır. Araştırmada kadın liderliği tüm boyutlarıyla tartışılmakta ve özellikle İslam siyaset anlayışının kadın liderliğe bakışı irdelenmektedir. Bu konuda İslami literatürde farklı görüşler bulunmaktadır. Bu çalışmayla çağdaş yönetimlerde İslam düşüncesinin liderliğe ve kadın liderliğe bakışı konusunda doğru kanaatin oluşması amaçlanmaktadır. Çalışmanın üçüncü aşamasında, Pakistan 'ın İslam 'da İlk seçilmiş kadın başbakanı, Doğu 'nun Kızı ünvanlı, Benazir Bhutto 'nun kendisinin liderliğiyle ilgili yazmış olduğu kitabı (otobiyografisi) doküman analizi tekniğiyle incelenmekte ve kadın lider olmanın zorlukları irdelenmektedir. Araştırma kapsamındaki kitapta kadın liderlikle ilgili anlattıkları bölümler değerlendirilerek, bulgular "kadın liderlik" ve "kadın liderliğin zorluğu" temalarında yapılan bir sınıflandırma ile sunulmaya çalışılmıştır.

ANAHTAR KELİMELELER

Liderlik, Kadın Liderlik, İslamî Liderlik İslamî Kadın Liderlik, Benazir Bhutto, Otobiyografi, Doküman İncelemesi.

Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu Dergisi Yıl:2016 Cilt:19 Sayı:1 ss.1-29 **Makale Gönderim Tarihi:** 18/01/2016 - **Kabul Tarihi:** 28/03/2016

¹ 21-22 Aralık 2015 tarihinde Uluslararası Sosyal Yaşam ve Kadın Sempozyumunda bildiri olarak sunulan metnin genişletilmiş halidir.

* Doç. Dr., Selçuk Üniversitesi, Sağlık Bilimleri Fakültesi, Sağlık Yönetimi, sebnemas@hotmail.com

** Yrd. Doç. Dr., Aksaray Üniversitesi, İslami İlimler Fakültesi, İDKAB, karabacakm67@hotmail.com

*** Yrd. Doç. Dr., Aksaray Üniversitesi, İslami İlimler Fakültesi, Felsefe ve Din Bilimleri, ozahidcifici@aksaray.edu.tr

ABSTRACT

It is assumed that the concept of leadership, which developed under the thumb of many social variables, is affected by religious factors considerably. Yet, the effect of religion on individual development is expressed in many studies.

In the initial phase of this study, it was aimed to investigate the Islamic approach for leadership theories in our country, which has majority of Muslims. Examining the woman leadership as to Islamic approach constituted the second phase. Woman leadership was discussed with all dimensions and particularly the viewpoint of Islamic politic approach for woman leadership was evaluated within the study. The objective of this study is to provide a correct consensus in terms of Islamic view for leadership and woman leadership in modern management. At the third stage of the study, the book written by Benazir Bhutto, who was the first elected female Prime Minister of Pakistan in Islam, bearing the title "daughter of the East", about her own leadership will be reviewed via documental analysis technique and the difficulties of female leadership will be discussed, as well. The results are presented with a classification under the thema of "woman leadership" and "difficulty of woman leadership" by evaluating the sections of the book that related with woman leadership within the study.

•

KEYWORDS

Leadership, Woman Leadership, Islamic Leadership, Islamic Woman Leadership, Benazir Bhutto, Otobiography, Document Review.

GİRİŞ

Günümüzde demokratikleşme söyleminin çok daha fazla dile getirilen konular arasına girmesi, yönetim modellerini de dikey yapılanma yerine yatay yapılanmalarının önemli kılındığı örgütsel yapılara doğru değiştirmektedir (Koçel, 2005). Yatay yapılanma ve ilişkiye dayalı örgütsel yapılar, örgüt içindeki farklı grupların gelişimine, gücün paylaşımına, ortaklıkların oluşturulmasına imkân vermektedir (Tedrow ve Rhoads, 1999: 2). Bu modele uygun yöneticilik ise lider-yöneticiler olarak değerlendirilmektedir (Aslan, 2013).

Din konusunun liderlik açısından incelenmesinin nedeni, toplumsal değişken olması hasebiyledir. Zira din kişinin hayatında genel hedefler belirlemede ve enerjisini bu hedeflere doğru yönlendirmesinde önemli bir role sahiptir (Watt, 2001: 52). Öte yandan diğer toplumsal değişkenlerle karşılıklı ilişki halinde bulunmaktadır. Nitekim Marx Weber, din ile ekonomik faktörler arasında karşılıklı fonksiyonel ilişkiden bahsetmektedir (Eroğlu, 1995: 29-34).

Bunun yanında küreselleşme çağında çok uluslu şirketlerde bilginin önemli bir unsur olmaya başlamasıyla cinsiyet ayrımı yerini, kadın çalışanların da sektöre girmelerine bırakmıştır. Bu türden bilgi çağı dönüşümünde kadın liderlere pozitif meyil oluşmaya başlamış ve kadınların haklarını daha fazla aramalarına uygun bir zemin oluşmaya başlamıştır.

Kadın liderliğin din çerçevesinde araştırılması ise son 30 yılda İslam dünyasında yaşanan Müslüman kadın liderlerin hareketliliği nedeniyledir. Müslüman kadın liderliği özellikle Orta Doğu, Kuzey, Doğu, Batı ve Güney Afrika, Güney, Güney Doğu ve Doğu Asya, Avrupa ve Kuzey Amerika'da yaygınlaşmaya başladığı görülmektedir (Kalmbach, 2012: 1). Benzer şekilde kadınlar, toplumlarda ilişkilerin ve bağlantıların kurulması ve yönetilmesinde kilit bir role sahip olmuşlardır. Kadınlar toplumu yönlendirme sırasında kültürel, ekonomik ve sosyal engellerle karşılaşabilmekte; motivasyonları sayesinde bu engellerin üstesinden gelebilme gücüne sahip bulunmaktadırlar (Hassan ve Silong, 2008: 361). Ancak buna rağmen kadınlar geçmişten beri toplumdaki önemli rollerine rağmen, yönetim kademelerinde erkek akranlarıyla eş düzeyde yer alamamışlar, lider-yönetici olma yönünde negatif ayrımcılık yaşamışlardır. Bunun temel dayanağını ise geçmişten beri getirilen algılar oluşturmuştur. Çünkü rekabetçi olmayı gerektiren üst düzey yöneticiliği, işbirlikçi ve şefkatle daha fazla donatılan kadına uygun görülmemiştir. Oysa

yaşanılan çağda iş anlayışları değişmekte; otokratik yönetim yerini demokrasiye dayalı yönetim tarzlarına bırakmaya başlamaktadır. Öyle ki takipçilerin liderden beklentisi iş dünyasında, katılımcılık, işbirlikçilik olarak değişmekte ve bu durum da kadına has liderlik tarzına uygun düşüp, kadın liderliğine olumlu zemin oluşturmaktadır.

Bu bağlamda uygulamadaki kadın liderliğin artışı, İslam dünyasında kadın liderliğini tartışma konusu yapmaktadır. İslami kaynaklarda bu konuda farklı görüşler bulunmaktadır. Dolayısıyla bu çalışma İslam düşüncesinde kadın liderliğe ilişkin ne tür ifadelerin bulunduğu araştırılmasına yöneliktir. Bu bakış açısıyla Pakistan'ın seçilmiş ilk kadın başbakanı, Doğu'nun Kızı unvanlı, Benazir Bhutto'nun kendisinin liderliğiyle ilgili yazmış olduğu kitabı (otobiyografisi) (Bhutto, 2014). Doküman analizi tekniğiyle incelenmekte ve kadın lider olmanın zorlukları irdelenmektedir. Bunun öncesinde de liderliğin genel yaklaşımları, İslami bakış açısıyla değerlendirilmektedir.

1. LİDERLİK VE İSLAM'DA LİDERLİK

Liderlik, İngilizcede götürmek manasına gelen 'laeden' fiiliyle ilişkili iken; Arapçada yöneten anlamındaki 'yakud'dan kökenini almakta; deve ya da atın başından bağlanarak çekilmesi anlamına gelmektedir (Adair, 2010: 43-44). Lider, örgütün amaçlarının gerçekleştirilmesi için insanları etkileyen, yönlendiren, örgütte eşgüdüm sağlayan kişi olarak ele alınmaktadır (Özsalmanlı, 2005: 137), Yani lider; yol gösteren, aydınlatan, ileriye gösteren, öğreten, birlikte çalıştığı kimselerin istek ve ihtiyaçlarını zamanında sezen kimsedir (Yılmaz, 2010: 147). Buna göre liderlik ise ortak hedeflere ulaşmada birey ve grup davranışlarını etkileme süreci (Çetin, 2008: 22) olarak tanımlanmaktadır.

İslam'ın liderlikle ilgili fikirlerine bakmadan önce, toplumsal bir organizasyon olarak devlete bakışını kısaca izah etmek konumuzu daha anlaşılır kılacaktır. İslam, temelinde bulunan "tevhid" anlayışının gereği olarak toplumsal örgütlenmeye de ayırım gözetmeden bakmış ve maddi otorite, manevi otorite ayırımına gitmemiş, otoriteyi tek elde toplamıştır (Vergin, 2000: 110 vd.). Bireysel ve toplumsal hayatın tüm aşamalarını kendisine göre şekillendiren İslam'ın dünya hayatına bakışı şu şekildedir; Allah, insanoğluna bir emanet teklif etmiş ve bu teklif insanoğlu tarafından kabul edilmiştir (Ahzap: 72). Emaneti kabul etmesi neticesinde dünya üzerindeki bütün nimetler onun hizmetine sunulmuştur (Bakara: 29; Lokman: 20, Mü'min: 64; Câsiye: 12). Ancak bu nimetler, geçici olan dünya hayatında (Al-i İmran: 14; Yunus: 25)

insan için birer imtihan aracıdır (Tegabün: 15) ve insan bunlardan hesaba çekilecektir (Tekasür: 8).

Toplumsal hayatla ilgili birçok hüküm içeren Kur'an-ı Kerim'in, devlet yapısı ve siyasi iktidarın biçimi ile ilgili hüküm içermemesi dikkat çekicidir (Kurt, 2002:556-557).Ancak bu konularla ilgili bilgi vermiyor olması O'nun toplumsal hayatta önemli yer tutan devlet ve siyasetle ilgili söyleyeceklerinin olmadığı anlamına gelmemektedir. İlkeleri belirleyen bir kitap olarak Kur'an-ı Kerim, devletin uyması gereken kuralları ve siyasetin ilkelerini belirlemiştir (Sezen, 2004:304). İslam'ın devletten beklentileri; Allah'ın isteğine uygun bir yönetim sergilenmesi, adil olunması, toplumu ayrıştıracak fitnelerin çıkmasının önlenmesi, siyasal kararlar alınırken şûraya riayet edilmesi, hukuka uyulması, zulmün engellenmesidir (Karatepe, 1996: 13). Buradan anlaşılacağı üzere; İslam, devletin yönetim şekline önem vermemiştir. İslam, siyasal organizasyonun insanın iki dünyada da mutluluğunu amaç edinmiş olmasını ve sayılan ilkelere uygun davranmasını önemsemektedir (Hamidullah, 1990:181).

Yukarıda söylediklerimizden anlaşılacağı üzere İslam, yönetim mekanizmasının adının ne olacağı ile ilgilenmemiş, sadece nasıl olması gerektiği ile ilgili ilkeleri belirlemiştir. Bu ilkelere uyulduktan sonra yönetimin nasıl şekilleneceği insanların ihtiyaçlarına göre şekillenecektir. İslam tarihi boyunca da durum bu şekilde gerçekleşmiştir.

İslam'da yönetim işleri belirli bir kişiye, sınıfa veya kavme verilmemiş; bütün olarak topluma (ümmete) ait kılınmıştır (Rahman, 1985: 6-43-44). İslam'ın ilk dönemlerinden itibaren topluluğu sevk ve idare eden devlet başkanına Hz. Muhammed'e halef olması nedeniyle "Halife" denilmiştir (El-Maverdi, 1994: 52). Hilafe, ne Kur'an-ı Kerim'de ve ne de sünnette yer almamakta ve Hz. Muhammed, İslam devletinden bahsetmemektedir (Abdurrazık, 1995: 36-99). "Kur'an-ı Kerim'de devlet yapısını, yönetim şeklini kesin olarak belirleyen veya doğrudan belirleyen hükümlerin olmadığını (Fığlalı, 1997: 36), İslam'da halkın yönetimiyle ilgili belirli bir idare şeklinin zorunlu kılınmadığını; yönetim şeklini belirlemenin, mevcut durumlara bağlı kılındığını; Kur'ân-ı Kerim'de, Peygamber'in sünnetinde bu hususta herhangi bir tavsiyenin yer almadığını (Rahman, 1985: 42) düşündüğümüz zaman, Hilafet kurumu; "dini" değil, zamanın şartlarında "gerekli" bir kurum olarak karşımıza çıkacaktır. İslam tarihinin bir gerçekliği olan bu kurumda hiç kimsenin, devlet işlerini despotlukla idare edemeyeceği; zira Allah'ın koyduğu ilkelerin buna müsaade etmeyeceği aşikârdır (Mevdudî, 1956: 35-73).

Halifelik sisteminde Müslümanlar, eşit şekilde halife olma hakkına sahiptir (Mevdudî, 1956: 34). İlk halifelerin seçimi şu şekilde gerçekleşmiştir: Hz. Muhammed'in arkadaşları hakkında herhangi bir dini hüküm olmayan yönetici belirleme konusunu Sakife adlı yerde toplanıp tartışarak çözüme kavuşturmışlardır. Kur'an'da ve Hz. Muhammed'in sözlerinde yönetim şekli ve Hz. Muhammed'den sonra yönetici olacak kişiyle ilgili herhangi bir işaretin olmadığı en önemli kanıtlarından biri de; Sakife adlı yerde yapılan bu toplantının zamanıdır. Bu toplantı Hz. Muhammed'in vefatından hemen sonra, defin işlemlerinden önce yapılmıştır. Bu toplantıda yapılan uzun tartışmalar neticesinde Hz. Muhammed'in yakın arkadaşı olan Hz. Ebubekir'in halef olmasına; toplantıda bulunanların ezici çoğunluğunun görüş belirtmesiyle karar verilmiştir (Hamidullah, 1990: II/1105-1110). Hz. Ebu Bekir ise, halkın ileri gelenleriyle görüşmüş ve ölmeden önce "Hz. Ömer'i" halefi tayin etmiştir. Sonrasında Hz. Ömer, halkın ileri gelenlerinden oluşan bir kurul tayin etmiş ve kurul tarafından Hz. Osman seçilmiştir. Hz. Ömer, kendi çocuklarını halife olmalarını yasaklamış böylece hilafetin babadan oğla geçmesini engellemiştir. Hz. Osman öldürüldükten sonra Hz. Ali hilafet makamını kendisine teklif edildiğinde önce kabul etmemiştir, halkın seçimini istemiştir ve nihayetinde seçimle halife olmuştur. Halifelik Hz. Ali ile sona ermiştir (Watt, 2001: 63-64; El-Maverdî, 1994: 39-40; Mevdudî, 1956: 90-143; Abdurrazık, 1995: 25-27). Öyle ki Muaviye, hilafeti eline geçirdikten sonra İslâm hilafeti yerini saltanata yani padişahlık sistemine bırakmıştır (Mevdudî, 1956: 181).

Padişahlık sisteminde halkın arasına karışıp derdinin dinlendiği sistem kalmamış, devletin malı (Beytu'l-mal) padişah hazinesine dönüştürülmüştür (Mevdudî, 1956: 198-200). Muaviye'den döneminden sonra sırasıyla Yezid ve Mervan padişah olmuştur her ikisinde de padişahlık sistemi devam etmiş yalnız sonrasında başa geçen Ömer İbn Abdülaziz halifeliği yeniden uygulamış ancak O'ndan sonra yeniden saltanat devri gelmiştir (Mevdudî, 1956: 198-242).

İslam'ın devlete bakışına ve İslam Tarihi'nin bir gerçekliği olarak hilafet kurumuna baktıktan sonra, İslam düşüncesinin liderlikle, özellikle de devlet başkanlığı ile ilgili söylediklerini ele almaya ve bu anlayışın günümüz liderlik anlayışları ile benzerliklerini ortaya koymaya geçebiliriz. Öncelikle İslam düşüncesinde liderliğe çok önem verilmiştir. Nitekim liyakatli yöneticilere sahip olmayan devletin, güçsüz ve problemlili olacağına işaret edilmektedir (El-Mâverdî, 2003: 58). Benzer şekilde Hz. Muhammed: "Yolculuk yaparken üç kişi de olsanız birini lider yapın" demekte ve liderliğin önemine dikkat çekmektedir (Müslim, Mesacid 289; Adair, 2010: 37).

Liderlik tanımlamasında İslam düşüncesinde “çobanlık” sıkça yapılan bir benzetme olarak karşımıza çıkmaktadır. Abdullah b. Ömer’in bir rivayetinde Hz. Muhammed şöyle buyurmuştur (Rahman, 1985: 9-10):

“Her biriniz çobandır ve her biriniz idaresi altındakilerden sorumludur. Yönetici, çobandır ve idaresi altındakilerden sorumludur. Erkek, ailesinde çobandır ve idaresi altındakilerden sorumludur. Kadın, kocasının evinde çobandır ve idaresi altındakilerden sorumludur. Hizmetçi, efendisinin malında çobandır ve idaresi altındakilerden sorumludur. Bir kimse, babasının malında da çobandır ve idaresi altındakilerden sorumludur. Kasaca, her biriniz birer çobandır ve idaresi altındakilerden sorumludur”.

Bu benzetmenin günümüz yönetim anlayışında da kullanıldığı görülmektedir. Öyle ki Mandela, Afrika’daki liderlik tarzını “ubuntu” kavramıyla açıklamakta ve liderlikte çobanlık imgesini vurgulamaktadır Ubuntu kavramıyla, “insanların başka insanlar tarafından güçlendirildikleri ve kendilerini diğerleriyle bencillikten arınmış bir etkileşim içinde gösterdikleri bir düzen” tanımlanmaktadır (Stengel, 2009: 64-65). Buna göre çoban, genellikle önde ve sürüye yön göstermektedir. Zaman zaman çoban arkada hatta sürü dağıntık olduğunda orta kısımda yer almakta; sürü çok büyük olduğunda baş çoban önde, yardımcı çoban arkada durmakta; ancak çoban, sürünün duyduğu menzilin-den hiçbir zaman uzak kalmamaktadır (Adair, 2010: 30-31).

İslam siyaset anlayışında liderlik tarzı, demokratik, katılımcı, temel esaslarda otokratik ve kolaylaştırıcı bir liderlik tarzıdır. İslami anlayışta liderin demokratik olması, kişilerin akıl sahipleriyle fikir alış verişinde bulunması (müşavere) gerekli görülmüştür (El-Maverdi, 2006: 418). Hz. Muhammed, idarî kararlarını halkın temsilcileri ile yaptığı istişarelere dayanarak almıştır (Rahman, 1985: 9). Bu yaklaşım demokratik liderliğe uygun tarzı oluşturmaktadır (Ray ve Ray, 2012: 3; Choi, 2007: 246). İslam siyaset anlayışında danışmanlara da büyük önem verilmiş, liderin müşavere edeceği kişilerde dikkat etmesi gereken özellikler şu şekilde belirlenmiştir: akıl ve tecrübe sahibi olmak, dindar ve takva sahibi olmak, samimi ve keskin görüşlü olmak, danışılan iş için bir garazı veya kuvvetlendirmek istediği bir arzusu olmamak (El-Maverdi, 2006: 420-422).

Diğer yandan Kuran’da “Siz ey imana ermiş olanlar! Allah’a, Peygamber’e ve aranızda otorite emanet edilmiş olanlara itaat edin” (Nisa, 4/59) denilerek otokratik liderliğe de işaret edilmiştir. Ancak lidere itaati öngören İslam itaatın sınırını da çizmiştir (Mevdudî, 1956: 82):

“Sizin üzerinize birtakım emirler, yöneticiler tayin olunacaktır. Onların dine uygun olan işlerini iyi bulur, uygun olmayanlarını ise hoş karşılamaz, tenkit edersiniz. Kim hoş karşılamaz, kerih görürse gûnahtan korunmuş olur. Kim de tenkit eder, onların kötülüklerine engel olmaya çalışırsa, kurtuluşa erer. Fakat kim de razı ve hoşnut olur, onlara uyarsa isyan etmiş olur.”(Müslim, İmâre, 63; Ebû Dâvûd, 26,27)

İtaatin yerini başkaldırıya dönüştüren sebepleri Maverdi (2003: 16-17) şu şekilde belirtmiştir: Liderin dini değerlerden uzaklaşması, makama ehil olmayanları getirmesi, liderin dini değerleri hafife alması ve liderin dinde aslı olmayan uydurma şeyler ortaya çıkarmasıdır.

Günümüz liderlik anlayışları arasında sayılan kolaylaştırıcı liderlik tarzının da İslam siyaset anlayışında mevcut olduğu görülmektedir. Peygamberimiz, Ebu Musa el-Eşeri ile Muaz b. Cebel’e “Kolaylaştırınız, zorlaştırmayınız; sevdiriniz, korkutmayınız!” demiş ve kendisi iki şeyden birini seçerken günah olmamak şartıyla kolayını seçmiştir (Abdurrazık, 1995: 76).Çağdaş felsefelerde kolaylaştırıcı liderlik tarzı sınırlı kaynakları artırmaya çalışan, takımlar kurarak dönüt veren, çatışmaları yöneten, iletişim ağları oluşturan liderlik tarzı olarak tanımlanmaktadır (Akyüz, 2002: 112).Diğer ifadeyle kolaylaştırıcı liderlik tarzındaki temel felsefe tüm üyelerin sorunlarının çözümüne dayalı bir liderlik tarzı olmasıdır (Aslan, 2013: 37) ve bu yönüyle İslam düşüncesiyle birebir örtüşmektedir.

İslami yaklaşımda liderin vizyoner olması, keskin görüşlü olmalıdır şeklinde belirtilmektedir (El-Maverdi, 2004: 352-353).Günümüz liderlik yaklaşımlarında da vizyonerlik belirtilmektedir (Bulut ve Uygun, 2010: 29). Yine hayal gücünün yüksek olmasına işaret edilmektedir (Farabi, 2013: 102). Bu da sağ beyin yeteneğinin hayal gücünün önemli olduğunu ileri süren günümüz yaklaşımlarına benzemektedir (Avcı, 2008: 8).

Bir diğer konu, adaletli olmak, çağdaş liderlik kuramlarında etik liderlik başlığı altında değerlendirilmekte ve liderin adaletli olması pek çok kuramda ifade edilmektedir (Freeman ve Stewart, 2006: 3). Benzer şekilde adalet yaklaşımı, İslam’da üzerinde durulan en önemli konudur. Öyle ki; adaletsiz tavır, halifelik makamından düşme sebebi olarak belirtilmiştir (El-Maverdi, 1994: 55). Kur-an’ı Kerimde: “Allah size, emanetleri mutlaka ehline vermenizi ve insanlar arasında hükmettiğiniz zaman adaletle hükmetmenizi emrediyor”, denmektedir (Nisâ, 4/58). Bir başka ayette: “Yüce Allah, Hz Davud’a: “Ey Davud! Seni yeryüzündeki halife kıldık: Öyleyse insanlar arasında adaletle

hükmet...” diyerek liderlikteki adalet vurgulanmaktadır (Sad, 38/26). Hz. Muhammed: “Bana meselelerinizi getiriyorsunuz. Eğer içinizden/birine, getirdiği delillere dayanarak hak etmediği bir hakkı verirsem, iyi bilsin ki ona bir ateş parçası veriyorum. Onu almasın.” demektedir (Buhârî, Mezâlim, 16, Şehâdât, 27; Hıyel, 10; Ahkâm, 20, 29, 31; Müslim, Akdiye, 4).

Hız. Ali'nin gayri Müslim bir kişiyle mahkemede yaşadığı olay da adaleti gösteren önemli kanıtlardandır. Hız. Ali için Kadının yerinden kalkıp ve Hız. Ali'ye selam vermesi, Hız. Ali tarafından eleştirilmiştir, Hız. Ali: “Daha işin başında sen bu işte haksızlık ettin” diyerek itirazda bulunmuştur (Mevdudî, 1956: 107).

Hız. Ömer'in bir Cuma hutbesinde söyledikleri de (Mevdudî, 2011:114) adaletli olma konusunda etik liderliğe güzel bir örnek oluşturmaktadır:

“Hız. Ömer Cuma hutbesinde: ‘Bundan böyle, evlenmelerde dört yüz dirhemden fazla mehir istenmesin’. Hutbeyi dinleyen bir kadın, hemen ayağa kalkarak: ‘Senin böyle bir şey için hüküm vermeye hakkın yoktur.’ dedi. ‘Kur'an; kantarla mehir tayin etmeye izin vermiştir, sen bunu değiştiremezsin.’ diye ilave etti. ‘Nasıl, sen burada belli bir sınır tayin edersin.’ tarzında Hız. Ömer'e itiraz etti. Hız. Ömer kadını haklı buldu ve kendi fikrinden vazgeçti”.

Etik liderlikle ilgili bir başka konu akraba kayırmacılığı konusudur. Türkiye kültüründe oldukça yer edinmiş olan bu olgu (İşçi, Taştan ve Kozal, 2013: 78),ne etik liderlikle ne de İslam'la uyumsuzdur. Öyle ki İslam düşüncesinde Hilafetin padişahlığa dönüşümünde Muaviye'nin yaptığı dört iş tehlikeli olarak belirtilmiştir: Birincisi, Müslümanların oylarıyla değil kılıçla iktidarın sağlanması. İkincisi, kendisinden sonra yerine oğlunu veliaht tayin etmesi. Üçüncüsü, devlet memurluklarına yakın akrabasını getirmesi. Dördüncüsü, Hicr ve arkadaşlarını katletmesidir (Mevdudî, 2011: 206). Bunun yanı sıra akraba kayırmacılığı ile ilgili İslam tarihinde örnekler mevcuttur. Nitekim Hız. Ebu Bekir ve Hız. Ömer devlet memuriyetlerine akraba ve yakınlarını atamamışlardır. Hız. Ömer, akrabalarından birini (Numan İbn-i Adiy) getirmiş ancak onu da kısa sürede azletmiştir. Hız. Osman ise akraba ve yakınlarını “sıla-yı rahim” yaptığı gerekçesiyle atamış ancak bu sebeple halk ayaklanmış ve Hız. Osman şehit edilmiştir (Mevdudî, 1956: 109; Mevdudî, 2011: 112-132).

Çağdaş teorilerde ortaya atılan ilkeli liderliğin görüntüsünü (Engelbrecht, Van Aswegen ve Theron, 2005: 20) ise II. Ömer'de görmek mümkündür. Nitekim “Ömer b. Abdülaziz'in oğlu kendisiyle ev ihtiyaçları hakkında

konuşuyorken Ömer oğluna mumu söndürmesini ister. Mumun beytü'l-mal olduğunu halk ile ilgili bir şey olmadığından bunu kullanmaya Allah'ın izninin bulunmadığını ifade etmiştir (Gazzali, 1969: 82; El Maverdi, 2004: 50-52).

Hz. Muhammed yolculuk esnasında: “Halkın lideri, onlara hizmet edendir.” ifadesiyle gerçek bir liderin, hizmet etmesi gerektiğini belirtmiştir (Adair, 2010: 46). Bu yaklaşım hizmetkâr liderliğe denk düşmektedir (Brewer, 2010: 6). Hizmetkâr liderlik, takipçilerinin çıkarlarını kendi çıkarlarının üstünde gören, onların gelişimine katkı sağlayan liderlik olarak tanımlanmaktadır (Laub, 1999: 55).

Çağdaş yaklaşımlarda “dunning-kregor” sendromu; yetersiz kişilerin kendi eksikliklerinin farkında olmaksızın üst düzey yöneticilik görevine talip olmada çok istekli olmaları şeklinde tanımlanmaktadır (Kruger ve Dunning, 1999: 1130). Hz. Muhammed: “Allah’a yemin ederim ki, biz işlerimizi bir kimseye tevdi edemeyiz ki, bu kimse, istekli bulunsun ya da bu işler için ihtiras sahibi olsun” (Mevdudî, 1956: 77; Rahman, 1985: 18) diyerek böylesi kimselerin görevden uzak tutulmasına vurgu yapmıştır. Nitekim Hulefâ-i Râşidîn (doğru yolu gösteren halifeler) devrinde hiç kimse kendisini halife yapın dememiştir. Halk onları seçmiş ve iş başına getirmiştir (Mevdudî, 1956: 194-257).

Bunun yanı sıra günümüz yaklaşımlarında ekip çalışmasının üstünlüğü de benimsenmektedir (Tarricone ve Luca, 2002: 640). Hz. Peygamber'in Abdurrahman b. Semûre'ye söylediği “Ey Abdurrahman, emirliği sen isteme! Çünkü istediğin için sana verilirse, onunla baş başa bırakılırsın. İstemediğin halde sana uygun görülüp de verilirse onun zorluklarına karşı yardım görürsün” (Müslim, İmâre, 13). Bu ifade de İslam düşüncesinde hem dunning-kregor sendromuna işaret edildiği bunun ekip çalışmasına da zarar verebileceği anlatılmaktadır.

Çağdaş liderlik teorilerinde kültürel farklılıklara değinilmekte ve kültürel liderlik vurgulanmaktadır (Lewis, 2006: 144). Benzer şekilde liderlikte duyguların önemi konu edinilmekte ve liderlikte duygusal zekânın önemi bilinmektedir (Bardzil ve Slaski, 2003: 102). İslam düşüncesinde bu iki yaklaşımın benzerliği dikkat çekicidir. İslam düşüncesinde adil yönetimin dayandığı temel kurallar: sevgi, korku, adalet ve eşitliktir. Bu kuralların istikrarı için üç temel şart bulunmaktadır. Bu şartlar: halkın örf ve adetlerine duyarlılık, sevgi gerektiren yerde korkuyu; korku gerektiren yerde sevgiyi kullanmamak, bu kuralları uygun zamanda uygulamaktır (El-Mâverdî, 2003: 59-61).

Duygusal zekâ ile başka saptamalarda da İslam düşüncesinin çağdaş felsefelerle benzerliği dikkat çekicidir. İslam düşüncesinde yönetimdeki bozulmalara yumuşaklık sebep olduysa sert tavır gösterilmeli; sertlik sebep olduysa yumuşak davranılmalıdır şeklinde orta yolun kendi zıttı ile bulunması tavsiye edilmiştir (El-Mâverdî, 2003: 92-93). Nitekim liderin yumuşaklıkla sertlik arasında orta bir yolda bulunması, yumuşaklıkta acizlik derecesinde olmadığı gibi sertlikte de incitcilik derecesine varmaması gerektiği belirtilmiştir (El-Maverdi, 2004: 87). El-Maverdi bu konuda Hz. Ömer'den bir hadis nakletmektedir (2006: 26):

Hz. Ömer Ebu Musa'l Eşari'ye, Ziyad'ı görevden azletmesini yazmıştı. Bu emir Ziyad'a tebliğ edilince, Hz. Ömer'e gelerek:

-“Ya emir'al-müminin, bana kızgınlığınızdan mı, yoksa bir hıyanetim görüldü de ona istinaden mi beni azlediyorsunuz?”, diye sorunca, Hz. Ömer cevaben:

- “Ne odur, ne de odur. Ancak sizin aklınızın fazla olması ve kendiniz kadar akıllı olmayan insanların başında salahiyetli bulunmanızın onlara fazla yük getireceği beni endişelendirdi”, demiştir.

Duygusal zekânın kendini bilmek boyutu liderlikte pek çok kuramda vurgulanmaktadır (Yeung, 2009: 3; Wan ve diğerleri, 2014: 2), İslami anlayışta “nefsini bilmek” olarak ifade edilmektedir. Hz. Aişe, Hz. Muhammed'e : “İnsan ne zaman Rabbini tanımış olur?” diye sorunca, Hz. Muhammed : “Nefsini tanıdığı zaman” cevabını vermiştir. Hz. Muhammed'in: “Kuvvetli olan nefesine galip gelendir” şeklindeki ifadesi de aynı konuya değinmektedir (El-Maverdi, 2006: 97-322). Hz. Muhammed, “Kendi konumunu bilen..., helak olmaz” demektedir (El-Mâverdî, 2003: 84-85).

Son olarak liderlikte iletişimin önemi İslam devlet felsefesinde de mevcuttur. Nitekim İslam düşüncesinde devlet başkanı, çalışanlardan özel istihbarat birimleri yoluyla haberdar olmalıdır. Ancak hiç kimseye mutlak inanmamalı, başka yollarla da araştırmalıdır (El-Mâverdî, 2003: 129-133). Sultan, Hz. Ali'nin, hilafeti sırasında yaptığı gibi, arada bir tebdili kıyafetle halkın arasında düşüncelerini öğrenmeli, yöneticilerinin yaptığı uygulamaları kontrol etmelidir (El-Maverdi, 2004: 81; Mevdudî, 1956: 103-104).

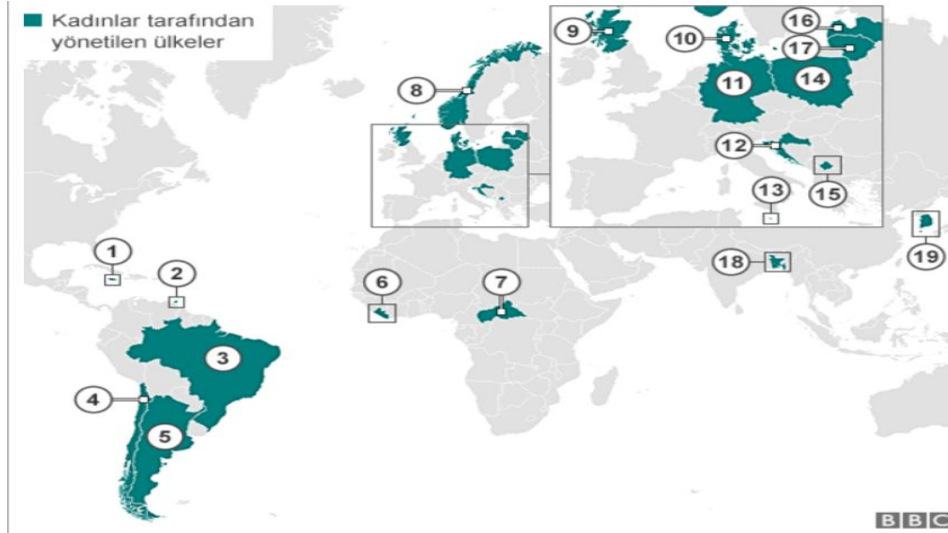
Liderliğin pek çok yönden İslam düşüncesiyle örtüştüğü görülmektedir. Günümüzde gittikçe sayısal ağırlığı hissedilmeye başlanan kadın liderlik boyutu ise liderliğin incelenmesi gereken bir başka boyutudur.

2. KADIN LİDERLİK

Liderlikte geçmişten getirilen bir kanı, liderliğin erkeğe uygun bir rol olduğu düşüncesidir (Bosak ve Sczesny, 2011: 256; Gidengil ve Everitt, 2003: 210). Bu yaklaşım kadın liderliğin geçmişten beri sayısal olarak düşük düzeyde kalmasıyla sonuçlanmıştır.

Birleşmiş Milletler tarafından dünyada tanınan ülke sayısının 193 ve bunlar içerisinde kadınların yönettiği ülke sayısının ise 19 olduğu belirtilmiştir. Bu liderler: Portia Simpson-Miller, (Jamaika), Kamla Persad-Bissessar, (Trinidad ve Tobago), Dilma Rousseff, “demir leydi”(Brezilya), Michelle Bachelet, (Şili), Cristina Fernandez de Kirchner, (Arjantin), Ellen Johnson Sirleaf, “demir leydi” (Liberya), Catherine Samba-Panza, (Orta Afrika Cumhuriyeti), Erna Solberg, (demir Erna) (Norveç), Nicola Sturgeon, (İskoçya), Helle Thorning-Schmidt, (Danimarka), Angela Merkel, (en güçlü kadın)(Almanya), Kolinda Grabar-Kitarovic, (Hırvatistan), Marie Louise Coleiro Preca, (Malta), Ewa Kopacz, (Polonya), Atifete Jahjaga, (Kosova), Dalia Grybauskaitė, “demir leydi” (Litvanya), Laimdota Straujuma, (Letonya), Sheikh Hasina Wajed, (Bangladeş) ve Park Geun-hye, (Güney Kore)’dir (<http://www.bbc.com>, 2015). Şekil 1’de kadınlar tarafından yönetilen ülkeler gösterilmektedir.

Şekil 1. Kadınlar Tarafından Yönetilen Ülkeler



Kaynak: <http://www.bbc.com>, 2015.

Şekil 1’de görüldüğü gibi, kadınlar tarafından yönetilen ülkeler içerisinde kadın lider oranının % 9.8 olduğu anlaşılmaktadır. Dini açıdan ülkelere bakıldığında; iki ülkenin (Kosova ve Bangladeş) çoğunluğunun Müslümanlardan oluştuğu görülmektedir. Buna göre Müslüman ülkelerdeki kadın lider oranı ise %1’dir. Ayrıca kadınlar tarafından yönetilen ülkelerdeki dört kadın liderin “demir veya güçlü” lakabıyla anılması son derece ilginçtir. Zira bu sıfatlar, başarılı kadınların erkek gibi olabilmelerini çağrıştıran bir ifadeyi içinde barındırmaktadır (Yoder, 2001: 815; Vecchio, 2002: 643; Powel ve diğerleri, 2008: 156).

Dünyada tüm kültürlerde kadın ve erkek liderliği arasında farklar belirtilmektedir. Bu farklarda önemli ivme kadın ve erkek liderliğinin farklı ama eşit olduğu yönündedir. Dolayısıyla kadın erkek arasındaki yaklaşım eşitlikçilik anlayışına sahiptir (Cook ve Rothwell, 2004: 7; Wicks ve Bradshaw, 2002: 140). Kadına verilen haklar eskiye oranla artmıştır (Yörükoğlu, 2000: 63-64). Ancak 20.yüzyılda kadınların eşitlik anlayışı benimsenmiş olsa da kadınların hem ulusal ve hem de uluslararası düzeyde liderlik statüsünden uzaklığı hala devam etmektedir (Rao ve Kelleher, 2000: 2). Bu durum ise yine erkek lehine işleyen sürece dönüşüm anlamına gelmektedir.

Kadın ve erkek davranışlarının farklılığı, yaradılıştan gelen bir takım farklılıklardan kaynaklanmaktadır. Öyle ki hareket etmeyi sağlayan organlar, öfke ve şiddet gibi kuvvete yönelik organlar erkekte daha güçlü iken; kadınlarda daha zayıf, bunun yerine şefkat duygusu daha güçlüdür (Farabi, 2013: 84). Kadın erkek farklılığına ilişkin diğer tespitler içerisinde: dil öğrenmede ve sözel iletişimi kullanmada kadınların erkeklerden daha iyi olduğunu gösteren çeşitli araştırmalar yayınlanmıştır. Türkiye’de konuya ilişkin çok sayıda araştırma yapılmıştır (Gültekin, 2014: 17). Kadımlar, ilişkilerinde daha duygusal, destekleyici ve kişisel açıklık taraftarıdır. Erkekler ise ilişkilerinde ikili gerekliliklere daha çok eğilirken nispeten şahsi olmayan dostluk ve topluluk ilişkilerine önem verirler. Bunun yanı sıra kibarlık, acıma, sorumluluk ve adanmak kadınlarda daha çok gelişmiştir (Beutel ve Marini, 1995: 436-437). Benzer şekilde erkeklerin ikna kabiliyetlerinin kadınların ikna kabiliyetlerinden oldukça düşük olduğu görülmektedir (Ünal, 1990: 40).

Erkek kadın arasında duyu, hayal gücü ve akıl açısından herhangi bir farkın olmadığını ileri süren görüşler de bulunmaktadır (Farabi, 2013: 84). Bunun yanında araştırmalar gerçekte erkek ve kadın konuşma biçimleri arasında dikkate değer örtüşmeler olduğunu da göstermektedir (Eckert ve McConnel-Ginet, 2003: 18). Ancak kadın ve erkekler arasında temel ayrımlar belirtilirken

şu hususa dikkat edilmelidir. Erkekler içinde duyguları kadına benzeyenler ya da kadınlar içinde duyguları erkeğe benzeyenler bulunabilmektedir (Farabi, 2013: 84).

İş dünyasında kadın çalışanın üst düzey yönetim kadrolarına ilerlemesi yönünde engelleri bulunmaktadır. Bunlardan biri örgüt kültüründe hiyerarşik otoritenin, otokratik liderlik tarzının ve yukarıdan aşağıya doğru iletişimin erkek odaklı olmasıdır (Bajdo ve Dickson, 2001: 401). Bir diğer engel, toplumsal kültürel değerlerin, sosyal kalıpların ve normların etkileridir. Örneğin Bazı Japon şirketlerinde kadınların ailelerine ilişkin sorumlulukları nedeniyle istihdam ve terfilerinde olumsuz bir tutum sergilenmektedir (Appold ve diğerleri, 1998: 555). Benzer yaklaşım, Türkiye kültürel yapısında da mevcuttur ve hiyerarşide kadınların yükselişleri yönündeki engel olarak ifade edilen cam tavan sendromu ile karşılaşmaktadır.

Cam tavan sendromunun belirgin üç boyutları bulunmaktadır. Bunlardan birincisi erkek yöneticiler tarafından konulan engellerdir. Burada kadınlara yönelik önyargılar bulunmaktadır. Bu önyargılar kadınların verilen üst düzey işleri yapamayacağına dair görüşleri içermektedir. Kişilik, kararlılık ve azim açısından yetersiz olarak değerlendirilirler (Örücü ve diğerleri, 2007: 119). Erkek yöneticiler tarafından oluşturulan diğer engeller ise “kadınlarla iletişim kurmanın zorluğu ve erkeklerin gücü elinde tutma isteğidir.” (Boydak Özkan, 2009: 17). İkinci engel kadın yöneticiler tarafından konulan engeller olarak karşımıza çıkmaktadır. Burada kadın yöneticilerin, hemcinslerinin üst düzey yönetici pozisyonlarına gelmelerini istememesi, bulunduğu yerde tek kadın olma düşüncesi, kadınlar arasında kariyer yarışının kıskançlık ve çekememezliklere sebep olması anlatılmaktadır (Korkmaz, 2014: 9). Bu durum "Kraliçe Arı Sendromu" olarak ifade edilmektedir (Zel, 2002: 43). Son olarak ise kişinin kendi kendine koyduğu engeller görülmektedir. Burada kişi, iş-aile çatışması yaşadığı, özgüven eksikliği olduğu, istek, inanç ve imkânı olmadığı, kariyeri önemsemediği veya kariyer zorluklarından kaçındığı için kendi kendine de engel koymaktadır (Gül ve Oktay, 2009: 428). Yani kadın kariyerde yükselmenin gerekliliklerini ve zorunluluklarını göze almamaktadır (Boydak Özkan, 2009: 17).

Sonuç olarak çağdaş dünyada kadın liderliği ile ilgili sorunlar halen devam etmektedir. Bu konuda dinin toplumsal değişken olmak kaydıyla etkisi bilinmektedir. İslam kadın liderliği nasıl değerlendirmektedir, konusu bu sebeple çok anlamlıdır.

3. İSLAM'DA KADIN LİDERLİK

İslâmî anlayışta, yaratılışta bir farklılık olmadığı ileriki yaşantılarında da insanları, ırkına, soyuna, ailesine, sosyal konumuna, servetine, cinsiyetine, fiziksel özelliklerine bağlı bir değerlendirme anlayışı yoktur. Allah Teâlâ, kadın ve erkekte oluşan insanları tek bir cevherden yarattığını bildirmektedir: “Ey İnsanlar! Sizi tek bir cevherden/nefisten yaratan, ondan da eşini yaratan ve ikisinden birçok erkek ve kadın üretilen Rabbinizden sakınınız” denmektedir (Nisâ, 4/1). Aynı şekilde, üstünlük Allah’a kul olmaya bağlanmıştır. “Ey insanlar, gerçekten, biz sizi bir erkek ve bir diğiden yarattık ve birbirinizle tanışmanız için sizi halklar ve kabileler (şeklinde) kıldık. Şüphesiz, Allah katında sizin en üstün (kerim) olanınız, (ırk ya da soyca değil) takvaca en ileride olanınızdır. Şüphesiz Allah, bilendir, haber alandır” (Hucurât, 48/13). Âyette belirtilen, insanların farklı kabile ve milletlere ayrılması bir nimet olarak da görülebilir; fakat bunlar bir üstünlük sebebi olarak görülmemektedir. “Göklerin ve yerin yaratılması ile dillerinizin ve renklerinizin ayrı olması, O’nun ayetlerindedir. Şüphesiz bunlarda, bilenler için dersler vardır” denilmektedir (Rum, 30/22).

Kur’an-ı Kerim’de, gerek yaratılış gayelerinin (Zâriyât, 51/56) gerekse hak ve sorumluluklar yönünden erkeklerle eşit konumda olan bir kadın portresi çizilmiştir: “Şüphesiz ben, erkek olsun, kadın olsun sizden bir şey yapmanın emeğini boşa çıkarmam.” (Âl-i İmrân, 3/195). Benzer şekilde: “Erkek olsun kadın olsun her kim iman etmiş olarak dünya ve ahiret için yararlı işler yaparsa işte onlar da cennete girerler ve zerre kadar haksızlığa uğratılmazlar.” (Nisâ, 4/124). “Erkek olsun kadın olsun kim inanmış bir insan olarak dünya ve ahirete yararlı işler yaparsa kesinlikle ona güzel bir hayat yaşatacağız ve böylelerinin ecirlerini de muhakkak surette yapmış olduklarının daha güzeliyle vereceğiz.” Ayetleri bu görüşü kanıtlamaktadır (Nahl, 16/97) .

Erkek ve kadınların yaratılış gaye ve sorumlulukları olmasına rağmen her cinsiyetin kendine ait bazı üstün özellikleri vardır. Hatta erkek ve kadın cinsiyetinin de kendi hemcinslerinden üstün özellikleri vardır. Genel olarak erkeğin kadınlara göre fiziki olarak güçlü yaratılması gibi. Ancak bu tek tek her erkek bütün kadından daha güçlü yaratıldığı anlamına gelmemektedir. Fiziki gücün öne çıktığı eski toplumlar düşünüldüğünde kadınların yönetime fazla meyilli olmamaları sonucunu doğurmaktadır. Gücü sayesinde erkek yöneticiliğe biraz daha yakındır ama her erkek bu anlamda kadınlardan öndedir anlamına gelmez. Nice kadınlar vardır ki bedenleri erkeklerden güçlü olduğu gibi yöneticiliğe erkeklerden daha layıktır. Yani kimin yönettiğinden daha çok

önemli olan liderlik yapıp yapamadığıdır. Buna rağmen ev yöneticiliği tercihini İslam erkekten yana kullanmıştır.

İslâm, aile reisliği yetki ve sorumluluğunu erkeğe vermiştir. Bu konuda Kur'an-ı Kerim'de şöyle buyrulmaktadır: “Allah'ın insanların bazılarını diğerlerine nispetle farklı yeteneklere sahip olarak yaratması ve ailenin geçimi için çalışıp harcama yapmaları sebebiyle erkekler kadınlar üzerinde yönetici ve koruyucudurlar.”(Nisâ, 4/34).Ayette aile reisliğinin kadına verilmesi iki sebeptir. Erkek cinsinin genellikle kadın cinsine göre daha güçlü kuvvetli yaratılması ve erkeklerin kadınların geçimlerini üstlenmeleridir. Ayette belirtilen bu iki hükme bakarak erkek, güçlü olma ve harcama yeteneğini kaybettiğinde münferit örneklerde farklı bir durumun ortaya çıkmasına engel teşkil etmez (Aydın, 2001: 89). Nitekim bazı çağdaş İslâm âlimleri, harcama yükümlülüğünün yer değiştirebildiği zamanımızda bu kuralın değişmez olmadığı hususu üzerinde durmaktadırlar (Fazlurrahman,1999: 93-94).

Olaya bir de şu açıdan bakılabilir: Ailede son söz söyleme yetki ve sorumluluğu erkeğe verilmiştir. Bu kadına da verilebilirdi. Üçüncü bir yol olmadığına göre Allah bu tercihi erkekten yana kullanmıştır. Çünkü erkeğin yapısı dayanıklılık, sebat ve direniş yönlerinden kadından üstündür. Bu tarih boyunca da böyle olmuş ve ülkelerin ve yerleşim yerlerinin savunucusu erkekler olmuştur. “Size ne oldu da Allah yolunda “Rabbimiz, bizi halkı zalim olan bu şehirden çıkar, bize tarafından bir sahip gönder, bize katından bir yardımcı yolla!” diyen çaresiz erkekler, kadınlar ve çocuklar uğrunda savaşmıyorsunuz?” (Nisâ, 4/75). Bu anlamda kadının aile reisi olarak tayin edilmesi, biyolojik ve psikolojik yapısına aykırı olacağı ortadadır. “Kur'an gelmezden önce de geldikten sonra da kısacası tarih boyunca dini emirlerle yönetilen toplumlarda da beşerî sistemlerle idare edilen toplumlarda da aile reisliği hep erkekle olagelmıştır.”(Şimşek, 1997: 354). “Aile reisliğinin kocaya verilmesi toplumun bu en küçük biriminde ortaya çıkacak karmaşayı önleme ve huzuru sağlama hedefine yöneliktir” (Aydın, 2001: 89). “Dolayısıyla burada ontolojik bir üstünlükten ziyade fonksiyonel bir yetki farklılığının söz konusu olduğunu söylemek gerekir” (Fazlurrahman, 1999: 93). Erkeğin aile reisi olması onun faziletçe üstün olduğuna işaret etmediği gibi kadın üzerinde kayıtsız hâkimiyetine de delil teşkil etmez. Bir görev taksimidir ve her iki cinsin yapısına da uygundur. Erkeklerin haklarına göre sorumlulukları olduğu gibi kadınların da haklarına göre sorumlulukları vardır (Bakara, 2/228).

Kur'an'da Arap dilinin özelliğinden kaynaklanan çoğul hitap cümlelerinde muhatap hem erkekler hem de kadınlardır. Ancak Kur'an'da

erkekleri muhatap alan ayetler olduğu gibi kadınları muhatap alan ayetler de söz konusudur (Mümtehine, 60/12). Yani ortak sorumluluklar olduğu gibi ayrı ayrı her cinsiyete yüklenen sorumluluklar vardır. Ortak denebilecek sorumluluklardan birisi de yöneticiliktir. İslâm yöneticiliği hem kadınlara hem de erkeklere yüklemiştir. Hatta bir hadiste kadın ve erkeğin her birinin yönetici ve sorumlulukları olduğunu bildirmektedir. “Hepiniz yöneticisiniz ve maiyetinizden sorumlusunuz. Devlet başkanı halkından sorumludur. Erkek, ailesinden sorumludur. Kadın evi ve çocuğundan sorumludur” (Buhârî, Cumua, 11, Nikah, 90, Ahkâm, 93; Müslim, İmâre, 20) .

İslâm, aile reisliği erkeğe verirken diğer yöneticilikle ilgili böyle bir taksimat yapmamıştır. Başta Hz. Peygamber döneminde olmak üzere kadınlar değişik kademelerde görevler üstlenmişleridir. “Semra bint-u Nuheyk’ül Esediyye, bizzat Rasûlüllah tarafından Medine pazar işlerine bakmak üzere bir nevi murakıp veya denetleyici olarak tayin edilmiştir. Yine bir hanım olan Şifa bint-i Abdillâh, Medine pazarında belli bir vazife için tayin edilmiştir” (Hamidullah, 1990: 959). Kadınların yönetim kadrolarında görev almaları daha sonraki dönemlerde de devam etmiştir. “Yemen’de hüküm süren Suleyhîler’den Hürre es-Suleyhiyye önce kocasının sağlığında Yemen’i idare etmiş, onun ölümü üzerine de tek başına hükümlan olmuştur. Delhi’de Sultan Şemseddin İltutmuş’un 1236’da ölümünden sonra devleti dört yıl kızı Raziyye Begüm yönetmiştir. Eyyûbî Hükümdarı el-Melikü’s-Sâlih Necmeddin Eyyûb Haçlılar’la savaşırken vefat edince savaşın sonuna kadar ölümü gizli tutulmuş ve ardından yerine Turan Şah geçmiştir. Fakat kumandanların Turan Şah’ı kabul etmemesi üzerine Necmeddin Eyyûb’un eşi Şecerüddür hükümdar olmuş; adına hutbe okunmuş ve sikke bastırılmıştır. Ayrıca İran’da hüküm süren Türk Atabeyi Bozaba’nın eşi Zâhide Hatun ve Salgurlular’ın son hükümdarı Âbiş Hatun da kadın liderlere örnek olarak zikredilebilir” (Aydın, 2001: 91). Liderin seçiminde bu işe ehil olup olmadığı ön plana çıkmaktadır. Buna da liyakat denilmektedir.

3.1.Liderlikte Liyakat Önemlidir

Liyakat, iş yapmaya uygunluk ve yararlılık durumudur. Özellikle yöneticiler için bu özellik olmazsa olmaz şarttır. Hz. Yusuf kıssasında anlatılan kralın yanına alacağı özel danışman için kullandığı “mekîn” (Yusuf, 12/54); ve Hz. Yusuf’un görev isterken kullandığı “alîm” (Yusuf, 12/55) ve Hz. Şuayb’ın kızının Hz. Musa için kullandığı “el-kavî” (Kasas, 28/26) aynı anlamı, yani iş yapabilmeyi ifade etmektedir. Yine şu ayette de yöneticinin cinsiyetinde daha çok halkın yöneticileri seçerken, ehil kişileri seçmesini tavsiye

etmektedir:“Allah, size, emanetleri mutlaka ehline vermenizi ve insanlar arasında hükmettiğiniz zaman adaletle hükmetmenizi emrediyor” (Nisâ, 4/58). Yöneticilikte liyakat gözetilmeyip de eş, dost, akraba gözetildiği zaman toplumun geri kalmasına, kin ve nefret duygularının oluşmasına ve şiddet eğilimlerinin artmasına zemin hazırlanmış olur. Buna Hz. Peygamber de şöyle dikkat çekmektedir: “İşler ehil olmayanlara verildiği zaman, kıyameti bekleyiniz” (Buhârî, İlm, 2).

“Her kamu görevi gibi devlet başkanlığı için de en önemli şartın liyakat olduğunu göz önünde bulunduran çağdaş araştırmacılar kadınların devlet başkanlığı dâhil her türlü görevi üstlenebileceklerini, imamlığın veya ordu kumandanlığının bizzat devlet başkanı tarafından yapılmasının gerekmediğini ileri sürmüşlerdir” (Öztürk, 2013: 110).

Genel anlayış bu olmakla birlikte kadınların yönetim kadrolarında olmaması gerektiğini veya bu anlama yorumlanabilecek rivayetler yok değildir. O rivayetlerden birisi belki de en önemlisi şudur: “Yöneticileriniz hayırlıdır; zenginleriniz cömertleriniz olduğu, işleriniz de aranızda danışarak görüldüğü sürece yerin üstü sizin için yerin altından daha hayırlıdır. Yöneticileriniz şerirleriniz; zenginleriniz cimrileriniz olduğu, işleriniz de kadınlara kaldığı zaman yerin altı sizin için yerin üstünden daha hayırlıdır”(Tirmizî, Fiten/78) hadisinden yola çıkarak kadınların kesinlikle yönetici olamayacaklarını söyleyen araştırmacılar da bulunmaktadır.

Kadınların yöneticilik makamına gelmesini tartışmalı hale getiren bu hadise baktığımızda, hadisi rivayet eden Tirmizî'nin hadisi “garîb”; Muhammed Nâsiruddîn el-Elbânî'nin ise “zayıf” (El-Elbânî, 1991: 254) olduğunu belirttiği dikkat çekmektedir. Hadisin senesinde bulunan Sâlih b. Beşîr hakkında âlimlerin ittifak halinde olumsuz şeyler söylemesi bu hadisi senet itibarı ile delil olarak kullanılmayacak kadar “zayıf” bir konuma düşürmektedir (Demirel, 1998: 181). Hadisin metninde de bir takım problemler olduğunu söyleyen araştırmacılar bulunduğu gibi (Ateş, 2000: 382), “... Yöneticileriniz şerirleriniz; zenginleriniz cimrileriniz olduğu, işleriniz de kadınlara kaldığı zaman yerin altı sizin için yerin üstünden daha hayırlıdır” kısmının sonradan ilave edildiğini söyleyenler de bulunmaktadır(Demirel, 1998: 181). O zaman rivayetin son tarafı başkaları tarafından ilave edilmişse baş tarafı zaten yönetici de liyakate dikkat çekmektedir.

Geleneksel anlayışa tabi olarak yönetimde kadına biçilen rolü sınırlayanlar da yok değildir. Yönetimde kadına biçtiği role örnek olarak

Rahman'ın İslâm hukukunda "amme velayeti" denilen devlet teşkilâtının başkanlıkları; yasama, yürütme ve yargıya ait makamların erkek tarafın-dan yerine getirilebileceği şeklinde yorumlaması verilebilir. Geleneksel anlayıştan etkilenen Rahman'a göre; bu tür, millet otoritesini temsil edecek mevkilere kadın seçilemez, zira kadının fitratı birçok yönden bu çok ağır vazifeyi yerine getirmeye müsait değildir. İslâm hukukunda kadının, alım-satım, şahadet, şirket, vesayet, vekâlet, veraset ve hibe gibi her türlü medenî akit tasarrufları geniş ölçüde geçerli ve ticarî alandaki uğraşları meşru olarak değerlendirirken; yasama, yürütme ve yargıya ait riyasete seçilebilmesi kadın için bir hak değildir (Rahman, 1985: 19).

Geleneksel anlayışın bu tarz yorumlarına rağmen bazı hadislerde de vurgunun adalete ve iyi yönetime yapıldığı dikkat çekmektedir. Hz. Peygamber, âdil yöneticinin Allah'ın gölgesinden başka hiçbir gölgenin bulunmadığı günde Allah tarafından gölgelendirileceğini müjdelemiş (Müslim, Zekat/91; Nesâî, Âdâbu'l-Kudât/2) ve "Kıyamette insanlar nezdinde Allah'ın en sevdiği kişinin âdil yönetici ve en çok buğz ettiği ve mekan olarak kendisine en uzak kişinin ise zalim yönetici olduğu"nu belirtmiştir (Tirmizî, Ahkam/4).Yine Hz. Peygamber âdil davrananların ahirette Allah katında nurdan minderler üzerinde ve Rahmanın gözdeleleri olacağını belirtmiştir (Müslim, İmare/18).Kadın olsun erkek olsun liyakatli yöneticinin yönetime geldikten sonra işlerini işin uzmanlarına danışarak yöneticiliğini devam ettirmesi gerekir.

3.2.İşlerin Şura Yoluyla Yapılması Tavsiye Edilmektedir

Kur'an-ı Kerim, yöneticilerin cinsiyetiyle ilgili bir açıklamada bulunmamaktadır. O, işlerin istişâre ile yönetilip yönetilmemesine dikkat çekmektedir. "Başta, siyasi ve hukuki faaliyet ve ıslahat hareketinde önemli olan tedbirlerin çoğunda, belki de hepsinde, Hz. Peygamber gayri resmi olarak yaşlı sahabelerine, bazen de açık bir şekilde İslam ümmetine danışmıştır" (Fazlurrahman, 2008: 103, 105). Çünkü "Şuraya dayanmayan yönetim, despotluk yönetimlerinden birisi olur. Çünkü bu yönetimin başındaki kişiler meşruiyetlerini halkın inanç ve desteğinden almadıkları gibi halkın iradesine ve eğilimlerine bağlı kalarak da halkı yönetemezler. Bu da İslâm'ın tabiatına ve insanlığa verdiği değere aykırıdır" (Sarmış, 2005: 153) İslâmiyet'in temel kaynağı Kur'an ise, Hz. Davud, Hz. Süleyman, Hz. Yusuf gibi iyi erkek yönetici örneklerini anlattığı gibi, Firavun ve Nemrut gibi kötü yöneticileri de anlatır. Buna karşın yine övgüyle bahsettiği kadın yönetici Sebe kraliçesidir (Neml, 27/22-44).

Burada anlatıldığına göre Sebe kraliçesi istişare heyetini topluyor ve Hz. Süleyman'ın gönderdiği mektubu beraberce değerlendiriyorlar ve ne yapacaklarına karar veriyorlar. Yine anlatıldığına göre Sebe kraliçesi Müslüman oluyor ve Kur'an'da yöneticilikten azledildiğine dair bir işaret de verilmediği için büyük bir ihtimalle yönetimde Müslüman kadın yönetici olarak kalmaya devam ediyor. Burada Kur'an'ın dikkat çektiği Sebe kraliçesinin Hz. Süleyman'dan gelen mektuba verilecek cevap için istişare heyetinin toplamasıdır. “Kraliçe şöyle dedi: “Efendiler! İçinde bulunduğum durum hakkında bana görüşünüzü açıklayın. Sizin görüşünüzü almadan asla bir işe kesin karar vermem” (Neml, 27/33). İstişare heyetindekiler de buna şu cevabı verdiler: “Biz güçlüyüz. Zorlu savaşçılarız. Emir senindir. Sen emretmene bak” (Neml, 27/34). İstişare heyetinin savaşmak için tam yetkisine rağmen Sebe kraliçesi basiretini konuşturuyor ve karşı tarafın gücünü ve niyetini denemek istiyor. “(Süleyman iktidara ve servete düşkün bir zorba mı, yoksa iman sahibi bir nebi mi?) Ben bunu anlamak için bir hediye göndereceğim, sonra bakacağım elçiler ne ile dönecekler?” (Neml, 27/35). Bu kadının Hz. Süleyman'a iman etmeden önceki durumu bile Hz. Salih'in kavminin ileri gelenlerine su taksiminin nöbetleşe olduğunu bildirip de deveyi kesen (Kamer, 54/28-32) yöneticilerden daha iyi olduğu muhakkaktır.

Yönetimde işler istişâre ile yönetilmiyorsa bu yönetimleri Hz. Peygamber eleştirmektedir. Hatta bu hadis kadınların yönetime gelmemesi konusunda ileri sürülen en önemli rivayettir. Ebû Bekre şöyle demiştir: Allah (c.c.), beni Peygamber'den daha önce işitmiş olduğum bir sözle Cemel gününde faydalandırdı. Hz. Peygamber İran Kralının ölüp yerine kızı geçtiği haberi ulaşınca şöyle buyurdu: “İşlerini kadınlara havale eden kavim iflah olmaz.” (Buhârî, Fiten, 17; Meğâzî, 82). Hadisin bazı rivayetlerinde küçük farklılıklar olsa da bu farklılıklar hadisin manasında değişiklik meydana getirmemektedir.

Hadisin sıhhati ve tarihselliği (Azimli, 2002: 418-422) konusunda farklı değerlendirmeler ve çalışmalar yapılmıştır. Bu yapılan çalışmalardan birisinde Harun Reşit Demirel, “Yönetimle İlgili Hadis ve Haberlerin Bilimsel Değerlendirmesi” adlı doktora çalışmasında hadisin ravilerini tek tek incelemiş ve Buhârî ve Tirmizî'de geçen hadisin senetlerinin “sahih” olduğunu belirtmiştir (Demirel, 1998: 174-176).

Farklı kaynaklar da geçen bu hadisin söyleniş amacına bakıldığında (Tirmizî, Fiten, 75; İbn Hanbel, V, 43, 51), burada Hz. Peygamber'in yaptığının bir tespitten ibaret olduğu söylenebilir. Dolayısıyla işleri istişare ile idare etmedikten sonra başlarına kimi geçirirlerse geçirsinler sonları gelmiştir,

anlamındadır. Hadisin söylendiği ve Müslümanların fethettiği zamanda İran'ın durumu şudur: “İran devleti İslam'ın fethine maruz kaldığında zorba ve aşağılık bir krallıkla idare edilmekteydi. Krallık ailesi şûrayı tanımıyor, karşı görüşlere değer vermiyordu. Fertler arasındaki ilişkiler son derece kötüydü.Kişi emelleri uğruna babasını ve kardeşini öldürebiliyordu.Toplum ise sinmiş, her şeye itaat eder olmuştur” (Gazali, 1998: 72).

Muhammed Gazalî de yaşadığı zamandaki başarılı kadın yöneticilerden Kraliçe Viktorya, İndira Gandhi, Golda Meir gibileri örnek göstererek hadiste geçen ifadenin o günkü İran'ın şûrâ ile yönetilmemesinden dolayı yıkılacağına işaret ettiğini belirtmektedir (Gazali,1998: 75).

İnsanlara yüklenecek en ağır vazife olan peygamberlik vazifesinin dahi kadınlara da yüklenme ihtimalinden bahsedilirken (Taftazânî, 1982: 40-51) ona göre çok daha hafif olan yöneticilik görevinin kadınların olmamasının önünde bir engel yok gibi görünmektedir. Ayrıca yöneticilik görevini alıp almamakta kişinin kendi sorumluluğunda olduğunun göz ardı edilmemesi gerekir. Müslüman toplumun yarısını oluşturan ve birbirlerinin velisi olan kadın ve erkekler (Tevbe, 9/71) beraberce istişare ile yönetici olabilirler. Yine kadınların bir devlet başkanı ve peygamber olarak Rasûlullah'a biatı (Mümtehine, 60/12) sadece dini değil; aynı zamanda siyasi bir içerik taşımaktadır.

YÖNTEM

Çalışmada, Pakistan'ın ilk seçilmiş kadın başbakanı, Doğu'nun Kızı unvanlı, Benazir Bhutto'nun kendisinin liderliğiyle ilgili yazmış olduğu kitabı (otobiyografisi) “Doğu'nun Kızı Benazir Bhutto” (2014), doküman analizi tekniğiyle incelenmektedir.

Doküman analizi, araştırılması hedeflenen olgu hakkında bilgi içeren yazılı materyalin analizini kapsayan, tek başına da veri yöntemi olarak doğrudan gözlem ve görüşmenin mümkün olmadığı durumlarda kullanılabilen bir yöntemdir (Yıldırım ve Şimşek, 2011: 187-188).

Doküman incelemesi tekniğinde analiz birimi olarak: “sözcük”, “tema”, “karakter veya kişi”, “cümle veya paragraf” ve “içerik” saptanabilir (Yıldırım ve Şimşek, 2011: 199-200).

“Karakter ve kişi” analiz birimi olarak belirlendiğinde sosyo-ekonomik statü, etnik statü gibi ölçütler kullanılmaktadır (Yıldırım ve Şimşek, 2011: 199).

Bu çalışmada “otobiyografisi olan İslami kadın lider” konulu kitaplar inceleme altına alınmıştır. Örnekleme uygun tek kitap ise Doğu'nun Kızı

unvanlı, Benazir Bhutto (2014) isimli Bhutto'nun kendisinin kaleme aldığı kitabı bulunmuştur. Dolayısıyla bu çalışmada, örneklem seçimi olasılıklı olmayan, yargısal örnekleme metodu kullanılmıştır. Yargısal (Kararsal) örnekleme, araştırmacının araştırma problemine cevap bulacağına inandığı örneklemden oluşan olasılıklı olmayan bir örneklem tekniğidir (Altunışık ve diğerleri, 2012: 142).

Çalışmada ikinci bir teknik “cümle ve paragraf seçimi” tekniği kullanılmaktadır. “Cümle ve paragraf” seçimi, kolayca ayırt edilebilirliği sağlayan bir tekniktir (Yıldırım ve Şimşek, 2011: 200). Bu çalışmada da benzer yaklaşımla cümle ve paragraf tekniği kullanılmış ve kadın liderliğin zorluklarıyla ilgili belirtilen cümle ve paragraflar seçilmiştir.

4. İSLAMDA KADIN LİDER, DOĞU’NUN KIZI BENAZİR BHUTTO

Araştırma kapsamındaki kitapta kadın liderlikle ilgili anlattıkları bölümler incelenerek, bulgular “kadın liderlik” ve “kadın liderliğin zorluğu” temalarında yapılan bir sınıflandırma ile sunulmaya çalışılmıştır.

İslam dünyasının ilk seçilmiş “Kadın Başbakanı”, Benazir Bhutto hakkında ulaşılabilen Doğu'nun Kızı Benazir Bhutto (2014) kitabında “kadın liderliğin zorluklarıyla” ilgili Bhutto'nun kendi yaşadıklarıyla ilgili kaleme aldığı saptamaları şu şekilde belirtilebilir:

“2 Aralık 1988 günü, Müslüman dünyasında seçimle iktidara gelmiş ilk kadın Başbakan olarak görev yemini ettim. Pakistan bayrağının renkleri olan yeşil ve beyaz kıyafetimle Cumhurbaşkanlığı Sarayında, kırmızı halıda ve parlak avizelerin altında yürüdüm. Bu sadece benim için değil, demokrasi uğruna fedakârlıklar yapmış olan herkes için büyük bir andı (Bhutto, 2014: 488).

Görüldüğü üzere Bhutto (2014), “Müslüman dünyasında seçimle iktidara gelmiş ilk kadın Başbakan” ifadesini vurgulamıştır. Bu ifade kadın liderliğin zorluğunu göstermektedir.

“...Hangi ülkede olursa olsun modern toplumda kadının işi hiç de kolay değil. Erkeklerle eşit olduğumuzu kanıtlamak için daha çok uzun bir yol kat etmemiz gerekiyor. Ne yazık ki erkeklerin çoğu kadınları hala zayıf ve aşağılanabilir insanlar olarak görüyor ve kadın haklarını korumak isteyen erkekleri de baskı altına almaya çalışıyor.” (Bhutto, 2014: 6-7).

Görüldüğü üzere Bhutto (2014), kadının lider olabilmesi için daha fazla gayret göstermesi gerektiğinin, her iki cinsiyetin eşit şansa sahip olmadığını altını çizmektedir.

“...Bana hamileliğin biyolojik bir durum olduğunu ve insanın normal yaşantısını engellemediğini söyleyen, bunu öğreten anneme müteşekkirim. Bende onun beklentilerini boşa çıkarmamak için hamileliğin fiziksel ve duygusal hallerinden mümkün olduğunca kaçındım. Fakat bir aile meselesi olan hamileliğim ordu karargâhlarından gazete toplantı odalarına kadar her yerde tartışıldı...” (Bhutto, 2014: 7).

“...Muhalefet hamile olduğumu öğrenince saldırıya geçti. Cumhurbaşkanı ve ordudan benim görevden alınmamı istediler, Pakistan hükümet kuralları hamile bir Başbakanın doğum izni almasına izin vermiyordu. Onlara göre ben doğum yaparken ve doğum sonrasında hükümet başsız kalacak, devlet işleri aksayacaktı. Bu nedenle ben istifa etmeliydim ve yeniden seçime gidilmeliydi.” (Bhutto, 2014: 8).

“Hamilelik benim performansımı etkilemezdi ve bunu herkese göstermeliydim. Onun için bu süre içinde normalin üstünde bir gayretle çalıştım. Başkentte bakanlar toplantısı yaptım... Ertesi gün erkenden kalktım ve bir arkadaşım beni kendi arabasıyla hastaneye götürdü... Doğumdan sonra... Kocamın “Kızımız oldu”, dediğini duydum” (Bhutto, 2014: 9).

“...Özellikle genç kadınlar sevinmişti doğum yapmama, liderlik pozisyonunda bir kadının bile çalışırken anne olabileceğini kanıtlamıştım ben. Ertesi gün görevimin başında, masama gelen belgeleri imzalıyordum. Tarihte Başbakan iken anne olan ilk kadın olduğumu daha sonra öğrendim. Benden sonraki kadın başbakanlar daha rahat edeceklerdi.” (Bhutto, 2014: 9).

Görüldüğü üzere yukarıdaki paragraflarda Bhutto (2014), kadının sosyal hayattaki sorumlulukları nedeniyle cam tavan sendromuna uğratıldığını, salt hamile olma nedeniyle liderliğine son verilmesi için yapılan girişimleri anlatmaktadır. Bu ifadeler de kadın liderliğin zorluğunu göstermektedir.

“Pakistan halkı bir kadın başbakan seçerken bağınazlıktan ve önyargıdan kaçınmıştı. Bu muazzam bir onur ve aynı zamanda da çok büyük bir sorumluluktur.” (Bhutto, 2014: 488).

Yukarıdaki paragrafta Bhutto (2014), kadının yeri evidir yargısının toplumsal gerçeklikte devam ettiğinin ve kendisinin liderliğinin bu anlamda önemli bir değişim olduğunu özellikle vurgulamaktadır.

“...Benim seçilmem bütün kadınları güçlendirdi, İslam’ın ılımlı yorumunu ön plana çıkardı ve Pakistan halkına daha iyi bir yaşam umudu verdi.” (Bhutto, 2014: 488-489).

Son paragrafta ise Bhutto (2014), İslami kadın liderlik adına anlamlı katkı sağlamakta; İslam dünyasında kadının yerinin olduğuna ve imkân sağladığına işaret etmektedir.

SONUÇ

Liderlik yaklaşımlarında öne çıkan temel anlayışlar İslam düşüncesinde ortaya çıkan yaklaşımlarla kıyaslandığında benzerlikler görülmektedir. Bu çalışmada liderliğin cinsiyet açısından ayrımında İslam düşüncesinin ortaya koyduğu anlayışa bakılmış ve İslam’ın liderlik anlayışının adalete, liyakate ve müşavereye dayalı olduğu görülmüştür. Buna göre bireyin liderlik konumuna gelmesinde, yöneticilikte üst düzeylere yükseltilmesinde liyakatin, adaletin ve müşaverenin olması esas alınmıştır (Nisâ, 4/58). Müslüman toplumun yarısını oluşturan ve birbirlerinin velisi olan kadın ve erkeklerin (Tevbe, 9/71) bu ilkelere dayanarak yönetici olmalarında bir sakınca bulunmamaktadır.

Kadın ve erkeklerin farklı ama eşit olduklarının işareti hem çağımız yazarlarında (Cook ve Rothwell, 2004), hem de İslam düşüncesinde görülmektedir (Âl-i İmrân, 3/195). Nitekim peygamberlik vazifesinin dahi kadınlara yüklenme ihtimalinin ifade edildiği İslam dininde (Taftazânî, 1982: 40-51) her türlü yöneticilik kadrosunda kadınların yer almasında bir engel bulunmamalıdır.

Son olarak İslam dünyasının seçilmiş ilk kadın başbakanı, Doğu’nun Kızı unvanlı, Benazir Bhutto’nun da hayatından kesitler verdiği otobiyografisinde belirttiği gibi, kadın lider olmak zor olmuştur, ancak kendisi, sırf kadın olduğu için ve toplumsal rolü olan hamilelik nedeniyle liderliğine son verilmek istenmiştir. Günümüze geldiğimizde de işyerlerinde durum kadının liderliği anlamında sorunlarını korumaya devam etmektedir. Önemli olan toplumun iki cinsiyetinin de topluma en üst düzeyde katkı sağlayabilmede eşit şansa sahip olabildiği dünya düzenine ulaşabilmektir.

Sonuç olarak bireyler yaradılış itibariyle farklı yaratılmışlardır. Kadınların daha ekip zihniyetine yönelik paylaşımcı yaklaşımları; erkeklerin

daha saldırgan rekabetçi tavırları bulunabilmektedir (Cook ve Rothwell, 2000; Aslan, 2013; Hasta ve Güler, 2013; Şahin ve Korkut Owen, 2009). Kurum yönetimleri dikkate alındığında bu her iki tarz yönetim modeline de kurumların ihtiyacı bulunmaktadır. Öyleyse farklı ama eşit yaklaşımın kabul edilip liyakat temelinde liderliğin oluşturulması, bireylere üstün oldukları konuda istihdamlarının sağlanması gerekmektedir.

KAYNAKÇA

- Abdurrazık, Ali (1995), *İslam'da İktidarın Temelleri, Bir 'İdeolojik Devlet' Eleştirisi*, (Çev.: Ömer Rıza Doğrul, 1927), İstanbul.
- Adair, John (2010), *Hz. Muhammed Örneğinden Hareketle Lider, Bir Kavmin Lideri Ona Hizmet Edendir*, (Çev.: Ali Çavuşoğlu, 2012), Ufuk Yayınları, İstanbul.
- Ahmed b. Hanbel (1413/1992), *el-Müsned, I-VI*, Çağrı Yayınları, İstanbul.
- Akyüz, M. Y. (2002). "Çağdaş Okulda Etkili Liderlik", *Ege Eğitim Dergisi*, 1, 2, 109-119.
- Altunışık, R., Coşkun, R., Bayraktaroğlu, S. ve Yıldırım, E. (2012), *Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri SPSS Uygulamalı*, Sakarya Yayıncılık, Sakarya.
- Appold S.J., Siengthai, S., Kasarda J.D. (1998), "The Employment of Women Managers and Professionals in an Emerging Economy: Gender Inequality as an Organizational Practice", *Administrative Science Quarterly*, 43, 3, 538-565.
- Aslan, Şebnem (2013), *Geçmişten Günümüze Liderlik Kuramları (Sağlık Yönetimi Bakış Açısıyla)*, Eğitim Kitabevi, Konya.
- Ateş, Ali Osman (2000), *Hadis Temelli Kalıp Yargılarda Kadın*, Beyan Yayınları, İstanbul.
- Avcı, D.E. (2008), "Beyin Yarı Kürelerinin Baskın Olarak Kullanılmasına Yönelik Öğretim Stratejileri", *Gazi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 28, 2, 1-17.
- Aydın, Mehmet Akif (2001), "Kadın", *DİA*, XXIV, 86-94, İstanbul.
- Azimli, Mehmet (2002), "Kadın İdareciliği Konusundaki Rivayete Tarihsel Bağlamda Eleştirel Bir Yaklaşım", *İslami Araştırmalar*, X/3, 417-422.
- Bajdo, L.M. ve Marcus W.D. (2001), *Perceptions of Organizational Culture and Women's Advancement in Organization: A Cross-Cultural Examination*, *Sex Roles*, 45, 5/6, 399-414.
- Bardzil, P. ve Slaski, M. (2003), "Emotional Intelligence: Fundamental Competencies for Enhanced Service Provision", *Managing Service Quality*, 13, 2, 97-104.
- Beutel, A.M. and Marini, M.M. (1995), "Gender and Values", *American Sociological Review*, 60, 3, Washington, 436-448.
- Bhutto, B. (2014), *Benazir Bhutto Doğu'nun Kızı*, (Çev.: Enver Günsel), Pegasus Yayınları, İstanbul.
- Bosak, J. ve S. Sczesny (2011), "Exploring the Dynamics of Incongruent Beliefs about Women and Leaders", *British Journal of Management*, 22, 254-269.

- Boydak Özán, M. (2009), “Okul Yöneticiliğinde Cam Tavan Sendromunun Yaşanmadığı Bir Ada Örneği; Kuzey Kıbrıs Türk Cumhuriyeti”, *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 8, 29, 15-33.
- Buhârî, Ebû Abdillâh Muhammed b. İsmail (1401/1981), *el-Câmiu's-sahih*, I-VIII, Çağrı Yayınları, İstanbul.
- Bulut, Y. ve Uygun, S.V. (2010). “Etkin Bir Yönetim İçin Vizyoner Liderliğin Önemi: Hatay’daki Kamu Kurumları Üzerinde Bir Uygulama”, *Mustafa Kemal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 7, 13, 29-47.
- Brewer, C. (2010), “Servant Leadership: A Review of Literature”, *Online Journal of Workforce Education and Development*, IV, 2, 1-8.
- Choi, S. (2007), “Democratic Leadership: The Lessons of Exemplary Models for Democratic Governance”, *International Journal of Leadership Studies*, 2,3, 243-262.
- Cook, Liz ve Rothwell, Brian (2004), *Kadınlar Erkekler ve Liderlik*, (Çev.: Ümit Şensoy), Optimist Yayın Dağıtım, İstanbul.
- Çetin, C. (2008), *Yöneticilerin Liderlik Stilleri, Değişim Yönetimi ve Ekip Çalışması Arasındaki İlişkilerin Çok Yönlü Olarak Değerlendirilmesi*, Entegre Matmabaacılık A.Ş., İstanbul.
- Demirel, Harun Reşit (1998), “Yönetimle İlgili Hadis ve Haberlerin Bilimsel Değerlendirmesi”, *Basılmamış Doktora Tezi*, Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Konya.
- Eckert, P. ve McConnel-Ginet, S. (2003), *Language and Gender*, first published, Cambridge University Press, Cambridge.
- El-Elbânî, Muhammed Nâsiruddîn (1991), *Zaîfu “Sünenü’t-Tirmizî, I*, El-Mektebü’l-İslâmî, Beyrut.
- El-Mâverdî, Ebu’l-Hasan Ali B. Muhammed (1994), *El-Ahkâmu’s-Sultaniye, İslâm’da Devlet ve Hilâfet Hukuku*, (Çev.: Ali Şafak), Bedir Yayınları, İstanbul.
- El-Mâverdî, Ebu’l-Hasan Ali B. Muhammed (2003), *Yönetimin Esasları*, (Çev.: Mehmet Ali Kara), 1. Baskı, İlke Yayıncılık San. Tic. Ltd. Şti, İstanbul.
- El-Mâverdî, Ebu’l-Hasan Ali B. Muhammed (2004), *Siyaset Sanatı, Nasihatü’l-Mülük*, (Çev.: Mustafa Sarıbiyık), Ark Kitapları: 13, Özgü Yayınları, İstanbul.
- El-Mâverdî, Ebu’l-Hasan Ali B. Muhammed (2006), *Edebü’d Dünya ve’d Din, Din ve Dünya Edebi*, (Çev.: Selahaddin Kip), İhya Yayıncılık San. Tic. Ltd. Şti, Ankara.
- Engelbrecht, A. S., VanAswegen, A. S., and Theron, C.C. (2005), “The effect of ethical values on transformational leadership and ethical climate in organizations”, *South African Journal of Business Management*, 36, 2, 19- 26.
- Eroğlu, Feyzullah (1995), *Davranış Bilimleri*, Beta Basım Yay. Dağ. A.Ş, İstanbul.
- Farabi, Ebu Nasr El (2013), *İdeal Devlet El-Medînetü’l Fâzıla, (Mabadi Arâ Ahl Al-Madîma Al-Fâdila)*, (Çev.: Ahmet Arslan), 5. Baskı, Kayhan Matbaası, İstanbul.
- Fazlurrahman (1999), *Ana Konularıyla Kur’an*, (Çev.: Alparslan Açıkgenç), Ankara.
- Fazlurrahman (2008), *İslam*, (Çev.: Mehmet Dağ, Mehmet Aydın), Ankara.

- Fiğlalı, Ethem Ruhi (1997), *Din ve Devlet İlişkileri*, Adım Yayınları, Muğla.
- Freeman, R. E. ve Stewart, L. (2006), “Developing Ethical Leadership”, *Business Roundtable Institute for Corporate Ethics*, 1-14.
- Gazali, Muhammed (1998), *.Hadisçilere ve Fıkıhçılara Göre Nebevî Sünnet*, (Tercüme: Ali Özek), 2. Basım, Ekin Yayınları, İstanbul.
- Gazzalî, (1969), *Nasihatü'l-Mülûk* (Çev: Osman Şekerci), Sinan Yayınları, İstanbul.
- Gidengil, E. ve J. Everitt (2003), “Talking Though: Gender and Reported Speech in Campaign News Coverage”, *Political Communication*, 20, 209-232.
- Grisham, Thomas ve Walker, Derek H.T. (2008), “ThesisResearch Report Note Cross CulturalLeadership”, *International Journal of Managing Projects in Business*, 1, 3, 439-445.
- Gül, H. ve Oktay, E. (2009), “Türkiye ve Dünya’da Kadınların Çalışma Hayatında Yaşadıkları Cam Tavan Algıları Üzerine Kavramsal Bir Çalışma”, *SÜ İİBF Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 18, 421-436.
- Gültekin, M. (2014), “Bilimsel Araştırmalarda Kadın-Erkek Farklılıkları”, *Aile Akademisi Derneği*, Bursa.
- Gürbüz, D. (2004), “Halkla İlişkiler ve Tanıtım Faaliyetlerinin Etkinliğinde İzlenim (İmaj) Yönetimi (Kurum İmajından Kişisel İmaja)”, Erişim adresi: <http://cim.anadolu.edu.tr/pdf/2004/1130849701.pdf>, Erişim tarihi: 16.04.2015.
- Hamidullah, Muhammed (1990), *İslam Peygamberi* (Çev. Salih Tuğ), II, İrfan Yayınları, İstanbul.
- Hassan, Z., & Silong, A. D. (2008), “Women Leadership and Community Development”, *European Journal of Scientific Research*, 23, 3, 361-372.
- Hasta, D. ve Güler, E. (2013), “Saldırganlık: Kişilerarası İlişki Tarzları ve Empati Açısından Bir İnceleme”, *Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 4, 1, 64-104.
- <http://www.tuicakademi.org/index.php/bolgeler/diger/4031-margaret-hilda-thatcher>, Erişim: 21.04.2015.
- İbn Hanbel, Ahmed (1413/1992), *el-Müsned*, I-VI, Çağrı Yayınları, İstanbul.
- İşçi, E. Taştan, S. B. ve Kozal, M. A. (2013), “Örgütlerde Kurumsallaşma Düzeyinin Nepotizm Üzerine Etkisinin İncelenmesi: Hastane Çalışanları Örneği”, *Siyaset, Ekonomi ve Yönetim Araştırmaları Dergisi*, 1,3, 61-83.
- Kalmbach, H. (2012), “Introduction: Islamic Authority and the Study of Female Religious Leaders”, In M. Bano & H. Kalmbach (Eds.), *Women, Leadership, and Mosques*, IDC Publishers, USA.
- Karatepe, Şükrü (1996), “Osmanlı’da Din-Devlet İlişkisi”, *Din Devlet İlişkileri Sempozyum Bildirileri*, 11-35, Beyan Yayınları, İstanbul.
- Koçel, Tamer (2005), *İşletme Yöneticiliği*, 10. Bası, Arıkan Basım Yayın Dağıtım Ltd. Şti, İstanbul.
- Korkmaz, H. (2014), “Yönetim Kademelerinde Kadına Yönelik Cinsiyet Ayrımcılığı Ve Cam Tavan Sendromu”, *Akademik Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 2, 5, 1-14.

- Kruger, J. ve Dunning, D. (1999), “Unskilled and Unaware of It: How Difficulties in Recognizing One’s Own Incompetence Lead to Inflated Self-Assessments”, *Journal of Personality and Social Psychology*, 77, 6, 1121-1134.
- Kurt, Abdurrahman (2002), “Toplum ve Din”, *Sosyolojiye Giriş* (Editör: İhsan Sezal), 493-569. Martı Kitap ve Yayınları, Ankara.
- Laub, J.A. (1999), “Assessing the Servant Organization: Development of the Servant Organizational Leadership Assessment (SOLA) Instrument”, *Dissertation Abstracts International*, 60, 2.
- Lewis, R.D. (2006), “When Cultures Collide: Leading Across Cultures”, *Nicholas Brealey International*, Boston, Lonndon.
- Mevdudî, Seyyid Ebul-A'lâ, (2011), *Hilafet ve Saltanat*, (Çev.: Ali Gencer), Beka Yayınları, İstanbul.
- Müslim, Ebû'l-Hüseyin Müslim b. Haccac el-Kureyşî (1981/1401), *el-Câmiu's-sahih*, I-III, Çağrı Yayınları, İstanbul.
- Nesâî, Ebû İsa Muhammed İbn İsa İbn Sevr (1981/1401), *es-Sünen*, I-V, İstanbul.
- Örücü, E., Kılıç, R., ve Kılıç, T. (2007), “Cam Tavan Sendromu ve Kadınların Üst Düzey Yönetici Pozisyonuna Yükselmelerindeki Engeller: Balıkesir ili Örneği”, *Yönetim ve Ekonomi*, 14, 2, 118-135.
- Özsalmanlı, A.Y. (2005), “Türkiye’de Kamu Yönetiminde Liderlik ve Lider Yöneticilik”, *Manas Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 13, 137-146.
- Öztürk, Mustafa (2013), *Cahiliyeden İslamiyet’e Kadın*, 2. Basım, Ankara Okulu, Ankara.
- Ray, S. ve Ray I. A. (2012), “Understanding Democratic Leadership: Some Key Issues and Perception With Reference to India’s Freedom Movement”, *Afro Asian Journal of Social Sciences*, 3, 3.1, 1-26.
- Rahman, Afzalur (1985), *Yönetici ve Devlet Adamı Olarak Hz. Muhammed (s.a.v)*, (Çev.: Talha Özkök, 2008), Erkam Matbaası, İstanbul.
- Rao, A. ve Kelleher, D. (2000), “Leadership for Social Transformation: Some Ideas and Questions on Institutions and Feminist Leadership” In C. Sweetman (Ed.), *Women and Leadership* (pp. 74-79), Oxfam GB, Oxford.
- Ridgeway, C. L. (2001), “Gender, Status and Leaderships”, *Journal of Social Issues*, 4, 57, 637-655.
- Sarmış, İbrahim (2005), *Hz. Muhammed’i Doğru Anlamak*, II, 2. Baskı, Adım Matbaa, Konya.
- Sezen, Yümni (2004), *İslam’ın Sosyolojik Yorumu*, İz Yayıncılık, İstanbul.
- Stengel Richard (2011), *Mandela'nın Yolu, Yaşam, Sevgi, Cesaret ve Affetmek Üzerine On Beş Ders*, Türkçesi: Meltem Tayga, Kuraldışı Yayıncılık, İstanbul.
- Şahin, E.S. ve Korkut Owen, F. (2009), “Psikolojik İhtiyaçları Farklı Lise Öğrencilerinin Saldırganlık Düzeyleri”, *Türk Psikolojik Danışma ve Rehberlik Dergisi*, 4, 32, 64-74.
- Şimşek, M. Said (1997), *Günümüz Tefsir Problemleri*, Esra Yayınları, İstanbul.

- Taftazânî (1982), Kalam İlmi ve İslam Akâidi, (Hazırlayan Süleyman Uludağ), Dergâh Yayınları, İstanbul.
- Tarricone, P. Ve Luca, J. (2002), "Successful teamwork: A case study", *Herdsa*, 640-646.
- Tedrow, B., & Rhoads, R. (1999), "A Qualitative Study of Women's Experiences in Community College Leadership Positions", *Community College Review Winter*, 27, 3, 1-18.
- Tirmizî, Ebû İsâ Muhammed b. İsâ b. Servet (1401/1981), *Es-Sünen*, I-V, Çağrı Yayınları, İstanbul.
- Ünal C. (1990), "Cinsiyete Bağlı Psikolojik Farklar ve Türk Çocukları Üzerinde Bir Karşılaştırma", *Fırat Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 19, 2, 37-57.
- Vecchio, R.P. (2002), "Leadership and Gender Advantage", *The Leadership Quarterly*, 13, 643-671.
- Vergin, Nur (2000), "Din ve Devlet İlişkileri", *Din Toplum ve Siyasal Sistem*, ss. 98-133, Baglam Yayınları, İstanbul.
- Wan, H. C., Downey ,L. A. ,Stough, C. (2014), "Understanding Non-Work Presenteeism: Relationships Between Emotional Intelligence, Boredom, Procrastination And Job Stress", *Personality and Individual Differences*.
- Watt, W. Montgomery (2001), *İslam'da Siyasal Düşüncenin Oluşumu*, (Çev.: Ulvi Murat Klavuz), Bursa.
- Wicks, D. ve Bradshaw, P. (2002), "Investigating Gender and Organizational Culture: Gendered Value Foundations that Reproduce Discrimination and Inhibit Organizational Change", Eds. I. Aaltio-Marjosola and A. J. Mills, *Gender, Identity and The Culture of Organizations*, first published, 137- 159, Routledge, London.
- Yazır, Elmalılı Hamdi (2012), *Kur'an-ı Kerim Meali*, Diyanet İşleri Başkanlığı, Ankara, <http://kuran.diyanet.gov.tr/Kuran.aspx#68:4>, Erişim: 22.04.2015.
- Yeung, R. (2009), *Emotional Intelligence the New Rules*, Marshall Cavendish Limited, United Kingdom.
- Yıldırım, A. ve Şimşek, H. (2011), *Sosyal Bilimlerde Nitel araştırma Yöntemleri*, 8. Baskı, Seçkin Yayıncılık, Ankara.
- Yılmaz, H., Karahan, A. (2010), "Liderlik Davranışı, Örgütsel Yaratıcılık ve İşgören Performansı Arasındaki İlişkilerin İncelenmesi: Uşak'ta Bir Araştırma", *Yönetim ve Ekonomi*, 17, 2,145-158.
- Yoder, J.D. (2001), "Making Leadership Work More Effectively for Women", *Journal of Social Issues*, 57, 4, 815-828.
- Yörükoğlu, A. (2000), *Değişen Toplumda Aile ve Çocuk*, 6. Basım, Özgür Yayınları, İstanbul.
- Zel, U. (2002), "İş Arenasında Kadın Yöneticilerin Algılanması ve Kraliçe Arı Sendromu", *Türkiye ve Ortadoğu Amme İdaresi (TODAİE) Dergisi*, 35, 2, 39-48. http://www.bbc.com/turkce/haberler/2015/01/150112_dunyanin_kadin_liderleri?SThisFB, Erişim: 27.10.2015.

Avrupa'da Dinsel Göçler ve Kapitalizmin Yükselişi

The Religious Migrants of Europe and The Rise of Capitalism

Kürşat Haldun AKALIN*

ÖZ

İngiltere'de ortaya çıkan ve Yeni Dünya'ya göç ederek tüm ekonomik merkezlerine yerleşen sofu Kalvinistler, servet biriktirmeye eğilimli olmuşlardır. İngiltere'de Baptistler, Quakerler ve hatta Anglikanlar bile Kalvinist öğretilerden yoğun bir şekilde etkilenmiş, seçilmişlik güdüsüyle ekonomik başarılarla meyletmış, Ortaçağın manastır münzevi hayatını terk etmiştir. Kalvinist inançtan etkilenen ve dünyevi serveti ele geçirmek için meyleden Protestanlığın bir diğer kolu, İskoç ve İrlandalı Presbiteryanizmdir. Ancak on altıncı yüzyıldan itibaren Batının tüm ekonomik faaliyetlerinin Atlantik sahillerine yönelmesi nedeniyle, ekonomik önem içeren merkezlerin Katolik ülkelerden (Akdeniz sahil şehirleriyle birlikte Liege ve Cologne gibi Katolik ova kentleri); Hollanda, İsviçre, Baltık kentleri ve Protestan İngiltere'ye geçmiş olmasının kesin önemi vardır.

ANAHTAR KELİMELELER

Kilise karşıtları, Kapitalizm, Mezhepsel göçler

Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu Dergisi Yıl:2016 Cilt:19 Sayı:1 ss.31-67 **Makale Gönderim Tarihi:** 07/09/2015 - **Kabul Tarihi:** 19/01/2016

* Doç. Dr., Osmaniye Korkut Ata Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İktisat bölümü, haldunakalin@osmaniye.edu.tr

ABSTRACT

The strict Calvinists were inclined to accumulate wealth. They emerged from England and migrated to the New World where they settled every economic center. In England, the Baptists, Quakers, and even Anglicans, were intensely influenced by Calvinist doctrines and tended toward economic success through election motive, abandoning the medieval life of the monastical secluded. Another branch of Protestantism affected by Calvin's creed and lean to diligence in the gathering of worldly goods was the Scotch and Irish Presbyterianism. But from the sixteenth century onward the economic centers of gravity shifted from the Catholic countries (the Mediterranean shore cities, but also the Catholic lowland towns as Liege and Cologne) to Holland, Switzerland, the Baltic cities, and Protestant England in consequence of all western economic activities tend to the Atlantic coasts.

KEYWORDS

Nonconformists, Capitalism, Denominational migrations

GİRİŞ

Bilimsel yenilikler, teknolojik ilerlemeler, coğrafik koşullar, düşünce özgürlüğüne dayanan kültürel yapı ve daha pek çok etmen¹ ekonomik ilerlemeye veya bireysel ekonomik faaliyetlere doğrudan veya dolaylı olarak etki etmektedir. Bu etmenlere ilaveten, Max Weber'in Avrupa'da rasyonelleşme sürecini başlatan faktör olarak öne sürdüğü dinsel güdüleme de dikkate alınabilir. Para kazanma tutkusu veya mesleki başarı arzusu olarak ekonomik faaliyet tarzına yansıyan bu dinsel coşkunun, kapitalist gelişme veya ekonomik ilerleme arasında doğrudan bir nedensellik bağının veya en azından karşılıklı etkileşim ilişkisinin kurulabilmesi için, sadece soyut yani kuramsal açıklamanın yapılması yeterli değildir. Bu ekonomik ilerlemenin failleri olarak girişimci ve yöneticilerde, hatta bilimadamları ve tasarımcılarda, Lutherizmden çok farklı olan Kalvinist ahlak ile kapitalizmin ruhunu ayrıntısıyla kıyasladığı içerikteki bir güdülemenin olduğunun, yani parasal kazancı veya mesleki başarıyı tanrısal seçilmişliğin yegâne işareti sayan duygusal bir nedenselliğin hissedilmekte olduğunun, anket araştırmalarıyla kanıtlanması gerekir. Aksi takdirde, Avrupa reformuyla Ortaçağın münzevi manastır asketikizminden dünyevi çilekeşliğe geçildiği açıklamasıyla dikkatleri üzerine çeken Weber'in tezi, kurtuluşun kilise dışına çıkartılarak rasyonel ekonomik etkinliğin dinsel bir içerik kazandığı açıklamasıyla ne kadar ikna edici gözükse de, gerçeklerle bağlantısı olmayan soyut veya kuramsal bir önerme olmaktan öteye gitmeyecektir. Ne yazık ki böyle bir çalışma yapılabilmemiş değildir. Avrupa'da mezhep savaşları nedeniyle yaklaşık bir asır süren göç dalgaları ve bunun sonrasında gerçekleşen ekonomik ilerlemeler kıyaslamalı etkileri açısından araştırılmıştır. Fransa'dan İngiltere'ye giden Huguenot göçü araştırmacıların ilgisini çekmişse de, Protestan göçmenlerin ekonomik hayat üzerindeki etkilerini konu edinmiş araştırmaların çoğu İngiltere'de Amerika'ya gidenlerle ilgilidir.

¹ “Kapitalizmi ortaya çıkaran son merci faktörü, sürekli rasyonel nitelikteki teşebbüs, rasyonel muhasebe, rasyonel teknoloji ve rasyonel hukukun olmasına rağmen; sadece bunlarla da kalınmamakta, rasyonel ruh, genel olarak hayat üslûbunun rasyonelleşmesi ve rasyonel iktisat anlayışı da bunları tamamlayan zaruri faktörler olmaktadır. Rasyonel bütün ahlâk ve ekonomik ilişkilerin başlangıcı; ananeciliği, mukaddes kılınan gelenekselliği sona erdirerek ortaya çıkmıştır. Bu çağda keşiş, rasyonel yaşayan, metodik olarak çalışan ve rasyonel anlamdaki bir hedefe, yani gelecekteki hayatına yönelen bir insandı. Dua etmek uğruna sadece keşiş için saatin gongu çalar ve gün saatlere taksim edilirdi. Manastır cemaatinin ekonomik hayatı, daima rasyoneldi. Reform bu sisteme kati bir şekilde nüfuz etmiştir. Uhrevi asketikizm sona ermiştir. Protestanlığın asketik öğretisi dünyevi asketikizmine uygun gelen bir ahlak meydana getirmiştir. Modern muhasebecilik metodları ve bilanço hesabına göre yapılan hesaplama yoluyla gelir yaratıcı gücüne karar verilen bir teşebbüs olarak rasyonel kapitalist kurum, her şeyden önce sermaye muhasebesi demektir. Günümüz kapitalizminin var oluşu için gerekli olan çok daha genel önkoşul; her günkü istekleri tedarik etmekle iştigal eden bütün büyük sanayi teşebbüslerine göre norm haline gelen rasyonel sermaye muhasebesinin varlığıdır.” (Weber, 1950; 354, 365).

I. Charles'in kraliyeti sırasında İngiltere'den özellikle Amerika'ya yönelen büyük göç dalgasının en önemli nedeni, Katolik baskı ve endişe ortamıdır. İngiltere'den Amerika'ya kaçan göçmenlerin² tamamı Protestan, büyük bir kısmı da Puritanlardan oluşmaktadır. Sonradan kilise karşıtları (nonconformist) olarak da anılacak olan Puritanlar, İngiltere'de inançları yüzünden eziyet çektikleri için Amerika'ya göç etmek zorunda kalmışlardır. Amerika'da serbestçe inandıkları gibi yaşayan Puritanlar; Weber'e göre, mesleki faaliyeti yegâne takva yolu haline getirmişler, işyerini her an tanrının sevgi ve dürüstlük yasasının uygulandığı bir tapınağa çevirmişlerdir. Kısıtlı şahsi-ailevi harcamaları çıktıktan sonra kazançlarının önemli bir kısmını tekrar iş etkinliğine aktardıkları için Puritanlar, Atlantik'i geçip Yeni Dünya'ya vardıkları andan itibaren hızlı ekonomik gelişmenin failleri olmuşlardır. İngiltere'de kalmaları durumunda, zulme uğrayıp zindanlarda çürümekten başkaca bir seçenekleri kalmayan Puritanlar, işi ibadet haline dönüştürerek ekonomik uğraşısı içinde çile çekmeye azmetmişler, mesleki başarılarıyla ve ekonomik ilerlemeleriyle bu dünyada tanrının şanını yaydığı duygusuna kapılmışlardır. Mülkü ve serveti tanrıya ait kılarak ve kendisini de güvenilir bir tanrı mutemedi olarak ilan eden Puritanların, gittikleri Amerika'da kapitalizmin oluşmasına ve yükselmesine önemli katkıları olmuştur. Tanrı mutemetliği coşkusuyla işinde tanrıya yönelen ve dürüstlükleriyle de işyerini tapınağa çeviren Puritanlar; kişiyi verimli olmaktan alıkoyan içkiye karşı çıkmış, sadece kapitalist girişimci olarak değil endüstri işçisi ve hatta esnaf olarak çalışma hayatının örnek aktörleri olarak tanınmışlardır. Amerika'da kurdukları New England, Puritan göçmen dalgalarıyla nüfusu yoğunlaşmış, ticaret ve imalat sahalarında son derece ileri nitelikli bir işgücü yapısını oluşturmuştur. İşadamları kesiminin diğer yörelere kıyasla hızla genişlemesinin bir sonucu olarak, New

² “Garpta 16 ve 17nci asırlar haklı olarak mezhep çağı adıyla anılmış yahut dinî itikatların birbirinden ayrılıp aralarında derin tezatlar husule getirdikleri bir devir olarak vasıflandırılmıştır. Gerçekten, bu zamanlardaki büyük harplerin ekserisi hakikî manada din savaşlarıydı yahut böyle olmasa bile onlara dinî bir mahiyet verilmek isteniyordu. Devletlerin dostluk, düşmanlık münasebetlerini tayin eden amillerin başında mezhepler geliyordu. Ferdî ve sosyal hayatın hususî sahalarında ise dinî mezheplerin rolü daha barizdi. O vakitler aynı mezhebe veya başka mezheplere mensup bulunmak, sosyal hayatta aynı milliyete veya başka milliyetlere mensup olmaktan daha ehemmiyetli bir hâdise idi. Milyonlarca insanın, yüz binlerce ailenin mukadderatını dinî mezhepler tayin ediyordu. Mezhep meseleleri yüzünden yurtlarını terk ederek başka memleketlere göç etmek zorunda kalan kimseler geniş bir sel halinde bütün Avrupa memleketlerini dolaşıyorlar, Büyük Okyanusu bir baştan bir başa kat ediyorlardı. Hiçbir saha kendisini bu savaşların tesirinden kurtaramamıştı. Din mücadeleleri her yerde giyim ve ikamet şekillerine varmaya kadar derinleşen birçok farkların mevcudiyetini gözönüne koyuyorlar ve bazı hallerde o farkların ortaya çıkmasına bizzat sebebiyet veriyorlardı. Bütün kültür sahalarında vaziyet bu şekilde iken, iktisadî hayatın mezhep mücadelelerinden tamamıyla masun kaldığı zannetmek, akıl ve mantığa sığmayacak yanlış bir iddiadan başka bir şey olamazdı.” (Rüstow, 1945; 403)

England’da kapitalist yükseliş ve ekonomik refah, fark edilir şekilde artış göstermiştir.

1. GÖÇMEN PURİTANLAR VE YÜKSELEN KAPİTALİZMİN TEMEL UNSURLARI

Gerçekten de sadece New England örneğinde değil fakat bütün olarak Amerika’da kapitalist yükselişe yol açan, İngiltere’de Amerika’ya imanlarını ve ümitlerine de götüren bu göçmen Puritanlar, gittikleri her yerdeki iş hayatını karakterleriyle biçim vermişlerdir. Bütün bunlara rağmen, Weber’in önerdiği şekilde hızlı ekonomik gelişmeyi doğrudan ve sadece bireyin dinsel inançlarıyla tanımlanmış psikolojisiyle açıklamak³ veya göçleri bile dünyevi asketikizmin kuramsal uygunluğuyla yorumlamak, Protestan meslek ahlakının yanında gerçekten önemli bir işlev görmüş daha pek çok faktörü gözardı etmek demektir. Puritanlığın meslek anlayışı ile ekonomik ilerleme arasında bir uyumun bulunduğu, parasal kazanca veya mesleki başarıya ulaşmayı engelleyen zihniyet öğelerini asla içermediği, bu konuya ilgi duyan araştırmacıların ortak düşüncesidir. Belki de diğer örnekleri aynı kıstaslarla irdeleyerek, New England’ın ekonomik canlılığını ve yükselme eğilimini, dinsel öğretileri veya soyut kuramları kıyaslama faktörü olarak kullanmaksızın da açıklamak mümkündür. Her şeye rağmen, Weber, ekonomik ilerlemeye tesir eden diğer faktörlerin önemini asla inkâr etmeksizin, Protestanlığın ve reform görmüş kilisenin neden olduğu dinsel etkilerin; sanayi ve ticaretin gelişmesini, sermaye birikimi ve ekonomik gelişmenin gerçekleşmesini kapsadığını açıklık tahmin edebilmiştir. İngiltere, İskoçya, Hollanda, Almanya’nın Kuzey denizi ve Baltık bölgeleri, İsviçre gibi ülkeler; Avrupa reformundan yüzlerce yıl öncesinde

³ “Rasyonellik, modern hayatımızda en fazla tarihsel bir önem taşıyan güç olarak, kapitalizm için de geçerlidir. Elde etme gailisinin, para ve kazanç peşinde koşma uğraşısının, mümkün olduğu kadar en fazla miktardaki parayı ele geçirme dürtüsünün, kendi bünyesinde kapitalizmle hiç bir ilgisi yoktur. Bu dürtü, garsonlar, doktorlar, arabacılar, rüşvet alan memurlar, askerler, asiller, denizciler, kumarbazlar ve dilenciler arasında da vardı. Denilebilir ki, nesnel olarak imkân tanındığı müddetçe, dünyanın tüm ülkelerinde ve her zaman yaygın olarak kazanç tamahkârlığına sahip olan kişiler, tüm çeşit ve şartlarıyla var olacaklardır. İlk olarak, kültürel tarihimizin başlangıcına ait olan kapitalizmin bu acemi yorumundan tamamiyle vazgeçilmesi gerektiği anlaşılmalıdır. Sınırsız kazanç tamahkârlığı, kapitalizmle ve kapitalist ruhla en küçük bir özdeşlik taşımamaktadır. Kapitalizm, irasyonel bir tahrik mahiyetindeki böyle bir elde etme tamahkârlığının men edilmesiyle veya en azından bu dürtünün rasyonel olarak düzenlenmesiyle özdeş olabilir. Kapitalizm, sürekli olduğu kadar rasyonel de olan kapitalist bir teşebbüs vasıtasıyla, kazanç peşinde koşmayla, hiç durmaksızın yenilenen kâr güdüsüyle özdeşdir. Zira bir bütün olarak kapitalist toplum düzenine bağlı olan bireysel bir kapitalist teşebbüs, kazanç maksadı için fırsatlardan yararlanmadığı takdirde, yok olmaya mahkûmdur. Kapitalist ekonomik faaliyeti, değişim maksadıyla fırsatların kullanılması sayesinde kazanç beklentisine dayalı olarak yapılan eylemin, biçimsel olarak, barışçıl şanslarla yaratılan kârın üzerine kurulması şeklinde tanımlayabiliriz. Rasyonel olarak kapitalist kazancın takip edilmesine uygun düşen faaliyet, sermaye hesaplarına dayanarak ayarlanmalıdır.” (Weber, 1921; 17-19)

bütün kıtayı kat eden deniz yolları bilgisine ve ulaşım deneyimine sahipti. Avrupa ticaretinin odağının ve kurumsal yapısıyla çekim merkezlerinin, Kuzey denizi ve Atlantik limanlarından oluşmasının en önemli nedeni; büyük keşiflerin yanısıra özellikle Arap ülkelerinin Akdeniz yolu üzerinde bunaltıcı baskıları kurmuş olmasıydı. Sürekli olarak gerçekleşen tarımsal yetersizlik kaygıları dolayısıyla stoklarda yapılan istifler bile, tek başına, uygun geçim koşullarını sağlamaktaydı.

Doğu ve orta Avrupa'nın ovalık bölgeleri arasında Lutherist, Zwingli ve Kalvinist mezheplerin yanısıra, Yunanlı Ortodokslar ve Roma'ya bağlı Katolikler dahi vardı. Protestan mezheplerinden birine katılmak için, sanayi ve ticaret etkinliğine yönelik bir ölçeğin aranması, yani Weber'in kapitalizm ile Kalvinizm⁴ arasında kurduğu kuramsal uyumun bir gereği olarak örneğin mesleki başarının veya parasal kazancın Kalvinist mezheplere girişte referans olması, kesinlikle söz konusu değildir. İtalya, 16. asırda Kalvinist imana dönüş yapmış olsaydı veya Puritan mezhebinin eğilimine girmiş olsaydı; deniz ticaret yollarının tamamıyla değişmiş olmasına rağmen, yine de, eskinin ticaret merkezlerini kendinde tutmaya devam edebilir miydi diye düşünmek gerekir. Ayrıca, şayet İspanya Puritan olsaydı, Hollanda ve İngiltere'nin ticaret ve finans merkezlerini engelleyecek derecede ekonomik üstünlüğe ulaşabilir miydi, diye düşünmek gerekir. Diğer taraftan, Portekiz'de 13. asrın sonlarına doğru madencilik ve şarap sektöründe ciddi bir hızla büyüme ortaya çıkmış, yoğunlaşan ticaret de giderek daha fazla üzüm tarımı üzerinde odaklaşmıştır. Portekiz'deki bu ekonomik gelişme eğilimi 14. ve 15.asırlar boyunca da kendisini göstermiştir. On altıncı asra gelinceye kadar Portekiz, ticarete ve denizcilikte olduğu kadar keşifçilikte de dünyada en önde giden bir ülke konumuna ulaşmıştır. Bir süre için dahi olsa Lizbon, dünya ticaretinin merkezi haline gelmiştir. Dünyanın en güçlü ticaret şirketlerinin iş yaptığı bir ülke olan Portekiz, uğradığı askeri yenilgiler nedeniyle elindeki kolonilerin hepsini kaybetmiştir. İspanyol istilasının bütün kolonileri olduğu kadar Portekiz'i de kuşatmasıyla, ekonomik hükümranlığı çöküş sürecine girmiştir (See, 2004; 74). Yine de, bu çöküş süreci içinde dahi Lizbon, Avrupa'daki koloni ticaretinin

⁴ “İnsanın, sadece Tanrının kendisine vermiş olduğu işin bir vekili saydığı inancı sayesinde, bu zorluktan kaçınmayı araştıran kalvinizm; zevk ile sefahat içine düşmeyi kınamış; dünyadan kopmaksızın, işi sahsın dinsel bir görevi ve ibadetiymişçesine yorumlayan rasyonel disipliniyle birlikte, çalışmayı bir kat daha kabul etmiştir. Bu sistemin dışında oluşan reformistlerin ‘meslek’ kavramı; İncil’in Protestan tercümesi sayesinde, sadece lisanın tesiriyle bilgi sahibi olunmuştur. Kalvinizm, Tanrının atadığı bir göreve nail olurmuşçasına muteber kılınan mesleğin ve sağladığı toplumsal konumunun; rasyonel kapitalist prensibe göre devam ettirilen ussal faaliyet üzerine kurulu olduğunu açıklamaktadır. Dinsel sorumluluk, mesleki başarı ve daha yüksek toplumsal konuma ulaşmayı zorunlu kıldığı ölçüde, servete yönelmiş; servetin ve iyi yaşamın ise, Tanrı lütfundan kaynaklanmış olduğu, sürekli vurgulanmıştır.” (Weber, 1950; 367)

antrepo limanı olma işlevini kesintisiz sürdürebilmiştir. Bir dönem için dünya ticaretinde kesinleşmiş bulunan Portekiz üstünlüğünün, İtalyan ticaret kentlerindeki gerileyişin nedenlerinden biri olarak çıkan boşluğu doldurma özelliğini taşıdığı iddia edilmiş olsa bile; bu geniş kapsamlı ekonomik yayılma hareketi, hiç bir şekilde, dinsel anlayışlarla bağlantılı olarak açıklanamaz.

Reform hareketi öncesinde⁵ ticaret yollarının yeniden düzenlendiği, yeni keşiflerin gerçekleşmesine olanak sağlayıcı başarılı yolculukların yapılabildiği, coğrafik keşiflere ve bilimsel buluşlara yakın ilgi duyan güçlü ve sağgörülü yöneticilerin idareyi ele aldığı, söylenebilir. On altıncı asırda bile etkili olan hoşgörü eğiliminin, özellikle tüccarları ve bankerleri kapsamış olmasıyla, geçimlerini büyük ölçüde ticaret ve finans işlerinden sağlayan bu kişiler kurdukları uluslar arası bağlantıları ekonomik ilerleme lehine kullanmış olmalarıyla, çok özel üstünlüklerin elde edilmesi sağlanmıştır. Bütün bunlara rağmen, yeni ekonomik merkezlerinin kurulmasından koloni ticaretine varıncaya kadar gerçekleşen tüm bu ekonomik dönüşümlerde veya kapitalist yükselişte, Weber'in ayrıntısıyla açıkladığı, dinsel inanç tarafından biçimlenmiş bir içerikte dünyevi asketikizmin dinsel güdülerine asla rastlanılmamıştır. İngiltere ve Belçika'nın sanayileşmesinde, Weber kuramını savunan araştırmacıların odaklandığı dinsel faktörün yanında, bu ülkelere özgü daha pek çok faktör rol oynamıştır. İngiltere ve Belçika'nın sanayileşmesi, kapitalist gelişmenin koşullarının açıklanması bakımından çok ilginçtir. Sanayileşme hareketinde İngiltere ve Belçika'nın neden öne çıktığını⁶ açıklayabilmek için,

⁵ “Kapitalizm ve hususiyile kapitalist zihniyet puritanizmden daha eskidir ve diğer katolik, protestan memleketlerde de ufak tefek farklarla beraber inkişaf etmiştir. Şu kadar ki kapitalist inkişafı hususile teşvik eden ve hattâ ifrata kadar götürmüş olan mezhep ancak puritanizm idi. Puriten memleketler zaman itibarıyla kapitalizmin tekâmül tarihine daha geç dahil olmakla beraber, diğer mezheplere mensup memleketleri geride bırakmışlardır. Katolik ve Luther mezhepleri ise bazı bakımlardan kapitalist inkişafa daha ziyade mani olmak istidadını göstermişlerdir, fakat bu inkişaf nihayet ufak tefek değişikliklerle beraber her yerde tutunmaya ve yerleşmeye muvaffak olmuştur. Diğer taraftan kapitalizmin inkişafı katolik ve Lutherci memleketlerde puriten ülkelere nazaran bütünü farklı denebilecek bir insan tipini ve zihniyet tarzını ortaya çıkarmıştır.” (Rüstow, 1945; 406)

⁶ “Kapitalizmin gelişmesinin anlamlı bir görüntüsü de, Belçika'nın ekonomik ilerlemesiyle açığa çıkmıştır. On altıncı yüzyıldan itibaren girdiği İspanya'nın egemenliği altında çok sıkıntılı günleri yaşamış olan Belçika, on sekizinci asra gelinceye kadar bu bunalımın etkilerinden tarımını bile kurtarıp yeniden oluşturmanın zorunluluklarıyla karşılaşmıştı. Belçika'nın birinci imparatorluk hükümrânlığı altında oluşmaya başlayan sanayi rönesansı, zengin demir kaynaklarının ve özellikle de elverişli coğrafi konumunun etkisiyle, belki hepsinden önemlisi çalışkan ve dürüst olduğu kadar sade yaşamı içinde tutumlu ve ekonomik de davranan sakinleri sayesinde, Fransa'yı bile geride bırakmıştı. Belçika'nın bu hızlı endüstrileşmesinde, maden sanayileri ve pamuklu dokuma işletmeleri öncelikle faal bir durumdaydı. Netherlands (Belçika, Hollanda ve Luksemburg) diyarının kralı 1822 yılında sanayi ve ticarete kredi sağlayan bir kurum (the Societe générale pour favoriser le commerce et l'industrie) oluşturarak, ekonomik hayatın dışında tutulan parasal birikimlerin kazançlı iş fırsatlarını yaratmasına olanak tanımıştır. Gerçekten de bu Belçika kurumu, Fransız kredi mekanizmasının sağladığı fonlardan çok daha fazlasını sunduğu gibi; Chlepnier'in belirttiği gibi, sanayi kredilerinin genişletilmesini ve ortaklıklar

sadece tek faktörün nedensellik etkisine yani dinsel ahlakın tutumluluğa ve çalışkanlığa yönelten özelliklerine dikkatleri çekmek, asla yeterli değildir.

Sanayileşmede güçlü bir hale gelmesi bakımından bir kıyaslama yapılacak olunursa, 18. yüzyılın sonlarında ve 19. yüzyılın başlarında İngiltere, siyasal birliğini sağlaması nedeniyle, Almanya'ya kıyasla büyük farklılıklar göstermekteydi. Gelecek asırlarda da bu ulusal bütünlüğünü koruyan İngiltere'de, birbirleriyle çok iyi iletişim kurabilen ve ürünleri kolaylıkla tüketicisine ulaştırabilen etkili bir pazar ağı kurulmuştu. Bu gibi ekonomik ve sosyal uygunluğuna ilaveten İngiltere, hammadde kaynakları ile mamul ürünün tüketicilerine ulaştırmak için gerekli olan satış merkezlerine de sahipti. Oysa İngiltere'nin aksine Almanya'da, ülkenin prensliklere bölünmüş olması nedeniyle, pazarlar birbirinden ayrılmış ve biri diğeriyle bağlantısız bir hale gelmiştir. Ayrıca, satın alma gücüne sahip bulunan ve yeterli büyüklükte olan bir orta sınıfa sahip olmasıyla İngiltere, nispeten çok önce büyük bir ekonomik deneyimden geçmiş, bu yükselen talebi karşılayabilecek kitlesel sanayi üretiminin yapılmasının zorunlu olduğunu çok önceden fark etmiştir. Zira İngiltere, 17. ve 18. asırlar boyunca etkisine uğradığı içsel çekişmeler içinde bocalayan Fransa ve diğer merkantilist ülkelerin ekonomik sistemlerinde hatta şirket yapılarında görülen kopuklukları yaşamış değildi. Kurulan ulusal birlik ve barış ortamı sayesinde İngiltere, merkezi otoritesinin tam bir düzen altına almış, pazar birliğini parçalanmaktan korumuş, ulusal servetin arttırılması hedefinde dış ticaret uygunluğu kadar iç üretim yeterliliğinin önemini kavramış, yeni fabrika üretim sisteminin geleneksel yapılanmalara ve özellikle de tekelci ayrıcalıklara karşı korunması gerektiğini kabul etmişti. İngiltere ekonomik, sosyal, siyasal ve demografik bakımdan diğer ülkelere kıyasla çok daha elverişli bir durumda bulunduğu için, sanayi devriminde öncü işlevini üstlenmiştir. İngiliz topluluğu içinde Puritan dönemin bu denli rağbet bulmasının bir diğer nedeni, kültürel bakımdan oldukça uygun olmasıdır. Pazar birliği sayesinde hür teşebbüs için zorunlu bir hale gelen özgürlük hareketinin çok daha geniş bir

yoluyla birikimlerin hisse senetli şirketlere aktararak sermaye artırımına gidilmesini bu kurum çok çabuk öğrenmişti. Böylece Belçika'nın sanayi ortaklığını geliştiren bu kredi kurumu, tasarruf odaklı ve yatırım hedefli karma bankacılık sisteminin açılışını da yapmıştır. Oysa yatırım bankacılığının ilk defa Almanya'da ortaya çıktığı gibi çok yanlış kanı vardır. Belçika Bankası 1835 yılında kurulmuş, yatırım bankası işlevini üstlenmek istemişse de, kralın spekülasyonlarına karşılık bulmaktan başka bir gayreti olmamış, neden olduğu 1838 yılındaki bunalım dönemiyle ülkenin ekonomik ilerlemesini bir süreliğine de olsa geciktirmiştir. Ancak yatırım bankacılığı sayesinde 1844 yılında Belçika'da demiryolu seferberliği başlamış, yeni bir endüstriyel yayılmayı teşvik etmiştir. Belçika'nın ekonomik ve finansal yayılması, 1850 yılından önce yatırım bankacılığının ve hisse şirketlerinin gelişmesine dayanmış, mutassıp katoliklerin husumetini çektiği kadar karşı bir eğilim olarak liberal ideallerin de benimsenmesini de sağlamıştır. Bundan dolayı 1850'li yıllara doğru Belçika, Avrupa kapitalizmin merkezlerinden birisi haline gelmiştir." (Sée, 2004; 100)

kapsamda oluşması, sermaye bolluğu nedeniyle düşük faizlerin yatırımları çekici kılması, yer altı kaynaklar zenginliği özellikle de kömür ve su havzalarının çok olması, İngiltere'yi sanayi devriminin öncü ülkesi haline getirmiştir. Böylesine elverişli ekonomik ve coğrafik ortama, bir de, çok önemli bilimsel buluşların teknolojik yeniliklere neden olarak çok kısa sürede üretime uyarlanması ve verimliliğin sürekli olarak yükseltilmesi eklenince, İngiltere, Avrupa'daki diğer ülkelere kıyasla, sanayi devriminin önceliklerini veya ön koşullarını yapısında bütünleştirmiş tek ülke konumuna gelmiştir.

İngiltere'de sanayileşme sürecini oluşturan buluşları gerçekleştiren mucitlerin ve bu yeni teknikleri anında üretime uyarlayan girişimcilerin tamamı Puritan inancına sahiptir. Puritanlık sanayi devriminin yegane dinsel güdüsüdür veya bu kişiler Puritan oldukları için kapitalist gelişmede öncü rolünü üstlenmişlerdir. Weber'in, tamamıyla soyut olan ve bireylerin duyguları ile ekonomik fiilleri arasında bağ kuran gözlemsel araştırmaya dayanmayan, kapitalizm ile Kalvinizmin uygun olduğunu veya Puritanlığın kapitalizmin ruhunu oluşturduğunu içeren kuramı, Belçika örneğiyle uygulamalı ve kıyaslamalı bir sınamadan geçmiştir. Zira Belçika, sanayileşme sürecinin başlangıcındaki bir ülke konumunda olarak, Weber'in kuramıyla çelişen ilginç özellikleri barındıran bir ülke olmuştur. Belçika'nın hızlı sanayileşme sürecine bir açıklama getirecek şekilde, pek çok etken belirleyici birer faktör olarak dikkate alınabilir. Belçika, özellikle de tekstil sahasında, çok uzunca bir dönemden beri, Avrupa'nın en önemli imalat merkezlerinden biridir. Muhtemelen, Napolyon savaşları ve Avrupa'da toplumsal düzenin aldığı seyir, sıcak olayların yaşandığı bir ülke olarak Belçika'yı sanayi gelişimine zorunlu kılmıştır. Geçmişten kalma toplumsal hayatı düzenleyen yapılar ve bunların biçimlendirici gücü işlevindeki loncalar ile ayrıcalıklarla donatılmış inhisarcı şirketler tam bir çöküş ve yok olma sürecine girmiştir. On yedinci asırdan itibaren maden cevherlerine ve kömür yataklarına ulaşılması, Hollanda ticaret merkezlerine çok yüksek miktardaki sermaye akışını sağlamış, iletişim olanaklarının geliştirilmesine katkı sağlayan coğrafik yapının uygunluğuyla ekonomik canlanma gerçekleşmiştir. Benzeri koşullara sahip olan ve sanayileşme eğilimi önemli teşvikler gören Belçika'da, sermaye birikimi kadar mesleki eğitimde de ileri gidilmiş, Walloon şehrindeki demir sanayinin kurulması adeta ülkenin ekonomik çehresini değiştirmiş, yeni sanayi kollarının açılmasına öncülük etmiştir. İleri teknolojilere uyum sağlayan mesleki eğitimindeki bilimselliğiyle ve şirketlerin sermaye yoğun üretim yapısıyla yurttaşlarına iyi bir gelecek hazırlayan Belçika; asırlar öncesinden başlayan ekonomik ilerlemedeki öncülük işleviyle, İngiltere ve diğer gelişmiş Avrupa

ülkeleriyle giriştiği ekonomik mücadelesiyle, Weber'in kuramsal tezine aykırı bir örnek oluşturmaktadır. Zira Belçika, nüfusunun önemli bir çoğunluğu hâlâ Katolik olan bir ülkedir.

Çok uzunca bir zamandır, Cizvitlik karşıtı eğilimini koruduğu için de, Belçika, Robertson'un görüşlerine⁷ de hiç uymamaktadır. Belçika nüfusunun yalnızca yüzde iki ya da üçlük bir kısmı, Katolik olmayan mezheplere bağlı kalmıştır. Yirminci yüzyılın başlarından itibaren Belçika'da, büyük bir olasılıkla, Katolik olmayan nüfusun yaklaşık yarısı Yahudi'dir (Samuelson, 1961; 119). Belçika'nın en önemli iş ve sanayi bölgeleri, daima Katolik olarak kalmıştır. Belçika'da Protestan etmen, geçmişte olduğu gibi günümüzde de, sözü edilecek derecede önemi olmayan çok küçük bir kapsama sahiptir. Belçika'lı Protestanların ekonomik hayatta ileri gittiklerine veya mesleki eğitime rağbet ettiklerine hiç rastlanılmamıştır (Samuelson, 1961; 120). Bu nedenle İngiltere ve Belçika'nın ekonomik ilerlemesinde, dinin dışında pek çok etmen belirleyici bir rol üstlenmiştir. Katolik Belçika'nın Protestan İngiltere'den geri kaldığı söylenemez. Bu iki ülkenin kıyaslanmasında istisnai tek bir bakış açısı vardır, bu da Weber'in Protestan ahlakı ile kapitalizmin ruhu arasında kurduğu uyumluluk ideolojisidir. Şayet soyut sınırlar içinde kalınsa bile, kapitalizm ile Kalvinizmin arasında kuramsal bir uyumun bulunduğu veya nedensel bir bağın olduğu pek ileri sürülemez. Oysa sanayi devrimi öncesi benzeri koşullara sahip olan İngiltere ile Belçika arasında, dinsel eğilim ve hâkimiyet açısından, büyük bir çelişki bulunmaktadır. Weber'in kuramına göre, Belçika, sanayileşmenin ön koşullarından tamamıyla yoksun olması veya ekonomik gelişmede geride kalması gerekirken; sanki bir protestan ülkesiymiş

⁷ “Cizvitlere karşı olan Robertson, her şey tersine çevrilmiş ve iyi olan hiç bir şey de kalmamıştır, tüccarlar iş yapamaz bir hale gelmiş, sömürgeciler ve kazanç peşinde koşan tamahkarlar bir anda inançlı evanjelistler olarak taltif görmüş, zamanı para olarak değerlendirerek işinde dakik olanlar kendi çıkar hedefleri doğrultusunda ahlaki yargıları insafsızca biçimlendirmişlerdir. Kitabının 104. sayfasında Robertson demektedir ki; bir Cizvit ağır işlerde düşük bir ücret karşılığında geçim için çalışmayı uygun bulanlar, dinlerini Ortaçağ düşüncelerinden söktüp koparmakta doğrudan laissez-faire'nin çıkarıcı dünyasına giriş yapmaktadır. Ancak bu görüşleri öne sürerken bile Robertson, Belçika'nın durumunu etraflıca incelemiş bile değildir. Ev işlerinde adil ücret geçerli olsa bile, ev işlerinde çalışanlar alışılmış ücretten çok daha fazla bahşiş almıştır. Sofu bir Cizvit, otelci perhiz süresi sırasında bir yolcuya ziyafet çekebilir mi diye sormakta, bunun bir günah olduğunu bildiği halde, kesinlikle Belçika yasalarına aykırı değildir diye cevap vermektedir. Cizvit'in kanaatine göre, yolcuyu doyurmak günaha düşmek değil, yemek yoluyla ayartmak için değil kazanç sağlamak için yapılmış bir iştir. Oysa Katolik bölgelerde perhiz gününde masaya yemek tabağını koymak öldürücü bir günahkârlıktır, bu yemekten yiyen de yediren de en ağır bir şekilde cezalandırılır. Seville'deki Cizvit koleji, ticari zararlar nedeniyle iflas etmişti. Kolej mutemedi faizli 450.000 duka borç almış ve hepsini ticarete aktarmıştı. Keten, demir, safran boyası, tarçın vs gibi malları gemilerle getirmiş, imalat işine girişmiş, kuşkuyla bir şekilde de iflas etmiştir. Hesap defterleri kaybolduğundan, mahkemeler iflasın doğruluğu hakkında bir hükme varamamıştır. Robertson, bu hikaye doğrudur ve konu ahlakla ilgilidir, demektedir.” (Brodrick, 1934; 88-90, 94)

gibi Belçika, Puritanlığın iş ahlakıyla biçimlenmiş İngiltere ile kapitalist gelişme rekabetini başarıyla sürdürmüştür (Samuelson, 1961; 121). Avrupa'daki dinsel eğilim farklılığı, tek başına, farklı ekonomik gelişme seviyelerine yol açmamıştır. Ayrıca Belçika'nın hızlı ekonomik ilerlemesi, Protestanlığın ve Puritanizmin kapitalist yükselişte zorunlu bir psikolojik faktör olmadığını, en azından kanıtlamış durumdadır. Zira Avrupa'da reform hareketi henüz ortaya çıkmadan önce bile Belçika, Hollanda ve İngiltere'nin ekonomik ilerleme ve yayılmaya yönelik çok güçlü eğilim göstermiştir. Bu üç ülkenin kapitalist gelişme ile dinsel yönelişi arasında benzerlik ve ortak dönüşüm eğilimi bulunmamaktadır.

İskoçya ve İsviçre'de kapitalist gelişmeye yol açan olayların ardılığı da, diğerlerine ve birbirine kıyasla çok farklıdır. Her iki ülke de 16. asırdan itibaren Protestanlığı kabul etmiş olmasına rağmen, kapitalist yükseliş olarak nitelendirilecek ekonomik ilerlemeleri 18. asır öncesinde başlamış değildir. Sırf bu nedenden dolayı, rasyonel ekonomik faaliyeti güdüleyici etmenlerin dinden bağımsız olması gerekir. New England'da bile, dinsel yöneliş ile ekonomik başarı arasında kurulacak böyle bir karşılıklı ilişki, son derece belirgin olabilir veya aralarında bir nedensel bağın olduğu mantıki bakımdan ileri sürülebilir. Ne var ki, Puritanizm ile rasyonel ekonomik faaliyet arasında kurulan böyle bir nedensel bağı kuramsal olarak açıklayan pek çok eser yazılmış olmasına rağmen, Puritan olan ve mesleki başarılarla ulaşan veya ekonomik kazanç peşinde koşan kimselerin psikolojik eğilimleri ile eylemleri arasında nedensel bir bağın olduğunu açığa çıkaran güdü testleri uygulanmamıştır. Sadece Avrupa ülkeleri Katolik veya Protestan bölgeler olarak bir ayırım yapılmış, ekonomik bakımdan gelişmiş olan bölgelerin daha ziyade Protestan olduğuna hükmedilerek, Weber'in tezine destek verilmiştir. Oysa uzunca bir süreden beri Avrupa'nın Kuzey bölümüne göre büyük bir Protestan ekseriyet sağlamış Güney ülkeleri ekonomik bakımdan hızlı gelişmemiştir. Bütünüyle Katolik bir ülke olan Portekiz, 15. ve 16. asırlarda ekonomik ilerleme ve yayılmanın öncüsü konumuna ulaşmış, önemli ticaret kentleriyle denizcilik sahasında ve ticari ilişkilerde önemli bir merkez haline gelmiş, uzunca bir süre de bu ekonomik konumunu devam ettirebilmiş bir ülkedir. Katolik Belçika, İngiltere'den sonra sanayileşme sürecine giren tek ülkedir; iki dünya savaşında büyük ölçüde yıkıma uğramış olmasına karşın, sanayi ülkeleri arasındaki konumunu devam ettirebilmiştir.

2. GÖÇMEN PSİKOLOJİSİ: DAHA ÇOK KAZANÇ EŞİTTİR DAHA GÜVENLİ VE ONURLU YAŞAM

Avrupa'nın çeşitli ülkelerinde etkili olan kişisel mezhep eğilimlerini öne çıkartarak, dinsel görüşler ile ekonomik konumlar arasında bir bağlantı kurulmak istendiğinde; Protestanlar içinde öne çıkan Puritanlar⁸ ile serbest kilise mensupları, geliştirdikleri çok özel ekonomik eğilimleriyle dikkatleri üzerine çekmiştir. Puritanlar ve serbest kilise mensupları, Weber'in bakış açısından, Protestan ülkelere kıyasla kapitalist yükselişte daha ileri gittikleri, kendilerine özgü başarı ve kazanç hipotezinin odak noktasını oluşturur. Quakerler, Huguenotlar ve Metodistler kendilerine özgü ekonomik yetenekleriyle dikkate değer başarıları elde etmişler, kazanç maksatlı faaliyetlerinde rasyonel karar vermiş ve bilimsel ilerlemelerden de yararlanmışlardır. Tıpkı Weber gibi Cunningham ve Tawney de, bu mezhep gruplarının rasyonel ekonomik faaliyetlerindeki başarıları dikkat çekmiş, Puritanizm ile kapitalist gelişme arasında bir uyumun olduğu sonucuna varmışlardır. Bir başka bakış açısına göre, dinsel baskı ve zulüm altında kalan tüm Puritan gruplarının, toplumsal konum elde etmenin ve ekonomik ilerleme göstermenin, rasyonel olmaktan ve kazanç maksatlı ekonomik etkinlikte bulunmaktan başka bir yolu yoktur. Devlet hizmetine girmeleri de fiilen engellenen bu Puritan gruplar, tıpkı tarımsal ve mesleki işlerden uzaklaştırılan Yahudilerin Avrupa'da faizcilik yapmak zorunda kalması gibi, kendi kişisel gayretleri ve rasyonel kararlarıyla girişimcilik sahasına atılmışlardır. Göçmenlerin ekonomik ve düşünsel sahadaki öncülük rollerinin kabul edilmesi, Yahudi olsun Puritan olsun göçmenlerin ekonomik ilerlemedeki ve mesleki

⁸ "Müminin sürekli çalışma ve iş muvaffakiyeti aynı zamanda Allah'ın şanını yükseltmeye ve kendi nefsinin seçkinliğini teyide vesile oluyordu. Böylece biriken ve toplanan kazançlar, zâhitlik dolayısıyla harcanmadığı için, mütamadıyen yeniden kazanç getirecek işlere yatırılıyor ve kâr yığımının gittikçe daha ziyade büyümesi gibi bir hâl vücuda gelmiş oluyor. İşte biz burada son yüz senelerde Avrupa'nın ekonomi bünyesinde ölçüde çoğalmış olan iş sermayesi ve para birikimi çabukluğunun dinî sebeplerini müşahede etmiş oluyoruz. Metodizm mezhebinin müessisi olan John Wesley diyor ki: 'Hristiyanların hepsine, ne kazanabilirlerse kazanmalarını ve ne tasarruf edebilirlerse biriktirmelerini, yani netice olarak zengin olmalarını tavsiye ve tenbih etmeliyiz, sizler elbette nefsânî zevkinize hizmet ve günah işlemek için değil, fakat zengin olmak uğrunda ancak Allâh için çalışabilirsiniz. Calvinist - Puritanist ekonomik zihniyeti, istihsal ile istihlâk arasındaki bu kıymet münasebetini tuhaf bir tarzda tersine çevirmiş bulunuyor. Allah'ın indinde istihsalin istihlakten daha makbul olduğunu, nefsiemareyi öldüren bir zahmet ve meşakkatle müterafık olduğu, Allah'a tâzim için yapıldığı zaman istihsalde sürekli muvaffakiyet, Allah'ın sevgili kulu olmanın bir delili olduğu için bu işi daha şerefli addediyor. Calvinistlerce istihsal etmek ve satmak, Allah'ın sevgili kullarının işidir, satın almak ve harcamak mezzum ve menfur kimselerin kârıdır. Calvinist, püritanist iş ve ticaret adamının böylece içtimaleştirmenin ve dünyevileştirmenin sonunda, homo economicus denilen insan tipi meydana gelmiştir. Yani hareketlerini büsbütün ekonomik düşüncelere göre ayarlayan adam tipi ki, klâsik iktisat ilminin düşüncelerine zamanında ileri gelen ve hâkim olan insan tipi sıfatıyla tamamen hakkı olarak esas teşkil etmişti.'" (Rüstow, 1942; 146-151)

gelişmedeki önemlerinin fark edilmesi; dinsel yöneliş ile kapitalist yükseliş arasında doğrudan bağlantı kuran Weber kuramını savunanları zor duruma düşürmüştür. Alternatif bir hipotez olarak, Avrupa'ya ve Amerika'ya giden göçmenlerin bireysel niteliklerinin ve düşünsel yeteneklerinin ön plana çıkartıldığını açıklayan ve tarihsel bulgularla kanıtlayan araştırmalara yönelinmiştir.

Avrupa'da mezhepler çağı diye adlandırılan ve özellikle de 16. ile 17. asırları kapsayan dönemler boyunca insanlar, dinsel inanışlarını giyinmeden çalışmaya varıncaya kadar hayatın her sahasına hakim kılmışlar, farklı dinsel eğilimleri yüzünden zulme uğramışlar ve yerlerinden yurtlarından çıkarılmışlar, ülkeye hakim olan dinsel eğilim aykırı mezhepleri göç etmeye zorlamıştır. Zulme uğramak ve sürgün edilmek pahasına olsa bile, çalışmayı ibadete dönüştüren ve parasal kazançları seçilmişliğin işaretleri haline getiren kurtuluşu kilise dışında arama inançlarına bağlı kaldılar. Tanrı'nın verdiği bir lütf olarak gördükleri zenginliğe ve başarıya, takva yolu haline dönüştürdükleri mesleki etkinliğinin her anında Tanrı'nın yasasına bağlı kalmanın bir sonucu olarak ulaştıklarına inanan kilise karşıtları, özellikle de metodistler, mülkün ve servetin tanrıya ait olduğunun bilincine varmışlardır. Bu bilinçle, sahip oldukları ekonomik varlıkları Tanrı adına işletmişler ve kazançlarıyla Tanrıyı hoşnut ettikleri duygusuna kapılmışlardır. Kendilerini Tanrı'nın işinde görevlendirdiği mutemedi olarak gördüklerinden metodistler, kanaatkârlıkla belirledikleri şahsi ve ailevi gereksinimlerin karşılanması dışındaki tüm servetlerini ekonomik faaliyetlerine aktarmışlardır. Tanrı mutemetliği duygusuyla tutumlu ve ekonomik davranan kilise karşıtları, mesleki faaliyetinde her an tanrıyla yüz yüze geldiğine ve yasasına bağlanarak Tanrı'ya ibadet ettiğine inanmıştır. Bu inançla işinde sıkı çalışan ve dürüst olan kilise karşıtları, bilinçli ve özdenetimli olabilmek için sarhoşluğu kınamış, Amerika'da küçük bir zümre olmalarına rağmen elit kesim olarak devleti ele geçirdikleri için içkiyi yıllarca yasaklamışlardır. Yaşadıkları her anda tanrının şanını çevrelere tanıtmak ve sevgide ve dürüstlükte herkese eşit davranmayı şart koşan tanrı yasasını yerine getirmek azmiyle işyerini ibadethaneye çeviren kilise karşıtları; zamanın boşa gittiği kaygısıyla, tiyatro oyunlarına bile karşı çıkmışlardır. İnsanlardan ayrı ve kopuk bir halde tek başına ekmek ve suyla manastır hücrelerinde çile çekerek kurtuluşa erişmek isteyen Katoliklerden farklı olarak, kilise karşıtları tam tersi bir eğilime sahip olmuştur. İnsanlardan kendisini ayrı tutmayan ve insanların içinde Tanrı'nın yasasını yerine getirerek çile çeken kilise karşıtları, Tanrı'nın mutemetliğini üstlendiği ekonomik faaliyetindeki kazançları sayesinde kurtuluşa erişmeyi dilemişlerdir. Kilise ayinlerine katılarak kurtuluşa

erişeceğine inanmayan ve kilisenin corpus christ (İsa'nın bedeni) yasasına bağlanmayan Protestanlar içinde en aşırı akımı oluşturan kilise karşıtları, kurtuluş yolu haline dönüştürdükleri mesleki faaliyetten yani dünyevi çilekeşlikten kopmaktansa, ülkelerini gönüllü terk etmeye razı olmuşlardır.

Ancak Nantes fermanı⁹ yürürlükten kalktığında, ülkelerinde azınlık durumuna düşen bu aykırı mezhep mensuplarından bir kısmı, yurtların göç etmek istemediklerinden, öldürülme korkusuna ve sürülme tehdidine dayanamayıp Katolikliğe boyun eğmek zorunda kalmışlardır. Böylesine ağır ve müsamahasız koşullar altında, Prusya ve diğer ülkelerdeki reformun dini dünyevileştirmesi eğilimine yakınlık duyan insanların; Protestanların arasına katılmaları, kilise hizmetinden çıkarak mesleki faaliyeti takva yolu haline getirmeleri; daha da ileri giderek Puritan olmaları, yani faizden veya rızaya dayanan serbest fiyattan sağladıkları yüksek ekonomik kazançları tanrı hoşnutluğunun işareti olarak algılamaları; veya kilise karşıtı olarak, işyerini tanrı yasasının uygulandığı bir tapınağa çevirmeleri mümkün değildir. Meslekî yeteneklerini geliştirmenin ve girişimcilik ruhuna sahip olmanın çok ötesinde, kendisini bu işe tanrının yerleştiği ve tanrıya ait serveti arttırmakla görevlendirildiği duygusuyla kilise karşıtları; yetiştikleri Katolik hakimiyetli ülkelerden sürülmüş ve Protestan ülkelere göç etmek zorunda bırakılmış olsalar da, gittikleri her yere inançlarını ve dinsel eğilimlerini de götürmüşler, bu çok zor koşullar altında bile müteşebbislik emellerini ve kazanç-kurtuluş duygularını bir an olsun kaybetmemişlerdir. İşinde tanrıya yönelen kilise karşıtları, işinde ulaştığı yüksek kârları, tanrı yasasına bağlanmanın bir ödülü olarak görmüşlerdir. Dakik olmak, sözünde durmak, disiplinli çalışmak, tüm insanlara sevgiyle ve merhametle davranmak, ne kadar servete ulaşırsa ulaşınsın zenginliklerin kendisine değil de tanrıya ait olduğunun bilincinde olarak kilise karşıtları; servet içinde olmalarına ve çok para kazanmalarına rağmen, fakirler gibi yaşamışlardır. Tutumlulukla biriktirdiği servetini tekrar tanrı hazinesine yani şirket sermayesine katarak veya başarılarıyla mesleğinde ilerleyerek, Tanrının şanını yeryüzündeki tüm insanlara tanıttığı duygusuna kapılmışlardır.

⁹ “Calvin Fransızdı, yazılarını Fransızca yazıyor ve Cenevre Akademisinde eğitim gören pastöeleri Fransız şehirlerine ve soyluların evlerine gönderiyordu. Fransız soyluları kalvinciliği kabul etmeyi monarşi ile savaşmanın bir yolu olarak görüyorlardı; şehirli zanaatkarlar ise, kalvinciliğin halka verdiği rolden, çalışma ve düzeni vurgulamasından etkileniyorlardı. Fransız Protestanları (onlara Huguenot deniyordu) ve onların karşısındaki Katolikler birbirlerinin aleyhinde verdikleri vaazların ve eğitimin yanı sıra, birbirlerine karşı şiddete de başvuruyorlardı; çünkü her iki taraf da diğerini, toplumda bulunan ve tanrının gazaba gelmesine neden olacak zehir olarak görmekteydi. Fransa'da krallar Katolik kilisesi üzerindeki etkilerini arttırdılar. XIV. Louis ülkesinde birlik yaratmaya çalışırken Huguenotların yaşamını zorlaştırdı. Bu baskıcı politikalar 1685'te Nantes Fermanının iptal edilmesiyle doruğa çıktı ve binlerce Huguenot ülkeden kaçtı.” (Wiesner, 2014; 270, 583)

Uğradığı zararları ve iflasları da tanrı yasasına uymamanın (zamanı tembellik ve aylaklıkla geçirmek, sarhoş olmak, tiyatrodan eğlenmek, ölçüde ve tartıda hile yapmak, çok konuşmak, kötü alışkanlıklara meyiletmek, israf etmek, lüks hayat sürmek vs) bir sonucu olduğuna inanmışlardır.

İngiltere'ye de giden Huguenotların kitleler halinde Fransa'dan göç ettikleri ülke, ekseriyetle, Hollanda olmuştur. İnançlarını yaşamada dinen uygu buldukları Hollanda'da Huguenotlar, çalışkanlıkları ve dürüstlükleriyle şirketlerde kolay işe girmiş, iş ahlaklarıyla ve başarılarıyla çabuk yükselmiş, bir süre sonra da sermayeleriyle şirketlerin güvenilir ortakları arasında yer almışlardır (Samuelson, 1961; 126). Denilebilir ki, şayet Protestanlık ekonomik ilerlemeyle birlikte esas olarak mesleki faaliyetlerde bu denli başarıya neden olmuşsa, bunu Fransa'dan Hollanda'ya göç eden Kalvinistlere (Huguenotlara) borçludur. Farklı ülkelere giderek o bölgenin kültürüne uyum sağlayan göçmenlerin, bu özümsemelerinin etki derecesini ölçebilmek için, yetenek belirleyicisi olarak öne çıkan dinsel eğilimin dünyaya bakışının ayrıntısıyla irdelenmesi gerekir. Bu dünyayı ret eden dinsel bir anlayış, bilimsel buluşlarla tanrının şanını insanlara tanıtmaya emelini inananlarına kesinlikle aşılabilir. Huguenotlar veya genel olarak Kalvinist akımdan gelen göçmenler kadar, Yahudiler de rasyonel ekonomik faaliyete uyum sağlamak için zorunlu olan içsel terbiyeyi kendi dinlerinden edinmişlerdir. Göçmen Protestanların göç ettikleri diyarlarda hararetli birer kilise karşıtı haline gelerek iş hayatına atılmaları ve mesleki eğitime büyük ilgi duymaları gibi; günümüz Tevrat'ında zenginliğin tanrısal ödül ve fakirliğin de tanrı cezası olarak bildirilmiş olmasının da etkisiyle Yahudiler, dağıldıkları Avrupa'nın ekonomik merkezlerinde rasyonel ekonomik etkinliğe çok çabuk uyum sağlamışlardır. Weberci kanattan yapılmış araştırmalardan bu konuya bakılacak olunursa, sayısal kıstaslarla Huguenotların başarısının biraz abartılı yansıtıldığı, mesleki faaliyette bulunması yasaklanan Yahudilerin ise ekonomik işlerdeki maharetlerinden pek söz edilmediği hemen fark edilir. Bu taraflı araştırmalarda Huguenot isimler, yerli isimlerle birlikte öne çıkarılmıştır.

Hatalı muhakemenin bir diğer örneği de, Yahudilerin ekonomik alanlarının sadece faizli borç sahasıyla sınırlandırılması olmuştur. Öne sürülen görüş şöylece özetlenebilir: Gerçekte birkaç Yahudi işadamı ve banker iş hayatında zirveye çıktığı halde, rakiplerinin dikkatini çekerek Yahudiler büyük kazanç sahibi kimseler olarak anılmış, dinsel kaynaklarına inilerek buradan tüm Yahudilerin rasyonel ekonomik etkinliği kutsal metinlerinde özümstedikleri ve dindar bütün Yahudilerin de uyum sağladıkları sonucu çıkarılmıştır. Oysa

Amerika ve Batı Avrupa'nın yüksek finansman merkezlerinde Yahudilerin parasal gücü asla ret edilmemeli, Yahudilerin iş ve para konusundaki maharetleri kesinlikle küçümsenmemelidir. Amsterdam şehrinin ekonomik merkez haline gelmesinde ve finansman üstünlüğüne kavuşmasında, İspanya ve Portekiz'den buraya göç edip gelen Yahudilerin sağladıkları katkı kesin belirleyici olduğu gibi, bu öncü finansörlük işlevleri süreklilik göstermiştir. Katolik İspanya kraliyeti, Portekiz'den gelip yerleşmiş Yahudileri ülke dışına sürme ve tüm mülklerine de el koyma fermanını çıkarmış, gizli saklı taşınır servetleriyle göçen Yahudilerle birlikte İspanya ekonomik gücünü önemli ölçüde kaybetmiştir. İncillerdeki Yahudi düşmanlığının tesirinde kalarak Yahudilerin ülkeden çıkarılmasıyla ne kadar büyük bir hata yapıldığının sonradan farkına varılmıştır. Hollanda, bu maharetli ve çalışkan insanları ülkesine kabul ettiğinde ise, ekonomik gelişmesini hızlandırmıştır.

Kuşkusuz Hollanda'nın bu yükselişinde, Yahudilerin rasyonel ekonomik faaliyete gösterdiği uyum ile finans işlerinde sahip oldukları muazzam miktardaki parasal sermaye kadar, Kudüs'ten çıkıp dünyanın her yerindeki ticaret merkezine dağılan ve buralarda iktisadi bir güç haline gelen akrabalarıyla bağlantılı iş yapmalarının da çok büyük bir rolü olmuştur. Avrupa'da hemen her yıl çıkarılma korkusuyla yaşayan Yahudiler, bu nedenle servetlerinin neredeyse tamamına yakın kısmını kolay taşınabilen ve her yerde de geçerli olan altın ve gümüş gibi kıymetli madenlere çevirmişlerdir. Yabancı olarak buldukları bu ülkelerde ayakta kalabilmek için, rasyonel ekonomik faaliyetle ilgili muhakeme yeteneklerini sürekli geliştiren Yahudiler; ezilmemenin tek yolunun, parasal kazanç sağlamak olduğunun hemen farkına varmışlardır. Elbette yabancı bir ülkeye yerleşen her Yahudi, yüksek ekonomik kazançlara ve rasyonel muhakemeye sahip olmuş değildir. Göçmen Yahudiler içinde sadece belirli bir üst kesim finans gücüne ve kapitalist yükselişte öncülük işlevine muktedir olmuştur. Sombart'ın¹⁰ Talmud ile kapitalist zihniyet arasında kurduğu nedensel

¹⁰ “Musevilerin faiz karşılığı borç işlerindeki maharet ve dehasına delil olarak, yalnızca, Talmud'u kaynak olarak görmekteyiz. Tevrat'la ilgili çalışmalar sonrasında edinilen bazı broşürlerinde, borç para verme işlemleriyle ilgili öyle çok fazla ilgilendirilmiştir. Hâlbuki rabbilerin düşünceleri, tıka basa para işleriyle doludur. Amoramın sonuncularından birisi olan Rabina'nın (488-556) hükmüne göre, rabbiler, borç para verme işlemlerinde neredeyse bir tekel kurmuşlardır. (Baba Mezia 70b) Borç para verilmesinden kaynaklanan sorunlar ve paranın nasıl kullanılması gerektiğiyle ilgili bilgiler hakkında, broşürlerde ayrıntılı tartışmalara yer verilmiştir. Talmud'u önyargısız olarak okuyup irdeleyen bir kimsenin şöyle bir kanaati edinmemiş olması mümkün değildir: Talmud'un dünyası, büyük ölçüde faiz karşılığı borç para alıp verme dünyasıdır. Talmud'un sayfalarına şöyle bir bakacak olursak, borç vererek karşılığında faizle geri alınan, eğlenceli bir uğraşı olmadığı derhal fark edilir. Para kullanmadaki becerilerini sergilemiş olmakla, faizcilik, İsraililer için bir sanat haline gelmiştir. Muhtemelen, borç para verme mekanizmasına çok yüksek düzeyde organize etmeyi keşfetmişler, kesin olarak da bu uğraşlarını yararlı kılmışlardır. Borcun varlığını garanti altına almak için, bir yıldan fazla bir süre sonra ipoteğin çözülmesinin serbest

ilişkinin aksine, dini duyguları yüksek ve kutsal yasaya bağlılıkları da çok güçlü olan Yahudi çoğunluğu fakirlikten kurtulamamıştır. Tıpkı dinsel uyarıları vicdanında saklı tutan ve yaşadığı hayata yansıtmayan Katolik zenginler gibi, Yahudi zenginler de; yabancılara davrandıkları gibi kardeşlerine davranmış, dinin kardeşler ile sınırlı kıldığı diğerkâm emirlerine uymamışlardır. Zira göç eden Yahudiler arasında o kadar korkunç fakirlik vardır ki, bir avuç zengin finansör, servetini dağıtmakla veya kendisini mülksüz kılmakla bu fakirliği yok edemeyeceğini anlamıştır. Yoksulluk draması, Yahudilerin İspanya'dan çıkarılıp Portekiz'e ve buradan da Avrupa'nın diğer bölgelerine gitmeleriyle daha da büyük bir boyut kazanmıştır. Nitekim Hollanda'daki finansör Yahudiler fakir halkına pek faydası dokunmamışken, İngiltere'deki Yahudiler özellikle gemicilik ve koloni ekonomisindeki rolleriyle halkına istihdam sağlamıştır. Ticaret ve bankacılıkta Amsterdam'ın adeta altın çağını yaşamasına önemli katkıları sunan Yahudiler, büyük bir finansal güç haline gelmelerinin de etkisiyle, hür teşebbüs ortamının sağlandığı her yerde üretimin ve istihdamın yükselmesine katkıda bulunmuşlardır.

Avrupa'daki mezhep çatışmalarının bir sonucu olarak yaygın şekilde rastlanan ve kitleler halinde göç eden insanlar, içinde buldukları zor koşullarından kaynaklanan veya inançlarının bir gereği olarak gerçekleşen başarma azmiyle, kıyasıya bir ekonomik mücadele içine girmiş, içlerinden bir kısmı kazanç ve başarılarıyla dikkatleri çekmiştir. Nitekim İsveç'te, mesleki yeteneklerde görülen hızlı artışlar, 17. asırda Walloons'un demir döküm sanayinde kendisini göstermiş, 17. ve 18. yüzyıllar boyunca Almanya ve Hollanda'daki imalat sanayi üzerinde etkili olmuş, 19. asırda da İngiltere ve Norveç'in ihraç ürünlerini besleyen sanayilerin hızla gelişmesiyle sonuçlanmıştır. Avrupa'da 17., 18. ve 19. asırlarda İskoçya, İngiltere, Hollanda, Fransa, Almanya ve Baltık devletlerine yönelen göç dalgaları; İsveç ile Avrupa'nın büyük ticaret merkezleri arasında kurulan çok önemli ekonomik bağların gelişmesine de yol açmıştır. Göçmen gruplar içinde en fazla tüccarlar, gittikleri ülkelere kolaylıkla uyum sağlamışlar, beraber geldikleri diğer göçmenlere de yardımcı olmuşlardır. Göçmenler uluslar arası ticaret ağının kurulmasına katkı sağladıkları gibi, mesleki yetenekler arzının geliştirilmesini de mümkün kılmışlardır. Dinsel zulüm nedeniyle Avrupa'da ülkelerinden

bırakılmış olması, borç para verme sisteminin çok yüksek seviyede örgütlenmiş olduğunu göstermektedir. Rabbi Meir (100-160),bu yönüyle mağaza sahibini özel bir birey olarak düşünmesine rağmen; Rabbi Judah (136-200), tam tersine bir görüş ileri sürerek, mağaza sahibini tıpkı bir bankermiş gibi tasarlamıştır. (Baba Mezia 43a) Bir Fransız yazar, Musevilerin hesaplama ve parayı kullanma yönüyle çok ender kapasiteye sahip bulduklarını yazmıştır." (Sombart, 1951; 308, 313)

çıkarılan veya mülklerin gaspı ve alacaklarının iptali gibi çeşitli haksızlıklara uğratılan göçmenlerin, gittikleri hemen her yerde kabul görülmelerini sağlayan en önemli etken ekonomik güç ile maharetleri olmuştur. Ekonomik ilerleme sağlayan Hollanda ile kısa sürede ekonomik çöküşe uğraya Portekiz, Yahudiler açısından çok çarpıcı bir kıyaslamalı örnek oluşturmaktadır. Bu arada, inanç ve vicdan özgürlüğü kavramı, Avrupalı göçmenlerin ekonomik rollerinin artmasıyla birlikte, giderek daha fazla önem kazanmıştır.

Avrupa mezhep savaşlarıyla birlikte yaygınlaşan ve göç etmeyi zorunlu kılan dinsel zulüm hareketi, ortaya çıktığı andan itibaren kendi karşıt eğilimi olan dinsel hoşgörü veya vicdan özgürlüğü anlayışının oluşmasına da neden olmuştur. İngiltere’de 1700’lü yıllarda benimsenen dinsel hoşgörü ve teşebbüs özgürlüğü sayesinde Protestanlar kadar Katolikler de rasyonel ekonomik faaliyetlere katılmış, Yahudiler ekonomik yükselme imkânına kavuşmuştur. İsveç’te 17. asırda ekonomik ilerleme ile zenginliğin gerçekleşmesinde teşebbüs özgürlüğünü zorunlu gören Johan Clason Risingh (1617-1672), din ve vicdan hürriyetinin sağlanması gerektiğinin üzerinde önemle duran bir yazar olarak yoğun ilgi görmüştür. Risingh’e göre yetenekli tüccarların ve sermaye sahibi işadamlarının İsveç’e gelip yerleşmesi için zorunlu olan ön koşullar, teşebbüs hürriyeti ile dinsel hoşgörü ortamının her yerde ve herkes için sağlanmasıdır. Risingh, özellikle Hollanda deneyiminden söz etmektedir. Teşebbüs hürriyetiyle birlikte yükselen din ve vicdan özgürlüğü ortamı, Hollanda ekonomisini göçmen durağı haline getirmiş, halkını da zengin ve yetenekli kimseler haline getirerek başarılı ve kazançlı kılmıştır. On sekizinci asrın başlarında teşebbüs hürriyet ve dinsel hoşgörü ortamı sayesinde, halkın önemli bir kısmı, İsveç imalat sanayindeki göçmenlerin öncü rolünden rahatsız olmamış ve takdir etmiştir. Zira bu yıllarda dinsel hoşgörü ile teşebbüs özgürlüğü teması, İsveç ticaret odasının hazırladığı raporlarda sürekli olarak vurgulanmıştır. Çok kapsamlı yayınlardan sonra, dinsel hoşgörü 1741 yılında İsveç’te yasal güvencesine kavuşmuştur. İsveç’te hoşgörü yasası olarak yayınlanan 1781 bildirisinde, Yahudileri de kapsayan teşebbüs hürriyeti ifadelerine de rastlanmıştır. Her iki ferman da, iş dünyası üzerinde rahatlatıcı etkilerde bulunmuş, çok sayıda işadamlarının İsveç’te iş yapmasına yol açmıştır. İsveç’e gelen veya sermaye aktaran kimseler arasında Yahudiler de bulunmuştur. Yahudilerin İsveç’e kabul edilmesinin en önemli nedeni ise, para ve ticaret işlerinde çok fazla yetenekli olmaları, gittikleri yerlere taşınır servetleriyle birlikte gitmeleriydi.

Göçmen Yahudiler¹¹, ticaret ve finansman konusunda uzmanlaşmış kimseler olduklarından, İsveçli rakiplerine kıyasla parasal konulara yönelmeye ve rasyonel ekonomik faaliyetin mantığını anlamaya istekli olmuşlardır. İsveç'in zengin demir madenini çıkartan ve işleyen işlere yönelmişler, İsveç'in İngiltere'ye yaptığı demir ihracatında öncülük yapmış, İngiltere'deki ithalatçı akrabalarıyla birlikte çok yüksek kazançları elde etmiştir. Elbette aynı kazanç tutkusu, Hollanda'da çok faal bir duruma gelen Puritan İngiliz tüccarları, İngiltere'de göze batan zenginlikleriyle Huguenotlar için de etkili olmuştur. Hollanda'ya yerleşmiş Puritan İngilizlerden Hope ile Clifford, kurdukları finansman ve ticaret şirketiyle muazzam kazançları elde etmiştir. Hope, en büyük gelişim atağını 18. asrın ortalarında atmıştır. Yine Hope, 1770'li yılların sonlarında, dünyanın en güvenilir bankası haline gelmiştir. Hope, özellikle 1773 bunalımı sonrasında, sadece finansal işlemler üzerinde odaklanmış, yüksek kâr vaat eden şirketlere faizli borç vererek hem iş hacminin genişlemesine katkıda bulunmuş ve hem de kendisi muazzam servetlere ulaşmıştır. Kazanç hırsıyla iş kapasitesini genişletmek isteyen tüccar, banker ve sanayici işadamları, kendi aralarında da sözbirliği yaparak, buldukları ülkelerin aralarında ekonomik anlaşmaların yapılmasına öncülük etmişler, ülkeler arası ticaretin gelişmesine engel olan sorunları gidermişlerdir. Öğrenme azmiyle dolu olan bu işadamlarının çocukları da, ileri düzeyde mesleki eğitim görmüş, yabancı dil öğrenmiş, bilgileriyle iş hayatına yön vermişlerdir. Göç olgusuyla ilgili olarak 18. asır Avrupa'sıyla ilgili olarak daha pek çok örnek verilebilir. Bordeaux'da 18. yüzyılın ilk yıllarında, yerli halk ile Hollandalı tüccarlar arasında karşılıklı ilişki kurulmuştur. Banker ve sanayici işadamlarıyla çok yakın iletişim kuran tüccarlar, Bordeaux borsasında çok kazançlı alışverişler yapmışlardır. La Rache ve Nantes, bu dönemde pek çok Hollandalı tacirle dolup taşmıştır. Haerzel, de Wich, Van Woorm, Van Hevlen, Matzuger ve Haentjens ve daha pek çok tüccar, 17. yüzyıldan itibaren ticarete olan ailelerinin sağladıkları imkanları iyi değerlendirerek, 1900'lü yılların başında Nantes'de yoğun ekonomik faaliyetlerde bulunmuşlardır. İngiltere'deki tüccar birliklerinde dahi var olan Hollandalı tüccarlar, adeta Fransa'nın dış ticaretini kendi denetimleri altına almışlardır.

¹¹ “Asırlar boyu Museviler, borçlanma işlerinde özel bir maharet edinerek, bunları yararlı kıldılar ve çok rağbet edilen bir uğraşı haline getirdiler. Fakat bütün bunlar toplum dışı kalmış kimselere ait kapitalizmdi, batıda yaratılan rasyonel kapitalizm gibi değildi. Böylece, geniş iş adamı kesimiyle, modern ekonomik durumun yaratıcıları arasında Musevi'ye çok ender olarak rastlandığından, Musevi imalatçılar modern bir fenomendir. Başka bir sebep yoksa meslek oluşumlarının dışında kalmaları nedeniyle, Musevilerin rasyonel kapitalizmin oluşumunda paylarının olması olanaksızdır.” (Weber, 1950; 359)

3. KAPİTALİZM İLE KALVİNİZM ARASINDA KURULAN UYUMUN GÜDÜSEL BELİRSİZLİĞİ

Göçmen gruplar içinde dikkat çeken bir eğilim olarak kilise karşıtları, gittikleri her yerde kendilerini mesleki ve ekonomik uğraşlara vermişler ve yüksek başarı göstermişlerdir. İngiltere’de kalan Quakerler bile, İngiliz sanayi devrimine¹² önemli katkılarda bulunmuştur. Nitekim Amerika’da olduğu kadar İngiltere’de, on sekizinci asrın ilk yıllarında en başarılı demir ustaları ve öncü demir-döküm imalat işi girişimcileri daima Quakerler arasından çıkmıştır. Quakerlerin demir sanayine getirdikleri yenilikler dikkate alınmadan, demir sanayinin gelişimi ve ekonomiye katkısı kesinlikle araştırılmaz. Çok eskiden beri Quakerler, temel üretim merkezlerinden her birinde özellikle demir döküm atölyesinde görev almışlardır. Quakerlerin sanayileşme hareketindeki öneminden söz eden araştırmalar, demir sanayinde Quaker inancın en önemli temsilcilerinden biri olan Darby ailesinin mensupları, akrabaları ve yakın çevre dostları üzerinde odaklanmıştır. Ailenin hemen hemen bütün üyeleri, yani Darby’nin evlatları, kuzenleri, kayınbiraderleri, eniştelere, gelinleri, kızları; döküm ustası, maden mühendisi, tasarımcı ve hatta muhasebeci olarak demir sanayinde fiilen çalışan kimselerdir. Denilebilir ki, demirin yeraltından çıkarılmasına ve işletilip dökülmesine varıncaya kadar demir üretiminin bütün aşamalarında başarıyla yer alan işinde bilgili ve deneyimli Quakerler bu sanayide tam bir klan oluşturmuşlardır. Quakerlerin yaptıkları evlilikleriyle iş bağlantılarını nasıl daha ileri boyutlara taşıdıkları, demirin maden olarak çıkarılması ve nihai ürün olarak işlenmesiyle ilgili bütün üretim süreçlerinde ve elbette bunların ticaretinin yapılarak tüketicisine ulaştırılmasında nasıl bu kadar başarılı oldukları, araştırmacıların daima büyük ilgisini çekmiştir. Gerçekten de demir sanayinde adeta büyük bir aile ekonomisi kuran Quakerler, yalnızca teşebbüste görev alan Quakerlerle evlenme eğilimini göstermiş, sektörde görev almayan veya Quaker mezhebinden olmayan biriyle bir cemaat üyesinin

¹² “Sanayi devrimi, fiili olarak mekanikleşmeyle yani işgücünün yerine makinenin geçmesiyle uyumlu olarak gelişmiştir. Yüksek gelirli ekonomiler niteliksiz işgücüne neden bu kadar büyük şiddetle gereksinim duyulmuştur? Zira işgücünden tasarruf sağlayan makineler, hem nitelikli ve hem de fazla miktardaki işgücüne duyulan gereksinimi yok etmiştir. Ricardo bile 1821 yılında, işgücünden tasarruf eden makinelerin yaygınlaşmasıyla bir teknolojik işsizliğin hakim olduğunu vurgulamıştır. Yaşama standartlarının nüfus tarafından belirlendiği bu Malthus çağında sabit faktör olan toprak, gelirin dağılımında önemli bir faktör olduğundan; niteliksiz işgücü olarak çocukların bile istihdam edilen Sanayi devriminde toplumsal sorunlarla karşılaşmıştır. Teknolojik yeniliklerle beslenen sanayi devrimi, 1770’den 1870’e gelinceye kadar pamuklu tekstilde verimliliğin muazzam miktarlarda yükselmesini sağlamış, diğer endüstrilerin de hızlı gelişmesine büyük katkı sunmuştur. Sanayi devriminin büyük yeniliklerin ikinci dalgası demiryolu sanayinde muazzam kârlar sağlanmıştır. Sanayi devriminin en büyük pamuk patronlarından birisi, 1792 yılında öldüğünde 0.5 milyon sterlin bırakan Richard Arkwright olup, 1814 yılında oğlunun 0.5 milyon sterlin hükümet tahvili vardı.” (Clark, 2009; 285)

evlenmesi kesinlikle hoş karşılanmamış, evlilikler yoluyla ekonomik bağlar güçlendirilmiştir.

Ancak Quakerlerin, adeta sermayelerin birleşmesi veya başarılı yöneticilerin aileye kazandırılması işlevini gören bu mezhep içi evlilik ısrarları, hiç bir şekilde, Quakerizmin mistik dokusundan kaynaklanan güdüleyici unsurların etkisiyle bu dünyanın ekonomik gailelerinden kaçış arzusuna yol açmamıştır. Tam tersine, kazanç maksadıyla ve başarı azmiyle girişilen tüm ekonomik faaliyetlerin esas güdüsü, Kalvinizmin güçlü vurgusu olan seçilmişlik arzusu ve tanrı mutemetliği duygusu olsa bile, toplumda güven içinde yaşamak ve belli bir konum elde etmek gibi emeller de önemli bir rol oynamıştır. Gerçi sanayileşmeyle birlikte Batı dünyasının tüm meslek gruplarında iş ve aile bağları bir bütünlük oluşturmuştur. Üretim sektöründe çalışan ustalar çevresindeki ustaların yakınlarıyla veya çalışanlardan biriyle evlenmekte, tüccarlar tüccar arkadaşlarının kızlarını tercih etmekte, sanayiciler de çocuklarını kendi iş çevrelerindeki sanayicilerin çocuklarıyla evlendirmeyi istemişlerdir. Bu çağda Batıda aynı mezhepten gelen insanların evliliklerinin dahi, aynı iş kolu veya iş çevrelerinden gerçekleşmesi, asla şaşırtıcı gelmemelidir. Sanayileşme hareketi süresince, evliliklerin dinsel grup içiyle sınırlandırılmasını ve özellikle eşlerin iş çevresinden seçilmesini içeren bir aile yapısının ortaya çıkması, araştırmacıların da ilgisini çekmiştir. Quaker ailelerin demir üretimi ve dökümü sanayinde öne çıkması, olağanüstü gayret içinde bulunan bazı Quakerlerin demir sektörüne katılmalarına ve kişisel yeteneklerini bu sahada sergilemelerine yol açmış olabilir. Demir sanayine egemen olan Darby ailesi, şayet Quaker değil de, Metodist veya Huguenot¹³ mezhebinden

¹³ “On sekizinci asra gelinceye kadar ve hatta bazı ülkelerde bu tarihten de çok sonrasına kadar Yahudiler, yarı vatandaş durumundadır. Katolik ülkelerde Protestanlar ve Protestan ülkelerde de Katolikler, bazı haklardan yoksun bırakıldıkları ve baskıya uğradıkları için, yarı vatandaş zümresini oluşturmuşlardır. İngiltere’de ise, Presbiteryenler, Quakerler, Puritanlar ve diğer kesimler kilise karşıtları (nonconformist) olarak adlandırılmıştır. Bu sapkınlık türünü, mezhep öğretilerinden tamamıyla ayrı olarak değerlendirdiğimiz takdirde, kapitalizmin çok zengin bir kaynağıyla karşı karşıya kalırız. Kilise karşıtlığı ile kapitalist eğilim arasındaki bu uyumun sebebi gayet açıktır, tüm bu nonkonformist mezhepler ekonomik çıkar güdüsüne sarsılmaz bir iman katmış ve son derece özel bir maharetle bu inançlı kimselere üstün ticari yetenek kazandırmıştır. Kamu hayatından dışlanmış ve devletin maaşlı memuriyetinden yoksun bırakılmış tüm kilise karşıtlarının, bütün enerjileriyle serbest ekonomik faaliyetlere yönelmiş olmaları son derece açık değil midir? Sırf inançlarından dolayı dışlanmış bu insanlar, kendi yaşamlarını kurmak ve geleceklerini de kazanmak azmiyle, insanlar arasında onurlu bir hayat sürmek ümidiyle rasyonel etkinliğe yönelmişlerdir. Böylesine toplumdaki dışlanmış bir zümrenin, devlet himayesine girmiş diğer inanç kesimlerine kıyasla, çok daha fazla parayı elde etme tutkusuna sahip olması ve başarmak zorunda olduğunu sürekli hissetmesi gayet normal değil midir? Zira yerinden yurdundan çıkarılmış veya yurdunda mahsur kalmış kilise karşıtları için, para güç demektir, başarı veya kazanç da onurlu bir hayatı sağlayan etmenlerdir. Ayrıca dışlanmış olmaları nedeniyle sürekli olarak baskı altında bulunan kilise karşıtlarının, bu özel konuları yüzünden, her an karşılaşılabilecekleri zorlukları dikkate alarak daima rasyonel ve bireyci davranarak ekonomik faaliyetlerine hassas olmaları gerekmektedir. Bundan dolayıdır

gelmiş olsaydı, yine de bu kadar başarılı ve kazanç sahibi olur muydu tarzında düşünülecek, dinsel eğilim ile ekonomik başarı arasında kurulan nedensel bağ veya karşılıklı etkileşim ilişkisi kolaylıkla geçersiz hale gelecektir. Zira yanlıgı hep aynı olmuştur. Servet sahibi kapitalistin bireysel karakteri ve maharetleri pek dikkate alınmamış, kapitalist gelişme doğrudan mezheplerin dünyaya bakışı temeline dayandırılmıştır. Böylece din ile ekonomi arasında kurulan bu nedensel ilişkide bu sefer başka bir mezhep itibar kazanacak, örneğin Huguenotları ve Metodistler öne çıkacaktır. Weber'in kapitalizm ile Kalvinizm arasında uyumun bulunduğunu öne süren tezi, doğrulanmış olacaktır. Böylece aslında Kalvinist inanç üzerinden yükselmiş olan Metodist veya Huguenot eğilimini gösteren bu insanlar, demir sanayine hâkim olan Quaker mezhebin yerine geçmiş olacaktı.

Şayet Darby ailesi bir Yahudi olmuş olsaydı, Puritanizmin Yahudi kökenli olduğunu öne süren Werner Sombart'ın ayrıntısıyla açıkladığı gibi Yahudilerin kendi aralarında yaptıkları evliliklerle ekonomik güçlerini pekiştirdiklerinden, kurdukları iş ve aile bağıyla sanayiye hakim olduklarından söz edilecekti. Böylece demir sanayinde işçi veya yönetici olarak çalışan, hissedar veya sahip olarak şirket sermayesine katılan kimselerin aile yapıları araştırılacak, böylesine olağanüstü ekonomik başarı göstermelerinin muhtemel sebepleri üzerinde durulacaktı. On dokuzuncu asır boyunca da süren, İngiltere'ye dalga dalga gelen Yahudi göçmenler arasında, iş hayatında uzmanlaşan ve mesleğinde üstün başarı gösteren çok sayıda kimse vardı. Yapılan araştırmalar, İngiltere'ye gelen göçmen Yahudilerin, sanayinin tüm kollarına nasıl hemen uyum sağladıklarını, pek çok iş kolunda ve ticari faaliyette nasıl kolaylıkla öne çıktıklarını ayrıntısıyla açıklamaktadır. Yahudilerin iş hayatındaki başarılarını irdeleyen ve özellikle finans sahasında öncü konumuna gelmesini sağlayan nedenleri konu edinen pek çok araştırma, Yahudilerin de ancak ekonomik güce ulaşmaları ve bu parasal gücü sürekli arttırmaları halinde korunacakları duygusuna kapılmalarının önemine işaret etmiştir. Tıpkı Amerika'nın ve Avrupa'nın çeşitli bölgelerine dağılan göçmen Protestanların kendilerini güvence altına almak maksadıyla kendilerini işlerine adanması gibi, Yahudiler de ekonomik kazançları yoluyla kendilerini güvencede

ki, kilise karşıtlarının rasyonel muhakemeleri ve bireysel ekonomik kapasiteleri muazzam ölçekte gelişmiştir. Kilise karşıtları, sadece ve sadece en katı bilinçlilikle dürüst olarak ve en dikkatli hesaplamaları yaparak ticari başarıyı elde edebileceklerini, ancak müşterilerinin isteklerini karşılamada azami gayreti göstermeleri halinde de bu kıyasıya rekabette ayakta kalabileceklerini çabuk kavramışlardı. Huguenotlar hakkında da aynı şeyler söylenebilir. Zulme uğrayan ve sürekli baskı altında tutulan Huguenotlar da, sadece, son derece akılcı ve gerçekçi kararlarıyla kendi ekonomik konumlarını korumuş, dürüstlükleriyle ve kesin hesaplama becerileriyle kazançlarını arttırmıştır." (Sombart, 1916; 283)

hissetmişlerdir. Mesleki başarı veya ekonomik kazanç yoluyla toplumda güvenli bir yer edinme bilincinin yanında, Yahudilerin, rasyonel ekonomik faaliyete uyum sağlamalarının daha pek çok sebebi olabilir. Bu çeşitli nedenlerin bir kısmı, geldikleri İngiltere’de buldukları güven ortamının ve hızlı ekonomik gelişme imkânlarının uygunluğuyla ilgili olabilir. Yahudiler için aile hayatı ve ailenin devamı çok büyük bir önem taşımaktadır. Ailenin kurulmasından devamlılığının sağlanmasına kadar tüm konuların ekonomik hayatla yakın bağlantısının olduğunu, Yahudiler biraz erken kavramıştır. Kazanmaya veya başarılı olmaya kendisini mecbur hisseden Yahudi için aile, yegâne sığınaktır ve çok önemli bir öğrenme kaynağıdır. Elbette Yahudiler de Sebt yasası ve dışa kapalılık gibi kendi kültürlerinden kaynaklanan pek çok zorluklarla karşılaşmışlardır.

Şayet Darby ailesi sofu bir Katolik olsaydı, kurtuluşu kilisede ve kilise ayinlerinde arayacağı için, en azından dinsel duyguları ile ekonomik planları arasına bir sınır çizmesi yani ayrı tutması gerekecekti. Böylece Avrupa reformunun uç mezheplerini nitelendirmek için isimlendirilen kilise karşıtlarının temel karakterini ifade eden, tanrı yasasının özü olan dürüstlüğe ve tutumluluğa işinin her anında bağlı kalarak sürdürülen ekonomik faaliyetin bir ibadet mertebesine çıkartılması gerektiği inancına, Katolik Darby ailesi şiddetle karşı çıkacaktı. Dinsel eğilimleri ile ekonomi etkinliğini birbirinden ayrı tutacak, kilise ayinlerine katılarak ahretini ve işinde kazanç elde ederek de bu dünyayı kazandığı duygusuna kapılacaktı. Kilise karşıtları içinde en ılımlı bir mezhep olan Quakerlerden farklı olarak Katolik Darby ailesi, belki de, kazanç maksatlı rasyonel ekonomik faaliyeti bu dünyaya meyletmek ve ahreti kaybetmek olarak görerek, kendisini tamamıyla kilise ayinlerine adayacaktı. Ancak Katolikliğin tamahkârlık ve harislik olarak lanetlediği tefecilikle, kazanç peşinde koşmayla, mülk ve servet biriktirmeyle ilgili yasaklarını af kapsamına alarak geçici ve yalan dünyanın maddiyat tutkusunu hissetmesi de muhtemeldi. Bir ihtimal kurtuluşa erişmek için kilise ayinlerine katılmayı yeterli görerek, bu dünyadan vazgeçmiş olmanın ideal hali olarak dilencililiği bile kutsayan Katolikliğin dogmatik telkinlerini ihmal ederek Darby ailesi, şayet yine de demir sanayine hâkim olmuş olsaydı, mutlaka, ekonomik gücünü evlilikler yoluyla pekiştirirdi. Gerçi faraziyeden çıkıp, rasyonel ekonomik faaliyete uyum sağlamış ve sanayileşme hareketinde de İngiltere ile rekabete girmiş Belçika’nın irdelenmesi halinde, bu tanıma uyan pek çok Katolik aileye rastlamak da mümkündür. Ancak Belçika’da kişilerin dinsel duyguları ile ekonomik faaliyetlerini karşılaştıran, yani Katolik inancın kazanç maksatlı ekonomik çabaya kişinin iç dünyasında ne derecede engel olduğunu veya Protestan dünyevi asketikizminin

bireyi hangi kapsamda rasyonel ekonomik faaliyette bulunmaya güdülediğini açıklayan, bireysel farklılıkların nelerden kaynaklandığını inceleyen tek bir saha araştırması yapılmış değildir.

Sanayi devrimi sırasında kilise karşıtlarının etkisini irdeleyen pek çok araştırma yapılmıştır. Kişiler arasında bireysel inanç ile ekonomik başarı arasında kıyaslama yapan psikolojik araştırmalar yerine, sanayi devriminde rol oynayan kilise karşıtlarının sayılarını ve ekonomik durumlarını bildiren istatistiksel incelemelerde bulunulmuştur (Ashton, 1948: 18, 42). Bu incelemelerde kişilerin iç dünyasına inilmediği gibi, yapılan gözlemlerin neredeyse tamamına yakını İngiltere'yle ilgilidir. İngiltere'de dinsel baskıya uğrayan kilise karşıtlarının Amerika'ya göç ederek burada giriştikleri ekonomik faaliyetlerde dikkat çekici başarılar göstermesi yeterince incelenmemiştir. Yine de on sekizinci asrın sonları ile on dokuzuncu asrın başları arasında İngiltere'de, bilimsel buluşları kısa sürede üretime uyarlayanlar ve iş dünyasında öncü konumuna ulaşan şirketleri sayesinde yüksek kazanç sağlayanlar arasında kilise karşıtları dikkat çeken bir çoğunluğa sahip olmuştur. Kilise karşıtları arasında başarıya güdülenmiş işadamlarının yüksek kazançlarına, yöneticilerin ve mucitlerin mesleki faaliyetlerde önemli başarıları elde etmelerine rağmen, bireylerin dinsel öğretileri algılayış kapasiteleri ve uygulayış seviyeleri hakkında hiç araştırma yapılmamıştır. Araştırmalar dolayısıyla da tartışmalar, hep dini öğretilerin içeriği ile ekonomik ilerlemenin boyutu arasında kalmıştır. Aynı durum Kalvinizm ve Yahudilik için de geçerlidir. Hollanda'da bile 1930'lu yıllardan önce, kapitalizm ile Kalvinizm arasında bir uyumun olduğunu içeren Weber'in tezine ilgi duyulmamıştır. Hollanda'da bilimsel yeniliklerde ile ekonomik başarılarda Kalvinistlerin öne çıkmasıyla birlikte, Kalvinizmin ekonomik hayat üzerindeki etkisinden söz edilmeye başlanmıştır.

Huguenotlar ile Yahudilerin ekonomik başarıları¹⁴ hakkında yapılan araştırmalar bile, tamamıyla bölgesel kalkınmışlık ile öğretisel içerik açısından

¹⁴ “Kapitalizmin ilk aşamalarında, kapitalist teşebbüs en büyük kârları sunmuş, muazzam servet vaadinde bulunmuş, yükselmenin ve toplumsal bir konum elde etmenin yolu haline gelmiştir. Bundan dolayıdır ki, toplumsal yaşamdan tecrit edilen veya kiliseye muhalif olan kilise karşıtlarının yüreklerinin ve ruhlarının derinliğinde kapitalist kazanç güdüsü ortaya çıkmış; bu inanca uygun olarak, 16. asırdan 18. asırlara gelinceye kadar yaklaşık iki yüzyıl boyunca, bankerler ve tüccarlarla birlikte sanayicilerin de önemli bir kısmı bu sonu gelmez kapitalist güdünün etkisine kapılarak kazanç peşinde koşmuştur. Tek kelimeyle, bu kazanç güdüsü ticarete ve ekonomik hayatın her kesitine hakim olmuştur. Bu konuda William Petty şunları yazmıştır: ‘Üstelik dünya ölçeğinde ticaret yapan şirketler ve hükümet organları, son derece çalışkan ve dürüst fakat aykırı inançlı kişiler tarafından ele geçirilmiş durumdadır. Örneğin Hindistan’ın Müslüman sahalalarında önde gelen tüccarlar Banyan’dır. Türk imparatorluğunda ticaret yapanlar, Yahudiler ve Hıristiyanlardır. Venedik, Napoli, Livorno, Cenova ve Lizbon’daki büyük tüccar ile bankerlerin neredeyse tamamı Yahudi ve papalığı tanımayan Katoliklerden meydana gelmektedir. Kısacası, Avrupa’nın Roma Katolikliğinin temsil eden ülkelerde bile, sanayi ve ticaretin tamamına yakın

yapılmıştır. Huguenotlar ile Yahudilerin rasyonel ekonomik faaliyeti benimsemelerinde ve uygulamalarında dinsel etkinin derecesini araştıran Sombart, 1685 yılında Huguenotların Fransa'dan çıkarılışını, Yahudilerin Portekiz ve İspanya'dan çıkarılmasında olduğu gibi, nasıl bir ekonomik geriliğe neden olduğunu vurgulamıştır. İngiltere'ye giden Huguenotlar, Hollanda ve Hamburg'un yanısıra İngiltere ve hatta Amerika'ya göçen Yahudiler, özellikle New England'da ekonomik güç haline gelen kilise karşıtları Weber tezinin uygulamalı örneklerini oluşturmuştur. Weberci açıklamaya göre, ekonomik başarıda öncü rol oynayan bu kişiler göçmen de olsalar, bunların hepsi rasyonel ekonomik faaliyete dinsel bir içerik katmış kimselerdir. Bu insanların kişilik yapıları, ekonomik hayatın hemen hemen bütün sahalarında sergilemiş oldukları işadamlığı yeteneği ve girişimcilik ruhu coşkusuyla açıklayan Sombart, Huguenotların çoğunun tüccar ve girişimci olduğunu belirtmektedir. Dünyevi asketikizm olarak da tanımlanan dinsel yöneliş ile rasyonel ekonomik faaliyet arasında kurulan bu içsel bağlantının, Fransa'da veya İspanya'da gerçekleşmesi durumunda, buralarda da ekonomik canlanmanın gerçekleşeceği öne sürülmüştür. Ancak Huguenotların sınırsız kazanç tutkusuna pek çok tüccar ve sanayici karşı çıktığı gibi, Yahudilerin hesaba dayanan çıkarıcı ekonomik mantığı da gittikleri her yerde tepkiyle karşılaşmıştır. Bütün bunlara rağmen bu göçmen grupların gittikleri hemen her yerde teşebbüs özgürlüğüne kavuştukları, serbestçe bireysel kararları alıp uygulayabildikleri bu yerlerde ekonomik ve rasyonel kararlar alabildikleri bir gerçektir. Bu nedenle, göçmen grupların ekonomik başarılarını, tek nedene dayalı olarak açıklamak yerine, dış koşulların da belirleyici olduğu pek çok etmenin tesir derecesinin öne çıkartılması daha uygun olacaktır.

kısmı, papalığa bağlı olmadığı aşıkara olan ve açıkça olmasa bile kiliseye boyun eğmeyen fakat Katolik sayılan kazanç hedefli kimseler tarafından yürütülmektedir. İngiltere'de, İskoçya'da ve İrlanda'da olduğu kadar Danimarka ve İsveç ile Norveç'de de, tıpkı Birleşik Devletlerde olduğu gibi, sanayi ve ticarete muazzam kazançlara sahip olanlar, yani dünya ticaretinin üçte ikisinden çok daha fazlasını ellerinde bulunduranlar, papalığa ve genel olarak da kiliseye bağlı olmayan kimselerdir. Fransa'da bile ticaretin önemli bir kısmı, büyük tüccar haline gelmiş Huguenotlar tarafından yapılmaktadır. İrlanda Katolik bir ülke olarak bilinsene bile, sanayi ve ticaret, kiliseye genel olarak da dinsel uyarılara bağlı kalmayan serbest iradeli kimselerin hakimiyeti altındadır. Bütün bunlardan sonra şu hükme varabiliriz, sanayi ve ticaret, kısacası dünyanın neresinde olursa olsun kazanç maksatlı faaliyet; dinsel kaynaklı olmadığı gibi, tam tersine aykırı inançlı kişilerin öncülüğünde gerçekleşmiştir.' Petty'nin bu görüşü, bu konuda ileri sürülmüş tek araştırma değildir. Benzeri görüşlere, İngiltere'nin sanayi ve ticaretinin gelişmesinde çok önemli bir rol oynayan kilise karşıtları hakkında yapılmış araştırmalarda da rastlamak mümkündür. Asiller zümresinden gelmeyen ve üst tabakadan olmayan kilise karşıtları, ancak kazanç elde ettiği veya başarılı olduğu sürece toplumdaki konumunu koruyabileceği duygusuyla öncülük rolünü üstlenmişlerdir." (Sombart, 1916; 288)

4. Weber Tezinin Önyargılı Bir Analizi: Offenbacher Araştırması

Almanya’da Katolik ve Protestanların bir arada bulunduğu bölgelerde yoğun araştırmalar yapan Weber, Protestan çocukların Katoliklere oranla çok daha fazla teknik öğrenim veren okullara gittiklerini, felsefe ve ahlak konularında tefekküre dalmak yerine tüccar ve sanayici olarak yetişmeye eğilimli ve istekli olduklarını öne sürmüştür. Katolik zanaatkârların gerçekten sabır ve üstün maharet gerektiren ince işlerle zaman harcarken, Protestan ustaların el sanatı göz nuru çalışma tarzını çok kısa sürede terk ederek seri imalata yöneldiklerini tespit etmiştir. Weber’in kapitalizm ile Kalvinizm arasında uyumun bulunduğunu açıklayan kuramı, dünyevi astekizm olarak tanımladığı Protestan meslek ahlakı kapsamında sanayi ve ticaret işlerine yönelmelerinde, kurtuluşu kilise içinde ve şekilci ayinlerinde aramak yerine Alman mistisizminin de etkisiyle saf inancı ve sevgi dolu dürüstlüğüyle tanrıya kendi içinde kavuşma inancı öne çıkmıştır. Weber, gerçekte mistisizmin ruhani tefekkürü ve dolayısıyla insanlardan tecrit olmayı zorunlu kılmasına rağmen, çilenin ekonomik faaliyette çekilmesini ve iş sırasında karşılaşılan bütün zorluklara İsa’nın acılarını dünyevi çabalarında hissederek katlanılmasını öngören Protestan dünyevi asketizmle bu irrasyonel içeriğini kaybettiğini ikna edici bir üslupla açıklamıştır. Ayrıca lutherist ile kalvinist meslek anlayışı¹⁵

¹⁵ “Luther’in mesleği anlayışı, son derece muhafazakâr ve hükümdara tâbi ve muti bir telâkki mahsulüdür. Her fert, kim olursa olsun, mesleğinde kendini Allanın bir memuru gibi hissetmeli, bizzat Allahın onu bu yere koyduğuna kani olmalıdır. Kunderacı, nalbant, köylü, sanatına ve işine sahip her kişi, mesleğinde sabitkadem olmalıdır. Kalvinizmde başka türlü oluyor: bu mezhepte de herkes doğrudan doğruya Allah tarafından vazifelendirilmiştir. Fakat bu vazife, hayat boyunca sadıkane memuriyet hizmetinin ifası değil, elden geldiği kadar kulluk etmek suretiyle tanrının şanını yükseltmek, çoğaltmaktır. Bunun için birçok yollar vardır ve herkes’ en ileri gidebileceği yol ne ise onu seçecektir. İktisadî hayatta da böyledir. Nitekim on yedinci yüzyılda yaşayan İngiliz Kalvinist rahiplerinden Richard Baxter diyor ki, ‘Allah sana doğrulukla daha fazla kazanabileceğin bir yol gösterdiği halde, sen bu yoldan gitmeyi ret edersen ve daha az kazanabileceğin bir yolu seçersen, çağrıldığın hidâyet ve ilham yolundan sapmış olursun.’ Görüyorsunuz ki, kalvinizmin meslek kavramı dinamik, faaliyetçidir. Luther mezhebindeki bunun aksine olarak statiktir, duraklayıcıdır. Fakat kalvinist yalnız Allah’a kulluk etmek için çalışmaz, âlemlerin hâkimi olan Yaradan her ferdin mukadderatını ezelden tayin etmiş, içlerinden bazılarını ebedî saadete kavuşturmuş, bazılarını da ebedî lanete mahkûm kılmıştır. Fakat acaba insan Allah’ın lütf ve inayetine mahzar olduğunu nereden anlayacaktır? Allah’ın sevgili kulu olmanın en şaşmaz alâmeti zühd ve riyazatta sebat ve bu sebat da ancak bir mesleğin sürekli olarak icrasında gösterilebilir. Bu suretle kalvinizmde pek mühim bir rol oynayan disiplin ülküsü ortaya çıkmıştı. Kendi kendine disiplin, insanın kendisi üzerine hâkimiyeti, kendi nefisine karşı son derece şiddetli ve aman bilmeyen hâkimiyetidir. Şimdi de Luther tarafını tetkik edelim: ‘Ağlamak çalışmaktan hayırlıdır, ıstırap her türlü fiil ve hareketten üstündür.’ Memleketlerin birçoğunda Kalvinistler baskı altında olan bir azlık teşkil ettikleri için, tabiatıyla devlet memuriyetlerinden ve her türlü âmme işlerinden uzaklaştırılmışlardır. Onların da Yahudiler gibi ticarî alanda özel işlerle uğraşmalarından başka yapacak bir şeyleri kalmamıştı. Fakat Kalvinistler bu durumlarında da dinî prensiplerinden ayrılmamışlar yani dünya işinde zühd ve riyazat, mesleklerinde yararlık, kendi nefislerini kontrol ve birbirlerini mürakabe, Allah’ın şan ve şerefi namına kulluk etmek prensiplerine sadık kalmışlardı. Baxter, ‘Allah için servet kazanmaya bak, o yolda çalış’, diyordu. Tembellik bütün kötülüklerin başlangıcı olduğu için, durmadan devamlı çalışmak, aynı zamanda şeytana ve günaha karşı korunmak yolunda en iyi bir araç teşkil etmiş oluyordu. Artık durmamacasına

arasında kesin bir ayırım yapan Weber, mistisizmin çalışma hayatında rasyonel bir içerik ve işlev kazandığını öne sürmüştür. Özellikle kalvinist meslek anlayışında, herkese sevgide ve dürüstlükte eşit davranılmasını ve hiç kimseye kötülük yapılmamasını şart koşan tanrı yasasına çalışma yaşamının her anında bağlı kalınmasıyla, içten tanrıyla doğrudan iletişim kurularak (yani mistik hal ile) yasaya uygun davranışın denetim altına alınmasıyla, mistisizm rasyonel bir içerik kazanmıştır. Böylece, mistisizmin rasyonel bir muhtevaya kavuşmasıyla, verilen borçtan faiz alınmasını ve alıcının razı olduğu fiyat üzerinden satışın gerçekleşmesiyle doğan ticari kâr sağlanılmasını da içeren kazanç maksatlı ekonomik faaliyet yaygınlaşmıştır.

İçten tanrıya yönelten ve davranışlarda tanrı yasasına bağlı kalınmasını kişinin maneviyatında kurduğu iç muhasebeyle dıştan denetleyen rasyonel mistisizmle; Protestan ustalar bile rasyonel bir inanca sahip olmuşlar, mesleki başarıyı tanrısal lütuf olarak görmüş, işinde yükselmeyi yani daha üst konumlara geçmeyi uhrevî kurtarılmışlığının veya ezeli seçilmişliğinin bir kanıtı olarak algılamışlardır. Dinde dünyevileşmeyle ve dünyevi işlerde de dinselikle yükselen çalışma hayatına gösterilen rağbet hakkında söylenebilecek tek şey, düşük maliyetle seri üretimi mümkün kılan daha çok verimli olma arzusunun dolayısıyla daha çok kazanç sağlama tutkusunun dinsel bir içerik kazanmış olmasıdır. Katolik işçiler el sanatları maharetiyle uzun zaman harcarken, Protestan işçiler sanayi tesislerine katılmakta ve seri üretim yapan makineleri kullanmasını öğrenerek birer endüstri işçisi olarak yetişmektedir. Protestan işçileri makineyi üretimde kullanabilen verimli bir emek faktörü haline yönelten temel etken, zahmetli nakış veya işleme uğraşlarıyla Katolik sabır tahammülü ve sessiz kalıp istihareye dalma miskinliği değil, işinde yararlı olarak tanrı şanını yeryüzünde insanlara tanıtmaya emelidir. Protestan işçiyi böylesine aktif ve bireysel kılan etkenlerin mesleğiyle bağlantılı olduğunu öne süren Weber, işletmenin üretim tekniği ve çevre koşullarının uygunluğunun yanı sıra kişinin zihinsel ve ruhsal durumunun da bu yararlılık eyleminde etkisinin olduğunu savunmuştur. Protestanların yoğun olarak yaşadıkları bölgelerde el sanatları uğraşısına çok nadir olarak rastlandığını belirten Weber, buralardaki çalışma maksadının da parasal kazanç olmadığını, tıpkı genel olarak Katoliklerde olduğu gibi kanaatkârlıkla belirlenen gereksinimlerin karşılanması olduğunu, yani geçim ekonomisinin hâlâ geçerli olduğunu öne sürmüştür.

çalışma, kendi kendini bir inzibat içine alma, hudutsuz kazanç ve harcaş hususunda zahitvari bir tasarrufla el ele vermişti ve bu beraber yürüyüş en yüksek dini, ahlâki ve sosyal müeyyidelerle oluyordu.” (Rüstow, 1942; 137-138)

Sanayinin dışında kalan ve fazla bir kazanç sunmayan el sanatları uğraşısının bırakılarak, endüstri işçileri etkinliğinde bir grup oluşturulması, aslında, fabrika işçilerinden daha çok yine bir ücret karşılığında istihdam edilen ustaların ve eğitim görmüş yöneticilerin varmayı arzuladığı hedef olmuştur. Başlangıçta seri üretimde görev alan fabrika işçileri, büyük bir ekseriyetle eğitim görmemiş kimselerden oluşmasına rağmen; bunların el sanatları işçilerine kıyasla çok yüksek ücret almalarının nedeni, nispeten düşük maliyetle daha çok malın üretilmiş olmasıdır. Oysa sosyal statü ve ekonomik getiri düşüncelerinden tamamıyla ayrı olarak bu konuya bakan Weber, işinde maharetlerini geliştiren el sanatları ustasının, makinenin çalışmasını denetleyen endüstri işçisine kıyasla çok daha fazla nitelikli emek sarf ettiğini belirtmiştir. Ancak el sanatları ustasının, çok üretmek çok kazanmak yerine çok az üretmek maharetlerini sergilemek istediği için, girişimcilik ruhuna sahip olamadığına dikkatleri çekmiştir. Talep hareketlerini çok yakından takip eden mağaza sahipleri ve daha çok mal üretmeleri için imalatçılara şiddetli baskı yapan büyük tüccarlar, Weber'e göre, kendi iç dünyalarında kurdukları parasal kazanç veya mesleki başarı yoluyla tanrısal kurtuluşa erişme emeli, kısaca Protestanlığın dünyevi çilekeşliği, sanayi üretimine geçişi sağlayan en önemli psikolojik güdüyü oluşturmuştur. Weber'in, maharetlerin işlendiği el sanatları ile malların seri olarak üretildiği makineli endüstri arasında yaptığı ayrımın ve Katolik-Protestan yakıştırmasının, çok fazla ilgi çektiği ve araştırmacıları bu sahada inceleme yapmaya yönlendirdiği bir gerçektir.

Weber tezini doğrulamak veya çürütmek¹⁶ maksadıyla pek çok araştırma yapılmışsa da, Protestanların dünyevi asketikizmi ne oranda bildiği ve davranışlarına yansıttığı ve Katoliklerin de hangi derecede dogmatik biçimlenmeye uğradığı hakkında bir güdü-eylem araştırması hiç yapılmamış, sadece istatistiksel rakamlara yer verilmiştir. Weber'in tezinden yoğun bir şekilde etkilenen Offenbacher, işyerinde çalışanlar ve sahipleri hakkında yaptığı araştırmada, Protestanlar ile doğrudan dünyevi asketikizmi kast etmiş,

¹⁶ "Protestan iş ahlakıyla ilgili olarak 1960'lı yıllardan beri giderek artan miktarda yapılan araştırmalarda, Protestan inançlarının ekonomik ilerlemedeki rolüyle ilgili olarak psikologların kuşku ve itirazları şiddetlenmiştir. Zira iş davranışına dönüşen ve bireylerin faaliyetine doğrudan tesir eden güdüler arasında, Protestan inançlarının izine rastlanılmamıştır. Yapılan tüm araştırmalarda, çalışma için açığa çıkan en önemli güdü arasında bireysel ilerleme arzusunun ve daha iyi yaşama tutkusunun, hiç bir dinsel öğretiye yer vermeyecek derecede çok güçlü olduğu kesinlik kazanmıştır. İşle ilgili işten kaytarma, dakiklik, sıkı çalışma, terfi görme, verimlilik, akılcılık vs gibi eğilimlerden hiç birinin dinsel inanç türüyle ilgisi olmadığı; tamamıyla çalışma koşullarından ve kişisel özelliklerden kaynaklandığı sonucuna varılmıştır. Kazanç peşinde koşma veya mesleki başarı elde etme hakkındaki tüm davranışlar, dinsel inanç veya Protestan ahlakı gibi tek kaynağa bağlanamayacak kadar çok karmaşık ve çok nedenlidir." (Furnham, 1990; 283)

Katolikler ile de parasal kazanca ve dünyevi işlere kapalı olan uhrevi çilekeşliği ifade etmiştir. Bu makalemizde sürekli olarak vurguladığımız gibi, Protestan şahısların dünyevi asketikizmi ne oranda davranışlarına aksettirdiğini ve Katolik kişilerin de uhrevi asketikizme bağlı kaldığını analiz eden bir güdü tahlili bu güne kadar yapılmış değildir. Böyle bir güdü tahlilini içermemiş olsa da Weber, Martin Offenbacher'ın yaptığı bu Baden saha araştırmasından oldukça fazla etkilenmiş ve ünlü 'Protestan Ahlakı ve Kapitalizmin Ruhu' kitabına alıntılar yapmıştır (Weber, 1921; 176-181). Offenbacher'ın tablolarından adeta bir suret çıkarmış olan Weber, bu istatistiksel sonuçları kendi tezinin somut delilleri olarak aktarmıştır. Baden'de 1895 yılında oturanların % 37'si Protestan ve % 61'i Katolik, % 1 ya da 2'si Yahudi olduğu halde, orta öğrenime devam edenlerin % 48'i Protestan, % 42'si Katolik ve % 10'unun Yahudi olduğunu, Offenbacher bu tablolarda göstermiştir. En az Offenbacher kadar Weber de bu istatistiksel bir döküm veren tablolara çok büyük bir önem vermiş, Protestanların eğitimdeki bu nispi fazlalığının dinsel inançlarından kaynaklandığı sonucuna varmıştır. Oysa Baden'in demografik yapısı hakkında sonradan yapılmış ayrıntılı araştırmalarda, Offenbacher'ın tablolarında yer alan bu rakamların son derece yanıltıcı mesajları verdiği kesinlik kazanmıştır. Baden'de okula katılım eğilimi üzerine kurulan ve Offenbacher'ın istatistiksel analizine dayanan Weber'in kapitalist gelişme ile Protestan dağılım arasında öne sürülen nedensellik bağlantısı, şehir yaşantısında etkili olan pek çok faktörü dikkate almamıştır. Örneğin kasaba ve köyleriyle Baden nüfusunun çoğunluğu Katoliklerden meydana gelmesine rağmen şehir merkezi itibarıyla Protestanlar büyük çoğunluğa sahiptir. Şayet okullardaki çocukların Katolik-Protestan dağılımı okulların bulunduğu şehir merkezi nüfusundaki Katolik-Protestan oranıyla kıyaslanmış olsaydı, Weber kuramına aykırı fakat gerçekleri yansıtan sonuçlara ulaşmak mümkün olacaktı. Böylece, Katoliklerin de en az Protestanlar kadar mesleki eğitime ilgi duydukları gerçeği gizlenmemiş olacaktı. Weber'in 'Katolikler çok fazla uyurlar, Protestanlar ise iyi beslenirler' ifadesi, çok kimsenin sınırlarını bozmuş olsa da, esas olarak bu iki mezhebin benimsettirdiği yaşama tarzı arasındaki farklılığa abartılı şekilde dikkatleri çekmektedir.

Teknik ve mesleki eğitime yönelişleri bakımından Protestanların Katoliklere kıyasla çok daha eğilimli oldukları iddiasının zorunlu bir sonucu olarak, iş bilgisiyle donatılmış ve disiplinli çalışma ortamında nefis mücadelesine girişmiş Protestanların zengin, Katolik ülkelerin ise geri olduğu görüşü Weber ile birlikte Offenbacher tarafından öne sürülmüştür. Servet sahipleriyle ilgili olarak yaptıkları araştırmalar, vergi tablolarına dayanmaktadır.

Baden’de 1897 yılındaki vergiye bağlanmış servetin 4.7 milyar mark olduğu görülmektedir. Bu tabloda toplam vergi matrahını oluşturan bu miktarın 1.6 milyarı Protestanlara, 0.3 milyarı Yahudilere ve 2.8 milyarı da Katoliklere ait olduğu belirtilmektedir. Tablolara göre vergi yükümlüsü olarak Katolikler, toplam servetin % 60’ını elinde tutuyormuş gibi gözükmektedir. Diğer bir deyimle, istatistiksel olarak kayıt altında tutulan servet içinde tutulan paylarının, toplam nüfustaki temsili oranına göre çok yüksek olduğu görülmektedir. Oysa Offenbacher, sermaye üzerinden elde edilen kazançlar yönüyle matrah dağılımının incelenmesi halinde, çok farklı sonuçlarla karşılaşılacağını öne sürmektedir. Tabloda faiz ve kâr şeklindeki teşebbüs kazançlarında ilk sırayı Yahudiler alırken, Protestanlarda hemen arkalarından ikinci sırada gelmekte, Katolikler ise finans sahasında çok önemsiz bir pay almaktadır. Offenbacher, 1895 nüfus sayımlarını esas alarak, her bin Yahudinin toplam sermaye üzerinden 4.1 milyon mark, her bin Protestanın 0.95 milyon mark ve her bin Katolığın de 0.59 milyon mark aldığı sonucuna ulaşmaktadır. Böylece Offenbacher, başlangıçtaki eğitimle ilgili iddialarını, bu sefer de gelir dağılımı üzerinden tekrar etmekte, Protestanların Katoliklere kıyasla daha fazla gelir aldıkları sonucuna ulaşmaktadır. Gerçekten de Offenbacher’in kendisine özgü sayılan bu hesaplama mantığı içinde, Yahudilerin ortalama servetin üzerinde bir sermaye varlığına sahip bulunduğunu gösteren tabloları, son derece dikkat çekici bir etkide bulunmuştur. Protestanlar ile Katolikler arasında yaptığı kıyaslamalarda, nüfus fazlalığına dayalı olarak, Weber tezinin geçerliliğini doğrulayan hesap sonuçlarına ulaşmış olsa da Offenbacher; Protestanların kişisel eğilim olarak dünyevi asketikizme bağlanarak rasyonel ekonomik eyleme yönelindikleri görüşünü benimsemiştir. Ayrıca Offenbacher, kurtuluşu kilise içinde ve ayinleri aracılığıyla arayan Katoliklerin, en azından çalışmayı ibadet mertebesine çıkartamadıkları için, kazanç maksatlı işlere hiç yanaşmadıklarını belirtmiştir. Fakat Offenbacher, ölümden sonraki hayatı tanımayan ve tanrısal ödülü de cezayı da yaşanan bu dünyada verileceğini bildiren günümüz Tevrat’ına iman etmiş Yahudilerin, zenginliği tanrının ödülü ve fakirliği tanrının cezası olarak kabul ederek bol kazanç peşinde koştuklarını kanıtlayan, tek tek kişilere sorular sorarak güdüsel tahlillerde bulunmamıştır.

Offenbacher, tamamıyla toptancı bir yaklaşımla, Weber kuramını doğrulayan kanıtları yaratma gayesini taşımıştır. Offenbacher’e göre, Protestanlar ile Yahudiler rasyonel ekonomik etkinliğe uyumludur, fakat ibadeti dünyanın dışına çıkartan Katolikler paralı ekonomiye dahi yabancıdır. Önyargılı bir tutumla Offenbacher, gözüyle gördüklerinden de söz eder. Baden’de Protestanlar servet sahibi olmalarına rağmen son derece sade bir yaşam

sürmektedir, feodal dönem hayranlığı içindeki Katolikler ise eski israf dolu yaşam tarzının özlemiyle mülk satarak fakirleşme eğilimine girmişlerdir. Parasını gizleyip servetini kolay taşınabilen kıymetli madenler şeklinde arttıran Yahudilerin önemli bir kısmı çok zengindir fakat hiç belli etmemektedir, günlük dua saatleri ve Cumartesi günleri dışında Yahudileri aylak halde görmek mümkün değildir. İçlerinde boş oturan bir kimseye hiç rastlanmayan Yahudiler, isimsiz poliçelerin mucidi ve şirket sermayesinin paylara bölünerek hisse senetler şeklindeki ortaklığın öncüleri olarak, taşınır servetlerini kolaylıkla sermayeye dönüştürmüşlerdir. Kısa zamanda tefecilikten yatırımcılığa geçen Yahudiler, dünyanın her yerindeki akrabalarıyla kurdukları sıkı ilişkilerle şirketlerin en etkili finansörleri haline gelmiş, taşınabilir halde tuttıkları servetlerinin önemli kısmını hisse senetlere aktararak şirket sahipliğine yönelmişlerdir. Weber'in kuramının¹⁷ tesirinde kalarak, meslek faaliyetlerinden ve tarımsal işlerden men edilen Yahudiler Offenbacher'e bakılırsa, bir avuç çok zengin sermayedarın dışında, özellikle Rusya ve Polonya'da yaşayanlar çok uzunca bir zamandan beri fakirdir, buralarda ve Amerika'da bile tamamına yakın büyük çoğunluğun ekonomik gelişmeye katkısı kesinlikle yoktur.

Yahudiler ile Yahudilik arasında kurulan bu mantığı, Weber'in ifadelerini kullanacak olursak, dünyevi asketikizm ile Protestanlar ve manastır münzeviliği ile Katolikler için de işletmek mümkündür. Offenbacher'e göre, köyde yaşamaya ve insanların arasından çıkmaya eğilimli olan Katoliklerin aksine, Protestanlar şehir merkezlerinde yaşamaya çok fazla istek duymaktadır. Sırf bu nedenden dolayı, şehir hayatının dayandığı parasal ticaretin yoğunluğuna kapılarak Protestanlar, nakit varlıklarını çok daha fazla arttırmış ve çok dikkatli karar vererek servetlerini yatırımlara aktarmada yetenekli olmuşlardır. Offenbacher taşınmazlar konusunu irdelerken, şehir hayatının ekonomik işlevini gerçekten zihninde çok etkili bir şekilde değerlendirmiştir. Kayıtlardan yapılmış olduğu aktarımlarda, 2000 kişiden daha az sakini olan bölgelerde yaşayanların % 61,5'ğunun Katolik, % 46,5'ğunun Protestan olduğunu; 20.000'nin üzerinde

¹⁷ “Dinsel inanç ve dinsel yaşama pratiğinin yarattığı, kişiyi eylemsel davranışta bulunmaya zorunlu kılan psikolojik yaptırımların baskısını araştırmaktayız. Daha sakin bir kimse olarak Katolik, daha az bir kazanma dürtüsüne sahip bulunduğundan; çok az bir geliri sunsa dahi, mümkün olduğu kadar fazla güvenli olan bir yaşama tarzını, kazanma onuru ve zengin olma şansını beraberinde getirecek olsa bile, riskli ve heyecanlı bir hayata daima tercih edecektir. Tamamen yüzeysel bir bakışta bile, hem Katoliklikte ve hem de Luthercilikte, dinsel hayat ile dünyevi faaliyet arasında derin bir ayrılığın bulunduğu derhal fark edilir. Nihai sonuçları itibarıyla Lutherçiliğin kesinlikle meydana getiremediği, kilise ve ayinleri yoluyla erişilecek kurtuluşu Kalvinizmin tamamıyla bünyesinden çıkartıp atması, Katoliklik ile olan kesin belirleyici farklılığını ortaya koymaktadır. Kalvinizmin orta çağ asketikizmi olan farklılığı gayet açıktır. Kalvinizm, metodik hayatı, Katolikizmde olduğu gibi manastır hücreleriyle sınırlandırmamıştır.” (Weber 1921; 36)

nüfusu olan kentlerde ise % 24.3'nün Protestan ve % 13'ünün de Katolik olduğunu belirtmiştir. Kırsal bölgelerde yaşamak isteyen Katolikler ile şehir hayatına rağbet eden Protestanlar arasındaki oransal farkın, şehirdeki Katolik ile Protestanların sermaye yatırımı biçimindeki nakit varlıklarını kullanma etkinliği arasında kurulan oransal farkla aynı olduğunu öne süren Offenbacher; Protestanları şehirliler ve Katolikleri de kırsaldakiler olarak görmüştür. Oysa Offenbacher belirtmemiş olsa da, mezheplerin ve zenginliklerin bölgelere göre dağılmasında esas belirleyici faktör, dinsel öğretiler değil de çevresel koşullardır. Kentlerde özellikle de ticaret ve sanayinin merkezi haline gelmiş büyük şehirlerde iskan edenler arasında Protestanların çoğunlukta olmasının dinsel öğretiyle ilgisini araştıran Offenbacher, tıpkı okul eğilimi ve servet dağılımıyla yaptığı araştırmalarında vardığı yargıya burada da ulaşmış, şehir veya kırsal arasında yapılan tercihte dinsel güdülerin belirleyici bir rol oynadığını öne sürmüştür. Diğer bir deyişle, insanlar Protestan oldukları için şehir merkezlerinde ikamet etmişler, Katolik oldukları için de kırsaldan çıkmamış veya köylere yönelmişlerdir.

Halbuki o sıralar yeni bir din olan Protestanlık kadar, bir ideoloji olarak Fransız devrimi de insanlara getirmiş olduğu bireysel haklarla, öncelikle bütün şehir merkezlerinde oturan insanlara derinden tesir etmiştir. Protestan olduğu için şehre gitmesi yerine şehirli olduğu için Protestan olmayı seçme ihtimalinin olması bile, Weber'in kuramına gerçeğe uygunluk veya geçerlilik kazandırma gayretindeki Offenbacher'in araştırmalarını hatalı bir nedensel bağlantı üzerine kurduğu sonucuna götürebilir. Nitekim şehirli sakinlerin sermayelerini ve enerjilerini topraktan ve tarımdan çekip sanayiye ve ticarete aktarmalarının, çocuklarının mesleki ve teknik eğitime yönlendirerek zamanlarının boşa gitmesini önlemelerinin, topraksız veya mülksüz insanların da şehirlere akarak birer sanayi işçileri haline gelmelerinin nedeni; dinsel öğretiler değil de, şehir hayatının kendisi yani yaşamın zorunlulukları olabilir. Böyle bir durumda, yani şehir hayatının kişileri Protestanlığa yönlendirdiği, parasal kazanç veya mesleki başarı peşinde koşmayı zorunlu kıldığı düşüncesi; Weber'in dinsel tipleştirme ile rasyonel ekonomik faaliyet arasında kurduğu nedensellik bağına altüst edecektir. Protestanların büyük kentlerde yaşamayı tercih etmesi, veya bunun tersi bir düşünce olarak, Batıda büyük kent sakinlerinin ve şehir merkezlerine yerleşmiş insanların Protestanlığı kendilerine daha uygun görmeleri; Almanya'nın Baden ve diğer şehirlerinde geçerli olduğu kadar, Avrupa'nın diğer şehirlerinde de görülmesine hiç şaşmamak gerekir. Amerika Birleşik Devletlerinde ise, kırsal nüfusun % 90'ı Protestan fakat şehir merkezlerinde çoğunluk Puritan olduğu için durum biraz daha ileri boyutta ve tersinedir.

Kırsaldaki Protestanlardan hemen hepsinin bağlı olduğu bir kilise olduğu için, şehir merkezlerinden farklı veya zıddı olarak, kilise karşıtlığı eğilimi pek rağbet görmemiştir. ABD’de şehirlerinde rastlanan Katolikler, özellikle de Doğu eyaletlerinin büyük sanayi merkezlerinde iskân tutmuşlardır. ABD’nin şehirlerinde ve şehir merkezlerinde yaşayan Puritanlar ise, Weber’in gerçek Puritanlar olarak tanıttığı, yani dürüstlükleriyle ve disiplinli meslek hayatlarıyla olduğu kadar tutumluluklarıyla ve sade yaşamlarıyla da çalışmayı ibadete ve işyerini de ibadethaneye çeviren ideal tipteki dünyevi asketiklerdir. Ne var ki, dünyevi asketikizmin ABD’deki tek temsilcisi, dünyayı dinselleştirirken dini de dünyevileştiren kilise karşıtları değildir. Biraz tuhaf gelecektir ama kurtuluşu kilise ile sınırlandırmış olan Katoliklerden kilise ayınlarının müdavimi İrlandalılar da, çift taraflı (yani dini dünyanın içine çekerken dünyayı da dinin dışına çıkartan) bir dönüşümü içeren benzeri bir eğilimi¹⁸ göstermişlerdir. Sadece Almanya ile sınırlı kalan ve din değiştirmelerinin nedenlerini araştıran Offenbacher, açıktan açığa Katoliklikten Protestanlığa geçenlerin yanında; Katoliklikten hiç kopmaksızın yani cemaat olarak kurtuluşunu kilisede dilerken, Protestan bir eğilim gösteren yani bireysel olarak kurtuluşunu kendinde ve gerçek yaşamında bulan şahıslara da rastlamıştır.

Şehir hayatını yeğleyen Protestanların veya kentlerdeki hayatlarına uygun geldiği için Protestan dinine meyleden şehirlilerin, mesleki ve teknik eğitime ilgi duymalarının veya sermaye kazançlarını elde etmeyi arzulamalarının temel nedeninin; kentin sunduğu olanaklar (kütüphane, okul, aydın çevre, matbuat, ekonomik kurumlar, yerleşmiş davranışlar vs) ile zorunlu kıldığı eğilimler (eğitim görme, bilgili ve meslek sahibi olma, sürekli bir işte çalışma vs) olduğu bir gerçektir. Din ile ekonomik yaşam arasında doğrudan bir bağ kuran veya tek

¹⁸ “Amerika’daki Protestan, Katolik ve Musevilik olmak üzere üç dinsel topluluk ülke nüfusunun önemli bir kısmını oluşturmakta; Amerikan yaşam tarzı olarak da tanımlanan üç büyük havuzu, daha doğrusu birbiriyle kaynaşıp bütünleşmiş bir potayı ifade etmektedir. Amerika’daki Protestanlar, elverişli koşullarda doğmamış olsalar da kendi gayretleriyle yükselir ve orta sınıf içinde sağlam bir yer edinirken; Yahudiler ve Katolikler, özellikle büyük sanayilerin kurulduğu şehirleri tercih etmiştir. Öyle ki Yahudilerin yüzde 75’i şehirdeki metropollerde yaşarken, Katoliklerin yüzde 43’ü de nüfusu 500.000’e ulaşan şehirlere yerleşmiştir. Gördükleri mesleki eğitimin de etkisiyle iş hayatına ısrarla yönelen Yahudiler Amerika’daki burjuvalar içinde önemli bir işleve sahip olurken, tarım işçiliği veya niteliksiz sanayi işgücünde çok önemsiz bir yer tutmaktadır. Nitelikli işgücüyle ve hizmet sahasındaki yarı-nitelikli çalışanıyla Amerika’daki Katolikler işçi sınıfı arasında öncü rolünü üstlenmişlerdir. Kuşkusuz, Katolikler Amerikan nüfusunun neredeyse ¼’ünden fazla bir kısmını oluştururken Yahudilerin oranının çok önemsiz olması, kalan büyük çoğunluğun ekseriyetle Protestan olması bu oranları daha anlamlı kılmaktadır. İşadamları, meslek erbapları ve beyaz yakalılar arasında Yahudilerin oransal miktarı artış göstermektedir. Amerika’daki sosyo-ekonomik koşullar Yahudilik ile Hıristiyanlığın geliştiği zemini giderek daha fazla müşterek kılmış olduğundan, Katolik-Protestan-Musevi arasındaki mesafeler daralmış, ilişkilerin yoğunlaşmasının etkisiyle insanlar birbirine yakınlaşmış, Yahudi-Hıristiyan eğilimi kadar Hıristiyan-Hindu benzerlikleri de artmıştır. Böylece ortaya çıkan zihniyet barışı, Amerikalıların dinsel beklentileri haline gelmiştir.” (Herberg, 1955; 218).

yönlü bir nedensel açıklama getiren Weber ile Offenbacher tarafından pek dikkate alınmamış olması, yöneltelen eleştirilerin odağını oluşturmuştur. Baden’li sakinlerin meylettiği mesleki ve teknik eğitim görme arzusunun altında yatan temel neden, özel bir bölgede sunulan öğrenim olanakları ve teşebbüs serbestliği olduğu gerçeği, Offenbacher tarafından tamamıyla gözardı edilmiştir. Weber’in ideal tipler kapsamında Katolikliği ve Protestanlığı tanımlayıp sonra da bunun uygulanış şekli olarak gelişmiş ekonomiler ve zenginleşmemiş ülkeler ayırımına gitmesi, gerçeklerden kurama gitmek yerine uygulamayı teoriye uydurma gayreti olarak görülmüştür. Elbette Weber’i eleştirmede temel alınan, şehir hayatının sunduğu imkanların ve biçimlendirdiği hayatın disiplinli iş yaşamını zorunlu kıldığı gerçeği, daha kapsamlı olarak araştırılabilir ve şehirleşmenin farklı dinlere olan etkileri irdelenebilir. Ekonomik ilerlemelere neden olan temel faktörleri (rasyonel devlet, rasyonel hukuk, rasyonel teknoloji, rasyonel hayat tarzı vs) saymış olmasına rağmen, Weber, bunların tamamını rasyonelleşen dinin yani dünyaya yönelen dinin rasyonelleşme sürecini başlatması ve toplumsal hayatın tüm kesitlerini rasyonelleştirerek nüfuz etmesi koşuluna bağlamıştır. Ekonomik faaliyetleri mezhep özellikleri kapsamında inceleyen Weber, Katolik Fugger ve Alberti gibi örnek kapitalist şahsiyetleri bile gayet yüzeysel olarak incelemiştir. Ekonomik ilerlemeye neden olan temel faktörleri ve Katolik şahsiyetleri, sanki önemsiz ayrıntıların gibi hiç üzerinde durmayan Weber; coğrafik buluşlar ve yeni deniz yollarının bulunması gibi¹⁹ çok önemli konulardan ise, sadece söz etmekle yetinmiştir. Oysa Protestanlık yerine yeni deniz yollarının açılmasıyla, gelişme ile zenginlik İtalya’dan İngiltere ve Hollanda limanlarına kaymış, Kuzey Avrupa Güneyin üstünlüğünü ele geçirmiş, Atlantik ile bağlantı kuran liman şehirleri çok kısa sürede hızlı ve

¹⁹ “Doğuya giden yolları Türkler Hıristiyanlara kapatınca, Venedik monopolü dayanılmaz sıkıntılara uğradı. Doğuya çıkmak için yapılan keşiflerle birlikte Avrupa’da, muazzam miktardaki ekonomik güç ile kaynaklar, güneyden ve doğudan kuzeye ve batıya doğru akmış ve el değiştirmiştir. Alman ve İngiliz ticaret kayıtları göstermektedir ki, keşiflerden bir asır önce Kuzey Avrupa’nın güçleri servette ve uygarlıkta gelişme kat etmiş olsa da, keşiflerden bir asır sonra İngiliz ekonomik gelişmesi ile kıtasal bağlantılar birlikte muazzam servetin elde edilmesini sağlamıştır. Böylece çok daha büyük bir ekonomik güçle Türklerin etrafı sarılmış, Doğuyla yapılmak istenilen ticari ilişkilerin güçlenmesinin çok ötesinde, mutlu bir hadise olarak keşifler yeni deniz yollarını açtığı gibi bilimsel ilerlemenin önemini bile kabul ettirmiştir. Ticaret yollarının değişmesiyle birlikte Venedik çöküşe geçmiş ve Güney Alman şehirleri Venedik’in ithal ettiği ürünleri başka yerlere götürmüştür. Yeni ticaret yolları veya deniz taşımacılığıyla Flemenk (Hollanda, Belçika, Lüksemburg) diyarı bir anda ekonomik merkez haline geldi. Portekiz ve İspanya’nın yeni ekonomik emperyalizmi, madencilik ve tekstil sahasında kapitalist teşebbüsün yükselmesini sağlamış, yöresel değil fakat kıtasal ölçekte ayrıcalıkların tanındığı muazzam sermayeli ticaret şirketlerinin yayılmasına neden olmuş, yüksek kazançlarıyla kısa sürede devasa birikimleri kendisine çeken kapitalist şirketler karşısında hiçbir Ortaçağ kalıntısı varlık sürdürememiş, fiyatlardaki dalgalanmalarla alışılmış tüm ekonomik ilişkiler çöküntüye uğramış ve Ortaçağ tarım toplumu daha fazla ayakta kalamamış, yeni bir para gücü Avrupa’ya hakim olmuştur. Kolonilerden muazzam parasal servetlerin kazanılması, yeni deniz yollarının açılmasıyla mümkün olmuştur.” (Tawney, 1998: 61).

kapsamlı gelişmeler göstermiş, Amerika'nın Kuzeyi zengin tarım diyarı Güneyine kıyasla sanayi ve ticaret merkezi haline gelmiştir.

SONUÇ

Her ülkenin sanayileşmesi sırasında çok farklı faktörler öne çıkmakta, diğer faktörlerin de katkılarıyla ekonomik ilerleme olanaklı olmaktadır. Farklı ülkelerde ve çeşitli dönemlerde, ekonomik gelişmeye neden olan bu faktörlerden her biri öncü ve belirleyici bir rol üstlenmişlerdir. Bu faktörlerden birinin diğerlerine kıyasla her zaman ve her ekonomide üstün olduğunu öne sürmek, gerçekçi bir yaklaşım değildir. Coğrafik keşiflerden yeni ekonomik merkezlerin kurulmasına, göçlerden koloni ticaretine, bilimsel ve teknik gelişmelerden yer altı ve üstü zenginliklere, pazarın talep faktöründen ürünü tüketicisine ulaştıracak koşulların uygunluğuna, teşebbüs ve düşünce özgürlüğünden rasyonel devlete varıncaya kadar daha pek çok faktörün ekonomik ilerlemede öncü rolü veya etkili katkısı olmuştur. Avrupa'da kapitalist gelişmeyi veya sanayileşmeyi sağlayan tek faktör olarak Protestan ahlakının öne sürülmesi, bu nedenle, tekçi olduğu kadar kuramsal yani gerçeklerle kanıtlanmamış bir iddiadır. Esasen, davranış tarzı haline gelen dinsel duyguların kapitalist yükselişe olumlu veya olumsuz etkileri, gözlemsel olarak araştırılmış da değildir. Nitekim dinsel eğilimler ile rasyonel ekonomik davranış arasında olumlu veya olumsuz içerikte nedensel bağlılık kuran çok fazla araştırma yapılmış olmasına rağmen, tek tek kişilerin dinsel duyguları ile ekonomik faaliyetlerini kıyaslayan ve Weber'in kuramında öngörüldüğü gibi aralarında etkileşimin olduğunu kanıtlayan tek bir saha çalışması dahi yapılmamıştır. Kişilerin iç dünyalarına inilmediği ve dinsel eğilimlerin ne derecede davranışlara yansıdığı hakkında hiçbir inceleme yapılmadığı halde, ayrıntısıyla açıklanan Katolik veya Protestan hatta Yahudi dinsel öğretilerin bütünüyle yaşama aktarıldığı önyargısına kapılmıştır.

Hiç kuşkusuz Katolikliğin Belçika'daki yapılanması ile ekonomik gelişmesi, Belçikalı girişimcilerin, Protestan girişimcinin hissettiği kazanç tutkusundan veya mesleki başarı azminden kendisini yoksun kılmadığını, zengin ya da fakir ayrımı yapmaksızın alacaklıya her ödenen borç fazlası tutarı tefecilik olarak kınayan Katolik dogmadan da pek tesir görmediğini kanıtlar. Ayrıca, Belçika'nın kapitalist yükselişi, tıpkı bir ücretli işçi olarak gördüğü tüccarın kazancını işçinin ücretiyle sınırlayan ve bakiye olarak değil de bir maliyet faktörü olarak gören Katolik dogmanın, adil fiyatta ısrar etmesini ve alış fiyatını yani maliyetini aşan her tutarı hırsızlıkla bir ithamlarının önemsenmediğini de kanıtlar. Katolik dogma kazanca ve zamanın dünyeyi

işlere ayrılmasına karşıdır, ancak Belçikalı Katolikler, Protestan meslek ahlakına uymasalar bile, Katolikliğin dünyadan vazgeçme eğilimini gereksiz bulmuş olabilir. Özellikle de, Puritan mezheplerin İngiltere’de ve Amerika’da ekonomik gelişmeye yaptığı çok önemli katkıya, yani din dünyevileştirme ve dünyayı da rasyonelleştirme eğilimine Katolik ülkelerde kesinlikle rastlanılmamıştır. Katolik ülkelerde, faizi ve hatta köle ticaretini de kapsayan bütün kazançları seçilmişliğin birer kanıtı haline dönüştürerek dinin dünyevileşmesi, aynı anda karşıt bir eğilim olarak da, dogmadan ve geleneklerden bağımsız kılarak devletin hukuk temellerini rasyonelleştirmesi eğilimi gerçekleşmemiştir. Bütün bunlara rağmen, Protestan seçilmişlik güdüsünden yükselen dünyevi asketikizm eğilimiyle açıklanan tek bir faktörün nedensellik etkisinin Weber tarafından öne sürülmüş olması bile, başarıya veya kazanca ulaştıran kişisel özelliklerin (dakiklik, tutumluluk, çalışkanlık, sadelik, dürüstlük vs) belirlemesi, rasyonel ekonomik faaliyetin benimsenmesini ve kurumsallaşmasını engelleyen Ortaçağ zihniyetinin engelleyici tutumlarını (bu dünyayı reddetmesi, ticareti ve dünyevi faaliyeti aşağılaması, ticari kazancı hırsızlık olarak görmesi, kişinin kendisini düşünmesini bile tamahkarlık olarak görerek reddetmesi vs) gözler önüne sermesi nedeniyle, büyük önem taşımaktadır. Diğer taraftan Yahudilik her yerde aynıdır, yani zengin Yahudi de fakir Yahudi de M.S. 300’lü yıllarda son şeklini bulmuş günümüzün aynı Tevrat’ını okumaktadır. Tevrat’ın ve tefsirlerinin bir avuç insanı rasyonel ekonomik faaliyete güdüleyip yüksek düzeyde becerili kılarak ve muazzam miktarlarda servet sahibi yaparken, fakirliğe düşmüş büyük bir çoğunlukta zengin olma hissini uyandırmamış olması, Polonya’da ve Rusya’da yaşayan Yahudilerin tamamına yakınının çok fakir olması, Yahudiliğin davranışlar üzerindeki etkisizliğini göstermektedir. Kaldı ki zenginleşen Yahudilerin Tevrat ile tefsirlerini ne ölçüde bildiği ve ne derecede davranışlarına hakim kıldığı hakkında güdü belirlemesi tahlili yapılmış da değildir. Protestanlık, Katoliklik ve Yahudilik konusundaki ortak yanılı veya müşterek yetersizlik aynıdır; kişilerin hangi içerikte dinlerini yaşadıkları, hangi düzeyde dinsel öğretileri davranışının nedensel güdüsü haline dönüştürdükleri hakkında hiç bir güdü analizi yapılmış değildir.

KAYNAKÇA

- Ashton T. S. (1948), *The Industrial Revolution 1760-1830*, Oxford University Press, London.
- Brodrick J. (1934), *The Economic Morals of The Jesuits: An Answer to Dr. H. M. Robertson*, Oxford University Press, Oxford.

- Clark G. (2009), *A Farewell to Alms : A Brief Economic History of The World*, Princeton University Press, Princeton-New Jersey.
- Cunningham W. (1967), *Christianity and Economic Science*, Longmans-Green, New York.
- Furnham A. (1990), *The Protestant Work Ethic: The Psychology of Work-Related Beliefs and Behaviours*, Routledge, London.
- Jones N. (1989), *God and Moneylender*, B.Blackwell, New York.
- Küçükkalay A. (2014), *Dünya İktisat Tarihi*, Beta, İstanbul.
- Niebuhr R. (1957), *The Social Sources of Denominationalism*, Meridian Books, New York.
- Novak M. (1993), *The Catholic Ethic and The Spirit of Capitalism*, The Free Press, New York.
- O'brien G. (1970), *An Assay on The Economic Effect of The Reformation*, Augustus Kelley Publisher, New York.
- Pirenne H. (2009), *Ortaçağ Avrupa'sının Ekonomik ve Sosyal Tarihi*, İletişim Yayınları, İstanbul.
- Roberts, R. (1995), (ed.) *Religion and the Transformations of Capitalism*, Routledge, London.
- Robertson H.M. (1933), *Aspects of the Rise of Economic Individualism: A Criticism of Max Weber and his School*, Cambridge University Press, Cambridge
- Rüstow A. (1945), "Devrimizin Vazife ve İşadammının Mazisi ve İstikbali", *İstanbul Üniversitesi İktisat Fakültesi Mecmuası*, cilt 5, sayı 1-4.
- Rüstow A. (1942), "İktisat Tarihinde Mezhep Meseleleri", *İstanbul Üniversitesi İktisat Fakültesi Mecmuası*, cilt 3, sayı 3-4.
- Samuelson, K. (1961), *Religion and Economic Action*, Scandinavian University Books/William Heinemann, London.
- Sée H. (2004), *Modern Capitalism: Its Origin and Evolution*, Batoche Books, Kitchener.
- Sombart, W. (1916), *The Quintessence of Capitalism*, T. Fisher Unwin, Ltd., London.
- Sombart W. (1951), *The Jews and modern capitalism*, Free Press, Glencoe.
- Tawney R. H. (1998), *Religion and The Rise of Capitalism*, Transaction Publishers, New Jersey.
- Troeltsch E. (1976), *The Social Teaching of The Christian Churches*, The University of Chicago Press, Chicago.
- Volf, M. (1991), *Work in the Spirit: Toward a Theology of Work*, Oxford University Press, Oxford.
- Weber, M. (1921), *The Protestant ethic and the spirit of capitalism*, Routledge, New York.
- Weber M. (1950), *General Economic History*, Illinois.
- Weber M. (1978), *Economy and Society*, University of California Press, Berkeley.
- Wiesner M. (2014), *Erken Modern Dönemde Avrupa*, İş Bankası Yayınları, İstanbul.

Yunanlı Öğrencilerin 1999-2011 Yılları Arası Türk-Yunan İlişkilerine ve Türkiye'nin AB Üyeliğine Bakışı: Thessaly Üniversitesi Örneği¹

*Greek Students View on Turkish-Greek Relations and
Turkey's EU Membership Between 1991-2011: The
Example of Thessaly University*

Seda ÇANKAYA*

ÖZ

Yunanistan, 1999'a kadar Türkiye'nin AB üyeliğini ve birlikten gelebilecek mali yardımları veto ederek Türkiye'nin AB sürecinde en önemli engellerden biri olmuştur. Aynı zamanda bu döneme kadar Yunanistan'ın "düşmanımın düşmanı, benim dostumdur" politikasıyla hareket ederek gerçekleştirmeye çalıştığı politikaları iki ülke ilişkilerinin gelişmesine engel olmuştur. Özellikle 1999 yılından Abdullah Öcalan'ın Yunanistan'ın Kenya Büyükelçiliği'nde yakalanması ile yeniden gerginleşen ilişkiler, Dışişleri Bakanları İsmail Cem ve Yorgo Papandreu'nun karşılıklı gerçekleştirdikleri diyalogla yumuşama sürecine girmiştir. Bu süreç sonrasında ise Yunanistan, Türkiye'nin AB üyeliği önünde ki veto siyasetini desteğe dönüştürmüştür.

Tüm bunlar ışığında makalede; Türkiye ve Yunanistan'ın 1999-2011 yılları arasında ilişkileri öğrencilerin fikirleri alınarak değerlendirilmeye çalışılacaktır. AB'nin ilişkilerdeki rolü nedir? 1999 sonrasında Yunanistan'ın Türkiye'nin AB üyeliği önündeki engeli nasıl ve neden desteğe dönüşmüştür? Sorularına cevap bulmaya çalışılacaktır. Bu sebeple Yunanistan'ın Türkiye'nin AB üyeliğine bakışının analizini yapmak ve Türkiye-Yunanistan arasındaki mevcut sorunlarını değerlendirmek amacıyla Yunanistan'ın Volos şehrinde yüz yirmi öğrenciye anket yöntemi uygulanmıştır.

ANAHTAR KELİMELER

Türk-Yunan İlişkileri, AB, Türkiye, Yunanistan

Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu Dergisi Yıl:2016 Cilt:19 Sayı:1 ss.69-88 **Makale Gönderim Tarihi:** 16/03/2016 - **Kabul Tarihi:** 30/03/2016

¹ Bu makale 2011 Sakarya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Uluslararası İlişkiler Anabilim dalında kabul edilen tezden çıkarılmıştır.

* Uzman, Selçuk Üniversitesi, İktisadi İdari Bilimler Fakültesi, Kamu Yönetimi Bölümü. sedacankaya@selcuk.edu.tr

ABSTRACT

Until 1999, Greece, has been one of the most important obstacle during Turkey's EU process by vetoing Turkey's EU membership and the possible financial aid from EU. At the same time, until this period Greece has hampered the development of relations between the two countries by implementing the policy of "the enemy of my enemy is my friend" to realize its own policies. Especially after the capture of Abdullah Ocalan at Greece Embassy in Kenya in 1999, once again the relations got real tense which later on came to the softening process of mutual dialogue with the efforts made by foreign ministers George Papandreou and Ismail Cem.

In the light of all this, the aim of this article, Turkey and Greece relations will evaluate to get students opinion between 1999-2011. What is the role of the EU in these relations? After 1999 how and why Greece's barrier before Turkey's EU membership has turned into support for it? These questions will be find answer.

•

KEYWORDS

Turkish- Greek Relations, EU, Turkey, Greece

GİRİŞ

Yunanistan 1830 yılında kuruluşundan itibaren Türkiye'yi tehdit olarak algılamakta, “düşmanımın düşmanı benim dostumdur” prensibiyle Türkiye karşıtı faaliyet gösteren terör örgütlerine destek vermektedir. Bu anlamda ilk olarak Ermeni Gizli Örgütü'ne destek vermiş, en son olarak ise PKK terör örgütü elebaşı Abdullah Öcalan'ı kendi Kenya büyükelçiliğinde saklaması olayı gerçekleşmiştir. Bu olay neticesinde Yunanistan uluslararası arenada tepki ile karşılanarak, Türkiye ile ilişkileri savaşın eşine gelmiştir.

Türk-Yunan ilişkileri ve mevcut sorunların çözümüne ilişkin çabalar, Yunanistan'ın 1981 yılında AB'ye üye olması ile farklı bir boyut kazanmıştır. Türkiye ve Yunanistan arasındaki uyuşmazlık konularına kalıcı bir çözümün bulunabilmesi için gerçekleştirilmeye çalışılan diyalog bir boyutuyla Türkiye'nin AB ile yürütmekte olduğu tam üyelik görüşmelerine bağlı olarak etkilenmiştir. AB, Yunanistan'ın birliğe üyeliğine kadar Türk-Yunan ilişkilerinde taraf olmama yaklaşımını sergilemiştir. Ancak Yunanistan'ın 1981'de AB'ye üye olması ister istemez birliğin sergilemiş olduğu tarafsızlık politikasını sarsmıştır. Bunun sonucu olarak Yunanistan da birlik içinde söylemlerini ön plana çıkartan bir yaklaşım sergilemiştir. Ayrıca AB, uzunca bir süre Türkiye'nin birliğe üyelik taleplerine Yunanistan'ın veto tehdidini öne sürerek karşı çıkmıştır. Yunanistan'ı kendi Türkiye politikasının aracına dönüştürmüştür. Aynı şekilde Yunanistan'da Türkiye ile ilgili sorunlarda AB'yi bir taraf haline getirerek AB'yi Türkiye ile ilişkilerinde bir araç olarak kullanmıştır.

1999 Helsinki Zirvesinde Yunanistan'ın Türkiye'nin AB üyeliği konusundaki vetosunu geri çekmesiyle Türkiye'nin adaylığı kesinleşmiş aynı zamanda da Ege ve Kıbrıs sorunlarının çözümü de bu süreç içerisine alınmıştır. Türkiye ve Yunanistan ilişkileri Türkiye-AB ilişkilerinin bir parçası haline gelmiştir.

Türkiye-Yunanistan ilişkilerinde 1999 sonrası yumuşama dönemi ve Yunanistan'ın Türkiye'nin AB üyeliğini veto siyasetinden vazgeçmesi ile geleneksel nokta son dönemdeki yaşanan gelişmelerin anlaşılması açısından dikkate değer önem arz etmektedir.

Bu anlamda Türk Yunan ilişkileri ve Yunanistan'ın Türkiye'nin AB üyeliğine bakışı konusunda yapılan anket çalışmasıyla Yunanistan'daki öğrencilerin düşüncelerine başvurulması bu konuda güncel ve somut bir örnek olması açısından önemli olacaktır. Aynı zamanda çalışmanın yazım aşamasında

Yunanistan'da bulunmanın katkısı ülkede Türkiye algısının anlaşılması açısından faydalı olmuştur.

1. TÜRK-YUNAN İLİŞKİLERİ TARİHSEL ÇERÇEVE

Ortak tarihi bir geçmişe sahip olan Yunanistan ve Türkiye aynı zamanda Ege Denizi'nin karşılıklı kıyılarını paylaşmaktadırlar. Coğrafi olarak komşu olan fakat tarihi geçmişin ve bunun getirdiği güvensizliğin hala etkisini gösterdiği Türk-Yunan ilişkileri çok yönlü bakış açısını gerekli kılmaktadır.

Osmanlı İmparatorluğu'nun egemenliği altında yaşayan Yunan halkı Türkler için birlikte barış içinde bir arada yaşadıkları fakat daha sonra dış güçlerin etkisiyle düşman haline geldikleri bir ülke olarak görülürken, Yunanlılar için ise bu beraberlik tarihteki karanlık dönemi teşkil etmekte ve bir daha yaşanması arzulanan bir dönem olarak görülmektedir. Yunanistan'ın bağımsızlığını, bugünkü çağdaş Türkiye'nin kökeni olarak gördüğü Osmanlı İmparatorluğu'na karşı verdiği savaşla kazanması ve Türkiye Cumhuriyeti'nin de, temelde İngiltere'nin desteğiyle Anadolu'yu işgal etmiş, Yunan ordularını yenerek kurulması, iki komşu ülkenin birbirlerine karşı mevcut bakış açılarını olumsuz yönde etkilemekte ve iki ülke arasında bugünlere kadar gelen güvensizliğin temellerini oluşturmaktadır (Ünay, 2007). Bu yüzden ortak olumsuz paylaşımların çokluğu ve iki taraf arasındaki güvensizlik bir türlü çözülemeyen sorunları da beraberinde getirmiş, muhtemel çözümünü de zorlaştırmıştır.

Türkiye ve Yunanistan arasında birçok sorundan bahsetmek mümkündür: Kıbrıs, azınlıklar, ege denizi sorunları (adaların silahlardan arındırılması, kıta sahanlığı, karasuları, fir hattı) ve Yunanistan'ın Türkiye aleyhine terör örgütüne verdiği destek sorunların başlıcalarıdır. Bu sorunların her birinde meydana gelen sıcak bir gelişme diğer sorunları da çıkmaza sokma potansiyeli göstermektedir.

Türkiye ve Yunanistan'ın yaklaşık beş yüz yıllık ortak tarihlerinde uzlaşmanın istisna, düşmanlığın ise sürekli olarak görülmesi, AB'nin ilişkilere yön vermesiyle başka bir boyuta taşınmıştır (Karluk, 1999). Yunanistan siyasi bir kaygı ile AB'ye tam üyeliğin ülkeyi ABD etkisinden uzaklaştıracağını düşünerek yönünü çevirmiştir (Hellenic Republic Embassy of Greece, 2005)

Yunanistan ve ardından Türkiye'nin AET'ye (Avrupa Ekonomik Topluluğu) başvuruda bulunmaları, yeni kurulan ve o zamana kadar hiçbir önemli gelişme sağlamamış olan kuruluşa bir anlamda saygınlık kazandırmıştır

(Karluk, 1999). AB her ne kadar Türkiye-Yunanistan arasındaki sorunlara karşı yaklaşımında tarafsızlığını korumaya çalışsa da bunu başaramamış, Yunanistan'ın da çabalarıyla bu sorunlar AB'nin de sorunu haline gelmiştir. Özellikle Kıbrıs sorununda AB'nin adeta taraf olarak gösterilmesi ve Kıbrıs Rum Kesimi'nin AB'ye üye olmasıyla birlik içinde elde ettiği veto yetkisi Türkiye'nin birliğe üyeliğini giderek çıkmaza sürüklemiştir(Çınar, 2010). Bu bağlamda sorunlardan en çok dikkat çekenini hala çözülemeyen Kıbrıs sorunu olduğunu söylemek yanlış olmayacaktır. AB'ye üye olan Yunanistan bu anlamda hep Türkiye'den bir adım önde olmuş ve her fırsatta bu avantajdan faydalanmayı bilmiştir. Nitekim 1999'a kadar Türkiye'nin AB üyeliğini veto ederek engellemeyi başarmıştır (Oran, 2001; Coşkun, 2004:198).

Türk-Yunan ilişkilerinin geçmişine baktığımızda, tüm sorunlara rağmen, istisna da olsa belli dönemlerde uzlaşmanın sağlandığı görülmektedir. 1930'da başlatılan Venizelos-Atatürk dönemi, 1959 Karamanlis-Menderes uzlaşması ve A. Papandreu ile Özal arasında ki daha kısa süren Davos tecrübesi gösterilebilir. Fakat bu uzlaşma dönemleri her iki ülke kamuoyunda da yeterli desteği görememiş ve liderlerin kişisel çabaları üzerine kurulu olduğundan sonrasında devam ettirilememişlerdir (Heraclides, 2002).

Türkiye ve Yunanistan'ın zaten çok iyi olmayan ilişkilerinin krize doğru sürüklenmesi 1999 Şubatı'nın üçüncü haftasında gerçekleşmiştir. 16 Şubat 1999'da Türkiye'de terör faaliyetlerinde bulunan Kürt lider Abdullah Öcalan'ın güvenlik güçlerince Yunanistan'ın Kenya Büyükelçiliğinde yakalanması sonucunda Yunanistan ve Türkiye Kenya da ki krize odaklanmıştır (Economist, 1999). PKK lideri Öcalan'ın Kenya büyükelçiliğinde saklanması ve bunun da ortaya çıkması sonucunda büyük endişe duyan Yunanistan olayın daha da büyümesinden endişelenmiştir (Ayman ve Sönmezoğlu, 2003). Öcalan, yakalanmasının ardından yapılan sorgularda Yunanistan'ın PKK'ya silah, eğitim kampı ve roket sağladığını itiraf etmiştir (Huggler, 1999). Kriz, zaten ince iplerle bağlı olan Türk-Yunan ilişkilerini çok ağır biçimde sarsarak, ilişkilerdeki gerginliği had safhaya çıkarmıştır (Black, 2001;1; Grigoriadis, 2003).Yunanistan adeta terörü desteklerken suçüstü yakalanmış,imajı uluslararası arenada özellikle de AB içinde zarar görmüştür (Grigoriadis, 2003; Coşkun, 2004;204).

Öcalan bunalımının ardından Yunanistan'da Dışişleri Bakanlığına Papandreu'nun getirilmesi Türkiye ile ilişkilerini olumlu yönde etkilemiştir. Dönemin Dışişleri Bakanı İsmail Cem ve Yunanlı meslektaşısı Papandreu'nun başlattığı uzlaşma çalışmalarına istinaden karşılıklı olarak ziyaretlerde

bulunmuş ve düşük politika konularında ikili anlaşmalar imzalamışlardır. Bu anlaşmalar turizm, kültür, çevre, ticaret, çok yönlü işbirliği, organize suçlar, yasa dışı göç, uyuşturucu trafiği ve terörizmle ilgilidir. Bu düşük politika konularında yapılan anlaşmalar, iki ülke tarafından pozitif ve sağlam ikili ilişkilerin inşa edilmesi için temel olarak algılanmıştır (Dokos ve Tsakonas, 2003;16)

İkili ilişkilerde meydana gelen bu olumlu ivme 1999 yılının Ağustos ve Eylül aylarında her iki ülkede de meydana gelen depremler ile hız kazanmıştır. Kamuoyunun da yaşanan bu acı tecrübeye karşılıklı olarak duyarlılıklarını göstermeleri yumuşamanın önceki dönemlere göre daha kalıcı olmasını sağlamıştır. Deprem iki ülke halkının da ilişkilere olan algısını olumlu yönde etkilemiştir. 1999 sonlarında gerçekleştirilen Helsinki zirvesinde Yunanistan, Kıbrıs Rum Yönetiminin 2004 yılında AB'ye üye olabileceğinin garantisini almış ve Türkiye ile yaşanan yumuşamanın da etkisi ile Türkiye'nin AB üyeliği önündeki veto siyasetinden vazgeçerek Türkiye'nin Birliğe üyeliğinin savunucusu olmuştur. Böylece Yunanistan Euro'yu kullanın AB'nin 12. üyesi olmuş ve Simitis'in en büyük hedeflerinden birini gerçekleştirmiştir. Yunanistan ulusal ve Avrupa çıkarları pahasına Türkiye ile ilişkilerini düzeltmeye çalışmış ve bu politikaları çerçevesinde Türkiye'nin AB'ye girmesini desteklemiştir (Κύρτσος, 2009)

Yunan yazar Thanos Veremis'e göre, Helsinki Zirvesi'nde Yunanistan'ın AB konusunda vetosunu kaldırması Türkiye için büyük bir şans olarak görülmüştür. Bunun doğrultusunda da bazı siyasi kesimler Türkiye'nin AB yolunda vetosunun kaldırılmasına karşılık Yunanistan'ın bazı şeyler talep etmesini istemiştir. Diğer siyasi kesim ise Türkiye'nin AB'ye üye olmasıyla birlikte, iki ülke arasında ekonomik ilişkilerin de artacağını düşünmüştür (Βερέμης, 2003).

2. YÖNTEM

Çalışmanın amacı, 2009-2010 döneminde Yunanistan'daki öğrencilerin iki ülke arasındaki sorunlara bakışını, öğrencilerin Türkiye'nin AB üyeliği konusundaki görüşlerini öne çıkarırken hangi kilit öğelerin Türkiye'nin üyeliğine destek ya da karşıtlık konusunda belirleyici olduğunu incelemektir. Bu anlamda anket Yunanistan'ın Volos şehrinde bulunan Thessaly Üniversitesi öğrencilerine uygulanarak elde edilen veriler analiz edilmiştir.

Yunanistan, Türkiye için hem uzun tarihi geçmişi olan hem coğrafi olarak Ege denizinin iki tarafını oluşturan, hem de dış politikalarını yönlendirilmesi

açısından önemli olan bir ülkedir. Ayrıca iki ülkenin arasındaki sorunların çokluğu, her yönüyle sürekli gündemde kalma özelliğini göstermektedir. Bu anlamda 1999 sonrası süreç Türkiye Yunanistan ilişkileri açısından önemli bir dönemi oluşturmaktadır. Nitekim bu tarihten sonra iki ülke arasındaki işbirliğinden söz edilmiş, Yunanistan Türkiye'nin AB üyeliği konusunda vetosunu geri çekmiştir. Bu anlamda 1999 sonrası sürecin daha iyi anlaşılması ve Yunanistan da yaşayan öğrencilerin fikirlerinin araştırılması için uygulanan anketin Yunanistan'daki algıyı anlamamız için faydalı olacağı düşünülmüştür.

Ankete katılan öğrencilerin %57,5'i erkeklerden, %42,5'ini ise kadınlardan oluşmaktadır. Öğrencilerin %79'luk kısmı 18-22 yaş arası öğrencilerden, % 11'lik kısmı 22-26 yaş arası öğrencilerden, %10'luk kısmı ise 26-30 yaş arası öğrencilerden oluşmaktadır.

Çalışmanın evreni Yunanistan'ın Volos şehrinde bulunan Thessaly Üniversitesi öğrencileridir. Üniversite de 7000 öğrenci eğitim görmektedir. Örnekleme ise tarih, ekonomi, inşaat mühendisliği, sınıf öğretmenliği, arkeoloji, bilgisayar mühendisliği, şehir planlama bölümlerinde okuyan ve 120 kişiden oluşan Thessaly Üniversitesi öğrencileridir. Anketler 2009-2010 eğitim-öğretim döneminde uygulanmıştır.

Çoğu Yunanistan'ın diğer şehirlerinden gelen Yunan öğrencilerin oluşturduğu Thessaly Üniversitesinde yapılan anket Türkiye Yunanistan ilişkileri konusunda algının anlaşılması konusunda fikir verecektir.

Elde edilmiş verilerin analiz edilmesi ve değerlendirilmesi aşamasında "SPSS"(Statistical Package for Social Science 17.0) analiz programı kullanılmıştır.

Veri toplama yöntemi olarak anket yönteminin seçilmesinin en önemli sebebi istenilen verilere en hızlı şekilde ulaşmayı sağlayan bir teknik olmasıdır. Anket çalışması düzenlenirken anket tekniği ile ilgili kapsamlı araştırma yapılmıştır. Anket soruları oluşturulurken konuyla alakalı geniş kaynak taraması yapılmış, kaynaklar incelenmiş ve konuyu kapsayıcı sorular seçilmiştir.

Ankette yer alan 30 soruya verilebilecek cevaplar; (1) Kesinlikle Katılıyorum, (2) Katılıyorum, (3) Katılmıyorum ve (4) Kesinlikle Katılmıyorum şeklinde derecelenmiştir. "Fikrim yok" ifadesi öğrencilerin geneli tarafından tercih edilebileceği düşünüldüğünden şıklarda yer verilmemiştir. Bir soru ise çoktan seçmeli olarak hazırlanmış, şıklarda verilen ifadelerden uygun görülen şıkkın işaretlenmesi istenilmiştir.

Anket üç kısımdan oluşmaktadır. Giriş kısmında ankete başlamadan önce okunması gereken bilgilendirme kısmı bulunmaktadır. Burada araştırmanın amacı, ne amaçla kullanılacağı anlatılarak, öğrencilerin vereceği cevapların önemine dikkat çekilmiştir. Birinci kısımda öğrencilerin kişisel özelliklerini (cinsiyet, yaş)belirlemeye yönelik sorulara yer verilmiştir. İkinci kısımda ise Türkiye ve Yunanistan arasındaki sorunlar, Yunanistan'ın Türkiye'nin AB üyeliğine bakışı, Yunanistan'daki ekonomik krizin yansımaları konusunda fikir verebilecek 31 sorudan oluşan anket kısmı yer almıştır.

3. BULGULAR

Bu bölümde anket sorularına verilen yanıtları değerlendirilmesi yapılacaktır. Ankette yer alan sorular “Türk-Yunan İlişkilerine Yönelik Algılamalar”, “İlişkileri Etkiyen Faktörlere Yönelik Algılamalar”, “Sorunlara Yönelik Algılamalar, Yunanistan'ın AB'ye Yönelik Algılamaları”, “Türkiye'nin AB üyeliğine Yönelik Algılamaları” başlıklarıyla sınıflandırılarak analiz edilmiştir.

Tablo 1: Türk-Yunan İlişkilerine Yönelik Algılamalar

Değerlendirme Soruları	Değerlendirme			
	Katılıyorum	Kesinlikle Katılıyorum	Katılmıyorum	Kesinlikle Katılmıyorum
1999 sonrasında iki ülke arasındaki yumuşamanın nedeni, iki ülkede farklı zamanlarda meydana gelen depremlerdir.	51,26	14,29	26,05	8,40
Türkiye tarafından 14-15 Mayıs 2010'da gerçekleştirilen Atina ziyareti, ilişkiler için olumlu bir adımdır.	62,18	10,08	17,65	10,08
Silahlanmanın iki ülke arasında karşılıklı olarak azaltılmasını uygun buluyorum.	34,17	38,33	19,17	8,33
Ülkeler arasında vizelerin kaldırılmasını olumlu buluyorum.	71,43	13,39	12,5	2,68
Yunanistan'ın Türkiye'ye karşı politikaları başarılıdır.	29,41	5,04	52,10	13,45
Türkiye'yi, Yunanistan'ın yanında dost ülke olarak görüyorum.	26,21	4,20	54,62	15,97
Türk-Yunan ilişkilerinin önümüzdeki yıllarda daha da gelişeceğine inanıyorum.	46,67	10	37,5	5,83

Türkiye ve Yunanistan arasında işbirliği, savunulması kolay gerçekleştirilmesi ise zor olmuştur. 1930'larda ve 1950'lerde gerçekleştirilmeye çalışılan işbirliği çabaları başarılı olamamış ve etkili işbirliği çabaları ancak 1999'larda gerçekleştirilmiştir. 1999'da iki ülkede farklı zamanlarda meydana gelen depremlerle hız kazanan iyi ilişkiler birçok alanda işbirliğini de beraberinde getirmiştir. Bu bölümde yer alan soruların cevaplarına bakıldığında, depremin ilişkilerdeki yumuşamanın önemli sebebi olduğu öğrencilerin çoğu tarafından ortak görüş olarak verilmiştir.

Yunanistan'daki ekonomik krizin tırmandığı 14-15 Mayıs 2010 tarihinde Başbakan Recep Tayyip Erdoğan, bakanlar ve bir grup iş adamı tarafından iki ülke arasında işbirliğini geliştirmek amacı ile gerçekleştirilen Atina ziyareti öğrencilerin çoğu tarafından önemli bir adım olarak görülmüştür. Sonuçlardan anlaşıldığı gibi iki ülke arasında gerçekleştirilmeye çalışılan diyalog ortamı, karşılıklı güveni tesis edecek girişimlerin önünü açmak ve uzun vadede karşılıklı tehdit algılarını belirgin bir biçimde değiştirmek açısından önemli bir görüşme olmuştur. Öğrencilerin çoğu tablodan da anlaşılacağı gibi silahların azaltulmasını, karşılıklı vizelerin kaldırılmasını uygun bulmaktadır. Yunanistan ve Türkiye arasında karşılıklı ziyaretlerin hem hükümetler arası seviyede hem de vatandaşlar seviyesinde olmasından dolayı vizelerin kaldırılması konusu öğrencileri olumlu görüşünü almıştır.

Yunanistan, Türkiye politikalarında 1996 yılında Kostas Simitis'in iktidara gelmesi ile büyük dönüşüm yaşayarak milliyetçi söylemlerden uzak bir siyaset izleyeceğini açıklamıştır. Yunanistan'ın Kostas Simitis ile değişen Türkiye politikası, sonrasında değişen hükümetlerde de çok fazla değişikliğe uğramamış, Türk-Yunan ilişkilerinde diyalogun önemini vurgulamıştır. Türk düşmanlığı değil, Türk dostluğu seçimlerde ön plana çıkan yaklaşım olmuştur. Yunanistan'ın Türkiye politikasının sorgulandığı soruda öğrencilerin yarısından fazlası bu politikaları başarılı bulmadığını söylemektedir.

Türkiye'yi Yunanistan'ın yanında dost ülke olarak görüyorum" ifadesiyle yaşanan bu olumlu gelişmelerin öğrenciler üzerinde etkisi öğrenilmeye çalışılmıştır. "Dost" ifadesinden her ne kadar geçmişte yaşanan uyuşmazlıkları önyargıları silebilecek bir anlam beklenmese de, en azından yumuşamanın öğrenciler üzerindeki etkisinin hissedilmesi açısından önemli bir ifade olabileceği düşünülmüştür. Fakat sonuçlara baktığımızda algının bu yönde olmadığı görülmüştür. Bu ifadeye katılanların oranı %29,41 ile sınırlı kalmış, %70,59'u ise katılmamıştır. Sonuçlar, Türk-Yunan ilişkilerinde yönetimlerin karşılıklı güveni tesis edecek girişimlerde bulunsalar ve dostluk mesajları

verseler bile toplumsal algıların değişmesi için ciddi bir zamana ihtiyaç olduğunu göstermektedir. 1999 sonrası gelişmeler her ne kadar halk tabanında da yumuşamayı temsil etse de, iki ülke toplumları arasında birbirleri ile ilgili olarak var olan olumsuz algılar değişmeden “düşman”dan dost” algısına geçiş söylemlerinin gerçekçi olmadığını göstermektedir. Oranlar, Yunanistan toplumunun genel algısını temsil etmemektedir; fakat sınırlı bir alan da olsa öğrencilerin algısı konusunda fikir vermesi açısından önemlidir.

1999 sonrasında iki ülke arasında başlayan yumuşama sürecinin geleceğine ilişkin öğrenci görüşlerine bakıldığında öğrencilerin çoğu ilişkilerin daha da artacağını belirtmişlerdir.

Tablo 2: İlişkileri Etkileyen Faktörlere Yönelik Algulamalar

Değerlendirme Soruları	Değerlendirme			
	Katılıyorum	Kesinlikle Katılıyorum	Katılmıyorum	Kesinlikle Katılmıyorum
İki ülke arasındaki uyuşmazlık konuları üzerinde süren iletişimsizlik ve çözümsüzlük iki ülke arasında güvensizliğe neden olmaktadır.	63,56	24,58	11,2	0,85
Türk-Yunan ilişkilerini etkileyen en önemli faktörlerden biri tarihi birikimdir.	66,83	14,17	15,00	5
Türk-Yunan ilişkilerini etkileyen en önemli faktörlerden biri üçüncü aktörlerdir.	49,17	17,5	29,17	4,17

Türkiye ve Yunanistan arasındaki sorunlara bir çözüm bulunmasını engelleyen etkenlerin başında tarihin yol açtığı güvensizlik gelmektedir. Türk-Yunan ilişkileri ele alınırken iki tarafında paylaştığı güvensizlik dikkate alınmalıdır.

Öğrencilere sorulan Tablo 2’deki sorulara bakıldığında, iki ülke arasındaki iletişimsizlik ve çözümsüzlüğün güvensizliğe sebep olduğuna büyük bir kısmı katılmıştır. Bu da teoriyle uygulamanın paralelliğini göstermektedir. İki ülke arasındaki sorunların çokluğu ve halen de çözümsüzlüğün devam etmesi komşu iki ülke arasında artması beklenen olumlu ilişkileri daha da çıkmaza sokmaktadır. Sorunların temeli güvensizliğin getirdiği psikolojik arka planda yatmaktadır.

Yunanistan ile Türkiye arasında günümüze kadar devam eden hatta birçok sorunun da kaynağını oluşturan tarihi süreç, Volos'daki öğrencilerin %80'lik bir kısım tarafından kabul edilmiştir. . Bu durum Türk-Yunan ilişkilerinde tarihi geçmişin ilişkilere yön verdiğini ve teoriyle uygulamanın örtüştüğünü bize göstermektedir.

Türk-Yunan ilişkilerinde üçüncü aktörlerin müdahalesi hemen hemen her alanda kendini göstermiştir. İlişkilere müdahil olan üçüncü aktörler, özellikle krizlerin tırmanmasını önlemek açısından önemli rol oynamasına rağmen bu müdahale her zaman tarafsız olmamış kimi zaman diğer taraf aleyhinde seyir etmiştir. Özellikle Yunanistan, kuruluşundan bu yana başta AB olmak üzere üçüncü aktörler tarafından destek görmüş, Türkiye ile sorunlarına üçüncü aktörleri taraf olarak göstererek çözümü kendi lehine çevirmek istemiştir. Bu da, Türkiye'nin Yunanistan karşısında elini zayıflatmıştır.

Türk-Yunan ilişkilerinde ABD etkisine baktığımızda ABD içindeki Yunan lobilerinin bu anlamda başarılı olduklarını görmekteyiz (Kona, 2007). ABD de yaşayan 2 milyon kadar Rum, Atina'ya siyasal karar verme sürecini etkileme olanağı sunmaktadır (Aksu, 2001:130).

Bu anlamda Yunan lobisi ABD'nin Türkiye ile ilgili kararlarında sık sık kendini göstermektedir. Bunun en etkili örneğini 1974'te ABD'nin Türkiye'ye uyguladığı ambargoda görmek mümkündür (Uslu, 2000). Yunan lobilerinin olumsuz etkisinin yanı sıra, ABD'nin iki ülke arasında ki sorunların çatışmaya dönüşmesine de engel olduğu dönemler de olmuştur. Bunun en tipik örneği, 1996 yılında Türkiye ve Yunanistan'ın İmia/Kardak adacıkları yüzünden savaşmalarının önlenmesinde görülebilir. Yine 1997 de Madrid'te yapılan NATO Zirvesinde iki ülkenin güven artırıcı tedbirlerin alınmasında etkili olmuştur (Kirişçi ve Çarkoğlu, 2004: 36)

Öğrencilerin bu konudaki görüşlerinin sorgulandığı bir diğer soruda üçüncü aktörler Türk-Yunan ilişkilerini etkileyen en önemli faktörlerden biri olarak görülmüştür.

Tablo 3: Sorunlara Yönelik Algılamalar

Değerlendirme Soruları	Değerlendirme			
	Katılıyorum	Kesinlikle Katılıyorum	Katılmıyorum	Kesinlikle Katılmıyorum
Türk-Yunan ilişkilerindeki en önemli sorun Kıbrıs Sorunu'dur.	65,83	17,5	15,83	0,83
Türk-Yunan ilişkilerindeki en önemli sorun Azınlıklar sorunudur.	15	4,17	65,83	15
Türk-Yunan ilişkilerinde en önemli sorun Ege denizine ilişkin sorunlardır.	44,17	22,5	25,83	7,5
Sorunlara yönelik atılan adımları, çözme girişimlerini yeterli buluyorum.	52,5	39,17	7,5	0,83

Türkiye ve Yunanistan arasında geçmişten bu yana iyi ilişkiler kurulmasına engel olan birçok sorundan bahsetmek mümkündür. Bunlardan belki de en önemli, en karmaşık ve çözümsüzlüğün diğer sorunların çözümünü de engellediği sorunun Kıbrıs sorunu olduğunu söylemek yanlış olamayacaktır.

Nitekim Tablo 3'te, "Türk-Yunan ilişkilerindeki en önemli sorun Kıbrıs Sorunu'dur." ifadesiyle öğrencilerin bu konudaki algılamaları ölçülmüştür. Katılımcıların % 81,33'ü katılmış, % 16, 63'ü ise katılmamıştır Türk-Yunan ilişkilerinde en önemli sorunlardan biri olan Kıbrıs Sorununun algılanışı Volos'ta okuyan öğrenciler tarafından da önemli olarak görülmüştür. Nitekim Kıbrıs iki ülke arasındaki diğer sorunları etkileme potansiyeli taşımaktadır.

Türk-Yunan İlişkilerindeki bir diğer sorun olan Azınlıklar Sorununa ilişkin öğrenci görüşleri şaşırtıcıdır. Sonuçtan da anlaşıldığı gibi Yunanistan da ki öğrenci algısı Azınlıklar sorununun ilişkilerde önemli bir sorun olmadığı yönünde yoğunlaşmıştır.

Ege denizine ilişkin sorunların öneminin ölçüldüğü diğer bir soruda öğrencilerin %66,67'ı katılmıştır. Öğrencilerin Türkiye ile Yunanistan arasındaki sorunların hangisini daha önemli gördüklerinin araştırılması için sunulan son üç soruda, bu soru diğer soruyla çelişmektedir. Önce belirtilen Kıbrıs'ın en önemli sorun olduğunu düşünüyorum ifadesindeki oranlar buradakinin fazla çıkmasına rağmen o ifadeye işaretleyenlerin bu ifadeyi de işaretlemiş oldukları açıktır. Sorunların önemine ilişkin öncelik sıralaması konusunda zorluk yaşanmıştır

Türkiye ve Yunanistan arasındaki uzun yıllardan beri devam eden sorunlar iki ülke arasındaki ilişkilerin geliştirilmesinde hala önemli bir engel olarak varlığını devam ettirmektedir. İki ülkenin de çıkarlarının birbirine ters düşmesi sorunların çözümünü zorlaştırmaktadır. Her ne kadar 1999 sonrası geliştirilmeye çalışılan diyalog ortamı birçok alanda kendini hissettirse de sorunların çözülmesi için gereken girişimlerden uzak kalmıştır.

Bu anlamda “Sorunlara yönelik atılan adımları, çözme girişimlerini yeterli buluyorum” ifadesiyle öğrencilerin Türkiye ve Yunanistan arasında ki sorunlarda gerçekleştirilmeye çalışılan diyalog ortamının yeterli bulup bulmadıkları sorgulanmıştır. Buna göre öğrencilerin %91,67’si katılırken, %8,33’ü ise katılmamıştır. Son dönemlerde sorunlara ilişkin politikaların çözümden uzak olması, öğrenci görüşleri ile çelişmektedir.

Tablo 4: Yunanistan’ın AB’ye Yönelik Algılamaları

Değerlendirme Soruları	Değerlendirme			
	Katılıyorum	Kesinlikle Katılıyorum	Katılmıyorum	Kesinlikle Katılmıyorum
AB’ye ve kurumlarına güveniyorum.	35	7,5	36,67	20,83
AB’nin yeni üyeleri de birliğe katarak genişlemesinden yanayım.	42,37	5,93	33,9	17,8
Yunanistan AB’ye üye olması sayesinde kendisini güvende hissetmektedir.	44,17	14,17	30,83	10,83
AB sizin için ne ifade etmektedir?	43,97	12,7	28,45	15,52

1981 yılında siyasi gerekçeler ön planda tutularak AB’ye üye olarak kabul edilen Yunanistan birlikten ekonomik ve siyasi avantajlar elde etmiştir. Birlikten aldığı ekonomik fonlar ekonomisinin kalkınmasında etkili olmuştur. Nitekim Yunanistan özellikle son dönemde yaşanan kriz neticesinde birlikten yardım almayı başarmıştır.

Fakat AB’nin Yunanistan’a ekonomik ve siyasi olarak katkılarına rağmen öğrencilerde birliğe karşı güvensizlik olduğu görülmektedir. Nitekim “AB’ye ve kurumlarına güveniyorum” ifadesine öğrencilerin 42,5’i katılmış, %57,5’i ise katılmadığını belirtmiştir. Sonuçlardan öğrencilerin çoğunluğu AB’ye ve kurumlarına güven konusunda sorun yaşamakta olduğunu göstermektedir.

“AB’nin, yeni üyeleri de birliğe katarak genişlemesinden yanayım.” ifadesinde sonuçlar birbirine yakındır. AB’nin genişleme siyasetinden yana olanlar %48,3’lük bir kısmı oluştururken, %51,7’lik kısım ise genişleme taraftarı değildir. AB’nin Yunanistan’daki ekonomik krizden sonraki durumu yeni üyeleri bünyesine katmasının zor olduğu, bu durumun daha önce de ifade ettiğimiz gibi, Türkiye’nin üyeliğini de tehlikeye soktuğu açıktır.

Yunanistan 1981 yılında AB ye üye olmasından itibaren birlikten ekonomik ve siyasi kazançlar da elde etmiştir. İç politikada sağlam bir demokrasi kurulmuş; Dış politika da ise kendi politikalarını AB’yi arkasına alarak gerçekleştirmeye fırsatı yakalamıştır (Kırbaki, 2011). Nitekim Türkiye ile olan Kıbrıs ve Ege sorunlarına AB’yi de taraf yaparak istediği şekilde yönlendirmeyi başarmıştır. Kısacası Yunanistan AB’ye üyeliği sayesinde kendini güvende hissetmekte ve bu avantajını çok iyi kullanmaktadır.

Tablo 4’te “Yunanistan AB’ye üye olması sayesinde kendisini güvende hissetmektedir” ifadesine öğrenciler de destek vermiştir. Öğrencilerin %58,34’ü katılmış, %41,66’si ise katılmamıştır. Öğrencilerin çoğu AB sayesinde Yunanistan’ın kendini güvende hissettiğini doğrulamaktadır.

AB üyesi olan Yunanistan diğer AB ülkelerine nazaran AB’den ekonomik olarak en çok yardım alan ülkedir. Bu anlamda Tablo 4’te “AB sizin için ne ifade etmektedir.” sorusuna verilen yanıtlar şaşırtıcı değildir. Öğrencilerin % 43,97 si, AB’nin imajının “Ekonomik ve Sosyal Refah”, % 12,07’si “Demokrasi ve Hukuk’un Üstünlüğü”, %28,45’ i Kültürel Çeşitliliği , %15,52’si ise “Barış ve Kardeşliği” ifade ettiğini belirtmişlerdir.

Tablo 5: Yunanistan'ın Türkiye'nin AB Üyeliğine Yönelik Algılamaları

Değerlendirme Soruları	Değerlendirme			
	Katılıyorum	Kesinlikle Katılıyorum	Katılmıyorum	Kesinlikle Katılmıyorum
Türkiye'nin AB üyesi olabileceğini düşünmüyorum.	33,33	17,5	40,83	8,33
AB'nin Türkiye'nin üyeliğine çekinceli yaklaşmasının sebebi Müslüman olmasından kaynaklanmaktadır.	27,73	9,24	43,7	19,33
AB'nin Türkiye'nin üyeliğine çekinceli yaklaşmasının sebebi nüfusunun fazla olmasından kaynaklanmaktadır.	27,73	9,24	43,7	19,33
AB üyeliği Kıbrıs sorununun çözümüne bağlıdır.	43,33	36,67	17,5	2,5
Yunanistan'daki ekonomik kriz, Türkiye'nin AB üyeliğini olumsuz yönde etkileyecektir.	18,33	1,67	55	25
AB, Türk-Yunan ilişkileri konusunda tarafsız davranmaktadır.	40,83	9,17	40,83	9,17

Yunanistan, 1999 yılına kadar Türkiye'nin üyeliğini reddederek üyelik önündeki önemli engellerden biri olmuştur. 1999 yılındaki Helsinki Zirvesinde ise bu veto siyasetinden vazgeçerek Türkiye'nin AB üyeliğinin destekçisi olmuştur. Öğrencilerin bu konudaki algısının ölçüldüğü "Türkiye'nin AB üyesi olabileceğini düşünmüyorum" ifadesine öğrencilerin %50,83 katılırken %49,17'si katılmamıştır. Sonuçlardan da anlaşıldığı gibi AB'nin genişlemesine sıcak bakmayan öğrenciler, Türkiye'nin AB üyeliği konusunda da olumsuz görüşe sahiptirlerdir.

Türkiye'nin 1959'da üyelik için başvurmasıyla başlayan AB süreci birçok engelle takılmıştır. Bir kısmına göre AB, Hıristiyan kulübü olduğu için Müslüman bir Türkiye'yi üyeliğe almakta çekinceli yaklaşmakta, bir kısmına göre nüfusunun fazla olmasından, bir kısmına göre ise Avrupa kurallarına uyum sağlamamasından kaynaklanmaktadır.

Yunanlı yazar Kotsiaros'a göre; AB vatandaşlarının çoğunluğunun aksine Yunan kamuoyu için dini kimlik ile ilgili kanıtlar önemli bir rol oynamamaktadır. Yunanistan'ın dinin rolünün baskın olduğu muhafazakâr bir

toplum olduğunu; fakat yine de Yunan kamuoyunun Türkiye'nin üyeliğine bakışı dini öğelerden kaynaklanmadığını belirtmektedir (Kotsiaros, 2009:75).

Yunanlı öğrencilerin bu konuda algısına baktığımızda ise teoriyle pratiğin uygunluğu görülmektedir. Tablo 5'te görüldüğü gibi, "AB'nin, Türkiye'nin üyeliğine çekinceli yaklaşmasının sebebi Müslüman olmasından kaynaklanmaktadır" ifadesine, %36,97'si "Katılıyorum" %63,03'ü ise "Katılmıyorum" demiştir. Türkiye'nin AB üyeliğine engelin dini öğelerin olmadığı görüşü öğrencilerin yarısından fazlası tarafından paylaşılmıştır.

Bir diğer soruda "AB'nin Türkiye üyeliğine çekinceli yaklaşmasının sebebi nüfusunun fazla olmasından kaynaklanmaktadır" ifadesine verilen sonuçlar ele alınmıştır. Buna göre katılanların oranı, 68,33, katılmayanların oranı ise %31,67'dir. Burada da hemen hemen bir önceki ifadeyle aynı sonuçlarla karşılaşılmış, öğrencilerin bazılarının iki ifadeyi de aynı yanıtlar verildiği görülmüştür. AB'nin Türkiye'nin üyeliğine çekinceli yaklaşma konusundaki algısı AB üyesi olan Yunanistan'daki öğrencilere de yansımış bu konuda öncelik sıkıntısı yaşanmıştır.

Türkiye'nin AB üyeliğe kabul edilmemesinin nedeninin anlaşılması için sunulan diğer bir ifade de, Tablo 5'te, "AB'nin Türkiye üyeliğine çekinceli yaklaşmasının sebebi Avrupa kurallarına uyum sağlamadığından kaynaklanmaktadır" ifadesidir. Buna göre %84,03'ü katılıyorum derken, %15,97'si katılmıyorum demiştir. Sonuçlara göre Türkiye'nin AB'ye girememesinin nedenlerinden biri olarak gösterilen Avrupa kurallarına uyum sağlamadığı düşüncesi Yunanlı öğrencilere göre nüfusunun çok olması ve Müslüman bir ülke olmasından daha büyük engel olarak görülmektedir.

Tablo 5'te Türkiye'nin AB üyeliği Kıbrıs sorununun çözümüne bağlıdır ifadesine %80 i katılmış, %20'si ise katılmadığını belirtmiştir. Sonuçlara göre yüksek oranda Türkiye Kıbrıs sorununu çözerse ancak AB'ye üye olabilir düşüncesi hâkimdir.

Yunanistan'da 2010 yılı Şubat yılında görülen ve hala etkisini devam ettiren ekonomik kriz AB için endişe kaynağı olmuş, Euro'yu tehdit eder hale gelmiştir. Yunanistan'daki krizin Türkiye'ye etkisi ise Türk-Yunan ilişkilerinden ziyade Türkiye'nin AB ile ilişkilerini etkilemesi açısından önem arz etmiştir (Erdurmaz, 2010).

1999 Helsinki zirvesinde Yunanistan'ın vetosunu kaldırması ile AB üyeliği yolunda önemli bir aşama kaydeden Türkiye, Yunanistan'daki krizin

etkisiyle, üyeliği yeniden tehlikeye girmiştir. Euro'nun tehdit altında olduğu bir dönemde Türkiye'nin AB üyeliğini öncelikleri arasına koymayacağı açıktır. Komşu da ki kriz son dönemde Türkiye'nin AB üyeliğini tehlikeye atan önemli etkenlerden biri olmuştur.

Bu anlamda anketten ortaya çıkan ilginç sonuçlardan biri de Tablo 5'te "Yunanistan'daki ekonomik kriz, Türkiye'nin AB üyeliğini olumsuz yönde etkileyecektir" ifadesine verilen yanıtlardır. Açıkça söylenmesi mümkün olan Yunanistan da ki krizin Türkiye'nin AB üyeliğine olumsuz etkisi anket sonuçlarına farklı yansımıştır. Katılanların oranı %20'lik bir kısmı oluştururken, %80'lik kısım katılmadığını belirtmiştir.

Tablo 5'te AB'nin Türkiye-Yunanistan ilişkilerine tarafsız olup olmadığı sorgulanmış, sonuçlar ise ilginç bir biçimde eşit çıkmıştır. Öğrencilerin %50 si bu ifadeye katılırken %50'si katılmamıştır.

SONUÇ

Türk-Yunan ilişkilerinin temeli uzun tarihi geçmişe dayanmaktadır. Yunanistan kurulduktan sonra büyük ülküsü olan "Megali İdea"yı gerçekleştirmeye çalışmıştır. Yunanistan'ın bu politikaları günümüze kadar süregelen Türkiye politikasının oluşmasında etkili olmuştur. Yunanistan özellikle dışarıdan tehdit algıladığı durumlarda Türkiye ile yakın ilişkiler kurmuş, herhangi bir tehdit olmadığı durumlarda ise Türkiye'ye karşı yayılcı politikalar yürütmüştür.

Yunanistan-Türkiye ilişkileri ve Yunanistan'ın Türkiye'nin AB üyeliğine bakışının ölçülmesine yönelik bu çalışmadan çıkarılan sonuçlar, her ne kadar 1999 yılında meydana gelen depremlerin katkısıyla halkın desteğini alan işbirliği ve diyalogu geliştirici yaklaşımlara rağmen iki ülke arasındaki güvensizliğin hala önemli bir faktör olarak varlığını devam ettirdiğini göstermektedir.

Nitekim 1999'dan itibaren ilişkilerde kat edilen gelişmeler göz önünde bulundurulduğunda, öğrencilerin ancak sınırlı bir kısmı, %30'u, Türkiye'yi dost ülke olarak görmektedir. Sonuçlar, iki ülke arasındaki sorunların kalıcı çözümü için karşılıklı güven temin edici adımların atılmasının önemini bir kez daha ortaya çıkarmıştır. İlişkilerdeki gerginliğin azaltılması için iki ülke de karşılıklı olarak çıkarlarını uzlaştırmaya çalışmalı ve verecekleri ödünleri saptamalıdır. Türkiye ve Yunanistan'ın uzun tarihi geçmişi göz önüne alındığında sorunların kısa süre içerisinde çözülemeyeceği unutulmaması yerinde olacaktır.

Yunanistan-Türkiye ilişkileri ve Yunanistan'ın Türkiye'nin AB üyeliğine bakışının ölçülmesine yönelik alan araştırmasından elde edilen bulgular şu şekilde sıralanabilir:

- Öğrencilerin %66'si 1999'da iki ülke de farklı zamanlarda meydana gelen depremleri, ilişkilerdeki yumuşamanın sebebi olarak görmektedir.

- Öğrencilerin %85'i Türkiye ile Yunanistan arasındaki vizelerin kaldırılmasına olumlu bulmaktadır.

- Öğrencilerin %66'sı Yunanistan'ın Türkiye'ye karşı politikalarını başarılı bulmamaktadır.

- Öğrencilerden %71'i Türkiye'yi hala Yunanistan'ın yanında dost bir ülke olarak görmemektedir. Sonuçlardan anlaşıldığı üzere iki ülkede 1999 sonrası gözlenen olumlu havanın Yunan kamuoyunda derinleştiğini söylemek güçtür. Anket her ne kadar sınırlı bir alanda uygulanmış olsa da Türkiye'ye karşı devam eden güvensizlik ve önyargının tamamen ortadan kalkmadığı konusunda fikir vermektedir.

- Öğrencilerin %80'i Türk-Yunan ilişkilerini etkileyen en önemli faktörün ortak tarihi geçmiş olduğunu düşünmektedir.

- Türk-Yunan ilişkilerinde üçüncü aktörlerin müdahalesi dikkate değer önem arz etmektedir. Nitekim öğrencilerin %66,67'si üçüncü aktörlerin ilişkileri etkileyen önemli bir faktör olduğunu doğrulamaktadır.

- Öğrencilerin %81'i Türkiye ve Yunanistan arasındaki en önemli sorunun Kıbrıs sorunu olduğunu düşünmektedir.

- Yunanistan-Türkiye ilişkileri ve Yunanistan'ın Türkiye'nin AB üyeliğine bakışının ölçülmesine yönelik bu çalışmadan çıkarılan sonuçlar, her ne kadar 1999 yılında meydana gelen depremlerin katkısıyla halkın desteğini alan işbirliği ve diyalogu geliştirici yaklaşımlara rağmen iki ülke arasındaki güvensizliğin hala önemli bir faktör olarak varlığını devam ettirdiğini göstermektedir. Nitekim 1999'dan itibaren ilişkilerde kat edilen gelişmeler göz önünde bulundurulduğunda öğrencilerin ancak sınırlı bir kısmı, %30'u, Türkiye'yi dost ülke olarak görmektedir. Sonuçlar, iki ülke arasındaki sorunların kalıcı çözümü için karşılıklı güven temin edici adımların atılmasının önemini bir kez daha ortaya çıkarmıştır.

KAYNAKÇA

- Aksu, Fuat (2001), *Türk-Yunan İlişkileri, İlişkilerin Yönelimini Etkileyen Faktörler Üzerine Bir İnceleme*, Stratejik Araştırma ve Etütler Milli Komitesi (SAEMK) Yayınları, Ankara
- Black, Jochua (2001), “Greek Diplomacy and the Hunt for Abdullah Öcalan” *Princeton University School of Public &International Affairs*, <http://www.princeton.edu/research/cases/greekdiplomacy.pdf>, 10.05.2010
- Coşkun, B. Demirtaş, (2004), “Değişen Dünya Dengelerinde Türk-Yunan İlişkileri”, (Der: İ. Bal), *21.Yüzyılda Türk Dış Politikası*, Nobel Yayınları, Ankara.
- Çınar, Yusuf (2011), “AK Parti İktidarı ve Kıbrıs Sorunu”, *Tuiç, (Türkiye Uluslararası İlişkiler Çalışmaları)*, <http://www.tuicakademi.org/index.php/yazarlar1/80-yusuf-cinar-tum-yazilari/751-ak-parti-iktidari-ve-kibris-sorunu>,10.03.2011.
- Dokus, Thanos P and Panayotis j. Tsakonas (2003), “Greek Turkish Relations In The Post-Cold War Era”, (Ed.: C. Kollias ve G. G. Şenesen), *Greece and Turkey: In the 21st Century: Conflict and Cooperation*, ss. 9-37, Nova Press, New York.
- The Economist (1999), *The Ocalan Crisis*, Issue 8107, Feb 18, <http://www.economist.com/node/186922> 11.10.2010.
- Erdurmaz, Serdar (2010), “Yunanistan ve Türkiye: Silahlanma Yarışının Neresindedir?”, *Türksam (Uluslararası İlişkiler ve Stratejik Analizler Merkezi)* <http://www.turksam.org/tr/makale-detay/404-yunanistan-ve-turkiye-silahlanma-yarisinda-nerededir> 11.10.2010.
- Grigoriadis, Ioannis N. (2003), *The Changing Role of the EU Factor in Greek-Turkish Relations, London School of Economics And Political Science Hellenic Observatory 1st PHD Symposium On Modern Greece*, http://www.lse.ac.uk/collections/hellenicObservatory/pdf/1st_Symposium/GrigoriadisIoannis.pdf, 19.06.2010.
- Hellenic Republic Embassy Of Greece (2005), *The Course of Greece in the European Union*,<http://www.greekembassy.org/embassy/content/en/Article.aspx?office=1&folder=39&article=50> 15.02.2011.
- Heraclides, Aleksis (2002), “Yunan-Türk Yumuşaması (1999-...): Bir İlk İnceleme”, (Der.: B. D. Coşkun), *Türkiye-Yunanistan Eski Sorunlar, Yeni Arayışlar*, Avrasya Stratejik Araştırmalar Merkezi Yayınları, Balkan Araştırmaları Dizisi No:7, Ankara.
- Huggler, Justin (1999), “Greece Fed Weapons to Kurd Rebels”, *The Independent*, 23 February.

- Karlık, Rıdvan (1999), *Türkiye Ekonomisi*, (6.Baskı),Beta Yayınları, İstanbul.
- Kirbaki, Yorgo (2011), *Yunanistan'ın AB öyküsü*, 15 Mayıs 2011.
<http://arsiv.ntv.com.tr/news/82833.asp> 10.12.2012
- Kirişçi, Kemal ve Ali Çarkoğlu (2004), “Sivil Toplum, Kamuoyu ve Dış Politika: Türk-Yunan İlişkileri”, (Der.: U.T. Belge), *Geleceğin Sesi: Türk-Yunan Yurttaş Diyalogu*, Yayın No:61, I. Baskı, Nisan, İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları, İstanbul.
- Kotsiaros, Athanasios C. (2009), “Yunanistan, AB ülkelerinden Türkiye'nin Üyeliğine Bakış”, (Haz.: S. Akşit, Ö. Şenyuva ve Ç. Üstün), *Avrupa Çalışmaları Merkezi; Ortadoğu Teknik Üniversitesi Yayını*, www.ces.metu.edu.tr/docs/turkey_watch_tr.pdf 10.12.2010.
- Oran, Baskın (2001), *Türk Dış Politikası: Kurtuluş Savaşından Bugüne Olgular, Belgeler, Yorumlar, Cilt II (1980-2001)*, İletişim Yayınları, İstanbul.
- Sönmezoğlu, Faruk and S. Gülden Ayman (2003), “The Roots of Conflict and the Dynamics of Change in Turkish-Greek Relations”, (Ed.: C. Kollias ve G. G. Şenesen), *Greece and Turkey: In the 21st Century: Conflict and Cooperation*, 38-47, Nova Press, New York.
- Uslu, Nasuh (2004), “Kıbrıs Sorunu”, (Ed.: İ. Bal), *21.Yüzyılda Türk Dış Politikası*, II. Baskı, Ocak, Nobel Yayınları, Ankara.
- Ünay, Bora (2008), “Türk-Yunan İlişkilerinde Temel Sorunlar ve 1999 Sonrası Yumuşama Dönemi”, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, *Atılım Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü*, Ankara.
- Βερέμης, Θάνας (2003), *Ιστορία των Ελληνοτουρκικών Σχέσεων: 1453-2003*, Αθήνα: (Γ'έκδοση) Σιδέρης.. (Veremis, Tanos, (2003), *History of Greek-Turkish Relations 1453-2003*, Atina, Sideris)
- Κύρτσος, Γιώργος (2009), *Το τέλος των ψευδαισθήσεων*, City Press, <http://www.citypress.gr/index.html?action=article&article=68304> 12.06.2010

Osmanlı Devleti'nde Para Vakıfları¹

Money Foundations in Ottoman Empire

Yaşar SEMİZ*

ÖZ

Vakıflar yoksulluğu ortadan kaldırmayı, zenginden fakire gönüllü servet transferini ve dikey sosyal ekonomik hareketliliği arttırmayı hedefleyen ve kâr amacı gütmeyen kurumlardır. Vakıflar İslam dünyasında ve özellikle Osmanlı döneminde, kamusal hizmetleri yerine getiren en önemli kuruluşlardan birisidir. Toplumun temel ihtiyaçları olan sağlık, eğitim, bayındırlık, dini ve kültürel hizmetlerin önemli bir kısmı vakıflar tarafından yerine getirilmiştir. Yine aynı dönemde, fakirlerin ihtiyaçlarının karşılanması ve ihtiyaç sahiplerinin problemlerine çözümler üretebilmek için paraların vakfedilmesiyle para vakıfları da kurulmuştur. Vakfedilen nakit paranın işletilmesinden elde edilen gelirler, vakfiye şartlarına uygun olarak müteveli tarafından hayır işlerine harcanmıştır. XIX. yüzyılda para vakıflarında artış meydana geldi. İstanbul ve Anadolu'da birçok şehir ve kasabada da para vakıfları kuruldu.

Vakıfların ekonomik sistem içerisinde bir finansman aracı olarak yer almaları para vakıfları sayesinde olmuştur. Para vakıfları, buldukları bölgelerde sosyal, kültürel ve ekonomik hayatın gelişmesinde önemli görevler üstlenmektedirler. Ancak bu vakıfların uyguladıkları finansman politikaları, beraberinde bir takım tartışmaları da getirmektedir. Bununla birlikte bu vakıfların tarihi gelişim süreçlerinin ve uygulama sistemlerinin öğrenilmesi ya da bilinmesi, günümüzde uygulanan alternatif finansal sistemlerin anlaşılmasında önemli katkılar sağlayacaktır.

ANAHTAR KELİMELEER

Osmanlı, Anadolu, Vakıflar, Para Vakıfları, Finansal sistem

Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu Dergisi Yıl:2016 Cilt:19 Sayı:1 ss.89-101 **Makale Gönderim Tarihi:** 17/03/2016 - **Kabul Tarihi:** 30/03/2016

¹ Bu makale 2013 yılında Konya Vakıflar Bölge Müdürlüğü'nde sunulan bildirinin gözden geçirilmiş şeklidir.

* Prof. Dr., Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Meslek Yüksek Okulu, ysemiz@selcuk.edu.tr

ABSTRACT

As non-profit institutions, foundations aim at abolishing poverty, performing voluntarily transfer of wealth from rich to poor, and improving the vertical social and economic mobility. In the Islamic world, and in particular, in the Ottoman period foundations turn out to be the most important institutions fulfilling public services. The most important needs of society, such as health, education, public works, religious and cultural services were fulfilled chiefly by private foundations. During the Ottoman period, in order to meet the needs of the poor and the needy and to produce solutions to their problems monetary foundations were established by endowed trust funds. Obtained incomes endowment cash Money operated spent to charity by trustee according to the condition mentioned in the waqf. There had been an increase on the monetary foundations in XIX'th century. Monetary foundations were established in a lot of cities and Towns in Istanbul and Anatolia.

These foundations took part in the economic system as a means of finance thanks to the Money Foundations. The Money Foundations undertake considerable functions in social, cultural, and economic development of the regions and countries. However, the finance policies implemented by the Money Foundation bring some discussions along with. Nevertheless, it will greatly contribute to understanding of the applications of today's alternative financial systems if the historical development stages and applications of the Money Foundations are learned and known.

•

KEYWORDS

Ottoman, Anatolia, Foundations, Monetary Foundations, financial systems

GİRİŞ

Vakıf, Arapça vakf kelimesinden alınmıştır. Bir mülkü ammenin menfaatine ebedi olarak tahsis etmek anlamında kullanılan bir tabirdir (Pakalın, 1983: 577–580). Kelime anlamı durdurma, alıkoyma, ayırma, bağlama, bir malı veya mülkü satılmamak kaydıyla bir hayır işine bağışlama anlamlarına gelir (Develioğlu, 1980: s. 1363 - 65).

Vakıf'ın Şer'î tarifi ihtilafıdır. Ebu Hanife'ye (rha) göre, vakıf: Bir mal veya mülkün aynını vâkıfın, yani vakfedenin mülkiyetinde tutmak, gelirin fakirlere ya da hayır yollarından birine harcamaktır. Bu tarife göre, vakfedilen mal veya mülkü vakfeden kimse bir daha geri alamaz, vakfindan dönemez diye bir lüzum yoktur. Vâkıf dilediği zaman vakfindan dönebilir ve o malı başkasına satabilir. İmameyne göre ise vakıf, malı Allah'ın mülkü olmak ve menfaatinin kullara dönmesi üzere alıkoymaktır. Bu ihtilafın neticesi olarak Ebû Hanife indinde vakıf, tıpkı ariyet gibi caizdir, lâzım değildir. İmameyne göre, vakıf, lâzım ve sabittir, vakfedenin onu iptal etmesi caiz değildir. Fıkıh âlimlerinin büyük çoğunluğu fetvanın imameynin yaklaşımına göre değerlendirilmesini uygun görmüştür.

Son dönem hukukçuları ise, “bir aynın menafini vücuhu hayre tahsis etmekten ibarettir” şeklinde yaptığı açıklamayla, vakfın özünün bir varlığın elde tutulması ve elde tutulan varlığın hayra yöneltildiği olduğunu vurgulamıştır (Berki, 1966: 5; 1965: s. 9 – 13).

Hanefî hukukçularına göre, vakıf konusu olacak şeyin ayn (kaynak, eşyanın hakikati) olması gerekir. Aynın ise akar ve menkul olarak ikiye ayrılır ve menkulün de hayvan, urûz (ticari eşya) ve nakit parayı kapsamına alır (Berki, 1969, s. 1 – 7). İşte bu şart ile Hanefî hukukçular, vakıf, “bir aynın aslımı ebediyen hapsedmek” demek olduğundan, te'bîd şartına en uygun aynın akar olduğunu ve akar vakfının yani genel hukuk prensiplerine uyduğunu belirtmek istemişlerdir. Menkul malların vakfı ise, bu gerekçe karşısında kıyasa uygun değildir; menkul mallar vakfın konusunu teşkil edemezler. Genel kaide budur. Ancak bu genel kaidenin istisnaları da mevcuttur. Biz genel kaidenin istisnası hakkında nas bulunmadığı halde, vakfedilmesi teamül haline gelen menkuller teşkil etmektedir.

Bu görüş, İmam Muhammed 'e aittir. İmam Muhammed, menkul malların vakfı konusunda, genel akideyi (kıyas'ı) örften dolayı terk etmiş ve menkul malların vakfının meşruiyetini, senedi örf ve adet temeline inilirse insanların ihtiyaç ve zarureti olan istihzan deliline dayandırmıştır. Menkul

malların vakfı, insanların teamülü olunca, sahih kabul edilecektir. Bu çeşit istihzan ile şer'î hükmün sabit olduğuna en büyük delil istisna' yani eser sözleşmesidir. O halde bir menkul malın vakfedilmesi hakkında bir belde örf ve adet cereyan etmiş ise, o belde o çeşit menkuller vakfedilebilecektir. İmam Muhammed'in saydığı menkul mallar arasında silah, zırh, kitap, ev, köle, balta ve mutfak eşyası bulunmaktadır.

Vakıf, İslamiyet'ten önce de var olduğu bilinen önemli bir yardımlaşma ve paylaşma kurumudur (Köprülü, 1942, s. 1 – 37). İslamiyet'le birlikte hızla gelişmiştir. Selçuklu ve Osmanlı Devletlerinde de benimsenerek hâkim oldukları bölgelerde daha önce kurmuş olan vakıfları korunduğu gibi onlara sosyal ve iktisadî hayatın hemen her alanında ve hatta diğer birçok canlı için yaygınlaştırılmış onlara yeni boyutlar kazandırılmıştır. Osmanlı Devletinde vakıf kuran ilk sultan Orhan Bey'dir. Orhan Gazi bu medresenin giderlerini karşılamak için birçok emlak vakfettiği (Berki, 1962: 127 – 128).

Osmanlı döneminde vakıf kurumuna önemli bir yenilik daha kazandırılmıştır. Bu yenilik "para vakıflarının" kurulmasıdır. Osmanlıdan önceki dönemlerde bazı fıkıh uleması arasında tartışılmış ancak daha önce hiçbir yerde uygulanmamıştır. Osmanlılardan sonra da başka hiç bir İslam ülkesinde uygulandığına dair bir bilgi yoktur. Bu vakıfların kurulmasının en önemli kazancı esas itibarı ile yüksek gelir sahiplerinin yapabildiği gayrimenkul vakıflarından oluşan alana, küçük tasarrufları ile geniş halk kesimlerinin de katılmasını sağlayarak büyük bir genişleme ve dinamizm getirmesidir. Bu çalışmada Para Vakıflarının nasıl ortaya çıktığı ve işleyişi değerlendirilmeye çalışılacaktır.

A - Para Vakıflarının Tanımı ve Tarihi

Vakıf kelimesini, mevkuf yani, vakıf akdinin konusunu teşkil eden menkul veya gayr-i menkul malları ifade etmek için kullanılmıştır. Bu manada, vakıfları iki kısma ayırmak mümkündür. Birincisi; bizzat kendisinden yararlanan (yani aynıyla intifa olunan) vakıflardır. Bunlara hayır kurumları (Müessesât-ı Hayriye) adı verilmektedir. İbadethaneler, medreseler, okullar, imaretler, zaviyeler, kütüphaneler, misafirhaneler, çeşmeler, sebiller ve mezarlıklar bu kapsamdadır (Yediyıldız, 1982: 156).

İkinci kısım vakıflar, doğrudan doğruya değil de gelirinden faydalanılan (intifa olunan) vakıflardır. Hastane ve okul gibi hayır kurumlarının masraflarını karşılamak üzere vâkıflar tarafından bunlar için gelir kaynağı teşkil edecek menkul ve gayr-i menkul mallar tahsis edilir. Bu mallar işletilir ve elde edilen

gelirler hayır kurumlarına veya doğrudan doğruya fakirlere verilir. Aslında bunlara, gelir getiren vakıf işletmeleri ‘yanı müstegillât-ı vakfiye’ denir. Gelir getirenin ille de bağ, bahçe, han gibi akar veya nakit para gibi menkul mal olması önemli değildir. Burada sözü edilen vakıf işletmeleri, vakıfları kendi aynıyle değil fakat kiralama veya diğer yöntemlerle elde edilecek gelirinden fayda temin etmek üzere tesis olunan vakıflardır. Bu durumda örneğin inşa edilen dükkândan kiralama yolu ile edilerek nakit para (istirbâh) okul, hastane gibi kurumların levazımına sarf edilmek üzere vakıf edilmiş demektir. Bu gibi vakıflara akar olsun, menkul olsun gelir getiren vakıf denilir. Konumuzu teşkil eden Para Vakıfları da bu grubuna girmektedir.

Para vakıflarının kabul edilmesi, kurulmaları ve yaygınlaşmaları bir hayli problemlili ve mücadele dolu sürecin ardından mümkün olmuştur. İslam dinin faizi yasaklamış olması, para vakıfları uygulamasında elde edilen kazançların faiz kapsamında değerlendirilip değerlendirilmeyeceği konusu tartışmaların temelini oluşturmaktadır. Vakıf hukuku ile ilgili teorik tartışmalarda menkul malların vakıf olup olamayacağı konusu ayrıntılı bir şekilde tartışıldığı gibi, ayrı bir kategori oluşturan paranın vakfedilmesi de ihtilaf konusu olmuştur.

Para vakıflarının Osmanlı öncesinde uygulandığına dair bir örnek mevcut değildir. Osmanlı uleması arasında da çok tartışılan bir konudur. Özellikle 16. Yüzyılın ortalarında gündeme gelen bu tartışmalar sırasında dönemin önde gelen ilim adamlarından biri olan ve Rumeli Kazaskerliği görevinde bulunan Çivizade Muhyiddin Mehmet Efendi’nin (öl. 1542) para vakıflarının dinen caiz olmadığını ileri sürmesi üzerine bir süre yasaklanmıştır. Onun etkisi ile hareket eden İmam Birgivi Mehmet Efendi’de (öl. 1573) para vakıflarının şer’-i şerife uymadığını gerekçesi ile şiddetli muhalefet etmektedir (Yediyıldız, 1984: 14; Aslan, 1998: 95-97). Ancak bu tartışmada dönemin güçlü şeyhülislâmları İbn Kemal, sûfi, fakih ve âlim olan halveti şeyhi Sofyalı Balı Baba (öl. 1552) ile Kanuni döneminin ünlü âlimlerinden Ebüssuud Efendi’nin tercihleri belirleyici olmuş ve Hanefî mezhebinin kurucu imamlarından İmam Züfer’in görüşü esas alınarak paranın vakfedilebileceği neticesine ulaşılmış ve konuyla ilgili çeşitli düzenlemeler yapılmıştır (Akgündüz, 1996: 219)

Özellikle Ebüssuûd Efendi tarafından formüle edildiği şekliyle para vakıflarının hukuki meşruiyeti konusundaki itirazlar kısmen bertaraf etti. Neticede para vakıfları, vakıf sistemi içinde yerini alarak yaygın bir şekilde uygulanır hale gelmiştir (Özcan, 2003: 28-50; Okur, 2005: 33-58). Ebüssuûd Efendi’nin verdiği fetvanın ardından İlk para vakıfları 15. yy başlarında

kuruldu. 16. yy sonlarına doğru hem Anadolu'da hem de Rumeli'de son derece popüler hale geldi.

Bu vakıfların kurulmasının en önemli kazancı esas itibarı ile yüksek gelir sahiplerinin yapabildiği gayrimenkul vakıflarından oluşan sektöre, küçük tasarrufları ile geniş halk kesimlerinin de katılmasını sağlayarak büyük bir genişleme ve dinamizm getirmesidir. Bu küçük tasarrufların sahipleri mevcut bir vakfa ilave yapabilecekleri gibi, aralarında birleşerek yeni vakıflar oluşturmaları da mümkün hale geldiği için vakıf sektörü önemli bir genişleme potansiyeli kazandı. Bu yolla esnaf loncaları, yeniçeri odaları, mahalleler, köyler vb. birimler yaygın şekilde para vakıfları kurup, aralarındaki dayanışmayı güçlendirerek refah ve riskleri paylaşma imkânı buldular. Özellikle mahalle ve köylerde avarız vergilerini ödemeye yardımcı olmak üzere kurulan para vakıfları çok yaygın ve etkili oldu. Avarız vergisi, devletin savaş gibi fevkalade masraflarını karşılamakta başvurduğu önemli bir vergi idi ve halk için ödenmesi hiç de kolay değildi (Genç, 2014: 17).

Para vakıflarına ilişkin ulaşılan ilk uygulama; Edirneli Hacı Yağcı Muslihuddin'in bazı dükkânları ile birlikte vakfettiği 10.000 akçesidir. 1442'de Osmanlı Valisi Balaban Paşa 30.000 akçesini bağışlamıştır. Fatih Sultan Mehmet döneminde para vakıflarında bir artış gözlenmiştir. Fatih döneminde en çok dikkat çeken para vakıflarından biri İstanbul'a et temin eden kasapların zararlarının sübvansiyonu için bir fon şeklinde oluşturulan vakıftır.

Para vakıflarının aracılığı ile gayrimenkul varlıkların yanında menkul değerlerin de vakfedilmesi mümkün hale geldi. Bu yolla nispeten küçük sayılabilecek birikimler de vakıf sistemine dâhil edilebildi ve vakıf sistemine dâhil olan fonlarda önemli artışlar oldu. Öte yandan, vakfedilen paraların çeşitli şekillerde işletilmesiyle de kredi piyasasına arz edilen nakit miktarı da arttı. Yasadışı tefeciliğe karşı yasal bir alternatif oluştu ve muamele oranlarına getirilen düzenlemelerle de kredi piyasalarında istikrarlı bir işleyişin gerçekleştirilmesine katkı sağladı (Akdağ, 1979: 256). 16. Yüzyılın başlarından itibaren söz konusu olan bu gibi gelişmeler konu ile ilgili tartışmaları azaltırken para vakıflarının yaygınlaşmasında da önemli rol oynadı.

Osmanlı döneminde başarılı hizmetler veren Para vakıfları diğer vakıflar ve kurumlarla birlikte zaman içerisinde çeşitli müdahalelere maruz kaldı. Birtakım suiistimallere konu edildi. Ekonomik krizlerden etkilendi. Ancak yine de Osmanlı Devleti'nin yıkılışına kadar varlıklarını ve faaliyetlerini sürdürmeyi başardı. Devlet idaresindeki merkezileşme eğilimine paralel olarak Evkaf

Nezareti'nin kuruluşundan sonra vakıflar peyderpey nezaretin idare ve denetimine geçerek merkezi bir yönetim tarafından işletilir hale getirildi. Evkaf Nezareti'nin hazinesinde toplanan vakıflara ait paraların zaman zaman devlet hazinesinin açıklarını kapatmak için müracaat edilen bir fona dönüşmesi vakıf sisteminin işleyişinde ciddi sıkıntıların ortaya çıkmasına yol açtı.

II. Meşrutiyet döneminde nezaret bünyesinde para vakıflarının doğrudan yönetimi için Terekat ve Nukûd-ı Mevkûfe Kalemî gibi birimler oluşturulmuştur. Nukûd-ı Mevkufe Sandıklarında 1908 yılında 90.000 Osmanlı lirası bulunduğu, bu paranın işletilmesi için 11.000'den fazla muamele-i şer'iyeye (şer'i işlem - İslamiyet'e uygunluk işlemi) yapıldığı kaydedilmektedir (Öztürk, 1995: 138 v.d.). II. Meşrutiyet döneminde vakıf arazilerin satışından elde edilecek sermaye ile bir 'Evkaf Bankası' kurulması kararlaştırıldı. 1913'te kurulan bankanın hisse senetlerinin ise para vakıfları aracılığı ile satın alınması düşünülmüştü. Ancak 1914'te 1. Dünya Savaşı'nın başlamasıyla bu teşebbüs yarım kaldı ve banka faaliyete geçemedi (Öztürk, 1995: 141-142). Para vakıfları Cumhuriyet döneminde de varlıklarını ve faaliyetlerini önceleri Şer'iyeye ve Evkaf Vekâlet'inin daha sonra da Evkaf Umum Müdürlüğü'nün yönetiminde sürdürmüştür. Nihayet, 1954 yılında kurulan Türkiye Vakıflar Bankası'nın kuruluş sermayesinin önemli bir kısmını bu vakıfları oluşturmuştur.

B - Para Vakıflarının Amaçları

Kuruldukları ilk dönemlerde para vakıflarının genel olarak amacı insanların çeşitli ihtiyaçlarının (avarız türü vergilerinin ödenmesi, dini ve eğitim ihtiyaçlarının karşılanması, vakfa ait bina ve kuruluşların düzenli bir şekilde işletilebilmesi, çalıştırılan elemanların ücretlerinin ödenebilmesi gibi) karşılanmaktı. 18. yüzyıla gelindiğinde ise para vakıflarının en fazla kaynak ayırdıkları alanın vakfın esas kuruluş amacı olarak ifade edilmekle birlikte çok geniş ve değişik amaçlarla da kuruldukları ve değişik alanlara da kaynak aktardıkları görülmektedir (Çiftçi, 2004: 52). Buradan hareketle para vakıflarının kuruluş amaçlarını birkaç başlık altında toplayabilmek mümkündür.

1 - Hirfet (meslek – Sanat) gruplarının kredi ihtiyaçlarının giderilmesi: Para vakıfları vasıtasıyla kredi işlemleri bir anlamda kurumsallaşmış, kredi arzının artması ve kişilerin kredi ihtiyaçlarının karşılanması için kurumsal bir altyapı oluşturulmuştur. Para vakıfları bu fonksiyonları ile piyasada yüksek faiz oranları ile yapılan ribâhorluk (tefecilik) önlenmesinde etkili olmuştur (Akdağ, 1979: 256). Kredi maliyetlerinin belirlenmesinde ve bu alanda piyasa istikrarının sağlanmasında önemli bir fonksiyon icra etmeye başlamıştır.

Nitekim tefeciler tarafından uygulanan % 40, % 50 gibi yüksek faiz oranlarına karşılık para vakıflarının yaptığı işlemlerde muamele oranları % 10 ile % 20 arasında değişmektedir.

2 - Sosyal işlerin yerine getirilmesi: Bayındırlık ve temizlik faaliyetlerinin gerçekleştirilmesi, avarız türü vergilerin ödenmesi, hayır işlerinin karşılanması amacıyla kurulmuşlardır. Para vakıfları Osmanlı toplumunun sosyal ve iktisadî hayatındaki gelişmelere paralel olarak zaman içerisinde farklı uygulama alanları bulmuş, buna bağlı olarak fonksiyonlarında da bir artış meydana gelmiştir. Gayrimenkul vakıflarına göre daha esnek ve değişken bir yapı arz eden para vakıfları başlangıçtaki faaliyet ve hizmet alanlarına yenilerini ekleyerek Osmanlı cemiyetinde önemli birer dayanışma ve sosyal güvenlik müessesesi olma özelliği kazanmıştır.

3 - Para vakıflarının özellikle aynı yaşam ve faaliyet alanına sahip olan ve benzer risklere maruz kalan grupların fertleri ve kurumları arasında bir dayanışma ve sosyal güvenlik müessesesi olarak geliştirildiği görülmektedir. Özellikle yeniçerilerin orta sandıkları, esnaf birliklerinin kendi arasında oluşturduğu esnaf sandıkları ile mahalle ve köylerde kurulan avarız vakıfları cemiyetin belli kesimlerinin kendi aralarındaki ortak faaliyetlerinin yürütülmesi. Ortak ihtiyaçların karşılanması, dayanışmanın artmasında ve mali sıkıntıya düşen mensuplara ya da ailelerine yardım edilmesi gibi hizmetler görmüşlerdir. Bu açıdan para vakıflarının, sosyal güvenlik ve işsizlik sigortası gibi fonksiyonlar icra ettikleri söylenebilir.

4 - Hayır yapmak isteyen ancak yeterli malî gücü olmayan, ya da malî gücü yeterli olmakla birlikte vakıf olmaya elverişli gayrimenkul bulamayan kişilerin de hayır yapmalarına imkân tanınmasıdır. Bu şekilde vakıf sisteminin daha da genişlediğini söyleyebilir. Öte yandan para vakfı olmamakla beraber benzer prensiplerle işletilen eytam sandıkları da toplumun zayıf ve korunmaya muhtaç bir kesimini oluşturan yetimler için bir güvenlik şemsiyesi oluşturmuştur. Buna ilaveten çiftçilerin kredi ihtiyacını karşılamak için para vakıfları örnek alınarak oluşturulan memleket sandıkları da çiftçiler için benzer bir fonksiyon icra etmiştir (Özcan, 2003: 79-87).

5 – Eğitim ve dini kurumlarının ihtiyaçlarının giderilmesi.

C - Nakit Para Vakıflarının Hukukî Mahiyeti

Çoğu Fıkıh kitaplarında küçük bir fikhî mesele olarak ele alınan nakit para vakfı konusu Osmanlı döneminde önem kazanmıştır. Nakit para vakalarına

izin verilmesi konusunda Osmanlı hukukçuları ve şeyhülislamı Vakıf paraların işletilmesi yollarından biri olan “muâmele-i şer’iyye” usulünün İslam’ın yasak ettiği “faiz” konusuyla yakından ilgili olması sebebiyle uzun süre tartışıldı(Akgündüz, s 216). Fıkıh kitaplarında ve Ulemanın büyük ekseriyeti kendisini tüketmeyince menfaati hâsıl olmayan altın, gümüş, yiyecek ve içecek maddelerin vakfı caiz görülmemiştir. Burada altın gümüşten kasıt dinardır. Ziyet eşyası değildir. Kitaplarda “Dirhemleri, ölçülen şeyleri vakfetmek caiz olmaz” gibi kaideler bulunmaktadır (Fetevâ-i Hindiyeye, 2004: 515). Bunun yanında “bir kimsenin nakit veya mekilât (buğday, arpa gibi kile ile ölçülen şeyler) gibi bir malını bilâhare mislini almak üzere bir şahsa vermesine karz veya ikraz (ödünç verme – borç verme) denir”. “Bir ödünç mukabilinde alınan nemâya “rıbh” (faiz) denilir. Faizsiz olarak verilen borca da “karz-ı hasen” denilmektedir (Fetava -yı Hidiyye, 2004: 515).

Taşınır malların vakfedilmesine cevaz veren âlimlerden birisi İmam Muhammed b. Hasan Al Şeybani’dir (Çağatay, 1971: 4). Hz. Ebu Hanefi’nin öğrencileri olan İmam Ebû Yusuf ve İmam Muhammed’e göre, menkul malların vakfı ancak kayıtsız şartsız gayr-i menkule tabi olmak şartıyla caizdir. Osmanlı uygulamalarında nakit para vakfedenlerin çoğunluğu, paralarını bir akara tabi olarak vakfederler ve vakıfnameyi birlikte düzenlerlerdi (Akgündüz, 1996: 218). İmam Ebû Yusuf’un vakıf konusunda çok esnek davranmasının sebebi, onun sadece bir hukukçu değil, aynı zamanda ilk defa kadiü’l-kudât (Kadıların Kadısı – Büyük Kadı) unvanı ile resmi kadı olmasından kaynaklanmaktadır. İmam Ebû Yusuf u bu görevi yaparken sosyal gerçekleri görme ve sezme imkânını bulmuş ve kanun yaparken hem hükümet politikası ile devrin iktisadi ve sosyal şartlarını, hem de dini prensipleri göz önüne almıştır (Yediyıldız, 1982: 156).

İmam Ebû Hanife’nin tedrisinde en uzun zaman geçiren ve kıyası en iyi bilen diye taltif ettiği İmam-ı Züfer’in nakit paraların vakfının kayıtsız şartsız caiz olduğuna dair fetvası öğrencisi Muhammed b. Abdullah el-Ensâri tarafından nakledilmektedir. Hatta bu fetvada vakfedilen paraların nasıl işletileceğine dair kurallar da belirtmektedir (Akgündüz, 1996: 218). Muteber hukuk kitaplarının hepsi teamül haline gelen menkul vakfının caiz olduğunu İmam Muhammed’den nakletmektedirler. İmam Muhammed bunu ifade ederken “insanların örf ve âdet haline getirdiği şey” demektedir (Aslan, 1998: 98). Şey” tabiri belli menkullere münhasır değildir. Sonradan Hanefî hukukçular hayvan ve elbise vakfını, İmam Muhammed zikretmemesine rağmen “şey” tabirinin içine sokmuşlar ve caiz görmüşlerdir. Nakit para

konusunda ise, teamül olursa caiz olur demişlerdir. Nakit paranın da menkul kelimesinin içine girdiğinden şüphe yoktur. Ancak vakfı teamül edilen menkuller, “intifa ile aynı bâkî kalan” menkullerdir denirse, nakit para da “mislinin bekası aynın bekası hükmündedir” şeklindeki meşhur kaide işletilecektir (Akgündüz, 1996: 219).

D - Para Vakıflarının İşleyişi ve Verilen Hizmetler

İşleyiş açısından para vakıflarının gayrimenkul vakıflarından bir farkı yoktur. Diğer vakıflar gibi vakfın şartlarının yazılı olduğu bir belge yani “vakfiye” doğrultusunda işletilmiştir. Vakfiye ’de öncelikle vakfın kuruluş amacı, vakfedilen mal varlığı, gelirler beyan edilmiş ve daha sonra vakfın vereceği hizmetler sayılmıştır. Vakfın kimler tarafından yönetileceği, müteveli belirlenmiş ve vakfın kuruluşuna şahit olan kimselerin isimleri listelenmiştir (Değer ve Erdoğan, 2009: 90). Şer’i makamların tasdiki vakfın kurulması için yeterli sayılmış ve vakıf, başka herhangi bir işlem yapılmaksızın, idari ve ekonomik açıdan bağımsız bir kurum olarak kuruluş amaçlarına uygun olarak hizmetlerine başlamıştır (Ataseven, 1999: 223).

Kuruluşu gerçekleştirilen bir para vakfının sermayesi müteveli heyeti tarafından işletilir. Elde edilen gelir vakfın kuruluş amacına yönelik olarak vakfiyede öngörülen hizmetlerin gerçekleştirilmesi için harcanırdı. Vakfın yazışmaları ve muhasebesi için kâtip, tahsilât işlemleri için de ‘‘cabi’’ adı verilen tahsildarlar istihdam edilirdi. Yapılan işlemlerin denetimi ise ‘‘nâzır’’ tarafından gerçekleştirilirdi. Bunun dışında, vakfiyenin tescilinden itibaren vakıfla ilgili yapılan işlemler ve muhasebe kayıtları periyodik olarak kadılar tarafından denetlenir, usulsüzlük veya suiistimal tespit edildiğinde ilgilisi hakkında adli ve idari cezalar verilir, gerektiğinde vakfın uğradığı zararların tazmin edilmesi sağlanırdı.

Para vakıflarının işleyişinde temel prensip, vakfedilen paranın aslına dokunulmadan (anapara muhafaza edilerek) işletilmesi ve elde edilen gelirin vakıf amaçları doğrultusunda harcanmasıdır. Para vakıfları, bir taraftan ait oldukları bölgedeki sosyal hizmetleri sağlarken, diğer taraftan halka kredi sağlama görevini yerine getirmiştir. Bu doğrultuda, bünyelerinde fonları olan bu vakıflar ihtiyaç sahiplerine kredi vererek, piyasalardaki para darlığını ortadan kaldırmış ve tefecilerin ortaya çıkmasına engel olmayı başarmışlardır. Vakıf sistemi para vakıflarının bağımsız şekilde faaliyetlerini sürdürmesini öngörür. Ancak, bu bağımsızlık denetimsizlik olarak kabul edilmemelidir. Vakfi

yönetme yetkine sahip mütevellinin, vakfiye şartlarına uygun olarak vakfi yönetip yönetmediği kadı ve nazırlar tarafından denetlenmiştir.

SONUÇ

Osmanlılarda vakıf kültürü büyük önem taşımaktadır. Ancak Para vakıflarının ilk ortaya çıkışı ciddi fıkıh tartışmalarının sonunda oldu. Başlangıçta büyük şehirlerde ve devletin Batı bölgelerinde kurulmaya başlanan nakit para vakıfları kısa sürede ülkenin en ücra yerlerine kadar yayıldı. Yerinden yönetim kurumları olan para vakıfları vakfiyelerinde yazan görevlerini sürdürebildiği 16. yüzyıldan 19. yüzyıla kadar olan dönemde eğitim, dini, sağlık, bayındırlık, küçük esnaf ve sanatkârların desteklenmesi, ihtiyaç sahiplerine kredi verilmesi gibi pek çok alanda topluma büyük yarar sağladı. Faizin yasak ve çok yüksek olduğu bir iktisadî ortamda kredi arzını artırarak ekonomiye adeta nefes alma imkânı verdi. Hukuken faiz sayılamayacak bir kategoride, piyasadaki şartlara göre %10-15 arasında bir maliyetle kredi veren sektör olarak büyük gelişme gösterdi. Bu sayede üretim sektörlerindeki küçük ölçekli birimler, ihtiyaç duyduğu kredilere kolayca ve ucuza erişebilme imkânı buldu. Para vakıflarının önemli bir katkısı da, vergi iltizam sistemini kredilendirmekte olan sarraflara, ihtiyaç duydukları mevduatı sağlayarak, devlet maliyesinin aksamadan faaliyetini sürdürmesine yardım etmesi oldu.

Zamanla önemli miktarda nakit sermaye birikimlerinin olmasından dolayı para vakıfları önce Tanzimat döneminde Evkaf Nezaretine bağlandı. Bu dönemde vakfın paraları bir ara devlet borçlarının ödenmesi için de kullanıldı. II. Meşrutiyet döneminde Evkaf Nezaretinin denetimine alındı. Cumhuriyet döneminde ise Vakıflar Bankası'na devredildi. Bu itibarla para vakıfları aynı zamanda bankacılık tarihi açısından önemli bir kurumdur.

KAYNAKÇA

- Akdağ, Mustafa (1979), *Türkiye'nin İktisadi ve İçtimai Tarihi*, C. 2, Tekin Yayınları, İstanbul.
- Akgündüz, Ahmet (1996), *İslam Hukukunda ve Osmanlı Tatbikatında Vakıf Müessesesi*, Osmanlı Araştırmaları Vakfı Yayınları, İstanbul.
- Aslan, Nasi (1998), "Osmanlı Toplumunda Para Vakıflarının Kurumsallaşmasında Rol Oynayan Faktörler", *Dinî Araştırmalar*, C. I, Ankara.
- Ataseven, Asaf (1999), "Osmanlı'dan Günümüze Vakıflar", *Aksiyon Dergisi*, S. 223.
- Berki, A. Himmet (1962), "Vakıf Kuran İlk Osmanlı Padişahı", *Vakıflar Dergisi*, S. 5, Ankara.
- Berki, A. Himmet (1965), "Vakıfların Hukuki ve Tarihi Bakımdan Kıymeti", *Vakıflar Dergisi*, S. 5, Ankara.
- Berki, A. Himmet (1966), *İstilah ve Tabirler*, Doğu Matbaası, Ankara.
- Berki, Şakır (1969), "Vakfın Mahiyeti", *Vakıflar Dergisi*, S. 8, Ankara.
- Çağatay, Neşet (1971 – Tıpkı Bs. 2006), "Osmanlı İmparatorluğu'nda Riba-Faiz Konusu Para Vakıfları ve Bankacılık", *Vakıflar Dergisi*, CIX, Ankara.
- Çiftçi, Cafer (2004), *Bursa'da Vakıfların Sosyo-Ekonomik İşlevleri*, Gaye Kitabevi, Bursa.
- Değer, Alper ve Canan Erdoğan (2009), "16 ve 18. Yy. arasında Bursa'da Para Vakıfları ve Bursa Ekonomisine Etkileri", *Uludağ Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi* C. 28, Bursa.
- Develioğlu, Ferit (1980), *Osmanlıca Türkçe Ansiklopedik Lügat*, Doğu Matbaası, Ankara.
- Fetevâ -i Hindiyye Ansiklopedik İslam Fıkhı (2004), C. IV, (Terc.: Mustafa Efe), (Yay. Haz.: İsmail Karakaya), Huzur Yayınları, Ankara.
- Genç, Mehmet (2014), "Klâsik Osmanlı Sosyal-İktisadî Sistemi ve Vakıflar", *Vakıflar Dergisi* S. 4.
- İbn-i Abidin, *İslam Âlimleri Ansiklopedisi* C. IX.
- Okur, Kâşif Hamdi (2005), "Para Vakıfları Bağlamında Osmanlı Hukuk Düzeni ve Ebüssuûd Efendinin Hukuk Anlayışı Üzerine Bazı

Değerlendirmeler’’, *Gazi Üniversitesi Çorum İlahiyat Fakültesi Dergisi*, C. IV, S. 7-8, Ankara.

Özcan, Tahsin (2003), *Osmanlı Para Vakıfları: Kanuni Dönemi Üsküdar Örneği*, Türk Tarih Kurumu Yayınları, Ankara.

Öztürk, Nazif (1995), *Türk Yenileşme Tarihi Çerçevesinde Vakıf Müessesesi*, Türkiye Diyanet Vakfı Yayınları, Ankara.

Pakalın, Mehmet Zeki (1983), *Tarih Deyimleri ve Terimleri Sözlüğü*, C. 3, MEB yay, Devlet Kitapları, İstanbul.

Yediyıldız, Bahaeddin (1982), ‘‘Vakıf’’, *İslam Ansiklopedisi*, C. XIII, İstanbul.

Yediyıldız, Bahaeddin (1984), ‘‘XVII. Asır Türk Vakıflarının İktisadi Boyutu’’, *Vakıflar Dergisi*, S. 18.

Sanal Gerçeklik ve Turizm

Virtual Reality and Tourism

Tugay ARAT*
Sedef BALTACIOĞLU**

ÖZ

Gelişen bilgi iletişim teknolojileri sayesinde, kişilere sanal bir dünyada buldukları hissini yarattığı ve kişilerin bu dünya ile etkileşime girebildikleri ortamlar oluşturulabilmektedir. Artık insan etkisinin giderek azaldığı bir geleceği hep birlikte kullanır hale gelmekteyiz. Teknolojinin gelişimi, yeni fikirlerin her türlü alanda uygulanabilir örneklerinin ortaya çıkmasını sağlamaktadır.

Sanal gerçeklik, mühendislik, tıp, askeri alanlarda olduğu kadar turizmde de önemlidir. Ülke tanıtım çalışmalarında, giderek kullanımının artması beklenmektedir. Özellikle yerel ve bölgesel turistik destinasyonların kendilerini tanıtmalarında yer bulmaktadır. Turizm acentelerinin, sanal turlar ile fark yaratacakları ve başarılı olacakları aşikârdır.

ANAHTAR KELİMELELER

Sanal Gerçeklik, Turizm, Sanal Tur

Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu Dergisi Yıl:2016 Cilt:19 Sayı:1 ss.103-118 **Makale Gönderim Tarihi:** 29/03/2016 - **Kabul Tarihi:** 09/04/2016

* Doç. Dr., Selçuk Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Seyahat İşletmeciliği ve Turizm Rehberliği Bölümü, tarat@selcuk.edu.tr

** Yüksek Lisans Öğrencisi, Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Seyahat İşletmeciliği ve Turist Rehberliği Anabilim Dalı, sedefbaltacioglu.07@gmail.com

ABSTRACT

Thanks to developing information and communication technologies, environments in which people have been felt that they were in a virtual world and they could interact with that world, can be created. We are all made use a future on which people's impact is decreasing gradually. Development of technology contributes to emergence of the samples of new ideas that can be applied to all kind of areas.

Virtual reality is important in tourism as much as in engineering, medicine and military areas. Its use has been expected to raise in country advertising works. It has a place especially in local and regional touristic destination advertising. It is clear that tourism agencies will make a difference and they will be successful thanks to virtual tours.

•

KEYWORDS

Virtual Reality, Tourism, Virtual Tour

GİRİŞ

Sanayi çağından bilgi çağına geçtiğimiz günümüzde, teknolojinin hızla gelişmesiyle birlikte internet kullanımı hızla artmaya başlamıştır. İnternet, dünya üzerinde bilgi akışını hızlandırmakta ve zaman ve mekân konusunda avantajlar sağlamaktadır. İnsanların hayatlarını kolaylaştırması nedeniyle sanal ortama olan ilgileri de çoğalmaya başlamıştır. Bu da yeni ve modern teknoloji ile birlikte sanal tur, sanal gerçeklik gibi kavramların gündeme gelmesini sağlamıştır. Günümüzde sanal tur kavramının hızla yayılmasıyla birlikte merak tutkusunun artmasını sağlamak amacıyla panoramik görüntülere dayalı destinasyon alanlarının turistlere sunulması, ürün ve hizmetleri tutundurmakla kalmayıp aynı zamanda daha fazla müşteri çekerek gelir elde ettikleri bir ortam haline gelmiştir.

Sanal Gerçeklik ise, bizlere üç boyutlu dünyanın kapılarını aralamaktayken iki boyutlu tasvir ve çizimleri demode olmuştur. Bunun da ötesinde, bize gerçeğe yakın bir deneyim olanakları sunmaktadır. Bu durum, tasarladığımız sistemleri kavrama ve algılama gücümüzü arttıracaktır. Sanal gerçeklik, şu ana dek eğlence dünyasından, medikal alanda karmaşık bilimsel deneylere kadar, çok geniş bir sahada pek çok uygulama alanı bulmuştur. Aynı zamanda eğitimin her alanında geleneksel öğrenme araçlarına ciddi bir rakip olarak ortaya çıkmaktadır ve yeni fırsatlar ortaya koymaktadır (Bayraktar ve Kaleli, 2007: 1-2).

Bilgi ve iletişim teknolojilerinin yoğun olarak kullanıldığı önemli sektörlerden bir diğeri de turizmdir. Özellikle, turizm destinasyonlarının paylaşılması ve yayılması konusunda önemli bir yere sahip olan bilgi ve iletişim teknolojileri günümüzde hızlı bir gelişme göstermektedir. Araştırmalara bakıldığında, internetin seyahat bilgisi edinmede ve seyahat kararı vermede, önemli araçlardan biri olduğu görülmektedir. Bilgi teknolojilerindeki yaşanan büyük gelişim, turistlerin bilgi ve tatil planı arayışları da dâhil olmak üzere insanların günlük hayatlarını etkileyici bir şekilde değiştirmiştir (Ateş ve Boz, 2015: 65).

Bu çalışmada da turizm pazarına yeni girmiş olan sanal gerçeklik kavramı üzerinde durulup bunun etkileri üzerinde teorik bir araştırma yapılmaya çalışılmıştır. Çalışmanın birinci bölümünde sanal gerçeklik kavramı açıklanmaya çalışılmış, sanal gerçekliğin tarihsel gelişimi ve ilk örnekleri üzerinde durulmuştur. İkinci bölümde, Türkiye'deki sanal gerçeklik ve sanal gerçeklik kullanım alanları üzerine bilgiler verilmiştir. Üçüncü bölümde ise,

sanal gerçeklik sistemlerinin turizmde uygulanması, bunun getireceği avantajlar, sanal turlar, sanal turların tarihçesi ve sanal tur çeşitleri hakkında literatürde olan bilgiler ele alınmıştır. Son bölümde ise çalışmadan çıkan bulgular değerlendirmeye sunulup, uygulamada herhangi bir zarar veya fayda görülüp görülmeceği ve turistlerin bu konu hakkındaki bakış açılarının ne olduğu ortaya konulmuştur.

1. SANAL GERÇEKLİK

Bilgisayar teknolojileri geliştikçe insan-bilgisayar etkileşimi teknolojileri de gelişerek insan algısına daha tanıdık gelen ifadelerin oluşmasına olanak sağlamıştır. Bu ifadelerden biride sanal gerçekliktir. Sanal gerçeklik, temelinde mekânsal verilerle gerçek zamanlı etkileşimi gerçekleştirme deneyimi sağlayan uygulamaların genel adı olarak kullanıcı topluluklarının, hükümetlerin ve akademisyenlerin üzerinde hemfikir oldukları bir terimdir (Töre, 2010: 5). Gürcan ise sanal gerçekliğin, iletişim ve bilgi-işlem sistemleri aracılığıyla, hayali ya da uzaktaki bir gerçek mekânın kullanıcı tarafından yönlendirilmesi ile oluştuğunu belirtmektedir (Gürcan, 1999: 23). Bir başka tanımda ise, sanal gerçeklik, temelde yapay gerçekliktir fikri üzerinde durulmaktadır. İşlevleri ve etkileri ile var olan, fakat alışlagelmiş gerçek ortamın dışında ve yapay olarak algılanan durumdur (Karasar, 2004: 120).

Sanal gerçeklik, bilgisayar ortamı içerisinde oluşturulur ve bu ortama katılanlar üzerinde bıraktığı etkiler çeşitlidir. Dagit'den aktaran Karasar, sanal gerçekliğin katılımcılar üzerindeki etkilerini şöyle belirtmektedir;

- Ortam katılımcıyı içine almaktadır,
- Katılımcı orada bulunduğunu hissetmektedir,
- Katılımcı çevre ile etkileşimdedir,
- Katılımcı ortamı incelemek ve ortam içinde etkinlikte bulunmakta özgürdür,
- Birden fazla kullanıcı, eşzamanlı olarak, aynı ortam içinde etkileşime girebilir (Karasar, 2004: 120).

Sanal gerçeklik, teknolojik araçlarla insanların zihinlerinde gerçek bir ortamda bulunma hissini vermekle birlikte ortamda bulunan objelerle etkileşimde bulunmalarını da sağlayan bir teknolojidir (Çavaş ve diğerleri, 2004: 110). Bir tanıma göre de sanal gerçeklik, bilgiler ile insanı entegre şeklinde gören bir bilimdir. Üç boyutludur, etkileşimlidir, bilgisayarda oluşturulan ortamlardır. Bu ortamlar, gerçek ya da hayali dünyaların modelleri olabilir (Warwick ve diğerleri, 1993: 3).

Sanal gerçeklik 1950'lere ilk ortaya çıkmıştır ve tarihi Ray Bradbury'e kadar uzansa da gerçek yaratıcısı olarak kabul edilen kişi bir bilim kurgu yazarı olan William Gibson'dır. Her ikisi de edebiyatçıdır. Sanal gerçeklik kavramının da ilk defa edebiyatçılar tarafından kullanılması ile bir kez daha insanoğlunun hayal gücü teknolojinin bir adım önünde olmayı başarmıştır" (Kurbanoğlu, 1996: 23). Sanal gerçeklik kavramını ifade etmek için farklı terimler kullanılmaktadır. Bunlar; siber uzay (cyberspace), yapay gerçeklik (artificial reality), sanal dünya (virtual world), sanal çevre (virtual environment)'dir. Sanal gerçeklik teriminin ortaya çıkışı tarihi 1980'lerdir ve bu terimi ilk defa 1989'da Jaron Lanier kullanmıştır (Derman, 2012: 6).

1990'lardan günümüze kadar olan süreçte sanal gerçeklik ürünleri ticarileşmiştir. Bunlardan bazıları; Polhemus tarafından gerçekleştirilen elektromanyetik pozisyon izleme sistemi, Ascension tarafından geliştirilen ve bir diğer manyetik izleme sistemi olan "Flock of Birds8", Virtual Technologies Inc. Tarafından geliştirilen "Cyber Glove" ve bu şirket tarafından 2000'lerde geliştirilmiş, kuvvet-geri beslemeli (force- feedback)'dir (Töre, 2010: 15).

"Sanal gerçeklik, bilgisayar ortamında grafikler, renkler, canlandırmalar ve ses efektleri ile yaratılan bir ortamın (sanal) insan duyuları ile birleştirilmesi, bir kişinin kendisini o ortamın bir parçası gibi hissetmesi yaklaşımı üzerinde yapılandırılmıştır. Sanal gerçeklikte en önemli hedeflerden biri kullanıcının ortama tam anlamıyla hâkimiyet sağlaması ve her yönüyle ortamın bir parçası olmasıdır. Uçuş simülatörleri, sanal gerçeklik olayının ilk örnekleridir" (Türker, 2007: 4-5). Uçuş simülatörleri, eğitim aşamasındaki pilot adaylarının bilgisayar aracılığı ile yaratılan ve kontrol edilen kabinde uçuş deneyimi sağlar. Uçuş sırasında meydana gelen açı ve durum değişiklikleri, pilot kabinine yansıtılmakta ve adaylar uçuş sırasında karşılaşabilecekleri olayları uçuş öncesinde yaşamaktadır (Eryalçın, 1994: 20-27).

2. TÜRKİYE'DE SANAL GERÇEKLİK UYGULAMALARI

Türkiye'de, sanal gerçeklik sistemlerinin geliştirilmesi için üretim ve tasarım aşamasında yapılan çalışmalar çok azdır. Bunun sebebi, ülkemizde donanım üretiminin yapılamaması dolayısıyla donanım ürünlerinin ithal edilmesidir. Ancak üç boyutlu web sitesi tasarımı e- ticaret amaçlı sanal gerçeklik sistemleri oluşturulmuştur (Derman, 2012: 8).

Sanal gerçeklik ile ilgili ülkemizde yapılan çalışmalardan bazıları şunlardır: Crytek ve Bahçeşehir Üniversitesi işbirliği ile Türkiye'nin ilk Sanal Gerçeklik (VR) merkezi kurulmuştur. Merkez, önümüzdeki 10 yıla damga

vurması beklenen ve 2020 yılında 30 milyar dolarlık pazar büyüklüğüne ulaşacak VR teknolojisini kullanarak, yenilikçi fikirlerini hayata geçirmek isteyen genç geliştirici ve girişimcilerin kullanımına sunulmuştur. İşbirliği içerisinde, Sanal Gerçeklik (VR) teknolojisinin potansiyelini göstererek, farkındalık yaratılması ve VR geliştiricilerin ihtiyaç uydugu tüm profesyonel donanımına ulaşması amaçlanmıştır. Bahçeşehir Üniversitesi Galata Kampüsü'nde yer alan bu merkezde AMD, Logitech ve MSI gibi büyük firmaların desteğiyle geliştiriciler, son teknoloji donanım ve sanal gerçeklik malzemeleri kullanarak projeler geliştirebileceklerdir (<http://onedio.com>, 2016).

Diğer bazı çalışmalardan biri Migros marketlerinin sanal mağazası için oluşturduğu üç boyutlu bir internet sayfasıdır. Türkiye'de eğitim alanında da sanal gerçeklik çalışmaları yapılmıştır. Türkiye'de, iletişim teknolojilerindeki yeniliklerin eğitim alanında nasıl kullanılıp yaygınlaştırılacağı konusunda çalışmalar sürmektedir. Bu kapsamda, dünyadaki sanal üniversite uygulamaları incelenmiş ve çalışmanın bir bölümü olarak, Türkiye'deki üniversitelerin sanal eğitime olan gereksinimleri, istekleri ve bu konudaki olanakları belirlenmiştir. Türkiye'deki sanal eğitim uygulaması, ilk kez İstanbul Bilgi Üniversitesi tarafından başlatılmıştır, lisansüstü eğitimde İşletme Yönetimi alanındadır. İnternet üzerinden gerçekleştirilen bu eğitim programıyla, bilginin önündeki yer ve zaman engelleri kaldırılmıştır (Karasar, 2004: 121-122).

Mimarlık mühendislik alanındaki uygulamalar ile tasarımcı veya müşteri yapılması planlanan evin içinde gezebilmektedir. Kullanım sebebi ise sanal gerçeklik uygulamalarının CAD yazılımlarından daha iyi olmasıdır. Daha iyi olmasını sağlayan etken, insanın oluşturulan mekân içerisinde gezebilmek imkânının olmasıdır. Bu imkân tasarımcı ve müşteriye gerçeklik hissi vermektedir. Ayrıca sanal gerçeklik sayesinde güvenlik testleri de yapılabilmektedir (Derman, 2012: 12). Sanal gerçeklikte binayı dolaşip değişik açılardan binayı gören müşteri, binanın bitmiş halini görmüş gibi olur. Projede değişiklik yapılması hususunda bu durum son derece önemlidir (Kurbanoğlu, 1996: 25). Ayrıca sanal gerçeklik çalışmaları ile yerçekimi dünyanınkinin iki katına veya yarısına sahip yapay ortamlar yaratılarak, binalar ve şehirler üzerinde sanal deprem testleri yapılmaktadır. Sanal gerçeklik sayesinde aya seyahat, okyanuslarda gezinme imkânı gibi aktiviteler sağlanabilir (Thierauf, 1995: 165-173).

Sanal gerçeklik uygulamalarıyla tıp öğrencileri, ilk ameliyatlarını sanal ortamda gerçekleştirebilmektedirler. Sanal gerçeklik sistemleri çok önemli göz, beyin, omurilik zedelenmesi veya sinirsel bozuklukları gibi ameliyatların hasta

üzerinde yapılmadan önce sanal ortamda denenmesini sağlar. Estetik ameliyatlarda kişinin geçireceği ameliyat sonrası halini görme şansı bulunmaktadır. Bu durum kişinin analiz etme ve karar vermesini sağlamaktadır (Derman, 2012: 14). Gelecekte Sanal gerçeklik, doktorların daha karmaşık operasyonları tekrar etmelerini, birden çok cerrahi yöntemlerin sonuçlarını görebilmelerini, ilaç tedavisinin etkilerini anlamalarını sağlayacaktır (Çavaş ve diğerleri, 2004: 115).

Sanal gerçeklik eğitimin her aşamasında kullanılmaktadır. Yaşayarak öğrenmenin kalıcılığı sayesinde eğitim daha verimli olmaktadır. Özellikle aşağıdakiler örnek olarak gösterilebilir;

- Dil eğitiminin daha verimli hale getirilmesi
- Tehlikeli kimya deneylerinin güvenli yapılması
- Uzak coğrafyaların gerçekmiş gibi görülebilmesi
- Tarih dersinin görsel hale getirilmesi
- Evden ayrılmadan eğitime sanal ortamdan devam edilmesi
- İşimizle veya günlük yaşamımızda pratik ve tecrübe gerektiren durumların sanal ortamda yaşanması
- Çocuklar için onlara sıkıcı gelen matematik, fizik, biyoloji gibi derslerin zevkli hale getirilmesi (Derman, 2012: 15).

3. SANAL GERÇEKLIK SİSTEMLERİNDE TURİZM

Sanal gerçekliğin bir tanıtım aracı olarak kullanılmasıyla, kişi kendini tatilde gibi hissedebilecektir ve yaşadığı deneyim sonucu tatil için gitmek istediği yere tam olarak karar verebilecektir. İnsanlar normalde gitme şansları veya buna ayıracak geniş vakitleri olmadığı için göremeyecekleri yerleri sanal gerçeklik uygulamaları sayesinde görebilirler. Bu konudaki zorluk ise gerçekçi görüntülerin elde edilmesidir. Bu konuda büyük veri tabanlarına ve gelişmiş bilgisayar sistemlerine ihtiyaç duyulmaktadır (Derman, 2012: 15-16).

3.1. TURİZMDEKİ AVANTAJLARI

Turizm sektörü, sanal gerçeklik teknolojisinin avantajlarından büyük ölçüde yararlanabilecek sektörlerden biri konumundadır. Bu üstün teknoloji ile gitmeyi istediğimiz turistik yerleri görmek, Mars'a yolculuk yapmak, Ay'da gezinti yapmak, ışık hızıyla seyahat etmek mümkün olmaktadır. Bu konuda ABD'de Carnegie Mellon Üniversitesinde yapılmış olan bir örnek olarak ışık hızıyla seyahati gösteren bir sanal gerçeklik sistemi elde edilmiştir (Kurbanoğlu,1996: 27).

Sanal Gerçekliğin turistik amaçla kullanıldığını gösteren bir başka örnek, “Canadian Rockies”in bilgisayarda sanal bir model yaratılarak oluşturduğu çalışmadır. İki kişinin aynı anda buldukları yeri değiştirmeden bu deneyimi yaşamaları sağlanmıştır. Bir diğer örnek ise Fransa’nın Burgundy bölgesinde Fransız devrimi sonrasında yok edilen ‘Theabbey of Cluncy’dir ve sanal gerçeklik sayesinde bilgisayarda yeniden oluşturulmuştur. İsteyenler sanal gerçeklik ile bu binanın katlarında rahatlıkla dolaşabilmekte, duvarlarındaki en ince ayrıntıları bile gözlemleyebilmektedir (Bayraktar ve Kaleli, 2007: 2).

Turizmde her türlü pazarlamanın ve rezervasyonların sanal ortamda yapılması da (Bayer, 1998: 3) internetin çok yaygın kullanıldığı dünyamızda turizmin avantajlarından biridir. İnsanların evlerinden çıkmadan, sanal gerçeklik uygulaması ile gitmek istedikleri otelleri gezip, odalarını önceden 3 boyutlu görerek seçmeleri, insanların gözünde diğer otellere göre o otel için daha olumlu imaj yaratılmasına neden olacaktır. Otel personeli içinde sanal gerçeklik uygulaması, motive edici olabilecektir. Çalışan personelin yanında otelin her alanındaki misafirleri 3 boyutlu gösteren bir cihazın olması personelin işini kolaylaştırabilecektir.

3.2. SANAL TURLAR

Çağımızda hızlı değişimler yaşanmaktadır. Bilgisayar teknolojisinde, dolayısıyla buna bağlı olarak internet alanında, büyük değişiklikler meydana gelmiştir. Sanal kavramı, değişen teknoloji ile birlikte yaşamın her alanında olduğu gibi içinde ve çevresinde bulunan ortamlarda da değişikliğe yol açmış ve yaratılan sanal ortam “sanal mekân” tanımı ile bu alanın literatüründe yer almaya başlamıştır (Derman, 2012: 43).

Sanal ortamlarla ilgili yapılan tanımlarda, sanal mekânın fiziksel mekândan farklı olduğundan, farklı elemanlarla oluşturulduğundan ve fiziksel mekânda olduğu gibi, kendine özgü algısı olduğundan bahsedilmektedir. Sanal mekânlar, gerçek fiziksel mekânların bir benzeri olmaktadır. Görsel modelleme dili ve benzetme teknikleri kullanılarak sanal ortamların gerçek mekân algısına yaklaştırılmaya çalışıldığı söylenebilmektedir (Özen, 2006: 3-4).

Sanal kavramı, var olmayan fakat algının yönlendirilmesiyle var olduğu yanılgısı yaratılmasını ifade eden virtualis kökeninden gelen bir kavramdır (Kuruüzümcü, 2009: 94). Sanal Tur ise, üç boyutlu görüntü izlenimi vererek, son teknoloji yazılım ve görsel medya uygulamalarının fotoğraflar üzerine aktarılması ile internet ortamında ziyaretçiye mekânın içinde gezinme hissi yaratarak rahatça dolaşmasını sağlayan görsel bir uygulamadır. Sanal Tur

uygulaması, özel çekim malzemeleri ve fotoğrafıama teknikleri ile panoramik fotoğrafların oluşturulması ve bu fotoğrafların işlenmesinin ardından birleştirmeleriyle küresel bir görüntü elde edilmesi işlemine denilmektedir (Koçer ve Uzunsakal, 2015: 1).

Bir diğere tanıma göre sanal tur, bir işletmenin ürün ve mekân tanıtımlarının internet ortamına, ileri düzey görsel seçenekler ve profesyonel fotoğraf çekimleri ile aktararak, ziyaretçiye sunulmasıdır. Sanal tur, iç ve dış mekânların bilgisayar aracılığıyla internet ortamında izlenmesi amacıyla oluşturulmuş güzel bir uygulamadır. Kullanıcı mouse veya klavye ile sahnenin içinde tüm yönlere 3 boyutlu bir gezinti yapabilmektedir (www.histasarim.com, 2016).

Sanal tur uygulamaları sanal müzecilik ile başlamıştır. Günümüz modern müzeciliğinin en iyi şekilde yansıtan sanal müzecilik sürekli gelişmektedir. Örneğin dünyanın önde gelen müzelerinden "Londra British Museum" ve "New York Metropolitan Museum" gibi müzeler, günümüzün modern teknolojilerini kullanarak sadece kendi ülkelerinde değil dünyanın çeşitli milletlerinden ziyaretçileri kendilerine çekmektedirler. Bu şekilde müzeler sahip oldukları değerleri geniş kitlelere kolay bir şekilde ulaştırmaktadır (Derman, 2012:43). Günümüz müzeciliği, çağın modern iletişim araçlarını kullanmakta, sahip oldukları değerlerin tanıtımlarını modern iletişim araçlarıyla ziyaretçilerine sunmaktadır (Eraslan, 1998: 33).

3.2.1. SANAL TUR ÇEŞİTLERİ

Sanal turları sayısal teknoloji malzemesine göre iki boyutlu(2B) ve üç boyutlu(3B) olarak iki bölüme ayırabiliriz.

3.2.1.1. İki Boyutlu (2B) Sanal Turlar

İki boyutlu sanal turları da içeriklerine göre içeriksel sanal turlar, eğitsel sanal turlar ve broşür sanal turlar olarak üç bölüme ayırabiliriz.

3.2.1.1.1. İçeriksel Sanal Turlar

Sahip olunan değerleri çevrimiçi sunan ve ziyaretçinin bu değerlerdeki nesnelere keşfetmesini amaçlayan sanal tur uygulamalarıdır. Bu uygulamalarda nesne merkezli hareket edilir. İçeriğin eğitici bir özellik taşıması nedeniyle, konu hakkında uzman kişiler tarafından kullanılması daha uygun olacaktır. Değerler hakkında ayrıntılı bilgi vermesi bu uygulamanın en önemli özelliğidir (Derman, 2012: 44).

3.2.1.1.2. Eğitsel Sanal Turlar

Ziyaretçilerinin yaş, deneyim ve bilgi seviyelerine göre giriş yapmalarını öngören sanal müzelerdir. Bilginin aktarılmasında nesne merkezli değil içerik merkezli hareket edilmektedir. Bu tür sanal müzeler öğretici olma amacı taşımaktadır. Ziyaretçinin ilgilenmek istediği konularda daha fazla bilgi alması ve siteyi yeniden ziyaret etmesi için bağlantılar bulunmaktadır. Asıl amaç, ziyaretçinin müzeye gelip nesnelere yerinde görmek istemesini sağlamaktır (Bingöl, 2008: 21).

3.2.1.1.3. Broşür Sanal Turlar

İşletmelere ait genel bilgilerin yer aldığı internet uygulamalarıdır. Kısıtlı bilgi içermesi sebebi ile kullanıcıda merak duygusu uyandırıp, ziyaret etme isteğinin ortaya çıkmasını amaçlayan sanal turlardır. Genellikle tanıtım amaçlı internet sayfası şeklinde olmaktadır (Derman, 2012: 45).

3.2.1.2. Üç Boyutlu (3B) Modelleme Esasına Dayalı Sanal Turlar

Gerçeği ile aynı şekilde tasarlanmış olan üç boyutlu (3B) modellerin, oyun motor yazılımları olarak adlandırılan "real time render" (gerçek-eş zamanlı işleme) yazılımları ile oluşturulduğu sanal turlardır. Bu tür sanal tur uygulamalarının en önemli özelliği kullanıcı müdahaleli olmasıdır. Görsel olması ve gerçeklik hissi yaratması açısından kullanışlıdır ve insanların daha çok süre vermelerine yöneliktir (Derman, 2012: 46).

4.Sanal Gerçeklik Üzerine Bir Uygulama

4.1.Yöntem

Araştırma için anket formu kullanılmıştır. Anket formu araştırmacılar tarafından hazırlanmış ve uygulanmıştır. Anket formunda yer alan ifadelerle verilen cevaplar 5'li Likert ölçeğinde düzenlenmiştir. Araştırma Selçuk Üniversitesi Turizm Fakültesi öğrencileri üzerinde uygulanmıştır. Turizm öğrencileri bakış açısıyla, sanal gerçeklik değerlendirilmeye çalışılmıştır. Dolayısıyla araştırmanın evreni, Selçuk Üniversitesi Turizm Fakültesi öğrencileridir. Fakültede yaklaşık 700 öğrenci öğretim görmektedir. Örneklem olarak da 100 öğrenci belirlenmiştir. Anketin uygulanmasında Kolayda Örneklem Yöntemi kullanılmıştır. Anketin değerlendirilmesi için SPSS istatistik programı kullanılmıştır. Anketin Güvenilirlik Analizi için Cronbach Alpha katsayısı 0.86 olarak hesaplanmıştır. Bu değer, anket formunun yüksek güvenilirliğe sahip olduğunu göstermektedir.

4.2. Bulgular

Araştırmaya katılan öğrencilerin cinsiyetleri birbirlerine hemen hemen eşittir. %66'sı internette oyun oynarken, %34'ü oyun oynamamaktadır. Öğrencilerin %22'si haftada 30 saat ve üzeri internette zaman geçirmektedir. Yine %22'si 0-5 saat aralığında internette vakit harcarken kalan %66'lık grup 6-29 saat internette zaman geçirmektedir.

Tablo 1, Turizm Fakültesi öğrencilerinin sanal gerçeklik konusundaki görüşlerinin ortalama ve standart sapma puanlarını göstermektedir.

Tablo 1. Sanal Gerçeklik Tutumları Ortalama ve Standart Sapma Puanları

	Ortalama	Standart Sapma
Otellerin/acentelerin web sitelerinde sanal gerçeklik kullanması beni memnun eder.	4,0200	1,16916
Rezervasyon yaptırdığım yerlere gitmeden önce sanal gerçeklik uygulamaları olan siteleri kullanarak bilgi sahibi olmayı isterim.	4,3400	,93917
Sanal gerçeklik siteleri merak duygumu giderir.	3,7600	1,11685
Sanal gerçeklik sayesinde yeni yerleri gitmeden de keşfedebilirim.	3,2000	1,32480
Sanal gerçeklik beni seyahat etmeye teşvik eder.	3,5200	1,16479
Sanal gerçeklik uygulamaları hayatı kolaylaştırır.	3,3800	1,22708
Turizmde sanal gerçeklik uygulamalarına sahip olan firmalar ilk tercihimdir.	3,6400	,94242
Otellerin sanal gerçeklik kullanarak yaptıkları reklamlar aklımda daha çok kalır.	4,0600	,95640
Sanal gerçeklik üzerine yapılan paylaşımları beğenirim.	3,7000	1,11117
İnternette 3D gezinti yaparım.	3,2600	1,33722
Sanal gerçeklik ile müze/tarihi yerlerde gezinti yapmayı severim.	3,3000	1,26572
Sanal gezinti yaptığım yerlere gitme isteğim artar.	3,9000	,88641
Sanal gerçeklik uygulamasına sahip olan siteler benim ilgimi çekmeme neden olur.	3,8400	,91160
Eğlence sektöründe sanal gerçeklik uygulamaları (VR headset, sanal gerçeklik gözlüğü, oyun konsolları) ilgimi çeker.	3,4200	1,32619
Sanal gerçeklik uygulaması kullanılmış paylaşımlar ilgimi çeker.	3,7143	,97895
Telefonumda/tabletimde sanal gerçeklik uygulamalarını (Application) kullanırım.	2,9800	1,16916
Rezervasyon yapmadan önce internette bilgi ve görsellere bakarım.	4,2600	1,08440
Sanal gerçeklik(panoramik çekim, 3D çekim, 360 view vb.) uygulamalarını kullanarak sosyal medyada paylaşımlarda bulunurum.	2,7200	1,29426
Sosyal medyada sanal gerçeklik uygulamalarını(canlı yayın, 3D resim vb) kullanırım.	2,8600	1,24556
Sanal gerçeklik kullanarak yapılan sitelerde (yandex şehir turu, Google maps vb.) mekân-şehir araştırmaları yaparım.	3,8000	1,22890

Tablo 1 incelendiğinde, en yüksek ortalama puanın “Rezervasyon yaptırdığım yerlere gitmeden önce sanal gerçeklik uygulamaları olan siteleri kullanarak bilgi sahibi olmayı isterim”, yargısında olduğu görülmüştür. İkinci yüksek ortalama puanının “Rezervasyon yapmadan önce internetten bilgi ve görsellere bakarım” yargısı olduğu görülmektedir. Bu durum kişilerin otel hakkında bilgi sahibi olmak istediklerini, bilgi sahibi olmak için ise görsellerden eğer var ise sanal gerçeklik uygulamalarından faydalanmak istediklerini göstermektedir. Sanal gerçeklik uygulamalarının artırılması gerekliliğini göstermektedir.

Tablo 2. Tutum, İlgi ve Kullanım Ortalama ve Standart Sapma Puanları

	N	Minimum	Maksimum	Ortalama	Standart Sapma
Sanal Gerçeklik ile ilgili Genel Tutum	100	1,91	4,73	3,6527	,64823
Sanal Gerçekliğe Karşı İlgi	100	1,50	5,00	3,7167	,73963
Sanal Gerçeklik Uygulamaları Kullanımı	100	1,40	5,00	3,3240	,78858

Araştırmanın üç boyutu bulunmaktadır. Bu boyutlar, Sanal Gerçeklik ile ilgili Genel Tutum, Sanal Gerçekliğe Karşı İlgi, Sanal Gerçeklik Uygulamaları Kullanımı şeklindedir. Ortalama ve standart sapma puanlarına göre, turizm öğrencilerinin sanal gerçeklik ile ilgili tutumlarının, ilgilerinin yüksek olduğu görülmektedir. Sanal gerçeklik uygulamaları kullanımlarının da yine yüksek olduğu anlaşılmaktadır. Bu boyutlar içerisinde öğrencilerin sanal gerçeklik ilgi puanlarının en yüksek olduğu görülmektedir.

SONUÇ

İnternetin insan hayatına girmesi ile birlikte insanın merak duygusu gelişmiş ve bu duyguyu tatmin etmek için yeni yollar aramaya başlamışlardır. Bahsettiğimiz sanal gerçeklik kavramı da insanların merak duygusunu kapsayarak onların bu merak duygularını giderip, bundan haz alması için yol göstermiştir. Sanal Gerçeklik teknolojisi zamanı, ölçeği ve fizik kanunlarını değiştirmeye olanak sağlayan etkili bir kavramdır. İnsan ile bilgisayar arasındaki etkileşimi arttıran bu teknoloji sayesinde tasarımcıyı fare, klavye ve monitörün iki boyutlu dünyasından, tasarımda doğallık ve sezgiselliğin ön planda olduğu üç boyutlu dünyalara taşımıştır (Zafer, 2007:17).

Tıpta, mimarlıkta, mühendislikte, eğitimde ve daha birçok alanda sıklıkla kullanılmaya başlayan sanal gerçeklik kavramı, insan ilişkilerinin yoğunlukla yaşandığı turizm sektörü için de hem rekabetçi hem de yenilikçi anlamıyla pazardaki işletmelerin kullanabilecekleri bir kavram olma konusunda başı çekmektedir. İnsan faktörünün önde olduğu turizmde sanal gerçeklik uygulamasının otellerde başta olmak üzere turizm çatısında faaliyet gösteren birçok kurumda uygulanması mümkün olacaktır.

Bu konu ile ilgili bazı öneriler akla gelmektedir. Müşterilerin, otellerde konaklamak için yaptıkları rezervasyonlar sırasında otelin web sitesinden sanal gerçeklik uygulaması kullanarak odalarını görmek, dizaynına bakmak, iç mimarisini görmek, eğlence ve aktivasyon alanlarını görüp meraklarını ve sorunlarını gidermek, şirkete avantaj yaratacak ve bununla birlikte piyasada iyi bir imaj görünümü yaratacaktır.

Sanal gerçeklik uygulamalarının turizm sektöründe kullanım alanlarından birisi de destek ve tanıtım olabilmektedir. Otellerde yapılan rezervasyon işlemleri, check-in, check-out işlemleri, faturalamada çıkan sorunlar vb. konularda çıkabilecek sorunlarda veya olumsuzluklarda müşterilerle birebir irtibat halinde olmaları müşteri memnuniyetini olumlu derecede etkilemektedir. Bunun için sanal gerçeklik uygulamasını kullanmaları sonucunda otel tarafından belirlenen personel ile canlı, görüntülü bağlantı kurulabilir, sorunu etkili ve vakit almadan çözüm bulma konusunda hem müşteriye hem de firmaya avantaj sağlanabilir.

Turizmin bir diğer önemli alanı olan acentelerde ise sanal gerçeklik uygulamasının insanın merak duygusunu uyandıracak şekil de tasarlanıp kurgulanması gerekmektedir. Firmaya gelen veya sanal ortamda ziyaret eden müşterilere, gitmek istedikleri yer veya organize edilmiş bir tur hakkında bilgi alırken sanal gerçeklik uygulaması kullanılarak o yer gösterilip, gerçekçilik hissi yaratarak merak dürtüsünü harekete geçirmesi gerekmektedir. Müşteri memnuniyetinin firmalar için önemli bir konu olmasından dolayı sanal gerçeklik özelliklerini kullanan firmaların müşteri memnuniyetinin artacağını söylemek mümkündür. Memnuniyetin artmasıyla, yenilikçi bir anlayışa sahip olan firmaların piyasada fark yaratacağı düşünülmektedir.

Acentelerin yaptıkları işlerden biri olan bilet satış işleminin kolay ve anlaşılır olması içinde sanal gerçeklik uygulaması kullanılması uygundur. Müşterinin web sitesi üzerinden seyahatleri için alacakları biletlerde, uçağın veya otobüsün sanal gerçeklik üzerine atılmış görüntüleriyle veya sanal

görüntüler ile satın alması soruları ortadan kaldırma konusunda şirketlere yararlı olacağı düşünülmektedir.

Araştırmaya katılan öğrenciler rezervasyon yaptırılan yere gitmeden önce sanal gerçeklik uygulamaları olan siteleri kullanarak bilgi sahibi olmayı önemsemektedirler. Rezervasyon yapmadan önce internetten bilgi ve görsellere bakırım yargısından da yine önemsendiği görülmektedir. Bu durum sanal gerçeklik uygulamalarının artırılması gerekliliğini göstermektedir. Ayrıca araştırmaya katılanlar var olan sanal gerçeklik uygulamalarını kullanmakta ve ilgi çekici bulmaktadır. Sanal gerçeklik kullanarak yapılan reklamların akılda daha çok kalıcı olduğu tespit edilmiştir.

Son zamanlarda ortaya çıkan ve insanların bir hayli ilgisini çeken sanal gerçeklik gözlükleri de sanal gerçekliğin zamanla geliştiğini gösteren en önemli örnektir. Günümüzde genellikle insanların oyun için kullandıkları bu gözlükler ilerleyen zamanlarda, örneğin Şanlıurfa'da bulunan Balıklı gölü sınıfta oturarak gezmeleri gibi muhteşem bir ortam yaratabilecektir.

KAYNAKÇA

- Ateş, Ufuk ve Boz, Mustafa (2015), "Konaklama İşletmelerinin Web Sitelerinin Değerlendirilmesi: Çanakkale Örneği", *Onsekiz Mart Üniversitesi, JEBPIR Dergisi* sayı:1.
- Bayer, Ertuğrul (1998), "Türkiye Meslek Yüksek Okulları Turizm Eğitimi Kalitesinin Geliştirilmesinde Sanal Yöntemlerin Rolü", *Süleyman Demirel Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, sayı:3.
- Bayraktar, Erkan ve Kaleli, Fatih (2007), "Sanal Gerçeklik ve Uygulama Alanları", *Dumlupınar Üniversitesi, Akademik Bilişim Konferansları*, Kütahya.
- Bingöl, Hami Onur (2008), "Fotoğrafta Sanal Gerçeklik ve Müzeler Yolu İle Sanat Eğitimi Katkıları", *Yayınlanmış Yüksek Lisans Tezi, Gazi Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü*, Ankara.
- Çavaş, Bülent, Çavaş, H. Pınar, Can, T. Bilge (2004), "Eğitimde Sanal Gerçeklik", *The Turkish Online Journal of Educational Technology dergisi*, Sayı:4.
- Derman, Ekrem (2012), "360 Derece Panoramik Sanal Tur Uygulaması (Dumlupınar Üniversitesi Örneği)", *Yayınlanmış Yüksek Lisans Tezi, Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü*, Kütahya.
- Eraslan, Fehmi (1998), "Çağdaş Müzecilik Anlamında Bazı Yaklaşımlar" *4.Müzecilik Semineri Bildiriler*, İstanbul.
- Eryalçın, Babür (1994), "Hayalle Gerçeğin Dansı Sanal Gerçeklik", *Bilim ve Teknik Dergisi*, Sayı: 323, Ankara.
- Gürcan, H. İbrahim (1999), "Sanal Gazetecilik", *Anadolu Üniversitesi Yayınları, Anadolu Üniversitesi Basımevi*, No: 1089, Eskişehir.

- Karasar, Şahin (2004), "Eğitimde Yeni İletişim Teknolojileri-İnternet ve Sanal Yüksek Eğitim" , *The Turkish Online Journal of Educational Technology dergisi*, sayı:4
- Koçer, Abdülkadir ve Uzunsakal, Levent (2015), "Akdeniz Üniversitesi Gerçek Panoramik Fotoğraflarla Kampüs Gezintisi", *Akdeniz Üniversitesi Teknik Bilimler Meslek Yüksekokulu*, Antalya.
- Kurbanoglu, S. Serap (1996), "Sanal Gerçeklik, Gerçek mi, Değil mi?", *Türk Kütüphaneciliği*, sayı:1, Ankara.
- Kuruüzümcü, Rıza (2009), "Bir Dijital Ortam ve Sanat Formu Olarak Sanal Gerçeklik", *Sanat Dergisi*, Yıldız Teknik Üniversitesi, İstanbul.
- Özen, Arzu (2006), "Mimari Sanal Gerçeklik Ortamlarında Algı Psikolojisi", *Akademik Bilişim 2006+Bilgitek IV*, Gazi Üniversitesi, Ankara.
- Thierauf, Robert (1995), "Virtual Reality Systems for Business", *Greenwood Publishing Group*, USA.
- Töre, Tigin (2010), "Sanal Gerçeklik ve Mimari Koruma (Anlatım ve Sunum Bağlamında Bir Değerlendirme)", *Yayınlanmış Yüksek Lisans Tezi, Mimar Sinan Güzel Sanatlar Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü*, İstanbul.
- Türker, İ. Halil (2007), "İmgeden Sanal Gerçekliğe", *Ondokuz Mayıs Üniversitesi Eğitim Fakültesi*, Samsun.
- Warwick, Kevin; Gray, John; Roberts, David (1993), "Virtual Reality In Engineering", *The Institution of Electrical Engineers, Printed in England by Short Run Press Ltd.*
- Zafer, D. Zorlu (2007), "Mimari Tasarım Sürecinde Sanal Gerçeklik Teknolojilerinin Etkisi", *Anadolu Üniversitesi Yüksek Lisans Tezi*, Eskişehir
- <http://onedio.com>, 25.01.2016.
- <http://www.histasarim.com>, 29.02.2016.

Adem-i Merkeziyetçi Kentleşme Politikaları ve Bölgesel Kalkınma: Türkiye Deneyimi¹

Decentralized Urbanization Policies and Regional Development: Experience of Turkey

Ömer Faruk TEKİN*

ÖZ

Sanayileşmeyle birlikte başlayan göçlerin, kent ve kırsal nüfusu üzerinde ortaya çıkardığı oransal değişim, sürekli kent lehine gelişme göstermiş, sonunda bu nüfusun belli birkaç noktada yığılması gibi olumsuz sonuçlar doğurmuştur. Liberal politikaları benimsemiş bazı ülkeler, bu kentleşme sürecinin tabii gelişimine müdahale etmeyi reddetmişler, bir süre sonra bu hızlı kentleşmenin dengeye kavuşacağını kabul etmişlerdir. Ancak, bölgesel ve kentsel dengesizliklere yol açan ve belli merkezlerle sınırlı bu hızlı kentleşme, birçok ülkeyi çeşitli önlemler almaya, bununla mücadele etmek amacıyla yeni politikalar oluşturmaya itmiştir. Öncelikle bunun temel sebebi olan göçleri durdurmak, kırsal nüfusu köyde ve memleketinde tutmak ve hatta göç edenleri geri getirmek amacıyla, kırsal bölgelerin hayat şartlarını iyileştirerek, yeni imkânlar oluşturacak çalışmalar yapılmıştır. Bazı ülkeler, nüfusu birkaç büyük kent merkezine yönlendirmekten, bütün ülkenin gelişmesini sağlayıcı faydalar ve beklentiler içine girmişlerdir. Bu durum, sonuçta birtakım sosyal ve kültürel problemlere yol açmıştır. Bazı ülkeler ise, bu sosyal, kültürel ve ekonomik sorunları ortadan kaldırmak için, nüfusun ve kentleşmenin belli birkaç merkeze yönelmesini engelleyerek, bunun bütün ülkeye dengeli bir şekilde yayılmasını hedefleyen, bölgesel dengesizlikleri ortadan kaldıracak, adem-i merkeziyetçi kentleşme politikalarına başvurmuşlardır. Bu çalışmada, öncelikle kentleşme ve bölgesel kalkınma kavramlarına değinilecektir. Düşünürler tarafından geliştirilen ve değişik ülkelerde uygulanmaya çalışılan kentleşme politikaları anlatılacaktır. Başta yatırım politikaları olmak üzere, değişik politikalarla faydalanarak bölgesel gelişmeyi sağlayan, bölgeler arasındaki dengesizlikleri ortadan kaldırmaya yönelik stratejiler belirtilecektir. Daha sonra kentleşme ve bölgesel kalkınmada adem-i merkeziyet düşüncesi üzerinde durulacaktır. Son bölümde ise, Türkiye’de denenmiş ve denenmekte olan adem-i merkeziyetçi kentleşme ve bölgesel kalkınma politikaları incelenecektir.

ANAHTAR KELİMELER

Kentleşme, Bölgesel Kalkınma, Adem-i Merkeziyetçi Kentleşme, Türkiye Örneği

Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu Dergisi Yıl:2016 Cilt:19 Sayı:1 ss.119-138 **Makale Gönderim Tarihi:** 23/03/2016 - **Kabul Tarihi:** 06/04/2016

¹ Bu makale, 16-19 Eylül 2015 tarihleri arasında İtalya’da düzenlenen “19th International Academic Conference, Florence, ISES” adlı konferansta bildiri olarak sunulan metnin genişletilmiş şeklidir.

* Uzman, Selçuk Üniversitesi, Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu, ofaruktekin@selcuk.edu.tr

ABSTRACT

The proportional change on the urban and rural population that was created by the immigrations, which have gone along with the industrialization, has consistently improved in favour of the city, and eventually has paved the way for negative consequences such as the clutter of that population on some specific points. Some countries, which adopted liberal policies, have refused to interfere with the natural development of the urbanization process and have expected such rapid urbanization to reach equilibrium after a period. However, that rapid urbanization, which is limited to certain centres and leads to regional and urban imbalances, has pushed many counties to take various measures and to create new policies for struggling against it. First, some efforts were made for improving the living conditions of rural areas and creating new opportunities in order to stop migration that is the main reason for this and to keep the rural population in their villages and even to bring the immigrants back. Some countries have had the expectation of benefits for the development of the whole country, from directing the population to some major city centres. That ultimately has led to certain social and cultural problems. On the other hand, for eliminating those social, cultural and economical problems, some countries have applied decentralized urbanization policies, which were expected to end the regional imbalances, by preventing the population and urbanization from being directed to some specific centres, in the aim of spreading that evenly throughout the country. In this study, first, the concepts of urbanization and regional development will be dealt. Urbanization policies that have been developed by scholars and been implemented in different countries, will be discussed. Strategies, which provide regional development taking the advantage of different policies and especially the investment policies, for eliminating disparities between regions, will be specified. Then, the idea of decentralization in urban and regional development will be focused. And in the last section, decentralised urbanization and regional development policies, which have been applied and are being applied in Turkey, will be discussed.

•

KEYWORDS

Urbanization, Regional Development, Decentralized Urbanization, The Case of Turkey

GİRİŞ

Sanayileşmeyle birlikte başlayan göçlerin, kent ve kırsal nüfusu üzerinde ortaya çıkardığı oransal değişim, sürekli kent lehine gelişme göstermiş, sonunda bu nüfusun belli birkaç noktada yığılması gibi olumsuz sonuçlar doğurmuştur. Bu ise, kentleşmenin doğal seyrinden sıyrılarak, kontrol edilemez bir yönde ilerlemesini, çirkin kentleri ve dengesiz kentleşmeyi beraberinde getirmiştir. Nüfus, gelişmişlik, sanayi ve ticaretin bir veya birkaç kentte toplanmasına, özellikle göç veren bölgelerin geri kalmasına, aynı ülke içerisindeki bölgeler ve kentler arasında, kentlerin içinde ve çevresinde dengesizlikler oluşmasına sebep olmuştur. Bu süreçte merkezîyetçi politika ve yapılanmaların belli alanlar dışında, bazı sorunları çözmekte yetersiz kaldığı yönünde yaklaşımlar oluşmaya başlamıştır. Yönetim anlayışında olduğu kadar, sosyal ve ekonomik gelişmede, kalkınma ve kentleşmede adem-i merkezîyetçi politikalar ön plana çıkmıştır.

Liberal politikaları benimsemiş bazı ülkeler, bu kentleşme sürecinin tabii gelişimine müdahale etmeyi reddetmişler, bir süre sonra bu hızlı kentleşmenin dengeye kavuşacağını kabul etmişlerdir. Ancak, bölgesel ve kentsel dengesizliklere yol açan ve belli merkezlerle sınırlı bu hızlı kentleşme, birçok ülkeyi çeşitli önlemler almaya, bununla mücadele etmek amacıyla yeni politikalar oluşturmaya itmiştir. Öncelikle bunun temel sebebi olan göçleri durdurmak, kırsal nüfusu köyde ve memleketinde tutmak ve hatta göç edenleri geri getirmek amacıyla, kırsal bölgelerin hayat şartlarını iyileştirerek, yeni imkânlar oluşturacak çalışmalar yapılmıştır. Bazı ülkeler, nüfusu birkaç büyük kent merkezine yönlendirmekten, bütün ülkenin gelişmesini sağlayıcı faydalar ve beklentiler içine girmişlerdir. Bu, sonuçta birtakım sosyal ve kültürel problemlere yol açmıştır. Bazı ülkeler ise, bu sosyal, kültürel ve ekonomik sorunları ortadan kaldırmak için, nüfusun ve kentleşmenin belli birkaç merkeze yönelmesini engelleyerek, bunun bütün ülkeye dengeli bir şekilde yayılmasını hedefleyen, bölgesel dengesizlikleri ortadan kaldıracak, adem-i merkezîyetçi kentleşme politikalarına başvurmuşlardır.

Bu çalışmada, öncelikle kentleşme ve bölgesel kalkınma kavramlarına değinilecektir. Düşünürler tarafından geliştirilen ve değişik ülkelerde uygulanmaya çalışılan kentleşme politikaları anlatılacaktır. Başta yatırım politikaları olmak üzere, değişik politikalardan faydalanarak bölgesel gelişmeyi sağlayan, bölgeler arasındaki dengesizlikleri ortadan kaldırmaya yönelik stratejiler belirtilecektir. Daha sonra kentleşme ve bölgesel kalkınmada adem-i merkezîyet düşüncesi üzerinde durulacaktır. Son bölümde ise, Türkiye’de

denenmiş ve denenmekte olan adem-i merkeziyetçi kentleşme ve bölgesel kalkınma politikaları incelenecektir.

1. ADEM-İ MERKEZİYET KAVRAMI

Son yıllarda dünyada yaşanan gelişmelerle birlikte yönetim anlayışına olan bakış açısı da değişmiştir. Sorunların küreselleşmesi ve uluslar arası sistemin değişmesiyle adem-i merkeziyetin önemi azalacağı yerde giderek artmaktadır. Dünya, paradoks gibi görünen bu iki değişim sürecini, yani küreselleşme ve adem-i merkezileşmeyi beraber yaşamaktadır. Ulusal, bölgesel ve yerel gibi görünen sorunların önemli bir kısmı artık uluslararası toplumun ve kuruluşların ilgi alanına girmeye başlamıştır. Küreselleşmeyle birlikte önemi gittikçe artan adem-i merkezileşme, ülkelerin gelişme dinamiklerinin önemli ölçüde merkezî olmayan dinamiklere ve birimlere kayması anlamına gelmektedir. Yerelleşme ihtiyacını ve olgusunu ifade etmek için “adem-i merkeziyet” (desantralizasyon) kavramı kullanılmaktadır (Eryılmaz, 1995: 89-90).

Kamu yönetimine ilişkin karar alma ve uygulamaların, devlet tüzel kişiliğinin dışında farklı bir tüzel kişiliği bulunan kuruluşlar tarafından yerine getirilmesine adem-i merkeziyet (yerinden yönetim, desantralizasyon) denir. Bu manasıyla adem-i merkeziyetin karşılığı federalizm değildir. Adem-i merkeziyet kamusal işlerin yalnızca coğrafi olarak değil, faaliyet alanı ve fonksiyon olarak da merkezin dışında bir birim tarafından belli kurallar dahilinde yönetilmesini de kapsamaktadır. Bu kavram devletin dışındaki kamu tüzel kişilerini içine alır, ve bu ayrı bir bütçe ve karar organı ile belli bir idarî özerklik gerektirir (Parlak, 2011:5-6).

Adem-i merkeziyet, özünde merkeziyetin azaltılması ve merkeziyetçiliğin benimsenmemesi bulunan ve geniş anlamlar içeren bir kavramdır. Merkezde örgütlenmiş devlet veya hükümetten, bir şekilde değişen ölçülerde özerk olmayı ihtiva eder. Bu özerklik, hükümet örgütlenmesinin kendi hiyerarşik yapısı içinde olabileceği gibi devlet örgütlenmesi içinde olmak kaydıyla, merkezî hükümet örgütlenmesinin dışında yerinden yönetim prensibiyle, yerel ve ortak ihtiyaçları karşılamak üzere kurulmuş bir örgütlenme şekli de olabilir. Bununla birlikte, devletin, merkezî ve yerel yönetim birimlerinin tamamen dışında, serbest piyasa mekanizması içinde veya anayasal hak ve hürriyetler çerçevesinde kurulan hükümet-dışı organizasyonlar, iktisadî işletmeler, dernekler ve sivil toplum kuruluşları şeklinde de olabilir (Gül ve Özgür, 2004: 163-164).

En geniş anlamıyla adem-i merkeziyet (desantralizasyon) mevcut kaynakları, ülkenin her tarafına eşit olarak dağıtmak, serpiştirmek ve yaygınlaştırmaktır (Keleş, 2010: 300). Adem-i merkeziyet (desantralizasyon) anlayışı, kentleşme politikasında bu geniş bakış açısıyla tanımlanabilmektedir. Kentleşme politikasında adem-i merkeziyet, ülkede nüfusun bir yada birkaç büyük kentte yığılması yerine, bütün ülkeye dağılmasını, yerleşme yapısına dengeli bir biçim verilmesini öngörür. Ekonomi ve insan kaynaklarının bütün coğrafi bölgelere dağıtılması, köy, kasaba ve kentlerin endüstriyel gelişmelerinin sağlanması, büyük şehirlerin yeni kurulacak sanayi kuruluşlarına kapatılması hatta eskiden kurulmuş olanların bile şehir merkezinden uzağa taşınması adem-i merkeziyetçi kentleşme çabaları olarak göze çarpmaktadır (Keleş, 2010: 52-53). Bölgesel dengesizliklerin giderilmesi yönünde uygulanan politikalar da adem-i merkeziyetçi nitelikler taşımaktadır. Birçok sosyal ve ekonomik sorunlara yol açan bu gelişmişlik farklarını azaltmaya yönelik, bölgesel gelişme ve kalkınmayı sağlayacak politikalar bölgesel kalkınmada adem-i merkeziyetçi yaklaşımlar olarak değerlendirilmektedir.

2. KENTLEŞME VE KALKINMADA ADEM-İ MERKEZİYET DÜŞÜNCESİ

Küreselleşme sürecinde yaşanan sürekli değişme ve gelişmeler, yerleşme eğilimlerinin önemli bir parametresi olan yerel yönetimlerin ve kentlerin niteliklerinde ve fonksiyonlarında yaşanan önemli değişimler, yerel yönetimlerin görünümünü belirleyen birçok alanda göze çarpmaktadır. Bu manada, yerel yönetimler ve kentler, sanayi toplumundan bilgi toplumuna doğru yaşanan değişimde, özellikle küreselleşmeyle gelen yerellikle ilgili olarak, en çok etkilenen, değişen alan olarak belirlemekte, etkin ve verimli hizmet sunma ve demokratikleşme eğilimleri ile bu sürece katkıda bulunmaktadır. Merkeziyetçi sanayi toplumundan adem-i merkeziyetçi bilgi toplumuna doğru gerçekleşen bu değişim yerel yönetimleri, kent yapılarını ve dolayısıyla yerel, kentsel ve bölgesel politikaları direkt ve güçlü bir şekilde etkilemektedir (Ökmen, 2005: 55).

Bir kentleşme ve yerel yönetimler çağı olarak geçen 20. Yüzyılda, kentleşmeden kalkınma amacıyla faydalanmaya çalışan ülkelerin sayısı artarken, kent ve kentleşme sorunlarının boyutları da genişlemektedir. Sosyal ve ekonomik gelişmelerine planlama yaparak yön vermeye çalışan ülkeler kalkınma planlarında, kentleşme, yerleşme ve bölge sorunlarına özel bir yer ayırmakta ve önem vermektedirler (İldırar, 2004: 22).

Sanayileşmeyle başlayan göçler sonucunda, belli kent merkezlerinin nüfusunun şişmesi, dengesiz kentleşmenin meydana gelmesi ve nüfusun dengesiz dağılışı gibi, kalkınmanın da dengesiz bir şekilde meydana gelmesi bölgelerarası dengesizliklere sebep olmuştur. Böylece kentleşme sorunu ile birlikte, bölgeler arası dengesizlikler oluştuğundan, göç veren ve geri kalmış bölgelerin kalkınması sorunu da gündeme gelmiştir. Kentleşmenin belli bölgelerde veya belli birkaç kentte olması ve gelişmenin kent merkezlerinde meydana gelmesi, ülkeleri *adem-i merkeziyetçi kentleşme ve bölgesel kalkınma politikalarına* yöneltmiştir. Yani, gelişme ve kentleşmenin belli merkezlere toplanmamasını, aksine bütün ülkeye yayılmasını sağlayacak politikalara ve uygulamalara başvurma gereği görmüşlerdir. Bu sebeple, günümüzde yerleşme ve kentleşme kavramlarıyla beraber bölgeselleşme veya bölgeselcilik de öne çıkmaya başlayan kavramlardan biri olmuştur. Yerel politikalar denilince çoğu zaman bu iki kavram, kentsel ve bölgesel gelişme politikaları birlikte akla gelmektedir. Birbiriyle alâkalı unsurları barındıran bu kavramların temelinde adem-i merkeziyet bulunmaktadır.

3. ADEM-İ MERKEZİYETÇİ KENTLEŞME MODELİ

Kentleşme kavramı ile kent kavramı genellikle birbirine karıştırılmaktadır. *Kent*, tarıma dayalı olmayan üretimin yapıldığı, bütün üretimin kontrol edildiği, dağıtımın koordine edildiği, belli bir teknolojinin kullanıldığı, nüfusun belli bir büyüklüğe ve yoğunluğa ulaştığı, karışım ve bütünleşmenin olduğu bir yerleşme alanıdır. *Kentleşme* kentten farklı olarak, devam eden bir süreci ifade etmektedir. Kentleşme, kentin bazı yönlerde yaşadığı bir değişim olduğundan kentten ayrı düşünülemez (Erkan, 2010: 18-19). *Kentleşme*, çeşitli sebeplerden (sosyal, ekonomik, kültürel) dolayı kırsal kesimlerden kentlere doğru yaşanan göçler sonucu, bir taraftan mevcut kentlerin nüfus ve yüzölçümü bakımından büyümesi, diğer taraftan da köy, kasaba gibi yerleşim birimlerinin giderek büyümesi ve kente dönüşüp mevcut kent sayısının artmasıdır. Bu değişimin getirdiği farklı hayat şartları ve konut sorunları da, kentleşmeyle birlikte gündeme gelen kavramlardır (Parlak, 2011: 453).

Kentleşmenin ortaya çıkardığı sosyal, siyasî, ekonomik ve toprak kullanımıyla ilgili problemlere çözmek, bu problemleri birer birer ele alıp bunlara çözüm bulmakla olur. Bu problemlerin temelini meydana getiren, ülkenin genel yerleşme düzenini uzun vadede değiştirmeyi sağlayacak genel politikaları uygulamakla olur. İşte köylerden kentlere doğru gerçekleşen nüfus akımının hızını, şeklini, coğrafi dağılışını, ülkenin kalkınmasına yardım edecek şekilde etkileyen birbiriyle uyumlu politikaların bütününe *kentleşme politikası*

denilmektedir. Düşünürler tarafından geliştirilen ve değişik ülkelerde uygulamaya çalışılan kentleşme politikaları birkaç farklı biçimde kendini göstermektedir (Keleş, 2010: 51-53):

• Bazı ülkeler kentleşmenin hızını ve şeklini, arz - talep kanunlarının etkilerine açık tutmak eğilimindedirler. Bu ülkeler için, *kentleşmenin hızını ve şeklini etkilemenin zorluğu ve yüksek maliyeti, kentleşme sürecinin doğal seyrine müdahale etmemeyi rasyonel kılmaktadır*. Ancak pek çok sosyal ve ekonomik politika alanında olduğu gibi, kentleşme konusunda da geçen yüzyılın bu liberal eğilimleri geçerliliğini kaybetmiştir. Bu sebeple, devletler genellikle kentleşme sürecine belli araçlarla müdahale ederek, kentleşmenin ekonomik faydalarını arttırma ve sosyal sakıncalarını azaltma yolunu benimsemişlerdir.

• Bazı ülkeler, *kentleşmenin hızını en aza indirmeye, kentlere akın eden kitlelerin mümkün olduğunca bir kesimini köylerine döndürmeye çalışmışlardır*. Bu çabalar başarısız olunca, köylerde sosyal ve ekonomik imkânların arttırılmasını, köylünün eğitilmesini, kırsalın kalkınması için köylü ile devletin birlikte çalışmasını öngören “köy ve toplum kalkınması” ve toprak reformu gibi önlem ve politikalarla, köylünün köyünde tutulmasını amaçlayan ülkeler vardır (Hindistan örneği).

• Bazı ülkelerde ise *adem-i merkezîyetçi politikalar* denenmiştir. *Kentleşme politikasında adem-i merkezîyet (desantralizasyon) anlayışı*, ülkede nüfusun bir yada birkaç büyük kentte yığılması yerine, bütün ülkeye dağılmasını, yerleşme yapısına dengeli bir biçim verilmesini öngörür. Ekonomi ve insan kaynaklarının bütün coğrafi bölgelere dağıtılması, köy, kasaba ve kentlerin endüstriyel gelişmelerinin sağlanması, büyük şehirlerin yeni kurulacak sanayi kuruluşlarına kapatılması hatta eskiden kurulmuş olanların bile şehir merkezinden uzağa taşınması adem-i merkezîyetçi kentleşme çabaları olarak göze çarpmaktadır. İngiltere, Fransa, Sovyet Rusya, Çin ve Hindistan adem-i merkezîyetçi kentleşme politikalarını benimsemiş ülkelerdendir.

• Bazı ülkelerde ise *merkezîyetçi politikalar* uygulanmıştır. Adem-i merkezîyet politikasının karşıtı olan bu politika, kentleşmeyi büyük kentlere yönelterek büyük metropoller oluşturulmasını sağlamaktır. M. Jefferson’un “tek büyük kent” yasasına uygun biçimde geliştirilmiş bir yerleşme yapısıdır. Azgelişmiş ülkelerde çoğunlukla merkezîyetçi politikalar izlenmekte ve ülkenin bütün kaynakları bir veya birkaç merkez tarafından emilmektedir. Bu husus, nüfusun da bir ya da birkaç şehirde toplanması sonucunu doğurmakta ve dolaylı olarak da sosyal problemlere, bölgeler arası aşırı dengesizliklere yol açmaktadır

4. ADEM-İ MERKEZİYETÇİ BÖLGESEL KALKINMA ANLAYIŞI

Günümüzde bölge, genellikle kentten geniş, bir ülkenin tümünden daha küçük toprak parçasıdır. Bölgenin ölçeği bölgesel amaçlara göre değişiklik gösterir. Bölgesel sınırların çizilmesinde, coğrafi, ekonomik, sosyal ve idarî kriterler etkili olmaktadır. Bölgeleri sınırlandırmak için kullanılan kriterler iki grupta incelenebilir (Keleş, 2010: 295-296): Birincisi, klasik (geleneksel) kriterlerdir ki nüfus yoğunluğu, tarım dışı nüfusun oranı, kentleşme derecesi bunlardandır. İkincisi ise, daha ziyade genel ekonomiden aktarılmış bulunan modern kriterlerdir. Gayri safi millî hasıla, millî gelir, kişi başına gelir ve verimlilik gibi bilgilerdir.

Bölgelerarası dengesizlik, gelişmiş ve gelişmekte olan bütün ülkelerin karşı karşıya oldukları, az gelişmiş ülkelerde kendini daha fazla hissettiren önemli bir sorundur. Sosyal ve ekonomik gelişmişlik seviyesi bakımından gelişmiş ve az gelişmiş ülkeler olduğu gibi, ülkelerin kendi içinde de görece gelişmiş ve az gelişmiş bölgeler bulunmaktadır. Ülke içindeki bu gelişmişlik farkları pek çok sosyal ve ekonomik sorunlara yol açmakta ve bu durum, ülke genelinde sosyal ve ekonomik bütünleşmeyi sağlamak amacıyla, bölgeler arasındaki farklılıkları azaltmaya yönelik, bölgesel gelişme ve kalkınmayı sağlayacak yeni yaklaşımları gündeme getirmektedir (Akiş, 2011: 238).

Başta yatırım politikaları olmak üzere, değişik politikalardan faydalanarak, bölgesel gelişmeyi sağlayan, bölgeler arasındaki dengesizlikleri ortadan kaldırmaya yönelik stratejileri üç ana başlıkta toplamak mümkündür (Keleş, 2010:300):

- İlk olarak, mevcut kaynakları, ülkenin her tarafına eşit olarak dağıtmak, serpiştirmek ve yaygınlaştırmaktır ki, buna *adem-i merkeziyet (desantralizasyon)* adı verilmektedir. Ekonomik faaliyetlerin merkezde toplanmasının getireceği ekonomik üstünlükler ve altyapı avantajları, bu dağıtım ve serpiştirme politikasının iktisatçılar tarafından, israf gerekçesiyle, eleştirilmesine sebep olmuştur.

- İkinci olarak, yatırımların belli *büyüme kutuplarında* veya daha yaygın adıyla *cazibe merkezlerinde* yoğunlaştırılmasıdır. Bu cazibe merkezlerinin geri kalmış bölgeler arasında seçilmesiyle, hem yığılmanın faydalarını elde etmek hem de bölgesel dengesizlikleri hafifletmek amaçlanmaktadır.

▪ Üçüncü olarak, geri kalmış bölgelere bazı yatırımlar bakımından öncelik tanınmasıdır ki bu bölgelere *kalkınmada öncelikli yöreler* denilmektedir. Bunlar kamu hizmeti niteliğindeki yatırımlar olabileceği gibi kalkınmaya doğrudan etki eden ekonomik yatırımlar da olabilir.

Geçmişte ve özellikle küresel değişimlerin yaşandığı süreçlerden günümüze, ülkelerce farklı stratejilerin denendiği görülmektedir. Bu bölgesel gelişme stratejileri ülkelerde çok değişik şartlarda ve çoğu zaman karma bir şekilde veya birlikte uygulanabilmektedir. Sadece birinci tür strateji değil, diğer ikisi de *temelde adem-i merkeziyetçi* bir mantığı barındırmaktadır. Çünkü büyüme kutuplarına yöneltilecek yığılma ve kalkınmada belli yörelere öncelik verme, gelişen merkez kentlerden başka gelişmiş kentler ve bölgeler oluşturma amacını taşımaktadır.

Bu stratejilerden son ikisi, ekonomik gelişme ve sosyal adaleti, her ikisini de ihmal etmeden gerçekleştirdiği için, son yıllarda daha çok tercih edilmektedir. Cazibe merkezlerinde yoğunlaştırılan yatırımların, genellikle ekonomi, üretim, altyapı veya hizmete yönelik yatırımlar olması benimsenmektedir. Oysa gelişmemiş bazı bölgelere kamu hizmetleri ve harcamalarında öncelik verilirken, üretime dayalı yatırımlar yönünden, her ülkede aynı prensibin benimsenmediği görülmektedir. Örnek verilecek olursa, geri kalmış bölgeleri sadece üniversite kurmakla geliştirme ve kalkındırmanın yeterince verimli olmadığı, Türkiye’de yaşanan tecrübelerle ispatlanmıştır. Bu, geri kalmış bölgeleri kalkındırmadığı gibi, geri kalmış üniversiteler oluşturduğu için, sorunlara bir yenisini daha eklemiştir (Keleş, 2010: 300-301).

Ülkeler, globalleşme ve artan ekonomik rekabet ortamında hızlı ekonomik değişimin sebep olduğu baskı ve tehditlerle mücadele edebilmek ve bu süreçte beliren fırsatlardan faydalanabilmek için bölgesel gelişme politikalarında yapısal dönüşüm yapmaya başlamışlardır. Bu gereklilik, bölgesel kalkınma politikalarının tespit ve uygulama süreçlerinden, kullanılan araçlardaki değişim ve farklılaşmaya kadar pek çok değişikliğe gidilmesine sebep olmuştur. *Merkeziyetçi (geleneksel) kalkınma yaklaşımından bölgeyi esas alan adem-i merkeziyetçi bir kalkınma ve bölgesel gelişme yaklaşımına* geçiş söz konusu olmuştur. Yeni kalkınma anlayışında karar ve uygulama gücü mümkün olduğunca bölgeye ait olmalı, dışarıdan veya merkezden bir zorlama veya baskı unsuru olmamalıdır. Meselâ, Bölgesel Kalkınma Ajansları (BKA), bu yeni yaklaşımın en önemli aktörü olarak öne çıkmaktadır (Akiş, 2011: 238).

Yerel ve bölgesel kalkınmanın yeni yaklaşımı olan *bölgeselcilik* anlayışı, her bir bölgenin, dönemin ekonomik anlayışına uygun bir şekilde, diğer bölgelerle rekabet ederek, ekonomik gelişmenin yeni sürükleyici gücü olan sermaye kesimi için kendi bölgelerini bir cazibe merkezi kılabilmelerine dayanmaktadır. Bölgeler, büyüme amaçlı olarak potansiyellerini en yüksek düzeylere çıkarmak için çabalayacaklardır; çünkü ekonomik kalkınma ancak böyle gerçekleşebilecektir. Bir diğer ifadeyle, sosyal ve ekonomik ilerleme, ulusal (klasik) kalkınma çağından farklı olarak, yukarıdan aşağıya değil, küreselleşme çağında aşağıdan yukarıya doğru seyreden bir ivme ile sağlanabilecektir. Sosyal ve ekonomik örgütlenmede, devletin baskın rolünün giderek azaldığı bu süreçte, merkezden planlama yapmak da modern bir anlayış olarak değerlendirilmemektedir. Hem kalkınma hem de planlama, stratejik bir bakış açısıyla, yerel ve bölgesel düzeyde yeniden inşa edilmektedir (Övgün, 2013: 51).

5. TÜRKİYE'DE ADEM-İ MERKEZİYETÇİ KENTLEŞME VE BÖLGESEL KALKINMA POLİTİKALARI

Dünyada ve bütün ülkelerde, bölgeler arasında gelişmişlik ve azgelişmişlik bakımından bazı farklılıklar, dengesizlikler mevcuttur. Bu dengesizlikler, bölgeler arasında olduğu gibi kentler arasında, hatta kentin bölgeleri (mahalleleri) arasında da söz konusu olabilir. Bu dengesizlikleri giderebilmek veya belli ölçüde azaltabilmek için bazı ekonomik, sosyal ve siyasî çözümler aranmaktadır (Bulut, 253-254).

Türkiye'de 1960'lı yıllardan sonra ithal ikameci sanayileşme stratejisi kapsamında merkezîyetçi bir planlama anlayışı ön plana çıkarılmıştır. Kamu kesimi için bağlayıcı, özel kesim için yol gösterici olan "Kalkınma Planları" merkezî yönetimin kesin belirleyiciliği ve kontrolü altında şekillenmekteydi. Tabii ki, yerel ve bölgesel planlama ve politikalar da bu yönde gelişmekteydi. Neo-liberal politikaların hâkim olduğu, 1980'li yıllarda ise, devletin ekonomiyi yönlendirme kapasitesinin zayıflatılması sürecine paralel olarak, merkezî yönetimin kentsel ve bölgesel gelişmeyi yönlendirmeye yönelik fonksiyonları da iyice azaltılmıştır. Böylece, devletin tarım, sanayi gibi üretim sektörlerinde girişimde bulunmasını uygun bulmayan, kentsel ve bölgesel gelişmeyi neredeyse tamamen yerel girişimlerden bekleyen, devletin rolünü de sadece kentsel ve bölgesel yatırım şartlarının iyileştirilmesiyle sınırlı tutan bir yaklaşım gündeme gelmeye başlamıştır (Bağlı, 2009: 203).

Sanayileşme sonucunda kentleşmenin hızlı ve çarpık olması, köylerden kentlere doğru göçlerin artması bölgelerarası dengesizlikleri de beraberinde getirmiştir. Kentleşmenin belli politikalarla ülke geneline yayılması fikri bölgelerarası dengesizliklerin ortadan kaldırılması veya minimize edilmesi amacını desteklemektedir. Geçmişte belli sosyolojik süreçler, coğrafi, sosyal ve kültürel yapı farklılıkları dışında, bütün ülkelerde aşağı yukarı benzer şekilde yaşanmıştır. İletişimin arttığı ve gittikçe küreselleşen dünyada bu süreçler daha çok benzeşmektedir. Türkiye de diğer ülkeler gibi, hızlı kentleşme ve bölgesel dengesizliklerle ilgili sorunlar yaşamıştır. Bu sorunları çözebilmek için belli politikalar geliştirilmiştir.

Kırsal Kalkınma ve Altyapı Politikaları

Kırsal kalkınma, ülkemizin en önemli meselelerinden birisi durumundadır. Nüfusun % 20'sinden fazlasının yaşadığı köyler ve az gelişmiş bölgelerdeki küçük ve orta ölçekli kentlerde problemler büyük oranda devam etmektedir. Cumhuriyetin ilk yıllarından beri, kırsal kalkınma sorununu çözmek için gayret edilmekte değişik çözümlere başvurulmaktadır. Köycülük politikaları, köy enstitüleri, toplum kalkınması, merkez köyler projeleri bu çözümlerden bazılarıdır (Görmez ve Eroğlu, 2013: 18). Burada sadece Köykent olarak da bilinen Merkez Köyler Projesi ile, KÖYDES ve BELDES projelerine değinilecektir:

a- Merkez Köyler Projesi: Bu proje köykent ve tarım kentleri projeleriyle benzer amaçlı projeler olduklarından bir başlıkta incelenebilirler. 1960'lı yılların sonuna doğru tartışılmaya başlanan Merkez Köyler, devletin yürütmeye çalıştığı bir projedir. Devletin dağılık durumdaki köylere hizmetlerinin yetersiz kalmasından dolayı, bir merkez köy seçip, etrafında bulunan yerleşim alanlarına buradan hizmet götürme düşüncesine dayanmaktadır. Bu sayede uzun vadede kentlere doğru hızlı göçün önüne geçilebileceği beklenmektedir. Hatta seçilen merkez köylerin gelecekte birer kent olacağı tasarlanmaktadır. Kırsal alana hizmet götürme amacını taşıyan bu projelerin önemli eksikliklerinin olduğu ve toplumdaki yeterli desteği alamadıkları için de başarısız oldukları düşünülmektedir (Görmez ve Eroğlu, 2013: 13).

b- KÖYDES ve BELDES Projeleri: 2005 yılında, İstanbul ve Kocaeli illeri dışında, 79 ilde dar kapsamlı olarak uygulamaya konulmuş olan *Köylerin Altyapısının Desteklenmesi Programı (KÖYDES)*, 2006 ve 2007 yıllarında, Maliye ve İçişleri Bakanlığı'nın katılımı ve Devlet Planlama Teşkilatı'nın koordinatörlüğünde kapsamlı bir altyapı programına dönüştürülmüştür. 2005

yılında kapatılan Köy Hizmetleri Genel Müdürlüğü tarafından uygulanan altyapı projeleri, KÖYDES programı ile başlayan yeni dönemde il özel idareleri ve köylere hizmet götürme birlikleri tarafından uygulanmaktadır. KÖYDES kapsamında uygulanacak projelerin seçilmesi Ankara'da değil, yerelde yapılmaktadır. Programın genel amacı, köyler ve bağlı yerleşim yerlerinin içme suyu ve yol sorunlarının, mülkî idare amirleri önderliğinde, il özel idareleri ve köylere hizmet götürme birlikleri aracılığıyla, yerel imkânları en verimli biçimde kullanarak en düşük maliyetle ve kısa sürede çözmektir (Hartavi, 2009: 240-241)

Bu kırsal kalkınma politikaları öncelikle, kentlere göçleri durdurmak, uzun vadede kentlere göçenleri geri çevirmek amacını taşımaktadır. Köylerin ve küçük belediyelerin kalkınmasını sağlamak ve altyapı eksiklerini gidererek daha yaşanabilir kılmak gerektiği düşüncesine dayanmaktadır. Bu köyler ve beldeler zamanla gelişerek, daha iyi imkânlarla sahip yerleşimlere dönüşürlerse, nüfusun belli kentlerde toplanması yerine bütün yurda dağılması sağlanabilecektir. Geçmişte uygulanmış merkez köyler projesi ile KÖYDES ve BELDES projeleri, günümüzde uygulanan Köylere Hizmet Götürme Birlikleri bu amacı taşıyan adem-i merkezîyetçi politikalarındandır.

Kent Yenileme ve Kentsel Dönüşüm

Kentsel dönüşüm uygulamasına sanayileşme, göç, hızlı ve düzensiz kentleşme gibi nedenlerle veya savaşlar, afetler gibi doğal ve olağan dışı sebeplerle başvurulmaktadır. Kentsel dönüşümüne konu olan alanlar, köhneleşmiş veya bir şekilde mevcut planlamalar dışında kalmış alanlardır. Bunların yanında kent yenileme ihtiyacı yangın, deprem gibi afetler sebebiyle de ortaya çıkabilmektedir. Bu durumda, afetin ardından meydana gelen yıkımı düzeltmek veya afet olmadan önce muhtemel zararları azaltmak amacıyla kentsel dönüşüm uygulanabilmektedir. Türkiye'de kentsel dönüşüm konusu son yıllarda, özellikle 1999 Marmara ve Düzce depremlerinin sebep olduğu yıkımlardan sonra öne çıkan kentleşme ve yerleşme problemleriyle birlikte, üzerinde çok konuşulan ve tartışılan konularından biri durumuna gelmiştir. Afetle ilgili risklerin azaltılması ve gecekonduların dönüşümü başta olmak üzere çeşitli amaçlarla kentsel dönüşüm projeleri uygulanmaya başlamıştır. Bunlarda Başbakanlık Toplu Konut İdaresi (TOKİ) ve büyükşehir belediyeleri büyük rol oynamıştır. Söz konusu uygulamaların yasal zemini yerel yönetimlere kentsel dönüşüm konusunda da yetkiler veren yeni yerel yönetim kanunlarıdır. Bunun yanında, başta, tabii afet riskleri olmak üzere, kentlerin sağlıksız yapılaşma

alanlarını yok etme amacıyla olan Kentsel Dönüşüm Yasa Tasarısı ile de bir yasal dayanak oluşturulmak istenmiştir (Genç, 2008, 115-116).

Kentsel dönüşümün kentin kısımları arasındaki dengesizlikleri gidermesinin yanında, göç veren kentlerde uygulandığı zaman, bu kentlerin gelişmesini, daha yaşanabilir ve cazip kentlere dönüşmesini sağlayacağından dolayı, uzun vadede, nüfusun belli kentlerde toplanmasını engelleyici ve kentler arasındaki uçurumları azaltıcı bir faktör olabileceği düşünülebilir. Uzun vadede sağlanacak bu fayda, kentsel dönüşümü adem-i merkezîyetçi bir kentleşme politikası haline getirmese de, adem-i merkezîyetçi kentleşme anlayışını destekleyen, ona uygun neticeler doğuran bir politika yapmaktadır.

Toplu Konut Politikası ve Başbakanlık Toplu Konut İdaresi (TOKİ)

1984 yılında çıkarılan 2985 sayılı Toplu Konut Kanunu ile *genel yönetimin dışında*, tüzel kişiliğe sahip Toplu Konut ve Kamu Ortaklığı İdaresi Başkanlığı kurulmuştur. Bu idare, bir süre sonra, 1990 yılında 412 ve 414 sayılı kanun hükmünde kararnamelerle ikiye bölünmüş ve Toplu Konut İdaresi, toplu konut fonunun yönetimini üstlenmiştir (Keleş, 2010: 391-392). Başbakanlık Toplu Konut İdaresi'nin (TOKİ) kuruluş amacı, kentleşme ve konut politikasıyla ilgili problemlere ulusal düzeyde çözüm üretilmesi ve ülkemizdeki konut açığı ve ihtiyacının kamu eliyle düzenli ve planlı bir biçimde giderilmesinin ve konut sahibi olamayacak durumdakilerin konut sahibi olmalarının sağlanmasıdır. Ayrıca, yüklenicilere uygulanacak usul ve esasların düzenlenmesi, uygun inşaat teknikleri ve araçlarının geliştirilmesi de TOKİ'nin kuruluş misyon ve hedefleri arasında bulunmaktadır. TOKİ'nin kanunla belirlenen görev tanımı, kamunun konut politikalarını göstermektir. Uygulamaları ile alt ve orta gelir grubunun konut sahibi olmasına katkı sağlamaktır (Yetgin, 2007: 319).

Kenti meydana getiren, kentin ruhunu oluşturan binalar olduğuna göre kentlerin ve bölgelerin gelişmesinde, konut önemli bir yer tutmaktadır. TOKİ, kendi dinamikleriyle toplu konut yapma imkânı bulunmayan küçük kentlerde, hatta tayin olan memurların ev bulmakta zorlandıkları ve büyük şehirlerde oturup her gün gidip gelmek suretiyle çalışmaya mecbur kaldıkları küçük ilçelerde bile toplu konut projeleri başlatarak, buraların konut sıkıntılarını gidermeye çalışmaktadır. TOKİ'nin, gelişmemiş kentleri ve bölgeleri, hiç olmazsa konut imkânı ve stoku bakımından büyük kentlerin seviyesine çıkarmaya çalışarak, kentleşmenin seyrine etki ettiği, kentleşme ve gelişmenin bütün ülkeye yayılmasına hizmet ettiği söylenebilir. Bu bakımdan, adem-i

merkeziyetçi bir kentleşme politikasının bir aracı sayılabilecek TOKİ, yeterince estetik ve mimari özelliği bulunan konutlar yapmaması yönüyle eleştirilmektedir.

Bölgesel Kalkınma Ajansları

Bölgesel Kalkınma Ajansları (BKA), bölgesel kalkınma uygulamalarıyla ilgili kararların ve politikaların, katılımcı bir yapı içerisinde bölgede yaşayanlarca alındığı ve uygulandığı yerinden yönetim ve bölgesel strateji tasarım kurumlarıdır. Kalkınma ajansları, özellikle yeni bölgesel gelişme yaklaşımı çerçevesinde, bölgesel gelişmenin sağlanması için kurulmuşlardır. Bu bağlamda kalkınma ajansları, önceleri yalnızca devletin üstlendiği kalkınma misyonunun toplumun değişik kesimleri tarafından paylaşılmasını aracılık etmektedir. Kalkınma ajansları, sektörlerle ilgili veya genel çaplı kalkınma sorunlarını tanımlayan, bu sorunların çözümüne yönelik stratejiler geliştiren ve pratik sonuçlara varma amacıyla çözüm üretebilecek plan ve projeleri destekleyen koordinatör (düzenleyici), katalizör (reaksiyonu hızlandırıcı, destekleyici) yapılarıdır. Söz konusu ajanslar kuruluş biçimi, fonksiyonları ve yapıları itibarıyla farklılıklar göstermesine rağmen benzer yönleri; kalkınma odaklı olmaları, belirli bir coğrafi bölgenin gelişmesi için çaba sarf etmeleri ve bu bölgenin kendi iç potansiyelini harekete geçirmeleridir. Kalkınma ajanslarının toplum nezdinde kabul görmeleri bölgesel yönetim, yerel ortaklık, mali araçları ve içsel kalkınmayı destek biçimleri ile yakından ilgilidir (DPT, 2006: 18).

Bölgesel kalkınma ajanslarının rekabet edebilirliği sağlamak amacıyla kullandığı en önemli çözüm aracı sermayenin bölgeye çekilmesidir. Bir diğer ifadeyle kalkınma ajanslarının temel fonksiyonu, bütün ülkeyi ilgilendiren millî bir kalkınma değil, faaliyette bulunduğu yöreye ilişkin bölgesel kalkınmadır. Bu noktada yeni bölgecilik yaklaşımının temel tezlerinden biri olan her bölgenin kendi kapasitesini kullanarak kalkınması gerektiği düşüncesi kalkınma ajanslarının da temel fonksiyonlarından birini oluşturmaktadır. Kalkınma ajanslarından beklenen asıl görev, hem bölge içindeki hem de bölgeler arasındaki gelişme dengesizliklerini, yerel ve bölgesel potansiyeli harekete geçirerek ortadan kaldırmaktır. Yalnız kalkınma ajansları, bu görevlerini yürütürken, doğrudan uygulayıcı birimler değildir. Onların görevi, bir katalizör görevi görerek yerel girişimleri desteklemek, süreçleri kolaylaştırmak, bu girişimler arasında koordinasyonu sağlamaktır. Yani kalkınma ajansları bölgesel kalkınma çalışmalarında doğrudan faaliyet içine girmekten ziyade, devletin değişen niteliğine de paralel olarak bölge ekseninde faaliyette bulunanları

destekleyen bir fonksiyonu üstlenmektedir. Ayrıca, kamu kurumu veya kuruluşu mantığı çerçevesinde değil, özel sektör mantığı içinde çalışmaktadır. Bu görevlerini yerine getirirken yerli veya yabancı sermaye ayırımına gitmeden, bölgenin yatırımcılar için cazip bir alan olduğuna ilişkin tanıtım faaliyetlerinde de bulunmaktadır (Övgün, 2013: 55-58).

Avrupa Birliği'nin kalkınma sorununa bakışının ve kalkınma ajanslarını değerlendirilmesinin Türkiye'dekinden farklı olduğunu ifade eden Tekeli (2008: 319-322), kalkınma ajanslarının oluşumunun ve fonksiyonlarının önem arz ettiğini vurgulamaktadır. O'na göre AB'de, kalkınma ajansları sadece teknik uzmanlardan meydana gelen bir örgüt olarak görülmemekte; bu ajanslar bir yönetim sisteminin parçası olmaktan ziyade bir yönetim mekanizması içinde yer almaktadır. AB içinde yer almayı isteyen ve önemli düzeyde bölgesel eşitsizliklerin bulunduğu Türkiye'nin bölgesel gelişme sorununda önemli bir nokta burada göze çarpmaktadır. Türkiye'nin en gelişmiş ve dünya ile ilişkileri en fazla olan bölgeleri bile AB'ye göre geri kalmış görünürken, bu durumda zaten geri kalmış bölgeleri katmerli bir geri kalmışlık içindedirler. Bu sebeple, Türkiye'de kalkınma ajanslarının tek düze olarak ele alınmaması gerekmektedir. Her bölgenin sorunlarının niteliğine ve bölgesel kapasite farklılıklarına göre değişik şekillerde oluşmaları daha yerinde olacaktır. Son olarak Tekeli, kalkınma ajanslarının başarılı olmaları için geniş bir vizyona sahip olmaları ve AB fonlarını kullandırmanın ötesinde bir işlev görmeye çalışmaları gerektiğini savunmaktadır.

Kalkınma ajanslarının oluşumlarındaki bir başka sıkıntıya değinen Çukurçayır (2010: 640) ise, bazı ajanslarda özel sektörün belirleyici bir rol oynadığını, bir örnekle açıklayarak belirtmektedir. Özel sektör etkisinde kurulmuş, üst yöneticileri ve önemli mevkileri özel sektör tarafından doldurulmuş bir kalkınma ajansının, her yıl önemli miktarda parayı yönlendirecek kamusal niteliğe sahip bir kurum olarak, baştan şüpheli duruma düştüğünü vurgulamaktadır. Ona göre, oluşumu bazı şüphelere dayalı bir kurumsal yapının işleyişi hakkında olumlu beklentilere girmenin güç olduğu ortadadır. Çünkü özel sektör güdümünde faaliyet gösterecek bir yapının, sosyal hedefleri ve kamu yararını gerçekleştirme prensibinden ayrılmadan çalışabileceği hayli zor görünmektedir.

Keleş'e göre de (2010: 311), kalkınma ajanslarının, kamu öncülüğünde olmayıp, özel sektörden söz ve çıkar sahiplerinin yoğun etkileri altında, özel hukuk kurallarına göre faaliyet gösterecek kurumlar olması, bölgeler arası

eşitsizliklerin ortadan kaldırılması konusunda kendilerinden fazla bir şey beklenemeyeceğini göstermektedir.

Bölgesel kalkınma ajansları, faaliyette buldukları bölgenin ticari, sınai, ekonomik ve zirai potansiyelini oluşturmaları ve geliştirip olgunlaştırmaları, teşebbüs ve projeleri desteklemeleri, bölgenin tamamında bir hareketlilik ve atılımı teşvik etmeleri yönüyle bölgesel gelişme farklılıklarını ortadan kaldırmada önemli bir fonksiyonu yerine getirmektedirler. Ülke içinde bütün bölgelerin birbirine yakın bir gelişme seyri ve seviyesi yakalamasını hedefledikleri için, adem-i merkezîyetçi bir bölgesel kalkınma düşüncesinin ürünü oldukları kabul edilmektedir. Bölgenin imkânlarının ve çekiciliğinin arttırılması, iş ve ticaret fırsatlarının çoğaltılması, bölgeden göçleri en aza indirerek, belli merkezlere yığılmayla sonuçlanan, hızlı ve dengesiz kentleşmenin önüne geçilmesinde de önemli mekanizmalar oldukları göze çarpmaktadır.

Bölgesel Projeler

Türkiye'nin geçmişine bakılacak olursa, Kalkınma Planları ile yürütülen kalkınma çabalarında bölgesel boyut daima önemli bir yere sahip olmuştur. Sekizinci Beş Yıllık Kalkınma Planı'nda ve bu planın Bölgesel Gelişme Özel İhtisas Komisyonu (ÖİK) Raporu'nda dile getirildiği gibi, bölgesel gelişme için aslında *dört temel araç* kullanılmıştır (DPT, 2000a; DPT, 2000b; DPT, 2006):

- Bunlardan birincisi kalkınma planlarının amaç ve stratejileri çerçevesinde sektörlerle ilgili öncelikler ile mekânsal boyutların bütünleştirilmesine yönelik olarak, bölgeler arası dengesizlikleri azaltmak ve sürdürülebilir kalkınmayı gerçekleştirmek için yapılan *bölge planlarıdır*. Bu planlar içinde öne çıkanlar şunlardır: Doğu Marmara Planlama Projesi, Antalya Projesi, Çukurova Bölgesi Projesi, Güneydoğu Anadolu Projesi (GAP), Zonguldak-Bartın-Karabük Bölgesel Gelişme Projesi, Doğu Anadolu Projesi (DAP) ve Doğu Karadeniz Bölgesel Gelişme Planı'dır (DOKAP). *Entegre bir bölgesel kalkınma projesine dönüştürülen GAP haricinde diğer planlar çeşitli sebeplerle hayata geçirilememişlerdir.*

- İkincisi, *Kalkınmada Öncelikli Yörelere*'dir (KÖY) ki bu araç finansal önlemlerle sınırlı kaldığı için beklenen sonuçları verememiştir.

- Üçüncü araç *il gelişme planlarıdır*. Bu planlar, ekonomik ve malî yetersizlikler sebebiyle sadece belli illerde hazırlanabilmiş; planların uygulanabilmesi için gereken kaynak ve zaman boyutu yeterince

tanımlanmamış ve bu planlar mevcut durum, vizyon ve strateji belirlenmesine karşın uygulama zeminini bulamamışlardır.

• Dördüncü araç ise kısaca *diğer kalkınma politikalarının 'bölgesel boyutu'* şeklinde ifade edilebilir. Bir başka deyişle, ulusal kalkınma için uygulanan çeşitli politikaların bölgesel düzeyde belli etkileri bulunmaktadır. Örneğin sanayi politikasının aracı sayılabilecek organize sanayi bölgeleri (OSB) ve Küçük ve Orta Boy İşletmeler (KOBİ) politikasının araçları olan finansal destek mekanizmaları bölgesel kalkınma üzerinde doğrudan etkili olmuştur.

Güneydoğu Anadolu Projesi (GAP) Türkiye'nin en kapsamlı bölgesel kalkınma projesi olarak nitelendirilmesi nedeni ile bölgesel kalkınma çabaları içinde ayrıcalıklı bir konumdadır. Bu sebeple hakkında kısaca bilgi vermekte yarar bulunmaktadır. GAP, Adıyaman, Batman, Diyarbakır, Gaziantep, Mardin, Siirt, Şanlıurfa, Şırnak ve Kilis illerini içine alan Güneydoğu Anadolu Proje Bölgesi'nin topyekün sosyal ve ekonomik kalkınmasını, bölgede yaşayan halkın daha iyi bir hayat standardına ve kalitesine ulaşması ve diğer bölgelerle arasındaki gelişmişlik farkının giderilmesini amaçlayan bir bölgesel kalkınma projesidir. Türkiye'nin bölgesel kalkınmaya yönelik en kapsamlı planlama çabası olan GAP; Fırat ve Dicle nehirleri üzerinde yapımı devam eden baraj ve hidroelektrik santralleri ile sulama tesislerinin yanı sıra kentsel ve kırsal altyapı, tarım, ulaştırma, sanayi, eğitim, hizmet, sağlık, konut, turizm ve diğer sektörlerdeki yatırımları da içine alan entegre ve sürdürülebilir bir kalkınma yaklaşımı doğrultusunda sürdürülmektedir (DPT, 2000a: 38).

Bölgesel projeler, bölgesel kalkınmada somut hedefler gösterdiklerinden dolayı öncelikle bölgede belli bir motivasyon doğurmaktadırlar. Bölgenin bütün potansiyellerinin değerlendirmeye alındığı projelerde, bazen en zayıf görülen sektörün önem kazanması söz konusu olabilmektedir. Bu durum ise bölgedeki sektörlerin tamamında yoğun bir çabanın ortaya çıkmasına vesile olmaktadır. Adem-i merkezîyetçi bir yaklaşımla ele alınan projelerin sadece kent merkezlerini kapsamayıp, kırsal alanları ve kırsal nüfusu da içine alması hem bölge içinde, hem de ülke çapında nüfusun ve gelişmenin dengeli dağılımının sağlanmasında önemli bir etken olmaktadır.

Cazibe Merkezleri

Cazibe Merkezleri Destekleme Programı, Türkiye'de planlama yaklaşımının değiştiğini gösteren yenilikçi bir yaklaşımı temsil etmektedir. Programın dayandığı "*Büyüme Kutupları Teorisi*" yeni bir yaklaşım değildir ancak; cazibe merkezleri Türkiye'deki planlama pratiği içinde ilk defa gündeme

gelen bir araçtır. Cazibe Merkezleri Destekleme Programı, Türkiye-AB ortak finansmanı ile yürütülen bölgesel kalkınma programlarının değerlendirme sonuçları göz önünde tutularak ve 1982 yılında yapılan “Yerleşme Merkezlerinin Kademelenmesi Çalışması”na dayanılarak uygulanan ve bu çerçevede kaynak kullanımında coğrafi odaklanmayı gerçekleştirmeye yönelik bir programdır. Bu kapsamda, görece az gelişmiş bölgelerde göç eğilimlerini bölge içine yönlendirmede çekim merkezi ve kentsel büyüme kutbu işlevi görecek ve çevrelerine hizmet verme potansiyeli yüksek kentler cazibe merkezleri olarak belirlenmiştir. Bu programla esas olarak, görece az gelişmiş bölgelerdeki, gelişme potansiyeli yüksek kent merkezlerinde yapılacak müdahalelerle kalkınma ivmesinin yakalanması ve bu ivmenin çevre merkezlere de yayılarak iç göçün bölge içinde tutulması hedeflenmektedir. Gelişmekte olan bölgelerde belirlenen merkezler: Diyarbakır, Elazığ, Erzurum, Gaziantep, Kayseri, Konya, Malatya, Samsun, Sivas, Şanlıurfa, Trabzon ve Van şehirleridir (<http://www.kalkinma.gov.tr>).

Cazibe merkezleri politikası, ülke içinde belli birkaç kentin öne çıkmasına, diğer kent ve bölgelerin geri kalarak bölgeler arası dengesizliklerin oluşmasına karşı geliştirilmiş adem-i merkeziyetçi politikalardan biridir. Ancak büyüme kutupları teorisi bölgesel kalkınmayı belli merkezlerin liderliğinde gerçekleştirmeyi amaçlamaktadır. Ülkede daha çok sayıda gelişmiş kentin oluşmasını sağlayabilmek amacıyla, her bölgede bir veya birkaç kentin öne çıkarılması ve bir çekim merkezine dönüştürülmesi için yoğun destek verilmesi suretiyle bölgesel kalkınmayı ve adem-i merkeziyetçi bir kentleşmeyi hedeflemektedir. Cazibe merkezleri zamanla göç veren bölgeler olmaktan kurtularak, göç alan ve yatırımlar için elverişli bölgelere dönüşmektedir. Bu sayede, ülke içinde nüfusun belli kentlerde toplanmasının ve dengesiz kentleşmenin önüne geçilebilmesi için önemli bir imkân ve avantaj sağlamaktadır.

SONUÇ

Sanayileşme sürecinde hızla artan göçlerden ve hızlı kentleşmeden dolayı, bölgeler arası dengesizlikler oluşmuştur. Nüfus ve gelişmişlik, birkaç kent merkezinde toplanarak merkezi denebilecek bir kentleşme gerçekleşmiştir. Buna bazen, hızlı kentleşmenin doğal seyrine müdahale edilmemesi, bazen de birkaç kente olan yığılmanın ekonomik getirisine odaklanılarak yürütülen merkeziyetçi politikalar sebep olmuştur. Ancak, zaman içinde, birkaç kente yoğunlaşan ve yığılan kentleşmenin bölgelerarası dengesizliklere sebep olarak, pek çok sosyal problemlere yol açtığı anlaşılmıştır. Bunun üzerine, nüfusun ve

ülkenin kaynaklarının, bütün ülkeye dağıtılmasını, gelişme, kalkınma ve kentleşmenin yurt çapında yaygınlaştırılmasını amaçlayan adem-i merkeziyetçi politikalar gündeme gelmiştir. Bu süreçte, kentleri anormal nüfus birikimi ve dengesiz kentleşmeden kurtarmak için düşünülen bazı tedbirler ve uygulanan politikalar olmuştur. Bunlar öncelikle, kentlere göçleri durdurmak, uzun vadede kentlere göçenleri geri çevirmek amacıyla, köylerin ve küçük belediyelerin kalkınmasını sağlamak ve altyapı eksiklerini gidermek gerektiği düşüncesine dayanmaktadır. Bu köyler ve beldeler zamanla gelişerek, daha yaşanabilir yerleşimlere dönüşürlerse, belli kentlerde toplanan nüfusun bütün yurda dağılması ile adem-i merkeziyetçi bir kentleşme sağlanabilecektir. Adem-i merkeziyetçi politikalar, gelişmeyi bütün ülke çapına yayarak, dengesizlikleri giderdiği gibi, gelirlerin dengeli dağılımına, kamu hizmetlerinin yaygınlaştırılmasına ve sosyal adaletin sağlanmasına da vesile olmaktadır.

Türkiye’de, kırsal kalkınmanın ve kırsal altyapının desteklenmesi, köydekilerin köyde kalmalarını sağlamayı hatta uzun vadede kentlere göç edenlerin dönmelerini amaçlamıştır. Toplu konut politikalarıyla büyükşehirlerden 2000-3000 nüfuslu küçük şehirlere kadar, yerleşimlerin konut ihtiyacı karşılanmaya çalışılmaktadır. Kentler içinde bulunan bölgeler arasındaki dengesizlikleri gidermek için kent yenileme politikaları uygulanmaktadır. Oluşumları ve işleyişleri konusunda belli noktalarda eleştirilse de kalkınma ajansları da bölgelerin canlandırılması yönünde olumlu çalışmalar yapmaktadır. Bölgesel projeler, bölgesel kalkınmada somut hedefler göstererek önemli bir motivasyon sağlamaktadır. Cazibe merkezleri programı bölgesel kalkınmayı belli merkezlerin liderliğinde gerçekleştirmeyi amaçlayan bir uygulamadır. Son olarak vurgulanması gereken en önemli nokta, uygulama ile belli başarılar elde edilse de, bölgesel eşitsizliklerin giderilmesi ve kentleşmenin yurt geneline yayılması yönünde belirgin kazanımlar getirmemiştir.

KAYNAKÇA

- Akiş, Elife (2011), “Küreselleşme Sürecinde Bölgesel Kalkınma Yaklaşımındaki Gelişmeler ve Bölgesel Kalkınma Ajansları”, *İstanbul Üniversitesi Sosyoloji Konferansları Dergisi*, Sayı: 44, 237-256, İstanbul.
- Bağlı, M. Selim (2009), "Kalkınma Ajansları", (Ed.: V. K. Bilgiç), *Değişik Yönleriyle Yerleşme*, 201-232, Seçkin Yayıncılık, Ankara.
- Bulut, Yakup (2002), "Bölgesel Planlama ve Kalkınma Projesi Olarak GAP ve Yönetimi", (Ed.: B. Parlak & H. Özgür), *Avrupa Birliği ile Bütünleşme Sürecinde Türkiye’de Yerel Yönetimler*, 253-284, Alfa Yayınları, İstanbul.

- Çukurçayır, M. Akif (2010), “Bölge Kalkınması ve Bölgesel Yönetişim”, (Ed.: M.A. Çukurçayır& H.T. Eroğlu & H.E. Uğuz), *Yönetişim, Kuram, Boyutlar, Uygulama*, 617-643, Çizgi Kitabevi, Konya.
- DPT (2000a), *Sekizinci Beş Yıllık Kalkınma Planı (2001-2005)*, Ankara.
- DPT (2000b), *Sekizinci Beş Yıllık Kalkınma Planı (2001-2005)*, Bölgesel Gelişme Özel İhtisas Komisyonu Raporu, Ankara.
- DPT (2006), *Dokuzuncu Kalkınma Planı (2007-2013)*, Bölgesel Gelişme Özel İhtisas Komisyonu Raporu, Ankara.
- Erkan, Rüstem (2010), *Kentleşme ve Sosyal Değişme* (3. Baskı), Bilimadamı Yayınları, Ankara.
- Eryılmaz, Bilal (1995), "Küreselleşen Dünyada Yerel Yönetimlerin Yeri", *Çağdaş Yerel Yönetimler Dergisi*, Cilt: 4, Sayı: 2, 89-92, TODAİE, Ankara.
- Genç, F. Neval (2008), "Türkiye'de Kentsel Dönüşüm: Mevzuat ve Uygulamaların Genel Görünümü", *Yönetim ve Ekonomi*, Cilt: 15, Sayı: 1, 115-130, Manisa.
- Görmez, Kemal ve Eroğlu, H. Tuğba (2013), "Köycülükten Toplum Kalkınmasına, Köykentlerden Kalkınma Ajanslarına Yerel Kalkınma Serencamımız: Bir Zihniyet Analizi", (Ed.: M. Ökmen & G. Şeker, & F. Yaman), *Küreselleşme - Yerelleşme Sarmalında Kalkınma Ajansları - Yapılar, Sorunlar ve Çözüm Arayışları* -, 9-19, Orion Kitabevi, Ankara.
- Gül, Hüseyin ve Özgür, Hüseyin (2004), “Adem-i Merkeziyetçilik ve Merkezi Yönetim – Yerel Yönetim İlişkileri”, (Ed.: M. Acar & H. Özgür), *Çağdaş Kamu Yönetimi II: Konular, Kuramlar, Kavramlar*, 161-204, Nobel Yayın Dağıtım, Ankara.
- Hartavi, Muhammet (2009), "Kırsal Altyapı Politikaları, KÖYDES ve BELDES Projeleri", (Ed.: V. K. Bilgiç), *Değişik Yönleriyle Yerelleşme*, 233-249, Seçkin Yayıncılık, Ankara.
- İldırar, Mustafa (2004), *Bölgesel Kalkınma ve Gelişme Stratejileri* (1. Baskı), Nobel Yayıncılık, Ankara.
- Keleş, Ruşen (2010), *Kentleşme Politikası* (11. Baskı), İmge Kitabevi, Ankara.
- Ökmen, Mustafa (2005), “Küresel Sistem, Demokratikleşme – Yerelleşme Dinamikleri ve Yerel Demokrasi”, (Ed.: K. Görmez), *Küreselleşme ve Yerelleşme*, 21-66, Odak Yayınevi, Ankara.
- Övgün, Barış (2013), "Geleneksel Bölgecilikten Yeni Bölgeciliğe Bir Uygulama Aracı Olarak Kalkınma Ajansları", (Ed.: M. Ökmen & G. Şeker, & F. Yaman), *Küreselleşme - Yerelleşme Sarmalında Kalkınma Ajansları - Yapılar, Sorunlar ve Çözüm Arayışları*, 43-61, Orion Kitabevi, Ankara.
- Parlak, Bekir (2011), *Kamu Yönetimi Sözlüğü*, MKM Yayıncılık, Bursa.
- Tekeli, İlhan (2008), *Türkiye’de Bölgesel Eşitsizlik ve Bölgesel Planlama Yazıları*, Tarih Vakfı Yurt Yayınları, İstanbul.
- Yetgin, Feyzullah (2007), “Avrupa Birliği ve Türkiye Konut Politikaları Üzerine Bir İnceleme”, *Marmara Üniversitesi, İİBF Dergisi*, Cilt: 23, Sayı: 2, İstanbul.
- <http://www.kalkinma.gov.tr/DocObjects/Download/10424/Tan%C4%B1m.pdf>, 27.05.2013.

Gelir Gruplarına Göre Yurtiçi Tasarruflar ile Dış Borçlar Arasındaki İlişki: Panel Veri Yöntemi ile Bir Analiz

*The Relationship between External Debt and Domestic
Savings by Income Group: An Analysis with Panel Data
Method*

Zeynep ÖZTÜRK KARAÇOR*
Mustafa KARTAL**

ÖZ

Halen günümüzde yurt içi tasarruf oranları açığı yükselen ve gelişmekte olan ülkelerin iktisadi büyüme süreçlerinde karşı karşıya kaldıkları en temel problemlerden birisini oluşturmaktadır. Bu ülke grubu içerisinde yer alan ülkeler ekonomik yapılarını desteklemede yetersiz kalan tasarruf açıklarını telafi etmek için ise çoğu zaman iç veya dış borçlanma yoluna başvurmaktadır. Bu çalışmada yurtiçi tasarruf oranları ile dış borçlanma arasındaki ilişki Dünya Bankası'nın gelir düzeyine göre yaptığı ülke sınıflandırması (düşük-gelir, düşük-orta ve üst-orta gelirli ülkeler) özelinde, 1990-2013 dönemi kapsamında dinamik panel veri yöntemleri (Havuzlanmış Ortalama Grup Tahmincisi ve Ortalama Grup Tahmincisi) kullanılarak analiz edilmektedir. Elde edilen sonuçlar, uzun dönemde düşük gelirli ülkelerde dış borçlar tasarruf oranlarını -0.10 oranında azalttığını, düşük-orta ve üst-orta gelirli ülkelerde ise tasarruf oranlarını sırasıyla 0.22 ve 0.21 oranlarında artırdığını göstermektedir.

ANAHTAR KELİMELER

Dış Borç, Tasarruf, Dinamik Panel Veri Analizi

Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu Dergisi Yıl:2016 Cilt:19 Sayı:1
ss.139-165 **Makale Gönderim Tarihi:** 29/12/2015 - **Kabul Tarihi:** 14/01/2016

* Prof. Dr., Selçuk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi İktisat Bölümü, zkaracor@selcuk.edu.tr
** Arş. Gör., Selçuk Üniversitesi Beyşehir Ali Akkanat İşletme Fakültesi Bankacılık ve Sigortacılık Bölümü, mkartal@selcuk.edu.tr

ABSTRACT

Currently, the deficit of domestic saving rates at the present days forms one of the most important problems the emerging and developing countries face in their economic growth processes. The countries taking place in this group, in order to compensate their saving deficits remaining insufficient in supporting their economic structures, mostly refer to the way of domestic or foreign borrowing. In this study, the relationship between domestic saving rates and foreign borrowing is analyzed by using dynamic panel data methods (Pooled Mean Group Predictor and Mean Group Predictor). Specific to country classification World Bank made according to income level (lower income, lower-medium and upper-medium income countries) in the scope of the period 1990-2013, The results obtained show that in the long term, in lower income countries, foreign debts reduce saving rates in the rate of -0.10, while in lower-medium and upper-medium income countries, they increase saving rates in the rate of 0.22 and 0.21.

•

KEYWORDS

Foreign Debt, Saving, Dynamic Panel Data Analysis

GİRİŞ

Yükselen ve gelişmekte olan ülkelerin kalkınma ve büyüme hedeflerini gerçekleştirmelerinde karşılaştıkları en büyük engellerden birisi tasarruf açığıdır. Bu ülkelerde tasarruf oranları düşük olduğu için verimlilik ve yatırım düzeyleri de düşüktür. Dolayısıyla ülkeler bu kısır döngüyü kırmak için ise genellikle dış borçlanma yoluna gitmektedirler. Dış borçlanma yurtiçinde önemli kaynaklar oluşturarak girişimcilerin yatırım yapmalarına zemin hazırlayabilmektedir. Ancak bu noktada önemli olan dış kaynakların iktisadi karar birimleri tarafından iktisadi etkinlik, verimlilik ve etkililik anlamında doğru alanlarda ve sektörlerde kullanılması ve bu kaynaklarla tasarruf açığını kapatarak ülkenin kendi kaynaklarıyla yatırım ve üretim yapabilir konuma gelmesinin sağlanmasıdır.

Yurt içi tasarruf açığını kapatmak amacıyla sağlanan dış kaynaklar iktisadi anlamda verimli ve etkin alanlarda kullanılmaz ve dış kaynaklardan beklenen olumlu gelişmeler sağlanamazsa ülkeler daha ciddi sorunlarla karşı karşıya kalabileceklerdir. Dış kaynaklardan beklediği verimi elde edemeyen ülkeler bu borçlarını ödeyemez hale geldiklerinde, borç veren kurumlar daha önceden kendilerinden borç alan ülkelerin yeni borçları ödeyemeyeceklerini düşündüklerinde yeni borç vermeyecekler ve hâlihazırdaki alacaklarını da temin etmek isteyeceklerdir. Yeni kaynak bulma konusunda zorlanacak ülkeler bu durumda mevcut borçlarını ödeme konusunda güçlük çekecek ve borç krizleri baş gösterebilecektir. Borç krizlerinin tarihsel süreç içerisindeki görünümüne baktığımızda uluslararası anlamda ilk borç krizi 1982 yılında Meksika'nın moratoryum ilan etmesiyle başlamıştır. 1990'lı yıllarda Güneydoğu Asya krizi, 1994 yılında Meksika krizi, 1998 Rusya krizi ve 2000 yılı Arjantin krizi bu kapsamda ortaya çıkan diğer borç krizleri olarak sıralanabilir.

2008 yılında Amerika Birleşik Devletleri (ABD) mortgage piyasasında başlayıp finansal sistemi çökerten Küresel Finans Kriz, kısa bir süre içerisinde reel sektöre ve Avrupa Birliği ülkelerine buradan da tüm dünya ülkelerine yayılmış, 1929 Büyük Buhranı kadar olmasa da ekonomiler üzerinde büyük olumsuzluklara neden olmuştur. Krizin yayılarak küresel bir nitelik kazanmasıyla birlikte Avrupa Birliği'ne üye olan ülkelerden başta Yunanistan, İspanya, İrlanda, İtalya ve Portekiz gibi ülkeler borç krizi ile karşı karşıya kalmışlardır. Günümüzde halen Yunanistan ekonomisinde büyük sorunlar yaşanmaktadır. Sonuç olarak borç krizleri gerek ulusal gerekse de uluslararası boyutta yaşanmıştır ve yaşanmaya da devam etmektedir. Diğer yandan bu krizleri yaşayan ülkelerde yeteri kadar iç kaynağın olmaması krizle mücadelede

gereken direncin gösterilememesine neden olmaktadır. Özellikle daha düşük GSYH değerine sahip olan ülkelerde tasarruf açığının büyük boyutlarda olması ve bu açıkların iç dinamiklerle ve (kalıcı ve sağlam bir çözüm olmasa da) yabancı sermaye akımlarıyla çözülememesi borç krizlerini muhtemel hale getirmektedir. Bu anlamda her ne kadar dış borçlar tasarruf açığını azaltmada bir araç olarak görülse de gerçekten dış borçların tasarrufları olumlu mu olumsuz mu etkilediği araştırma konusu olmalıdır. Bu çalışmada dış borçların tasarrufları nasıl etkilediği ve bu etkinin ülke gruplarına göre farklılık gösterip-göstermediği analiz edilmektedir. Bu kapsamda çalışmanın birinci bölümde dış borç-tasarruf ilişkisine yönelik literatür çalışmasına yer verilmektedir. İkinci bölümde ise ülke gruplarına göre dış borç ve tasarruf oranlarının 1975-2013 dönemi aralığındaki seyri ele alınmaktadır. Dış borç-tasarruf ilişkisine yönelik yapılan uygulamanın verildiği üçüncü bölümün ardından çalışma sonuç ve değerlendirme ile tamamlanmaktadır.

1. Literatür Taraması

Literatürde genellikle dış borç ve iktisadi büyüme arasındaki ilişkiyi incelemeye yönelik çalışmalar yapılmıştır. Dolayısıyla dış borç-tasarruf ilişkisini ele alan çalışma sayısı fazla değildir. Çalışmanın bu bölümünde dış borçların tasarruflar üzerindeki etkisini konu edinen bu ampirik çalışmaların özetine yer verilmektedir.

Hoffman (2002), yurtiçi tasarruf, yatırım ve net yabancı varlık pozisyonu arasındaki ilişkiyi seçilmiş gelişmekte olan ve sanayileşmiş ülkeler özelinde 1980-1998 dönem aralığında dinamik panel veri yöntemleri kullanarak tahmin etmeye çalışmıştır. Çalışmadan elde edilen sonuçlar, gelişmekte olan ülkelerde; uzun dönemde kamu borcu, kişi başına GSYH ve demografik faktörlerin, kısa dönemde ise sadece kamu borcu ve kişi başına GSYH düzeyinin tasarrufun belirleyicisi olduğunu ortaya koymaktadır. Diğer yandan uzun dönemde yatırım, tasarruf ve demografik faktörler özellikle gelişmekte olan ülkelerde net yabancı varlık pozisyonunun temel belirleyicileri arasındadır.

Tinureh (2004), 1982-1989 dönemi için 60 gelişmekte olan ülkede küresel borç krizinin nedenlerini araştırmak amacıyla yaptığı çalışmada, 1980'li ve 90'lı yıllarda gelişmekte olan ülkelerdeki aşırı borçlanmanın temel nedenlerinin; tasarruf açıkları, gelir eşitsizliği, borç servis ödemeleri ve sermaye kaçışları olduğunu göstermektedir.

Schelarek ve Ballester (2005), dış borç ile iktisadi büyüme, toplam faktör verimliliği ve özel tasarruflar arasındaki ilişkiyi 20 Amerika ve Karayip

ülkesinde 1970-2002 dönemi kapsamında dinamik sistem Genelleştirilmiş Momentler Yöntemi (GMM) kullanarak tahmin etmişlerdir. Elde edilen sonuçlar iktisadi büyüme ile toplam dış borçlar arasında negatif bir ilişki olduğunu göstermektedir. Ayrıca elde edilen bulgular ışığına söz konusu negatif ilişkinin en önemli belirleyicisinin kamu borçları olduğu tespit edilmiştir. Diğer taraftan yapılan analizlerde dış borç-toplam faktör verimliliği ve dış borç-özel tasarruflar arasında bir ilişki olmadığı sonucuna ulaşılmaktadır.

Chaudhry vd., (2009), Pakistan ekonomisinde 1973-2006 döneminde dış borç ve dış borç servisinin yatırım harcamaları ve tasarruf üzerindeki etkisini zaman serisi yöntemleri kullanarak (birim kök ve en küçük kareler) incelemişlerdir. Elde edilen sonuçlar dış borçların yatırım harcamaları ve tasarruflar üzerinde pozitif bir etkiye sahip olduğunu, ancak söz konusu etkinin çok büyük olmadığını göstermektedir. Bunun yanı sıra çalışmada dış borç servisinin tasarruf üzerinde negatif bir etkiye sahip olduğu belirtilmektedir.

Okafor ve Tyrowicz (2010), Sahra-altı ülkeler ve Latin Amerika ile Karayipler ülke grubunda 1975-2004 dönemi için dış borç-yurtiçi tasarruf ilişkisini ortaya koymaya yönelik yapmış oldukları çalışmada uzun dönemde yurtiçi tasarruflar ile dış borç arasında negatif yönlü bir ilişkinin olduğunu ortaya koymaktadır.

Abdelhafidh (2011), yurtiçi tasarruf, dış borç akımı ve iktisadi büyüme arasındaki ilişkiyi 1970-2008 döneminde Tunus ekonomisi için VEC modeli kullanarak test etmiştir. Analiz sonuçları kısa dönemde özel borç akımları ile tasarruflar arasında tek-yönlü, özel borçlardan büyümeye doğru tek yönlü ve yine tasarruflardan büyümeye doğru tek-yönlü bir ilişki olduğunu göstermektedir. Diğer yandan elde edilen sonuçlar uzun dönemde kamu borç akımlarının tasarrufların nedeni olduğunu ortaya koyarken, tasarruf ve büyüme ise özel borç akımlarının nedeni olduğu sonucuna ulaşılmaktadır.

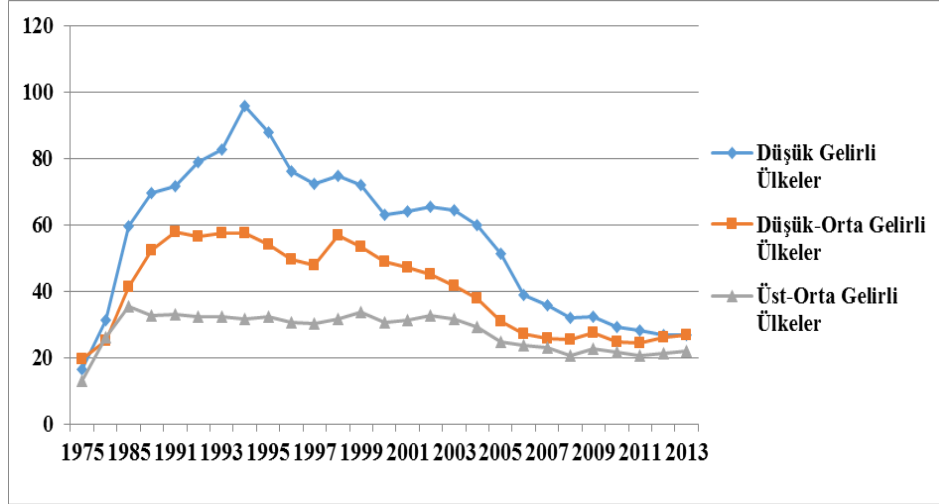
Aliyu ve Usman (2013), Nijerya ekonomisinde; dış borç, kamu borcu ve borç servisinin brüt ulusal tasarruf üzerindeki etkisini 1970-2010 döneminde Vektör Hata Düzeltme Modeli (Vector Error Correction Model-VECM) çerçevesinde analiz etmişlerdir. Bulgular dış borçların ulusal tasarruf üzerinde negatif, kamu borcu ve borç servisinin ise pozitif etkisi olduğunu ortaya koymaktadır.

2. Ülke Gruplarına Göre Dış Borç ve Tasarruf Oranlarının Gelişimi

Bu bölümde dış borcun GSYH, toplam yurtiçi tasarrufların GSYH ve dış borç üzerindeki faiz ödemelerinin GSYH içerisindeki paylarının; düşük, düşük orta ve üst-orta gelirli ülkelerde 1975-2013 dönemindeki gelişimine yer verilmektedir.

Şekil-1’de, düşük, düşük-orta ve üst-orta gelirli ülke gruplarında toplam dış borçların ulusal gelir içerisindeki payının 1975-2013 dönemindeki değişimi yer almaktadır.

Şekil-1: Toplam Dış Borçların GSYH İçerisindeki Payı (%)

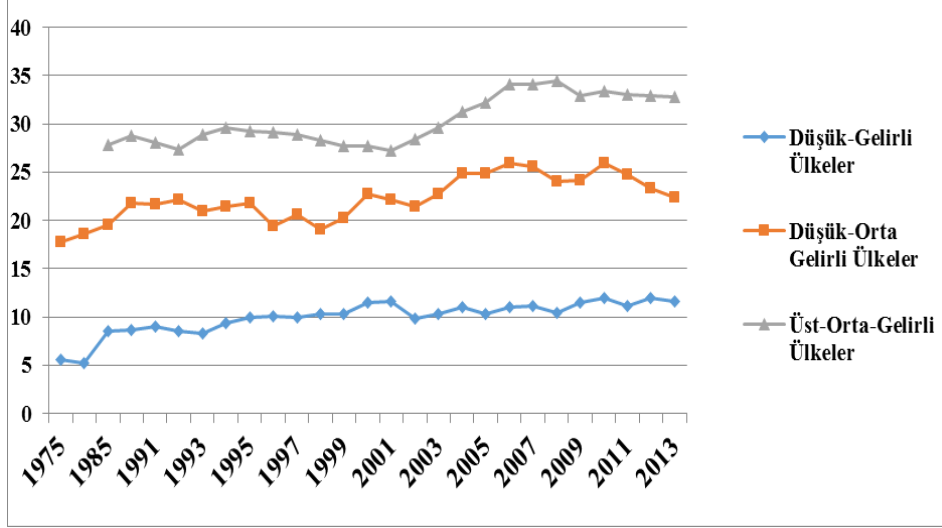


Kaynak: WorldBank, 2015a

Şekil-1’den de görüldüğü gibi, toplam dış borçların ulusal gelir içerisindeki payının en yüksek olduğu ülke grubu düşük gelirli ülkelerdir. Bu ülke grubunda borç oranları 1994 yılında zirveye ulaşmış, takip eden yıllarda kayda değer bir azalma göstererek diğer ülke gruplarının borç oranları seviyelerine yaklaşmıştır. Düşük-orta gelirli ülke grubunda dış borçların ulusal gelir içerisindeki payı ele alınan dönemde % 20-% 60 aralığında seyretmiştir. Üst-orta gelirli ülke grubunda ise nispeten daha istikrarlı bir trendin olduğu söylenebilir. Bununla birlikte her üç ülke grubunda dış borçların 2000’li yıllardan itibaren % 25 düzeylerinde seyrettiği ifade edilebilir.

Ülke sınıflandırılması dikkate alınarak dış borç faiz ödemelerinin ulusal gelir içerisindeki payı Şekil-2 yardımıyla ortaya konmaktadır.

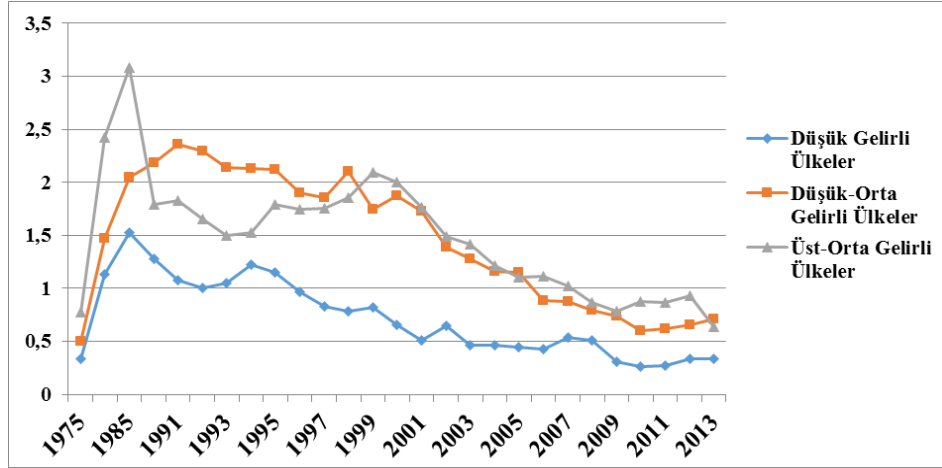
Şekil-2: Toplam Dış Borç Faiz Ödemelerinin GSYH İçerisindeki Payı (%)



Kaynak: WorldBank, 2015b

Şekil-2'den de görüldüğü gibi, düşük gelirli ülkelerde dış borç faiz ödemelerinin GSYH içerisindeki payı diğer ülke gruplarına göre daha düşük düzeylerde. Üst orta gelir grubunda dış borç faiz ödemelerinin ulusal gelir içerisindeki payı 1985 yılında % 2'nin üzerine çıkmış, ancak ilerleyen dönemlerde azalarak 2000'li yıllarda % 1 seviyelerine gerilemiştir. Düşük gelirli ülkelerin diğer ülke gruplarına göre daha az faiz ödemesi, zaten kaynak sıkıntısı çeken bu ülkeler için pozitif bir gelişme olarak değerlendirilebilir.

Şekil-3'de, düşük-gelirli, düşük-orta gelirli ve üst-orta gelirli ülkelerde tasarrufların GSYH içerisindeki payının 1975-2013 dönemi boyunca seyri yer almaktadır. Buna göre düşük gelirli ülkelerde tasarruf oranlarının düşük seviyelerde olduğu fakat 1975 yılında % 5 düzeylerinde olan oranın 2000'li yıllarda % 10 seviyesinin üzerine çıktığı görülmektedir.

Şekil-3: Toplam Yurtiçi Tasarrufların GSYH İçerisindeki Payı (%)

Kaynak: WordBank, 2015c

Şekil-3, ülkelerin sahip olduğu GSYH değeriyle tasarruf oranları arasındaki pozitif ilişkiyi ortaya koymaktadır. Düşük gelirli ülkelerde tasarruf oranları ele alınan dönemde genel itibariyle bir artış trendi içerisindedir. Fakat bu artış gelişme sürecindeki söz konusu ülkeler için yeterli değildir. Tasarruf oranları düşük-orta gelirli ülke grubunda ele alınan dönemde % 18-% 25 düzeylerinde iken, üst-orta gelirli ülkelerde % 26-% 35 seviyelerinde gerçekleşmiştir.

3. Veri, Model ve Yöntem

Bu çalışmada, yurtdışı tasarruflar ile toplam dış borç arasındaki ilişki, gelir gruplarına göre sınıflandırılmış ülkeler (düşük-gelirli, düşük-orta gelirli ve orta-üst gelirli ülkeler¹) için 1990-2013 dönemi kapsamında panel veri yöntemleri (panel birim kök, eşbütünleşme testleri, Vektör Hata Düzeltme Modelleri ve Dumitrescu Hurlin nedensellik testi) kullanılarak tahmin edilmektedir. Çalışma sonucunda ulaşılmak istenen nihai amaç, dış borçların tasarruf açığını kapatıp-kapatmadığı ve bu durumun gelir düzeyi farklı olan ülkeler açısından bir farklılık arz edip-etmediğinin tespit edilmesidir.

a. Veri ve Değişkenlerin Tanımlanması

Yurtdışı tasarruflar ile toplam dış borç arasındaki ilişkinin test edilmesinde kullanılan değişkenler Tablo-1'de yer almaktadır. Buna göre; Yurtdışı

¹ Bu ülkeler çalışmanın sonundaki ekler kısmında sunulmuştur.

Tasarruflar (DSAV) bağımlı değişken, Toplam Dış Borçlar (EDEBT) ve Dış-Borç Faiz Ödemeleri (IPAY) açıklayıcı değişkenler olarak modele dâhil edilmiştir. Özellikle Dış-Borç Faiz Ödemeleri değişkeninin modele dâhil edilmesi çalışmanın literatüre bir katkısı olarak düşünülebilir.

Tablo-1: Veri Seti

Değişkenler	Değişkenlerin Tanımlanması
Yurtiçi Tasarruflar (milyon ABD doları)	Yurtiçi tasarruflar, GSYH'den nihai tüketim harcamalarının çıkartılmasıyla elde edilmektedir.
Toplam Dış Borçlar (milyon ABD doları)	Toplam dış borç; kamunun, kamu tarafından garanti altına alınan borçların, özel sektörün garantili olmayan uzun vadeli borçlarının, IMF'den kullanılan kredilerin ve kısa vadeli borçların toplamıdır. Kısa vadeli borçlar vadesi bir yıl veya daha az olan tüm borçları ve uzun-dönem borçlarına ait gecikmede olan faizleri kapsamaktadır.
Dış Borç Faiz Ödemeleri (milyon ABD doları)	Faiz ödemeleri, belirtilen yıl içerisinde para, mal veya hizmetlerde borçlu tarafından ödenen gerçek faiz tutarıdır. Bu gösterge; IMF giderleri, kısa ve uzun vadeli borçlara yönelik yapılan faiz giderlerinin toplamından oluşmaktadır.

Kaynak: WorldBank, 2015d

Çalışmada teorik arka planın oluşturulmasında ve modelin kurulmasında; Schclarek ve Ballester (2005), Okafor ve Tyrowicz (2008), Chaudhry, vd., (2009) ve Aliyu ve Usman (2013)'ın çalışmalarından yararlanılmıştır.

b. Model ve Yöntem

Çalışmada yurtiçi tasarruflar ile toplam dış borçların uzun ve kısa dönem ilişkilerinin tahmininde, Havuzlanmış Ortalama Grup Tahmincisi (Pooled Mean Group Estimator-PMG) ve Ortalama Grup Tahmincisi (Mean Group Estimator-MG) kullanılacak, bu değişkenler arasındaki nedensellik ilişkisinin test edilmesinde ise Dumitrescu-Hurlin testinden yararlanılacaktır. Bu değişkenler arasındaki kısa ve uzun dönem ilişkileri test ederken hangi tahmincinin daha doğru sonuçlar ürettiğini tespit etmek amacıyla uzun dönem homojenliği Hausman testi ile sınanacaktır.

Analizlerde serilerin durağanlığının tespitinde Levin, Lin&Chu (LLC), Im, Pesaran-Shin (IPS) ve Augmented-Dickey Fuller (ADF) testleri kullanılmıştır.

Seriler arasında uzun dönemli bir ilişkinin varlığı yani eşbütünleşme analizleri Pedroni (2001) ve Kao (1999) testleri kullanılarak araştırılmıştır.

Pedroni (1999), artık-temelli (residual-based) eşbütünleşme ilişkisinde heterojeniteye izin vermektedir. Pedroni (1) numaralı denklemde yer alan β_i 'nin bir tahminini elde etme noktasında her bir panel birimi için tek aşamalı eşbütünleşme regresyonunu kullanmıştır:

$$y_{i,t} = \alpha_i + \beta_i x_{i,t} + e_{i,t} \quad (1)$$

Bu eşitlikten hareketle her bir panel birimi için

$$\hat{\beta}_i = \left(\sum_{t=1}^T \tilde{y}_{i,t} \tilde{x}'_{i,t} \right) \left(\sum_{t=1}^T \tilde{x}_{i,t} \tilde{x}'_{i,t} \right)^{-1} \quad (2)$$

Pedroni (1999), panel istatistiği olarak temsil edilen kesit-içi boyuta ve grup-ortalama istatistiği olarak temsil edilen kesitler-arası boyut olmak üzere iki istatistik önermektedir. Parametrik olmayan panel- ρ ve grup- ρ istatistiklerini hesaplayabilmek için, $\hat{e}_{i,t} = \hat{\varphi}_{i,t} \hat{e}_{i,t-1} + \hat{u}_{i,t}$ regresyonu (1) numaralı eşbütünleşme eşitliğinde yer alan $\hat{e}_{i,t}$ 'den hareketle tahmin edilmektedir. Parametrik test istatistikleri panel-t ve grup-t istatistikleri ise (1) numaralı eşbütünleşme eşitliğinde yer alan $\hat{e}_{i,t}$ artıklarının, $\hat{e}_{i,t} = \hat{\varphi}_{i,t} \hat{e}_{i,t-1} + \sum_{k=1}^{K_i} \hat{\varphi}_{i,k} \Delta \hat{e}_{i,t-k} + \hat{u}_{i,t}^*$ ve \hat{s}_i^{*2} olarak gösterilen $\hat{u}_{i,t}^*$ 'nin varyansı yardımıyla sınanmaktadır.

a. *Panel-p istatistiği:*

$$T\sqrt{N}Z_{\hat{p}_{N,T}^{-1}} \equiv T\sqrt{N} \left(\sum_{i=1}^N \sum_{t=1}^T \hat{L}_{11i}^{-2} \hat{e}_{i,t-1}^2 \right)^{-1} \sum_{i=1}^N \sum_{t=1}^T \hat{L}_{11i}^{-2} (\hat{e}_{i,t-1} \Delta \hat{e}_{i,t} - \hat{\lambda}_i)$$

b. *Panel-t istatistiği:*

$$Z_{t_{N,T}}^* \equiv \left(\hat{s}_i^{*2} \sum_{i=1}^N \sum_{t=1}^T \hat{L}_{11i}^{-2} \hat{e}_{i,t-1}^2 \right)^{-1/2} \sum_{i=1}^N \sum_{t=1}^T \hat{L}_{11i}^{-2} \hat{e}_{i,t-1} \Delta \hat{e}_{i,t}$$

c. *Grup-p istatistiği:*

$$TN^{-1/2}Z_{\hat{p}_{N,T-1}} \equiv TN^{-1/2} \sum_{i=1}^N \left(\sum_{t=1}^T \hat{e}_{i,t-1}^2 \right)^{-1} \sum_{t=1}^T (\hat{e}_{i,t-1} \Delta \hat{e}_{i,t} - \hat{\lambda}_i)$$

d. *Grup-t istatistiği:*

$$N^{-1/2}Z_{t_{N,T}}^* \equiv N^{-1/2} \sum_{i=1}^N \left(\sum_{t=1}^T \hat{s}_i^{*2} \hat{e}_{i,t-1}^2 \right)^{-1/2} \sum_{t=1}^T (\hat{e}_{i,t-1} \Delta \hat{e}_{i,t})$$

Burada,

$$\hat{\lambda}_i = 1/2(\hat{\sigma}_i^2 - \hat{s}_i^2)$$

$$\hat{s}_i^{*2} \equiv 1/N \sum_{i=1}^N \hat{s}_i^{*2}.$$

(Morshed, 2010: 14; Gengenbach vd., 2005: 8; Örsal, 2007: 3-5).

Kao (1999), Dickey-Fuller (DF) ve Augmented Dickey-Fuller (ADF) testlerine dayalı bir eşbütünleşme testi geliştirmiştir. Kao, eşbütünleşmenin olmadığını gösteren sıfır hipotezinin bir testi olarak (1) numaralı denklemdeki $e_{i,t}$ için DF ve ADF birim kök testlerini kullanmıştır. DF-türü testler sabit etkili artıklardan hareketle hesaplanabilir:

$$\hat{e}_{i,t} = \rho \hat{e}_{i,t-1} + \hat{v}_{i,t1}$$

Eşbütünleşmenin olmadığını gösteren sıfır hipotezi, $H_0: \rho = 1$ şeklinde ifade edilebilir. Kao'nun önerdiği DF-türü testler şu şekildedir:

$$DF_p = \frac{\sqrt{NT}(p-1)}{\sqrt{10.2}}$$

$$DF_t = \frac{\sqrt{1.25} t_p}{\sqrt{1.875N}}$$

$$DF_p^* = \frac{\sqrt{NT}(p-1) + \left(\frac{3\sqrt{N\sigma_v^2}}{\sigma_{0v}^2} \right)}{\sqrt{3 + \frac{36\hat{\sigma}_v^4}{5\hat{\sigma}_{0v}^4}}}$$

$$DF_t^* = \frac{t_p + (\sqrt{6N}\hat{\sigma}_v/2\hat{\sigma}_{0v})}{\sqrt{(\hat{\sigma}_{0v}^2/2\hat{\sigma}_v^2) + (3\hat{\sigma}_v^2/10\hat{\sigma}_{0v}^2)}}$$

ADF regresyonu ise;

$$\hat{e}_{i,t} = \rho \hat{e}_{i,t-1} + \sum_{j=1}^p \phi_j \Delta \hat{e}_{i,t-j} + v_{i,t}$$

ADF test istatistiği yine eşbütünleşme olmadığını belirten sıfır hipotezi ile şu şekilde test edilir:

$$ADF = \frac{t_{ADF} + \left(\frac{\sqrt{6N}\hat{\sigma}_v}{2\hat{\sigma}_{0v}} \right)}{\sqrt{\left(\frac{\hat{\sigma}_{0v}^2}{2\hat{\sigma}_v^2} \right) + (10\hat{\sigma}_{0v}^2)}}$$

(Costantini, 2010 ve www.lingnan.net).

Eşbütünleşme ilişkisinde uzun dönem parametreleri Tam Değiştirilmiş En Küçük Kareler (fully-modified OLS-FMOLS), Dinamik En Küçük Kareler (Dynamic OLS-DOLS) ve Vektör Hata Düzeltme modeline dayalı tahminciler (PMG ve MG) yoluyla etkin bir şekilde tahmin edilebilmektedir. Bu tahmincilerin önemli bir kısmı eşbütünleşme vektörlerinin tüm panel birimleri için aynı, kısa dönem parametrelerinin ise birimlere özgü olduğunu ifade eden homojen bir yapı istihdam etmektedir (Breitung ve Pesaran, 2005: 3).

Panel veri modellerinde genelde iki tür yöntem kullanılmaktadır. Birincisi (ortalama grup tahmincisi) paneldeki her bir grup için farklı tahminlerin ortalamasını içermektedir. Pesaran ve Smith (1995), MG tahmincisinin parametrelerin ortalamalarına ilişkin tutarlı tahminler verdiğini savunmaktadırlar. Pirotte (1999), MG tahmincisinin büyük çaptaki örneklem için tutarlı uzun dönemli tahminciler sağladığını belirtmektedir. MG, parametrelerin gruplar arasında serbestçe hareket etmesini sağlar ve gruplar arasında potansiyel homojenlik olduğunu düşünmez. İkinci yöntem ise sabit etkiler, rassal etkiler ve genelleştirilmiş momentler yöntemi gibi geleneksel panel veri modellerinden oluşmaktadır. Bu modeller parametrelerin birimler arasında aynı olmasını sağlar ve uzun dönem katsayılarının tutarsız olmasına yol açabilir. Buradaki olası bir problem ise zaman boyutunun çok büyük olmasıdır. Buna karşın Pesaran, Shin ve Smith (1999) tarafından önerilen PMG tahmincisi kısa dönem katsayılarının birimler arasında farklılaşmasına olanak sağlamaktadır. Uzun dönem katsayıları ise diğer modellerde olduğu gibi homojendir. FMOLS ve DOLS tahmincilerinin aksine kısa ve uzun dönem arasındaki uyum dinamiğini de vermektedir (Bangake ve Eggoh, 2012: 7-17).

PMG tahmincisinin heterojen kısa dönem dinamikleri, $t = 1, 2, \dots, T$ dönemleri ve $i = 1, 2, \dots, N$ grupları baz alınarak Dışsal Değişkenli Kendiyle Bağlı Model (Auto Regressive Distributed Lag-ARDL) yardımıyla tahmin edilmektedir:

$$y_{it} = \sum_{j=1}^p \lambda_{ij} y_{i,t-j} + \sum_{j=0}^q \delta'_{ij} x_{i,t-j} + \gamma'_i d_t + \varepsilon_{it}$$

Eşitlikte $x_{i,t}(k \times 1)$ ve $d_t(s \times 1)$ açıklayıcı değişkenlerin vektörlerini temsil etmektedir. $x_{i,t}$ hem zamana hem de gruba göre değişirken, d_t sadece zamana göre değişiklik arz etmektedir. Gecikmeli bağımlı değişkeninin katsayısı λ_{ij} skalar katsayıları ve δ_{ij} ve γ_i 'ler ise bilinmeyen parametrelerin $k \times 1$ ve $s \times 1$ vektörleridir.

Yukarıdaki denklemin parametreleri hata düzeltme regresyonuna dâhil edilirse,

$$\Delta y_{it} = \phi_i y_{i,t-1} + \beta_i' x_{it} + \sum_{j=1}^{p-1} \lambda_{ij}^* \Delta y_{i,t-j} + \sum_{j=0}^{q-1} \delta_{ij}' x_{i,t-j} + \gamma_i' d_t + \varepsilon_{it}$$

$$i = 1, 2, \dots, N \text{ ve } t = 1, 2, \dots, T, \phi_i = -(1 - \sum_{j=1}^p \lambda_{ij}), \beta_i = \sum_{j=0}^q \delta_{ij}$$

$$\lambda_{ij}^* = -\sum_{m=j+1}^p \lambda_{im}, j = 1, \dots, p-1 \text{ ve } \delta_{ij}^* = -\sum_{m=j+1}^q \delta_{im}, j = 1, \dots, q-1,$$

$$i = 1, \dots, N$$

Modelde; ϕ_i hata düzeltme parametresini, λ_{ij} gecikmeli bağımlı değişkenin katsayılarını (scalars), δ_{ij} ($k \times 1$) katsayı vektörlerini, i indisi ülke sayısını, t zamanı, q optimal gecikme uzunluğunu, ε_{it} ise hata terimini göstermektedir. Hata düzeltme parametresinin negatif değerli ve istatistiksel olarak anlamlı olması eşbütünleşik seriler arasındaki kısa dönemli sapmaların uzun dönemde ortadan kalkacağını ve serilerin uzun dönemde dengeye geleceklerini göstermektedir (Pesaran, 1997: 2-3).

Çalışmada uzun ve kısa dönem ilişkilerinin analizinde kullanılan panel vektör hata düzeltme modeli şu şekilde formüle edilebilir:

$$\begin{aligned} \Delta DSAV = & \phi_i \varepsilon_{it-1} + \beta_{i1}' EDEBT + \beta_{i2}' IPAY_{it} + \sum_{j=1}^{p-1} \lambda_{ij1} \Delta DSAV_{it-j} \\ & + \sum_{j=0}^{q-1} \delta_{ij1} \Delta EDEBT_{it-j} + \sum_{j=0}^{q-1} \delta_{ij2} \Delta IPAY_{it-j} + \varepsilon_{it} \end{aligned}$$

c. Ampirik Sonuçlar

Yurtiçi tasarruflar ile toplam dış borç arasındaki ilişkinin tahmin edildiği bu çalışmada, 1990-2013 dönemine ait verilerden hareketle panel veri yöntemleri kullanılarak analizler yapılmıştır.

i. Düşük-Gelirli Ülkeler İçin Tahmin Sonuçları

Ekonometrik analizlerde kullanılacak serilerin durağan olması, değişkenler arasındaki olası sahte bir ilişkinin ortaya çıkmasını engelleme noktasında oldukça önem arz etmektedir. Bu kapsamda çalışmada serilerin durağanlığının sınanmasında; Levin, Lin&Chu (LLC), Im, Pesaran-Shin (IPS) ve Augmented Dickey Fuller (ADF) testleri kullanılmıştır. Testlerin sonuçları Tablo-2'de verilmektedir. Buna göre, çalışmada kullanılan serilerin orijinal düzeylerinde durağan olmadıkları (sadece IPAY değişkeni ADF testinin sabitli-

trendli durumunda durağan çıkmıştır) tespit edilmiştir. Bu kapsamda tüm seriler birinci farkları alınarak durağan hale getirilmiştir.

Tablo-2: Panel Birim Kök Testleri

Birim Kök Testi	LLC				IPS				ADF			
	Sabitli		Sabitli ve Trendli		Sabitli		Sabitli ve Trendli		Sabitli		Sabitli ve Trendli	
	İst.	Olas.	İst.	Olas.	İst.	Olas.	İst.	Olas.	İst.	Olas.	İst.	Olas.
DSAV	8.1	1.00	0.89	0.81	7.7	1.00	3.06	0.99	51.5	0.64	61.3	0.29
EDEBT	1.9	0.97	5.44	1.00	3.1	0.99	5.32	1.00	43.2	0.89	34.7	1.00
İPAY	1.9	0.97	0.96	0.83	0.46	0.6	0.4	0.68	67.2	0.14	77.04	0.03
BİRİNCİ FARKLAR												
DSAV	-16.3	0.000	-10.8	0.000	-15.7	0.000	-14.5	0.000	356.1	0.000	286.9	0.000
EDEBT	-13.5	0.000	-11.4	0.000	-12.5	0.000	-9.89	0.000	279.8	0.000	213.6	0.000
İPAY	-17.04	0.000	-14.7	0.000	-18.9	0.000	-16.7	0.000	402.4	0.000	326.9	0.000

LLC değerleri t istatistik değerleri iken, diğer testlerin değerleri ki-kare değeridir.

*Gecikme uzunluğunun seçiminde Schwarz bilgi kriteri dikkate alınmıştır.

Birinci farkları alınarak durağan duruma getirilen seriler arasında uzun dönemli bir ilişkinin varlığı eşbütünleşme testleri (Pedroni ve Kao testleri) kullanılarak araştırılmıştır. Tablo-3'ten de görülebileceği üzere, gerek sabitli gerekse de sabitli ve trendli durumlarda Pedroni eşbütünleşme testlerinin yedi tanesinden altı tanesine ve sadece sabitli durumda yapılabilen Kao testine göre seriler arasında eşbütünleşme söz konusudur.

Tablo-3: Panel Eşbütünleşme (Pedroni ve KAO) Testleri

Sabit/Sabitli-Trendli Durumlar	Sabitli		Sabitli ve Trendli	
	İstatistik	Olasılık	İstatistik	Olasılık
Panel v-İstatistiği	-2.789506	0.9974	-5.946711	1.0000
Panel rho- İstatistiği	-10.44796	0.0000	-7.300923	0.0000
Panel PP- İstatistiği	-19.84779	0.0000	-25.94307	0.0000
Panel ADF- İstatistiği	-17.46643	0.0000	-21.41720	0.0000
	İstatistik	Olasılık	İstatistik	Olasılık
Grouprho- İstatistiği	-9.152787	0.0000	-5.250824	0.0000
Group PP- İstatistiği	-24.77108	0.0000	-33.55312	0.0000
Group ADF- İstatistiği	-19.08799	0.0000	-23.56014	0.0000
KAO Testi	7.62627	0.0000	-	-

* Gecikme uzunluğu seçiminde Schwarz bilgi kriteri dikkate alınmıştır.

Seriler arasında uzun dönemli bir ilişki tespit ettikten sonra uzun ve kısa dönem ilişkilerinin yönünü ve katsayılarını Vektör Hata Düzeltme Modeli çerçevesinde PMG ve MG tahmincilerini kullanarak hesaplamak mümkündür.

RER, CPI ve GDP arasındaki ilişki, hem PMG, hem de MG tahmincileri ile test edilmiştir. Bu tahmincilerden hangisinin daha etkin sonuçlar ürettiği tespit etmek için Hausman testi (uzun dönem homojenliğinin testi) yapılmış, testin sonuçlarının (test istatistik değeri 1.07 olasılık değeri de 0.5857 çıkmıştır) yer aldığı Tablo-4'ten de görüldüğü üzere ki-kare değeri anlamlı çıkmamıştır ve H_0 hipotezi reddedilememiştir. Dolayısıyla PMG tahmincisi daha doğru sonuçlar üretmektedir ve uzun dönem parametreleri homojendir, diğer bir deyişle, bu parametreler birimden birime değişiklik arz etmemektedir.

Tablo-4: PMGE ve Hausman Test Sonuçları

D. DSAV	KATSAYI	STANDART HATA	z İSTATİSTİĞİ	P > z	%95 ARALIĞI	GÜVEN
Ec EDEBT	-0.1020226	0.0261139	-3.91	0.000	-0.1532048	-0.0508404
Ec IPAY	-2.25226	1.396851	-1.61**	0.107	-4.990038	0.4855178
SR ec	-0.1884023	0.061524	-3.06	0.002	-0.308987	-0.0678175
EDEBT D1.	0.062057	0.060788	1.02*	0.307	-0.0570852	0.1811992
IPAY D1.	-0.7031587	1.600235	-0.44*	0.660	-3.839561	2.433244
constant	1.01e+08	4.16e+07	2.42	0.016	1.90e+07	1.82e+08
Hausman Testi: chi2(1) = 1.07, Prob>chi2 =0.5857 Log Olabilirlik: -12231.84 Gözlem Sayısı: 601						

* : Katsayı anlamsızdır. **Katsayı %10 düzeyinden anlamlı kabul edilmiştir.

Diğer taraftan, hata düzeltme parametresi (Short Run error correction-SRec) anlamlıdır- parametrenin sıfırdan küçük olması anlamlı olduğunu göstermektedir- ve iki değişken arasında uzun dönemli bir ilişki vardır. Hata düzeltme parametresi aynı zamanda serilerin durağan olmamasından kaynaklanan kısa dönem sapmalarının bir sonraki dönemde dengeye gelme hızını göstermektedir.

Bu duruma uygun olarak, bir dönemde oluşan dengesizliklerin yaklaşık % 18'i bir sonraki dönemde düzelecek ve uzun dönem dengesine yaklaşması sağlanacaktır. Bununla birlikte ele alınan değişkenlerden EDEBT değişkeninin uzun dönem katsayısı (-0.1020) anlamlı iken, kısa dönem katsayısı (0.063) anlamsızdır. IPAY değişkeninin sadece uzun dönem katsayısı (-2.25) anlamlıdır.

Uzun dönemde toplam dış borçlarda ve dış borç faiz ödemelerinde meydana gelecek %1'lik artış yurtiçi tasarrufları sırasıyla yaklaşık % 0.10 ve oranında % 2.25 azaltacaktır. Bu sonuçlara göre, düşük gelirli ülkelerde dış borçlanmanın tasarruf açığını kapatmadığı, aksine daha da derinleştirdiği, üstelik dış borçlara yapılan faiz ödemelerinin de ülke kaynaklarının azalmasına neden olduğu yorumu yapılabilir.

Tablo-5'te, ülkeler bazında uzun dönem birim etkilerine ait sonuçlar yer almaktadır. Birim etkiler açısından; Burundi, Merkezi Afrika, Gambiya, Gine, Haiti, Kenya, Madagaskar, Malawi, Mali ve Togo'nun hata düzeltme parametrelerine ait katsayılar anlamlıdır. Bu yüzden söz konusu ülkelerde yurtiçi tasarruf ile dış borç arasında uzun dönemli ilişki vardır.

Tablo-5: Düşük Gelirli Ülkeler Bazında Uzun Dönem Birim Etkileri

Ülke	İst.	Burundi	Merk.Afr.	Gambiya	Gine	Haiti	Kenya	Madag.	Malawi	Mali	Togo
ec (hata düzeltme katsayısı)	Kats.	-1.07	-0.67	-0.58	-0.15	-0.44	-0.29	-0.54	-0.88	-0.36	-0.41
	(z) ist	-6.08	-4.43	-3.24	-1.95*	-2.90	-2.12	-2.88	-4.56	-2.07	-2.32
	Olas.	0.00	0.00	0.00	0.05	0.00	0.02	0.00	0.00	0.03	0.02

*= Katsayı %10 düzeyinde anlamlı kabul edilmiştir.

Dumitrescu Hurlin nedensellik analizi, Granger nedensellik analizinin aksine katsayıların birimler arasında farklılaşmasına/heterojenliğine izin vermektedir. Yurtiçi tasarruf ile dış borç ve dış borç faiz ödemeleri arasındaki nedensellik analizinin sonuçlarının yer aldığı Tablo-6'dan da takip edilebileceği gibi, toplam dış borçlardan yurtiçi tasarrufa ve toplam dış borçtan-faiz ödemelerine doğru tek yönlü bir ilişki mevcuttur.

Tablo-6: Dumitrescu Hurlin Nedensellik Analizi Sonuçları

Dumitrescu Hurlin	W-stat	Zbar-Stat	Olasılık
EDEBT, homojen olarak DSAV'in nedeni değildir.	12.9180	13.1188*	0.0000
DSAV, homojen olarak EDEBT'in nedeni değildir.	3.13238	-0.64741	0.5174
IPAY, homojen olarak DSAV'in nedeni değildir.	3.20609	-0.54372	0.5866
DSAV, homojen olarak IPAY'in nedeni değildir.	3.73709	0.20328	0.8389
IPAY, homojen olarak EDEBT'in nedeni değildir.	3.70659	0.21088	0.8330
EDEBT, homojen olarak IPAY'in nedeni değildir.	5.43188	2.70839*	0.0068

* : Katsayı anlamlıdır.

ii. Düşük-Orta Gelirli Ülkeler İçin Tahmin Sonuçları

Düşük-orta gelirli ülkelere ait yurtiçi tasarruf, dış borç ve dış borç faiz ödemeleri değişkenlerinin durağan olup-olmadıklarına ilişkin yapılan birim kök testlerinin sonuçları Tablo-7’de sunulmuştur.

Buna göre, çalışmada kullanılan serilerin orijinal düzeylerinde durağan olmadıkları (sadece İPAY değişkeni ADF testinin sabitli ve sabitli-trendli durumlarında durağan çıkmıştır) görülmüştür. Seriler birinci farkları alınarak durağan hale getirilmiştir.

Tablo-7: Panel Birim Kök Testleri

Birim Kök Testi	LLC				IPS				ADF			
	Sabitli		Sabitli ve Trendli		Sabitli		Sabitli ve Trendli		Sabitli		Sabitli ve Trendli	
	İst.	Olas.	İst.	Olas.	İst.	Olas.	İst.	Olas.	İst.	Olas.	İst.	Olas.
DSAV	8.7	1.00	2.8	0.99	10.3	1.00	3.00	0.99	23.7	1.00	72.4	0.39
EDEBT	8.7	1.00	4.5	1.00	10.4	1.00	5.00	1.00	22.9	1.00	55.3	0.86
İPAY	2.9	0.99	1.6	0.95	1.31	0.90	-0.76	0.22	104.5	0.00	96.5	0.02
BİRİNCİ FARKLAR												
DSAV	-13.8	0.000	-9.7	0.000	-15.7	0.000	-14.1	0.000	373.7	0.000	312.1	0.000
EDEBT	-11.7	0.000	-10.1	0.000	-13.1	0.000	-12.6	0.000	305.4	0.000	273.4	0.000
İPAY	-12.7	0.000	-13.1	0.000	-20.1	0.000	-18.1	0.000	504.7	0.000	419.8	0.000

LLC değerleri t istatistik değerleri iken, diğer testlerin değerleri ki-kare değeridir. Gecikme uzunluğunun seçiminde Schwarz bilgi kriteri dikkate alınmıştır.

Seriler arasında eşbütünlük ilişkisinin olup-olmadığı Pedroni ve Kao testleri kullanılarak araştırılmıştır. Buna göre hem sabitli hem de sabitli ve trenli durumlarda Pedroni eşbütünlük testlerinin yedi tanesinden altı tanesine ve sadece sabitli durumda yapılabilen Kao testine göre seriler arasında eşbütünlük vardır (bkz. Tablo-8).

Tablo-8: Panel Eşbütünleşme (Pedroni ve KAO) Testleri

Sabit/Sabitli-Trendli Durumlar	Sabitli		Sabitli ve Trendli	
İstatistikler	İstatistik	Olasılık	İstatistik	Olasılık
Panel v-İstatistiği	-1.713851	0.9567	-5.392941	1.0000
Panel rho- İstatistiği	-8.598595	0.0000	-5.171210	0.0000
Panel PP- İstatistiği	-15.20082	0.0000	-16.89822	0.0000
Panel ADF- İstatistiği	-14.55713	0.0000	-16.13113	0.0000
	İstatistik	Olasılık	İstatistik	Olasılık
Group rho- İstatistiği	-5.915022	0.0000	-2.350191	0.0094
Group PP- İstatistiği	-16.95302	0.0000	-17.94213	0.0000
Group ADF- İstatistiği	-15.68272	0.0000	-16.99251	0.0000
KAO Testi	5.441781	0.00000	-	-

* Gecikme uzunluğu seçiminde Schwarz bilgi kriteri dikkate alınmıştır.

Seriler arasındaki ilişkisinin uzun ve kısa dönem katsayıları ve bu katsayıların yönü PMG ve MG tahmincilerini kullanılarak hesaplanabilir.

Tablo-9'dan da görüldüğü gibi, Hausman test istatistiğine (3.50) göre PMG tahmincisi daha doğru sonuçlar vermektedir. Bu yüzden uzun dönem parametreleri homojendir. Hata düzeltme parametresi (Short Run error correction-SRec) anlamlıdır. Bu duruma uygun olarak, bir dönemde oluşan dengesizliklerin yaklaşık % 30'u bir sonraki dönemde düzelecek ve uzun dönem dengesine yaklaşması sağlanacaktır. Diğer taraftan, modeldeki değişkenlerden EDEBT değişkenin uzun dönem (0.2203) ve kısa dönem katsayısı (0.1524) anlamlıdır. Buna karşın IPAY değişkeninin kısa dönem katsayısı (-.005) anlamsız iken, uzun dönem katsayısı (-4.61) anlamlıdır.

Tablo-9: PMGE ve Hausman Test Sonuçları

D. DSAV	KATSAYI	STANDART HATA	z İSTATİSTİĞİ	P > z	%95 ARALIĞI	GÜVEN
ec EDEBT	0.2220294	0.0378303	5.87	0.000	0.1478832	0.2961755
ec IPAY	-4.611475	0.9632485	-4.79	0.000	-6.499408	-2.723543
SR ec	-0.3145853	0.0487724	-6.45	0.000	0.4101773	0.2189932
EDEBT D1.	0.1542767	0.0936154	1.65	0.099	-0.029206	0.3377595
IPAY D1.	-0.0055625	0.7949512	-0.01*	0.994	-1.563638	1.552513
constant	2.22e+09	9.56e+08	2.32	0.020	3.46e+08	4.09e+09
Hausman Testi: chi2(1) = 3.50, Prob>chi2 = 0.1740 Log Olabilirlik: -15322.14						
Gözlem Sayısı: 701						

* : Katsayı anlamsızdır.

Uzun dönemde toplam dış borçlarda meydana gelecek % 1'lik artış, yurtiçi tasarrufları yaklaşık % 0.22 oranında artıracaktır. Bu katsayı kısa dönemde 0.15 olarak değişmektedir. Dış borç faiz ödemelerinin uzun dönem katsayısı, borç faiz ödemeleri arttıkça yurtiçi tasarrufların azaldığını göstermektedir. Bu sonuçlara göre, düşük-orta gelirli ülkelerde dış borçlanma tasarruf açığını hem kısa hem de uzun dönemde kapatılmakta, ancak uzun dönemde faiz ödemeleri arttıkça tasarruf açıkları artmaktadır.

Tablo-10: Düşük Gelirli Ülkeler Bazında Uzun Dönem Birim Etkileri

Ülkeler/ İstatistikler	Ermen.	Bhutan	Kongo	Djibouti	Mısır	El Salvador	Gürcis.	Gana	Guatemala	Hindis.	Endenoz.
Katsayı	-0.39	-0.32	-0.21	-0.42	-0.30	0.040	-0.70	-0.47	-1.12	0.262	-0.123
(z) ist	-2.86	-2.64	-1.82	-2.08	-2.05	0.040	-4.44	-3.92	-3.60	-2.45	-2.07
Olas.	0.004	0.008	0.068	0.038	0.040	0.040	0.000	0.000	0.000	0.014	0.038
Ülkeler/ İstatistikler	Lesotho	Moritanyan.	Moğol.	Nikaragua	Nijerya	Pakistan	Senegal	Sudan	Svaziland	Ukrayna	Özbek
Katsayı	-0.368	-0.464	-0.37	-0.063	-0.47	-0.77	-0.33	-0.32	-0.48	-0.95	-0.33
(z) ist	-1.98	-1.75	-2.13	-1.79	-3.27	-2.65	-2.71	-2.06	-3.24	-7.12	-1.92
Olas.	0.048	0.080	0.033	0.074	0.001	0.008	0.007	0.039	0.001	0.000	0.055

*= Katsayı %10 düzeyinde anlamlı kabul edilmiştir.

Tablo 10'da, ülkeler bazında uzun dönem birim etkilerine ait sonuçlar yer almaktadır. Birim etkiler açısından; Ermenistan, Bhutan, Kongo, Djibouti, Mısır, El Salvador, Gürcistan, Gana, Guatemala, Hindistan, Endenozya, Lesotho, Moritanya, Moğolistan, Nikaragua, Nijerya, Pakistan, Senegal, Sudan, Svaziland, Ukrayna ve Özbekistan'ın hata düzeltme parametrelerine ait katsayılar anlamlıdır. Bu yüzden söz konusu ülkelerde yurtiçi tasarruf ile dış borç arasında uzun dönemli ilişki vardır.

Dumitrescu Hurlin nedensellik analizi, Granger nedensellik analizinin aksine katsayıların birimler arasında farklılaşmasına/heterojenliğine izin vermektedir. Yurtiçi tasarruf ile dış borç ve dış borç faiz ödemeleri arasındaki nedensellik analizinin sonuçlarının yer aldığı Tablo-11'den de takip edilebileceği gibi, toplam dış borçlar-yurtiçi tasarruf, toplam dış borç faiz ödemeleri-yurtiçi tasarruflar arasında iki yönlü ilişki mevcut iken, toplam dış borçlardan faiz ödemelerine doğru tek yönlü bir ilişki vardır.

Tablo-11: Dumitrescu Hurlin Nedensellik Analizi Sonuçları

Dumitrescu Hurlin	W-stat	Zbar-Stat	Olasılık
EDEBT, homojen olarak DSAV'in nedeni değildir.	5.04132	5.87563	4.E-09
DSAV, homojen olarak EDEBT'in nedeni değildir.	3.43996	2.41924	0.0156
IPAY, homojen olarak DSAV'in nedeni değildir.	3.62556	2.81983	0.0048
DSAV, homojen olarak IPAY'in nedeni değildir.	3.94914	3.51826	0.0004
IPAY, homojen olarak EDEBT'in nedeni değildir.	2.07977	-0.47759	0.6329
EDEBT, homojen olarak IPAY'in nedeni değildir.	3.78978	3.32142	0.0009

iii. Üst-Orta Gelirli Ülkeler İçin Tahmin Sonuçları

Üst-orta gelirli ülkelere ait yurtiçi tasarruf, dış borç ve dış borç faiz ödemeleri değişkenlerinin durağan olup-olmadıklarına ilişkin yapılan birim kök testlerinin sonuçlarının yer aldığı Tablo-12'den de takip edilebileceği gibi, değişkenler orijinal düzeylerinde durağan değildir (sadece IPAY değişkeni ADF testinin sabitli-trendli durumlarında durağan çıkmıştır). Değişkenler birinci farkları alınmak suretiyle durağan duruma getirilmiştir.

Tablo-12: Panel Birim Kök Testleri

Birim Kök Testi	LLC				IPS				ADF			
	Sabitli		Sabitli ve Trendli		Sabitli		Sabitli ve Trendli		Sabitli		Sabitli ve Trendli	
	İst.	Olas.	İst.	Olas.	İst.	Olas.	İst.	Olas.	İst.	Olas.	İst.	Olas.
DSAV	13.2	1.00	1.18	0.88	11.7	1.00	2.36	0.99	32.4	1.00	94.06	0.36
EDEBT	12.3	1.00	3.83	0.99	16.0	1.00	6.71	1.00	35.3	1.00	85.7	0.60
IPAY	2.96	0.99	0.98	0.84	5.34	1.00	0.13	0.55	79.9	0.76	134.8	0.00
BİRİNCİ FARKLAR												
DSAV	-19.2	0.000	-18.9	0.000	-19.2	0.000	-18.3	0.000	523.1	0.000	451.3	0.000
EDEBT	-6.13	0.000	-9.22	0.000	-6.03	0.000	-9.96	0.000	249.9	0.000	272.3	0.000
IPAY	-17.6	0.000	-14.7	0.000	-17.4	0.000	-15.4	0.000	488.9	0.000	411.3	0.000

LLC değerleri t istatistik değerleri iken, diğer testlerin değerleri ki-kare değeridir. Gecikme uzunluğunun seçiminde Schwarz bilgi kriteri dikkate alınmıştır.

Seriler arasında eşbütünleşme ilişkisinin olup-olmadığı Pedroni ve Kao testleri kullanılarak araştırılmış ve hem sabitli hem de sabitli ve trendli durumlarda Pedroni eşbütünleşme testlerinin yedi tanesinden altı tanesine ve sadece sabitli durumda yapılabilen Kao testine göre seriler arasında eşbütünleşme olduğu görülmüştür. Sonuçlar Tablo-13'te özetlenmiştir.

Tablo-13: Panel Eşbütünleşme (Pedroni ve KAO) Testleri

Sabit/Sabitli-Trendli Durumlar	Sabitli		Sabitli ve Trendli	
	İstatistik	Olasılık	İstatistik	Olasılık
Panel v-İstatistiği	-3.498939	0.9998	-7.469451	1.0000
Panel rho- İstatistiği	-9.033415	0.0000	-4.295906	0.0000
Panel PP- İstatistiği	-18.84755	0.0000	-25.37833	0.0000
Panel ADF- İstatistiği	-17.49258	0.0000	-19.63140	0.0000
	İstatistik	Olasılık	İstatistik	Olasılık
Group rho- İstatistiği	-6.072241	0.0000	-1.400370	0.0807
Group PP- İstatistiği	-23.20539	0.0000	-34.29196	0.0000
Group ADF- İstatistiği	-18.36785	0.0000	-19.40414	0.0000
KAO Testi	5.441781	0.00000	-	-

* Gecikme uzunluğu seçiminde Schwarz bilgi kriteri dikkate alınmıştır.

Seriler arasındaki ilişkinin uzun ve kısa dönem katsayıları ve bu katsayıların yönü PMG ve MG tahmincilerini kullanılarak hesaplanabilir. Bu kapsamda hangi tahmincinin daha etkin sonuçlar verdiği Hausman testi ile araştırılmıştır. Bulgular PMG tahmincisine işaret etmektedir. Hata düzeltme parametresi de anlamlıdır. Bu duruma uygun olarak, bir dönemde oluşan dengesizliklerin yaklaşık % 37'si bir sonraki dönemde düzelecek ve uzun dönem dengesine yaklaşması sağlanacaktır. Diğer taraftan, modeldeki değişkenlerden EDEBT ve IPAY değişkenlerinin uzun dönem katsayıları (sırasıyla; 0.2181 ve -2.2516) anlamlı çıkmıştır (bkz., Tablo-14).

Tablo-14: PMGE ve Hausman Test Sonuçları

D. DSAV	KATSAYI	STANDART HATA	z İSTATİSTİĞİ	P > z	%95 ARALIĞI	GÜVEN
ec EDEBT	0.2181197	0.014702	14.84	0.000	0.1893042	0.2469351
ec IPAY	-2.251646	0.3411261	-6.60	0.000	-2.920241	-1.583051
SR ec	-0.3759746	0.0551612	-6.82	0.000	0.4840887	0.2678605
EDEBT D1.	0.2149334	0.3008863	-0.71*	0.475	0.8046598	0.374793
IPAY D1.	19.40304	12.61668	1.54*	0.124	-5.325194	44.13127
constant	3.85e+09	1.30e+09	2.95	0.003	1.29e+09	6.40e+09
Hausman Testi: chi2(1) = 2.91, Prob>chi2 = 0.2332 Log Olabilirlik: -20745.05						
Gözlem Sayısı: 926						

* : Katsayı anlamsızdır.

Uzun dönemde toplam dış borçlarda meydana gelecek % 1'lik artış, yurtiçi tasarrufları yaklaşık % 0.22 oranında artıracaktır. Dış borç faiz

ödemelerinin uzun dönem katsayısı (-2.25) ise borç faiz ödemeleri arttıkça yurtiçi tasarrufların azaldığını göstermektedir. Bu sonuçlara göre, üst-orta gelirli ülkelerde dış borçlanma tasarruf açığını uzun dönemde kapatabilmekte, ancak uzun dönemde dış borç faiz ödemeleri arttıkça tasarruf açıkları da artmaktadır.

Tablo-15: Düşük Gelirli Ülkeler Bazında Uzun Dönem Birim Etkileri

Ülkeler /İst.	Arnavutluk	Cezayir	Arjantin	Azerbaycan	Belarus	Belize	Bosna	Botswana	Brezilya	Bulg.
Katsayı	-1.04	-0.13	-0.19	-0.25	-0.44	-0.51	-0.88	-0.48	-0.48	-1.09
(z) ist	-6.48	-1.82*	-3.31	-2.81	-3.02	-2.51	-4.30	-2.55	-5.24	-3.83
Olas.	0.000	0.068	0.001	0.005	0.003	0.012	0.000	0.011	0.000	0.000
Ülkeler /İst.	Kolombiya	Dominik Cumhuriyeti	Fiji	Gabon	Grenada	Macaristan	Jamaika	Kazakistan	Lübnan	Makedonya
Katsayı	-0.023	-0.44	0.022	-0.27	-0.18	-1.09	-0.45	-0.27	-1.15	-1.20
(z) ist	-3.01	-2.30	-3.08	-1.82*	-1.67*	-3.14	-2.03	-1.96	-5.69	-3.91
Olas.	0.003	0.022	0.002	0.069	0.096	0.002	0.042	0.051	0.000	0.000
Ülkeler /İst.	Malezya	Maldivler	Maritimus	Meksika	Sırbistan	S.V. Grenadinler	Tayland	Tunus	Türkiye	Venezuela
Katsayı	-0.44	-0.57	-0.076	-0.096	-0.096	-1.08	-0.17	-0.23	-0.73	-0.66
(z) ist	-4.54	-2.88	-1.97	-1.70*	-2.26	-3.77	-3.91	-1.93	-6.98	-3.55
Olas.	0.000	0.004	0.049	0.088	0.024	0.000	0.000	0.054	0.000	0.00

*= Katsayı %10 düzeyinde anlamlı kabul edilmiştir.

Tablo-15'te, ülkeler bazında uzun dönem birim etkilerine ait sonuçlar yer almaktadır. Birim etkiler açısından; Arnavutluk, Cezayir, Arjantin, Azerbaycan, Belarus, Belize, Bosna, Botswana, Brezilya, Bulgaristan, Kolombiya, Dominik Cumhuriyeti, Fiji, Gabon, Grenada, Macaristan, Jamaika, Kazakistan, Lübnan, Makedonya, Malezya, Maldivler, Maritimus, Meksika, Sırbistan, S.V. Grenadinler, Tayland, Tunus, Türkiye ve Venezuela'nın hata düzeltme parametrelerine ait katsayılar anlamlıdır. Dolayısıyla bu ülkelerde yurtiçi tasarruf ile dış borç arasında uzun dönemli ilişki vardır.

Dumitrescu Hurlin nedensellik analizi, Granger nedensellik analizinin aksine katsayıların birimler arasında farklılaşmasına/heterojenliğine izin vermektedir. Yurtiçi tasarruf ile dış borç ve dış borç faiz ödemeleri arasındaki nedensellik analizinin sonuçlarının yer aldığı Tablo-16'dan de takip edilebileceği gibi, toplam dış borçlar-yurtiçi tasarruf, dış borç faiz ödemeleri-

yurtiçi tasarruflar ve toplam dış borçlar-faiz ödemeleri arasında iki yönlü ilişki vardır.

Tablo-16-Dumitrescu Hurlin Nedensellik Analizi Sonuçları

Dumitrescu Hurlin	W-stat	Zbar-Stat	Olasılık
EDEBT, homojen olarak DSAV'in nedeni değildir.	4.62518	5.35547	9.E-08
DSAV, homojen olarak EDEBT'in nedeni değildir.	3.87168	3.58326	0.0003
IPAY, homojen olarak DSAV'in nedeni değildir.	3.57635	2.88866	0.0039
DSAV, homojen olarak IPAY'in nedeni değildir.	3.48694	2.67836	0.0074
IPAY, homojen olarak EDEBT'in nedeni değildir.	3.71439	3.47381	0.0005
EDEBT, homojen olarak IPAY'in nedeni değildir.	11.8629	23.6030	0.0000

SONUÇ VE DEĞERLENDİRME

Yurtiçi tasarruflar ve toplam dış borç arasındaki ilişkinin incelendiği bu çalışmada, kişi başına düşen geliri 1035 doların altında olan düşük-gelirli ülkelerde dış borç ve dış borç faiz ödemelerinin uzun dönemde yurtiçi tasarrufları azalttığı sonucuna ulaşılmıştır. Bulgular, Aliyu ve Usman (2013) ile Okafor ve Tyrowicz (2008)'in bulgularıyla örtüşmektedir. Bu durum zaten tasarruf açığı olan ağır-borç yükü altındaki bu ülkelerde iktisadi koşulların daha da zorlaşmasına neden olmaktadır. Söz konusu ülkeler borçlarını kapatabilmek için yeniden borçlanma yoluna gitmekte, dolayısıyla ödenen faiz tutarları giderek artmaktadır. Dolayısıyla söz konusu ülkelerde tasarruf açığının giderilmesinde dış borçlanmaya başvurulması uygun bir yol olarak gözükmemektedir. Bu anlamda düşük gelirli ülkelerin gerek borç sarmalından kurtulmak gerekse de refah seviyelerini artırarak daha az borçlanırlar bir ülke haline gelebilmeleri için büyük iktisadi dönüşümlere ihtiyacı olduğunu söylemek yerinde olacaktır. Ekonomik olarak uygulanabilecek reformlardan bazıları şu şekilde özetlenebilir (OECD, 2015:1):

- Özellikle teknolojik gelişmede geri kalan ve işgücünün bol ve ucuz olduğu bu tür ekonomilerde uzun dönemli büyüme trendinin yakalanabilmesi işgücü üretkenliğindeki artışa bağlıdır. Fakat düşük gelirli ülkelerde okuma-yazma ve eğitim durumunun nispeten düşük olması, üretim sürecinde verimliliği artırmanın önünde önemli bir engeldir. Bundan dolayı bu tür ülkelerde eğitim sisteminin ülkenin üretim dinamikleri dikkate alınarak yeniden yapılandırılması olumlu sonuçlar ortaya çıkarabilecektir.

- Düşük gelirli ülkelerde toplumun sahip olduğu örf ve adetlerin etkisiyle kadın çalışan sayısı genellikle erkek çalışan sayısından azdır. Kadınlar gerek isteyerek gerekse istemeyerek çalışma yaşamının dışında tutulmaktadır. Böyle

bir durumda ülkeler, kadınların yeteneğinden ve üretkenliğinden yararlanamamaktadır. Söz konusu ülkeler ekonomik olarak büyüme ve kalkınmayı gerçekleştirmek istiyorlarsa çeşitli ön yargıları ortadan kaldırarak atıl kalan bu işgücünden azami ölçüde faydalanmalıdır.

- Düşük gelirli ülkelerin dış borçlanma yoluna başvurmalarının en önemli nedenlerinden birisi ülkedeki döviz stokunun yetersiz olmasıdır. Söz konusu ülkelerde genellikle ithalat oranları ihracat oranlarından daha yüksektir. Bu durum ise ülkeye giren dövizin ülkeden çıkan dövizden daha az olmasına neden olmakta ve sonuç olarak bu aradaki fark borçlanmaya karşılanmaktadır. Diğer yandan bu ülkeler almış oldukları dış kaynakları genellikle tüketime kanalize etmekte olup; katma değer yaratacak üretim kanallarına yeteri kadar kaynak aktarmamaktadır. Bu durumla karşı karşıya kalan ülkeler gerek daha önce almış aldıkları dış borçları gerekse dış borçların faizlerini ödeyemez duruma geldiklerinde borcu borçla kapatma yoluna giderek, dış borçlarını artırmak zorunda kalacaklardır. Bundan dolayı söz konusu ülkeler dış ticarete ihracata dayalı büyüme modelini uygulamaya koymalı; ithalattan ise olabildiğince kaçınılmalıdır.

Düşük-orta ve üst-orta gelirli ülkelerde yurtiçi tasarruf-dış borç ilişkisine ait bulgular benzerlik göstermekte olup, uzun dönemde dış borç ve tasarruflar arasında doğru yönde bir ilişkinin olduğu tespit edilmiştir. Bulgular, Chaudhry vd., (2009)'nin bulguruyla örtüşmektedir. Elde edilen sonuçlar söz konusu ülke gruplarında dış borçlanmanın tasarruf açığını kapatmada etkin bir araç olarak kullanılabileceğini ortaya koymaktadır. Dış borçlar alınırken ve alındıktan sonra dikkat edilmesi gereken hususlardan bazıları aşağıda maddeler halinde belirtilmektedir.

- Borçlanırken farklı kaynaklar tercih edilerek tek bir kaynağa bağlı kalınmamalı,

- Uzun vadeli ve olabildiğince düşük faiz oranıyla borçlanılmalı,

- Alınan borçlar kısa vadeli popülist politikalar düşünülerek harcanmamalı,

- Ve sonuç olarak tasarruf açığını kapatmak amacıyla alınan dış borçlardan azami düzeyde yararlanabilmesi için kaynaklar, katma-değer yaratacak, istihdam oluşturacak ve kaynakların etkin ve verimli kullanılmasını sağlayacak alanlarda kullanılmalıdır.

EK-I**Gelir Gruplarına Göre Ülke Sınıflandırması**

Düşük Gelirli Ülkeler	Kişi başına düşen geliri 1035 dolar ve altında olan ülkeler	Analize Dahil Edilen Düşük Gelirli Ülkeler: Bangladeş, Benin, Burkina Faso, Burundi, Kamboçya, Orta Afrika Cumhuriyeti, Çad, Komorlar, Kongo, Dem. Cum., Eritre, Etiyopya, Gambiya, Gine, Haiti, Kenya, Madagaskar, Malawi, Mali, Mozambik, Nepal, Nijer, Ruanda, Sierra Leone, Tacikistan, Tanzanya, Togo, Uganda, Zimbabve.
Düşük-Orta Gelirli Ülkeler	Kişi başına düşen geliri 1036 ila \$4085 arasında olan ülkeler	Analize Dahil Edilen Düşük-Orta Gelirli Ülkeler: Ermenistan, Butan, Bolivya, Kamerun, Kongo, Cum., Fildişi Sahili, Djibouti, Mısır, Arap Cum., El Salvador, Gürcistan, Gana, Guatemala, Guyana, Honduras, Hindistan, Endonezya, Lesotho, Moritanya, Moldova, Moğolistan, Fas, Nikaragua, Nijerya, Pakistan, Paraguay, Filipinler, Senegal, Sri Lanka, Sudan, Svaziland, Suriye Arap Cumhuriyeti, Ukrayna, Özbekistan, Vanuatu, Vietnam.
Üst-Orta Gelirli Ülkeler	Kişi başına düşen geliri 4086 ila \$12,615 arasında olan ülkeler	Analize Dahil Edilen Üst-Orta Gelirli Ülkeler: Arnavutluk, Cezayir, Angora, Arjantin, Azerbeycan Beyaz Rusya, Belize, Bosna Hersek, Botswana, Brezilya, Bulgaristan, Çin, Kolombiya, Kostarika, Dominika, Dominik Cumhuriyeti, Ekvador, Fiji, Gabon, Grenada, Macaristan, İran, İslam Cumhuriyeti, Jamaika, Ürdün, Kazakistan, Lübnan, Makedonya, Malezya, Maldivler, Maritus, Meksika, Panama, Peru, Romanya, Sırbistan, Seyşeller, Güney Afrika, Santa Lucia, Saint Vincent ve Grenadinler, Tayland, Tonga, Tunus, Türkiye, Türkmenistan, Venezuela.

KAYNAKÇA

- Abdelhafidh Samir (2011), "Saving, Debt Inflows, And Growth Nexus In Tunisia", *Saving and Development*, 35 (1): 29-53.
- Akram Naeem (2011), "Impact of Public Debt on the Economic Growth of Pakistan", *The Pakistan Development Review*, 50 (4) Part II: 599-615.
- Aliyu Rahmat M. ve Usman A. Usman (2013), "An Econometric Study of the Impact of External Debt, Public DEBT and Debt Servicing on National Savings in Nigeria: A Cointegration Approach", *International Journal of Management and Social Sciences Research (IJMSSR)*, 2 (2): 73-83.
- Arnone Marco, Banciera Luca ve Presbitero Andrea F. (2005). "External debt sustainability: Theory and empirical evidence", *Catholic University of Piacenza Economics Working Paper*, 33.
- Ayadi Folorunso S. ve Ayadi Felix O. (2008), "The impact of external debt on economic growth: A comparative study of Nigeria and South Africa", *Journal of Sustainable Development in Africa*, 10 (3): 234-264.
- Bangake Chrysost ve Eggoh C. Jude (2012), "Pooled Mean Group estimation on international capital mobility in African countries", *Research in Economics*, 66: 7-17, <http://faculty.smu.edu/millimet/classes/eco6375/papers/bangake%20eggoh%202012.pdf>, Erişim Tarihi: 13.01.2016.
- Bilginlioğlu Mehmet A. ve Aysu Ahmet (2008), "Dış borçların Ekonomik Büyüme Üzerindeki Etkisi: Türkiye Örneği", *Erciyes Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 31: 1-23.

- Breitung Jörg ve Pesaran Hasmen M. (2005), ‘‘Unit Roots and Cointegration in Panels’’, *Discussion Paper Series 1: Economic Studies*, No 42, https://www.bundesbank.de/Redaktion/EN/Downloads/Publications/Discussion_Paper_1/2005/2005_11_30_dkp_42.pdf?__blob=publicationFile, Erişim Tarihi: 11.03.2015.
- Chaudhry Imran S., Shahnawaz Malik ve Ramzan Muhammad (2009), ‘‘Impact of Foreign Debt on Savings and Investment in Pakistan’’, *Journal of Quality and Technology Management*, V (II): 101-115.
- Costantini Mauro (2010), ‘‘Panel Unit Root and Cointegration Methods’’, http://homepage.univie.ac.at/mauro.costantini/master_class_2010.pdf Erişim Tarihi: 10.03.2015.
- Çolak Ömer F. ve Öztürkler Harun, ‘‘Tasarrufun Belirleyicileri: Küresel Tasarruf Eğiliminde Değişim ve Türkiye’de Hanehalkı Tasarruf Eğiliminin Analizi’’, *Türkiye Bankalar Birliği Bankacılar Dergisi*, 23 (82): 3-44.
- Gengenbach Christian, Palm Franz C. ve Urbain Jean-Pierre (2015), *Panel Cointegration Testing in the Presence of Common Factors*, <http://arnop.unimaas.nl/show.cgi?fid=3911> Erişim Tarihi: 12.03.2015.
- Gohar Muzna, Bhutto Niaz A. ve Butt Falahuddin (2012), ‘‘The Impact of External Debt Servicing on the Growth of Low-Income Countries’’, *Second International Conference on Business Management*: 28-29.
- Hoffmann Mathias (2005), ‘‘Saving, Investment and the Net Foreign Asset Position’’, *CFR Working Paper 5 (9)*.
- Lingnan, <http://www.lingnan.net/jpkc/gjil/files/kejian/Advanced%20Econometric%20II%20Data/CH5%20Unit%20Roots%20and%20Cointegration%20in%20panels.pdf> Erişim Tarihi: 10.03.2015.
- Mapalad Maria M. C. ve Liverakos Petros (1997), ‘‘The Negative Correlation Between Foreign Savings and Domestic Savings’’, *Philippine Review of Economics*, 34 (1):38-49.
- Mbire Barbara ve Atingi Michael (1997), ‘‘Growth And Foreign Debt: The Ugandan Experience’’, *African Economic Research Consortium*, Research Paper 66.
- Morshed Hossain H. A., (2010) ‘‘A Panel Cointegration Analysis of the Euro Area Money Demand’’, Master thesis, 15 ECTS VT-2010 Department of Statistics Lund University, <http://lup.lub.lu.se/luur/download?func=downloadFile&recordOid=1712211&fileOid=171223>, Erişim Tarihi: 12.03.2015.
- Nissanke Machiko ve Ferrarini Benno (2011), ‘‘Debt Dynamics And Contingency Financing: Theoretical Reappraisal Of The HIPC Initiative’’, *WIDER Discussion Papers/World Institute for Development Economics (UNU-WIDER)*, Discussion Paper No. 139.
- OECD, (2015) ‘‘Economic Policy Reforms 2015, Going for Growth’’, <http://www.oecd-ilibrary.org/sites/growth-2015-sum-en/index.html?contentType=&itemId=%2fcontent%2fsummary%2f0594f8a6en&mimeType=text%2fhtml&containerItemId=%2fcontent%2fsummary%2f0594f8a6-en&accessItemIds=%2fcontent%2fbook%2fgrowth-2015-en> Erişim Tarihi: 16.12.2015.

- Okafor Luke E. ve Tyrowicz Joanna, (2008) '*Foreign Debt and Domestic Savings in Developing Countries*', http://www.wne.uw.edu.pl/inf/wyd/WP/WNE_WP6.pdf Erişim Tarihi: 12.03.2015.
- Oleksandr Demchuk (2003), *Nonlinear Impact of External Debt on Economic Growth: The Case of Soviet Countries*, (National University of 'Kyiv –Mohyla Academy', Master of Arts in Economics), Kyiv.
- Ossemane Rogerio (2008), A Critical Discussion of the Low Income Countries Debt Sustainability Framework-The case of Mozambique, *University of London Msc Development Economics, Unpublished MSc Dissertation*, London.
- Örsal Deniz D. K. (2007), 'Comparison of Panel Cointegration Tests', *SFB 649 Discussion Paper*, 29 <http://edoc.hu-berlin.de/series/sfb-649-papers/2007-29/PDF/29.pdf> Erişim Tarihi: 10.03.2015.
- Pesaran Hashem M., Shin Yongcheol ve Smith Ron P. (1997), '*Pooled Estimation of Long Run Relationships in Dynamic Heterogenous Panels*', <http://www.econ.cam.ac.uk/people/emeritus/mhp1/jasaold.pdf> Erişim Tarihi: 10.03.2015.
- Schelarek Alfredo ve R. Ballester Francisco (2005), *External Debt and Economic Growth in Latin America*, <http://www.cbaeconomia.com/Debt-latin.pdf> Erişim Tarihi: 10.03.2015.
- Tinureh Menbere W. (2004), 'An Empirical Exploration into the Determinants of External Indebtedness', *Prague Economic Papers, Quarterly Journal of Economic Theory and Policy*, 13 (3): 261-277.
- Uzun Ahmet, Karaköy Çağatay, Kabadayı Burhan ve Emsen O. Selçuk (2012), 'Impacts of External Debt on Economic Growth in Transition Economies', *Chinese Business Review*, 11 (5): 491-499.
- WorldBank (2015a), *World Development Indicators*, <http://data.worldbank.org/indicator/DT.DOD.DECT.GN.ZS?display=graph> Erişim Tarihi: 12.03.2015.
- WorldBank (2015b), *World Development Indicators*, <http://data.worldbank.org/indicator/DT.INT.DECT.GN.ZS?display=graph> Erişim Tarihi: 12.03.2015.
- WorldBank (2015c), *World Development Indicators*, <http://data.worldbank.org/indicator/NY.GDS.TOTL.ZS?display=graph> Erişim Tarihi: 12.03.2015.
- WorldBank (2015d) *World Development Indicators*, <http://databank.worldbank.org/data/views/variableSelection/selectvariables.aspx?source=world-development-indicators>, Erişim Tarihi: 12.03.2015.

Lojistik Köylerin Etkin Yönetimi: Konya İline Yönelik Bir Model Önerisi¹

Effective Management of Freight Villages: A Model Proposal about Konya Province

Gökhan AKANDERE*

ÖZ

21. yüzyılda ulaşım sektöründe yaşanan teknolojik gelişmelerle birlikte küreselleşmenin etkisiyle beraber ticari faaliyetlerde de gelişmeler yaşanmış ve bu gelişmelere bağlı olarak da lojistik faaliyetlerin önemi artmıştır. Bunun sonucu olarak da İhracattaki hedefini 2023'de 500 milyar dolara çıkartmayı ve üç kıtanın lojistik üssü olmayı hedeflemiş olan Türkiye'de, lojistik sektörüne ve lojistik köylere büyük önem vermiştir. Bu çalışmada Lojistik köylerin etkin yönetimi kapsamında Konya'da kurulacak lojistik köy için bir model önerisi ele alınıp, verilmeye çalışılmıştır. Model önerimizde Konya'nın coğrafi konumu, arazi yapısı, ulaştırma alt yapısı, lojistik durumu ve potansiyeli, ihracat performansı ve ithalat potansiyelinin ele alındığı dış ticaret yapısı, ulaşım ağları açısından durumu ve OSB ve Küçük Sanayi Sitelerinin ele alındığı sanayi yapısı incelenmiştir. Bütün bunların sonucunda da Konya lojistik köyünün Kayacık mevkiinde kurulmasının coğrafi konum ve alt yapı bakımından uygun olduğu konusundaki tespitlerimiz ortaya konmuştur. Sonuç olarak Kayacık (Konya) lojistik köyü için; hizmet çeşitliliği (kullanım şekli), sahiplik (mülkiyet hakkı), finansman ve yönetim açısından kamu-özel sektör ortaklığı modeli en uygun model olarak ortaya konmuştur.

ANAHTAR KELİMELER

Lojistik Köy, Lojistik Köy Yönetimi, Lojistik Köy Model Önerisi...

Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu Dergisi Yıl:2016 Cilt:19 Sayı:1 ss.165-182 **Makale Gönderim Tarihi: 15/03/2016 - Kabul Tarihi: 30/03/2016**

¹ Bu çalışma Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Tarafından Kabul Edilen "Lojistik Köylerin Etkin Yönetimi: Konya İline Yönelik Bir Model Önerisi" isimli yüksek lisans tezinden türetilmiştir.

* Öğr. Gör., Selçuk Üniversitesi, Sosyal Bilimler Meslek Yüksek Okulu, Yönetim ve Organizasyon Bölümü, gakandere@selcuk.edu.tr

ABSTRACT

With the technological developments noticed in transportation sector in 21. century and effect of globalisation, there have been enormous developments in business transactions and thanks to these developments logistic activities have gained significance. As a result of this Turkey, which aims to raise its export capacity to 500 billion dollars until 2023 and to serve as the logistic base of three continents, has given a lot of importance to logistics and freight villages.. In this study, within the scope of effective management of freight villages, a model proposal regarding the freight village to be established in Konya is approached. For the model developed throughout the study geographical position, land structure, transportation infrastructure, logistic situation and potential, foreign trade structure of Konya where export performance and import potential are handled, position of Konya in terms of transportation networks and industrial structure of Konya where Organized Industrial Zone and Small Industrial Areas are handled are studied. Finally, it is presented that to establish a freight village in Konya is suitable and it is appropriate to set it up in Kayacık area in terms of its geographical position and infrastructure. In the end, it is presented that public-private partnership model is the most suitable one with regards to service variety (usage), ownership (property right), financing and management for Kayacık (Konya) freight village.

•

KEY WORDS

Logistics Villlage , Logistic Villlage Management, Freight Villlage Model Propasal

GİRİŞ

Küreselleşme ve teknolojiadaki hızlı gelişmeler sebebiyle şirketler, zorlu ulusal ve uluslararası rekabet ortamında ayakta kalabilmek için hız, esneklik, maliyet ve tüketici taleplerini en iyi şekilde karşılama gibi konularda başarılı olmak zorundadır. Bu yüzden şirketler ürettikleri ürünleri ve verdikleri hizmetleri rakiplerine göre çok daha hızlı ve optimum maliyetlerle hedef pazarlara ulaştırmaları gerekmektedir. Şirketlerin bu rekabetinde hiç şüphesiz ki lojistik faaliyetlerin de önemi büyüktür. Nitekim lojistik faaliyetler sonucunda maliyet düşecek, kalite yükselecek, üretim artacak ve müşteri memnuniyeti sağlanacaktır. Bütün bunların sonunda şirketler ulusal ve uluslararası rekabette tüm sektörler için önemli rekabet avantajı elde edeceklerdir. Şirketlerin bu avantajları değerlendirme arzusu lojistiğin öneminin artmasına neden olmuştur.

Günümüzde lojistiğin bu derece önem kazanmasının sonucunda işletmelerin lojistik sürecini etkin bir şekilde yönetmek önemli hale gelmiştir. İşletmelerin lojistik yönetim uygulamaları; ulaştırma / taşıma, depolama, stok/mal ve değerlere ait doküman yönetimi, elleçleme, sipariş işleme, ambalajlama, satın alma / tedarik ve enformasyon (bilgi) yönetimi ana başlıkları altında toplanabilir. Bu süreç; ham madde ya da yarı mamul bir ürünün işletmeye satın alma yoluyla girişinin, tanımlanmasının, üretim zamanına kadar depolanmasının, üretim hattına aktarılmasının, bitmiş ürünün paketlenerek depolara yerleştirilmesinin ya da nakliye araçlarına yüklenmesinin, ürünün tüketileceği yerlere ulaştırılmasının ve hatalı veya iade ürünlerin tüketicilerden toplanarak tekrardan üretim noktasına ulaştırılmasının ve bu akış sırasında her türlü bilginin yönetilmesidir. Malzeme ve bilgi akışının her ihtiyacı karşılayacak şekilde en iyi ve en verimli duruma getirilmesi tüm bu süreç içerisinde faaliyetlerin birleştirilmesi ve eş güdümlenmesi ile sağlanabilir. Lojistik yönetimi son zamanlarda “Tedarik Zinciri Yönetimi”, üçüncü parti lojistik (3PL) , dördüncü parti lojistik (4PL) yaklaşımlarıyla yeni bir boyuta dönüşmüştür.

Bu dönüşüm kapsamında lojistik yönetimine çağdaş bir boyut getiren ve literatürde “freight villages, distribution centre, platform freight terminal, logistics platform, dry ports, intermodal terminals, logistic centers, logistic node, intermodal hub, transport center, Gares routières de marchandises, logistics park, centro integrado de mercancias, centres logistiques de fret, logistics intensive clusters ” da denen lojistik köylerdir. Lojistikle ilgili kapsamlı işlerin yapıldığı, küresel rekabet ortamında işletmelerin rakipleri ile rekabet edebilmeleri ve onlara karşı üstünlük sağlayabilmelerinin önemli

aktörlerinden birisi olan lojistik köylerin önemi dünyada, Avrupa'da ve Türkiye'de artmaktadır.

Özellikle Avrupa'da mevcut lojistik merkezler ticaret, üretim ve tüketim merkezlerine yakın liman, hava alanı gibi terminaller ile kara, iç su ve demir yolu gibi ulaşım ağlarının kesişim noktalarında yer almıştır. Nitekim İtalya, İspanya, Fransa, Portekiz, Almanya, Danimarka, Yunanistan, Macaristan, Ukrayna ve Lüksemburg gibi 10 Avrupa ülkesinde bulunan ve Avrupa Lojistik Köyleri Birliği'ne (Europlatforms) üye olan 62 lojistik köy buna örnek verilebilir (www.europlatforms.com).

Avrupa'daki bu uygulama 2000'lerden günümüze Türkiye'de kurulmuş ve kurulacak olan lojistik köyler içinde bir model olmuştur. Bakıldığında; İstanbul (Halkalı, İspartakule, Muallimköy), İzmir (Çandarlı, Menderes), Ankara (Kazan), İzmit (Köseköy), Samsun (Gelemen), Eskişehir (Hasanbey), Kayseri (Boğazköprü), Balıkesir (Gökköy), Mersin (Yenice), Erzurum (Palandöken), Konya (Kayacık), Denizli (Kaklık), Kahramanmaraş (Türkoğlu), Mardin (Nusaybin), Kars, Sivas ve Uşak gibi yerlerde bu duruma dikkat edilmiştir (TCDD, 2011: 1).

Çalışmamıza konu olan Konya Lojistik Köyünün de ulaşım ağlarının keşiştiği bir nokta olarak görülen Kayacık bölgesinde kurulması planlanmıştır. Halen de bu lojistik merkezin kuruluş çalışmaları devam etmektedir. Konya lojistik köyünde Konya sanayisi ve tarımı için önemli mamul ve ürünler olan; kömür, çimento, mermer, gıda maddesi, un, yem, saman, gübre, seker, tarım makineleri, tarım ürünleri, konteyner ve askeri eşya taşınması yapılması planlanmaktadır. Böylece lojistik köy sayesinde Konya'daki şirketler ulusal ve uluslararası pazarlarda fiyat, hız ve kalite konusunda rekabet edebilecektir (TCDD, 2011: 1).

Konya'ya kurulacak bir lojistik köy, lojistik köyün etkin yönetimi, sahipliği, finansmanı ve kullanım yapısı için önerilerin ele alındığı çalışmamızda; lojistik sektörünün aktörleri olan üreticiler, tedarikçiler, lojistik hizmet sağlayıcı işletmeler ve devlet açısından lojistik köydeki faaliyetlerin bölge hinterlandına sağlayacağı yararlar değerlendirilmeye çalışılacaktır.

1. LOJİSTİK POTANSİYELİ AÇISINDAN KONYA

Konya ili Anadolu'nun ortasında bulunan İç Anadolu Bölgesi'nin güneyinde yer almaktadır. Ayrıca, toprakların büyük bir bölümü İç Anadolu Bölgesi'nde, bir bölümü de Akdeniz Bölgesi'nde bulunmaktadır. Bölge'de yer

alan Konya, Türkiye'nin en büyük yüz ölçümüne sahip ilidir. 2009 yılı nüfus kayıtlarına göre 1.992.675 olan Konya ili nüfus sıralamasında 6. sırada yer almaktadır. Bölgenin nüfus yoğunluğu km² başına 47 kişi ile km² başına 94 kişi olan ülke nüfus yoğunluğunun oldukça altında kalmıştır. Genel olarak Konya'nın verdiği göç aldığı göçten yüksek olup net göç hızı ‰-2,49 olmuştur (MEVKA, 2010: 5).

Konya'nın ekonomik yapısı incelendiğinde bölge gayrisafi katma değerinin % 55'i hizmetler sektöründe, %24'ü sanayi sektöründe ve %21'i de tarım sektöründe konumlanmaktadır (TÜİK, 2006). Konya'nın gayrisafi katma değerinin yıllara ve sektörler göre dağılımı incelendiğinde, tarımın payının zaman içinde azalarak yerini hizmetler ve sanayi sektörlerine bıraktığı görülmektedir. Bu durum, sektörlerin ülke paylarındaki sıralamalarıyla paralellik arz etmektedir. Ancak, istihdam oranları değerlendirildiğinde hala tarım sektörü istihdam oranının Türkiye geneli orandan oldukça yüksek olduğu anlaşılmaktadır (MEVKA, 2010: 6).

Konya, sanayisi Gayri Safi Katma Değer içerisindeki payı bakımından 26 sıradadır. Konya'da otomotiv yan sanayi sektörü, ihracatın önünü açan lokomotif bir sektördür. Türkiye'deki piston üreticilerinin %50'sinden fazlası, piston üretiminin %71'i; supap üreticilerinin %76'sı, supap üretiminin %68'i; aks, dingil üreticilerinin %45'i, aks, dingil üretiminin %56'sı ve segman üreticilerinin yarısı bölgede bulunmaktadır. Bölgede var olan otomotiv yan sanayi sektörü, Dış Ticaret Müsteşarlığı tarafından Türkiye'de kümelenme yol haritası çizilen pilot 10 sektörden biri olarak seçilmiştir (MEVKA, 2010: 7). Talep şartları açısından en avantajlı olduğu tespit edilen Konya, otomotiv yan sanayi ihracatında Türkiye'de sekizincidir ve payı sadece %2'dir.

Konya Sanayi Odası tarafından yapılan çalışma ile sektörler araştırılmış olup, makine ve teçhizat imalat sanayi, otomotiv yan sanayi, ana metal sanayi, gıda ürünleri ve içecek imalat sanayi, mobilya imalat sanayi, deri ve deri ürünleri imalat sanayi, plastik ve kauçuk ürünleri imalatı, tekstil ve tekstil ürünleri imalat sanayi, ağaç ürünleri imalat sanayi, kâğıt ve kâğıt ürünleri imalat sanayi, metalik olmayan diğer mineral ürünler imalat sanayi ve fabrikasyon metal ürünler imalat sanayi sektörlerinde kümelenme potansiyeli olduğu tespit edilmiştir. 2'si özel 12 adet organize sanayi bölgesi ve 49 adet Küçük Sanayi Sitesiyle bölge sanayi altyapısı oldukça gelişmiş durumdadır (MEVKA, 2010: 7).

Bölge sanayisinin rekabet gücünü artırmaya yönelik olarak bölgenin tedarik ve dağıtım altyapısını güçlendirecek çalışmaların yapılması, inovasyon- arge, kurumsallaşma, pazarlama, insan kaynakları gibi alanlarda kapasite gelişiminin sağlanması büyük önem taşımaktadır. DPT'nin 2003 yılında yapmış olduğu illerin ve bölgelerin sosyo-ekonomik gelişmişlik sıralaması araştırmasında Konya 26. sırada yer almakta olup, üçüncü derecede gelişmiş iller grubunda yer almaktadır. Uluslar arası Rekabet Araştırmaları Kurumu (URAK) tarafından Türkiye'de şehirlerin rekabetçiliğinin her sene yenilenebilir şekilde ölçülmesi amacıyla yapılan iller arası Rekabetçilik Endeksi Projesi'nin 2007-2008 yılı sonuçlarına göre genel endeksinde 10. Sırada olan Konya 2008-2009 endeksinde Türkiye'deki en rekabetçi 11. il olarak bir basamak düşmüştür (MEVKA, 2010: 7).

Konya'nın vizyonu yapılan çalışmalarla belirlenmiş olup "Kaynakların etkin ve çevreye duyarlı kullanan, sosyo-kültürel yapısı güçlü, rekabetçilik temelinde sürekli gelişen lider bir şehir olmak" biçiminde ifade edilmiştir. Bu vizyona ulaşmak için de aşağıdaki beş temel hedef belirlenmiştir (MEVKA, 2010: 8):

- Şehrin rekabetçilik düzeyinin artırılması,
- İnsan kaynaklarının geliştirilmesi ve istihdamın artırılması,
- Sosyo-kültürel yapının güçlendirilmesi,
- Doğal kaynakların sürdürülebilirliğinin sağlanması,
- Şehrin cazibesinin artırılması.

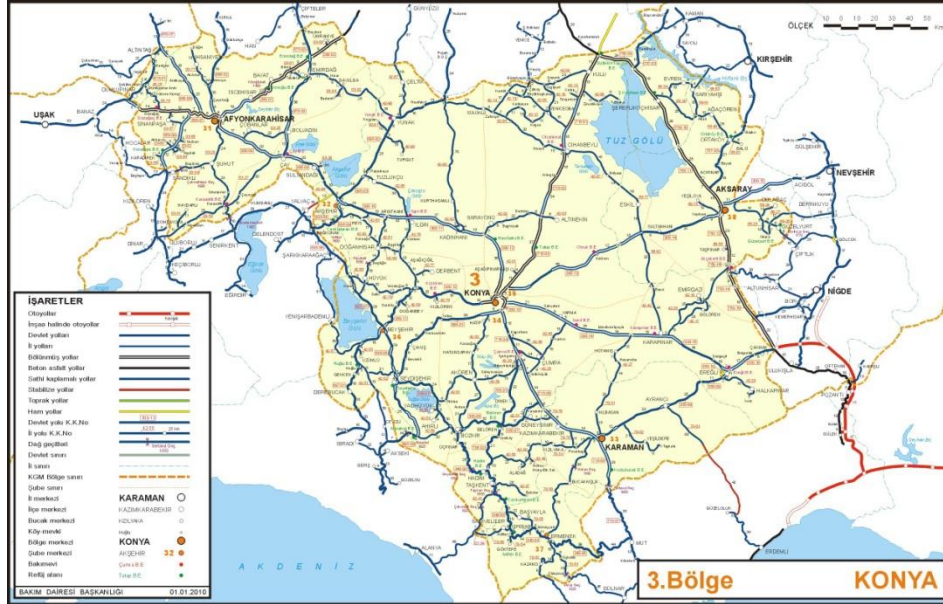
Yukarıda da açıkça ifade edildiği gibi Konya gerek sanayi gerek ise tarım açısından Türkiye'de oldukça büyük bir paya ve öneme sahiptir. Büyük küçük toplamda 54 adet olan sanayi siteleriyle başta otomotiv olmak üzere yaklaşık 30 farklı sektöre mal ve hizmet sunmaktadır. Konya'nın için tanımlanan vizyonda da belirtildiği gibi Konya şehrinin önceliği kaynakların etkin kullanılması ve rekabetçilik temelinde sürekli gelişen lider bir şehir olmak yatmaktadır. Böylesine gelişmiş bir rekabet ortamında Konya'daki işletmelerin maliyetlerini minimize etmek, ürünlerini etkin ve hızlı bir şekilde tedarik edip yine müşterilerine ürettikleri ürünleri aynı hız ve etkinlikte ulaştırma noktasında lojistik faaliyetlerin önemi ortaya çıkmaktadır. Bu bağlamda lojistik, Konya açısından destek faaliyet olmaktan çıkıp işletmelerin üzerinde önemle durmaları gereken temel süreçlerden birisi olmalıdır (MEVKA, 2010: 29).

1.1. Ulaştırma Altyapısı

Konya'ya ait lojistik sektörüne ilişkin genel bir değerlendirmenin yapılabilmesi için öncelikle bölgenin ulaştırma altyapısı incelenmelidir. Çalışmanın bu kısmında Konya'nın ulaştırma altyapısı üzerinde durulmuştur. Bilindiği gibi bir ülkenin kalkınmasında en önemli etkenlerden biri, etkin bir ulaşım altyapısına sahip olmaktır. "Kişilerin ve eşyaların bir noktadan başka bir noktaya hareketi" olarak tanımlanan ve insanların en temel ihtiyaçlarından biri olan ulaşım, sosyo-ekonomik ve lojistik gelişmenin temel itici güçlerindedir (MÜSİAD, 2012: 163).

1.1.1. Karayolu

Şekil-1 Konya İli Karayolu Altyapısı



Kaynak: KGM, 2013: 1.

Konya'da 1.431 km devlet yolu, 1.533 km il yolu ve 6.796 km köy yolu olmak üzere toplam 9.760 km yol ağı bulunmaktadır. Konya, iller bazında Karayolları Genel Müdürlüğü devlet ve il yolları ığı içerisinde 2.964 Km ile en büyük paya sahip il durumundadır. Türkiye genelinde 2.153 km otoyol bulunurken, Konya ilinde otoyol bulunmamaktadır. Ancak Ankara-Pozantı Otoyolu Bölgeden geçmemesine rağmen bitirildiğinde Bölgenin İstanbul, Ankara, Şanlıurfa ve Diyarbakır gibi büyük şehirlere hızlı ve güvenli erişimi konusunda katkı sağlayacaktır (MEVKA, 2010: 36).

1.1.2. Demiryolu

Türkiye'deki mevcut demiryolu ağı, 8.699 km'si ana hat olmak üzere toplam 11.005 km'dir. Bu hatların 2.282 km'si elektrikli olup, toplam ağın %21'ini oluşturmaktadır. Şekil 19'da görüldüğü gibi Konya TCDD 6. Bölge Müdürlüğü'nün sorumluluğuna girmektedir. 6.Bölge Müdürlüğü'nün demiryolu ağın 1.726 km'dir. Konya'nın demiryolu geçmişi eskilere dayanmaktadır. İlde ilk demiryolu bağlantısı 1898 yılında yapılmıştır. Mevcut durumda Konya'dan Toros Ekspresi, İç Anadolu Mavi Treni ve Meram Ekspresi ile demiryolu ulaşımı sağlanmaktadır (TCDD, 2013: 1).

Şekil-2: Türkiye Demiryolu Altyapısı



Kaynak: TCDD, 2013: 1.

Ankara-Eskişehir-Afyon koridorundan Ankara-Konya mevcut demiryolu 687 km'dir. Ancak mevcut demiryolu ile yapılan yolcu ve yük taşımacılığı uzun süre aldığından, Konya'nın Türkiye'nin üç büyük kenti olan İstanbul, Ankara ve İzmir'e daha kısa zamanda ulaşımını sağlayacak hızlı demiryolu ile bağlantısını gerçekleştirmek amacı ile Ankara-Konya ve Eskişehir-Konya hızlı tren demiryolu yapılmıştır. Aynı hattın Mersin'e kadar uzatılması düşünülmekte olup projelendirme çalışması tamamlanmıştır. Bu hattın tamamlanması ile Konya'daki dış ticaretin gelişmesi beklenmektedir (TCDD, 2013: 1)

1.1.3. Havayolu

Ülkemizde 2013 yılı başı itibariyle, 12 havalimanı ve 35 havaalanı bulunmaktadır. DHMİ Havayolu ulaşımı, Konya’da bulunan 3. Ana jet üst komutanlığına ait askeri havaalanına ilave edilen sivil tesislerle sağlanmaktadır. Konya Havaalanı 2000 yılında hizmete girmiş olup sivil-askeri kategorisindedir ve şehre uzaklığı 18 km’dir. Yolcuya açık alanlar 2.650 m2, araç kapasitesi 278 ve yıllık yolcu kapasitesi 2.000.000 kişidir (DHMİ, 2013: 1).

1.2. Dış Ticaret Yapısı

1.2.1. Konya’nın İhracat Yapısı

Konya oldukça önemli bir ihracat potansiyeline sahiptir. Bu potansiyel Konya da farklı sektörlerde üretim ve hizmet yapan işletmelerin son yıllarda başta Orta Doğu ülkeleri, Rusya ve Avrupa olmak üzere dünyanın birçok bölgesine yaptıkları ihracatın bir sonucudur. Tablo 1’de Konya ilinin 2008 yılından bu yana yaptığı ihracat rakamları TÜİK verilerine göre verilmiştir. (TÜİK Dış Ticaret Endeks Raporu, 2013).

Tablo-1 Yıllara Göre İhracat Rakamları (Dolar)

Yıl		İhracat Dolar
2008	Yıl toplamı:	871.223.000
2009	Yıl toplamı:	735.997.000
2010	Yıl toplamı:	980.101.000
2011	Yıl toplamı:	1.168.598.000
2012	Yıl toplamı:	1.275.490,000
2013	Ocak-Mart	319.821,000

Kaynak: TÜİK, 2013: 1.

1.2.2. Konya’nın İthalat Yapısı

İhracatta olduğu gibi ithalatta da Konya oldukça önemli bir potansiyele sahiptir. Bu Konya’daki üretim ve hizmet sektörlerinin kapatışeleri ile doğrudan orantılıdır. Tıpkı ihracat verilerinde yapıldığı gibi Konya’nın 2008’den buyana ithalat rakamlarını TÜİK verilerine göre verilmesinde yarar vardır. Tablo 2’de Konya ilinin 2006 yılından bu yana yapmış oldukları ithalat rakamları yıllara göre verilmiştir (TÜİK Dış Ticaret Endeks Raporu, 2013).

Tablo-2 Yıllara Göre İthalat Rakamları (Dolar)

Yıl		İthalat Dolar
2008	Yıl toplamı:	775.418.000
2009	Yıl toplamı:	583.483.000
2010	Yıl toplamı:	802.842.000
2011	Yıl toplamı:	1.170.864.000
2012	Yıl toplamı:	1.153.774.000
2013	Ocak-Mart	293.084.000

Kaynak: TÜİK, 2013: 2.

1.3. Konya'nın Lojistik Köy Potansiyeli

Türkiye'nin 2023 vizyonunda modern yük taşımacılığının üssü olması hedeflenen lojistik köylerin Türkiye'de uygulanmasına yönelik çalışmalar yapması amacıyla görevlendirilen kurum Ulaştırma Bakanlığının öncülüğünde TCCD' dir. Nitekim lojistik köy kavramı ülkemizde ilk defa 2005 yılında dillendirilmeye başlanmış ve 2006 yılında ise TCDD ilk lojistik köy olan Samsun Gelemen inşa edilerek 2007 yılında işletmeye açılmıştır.

Devam eden yıllarda sahip olduğu stratejik ve ekonomik konu itibarıyla önemli bir geçiş noktası olan Türkiye'de yeni lojistik köylerin kurulmasına yönelik çalışmalar başlatılmıştır. Bu çerçevede TCDD ilk olarak 12 lojistik köyün yapımını planlamıştır. Bunlardan bir kısmı tamamlanarak hizmet vermeye başlamıştır. Diğer bir kısmının ise projesi tamamlanmış olup, yer tahsisi ve kuruluş çalışmaları devam etmektedir.; Hadımköy (İstanbul), Muallimköy (İstanbul), Menderes (İzmir), Çandarlı (İzmir), Köseköy (İzmit), Hasanbey (Eskişehir), Boğazköprü (Kayseri), Gökköy (Balıkesir), Yenice (Mersin), Palandöken (Erzurum), Kayacık (Konya), Kaklık (Denizli), Bozüyük (Bilecik) ve Uşak'tır. Bunların dışında da diğer bazı illerde de lojistik köylerin kurulması konusunda çalışmalar başlamıştır. Bu yerler arasında da Halkalı (İstanbul), Ispartakule (İstanbul), Türkoğlu (Kahramanmaraş), Nusaybin (Mardin), Kars ve Sivas'tır (TCDD, 2009: 4).

Yukarıda verilen bu lojistik köylerin belirlenmesinde TCDD 2 önemli kıstası göz önünde bulunmuştur. Bunlardan ilki kurulacak lojistik köyün organize sanayi bölgeleriyle bağlantısının olması, ikincisi ise yük taşıma potansiyelinin yoğun olmasıdır.

Bu kriterler Kayacık (Konya) lojistik köy olarak belirlenmesinde de etkili olmuştur. Konya'da lojistik köy kurulmasında TCDD'nin bu kriterlerinin

dışında da diğer bazı kriterlerin rol oynamıştır. Bu kriterler yapılan bir bilimsel araştırmada aşağıdaki şekilde sınıflandırılmıştır (Elitaş ve Elgün, 2011: 634):

1-Ulaşım Bağlantısı; kara, deniz, demir ve hava yolu imkânları ve bağlantıları,

2-Yer ve Bağlantılı İş Aktiviteleri; ulusal ve uluslararası konum ile iş tüketim merkezleri arası bağlantı ve ilişkiler,

3-Arazi Özellikleri; arazinin konumu ve lojistik faaliyet ve gelişmelere uygunluğu,

4-Yerin Uygunluğu; yerin altyapı, teknik imkânlar ve çevre, sosyal yapı ve güvenlik bakımından uygunluğu.

Konya lojistik köy potansiyeli bağlamında ulaşım bağlantısı, arazi özellikleri ile coğrafi uygunluk ve iş aktiviteleri alt başlıkları düzenlenmiştir.

2. KONYA LOJİSTİK KÖY MODEL ÖNERİSİ

Bir önceki bölümde de belirttiğimiz gibi Ulaştırma Bakanlığı TCDD’ce ilk etap da lojistik köy kurulacak iller arasında Konya’da yer almıştır. Konya’da kurulacak bu lojistik köy için Konya OSB’nin hemen karşısında “TCDD Pınarbaşı istasyonun” bulunduğu yer olan Kayacık mevki belirlenmiştir. Başlangıçta 300.000 m²’lik bir alanda kurulması projelendirilmiş olan Kayacık (Konya) lojistik köyü Konya’nın lojistik potansiyeli de göz önünde tutularak 1.000.000 m²’ye çıkartılmıştır. Projelendirme ihalesi tamamlanmış olan Kayacık (Konya) lojistik köyünün kurulması yolunda çalışmalar hızla devam etmektedir.

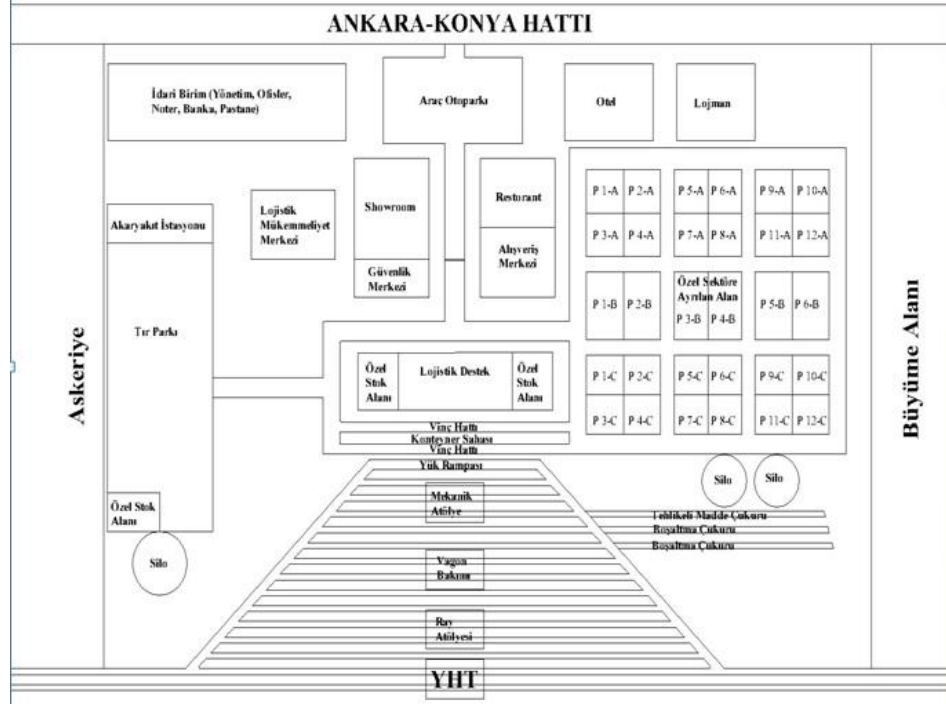
MÜSİAD Konya Lojistik Komitesinin ile MEVKA’nın işbirliği ile yaptıkları projede bir model oluşturmasına yönelik öneriler bulunmaktadır. Diğer taraftan akademik anlamda yapılan bazı çalışmalarda da model önerisi ilişkin bilgilere yer verildiği görülmektedir. Bu çalışmada Kayacık (Konya) lojistik köyü için bir model önerisi ortaya konulmaya çalışılmıştır. Model önerisinde esas alınan temel kriterler Kayacık (Konya) lojistik köyünün coğrafi konumu, altyapı sistemi, hizmet çeşitliliği, sahiplik yani mülkiyeti ve yönetimi olmuştur.

Türkiye’de lojistik köylerin kurucusu olan TCDD Avrupa’daki bu uygulamaları özellikle de İtalya’daki Verona ve Bologna lojistik köylerin uygulamalarını benimsemiştir. Buna göre kendisinin inisiyatifinde kurulan

lojistik köylerde “kiralama ve mülkiyet devri” modelinin ön planda tutmuştur (MÜSİAD, 2012: 249-250).

Bu konuda yapılmış olan bir çalışma da Kayacık (Konya) lojistik köyünün kullanım şekline yönelik şu sonuçlara ulaşmıştır: “Kamu idari yöneticileri, sivil toplum kuruluşların temsilcileri, lojistik hizmet alan firma temsilcileri, lojistik hizmet veren firmaların temsilcileri ve akademisyenleri içine alan bir anket çalışması yapılmıştır. Yapılan bu anket çalışması sonucunda Kayacık (Konya) lojistik köyünün kullanım şekline yönelik sorulara verilen cevaplar sonucunda: Akademisyenlerin % 64,70’i, kamu sektöründe çalışan uzmanların %58,33’ü ve lojistik hizmet verenlerin %35,29’u kiralama ve mülkiyet devri modelini önermişlerdir. Diğer taraftan lojistik hizmet alanların %60’ı kiralama modelini önerirken sivil toplum kuruluşlarının % 60’i ise uygulanacak modelin hem mülkiyet hem de kiralama ve mülkiyet devri şeklinde olması gerektiğini önermişlerdir” (Akandere, 2013: 593). Bu sonuçlara göre Kayacık (Konya) lojistik köyünün kullanım şeklinin öncelikle kiralama ve mülkiyet devri şeklinde olacağı anlaşılmıştır. Her ne kadar lojistik hizmet verelerin bu noktada mülkiyet devrini daha ön plana çıkardıkları görülüyorsa da genelde kiralama ve mülkiyet devri benimsenmiştir. Model önerisinin daha iyi ortaya konulabilmesi amacıyla Şekil 3 geliştirilmiştir.

Şekil-3 Kayacık (Konya) Lojistik Köy Yerleşim Modeli



Kaynak: TCDD 2012'deki bilgilerden yararlanılmıştır.

2.1. Sahiplik, Finansman ve Yönetim Şekli

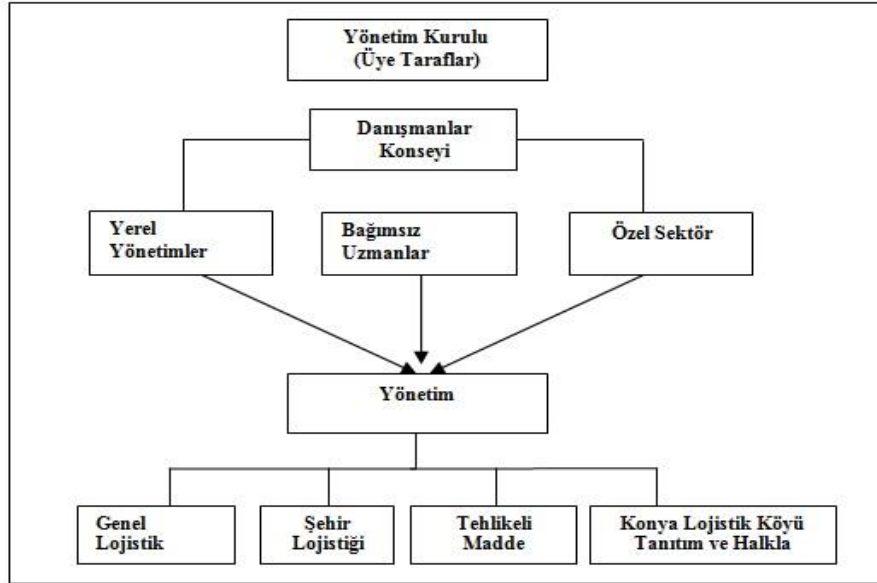
Lojistik köylerin sahiplik ve yönetim modelleriyle ilgili olarak daha önce verilen bilgilerde günümüzde üç farklı şekilde sahiplik ve yönetim modelinin uygulandığı belirtilmişti. Ancak dünyada ve Avrupa'daki bir çok lojistik köyde benimsenen modelin "Kamu-özel sektör ortaklığı" olduğu ileri sürülmüştü. Sahiplik ve yönetim şeklinde kamu-özel sektör ortaklığının lojistik köye çok önemli faydalar sağladığı görüldüğü için bu modelin diğer sahiplik ve yönetim şekli modellerine göre tercih edildiğini görmekteyiz. Sağlanan faydalardan birisi özel sektörün köylerin işletilmesinde kamu sektörüne göre daha etkili lojistik hizmetler sunmasıdır.

Kamu-Özel ortaklığı, tamamen özel yönetime kıyasla, bir Lojistik köyün geliştirilmesinde daha büyük esneklik sağlar. Böylece kamu-özel sektör ortaklığının uygulandığı lojistik köyler süreç içerisinde düzenlemeler yapma, yeni projeler uygulama ve alt yapısını geliştirme imkânlarına sahip olacaktır. Bu

lojistik köylerde kamu daha çok yatırımları üstlenirken özel sektör ise yapılan bu yatırımlardan makul düzeyde kazanç elde edilmesi için çaba içerisinde olacaktır. Yine kamu-özel sektör ortaklığının söz konusu olduğu lojistik köylerde elde edilen bu avantaj kamu-özel sektör ortaklığının finansı iki kombinasyona dayandırmasıdır. Bunlardan ilkinde kamu sektörü tren garı ve ana konteynır elleçleme ekipmanı gibi temel tesislere yatırım yaparken, özel sektör ise depolama gibi diğer teçhizatları sağlayacak ve tesislere yatırım yapacaktır. İkinci kombinasyonda ise kamu ve özel sektör gerekli temel tesisleri ve teçhizatları müşterek olarak kuracaklar ve finansmanı birlikte sağlayacaklardır.

Kayacık (Konya) lojistik köyüne ilişkin olarak geliştirilen organizasyon şeması Şekil 4'teki gibidir.

Şekil-4 Kayacık (Konya) Lojistik Köyü Organizasyon Şeması

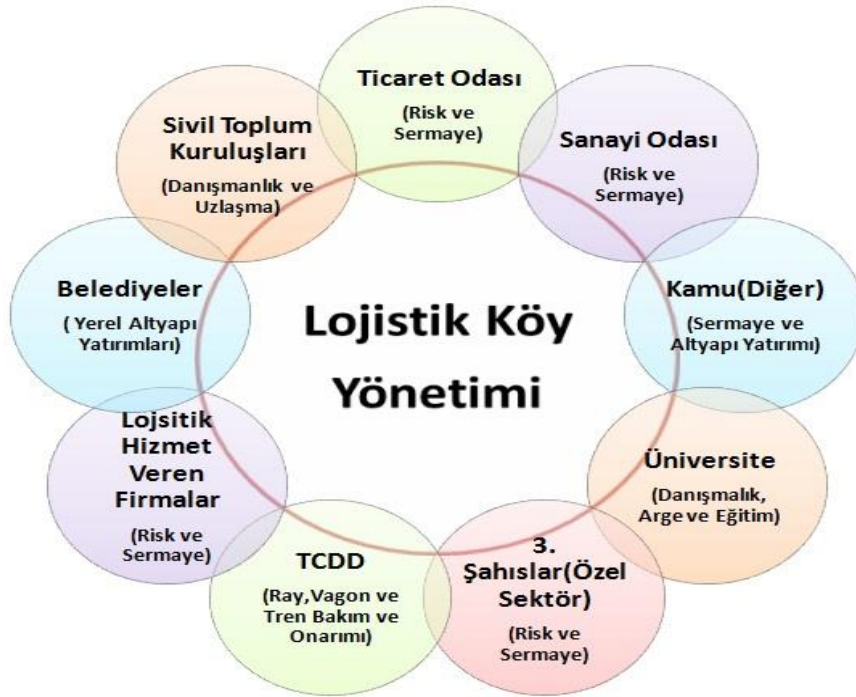


Kaynak: Avrupadaki birçok lojistik köyün organizasyon şeması incelenip Konya (Kayacık) lojistik köyüne yönelik bir organizasyon şeması geliştirilmiştir.

Lojistik köyün yönetiminde daha faydalı olacak temsilcilerin kimlerden oluşması gerektiği konusunda ise; akademisyenlerin %58,82'i Ticaret ve Sanayi Odaları, Üniversite, KOSGEB ve MÜSİAD'ın, kamu sektöründe çalışan uzmanların %54,16'ı Ticaret ve Sanayi Odaları, TCDD, KOSGEB, MÜSİAD ve Kamu'nun, lojistik hizmet alanların %60'ı Sanayi Odası, Üniversite, TCDD,

OSB ve UTİKAD'ın, lojistik hizmet verenlerin %61,74'ü Ticaret ve Sanayi odaları ve sivil toplum kuruluşlarının %60'ı ise Ticaret Odası ve Özel sektörden gelenlerce oluşturulması gerektiğini söylemişlerdir (Akandere, 2013: 594). Şekil 5 Kayacık (Konya) lojistik köyü yönetim modeline yöneliktir.

Şekil-5 Kayacık (Konya) Lojistik Köyü Yönetim Modeli



Kaynak: Avrupadaki birçok lojistik köyün yönetim modelleri incelenip Konya (Kayacık) lojistik köyüne yönelik bir yönetim modeli geliştirilmiştir.

Bütün bunlara bakarak Kayacık (Konya) lojistik köyüne yönelik yönetim modeli önerimiz yukarıda Şekil 22'de belirttiğimiz gibi olacaktır.

Modelimiz kamu-özel sektör ortaklığıdır. Bu yönetim modelinde başta devleti temsil eden TCDD olmak üzere ilgili diğer bakanlıklar ve kamu kuruluşları ile yerel yönetimler yani belediye, KTO ve KSO yerel, LODER, UTİKAD ve UND gibi sektörel sivil toplum kuruluşları lojistik hizmet alan ve veren firmalar, girişimciler ve üniversiteler de yer alacaktır. Bunların sahiplikteki payları ve yönetimdeki rolleri konusunda bugün için sağlıklı bir yaklaşım ortaya koymamız zordur. Çünkü hem lojistik ve lojistik köylerle ilgili

kanunlar ve düzenleyici yönetmelikler çıkmamış hem de henüz kuruluşu gerçekleşmemiştir. Umarız ki birkaç yıl içerisinde hem gerekli kanunların çıkartılması sağlanır hem de Kayacık (Konya) lojistik köyünün kuruluş çalışmaları tamamlanır.

Çalışmanın ortaya koyduğu bu model Kayacık (Konya) lojistik köyü için uygulanabilir bir modeldir. Konya bu model için gerekli bütün özelliklere sahip bir şehirdir. Bu bakımdan bu modelin uygulanmasıyla Konya’da kurulacak bu lojistik köy kısa sürede bölge ve ülke ekonomisine önemli katkılar sağlayacağı gibi uluslar arası alanda da önemli bir lojistik köy olacaktır.

SONUÇ

“Lojistik Köylerin Etkin Yönetimi: Konya İline Yönelik Bir Model Önerisi” başlıklı bu çalışma ile Konya’da kurulacak lojistik köyün şehre, bölgeye ve ülkemize yapacağı ekonomik katkılar ve bunun sonrasında ulaşılabilecek olan gelişme ve kalkınmaya dikkat çekilmiştir. Kayacık (Konya) lojistik köyüne yönelik olarak ortaya koyacağımız model önerisi ile de kurulacak lojistik köyün nasıl olması gerektiği yani yapısı ile işlevi konusunda yerel ve ulusal bazda muhataplara bir fikir verilmeye çalışılacaktır. Konya’ya kurulacak bir lojistik köy ve lojistik köyün etkin yönetimi için önerilerin ele alındığı bu çalışmada lojistik sektörünün aktörleri olan üreticiler, tedarikçiler, lojistik hizmet sağlayıcı işletmeler ve devlet açısından lojistik faaliyetlerin sağlayacağı yararlar da ele alınıp, değerlendirilmiştir. Ayrıca çalışmamızın genelde lojistik ve lojistik köylere, özelde ise Kayacık (Konya) lojistik köyüne yönelik çalışmalara ilham vermesi, araştırmacılara ise kaynak teşkil etmesi amaçlanmıştır.

Model önerisi ortaya konulurken Konya’nın coğrafi konumu, arazi yapısı, ulaştırma alt yapısı, lojistik durumu ve potansiyeli, ihracat performansı ve ithalat potansiyelinin ele alındığı dış ticaret yapısı, ulaşım ağları açısından durumu ve OSB ve küçük sanayi sitelerinin ele alındığı sanayi yapısı incelenmiştir. Yine model önerisi ortaya koyulurken Konya’nın üretim imkan ve beklentileri göz önünde tutulmuştur ve özellikle de lojistik köyün Konya için sağlayacağı avantajlar ele alınmıştır. Bütün bunların sonucunda da Konya’da lojistik köy kurulmasının doğru ve yerinde bir karar olup olmadığı ve bu köyün Kayacık mevkiinde kurulmasının coğrafi konum ve alt yapı bakımından uygun olup olmadığına bakılmış ve bu konulardaki tespitler değerlendirilmiştir. Çalışmada dünyadaki lojistik köy uygulamaları ile TCDD’nin kurduğu ve kurulmasına karar verdiği diğer lojistik köyler için öngörülen modellerin Konya için uygulanabilir olup olmadıkları analiz edilmiştir. Nihayet bu çalışmayla Kayacık (Konya)

lojistik köyü için; hizmet çeşitliliği (kullanım şekli), sahiplik (mülkiyet hakkı), finansman ve yönetim açısından kamu-özel sektör ortaklığı modelinin en uygun model olduğu şeklindeki öneriler ele alınıp değerlendirilmiştir.

Bu çalışmada yüz yüze görüşmeler, raporlar, uzman görüşleri ve içerik analizlerinden istifade edilmiştir. Ayrıca çalışmada lojistik ve lojistik köyler konusunda bilgi verilmesi de amaçlandığı için öncelikle bu konularda geniş bir içerik analizi yapılmıştır. Lojistik ve lojistik köyler ile ilgili yayınlanmış kitap, makale ve bazı araştırma sonuçları ile istatistiksel bilgilere ulaşılmıştır. Kaynakçada ayrıntılı tanımları yapılan bu kitap, makale ve araştırmaların konumuzla ilgili kısımları okunmuş, incelenmiş ve çalışmada değerlendirilmiştir.

KAYNAKÇA

- Akandere, Gökhan (2013), “Logistic Center Practices In Turkey And Recommendations On Management, Ownership, Financing And Usage Structure Of Logistics Center Project Which Will Be Established In Konya Province”, *Proceedings of the The Clute Institute International Academic Conference*, June 9 - 11, s. 581-596, The Clute Institute, Colorado.
- DHMI (Devlet Hava Meydanları İşletmesi) (2013), *2013 Havaalanı Trafiği Bilgisi*, <http://www.dhmi.gov.tr/istatistik.aspx>, 20.05.2013.
- Elitaş, Cemal, Elgün N. M., (2011), “Yerel, Ulusal Ve Uluslararası Taşıma Ve Ticaret Açısından Lojistik Köy Merkezlerinin Seçiminde Bir Model Önerisi”, *CBÜ Sosyal Bilimler Dergisi*, Cilt: 9, Sayı: 2, ss. 630-645.
- Europlatforms (2004), *Intermodal Transport between Europe and Asia: opportunities and challenges*, <http://www.internationaltransportforum.org/IntOrg/ecmt/intermodal/pdf/KievGaltoni.pdf>, 10.12.2012.
- Europlatforms EEIG, (2004), *Logistics Centers Directions for Use*, http://www.unece.org/fileadmin/DAM/trans/main/eatl/docs/EN-REV_What_is_a_Freight_VillageFinalcorretto.pdf, 21.12.2012.
- MEVKA (Mevlana Kalkınma Ajansı) (2010), *TR52 Düzey 2 Bölgesi 2010-2013 Bölge Planı*, <http://www.mevka.org.tr/Download.aspx?filePath=jsMeF66z7zL9PsB2F3CrAg=&=>, 18.01.2013.
- MÜSİAD (Müstakil Sanayici ve İş Adamları Derneği), (2012), *TR52 Konya-Karaman Bölgesi lojistik Strateji Planı Önhazırlık Raporu*, MÜSİAD, Konya.
- TCDD (Türkiye Cumhuriyeti Devlet Demiryolları) (2009), *2. Demiryolu Sempozyumu Hareket Dairesi TCDD Lojistik Köyler Projesi Bildirisi*, <http://www.tcdd.gov.tr/yuk/yukindex.htm>, 25.01.2013.
- TCDD (Türkiye Cumhuriyeti Devlet Demiryolları) (2010), <http://www.tcdd.gov.tr/Upload/Files/ContentFiles/2010/yurticibilgi/lojistikkoey.pdf>, 20.02.2013.

- TCDD (Türkiye Cumhuriyeti Devlet Demiryolları) (2013),
<http://www.tcdd.gov.tr/home/detail/?id=258>, 10.04.2013.
- TÜİK (Türkiye İstatistik Kurumu) Dış Ticaret Endeks Raporu (2013),
<http://www.tuik.gov.tr>, 22.05.2013.

Türkiye’de Konut Talebinin Belirleyicileri (1970-2015): Ampirik Bir Çalışma

*Determinants of Housing Demand in Turkey
(1970-2015): An Empirical Study*

Doğan UYSAL*
Mehmet YİĞİT**

ÖZ

Çalışmada Türkiye’de konut talebini etkileyen faktörler araştırılmaya çalışılmıştır. Konut talebini etkileyen faktörler olarak Kişi Başı Gelir, Fiyatlar, Kentleşme Hızı, Faiz ve M2 parasal büyüklüğü kullanılmıştır. Değişkenler birinci fark durağan olarak elde edilmiştir. Johansen (1988) ve Johansen-Juselius (1990) Eşbütünleşme testi sonucu değişkenler arasında en az iki eşbütünleşik denklem olduğu görülmüştür. İlgili regresyon denkleminde kısa ve uzun dönemli ilişkiyi araştırmak için VECM model kullanılmıştır. Buna göre kişi başına milli gelir, kentleşme hızı, faiz oranları ile konut talebi arasında pozitif yönlü bir ilişki; M2 parasal büyüklüğü ve fiyat göstergesi olarak kullanılan TÜFE ile konut talebi arasında negatif bir ilişki bulunmuştur. Denkleminde kullanılan ve 1994, 1998, 2001 ve 2009 krizlerini ifade eden kukla değişkeni ile konut talebi arasındaki ilişki ise negatif olarak bulunmuştur. Diğer taraftan konut talebinin belirleyicileri arasında en fazla etkiye sahip değişkenin gelir olduğu tespit edilmiştir.

ANAHTAR KELİMELELER

Konut Talebi, VECM, Eşbütünleşme, Varyans Ayrıştırma, Nedensellik.

Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu Dergisi Yıl:2016 Cilt:19 Sayı:1
ss.185-209 **Makale Gönderim Tarihi:** 21/03/2016 - **Kabul Tarihi:** 09/04/2016

* Prof. Dr., Celal Bayar Üniversitesi, İİBF, İktisat, dogan.uysal@cbu.edu.tr

** Arş. Gör., Celal Bayar Üniversitesi, İİBF, İktisat, mhmttygt33@gmail.com

ABSTRACT

In this study, Factors affecting the demand for housing in Turkey have attempted to investigate. Per Capita Income, Prices, Urbanization Rate, Interest and M2 monetary aggregates were used as a factors affecting housing demand. Variables were obtained as a stationary first difference. Johansen (1988) and Johansen-Juselius (1990) Cointegration test indicate that at least there are two cointegration equation between variable. VEC model was used to investigate the relationship in the short and long term about the regression equation. Accordingly, there are positive correlation for per capita income, urbanization rate and interest rates on housing demand; and a negative correlation between the monetary aggregates M2 and CPI index has been used as price. And the relationship between crisis that are occurred in 1994, 1998, 2001 and 2009 and the dummy variable representing the housing demand used in, was found to be negative. On the other hand having the maximum impact among the determinants of housing demand has been determined as variable income.

•

KEYWORDS

Housing Demand, VECM, Cointegration, Variance Decomposition, Granger Causality

GİRİŞ

Makroekonomi alanında konut ile ilgili çalışmalar son yıllarda artış göstermektedir. Rekabetin küresel düzeye taşınması ile birlikte düşen faiz oranları ve artan likidite sebebiyle konut yatırımları, sermaye akımlarının bir kısmını kendi alanına yönlendirmiştir. Makroekonomik alanda konut, yatırım harcamaları olarak değerlendirilmekle birlikte konutun tüketim harcamaları boyutu da bulunmaktadır. Konut piyasasının reel etkileri; gelirden meydana gelen yükselmeler, tasarruf ve yatırımların genel düzeyi ile istihdam ve emek hareketlilik düzeyinde gözlenmektedir. (World Bank, 1993: 33). Konut diğer birçok ülkede olduğu gibi Türkiye’de de makroekonominin önemli bir kalemini oluşturmaktadır ve piyasadaki dalgalanmalar tüm ekonomiyi etkisi altına alabilmektedir.

Konutun birçok tanımlaması olmakla birlikte Hoffmann ve Kremer 1986 tarafından konut; bireylerin hayatını idame ettirebilmesine olanak sağlayan ve mutfak, içme suyu tesisatları, atık sistemi içeren mekânlar toplamı şeklinde tanımlanmıştır. (Hoffmann & Kremer, 1986: 163). Durkaya ve Yamak (2004) konutu, bir tek ferden ya da aile fertlerinin birlikte yaşam sürdüğü ve bu sebeple sosyal aralarında ilişkilerin kurulduğu “sosyal”, hayatın devam ettirilebilmesi amacıyla gereken işlevlerin yerine getirilmesine imkân sağlayan “fiziksel”, fertlerin veya ailelerin bir araya gelerek toplumu oluşturan önemli yapı taşı olması ve toplumsal ilişkilerin tekrardan üretilmesi sebebiyle “toplumsal”, kentleşme politikalarının belirlenmesinde ve uygulanmasında bir temel oluşturmasından “yönetimsel”, bir yatırım aracı olarak kullanılmasından “ekonomik” bir birim olarak tanımlamışlardır (Durkaya & Yamak, 2004: 75). Konutun sahip olması gereken nitelikler ise; mahremiyet alanları, yeterli mekân, kolay erişebilirlik, yeterli güvenlik, yapısal olarak sağlamlık, yeterli havalandırma aydınlatma ve ısıtma, su, atık su ve katı atık sistemleri, ulaşım kolaylığı olarak sıralanmaktadır. Bu faktörlerin ise uygun fiyatlarla elde edilmesi gerektiği belirtilmiştir. (Aktan, 1996: 1). Konut; sosyal, kültürel, ekonomik, hukuki, teknolojik olmak üzere çok yönlü bileşenlere sahip bir bütündür. “Konutun; bir barınma alanı olma, üretim ve tüketim konu bir mal olma, yatırım anlamında servet sağlama aracı olma, ekonomik ve hukuksal güvence sağlama, toplumsal ilişkilerde bir araç olma, kentleşmenin oluşumunda bir kültürel eser olma gibi çok farklı fonksiyonları bulunmaktadır (Tekeli, 1999: 103).

Konut sektörü makro düzeyde incelendiğinde oluşturulan istihdam, üretim, yatırım ve tüketim harcamaları yardımıyla ölçülmektedir. Mikro

düzeyde incelendiğinde ise, konut bireyin sahip olabileceği en değerli varlıklardan biridir ve konutun değeri enflasyona paralel bir çizgide seyrettiğinden uzun vadede iyi bir yatırım aracı olabilmektedir (Sürmeli, 2003: 9). Diğer piyasalara göre konut piyasası hem yatırım aracı hem de mal olarak değerlendirilmesi sebebiyle farklılıklar göstermektedir. Genel olarak bir sıralama yapılacak olursa konut arzının yüksek maliyetli olması, konutun kalıcı olması, sabit olması (immobilite), heterojen olması, ikincil piyasalardaki büyümeye etkisi ve finansal işlemlerde teminat amaçlı kullanılması diğer piyasalarla konut piyasası arasındaki farklılıklar olarak sıralanabilir. Konut piyasaları sahip olduğu tüm bu özellikler nedeniyle bölünmüş ancak birbirine bağlı piyasalar olarak nitelendirilmektedir (Iacoviello, 2000: 8).

Konut edinimi esnasında kullanıcı kararlarının doğrudan ya da dolaylı olarak kullanıcıyı ve konutu tanımlayan özelliklerden etkilendiği öngörülmektedir. Konut ediniminde kullanıcının; kimlik özellikleri, gelir grubu ve finansman kaynakları, mevcut yaşam kalitesi, konuttan beklentileri kullanıcının bireysel özelliklerinden kaynaklanan ve kullanıcının kararlarını etkileyen faktörler olarak nitelendirilebilir. Konut çevresinin özellikleri, konutun özellikleri, konut sunumundaki pazarlama yöntemler, satış sonrası hizmetler ise; konutun özelliklerinden kaynaklanan ve kullanıcının kararlarını etkileyen faktörler şeklinde sıralanabilir.

1. KONUT TALEBİNİ ETKİLEYEN FAKTÖRLER

Konut talebi, bireylerin konut ihtiyaçlarını karşılamak amacıyla konut satın alabilmek veya konutun kirasını ödeyebilmek için yeterli mali güce sahip olması şeklinde tanımlanabilmektedir. Bir başka deyişle konut talebi konut kiralama ve konut satın almak isteklerinin yeterli satın alma gücüyle desteklenmesidir. Mikro ekonomik açıdan değerlendirildiğinde konut talebi bireylerin fiyat ve beklentilerden, gelirinden, tamamlayıcı ve ikame malların fiyatlarından, zevk ve tercihlerden, etkilenmektedir. Makroekonomik açıdan değerlendirildiğinde ise konut talebini anlayabilmek için konut üretimi, örgütlü konut piyasası, finansman politikaları, konut politikaları, teknoloji gibi birçok faktör önemli olmaktadır (Öztürk & Fitöz, 2009: 25)

Ayrıca nüfus artışı, cinsiyet, yaş ve hane halkı büyüklüğü gibi değişkenler de uzun dönemli sosyo-demografik yapıyı değiştirerek toplumsal talebi yönlendirmektedir (Karakurt Tosun, 2006: 3). İngiltere, Almanya, ABD gibi gelişmiş ülkeler bu değişim sürecini 20. yüzyıldan başlayarak günümüze

dek sürekli artan bir hızla yaşamaya devam etmektedirler. (Kunduracı, 2013: 54)

Özellikle gelişmekte olan ülkelere yönelik artan oranda sermaye akımları da konut talebini dolaylı bir şekilde artırabilir. Gelişmiş ülke faiz oranlarının düşmesine paralel olarak, gelişmekte olan ülkelerdeki yatırım araçları getirisinin görece artışı, bu ülkelere yönelik sermaye akımlarının artmasına olanak sağlamıştır. Artan yabancı sermaye girişi bu ülkelerde likidite artışına neden olurken, bir yandan faiz oranlarının düşmesine diğer taraftan iç talebin ve bu arada konut talebinin genişlemesine sebep olmuştur (Öztürk, 2007: 251-287).

2. KONUT PİYASASININ EKONOMİK ETKİLERİ

Konut piyasalarının ekonomik etkisi ile birlikte sosyal ve kültürel etkisi de bulunmaktadır. Bu durum konut piyasaları ve kalkınma arasında yüksek oranda ilişki olduğunu göstermektedir. Bu nedenle konut piyasası ile ilgili konularda yapılan düzenlemeler yalnızca ekonomiyi yönlendirmekle kalmaz aynı zamanda sosyo-kültürel dokuyu değiştirerek yoksulluk, eğitim, suç gibi kalkınmanın önemli bileşenlerini de etkileme amacı gütmektedir. Bunun nedeni yükselen konut fiyatlarının hem bir varlık hem de konut hizmetleri tüketimi yapan bireylerin refah düzeylerini etkilemesidir. Konut fiyatlarının artması durumunda kiraların gelecek dönemdeki değerinde bir artış meydana gelecektir. Bu durum hane halklarının toplam refahını etkilerken ulusal refaha bir katkısı olmayacaktır. Ancak makroekonomik değişkenler üzerindeki etkisi sebebiyle ekonominin genelinde de bir değişime sebep olacaktır.

Konut harcamalarının toplam harcamalar içindeki ağırlığı sebebiyle konut piyasası; Gayri Safi Yurtiçi Hasıla (GSYH), enflasyon, faiz, finansal varlıklar, yatırım, işsizlik gibi birçok makroekonomik büyüklük ile ilişki içerisinde bulunmaktadır. Konut tüketiminde yaşanan değişimler diğer piyasaları da etkisi altına alarak konut dışı tüketim mallarının da talebini artırarak uzun dönemde gelir üzerinde yönlendirici politikaların oluşmasına neden olabilmektedir.

Konut piyasasının yüksek oranda yerli sermayeye dayanması istihdam potansiyelinin önemli derecede yüksek olması ekonomide lokomotif görevi görmesine imkân tanımaktadır. Bu anlamda katma değer oluşturması ve başta imalat üzere diğer sektörlerle ilişki içerisinde olması konut piyasasının önemini artırmaktadır. Aynı zamanda konut harcamalarının çarpan etkisi işlevinin yüksek olması sebebiyle konut harcamalarında meydana gelen bir

artış, mobilya, beyaz eşya, ev tekstili gibi konut ile ilgili diğer mallara olan talebin de artmasına yol açmaktadır (Öztürk & Fitöz, 2009: 23).

Konut piyasaları gelişmişlik düzeylerine göre ülkeler arasında farklılık göstermektedir. Ancak tüm ekonomiler içinde büyük bir önem taşımaktadır. Ekonomilerde yatırım amaçlı olarak bazı durumlarda menkul değerlerin alternatifi olarak değerlendirilirken bazı durumlarda da yüksek kazançlı bir yatırım aracı olarak düşünülmektedir. Yatırım amaçlı kredi sağlama açısından bankacılık sektörü ile ilişkisi nedeniyle uygulanan para politikalarından oldukça etkilenmektedir. Konut sektörü birçok krizin ana nedeni olmuştur. Etkileri uzun süre devam eden 2008 krizinin başlama nedeni de konut piyasasıdır. 2014 yılı itibarıyla birçok ülkede konut fiyatları, enflasyon oranı ve büyüme oranı gibi değişkenlerden daha hızlı yükseliş göstermiştir.

3. AMPİRİK LİTERATÜR

Literatürde birçok farklı ülke ve ülke grupları için, yatay kesit, zaman serisi ve panel verileri kullanılarak konut talebiyle ilgili çalışmalar yapılmıştır. Konut talebi konusunda yapılmış olan en eski çalışmalardan biri Duesenberry ve Kistin (1953)' e aittir. Buna göre konut talebinin gelirden pozitif yönde etkilendiğini bulmuşlardır. Gelir esnekliğini 0.15 ise olarak tahmin edilmiştir.

Lee (1963)' nin kesit çalışmasında diğer çalışmaların aksine üç yıllık süre zarfında yapılan röportajlar yeniden gözden geçirilerek derlenmiştir. Bu çalışmada harcanabilir gelirin, medeni durumun, yaşın, mesleğin ve bireyin içinde bulunduğu sosyal çevrenin konut talebine olan etkilerini araştırmıştır. Lee'nin oluşturduğu modelde, harcanabilir gelir konut satın alma kararlarında rol oynamaktadır. Fakat gelirdeki değişimler konut harici harcamaları ciddi bir şekilde etkilerken, konut talebi üzerindeki etkisi sınırlı olmaktadır. Kiracılar için elde edilen gelir esnekliği tahmini yaklaşık 0.65 olarak bulunurken; diğer yandan ev sahipleri için bu değer yaklaşık 0,8 olarak bulunmuştur. Gelir dışında konut talebini etkileyen en önemli ikinci değişken bireyin yaşıdır. Diğer yandan bu çalışmada eğitim durumu medeni durum, meslek, , cinsiyet, sosyal çevre gibi değişkenlerin konut talebi üzerinde bir etkisinin olmadığı sonucu elde edilmiştir.

Winger (1968), Anket verileri ile yaptığı kesit analizinde 1962-1964 döneminde düzenli ev sahipliği programı kapsamında FHA tarafından sigortalanan işlemler için yaptıkları çalışmaya göre, konut talebi büyük kentlerde ortalama gelir ve ev fiyatlarına dayanmaktadır. Bu çalışmada konut talebinin gelir elastikiyeti yaklaşık olarak 1.05 bulunmuştur. Maisel ve

diğerlerinin, 1971 yılında yaptıkları çalışmada ABD' nin 29 farklı bölgeden alınan 100' er adet olmak üzere toplam 2900 gözlemden elde ettiği verilerle konut talebinin gelir esnekliğini 0.5, fiyat esnekliğini ise -0,88 olarak tespit etmiştir. Buna göre konut talebi gelirden pozitif yönde, fiyatlardan ise negatif yönde etkilenmektedir. Kartman (1972), konut fiyat esnekliğini birden büyük olarak tespit etmiştir.

Fair ve diğerleri (1972) yaptığı çalışmada Mortgage, faiz oranı ve ipotek oranlarının konut talebi üzerindeki etkileri incelenmiştir. Analizde kullanılan değişkenleri konut yatırımı miktarını etkilediği görülmektedir. Buna göre ipotek oranındaki artışların konut yatırımı için sermaye maliyetini artırdığı ve böylece istenilen konut talebinde uzun vadeli düşüslere yol açtığı sonucuna ulaşılmıştır.

Carliner (1973), ABD' de, 2107 kiracı ve 2458 hane sahibini içeren Anket verilerini kullanarak "Michigan Üniversitesi Araştırma ve Araştırma Merkezi (SRC) tarafından yürütülen "Gelir Dinamiklerin Panel Çalışması" nı baz alarak yapmış olduğu yatay kesit çalışmasında, konut talebinin gelir esnekliğini ev sahipleri için 0.6 - 0.7 aralığında, kiracılar için ise 0.4 - 0.5 aralığında tespit etmiştir. Diğer yandan konut talebinin fiyat esnekliği ise 0 ile - 0.8 aralığında değiştiğini bulmuştur. Rosen (1979) tarafından 2150 Amerikalı aile ile yapılan çalışmada fiyat elastikiyetini negatif ve yaklaşık olarak -1, gelir elastikiyeti ise pozitif ve 0,76 olarak bulunmuştur.

Hausman ve Wise (1980), konutun talebinin gelir esnekliğini 0,6 olarak bulmuş ve hane halkının eline geçen para önemli oranda konut talebini belirlediğini ifade etmişlerdir. Hanushek, and Quigley (1980) Phoenix de 586 ve Pittsburg' da 799 aile ile yaptıkları anket verilerine dayanan analizlerine göre konut talebinin fiyat elastikiyeti Pittsburg için -0,36 ve Phoenix için ise -0,41 olarak bulunmuştur

Elder ve Zumpano (1991), 968 aileyi içeren anket verilerini kullanarak "Michigan Üniversitesi Araştırma ve Araştırma Merkezi (SRC) tarafından yürütülen "Gelir Dinamiklerin Panel Çalışması" nı baz alarak yapmış olduğu yatay kesit çalışmasında, konut talebi ile hane halkı büyüklüğü arasında pozitif, konut fiyatları ile konut talebi arasında ise negatif yönde ilişki olduğunu tespit edilmiştir. Buna göre ev sahipleri için konut talebinin fiyat esnekliği -0.44, kiracılar için ise -0.32 olarak bulunmuştur. Konut talebinin gelir esnekliği ise konut sahipleri için 0.42 olarak bulunurken, kiracılar için 0.49 olarak tespit edilmiştir.

Ermisch ve diğerleri (1996), İngiltere için yapmış oldukları çalışmada, konut talebin fiyat esnekliğinin (-0,5) - (-0,8) arasında negatif ve konut talebinin gelir esnekliğini ise 0,8 ile 1,0 arasında ve pozitif olarak bulmuşlardır. Tiwari ve diğerleri (1999), Mumbai şehrindeki konut talebinin etkileyenlerini inceledikleri çalışmada yatay kesit verileri kullanmışlardır. Buna göre konut sahipleri için gelir esnekliği 1.18 iken kiracılar için 1.07 olarak bulunmuştur. Konut talebinin ev sahipleri için fiyat esnekliği ise -0.85 olarak bulunurken, bu oran kiracılar için -1.02 olarak elde edilmiştir.

Jin ve Zeng (2007), yapmış oldukları çalışmada faiz oranlarının yatırım amaçlı konut teşviklerine etkisini incelemişlerdir. Söz konusu çalışmada yapılan analize göre yatırım amaçlı konut alımlarına uygulanan teşvikler arttırıldığında, yatırım amaçlı konut alımlarında da artış yaşanmakta. Hane halkının konut talebi ise aksine azalmakta ve istihdam artmaktadır. Teşvik oranlarında artış meydana geldiğinde diğer taraftan konut fiyatları artmaktadır. Faiz oranında bir düşüş meydana geldiğinde yatırım amaçlı konut talebini arttırmakta, bu durum hane halkının konut talebini azaltmakta ve sonuç olarak konut fiyatlarını da arttırmaktadır.

Painter ve Redfearn (2002), ABD de hane halkları için konut edinme oranını artıran etkenleri incelerken faiz oranının kısa dönemde konut talebini üzerindeki etkisinin zayıf olduğunu etkilemedeki etkisinin az olduğu, uzun dönemde ise faiz oranının konut talebi üzerinde etkisiz olduğu sonuçlarını elde etmişlerdir.

Dokko ve diğerleri (2011) ve Kuttner'in (2014), ABD ve diğer ülkelerde 2000'lerin başında yaptıkları ampirik çalışmalarda konut fiyatları üzerinde faiz oranlarının etkisinin oldukça mütevazı düzeylerde olduğunu vurgulamaktadırlar..

Türkiye ile ilgili çalışmalara bakıldığında Durkaya ve Yamak (2004), 1964-1997 aralığındaki verileri kullanarak, Türkiye'de konut talebini etkileyen dinamikleri araştırmıştır. Çalışmada konut talebinin gelir ve fiyat değişiklikleri karşısında nasıl hareket ettiği hesaplanmıştır. Elde edilen sonuçlara göre, gelir ile konut talebi arasında pozitif bir ilişki olduğunu ortaya çıkmıştır. Buna göre gelir elastikiyeti, pozitif ve 1.9-3.8 aralığında değerler almıştır. Konut talebinin fiyat elastikiyeti ise (0.03) - (-0.10) aralığında değerler almıştır.

Halıcıoğlu (2007), Türkiye'nin 1964-2004 dönemindeki veriler ile ARDL yaklaşımını kullandığı çalışmada, konut talebine ilişkin gelir esnekliğini yaklaşık 1 olarak, fiyat esnekliğini ise (-0,2) olarak tahmin etmiştir. Lebe ve

Yiğit (2009) Türkiye’de konut talebine ilişkin yaptıkları çalışmada uzun dönemde evlenen çift sayısı, kişi başı gelir, sanayileşme ve nüfusun konut talebini pozitif yönde; reel faiz, fiyatlar genel düzeyi, tarım sektöründeki istihdam ve konut maliyetlerinin ise negatif yönde etkilediğini bulmuşlardır. Buna göre kısa dönem için konut talebinin gelir esnekliği 0.29, maliyet esnekliği 0.075 ve fiyat esnekliği ise -0.056 olarak tahmin edilmiştir. Uzun dönem konut talebinin, fiyat esnekliği -0.144, gelir esnekliği 0.321 ve maliyet esnekliği ise -0.141 olarak tahmin edilmiştir (aktaran: Lebe ve Aktaş, 2014: 61).

Öztürk ve Fitöz (2009), regresyon analizini kullanarak Türkiye’ de konut arz ve talebinin etkileyenlerini araştırmışlardır. Çalışmada, kişi başı milli gelir, faiz oranları ve konut fiyatları ile konut talebi arasında pozitif yönlü bir ilişki olduğu; demografik faktörler ile konut talebi arasında ise kayda değer bir ilişki olmadığı bulunmuştur. Konut arzını etkileyen değişkenlerden kişi başı milli gelir, likidite genişlemesi, konut fiyatları ile konut arzı arasında pozitif yönlü bir ilişki olduğu tespit edilmiştir. Konut talebi için gelir esnekliği kurulan farklı denklemlerde 1 - 2 aralığında değerler alırken konut talebi için fiyat esnekliği ise (-0.003) ve (-0.004) gibi çok küçük ve negatif değerler almaktadır. Elde edilen sonuç Painter ve Redfearn (2002),’ in ABD için yapmış olduğu çalışma ile benzerlik göstermektedir. Bu çalışmada faiz oranının uzun dönemde konut talebi üzerinde etkisiz olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Güriş ve diğerleri (2011), çalışmalarında kent içi ve kent dışı yerleşim alanlarında konut talebini etkileyen faktörleri tespit etmek için Logit, Probit ve Gompit modellerini kullanmaktadırlar. Elde ettikleri sonuçlarda, bu anlamda Logit modelin daha doğru sonuçlar verdiğini tespit etmişlerdir ve ailenin geçiminden sorumlu kişinin istihdam durumu, diğer demografik faktörler, konutun vasfı ve gelir gibi değişkenlerin konut talebi üzerinde anlamlı etkilerinin olduğunu bulmuşlardır.

Kargı (2013), 2000-2012 dönemini kapsayan çalışmasında Konut kredi faizlerinin oluşmasında etkili olan değişkenleri incelemiştir. Buna göre katsayılarını; GSYİH için (-4.97), konut harcamaları için (-1.11), konut kredileri için (-3.02) olarak tahmin etmiştir. Bankacılık sistemindeki kredi hacminin genişlemesi de konut kredi faizlerini (5.88) artırıcı yönde etki etmektedir

Abar ve Karaaslan (2013), çalışmalarında Atatürk Üniversitesinde çalışmakta olan 1959 personele anket uygulamışlardır ve konut talep edeceğini belirten bireylerden elde edilen veriler çoklu uyum analizi tekniği kullanılarak

analiz edilmiştir. Buna göre gelir ile konut büyüklüğü arasında aynı yönlü bir ilişki bulunmuştur. Bekmez ve Özpolat (2013), 2002:1 ve 2012:3 yılları arasındaki verileri kullanarak yaptıkları çalışmada konut talebi göstergesi olarak “Yapı Kullanım Belge Endeksi” ve “Gelir” arasındaki ilişkiyi araştırmışlardır. Ekonometrik yöntem olarak Vektör Hata Düzeltme Modelinden (VECM) yararlanmışlardır. Kentsel dönüşümün konut talebine etkisini de dummy değişken kullanarak incelenmiş ve kentsel dönüşümün konut talebini artırıcı yönde etkilediğini bulmuşlardır. Bununla birlikte çalışmaya göre, Türkiye’deki konut piyasasının uzun dönem dengesinde meydana gelen sapmalar, her üç aylık dönemde yaklaşık olarak %51 oranında düzelmektedir.

Lebe ve Akbaş (2014), Türkiye’de 1970-2011 dönemi için yaptıkları çalışmada, medeni durum, kişi başı gelir ve sanayileşmedeki artışların konut talebini olumlu yönde; faiz, konut fiyatları ve tarım sektörü istihdamındaki artışların ise olumsuz yönde etkilediği bulmuşlardır. Tahmin edilen katsayılar ise Enflasyon için -0,0099, Kişi başı milli gelir için 5.053, faiz için 0.003, Sanayileşme için 2.72, tarım için -2,3147 ve evlenen çift sayısı için 0.46 olarak bulunmuş. Vektör Hata Düzeltme Modeline dayalı elde edilen denklem sonucuna göre kısa dönemde meydana gelen dengesizliklerin her dönem %27 si düzelmektedir. Diğer taraftan uzun dönemde Türkiye’de konut talebini en fazla etkileyen faktörün gelir olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Konut talebini en fazla etkileyen ikinci ve üçüncü faktör, sırasıyla, sanayileşme ve tarım sektöründe istihdam olduğu ortaya konmuştur.

4. EKONOMETRİK ANALİZ

4.1 Değişkenler, Veri, Yöntem

Türkiye’de Konut talebinin bileşenlerini açıklamaya çalışan VEC modeli aşağıdaki gibi kurulmuştur.

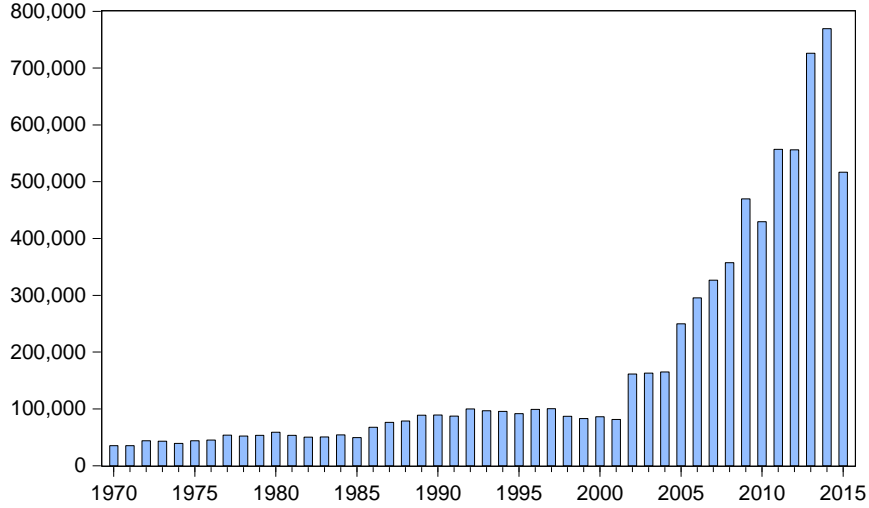
$$\begin{aligned} \Delta \text{LOGBS} = & \theta_0 + \theta_1 \sum_{t=1}^m \text{LOGBS}_{t-i} + \theta_2 \sum_{t=1}^m \text{LOGKBG}_{t-i} \\ & + \theta_2 \sum_{t=1}^m \text{LOGKO}_{t-i} + \theta_2 \sum_{t=1}^m \text{LOGM2}_{t-i} + \theta_2 \sum_{t=1}^m R_{t-i} \\ & + \theta_2 \sum_{t=1}^m \text{TUFE}_{t-i} + \alpha \text{CE}q_{t-1} + \varepsilon_{1t} \end{aligned}$$

(1)

Burada; BS, ikamet amaçlı yapı kullanım izni alınmış bina sayısını, KBG(1998 = 100), kişi başı milli geliri, KO, kentleşme oranını, M2 parasal büyüklüğü, R faiz oranlarını, TUF(1998=100) Tüketici fiyat endeksini CEq_{t-1} hata düzeltme terimini, DUMMY değişkeni ise 1994, 2001, 1998 ve 2009 krizlerini ifade etmektedir. 1970-2015 dönemini kapsayan veriler yıllık olup, BS, KBG, KO, TUF verileri Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK)' dan, M2 verileri ise MB EVDS sisteminden alınmıştır. Değişkenlerin bazıları logaritmaları alınarak modelde kullanılırken bazıları logaritma alınmadan kullanılmıştır.¹

Grafik 1. Modelde Kullanılan Bina Sayısı Değişkeninin Grafikselleştirilmesi

BS



Grafikten anlaşılacağı üzere 1975-2000 yılları arasında 100.000 civarında kaydedilen yapı kullanım izinleri 2000 yılından sonra ciddi bir yükselme trendi yakalamış ve son yıllarda 1 milyon sınırına dayanmıştır.

4.2 Ampirik Bulgular

4.2.1 Durağanlık Araştırması: ADF Birim Kök Testi

Bir zaman serisi değişkeninin, başka değişkenlerin zaman serisine göre regresyonu çoğu zaman anlamsız ya da gerçek olmayan bulgular sunabilir. Bu sözü edilen durumunun oluşmaması için öncelikle serilerin durağanlıkları test edilmeli ve durağan değilse ise durağanlaştırılmaları gerekmektedir. Ampirik

¹ TUF ve R değişkenleri logaritmaları alınmadığında modelin anlamlılığı daha uygun bulunmuştur.

Literatürde serilerin durağan olup olmadıklarının test edilmesi için sıklıkla kullanılan yöntemler Dickey-Fuller (DF), Genişletilmiş Dickey- Fuller (ADF), testleri olarak bilinmektedir (Gujarati, 2014, s. 730). Hata teriminin otokorelasyonlu olması durumunda Dickey-Fuller (DF) testi aşağıdaki denklemler ile gerçekleştirilir.

$$\Delta Y_t = \delta Y_{t-1} + \sum_{j=1}^p \delta Y_{t-j} + \varepsilon_t \quad (2)$$

$$\Delta Y_t = \mu + \delta Y_{t-1} + \sum_{j=1}^p \delta Y_{t-j} + \varepsilon_t \quad (3)$$

$$\Delta Y_t = \mu + \beta t + \delta Y_{t-1} + \sum_{j=1}^p \delta Y_{t-j} + \varepsilon_t \quad (4)$$

Burada Y durağanlık durumu test edilen değişken, t doğrusal zaman trendi, Δ birinci derece fark operatörü, p bağımlı değişkenin gecikme sayısı, ε ise hata terimini göstermektedir. Birim kök testinin uygulamasında kullanılacak p gecikme sayısı literatürde Akaike bilgi (AIC) ya da Schwarz kriteri (SC) kullanılarak belirlenmektedir. $\delta = 0$ olup olmadığına dair hipotez red edilmezse serinin durağan olmadığına, hipotez red edilirse durağan olduğuna karar verilir (Sevüktekin, 2014, s. 372). Bu çalışmada ADF testinin gecikme uzunluklarını belirlemek amacıyla AIC ve SC kullanılması tercih edilmiştir. Değişkenlerin ADF testi kullanılarak elde edilen birim kök test sonuçları Tablo 1.'de gösterilmiştir.

Tablo 1. ADF Birim Kök Testi

Değişkenler	Sabit Terimli Trendsiz	%1Kritik Değer	Sabit Terim ve Trendli	%1 Kritik Değer
LOGBS	-0.023202	-3.584743	-1.766151	-4.175640
LOGKBG	-0.131141	-3.584743	-2.747527	-4.175640
LOGKO	-1.252073	-3.588509	-4.118763	-4.175640
LOGM2	0.146097	-3.584743	-2.885286	-4.175640
R	-1.454237	-3.584743	-1.315833	-4.175640
TUFE	-1.914705	-3.584743	-2.076964	-4.175640
Δ LOGBS	-6.907715	-3.588509	-6.892333	-4.180911
Δ	-6.680088	-3.588509	-6.618258	-4.180911
Δ LOGKO	-7.731634	-3.592462	-7.644755	-4.186481
Δ LOGM2	-3.685523	-3.615588	-4.305651	-4.226815
Δ R	-7.041982	-3.588509	-6.421170	-4.186481
TUFE	-7.512515	-3.588509	-7.595278	-4.180911

* %1 anlam düzeyinde, değişkenlerin istatistiksel açıdan olduklarını gösterir. Akaike Bilgi kriteri kullanılarak elde edilen gecikme uzunluğu 5 olarak alınmıştır. MacKinnon (1996) Kritik değerleri baz alınmıştır.

Tablo1 'den görüldüğü gibi, değişkenlerin düzey değerlerine uygulanan ADF test sonuçları değişkenlerin %1, %5 ve %10 anlamlılık düzeyinde durağan olmadığını, ancak birinci dereceden farkları alındığında %1 anlamlılık düzeyinde durağan I(1) hale geldiğini göstermektedir, dolayısıyla değişkenler birinci dereceden bütünlüktirler.

4.2.2 Eşbütünlüşme Testi:

Her bir serinin durağanlık seviyesi böylece ortaya koyulduktan sonra söz konusu değişkenlerin eşbütünlüşme ilişkisine sahip olup olmadıkları incelenmektedir. Buna göre serilerin uzun dönemde birlikte hareket etme eğiliminde olup olmadıkları araştırılmaktadır. Değişkenlerin Granger anlamında eşbütünlüşik olmaları aralarında bir nedenselliğin olduğu anlamına gelmektedir. Değişkenlerin eşbütünlüşik olup olmadıklarını anlamak için iki aşamalı Engle-Granger eşbütünlüşme testi ya da Johansen (1988) ve Johansen-Juselius (1990) eşbütünlüşme testleri kullanılabilir (Karagöz &

Karagöz, 2010, s. 16). Bu çalışmada eşbütünleşme ilişkisinin sepi için Johansen-Juselius yaklaşımından yararlanılmaktadır. Aşağıda, Tablo 2' deki değerlere bakıldığında % 5 anlamlılık düzeyinde, değişkenler arasında, olabilirlik oranı testine göre en az bir eşbütünleşme ilişkisi bulunduğu anlaşılmaktadır. Buna göre, Johansen-Juselius eşbütünleşme testi sonuçları GDP ve RD değişkenleri arasında uzun dönemli bir ilişkinin olduğu söylenebilmektedir.

Johansen-Juselius eşbütünleşme testinde, eşbütünleşik vektörlerin sayısını bulabilmek amacıyla Trace ve Max-Eigen istatistiklerinden yararlanılmaktadır. Test sonucunda elde edilen istatistik değerleri kritik değerler ile karşılaştırıldığında değişkenlerin uzun dönemde eşbütünleşik olup olmadıkları tespit edilir. Testler, istatistiksel olarak eşbütünleşik vektörlerin anlamlı olduğu yönde bilgi veriyorsa seriler arasında uzun dönemli bir ilişki olduğu kabul edilmektedir.

İz ve Max-Eigen test istatistikleri baz alınırken koentegrasyon testine geçmeden önce VAR modeli için optimal gecikme uzunluğunun belirlenmesi gerekmektedir. Çalışmada ele alınan dönemin kısa olmasından dolayı maksimum gecikme uzunluğu Ratio (LR), Akaike (AIC), Final Prediction Error (FPE), Hannan Quinn (HQ) ve Schwarz (SC) kritik değerlerini minimum yapan gecikme uzunluğu bulunarak tespit edilmeye çalışılmıştır.

Tablo 2: VAR Modeli Gecikme Sonuçları

Lag	LogL	LR	FPE	AIC	SC	HQ
0	-3.381.797	NA	0.250905	1.564.453	1.588.783	1.573.476
1	-1.513.669	314.1851*	0.000269*	8.789406*	10.49250*	9.420994*
2	-1.166.606	4.890.438	0.000313	8.848.209	1.201.109	1.002.116

LR, FPE, AIC, SC ve HQ değerlerinin benzer bir şekilde 1 gecikme uzunluğunu esas aldığı görülmektedir.

Tespit edilen gecikme uzunluğuna bağlı olarak İz ve Max- Özdeğer istatistiklerine göre Johansen-Juselius koentegrasyon testi sonuçları da Tablo 3 ve 4'de yer almaktadır.

4.2.3 Johansen Eşbütünleşme Test Sonuçları

Max-Eigen istatistiğine göre de değişkenler arasında 2 adet eşbütünleşme vektörü bulunmuştur. Bu sonuçlar BS, KBG, KO, M2, R ve TUFE' nin uzun dönemde aynı yönde hareket ettiklerini göstermekte ve Türkiye'ye yönelik yapılan diğer çalışmaların sonuçları ile örtüşmektedir.

Tablo 3. İz İstatistiği

Boş Hipotez	Özdeğer	İz İstatistiği	Kritik değer	Olasılık
$r = 0$ *	0.868468	173.3449	95.75366	0.0000
$r \leq 1$ *	0.610566	86.11915	69.81889	0.0015
$r \leq 2$	0.440941	45.56757	47.85613	0.0808
$r \leq 3$	0.289017	20.56307	29.79707	0.3854
$r \leq 4$	0.124007	5.895473	15.49471	0.7078
$r \leq 5$	0.004695	0.202373	3.841466	0.6528

*İz istatistiği 0.05 düzeyinde 2 adet eşbütünleşme olduğunu göstermektedir.

Tablo 4. Tablo Max-Eigen İstatistiği

Boş Hipotez	Özdeğer	Max-Eigen İstatistiği	Kritik değer	Olasılık
$r = 0$ *	0.868468	87.22578	40.07757	0.0000
$r \leq 1$ *	0.610566	40.55158	33.87687	0.0069
$r \leq 2$	0.440941	25.00450	27.58434	0.1033
$r \leq 3$	0.289017	14.66759	21.13162	0.3129
$r \leq 4$	0.124007	5.693100	14.26460	0.6529
$r \leq 5$	0.004695	0.202373	3.841466	0.6528

*Max- Eigen istatistiği 0.05 düzeyinde 2 adet eşbütünleşme göstermektedir.

İz ve maksimum Özdeğer istatistiklerine bakıldığında, eşbütünleşme testi sonuçları, %5 anlamlılık düzeyindeki kritik değerlerden büyük çıktığı için eşbütünleşik vektör için boş hipotezler reddedilerek, değerşkenler arasında iki eşbütünleşme vektörü bulunduğu anlaşılmaktadır. Diğer bir ifadeyle Konut talebi ile KBG, KO,M2, R ve TUFİE değerşkenleri arasında uzun dönemli bir ilişki mevcuttur. Bu doğrultuda LOGBS' ye göre normalize edilmiş uzun dönem vektör Tablo 5.'de sunulmaktadır.

4.2.4 Konut Talebi İle Makro Değerşkenler Arasındaki Uzun Dönem İlişki

Tespit edilen uzun dönemli ilişkinin normalize edilmiş şekli aşağıdaki şekilde yazılabilir. Elde edilen katsayıların istatistiksel olarak anlamlı oldukları görülmektedir. Elde edilen uzun dönem ilişkisine göre, Türkiye'de Konut talebini ile; Kişi Başı Gelir, Kentleşme Hızı ve Faiz arasında pozitif yönde bir ilişki, diğer yandan M2 parasal büyüklüğü ve Fiyatları temsil eden TUFİE ile negatif bir ilişki bulunmaktadır. Buna göre Kişi Başı gelirdeki 1 birimlik değerşme aynı yönde konut talebini 3.58 birim etki ederken Kentleşme oranındaki bir birimlik değerşiklik, konut talebinde 1,1 birimlik değerşikliğe yol açmaktadır.

Tablo 5. Konut Talebi İle Makro Değişkenler Arasındaki Uzun Dönem İlişki Katsayıları

Değişken	Katsayılar	St. Hata	T-İstatistiği
LOGBS	1000000		
LOGKBG(-1)	-3.583902	(0.01944)	[-22.1905]
LOGKO(-1)	-1.106317	(0.68712)	[-1.61009]
LOGM2(-1)	0.760908	(0.62175)	[1.22382]
TMFO(-1)	-0.030058	(0.00567)	[-5.29739]
TUFE(-1)	0.041490	(0.00625)	[6.63639]
C	-0.795704		

$$\mathbf{LOGBS} = 0.795704 + 3.583902\mathbf{LOGKBG} + 1.106317\mathbf{LOGKO} - 0.760908\mathbf{LOGM2} + 0.030058\mathbf{R} - 0.041490\mathbf{TUFE}$$

(5)

4.2.5 Vektör Hata Düzeltme Modeli

Granger (1988)' a göre, değişkenlerin eşbütünleşik olduğu durumda bu değişkenler arasındaki kısa dönemli ilişki Vektör hata düzeltme modeli kullanılarak incelenebilmektedir. Bu amaçla kurulan kısıt modelde durağan olmayan değişkenlerin birinci farkları alınarak, uzun dönemli uyumlaşmayı yansıtan bir hata düzeltme terimi eklenmektedir. Elde edilen hata düzeltme parametresi bu durumda negatif ve istatistiksel açıdan anlamlı olmalıdır. Pozitif olarak bulunması kısa dönemdeki dengesizliklerin uzun dönemde düzelmediği anlaşılmaktadır. VEC modelinin bu çalışmaya göre düzenlenmiş hali aşağıdaki gibidir:

$$\Delta\mathbf{LOGBS}_t = \beta_0 + \beta_1\Delta\mathbf{LOGBS}_{t-1} + \beta_2\Delta\mathbf{LOGKBG}_{t-1} + \beta_3\Delta\mathbf{LOGKO}_{t-1} + \beta_4\Delta\mathbf{LOGM2}_{t-1} + \beta_5\Delta\mathbf{LOGR}_{t-1} + \beta_6\Delta\mathbf{LOGTUFE}_{t-1} + \beta_7\mathbf{EC}_{t-1} + \beta_8\mathbf{DUMMY} + e_t$$

(6)

Bu eşitlikte, \mathbf{EC}_{t-1} hata düzeltme terimini, \mathbf{DUMMY} kukla değişkenleri ve e_t hata terimini göstermektedir. Vektör hata düzeltme modeli tahmin sonuçları Tablo 6'da gösterilmiştir.

Tablo 6: Vektör Hata Düzeltme Modeli Tahmin Sonuçları

Değişken	Katsayı	St. Hata	t-İstatistik
EC_{t-1}	-0.121270	(0.05238)	[-2.31516]
$\Delta LOGBS_{t-1}$	-0.122317	(0.17462)	[-0.70048]
$\Delta LOGKBG_{t-1}$	-0.853150	(0.76136)	[-1.12056]
$\Delta LOGKO_{t-1}$	-0.117550	(0.12918)	[-0.90996]
$\Delta LOGM2_{t-1}$	0.237782	(0.26296)	[0.90426]
ΔR_{t-1}	0.001263	(0.00254)	[0.49772]
$\Delta TUFE_{t-1}$	0.001111	(0.00212)	[0.52406]
SABİT	0.083522	(0.03769)	[2.21603]
DUMMY	-0.075977	(0.08865)	[-0.85707]

Konut talebi için kurulan VECM modelinin hata terimleri ile ilgili varsayımların sınanmasında, değişen varyans için Breusch-Pagan-Godfrey değişen varyans testi, normallik için Jarque-Bera (J-B) normallik testi, serisel korelasyon için Breusch-Godfrey (B-G) LM korelasyon testi yapılmıştır. Çıkan sonuçlara göre boş hipotezler kabul edilmektedir. Buna göre kalıntılar normal dağılımlı, serisel korelasyon ve değişen varyans içermemektedir.

Vektör hata düzeltme Modeli sonuçlarına bakıldığında, hata düzeltme teriminin gecikmesi (EC_{t-1}) negatif ve %5 düzeyinde anlamlıdır. Gecikme terimi katsayısının -0.12 olarak bulunması, değişkenler arasında uzun dönemli bir ilişkiden bir sapma olduğunda % 12 oranında bir düzeltmenin yapıldığını göstermektedir. Diğer taraftan değişkenlerin bir gecikmeli değeri ekonomik büyüme üzerinde anlamlı bir etkiye sahip değilken, tahmin sonuçlarından, Türkiye’de yaşanan 1994, 1998, 2001 ve 2009 finansal krizlerini barındıran kukla değişkenin konut talebi üzerine etkilerinin negatif ve istatistiksel olarak anlamlı oldukları anlaşılmaktadır.

4.2.6 Granger nedensellik Testi

Engle-Granger iki aşamalı eş-bütünleşme testi, değişkenler arasında uzun dönemli bir ilişkinin varlığına işaret etmektedir. Ancak test sonucu, etkileşim yönü hakkında bilgi sunmamaktadır. Bu bağlamda, Granger Nedensellik testi kullanarak değişkenler arasındaki etkileşimin yönü tespit edilmeye çalışılmıştır (Ata & Yücel, 2003: 12)

Granger (1969), nedenselliği şöyle tanımlanmaktadır “Y’nin öngörüsü, X’in geçmiş değerleri kullanıldığında X’in geçmiş değerleri kullanılmadığı duruma göre daha başarılı ise X, Y’nin Granger nedenidir”. Bu tanımlamanın doğruluğu test edildikten sonra ilişki $X \rightarrow Y$ olarak ifade edilir. Bu test ile nedensellik çıkarsaması yapıldığı için değişkenler önceden durağan hale getirilmelidir (Granger, 1998: 554). Granger nedensellik testi sonuçları Tablo 7’deki gibi tahmin edilmiştir.

Buna göre sonuçlar incelendiğinde kısa dönem nedensellik ilişkisine göre, kişi başı milli gelirden konut talebine doğru, konut talebinden kentleşme hızına doğru ve M2 parasal büyüklüğünden konut talebine doğru tek yönlü nedensellik varken, M2 parasal büyüklüğü ile kişi başı gelir arasında çift taraflı nedensellik olduğu anlaşılmaktadır.

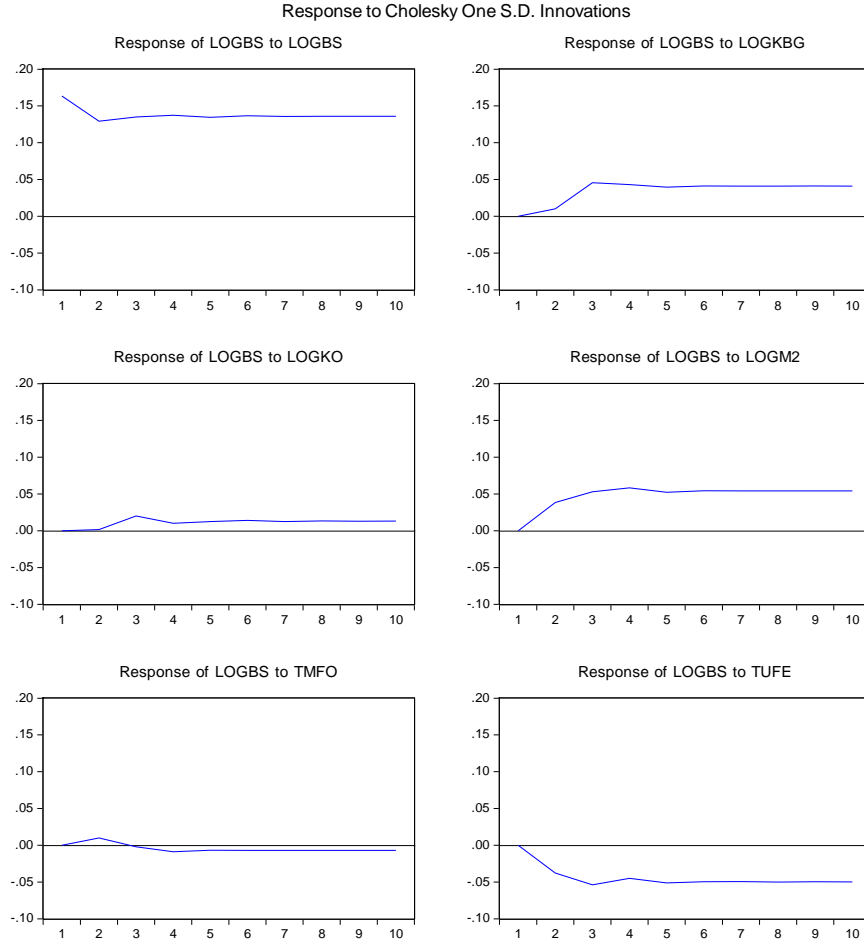
Tablo 7. Granger Nedensellik Testi

Değişkenler	Gözlem Sayısı	F-İstatistik	P olasılık	İlişki Yönü
LOGKBG - LOGBS	45	2.72196	0.0964	→
LOGBS - LOGKO	45	12.9001	0.0009	→
LOGM2 - LOGBS	45	4.99891	0.0307	→
TMFO - LOGBS	45	0.19499	0.6611	Yok
TUFE - LOGBS	45	1.67615	0.2025	Yok
LOGKO - LOGKBG	45	0.08973	0.7660	Yok
LOGM2 - LOGKBG	45	15.2848	0.0003	↔
TMFO - LOGKBG	45	0.14079	0.7094	Yok
TUFE - LOGKBG	45	1.03252	0.3154	Yok
LOGM2 - LOGKO	45	24.6125	1.E-05	Yok
TMFO - LOGKO	45	0.05841	0.8102	Yok
TUFE - LOGKO	45	0.00117	0.9729	Yok
TMFO - LOGM2	45	0.01801	0.8939	Yok
TUFE - LOGM2	45	0.00612	0.9380	Yok

4.2.7 Etki-Tepki Analizi

BS değişkeni; kısa dönemde KO, TUFİ, KBG ve M2 üzerindeki şoklara duyarlı görünmektedir. Hem kısa hem uzun dönemde bu dört, değişkene verilecek bir standart sapmalı şok karşısındaki tepkisi 3. dönemde en fazla değere ulaşmakta ve durağanlaşmamaktadır. Faiz değişkene verilen bir standart sapmalı şok karşısında ilk 2 yıl pozitif etki görülürken daha sonraki yıllarda bu etki negatif hale dönmektedir. Bundan dolayı faiz değişkeni için konut talebi açısından etkisinin ne yönde olduğunu söylemek kolay olmamaktadır.

Şekil 2. KBG, KO, M2, R ve TUFİ İle BS Arasındaki Etki-Tepki Analizi Sonuçları



4.2.8 Varyans Ayrıştırması

VAR modelinin hareketli ortalamalarından elde edilen varyans ayrıştırması, bağımlı ve bağımsız değişkenlerde meydana gelen şokların kaynaklarının yüzde oran olarak tespitinde kullanılmaktadır. Buna göre denklemdeki değişkenlerde meydana gelecek olan herhangi bir değişimin yüzde kaçının kendisinden, yüzde kaçının diğer değişkenlerden kaynaklandığını ifade eder. Eğer herhangi bir değişimde meydana gelen değişmelerin büyük kısmı kendisinde meydana gelen şoklardan kaynaklanıyorsa, bu değişkenin dışsal bir şekilde hareket ettiğini gösterir. Varyans ayrıştırması diğer değişkenler ile kendisi arasındaki nedensellik ilişkilerinin derecesi konusunda da bilgi vermektedir (Enders, 1995: 311) Varyans ayrıştırma tablosu incelendiğinde BS değişkeni kısa dönemde büyük ölçüde kendi şokları tarafından belirlenirken uzun dönemde kendisine ek olarak KBG, M2 ve TUFİE değişkenleri tarafından daha çok belirlenmektedir.

Tablo 7. LBS için Varyans Ayrıştırması

Bağımlı Değişken LOG(BS)							
	S.E.	LOGBS	LOGKBG	LOGKO	LOGM2		TUFİE
1	0.16	100	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
2	0.21	93.3	0.21	0.00	3.18	0.21	3.06
3	0.27	84.4	2.99	0.56	5.89	0.14	5.93
4	0.31	81.0	4.07	0.51	7.75	0.18	6.39
5	0.35	79.1	4.51	0.53	8.38	0.18	7.20
6	0.38	77.8	4.85	0.57	8.89	0.18	7.59
7	0.41	76.9	5.10	0.57	9.26	0.18	7.87
8	0.44	76.3	5.28	0.59	9.53	0.18	8.10
9	0.47	75.7	5.42	0.60	9.74	0.18	8.27
10	0.50	75.3	5.53	0.60	9.90	0.18	8.41

SONUÇ

Türkiye’de 1975-2015 yıllarını kapsayan dönemde, konut piyasasındaki etkileşimleri meydana getiren ve talep oluşumunda rol oynayan belirleyicileri tespit etmeye çalışan bu çalışmada; talep değişkeni olarak bina kullanım izin belgesi sayısı, literatürde talebi etkilediği düşünülen değişkenler olarak, M2

parasal büyüklüğü, demografik değişken olarak kentleşme oranı, gelir olarak kişi başı gelir, konut fiyatları ile ilgili derinlikli veri bulunmadığından onun yerine gösterge olarak TÜFE ve son olarak literatürde hem arz hem de talep değişkeni olarak kullanılan faiz değişkeni kullanılmıştır. Bu değişkenlerden beklenti yönünde olanlar; kişi başı gelir, kentleşme oranı ve TÜFE olarak elde edilmiştir. M2 ve Faiz değişkenleri ise literatürde çok farklı şekilde ele alındığından beklenti yönünde olup olmadığı hakkında yorum yapmak güç olmaktadır

Yapılan ekonometrik analiz sonuçlara göre katsayılar; Kişi başı milli gelir için 3.59, Kentleşme oranı için 1.10, M2 para arzı için -0.77, Faiz oranı için 0.03, Enflasyon için -0.04 olarak bulunmuştur. Bulunan değerlere göre, Konut talebi ile; kişi başı milli gelir, kentleşme oranı ve faiz oranı ile arasında pozitif bir ilişki olduğu görülmektedir. Ancak burada faiz oranının etkisi yok denecek kadar azdır. Diğer taraftan çalışmadan elde edilen sonuçlara göre konut talebi ile M2 para arzı ve enflasyon arasında negatif ilişki olduğu görülmektedir.

Buna göre çalışma benzer çalışmalarla kıyaslandığında, çalışmada faiz ile ilgili elde edilen bulgular, Painter & Redfearn (2002), Öztürk & Fitöz (2009) ve Lebe & Akbaş (2014)' in yaptıkları çalışmaların sonuçlarını desteklemektedir. Faiz değişkeni konut talebinin pozitif yönlü fakat zayıf bir etkileyeni olarak ortaya çıkmaktadır. Diğer taraftan konut talebi ile M2 arasında ise Badurlar (2008)' in yaptığı çalışmaya benzer bir sonuca ulaşılmaktadır. Buna göre para arzı konut talebini olumsuz etkilemektedir. Bu durum para arzı artışının fiyatlar genel düzeylerinde artışa neden olması ile açıklanabilmektedir. Sonuçta konut fiyatları arttığı için konut talebi olumsuz yönde etkilenmektedir. TÜFE de konut talebine aynı yönde etki yapmaktadır. Türkiye' de yaşanan 1994, 1998, 2001 ve 2009 finansal krizlerine ait kukla değişkenin katsayısı ise negatif çıkmaktadır. Bu durum, ekonomik krizin yaşandığı dönemlerinde oluşan olumsuz sonuçların konut talebini de olumsuz etkilendiğini göstermektedir.

Konut talebine ait kısa dönem denge analizinde ise KBG den konut talebine, konut talebinden kentleşme oranına ve M2 parasal büyüklüğünden konut talebine tek yönlü nedensellik varken, M2 ile KBG arasında ise çift yönlü nedensellik ilişkisi tespit edilmiştir. Son olarak yapılan varyans ayrıştırma analizi Konut talebinde uzun dönemde meydana gelen değişimlerin yaklaşık % 6 sının kişi başı gelirdeki değişimden, yaklaşık % 9 unun fiyat artışlarından ve yaklaşık %10'unun da M2 parasal büyüklükteki değişiklikler tarafından açıklanabildiğini göstermektedir.

KAYNAKÇA

- Abar, H., & Karaaslan, A. (2013), "Konut Talep Edenlerin Özellikleriyle Talep Edilen Konutun Özellikleri Arasındaki İlişkinin Çoklu Uyum Analizi Yöntemi İle İncelenmesi: Atatürk Üniversitesi Personeli Örneği", *Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, Cilt: 27, Sayı: 3, 323-339.
- Aktan, C. (1996), *Birleşmiş Milletler İnsan Yerleşimleri Konferansı Habitat II*, http://www.canaktan.org/hukuk/insan_haklari/yirminci-yuzyilda/insan_yerlesimleri_konferansi.htm, 15.12.2015.
- Ata, A. Y., & Yücel, F. (2003), "Eş Bütünleşme ve Nedensellik Testleri Altında İkiz Açıklar Hipotezi: Türkiye Uygulaması", *Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 102-103.
- Bekmez, S., & Özpolat, A. (2013), "Gelir Esnekliğini Ve Kentsel Dönüşüm Uygulamalarının Konut Talebine Etkisinin VECM Yöntemi İle Tahmin Edilmesi", *Akdeniz İ.İ.B.F. Dergisi* (27), 99-113.
- Bocutoğlu, E., & Ertürk, Z. (1992), "Supply and Demand Analysis in Housing Market: A Case Study in Turkey as a Developing Country", *Management Quality and Economics*, 203-210.
- Carliner, G. (1973), "Income Elasticity of Housing Demand", *The Review of Economics and Statistics*, Vol. 55, No. 4, 528-532.
- Dokko, J., Doyle, B. M., Kiley, M. T., Kim, J., Sherlund, S., Sim, J., et al. (2011), "Monetary policy and the global housing bubble", *Economic Policy*, 237-287.
- Duesenberry, J., & Kistin, H. (1953), *The Role of Demand in the Economic Structure*, New York: Oxford University Press.
- Durkaya, M. (2002), "Türkiye'de Konut Piyasasının Talep Yönlü Analizi", *Yayınlanmamış Doktora Tezi, Karadeniz Teknik Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü*, Trabzon.
- Durkaya, M., & Yamak, R. (2004), "Türkiye'de Konut Piyasasının Talep Yönlü Analizi", *İktisat, İşletme ve Finans Dergisi*, 75-87.
- Elder, W. H., & Zumpano, V. L. (1991), "Tenure Choice, Housing Demand and Residential Location." *The Journal of Real Estate Research* 6(3), 341-356.
- Enders, W. (1995), *Applied econometric time series*, New York: Wiley.
- Ermisch, J., Findlay, J., & Gibb, K. (1996), "The price Elasticity Of Housing Demand in Britain: Issues Of Sample Selection", *Journal of Housing Economics*, 5(1), 64-86.
- Fair, R., & Jaffee, D. M. (1972), "The Implications of the Proposals of the Hunt Commission for the Mortgage Housing Market: An Empirical Study", *n Conference Series, No. 8, Federal Reserve Bank of Boston*.
- Granger, C. (1998), "Causality, Cointegration and Control", *Journal of Economic Dynamics and Control*, 551-559.
- Gujarati, D. N. (2014), *Temel Ekonometri*, Akademi, Ankara.

- Güriş, S., Çağlayan, E., & Ün, T. (2011), “Estimating of Probability of Homeownership in Rural and Urban Areas: Logit, Probit and Gompit Model”, *European Journal of Social Sciences*, 21, 405-411.
- Halicioğlu, F. (2007), “The demand for new housing in Turkey: an application of ARDL model”, *Global Business and Economics Review* 9(1), 62–74.
- Hanushek, E. A., & Quigley, J. M. (1980), “What Is the Price Elasticity of Housing Demand?”, *Review of Economics and Statistics* 62(3), 449-454.
- Hausman, J. A., & David, A. W. (1980), “Discontinuous Budget Constraints and Estimation: The Demand for Housing”, *The Review of Economic Studies* Vol.47, No.1, 75–96.
- Hoffmann, M., & Kremer, P. (1986), “Zahlentafeln für den Baubetrieb”, B.G.Teubner, Stuttgart.
- Iacoviello, M. (2000), “House Prices and The Macroeconomy In Europe: Results From a Structural VAR Analysis”, *European Central Bank Working Paper Series*, 8.
- Karagöz, M., & Karagöz, K. (2010), “Yolsuzluk, Ekonomik Büyüme Ve Kamu Harcamaları: Türkiye İçin Ampirik Bir Analiz”, *Sayıştay Dergisi Sayı: 76*, 15-18.
- Karakurt Tosun, E. (2006), “Türkiye’de Konut İhtiyacı ve Konut Finansmanı”, *Paradoks Ekonomi, Sosyoloji ve Politika Dergisi, Sayı: 2*.
- Kargı, B. (2013), “Konut piyasası ve ekonomik büyüme ilişkisi: Türkiye üzerine zaman serileri analizi (2000-2012)”, *International Journal of Human Sciences*, 10(1), 897-924.
- Kartman, A. E. (1972), “*Southern Economic Journal*”, Vol.38, No 4, 525-530.
- Kunduracı, N. F. (2013), “Dünyada ve Türkiye’de Sosyal Konut Uygulamaları”, *Çağdaş Yerel Yönetimler*, Cilt 22, Sayı 3, 53-77.
- Kuttner, K. N. (2012), “Low Interest Rates and Housing Bubbles: Still No Smoking Gun”, in *The Role of Central Banks in Financial Stability: How Has It Changed?*, World Scientific, 159–185.
- Lebe, F., & Akbaş, Y. E. (2014), “Türkiye’ nin Konut Talebinin Analizi: 1970-2011”, *Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi, Cilt: 28, Sayı: 1*, 57-83.
- Lebe, F., & Yiğit, B. (2009), “Analysis of the Short and Long Run Housing Demand in Turkey”, *The 7th International Symposium of The Romanian Regional Science Association* (s. 12-13), Baia Mare, Romania.
- Lee, T. H. (1963), “Demand for Housing: A Cross-Section Analysis”, *The Review of Economics and Statistics* Vol. 45, No. 2, 190-196.
- Li, W., Liu, H., Yang, F., & Yao, R. (2015), “Housing over Time and over the Life Cycle: A Structural Estimation”, *forthcoming International Economic Review*, 677-726.
- Maisel, S. J., Burnham, J. B., & Austin, J. S. (1971), “The Demand for Housing: A Comment”, *The Review of Economics and Statistics*, Vol. 53, No. 4, 410-413.
- Öztürk, N. (2007), *Finansal Küreselleşme ve Küresel Sermaye Akımları; Küreselleşme Üzerine Notlar*, Nobel Yayınları, Ankara.

- Öztürk, N., & Fitöz, E. (2009), “Türkiye’de Konut Piyasasının Belirleyicileri: Ampirik Bir Uygulama”, *ZKÜ Sosyal Bilimler Dergisi* 5(10), 21-46.
- Painter, G., & Christian, L. R. (2002), “The Role of Interest Rates in Influencing Long-Run Homeownership Rates”, *Journal of Real Estate Finance and Economics*, 243-267.
- Rosen, H. S. (1979), “Housing Decisions and the U.S. Income Tax: An Econometric Analysis”, *Journal of Public Economics*, 1-23.
- Sevüktekin, M. (2014), *Ekonometrik Zaman Serileri Analizi EViews Uygulamalı*, Dora, Ankara.
- Sürmeli, M. (2003), “Türkiye’de 1990 Sonrası Uygulanan Konut Politikaları ve Sorunları, *Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi*, Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Konya.
- Tekeli, İ. (1999), *Kent Planlaması Konuşmaları*, TBMOB Mimarlar Odası.
- Tiwari, P., Parikh, K., & Parikh, J. (1999), “Effective Housing Demand in Mumbai (Bombay) Metropolitan Region Metropolitan Region”, *Urban Studies* 36 (10), 1783–1809.
- Winge, A. (1968), “Housing and Income”, *Western Economic Journal*, 226-232.
- Yi , J., & Zeng, Z. (2007), “Real Estate and Optimal Public Policy in a Credit-Constrained Economy”, *Journal of Housing Economics*, Vol. 16, No: 2, 143–166.

*Local Administrations and Social Media: During ODTÜ Protests Periods Ankara Metropolitan Municipality Mayor Example**

*Yerel Yönetimler ve Sosyal Medya: ODTÜ Protestoları
Sürecinde Ankara Büyükşehir Belediye Başkanı Örneği*

*Adnan SÖYLEMEZ***

ABSTRACT

The aforethought project was began by the Ankara Metropolitan Municipality to build a road between Anatolia Boulevard and the Konya Highway to help relieve traffic in the city. A group of students at Middle East Technical University (ODTÜ) in Ankara continued a protest against a construction project of the Ankara Metropolitan Municipality. The protesters at ODTÜ had been on guard duty to prevent the felling of trees on the campus for three days, saying they were not going to give up their protest until the municipality cancels its plan to build the highway. Local residents had criticized the municipality for building the road and claim that the project will be disruptive to the neighborhood. The Mayor of Ankara Metropolitan Municipality Melih Gökçek, argued that the new road will relieve the traffic on Eskişehir Road. Ankara The Mayor of Ankara Metropolitan Municipality, twitter social media platform was used as a continuously active during the event. In this study, while the mayor's events twitter use local services, and local citizen-state relations discussed in terms of the concept of democracy.

KEYWORDS

Local Government, Social Media, The Mayor of Ankara Metropolitan Municipality, ODTÜ Protests

Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu Dergisi Yıl:2016 Cilt:19 Sayı:1 ss.211-219 **Makale Gönderim Tarihi:** 24/03/2016 - **Kabul Tarihi:** 12/04/2016

* Bu çalışma, 2014 WEI International Academic Conference isimli uluslararası konferansta sunulan bildirinin gözden geçirilmiş ve genişletilmiş halidir.

** Öğr. Gör., Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Meslek Yüksek Okulu., soylemez@selcuk.edu.tr

ÖZ

Anadolu Bulvarı ile Konya yolu arasında şehir trafiğini rahatlatmak amacıyla bir yol inşasını öngören proje Ankara Büyükşehir Belediyesi tarafından başlatıldı. Ankara'daki Ortadoğu Teknik Üniversitesi'nden (ODTÜ) bir grup öğrenci, Ankara Büyükşehir Belediyesinin bu yapım projesine karşı protestolarına devam ettiler. ODTÜ'deki protestocular, Büyükşehir Belediyesi yol yapım projesini iptal edinceye kadar protestolarından vazgeçmeyeceklerini söyleyerek kampüsteki ağaçların kesilmesini önlemek üzere üç gün nöbet tuttular. Yerel halk, yol inşaatı nedeniyle belediyeyi eleştirerek projenin çevreye zararlı olduğunu iddia ettiler. Ankara Büyükşehir Belediye Başkanı Melih Gökçek ise, yeni yolun Eskişehir yolundaki trafiği rahatlatacağını savunmaktaydı. Olay süresince sosyal medya platformu twitter, Ankara Büyükşehir Belediye Başkanı tarafından sürekli olarak aktif bir şekilde kullanıldı. Bu çalışmada belediye başkanının twitter kullanımı ve yerel halkla ilişkileri demokrasi kavramı altında ele alınmaktadır.

ANAHTAR KELİMELER

Yerel Yönetimler, Sosyal Medya, Ankara Büyükşehir Belediye Başkanı, ODTÜ Protestoları

INTRODUCTION

Rapid modifications to the applicable nature of media have become a reality within last decade. Especially the shifting of internet technology to a media environment and intense use of it in mass communication incited this situation. The disciplines that mainly based on communication naturally noticed the rapid developments in this sector. On the other hand, the criticisms relating to the essence of communication at the beginning have been directed to the application of them nowadays due to the rapid increase in various usage techniques in the area.

The message bombardment due to new communication technologies is at the highest level nowadays and both institutions and people are getting desensitized to some activities either being aware of those developments or not. This desensitization brings different behaviors and directs people to new searches and to new communication media. Today internet is the main supporter of modern communication applications. The internet usage began in 1970's and increased rapidly after 1990. Web sites and portals become popular and the user number increased rapidly and come to a point in 2000's where every people has an interest in communication technologies since they become very effective (Vural&Bat 2010:3349).

Information technologies based on internet namely social media, or media has undertaken many tasks of conventional mass communication media (Akçay, 2011:138).

The usage of social media in social events unbelievably increased lately. İstanbul Gezi Park events that started when the local administration had planned to construct a hotel/shopping center in the park area has caused to many social events for all projects that are being planned without taking into account the views of people who live there. The Road Project of Ankara Metropolitan Municipality in Middle East Technical University area that had been planned and approved many years ago also caused to protests of the students of this university. During this period, both the students and the metropolitan municipality mayor of Ankara used twitter effectively. This way of social media usage was mainly based on attracting and collecting as many supporters as it would be rather than providing information about developments of the project. The twitter usage and statements of Mayor Melih Gökçek during August 15th, 2013 and September 15th, 2013 has been studied in this review.

1. SOCIAL MEDIA

Web 2.0 is a concept that brings people together, that brings a new dimension to the standard web design, that has more dynamic properties, that is 100% user-oriented, and that can change internet perception completely (Mestçi, 2009: 589).

An individual may design the content of social media applications and forms a continuous interaction with other people via those applications. In a word, this is a way of communication mainly based on sharing, interaction, and debating without any limitation within time and place (Erkul, 2009: 3).

Social media is an ideal medium since it may be steadily updated, open to multi usage, and provides virtual sharing possibilities. People may express their views, debate on them, and may explain their new ideas via social media. Moreover, they may share their personal data, various photos, videos, and search and find jobs, and live real world through virtual world without worrying. This situation attracts all attentions to this area and draws a conceptual framework to this virtual world (Vural & Bat 2010: 3349).

The main difference of sites that are designed within web 2.0 concepts is that each of them is a social medium and they address their users in user oriented and dressier design and they are high in quality of their service, and there is no limitation for them in Project development (Mestçi, 2009: 589).

2. GOVERNMENTS AND SOCIAL MEDIA

Social Media subject generally entered into our agenda via individual usages and its significant examples can be aligned as follows: time to time our President contacts to folk directly through using twitter; Active ad efficient organizational twitter using of Istanbul Governor (Avşarbey, 2013: 54).

Resolution of public institution whether to make social media communication or not is very important. Especially some serious institutions like military forces, ministries cannot do something. In fact, the followings are valid for all firms and state institutions mustn't do the following (Eyidilli, 2012: shiftdelete.net):

- 1.The institution should compose a **social media guide** in its organization structure.

2.All employees must be made concern with existing of institution in social media and they should be applied an organizational training that will be given by concern specialist.

3.Strategy must be composed by not only a person but also a team. The designers within design period must get obtain specialist support to compose content.

4. The feedbacks for public institutions are valuable and important as it is at least in private sector. Reporting must be done well in this period and it must be commented by specialist.

5.Security measurements must be kept at highest level, especially data security of followers and employees must be provided their trust must be obtained.

6.The institution must accept its existence in social media and it must reflect all of its announcements, reminds to also social media channels.

3. SOCIAL MOVEMENTS

The term “new” added to the beginning of today’s social movements indicates a comparison to the previous social movements rather than indicating a definite and a sharp difference between the movements of today and past. The definitions made with reference to the past offers the possibility of understanding the change during continuity. The social movements neither suddenly appears nor they have fixed patterns. If the change rapidly occurs, adding the attribution of “new” to the definitions of those social movements makes them analytically more understandable. However, the definitions indicating a definite break with the past may last to the missing or wrong results since the engagement with the past is broken. But the “new” is actually the result of past or built onto the past event. In this stage, trying to understand the “new” without breaking the links with the past assures getting better results (Tatar, 2013: 11).

The social movements with reference to the social upheavals that take place in all ages of modern times have been being conducted by the human groups who are trying to reach to the common targets in the context of preserving current order of society or due to all dissatisfactions for that society. Those movements sometimes arise as a bureaucratic organizational pattern with reference to the political perspective and sometimes used to define the

organizations that have been formed with illegal purposes (Çopuroğlu&Çetin, 2010: 69).

The movements that comprise the vital elements of life can only sustain as far as they keep the relations powerful with the daily life and with the demands of grassroots. Hence, this rapid cycle will be fed by the new movements that are formed by public demonstrations and social streams but not by the organizational policy makers. The Networks formed by rapidly streaming data and changing agenda will survive with the articulations that they will create. Therefore, the movement will reinforce its own founders by creating more fields for them to struggle and if those founders make more contacts with the other social subjects then they will be more powerful. This strength shall not be a constant construct but shall be created a loop that can reform itself in accordance with the changing events. The future of the social movements will be formed by a flexible structure that is not limiting the participation, that is assuring the stream of knowledge and experience, and that provides speech and acts are acting coordinative (Yıldırım, 2012: 234-235).

When the movements in ODTÜ are evaluated in a broader sense, they can be thought as the result or reflection of a wider social conflict. The different views that have aroused due to prominent social movements in the latest decade cannot stand each other in Turkey and they result in more disruptive social movements.

4. ODTU EVENTS

After initiated actions against to roadway that was planned to build through ODTÜ-100. Yıl-Çiğdem Region by Ankara Metropolitan Municipality, protest shows were arranged in Istanbul, Ankara, Izmir and Eskişehir up to late hours at night. The Gezi Park that was closed against to those actions was opened again at 02.00 a.m.

The group wanted to prevent building road passing through ODTU field because of excavation of trees and their action at 100.Yıl entrance of the university is still continuing. Last night, support from Kadıköy arrived to actions at ODTU. Upon callings over social media, nearly 500 people came together in front of Bull Monument at Altıyol at 21:30 p.m.

The group carrying banners "Stand ODTÜ Kadıköy is with you" performed a walking activity over street Bahariye to Kadıköy Bazaar. The group saying slogans like "ODTÜ stand" "This is only beginning, continue to

struggle" "Everywhere Taksim, everywhere standing" returned to Altıyol again and performed sit-in act.

The road from Altıyol to Kadıköy Portside was closed to traffic. Bus passengers got off at Altıyol and continued their travel through walking. After action continuing nearly 3 hours, the group was dispersed without any case.

The ODTÜ action protesters in Istanbul Kadıköy began to travel to Gezi Park then Police closed entrance and exits of the park. Waiting of police teams at the entrance of Taksim Square and Gezi Park with TOMA and Scorpions at Square and streets ended nearly 02.00 a.m.

Upon callings over social media, the police closed Taksim Square and Gezi Park was at night hours against to protest and actions that were begun against to Ankara Metropolitan Municipality's building road passing through Middle East Technical University (ODTÜ) 100. Yıl-Çiğdem region. The Police located at entrance of Gezi Park and Taksim Square ended waiting together with TOMA and Scorpions at Boulevard and streets at nearly 02.00 a.m.

4. ANKARA MAYOR'S USING TWITTER

We can say that Ankara Mayor, Melih Gökçek is one of the users, who use social media networks efficiently, even the most efficient name among local administrators. The Mayor who is traced by more than one and half million followers either increased his number of followers upon ODTÜ cases during and after Gezi Park or he was exactly at the focus of all discussions implemented over social media.

While he was using the social media, it was seen that he was not only informing like other local administrators or politicians but also he composed ambient where he could interact mutually and also he had been adopting previously actualized project and hadn't withhold his support to them.

Melih Gökçek continued his leadership at Gezi Parkı event occurred in Istanbul, out of his service area and he was even out front of governor and mayor of mentioned province.

He shared so many twits such social and communal events were being supported by certainly different countries about since beginning from the first day of events and in the period leading to ODTÜ cases.

Beside students and academicians from ODTÜ, many residents living in mentioned region objected to build road over a field that can be assessed as

forest; on the other hand Ankara Metropolitan Municipality emphasized that the plans about this road had been approved nearly 30 years ago and this plan had been also approved by previous ODTÜ management.

CONCLUSION

The use of social media by the local authorities seems to have gone beyond the purpose of just submitting or informing their services. As it can be observed in ODTÜ events, a mayor just wants to execute a decision that had been taken years before instead of getting approval of the public by a plebiscite. As a result, this caused to a social movement in the eyes of local residents.

Social tension is increasingly going on due to this agitating and sharpening language, and with the wrong policy used in social media. Such a social movement does not remain in local level but getting broader to the national scale and has reflections in various social levels.

In case the local governors use more gentle language in social media rather than using the language of national politicians then this will help the discriminative policy to evolve into a peacemaking policy through peaceful language.

REFERENCES

- AKÇAY, Habibe (2011), “Kullanımlar ve Doyumlar Yaklaşımı Bağlamında Sosyal Medya Kullanımı: Gümüşhane Üniversitesi Üzerine Bir Araştırma”, *İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi*, Sayı: 33, ss. 137-161.
- Avşarbey, Aslan (2013), “İrlanda Silahlı Kuvvetlerinde Sosyal Medya Kullanımı”, *İdarecinin Sesi*, Mayıs - Haziran, s-54-55.
- Çopuroğlu, Y. Cemalettin; Çetin Beyzade Nadir (2010), “Yeni Sosyal Hareketler Paradigması Bağlamında Türkiye’deki Küreselleşme Karşıtı Grupların Birbirleriyle ve Dünyadaki Karşıtırlarla Karşılaştırılması”, *Sosyoloji Araştırmaları Dergisi* Cilt: 13 Sayı: 1, s.67-100.
- Erkul, R. Erdem (2009), “Sosyal Medya Araçlarının (Web 2.0) Kamu Hizmetleri ve Uygulamalarında Kullanılabilirliği”, *Türkiye Bilişim Derneği*, Sayı 116, 96-101.
- Eyidilli, Sami (2012), “Hükümet 2.0: Kamu ve Sosyal Medya”, *ShiftDelete.net*, <http://shiftdelete.net/hukumet-2.0-kamu-ve-sosyal-medya-38924.html>, 04.04.2014.
- Mestçi, Aytaç (2009), “Web 2.0 Teknolojisi & İnteraktif Pazarlama ve Reklam Modelleri”, *Akademik Bilişim’09 - XI. Akademik Bilişim Konferansı Bildirileri*, 11-13 Şubat, Harran Üniversitesi, Şanlıurfa, ss.589- 596.

- Tatar, Taner (2013), “Yeni Toplumsal Hareketler ve Küresel Projeler”, *Ortaoğu Analiz*, Cilt:5, Sayı:57, s.10-19.
- Vural, Z. Beril Akıncı; Bat, Mikail (2010), “Yeni Bir İletişim Ortamı Olarak Sosyal Medya: Ege Üniversitesi İletişim Fakültesine Yönelik Bir Araştırma”, *Journal of Yasar University*, 20(5) 3348-3382.
- Yıldırım, Yavuz (2012), “Yeni Toplumsal Hareketlerin Siyasal Olanı Belirlemedeki Rolü: Avrupa Sosyal Forumu ve Hareketlerin Avrupasını Kurmak”, *Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Siyaset Bilimi Ve Kamu Yönetimi (Siyaset Bilimi) Ana Bilim Dalı Yayımlanmamış Doktora Tezi*, Ankara.

Hegemonik Erkeklığın İnşasında Duvar Yazıları

Construction of Hegemonic Masculinity Through Graffiti

Huriye İrem KALAYCI KIRLIOĞLU*
Mehmet KIRLIOĞLU**
Doğa BAŞER***

ÖZ

Bu çalışmanın amacı duvar yazılarının genelde toplumsal cinsiyet özelde ise hegemonik erkeklığın inşası bağlamında okunmasıdır. Literatürde duvar yazılarının toplumsal cinsiyet, tabu ve kimlik inşası ekseninde bir ifade etme biçimi olduğu vurgulanmaktadır. Bu nedenle duvar yazılarının genelde toplumsal cinsiyet özelde ise hegemonik erkeklik bağlamında ele alınabilir. Toplumsal cinsiyet kavramı cinsiyetin sosyo-kültürel bir inşa sürecinin ürünü olduğuna gönderme yaparken hegemonik erkeklik ise erillik ile iktidar kavramları arasında bağlantıyı kritik eder. Çalışmada nitel araştırma tekniklerinden yararlanılmıştır, Konya Selçuklu Bosna Hersek Mahallesi sınırları çerçevesinde yer alan tüm sokaklar 1-20 Mayıs 2015 tarihleri arasında gezilerek duvar yazısı bulunan duvarlar fotoğraflanmıştır. Fotoğraflar kelimesi kelimesine kelime işlem programına aktarılarak 579 ifadeye ulaşılmış ve söz konusu ifadeler temalar halinde başlıklandırılmıştır. Çalışma kapsamında futbol, küfür, ırkçılık, aşk ifadesi ve isim yazımı temaları betimsel olarak sunulmuştur. Sonuç bölümünde elde edilen temalar toplumsal cinsiyet ve hegemonik erkeklik açısından tartışılmış ve toplumsal cinsiyet ve duvar yazılarına ilişkin çalışmaların artırılması gerektiği vurgulanmıştır.

ANAHTAR KELİMELEER

Duvar Yazıları, Cinsiyet, Toplumsal Cinsiyet, Hegemonik Erkeklik

Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu Dergisi Yıl:2016 Cilt:19 Sayı:1 ss.221-238 **Makale Gönderim Tarihi: 07/01/2016 - Kabul Tarihi: 18/04/2016**

- * Arş. Gör., Selçuk Üniversitesi, Sağlık Bilimleri Fakültesi, Sosyal Hizmet Bölümü, hurirkal@gmail.com
** Arş. Gör., Selçuk Üniversitesi, Sağlık Bilimleri Fakültesi, Sosyal Hizmet Bölümü, kirlioglumehmet@gmail.com
*** Arş. Gör., Selçuk Üniversitesi, Sağlık Bilimleri Fakültesi, Sosyal Hizmet Bölümü, basedoga@gmail.com

ABSTRACT

The goal of this study is to read graffiti in the context of generally gender and specifically construction of hegemonic masculinity. It is emphasized that graffiti is a way of expression about gender, taboo and identity construction. Therefore, graffiti can be addressed in the context of generally gender and specifically construction of hegemonic masculinity. While the concept of gender refer to sex that is the production of socio-cultural construction process, hegemonic masculinity criticizes the connection between masculinity and power concepts. Qualitative research technique was used in the study. Photos of graffiti were taken by walking all of street of Konya Selçuklu Bosna Hersek district between 1-20 May 2015 dates. The photos were transferred into word processing program as verbatim, 579 expressions were reached and those expressions were titled as themes. In scope of the study, football, swearing, racism, love expression and name writing themes had been presented descriptively. In the conclusion section, themes had been discussed in the sense of gender and hegemonic masculinity perspective and emphasized on necessity to increase study related to gender and hegemonic masculinity.

•

KEYWORDS

Graffiti, Sex, Gender, Hegemonic Masculinity.

GİRİŞ

Literatürde duvar yazılarının (graffiti) bir ucunda suç ve tahripçilik (vandalizm), diğer ucunda ise sanat olduğuna ilişkin tartışmalar olmasına rağmen (Rodriguez ve Clair, 1999; Öğülmüş, 2000; Halsey ve Young, 2006; Burcu vd., 2007; Carrington, 2009; Varshavsky, 2009; McAlluife ve Iverson, 2011; Moreau ve Alderman, 2011; Doğan ve Demirer, 2012) duvar yazılarının, gençlerin bilişsel ve sosyal gelişimi, sosyalizasyonu, sosyal etkileşimi, otorite ile ilişkileri, değerlerin ve kültürel anlayışların öğrenilmesi hakkında bilgi sağladığı vurgulanmaktadır (Lucca ve Pachecco, 2001: 473). Hatta daha ileri giderek Taylor (2010) duvara yazı yazma eyleminin yaygınlaşmasının eğitimsel ve kriminolojik bir konu olduğunun altını çizmektedir. Benzer olarak Price (2006: 16) da duvar yazısı yazma nedenlerinin bireysel, ilginç ve karmaşık olduğunu ifade etmekte ve ileri klinik araştırmaları önermektedir.

Duvar yazılarının varlığı sıradan bir olgu olarak kabul edilmesine rağmen (Pennebaker ve Sanders, 1976) duvar yazılarının bireylerin yorumladıkları ve etkileşime girdikleri belirli bağlamlar boyunca yaratıp şekillendirdikleri bir gerçekliği temsil ettiği belirtilmektedir (Rodriguez ve Clair, 1999: 12). Carrington (2009: 412) ise duvar yazılarının daha geniş bir anlam aralığına sahip olduğunu ifade etmektedir. Çünkü duvar yazılarının temelinde ortamda işaret bırakmak suretiyle diğerleriyle kurulmak istenen sembolik bir iletişim aktivitesi yer almaktadır (Lucca ve Pachecco, 2001: 467). McAlluife ve Iverson (2011: 129)'a göre ise duvar yazıları, sosyal, kültürel ve siyasi karmaşık süreçlerin inşasına dikkat çeken mekânsal bir uygulamadır.

Literatürde duvar yazılarının birçok konu ile ilgili olabileceği belirtilmektedir. Örneğin, Lucca ve Pachecco (2001) duvar yazılarının öz kimlik, kişilerarası ilişkiler, kültürel anlayış, cinsellik ile ilgili kaygılar ve dini ve siyasi inançlar ile ilişkili olabileceğini ifade etmektedir. Duvar yazılarının bir taraftan gençliğin alt kültürünü oluşturduğu, baskın yapı ve beklentilere yönelik davranışlar, amaçlar ve stratejiler belirlediği; diğer yandan ise belirli davranış kalıplarına ve değerlere karşı saldırgan bir tutumu ifade ettiği vurgulanmaktadır (Avramidis ve Drakopoulou, 2012: 338). Diğer bir ifade ile duvar yazılarının psiko-sosyal ihtiyaçlarla ilgili olduğu söylenebilir (Şad ve Kutlu, 2009: 52).

Literatürde duvar yazılarının (yazarların) yüksek bir oranda nüfusun belirli bölümlerine karşı girişimde bulunmak için ellerinde güç olan otorite figürlerine karşı yöneldiğini ifade edilmektedir (Pennebaker ve Sanders, 1976;

Kalerante ve Mormon, 2005; Halsey ve Young, 2006; Moreau ve Alderman, 2011). Duvar yazıları cesareti kanıtlama, otoriteyi aşağılama yolu olduğu için gençlerin ilgisini çekebilmektedir (Lachmann, 1988: 236). Ayrıca Öğülmüş (2000: 81) gençlerin adaleti kendilerince, hiç değilse psikolojik düzeyde yeniden sağlamak için de duvar yazılarına yönelebileceğini ifade etmektedir. Örneğin; üniversite tuvaletlerinde yapılan bir araştırmada üniversite tuvaletlerinde görünen övücü olmayan sayısız duvar yazısının muhafazakâr üniversite yöneticilerine yöneldiği bulunmuştur (Pennebaker ve Sanders, 1976). Rodriguez ve Clair (1999: 13) araştırmasında duvar yazılarının (özellikle araştırmadaki lezbiyenlikle ilişkili duvar yazılarının) güç ve egemenlik ilişkilerine direnen yapısının altını çizmektedir. Duvar yazıları hangi iktidar ilişkilerinin ve hangi konuların itiraz edildiğini ortaya çıkarmaktadır. Dışavurumcu duvar yazıları olarak adlandırdığımız şey, hiç bir biçimde doğrudan egemen toplumun değer sisteminin bir yansıması olmayabileceği gibi duvar yazıları sıradan toplumsal yaşam seyrinde yasaklanan, kısıtlanan, tabulaştırılan bir içeriğin bir tezahürü olabilir. Örneğin, banyo duvarlarındaki dışavurumcu duvar yazıları daha çok halka açık yerlerde baskı altında tutulan değerleri ifade eder (Gonos vd., 1976: 42-47) (Gay özgürlüğü gibi duvar yazısı yazarların gündelik sosyal çevresinde hala kabul edilemez söylemler). Bu nedenle duvar yazılarının alternatif bir kültürel ifade biçimi (Carrington, 2009; Moreau ve Alderman, 2011) ve “ötekilerin” ifadesi olmasından (Kalerante ve Mormon, 2005: 131; Halsey ve Young, 2006: 298; Carrington, 2009: 422) dolayı duvar yazılarını yasaklama eğilimlerinde hâkim ideolojik veya politik yapının etkin rol oynadığı vurgulanmaktadır.

Duvar yazılarının bir topluluğun toplumsal tutumlarının doğru bir göstergesi olabileceğini göstermesi nedeniyle kilit rolde olduğunun altı çizilmektedir (Stocker vd.,1972: 364). Bu nedenle duvar yazılarının ırk, toplumsal cinsiyet ve cinsel yönelim açısından kimlik inşasına yer verdiği belirtilmekte ve bireylerin cinsellik, ırk ve cinsel yönelim gibi yasaklanan konularda konuşmaya ve başkalarının direnç ve baskılarına izin vermesi ile güçlü bir rol oynadığı ifade edilmektedir (Rodriguez ve Clair, 1999: 13). Başka bir açıdan değerlendirildiğinde duvar yazılarının, toplumsal cinsiyet ve dil ilişkisine benzersiz bir pencere sunduğu belirtilmektedir (Green, 2012). Örneğin, Green (2012: 282) duvar yazılarının toplumsal cinsiyetin göze çarptığı bağlamlardan birisi olduğunu vurgulamaktadır. Benzer bir şekilde Cassar (2007: 180) da kadın ve erkek tuvaletlerinin seksüel kültürün üretildiği, kadınsı ve erkeksi yaşam alanları olarak düşünülmesi gerektiğinin altını çizmektedir. Green (2012: 290) üniversite kütüphanesi tuvaletlerinde yapmış olduğu

çalışmasında; kadınların erkeklerden daha fazla beden görüntüsü tartıştığını, kadın ve erkeklerin odak noktalarının farklı olduğunu, kadınların boylarını ve ağırlıklarını listelerken, erkeklerin penis uzunluklarını listelediğini belirtmektedir. Özellikle bu noktada duvar yazısı yazma eyleminin adölesan erkeklerin yaşamlarında rol oynayan ve spreyin tatmin edici fanteziler (masturbasyon) ile ilişkili olarak penisi simgeleyen bilinçaltı işlevine vurgu yapıldığı bu nedenle de duvar yazısı yazma eyleminin erkek eylemi ile özdeşleştirildiği belirtilmektedir (Price, 2006: 6).

Bunun dışında kullanılan dil bakımından da farklılıklar olduğu ifade edilmektedir. Örneğin, erkeklerin duvar yazısı dünyası içerisinde kullandıkları dilin daha militaristik temaya sahip olduğu (Price, 2006: 8), erkeklerin negatif bir cümle için daha fazla küfürlü kelimeler seçtiği, kadınların daha küfürsüz kelimeleri tercih ettiği (Cassar, 2007), kadınların yazdıklarının daha pozitif, erkeklerin yazdıklarının daha negatif bir tavır temsil ettiği vurgulanmaktadır (Green, 2012). Ayrıca duvar yazılarında kadınların kullandığı dilin toplumsal olarak daha kabul edilebilir olduğu söylenmektedir (Arluke vd, 1987: 5). Tannen (1990) ise duvar yazılarının kadının ve erkeğin sohbet alanlarından biri olduğunu; ancak bunu herkesin fark edemeyeceğini belirtmektedir. Örneğin, Green (2012: 290)'in çalışmasında kadınlar cinsel ilişki/sevgililik hakkında tavsiye isterken ve tavsiye verirken, erkekler doğrudan cinsel ilişki talep edici ifadelerde bulunmaktadır. Aynı şekilde Cassar (2007: 181)'in çalışmasında da okullardaki tuvaletlerde yazılan anonim duvar yazılarının kadın ergenlerin kendilerini ifade ettiği, şüphelerini, kaygılarını ve kafa karışıklarını seslendirdikleri bir ortama işaret ettiğini belirtilmektedir.

Özetlemek gerekirse, duvar yazılarında kullanılan dil ve ifadelerin normatif sınırların ötesine geçme eğilimi bulunması, duvar yazılarının baskı ve direnç süreçlerine odaklanması (Rodriguez ve Clair, 1999: 10; Lynn ve Susan, 2005: 40), bireylerin kendilerini ifade etmesi amacıyla kullanabilmesi (Kan, 2001: 19-20) ve duvar yazısının erkek eylemi olarak konumlandırılmasından dolayı duvar yazılarının genelde toplumsal cinsiyet özelde ise hegemonik erkeklik bağlamında ele alınabileceği düşünülmektedir.

Toplumsal Cinsiyet ve Hegemonik Erkeklik

Toplumsal cinsiyet olgusu biyolojik olarak erkek ya da kadın olmaktan öte psikolojik olarak erkeklik ve kadınlık idealinin kültürel boyutta toplumsal olarak oluşturulması olarak tanımlanmaktadır (İmançer, 2006: 1; Yavuz, 2014: 111). Başka bir söylemle, kadınsılığın ve erkeksiliğin, toplumsal ve kültürel

açıdan inşa edilen bir kurgu olduğu belirtilmektedir (Bayhan, 2013: 149). Butler (2009: 75) ise toplumsal cinsiyeti, eril ve dişil kavramların üretildiği ve doğallaştırıldığı mekanizma olarak ifade etmektedir. Örneğin toplumsal hayattaki giyinme seçeneklerinin heteroseksüel normatiflikten türediği vurgulanmaktadır (Young, 2009: 54). Böylece kadın ve erkek olma biçimlerinin, toplumsallaşma süreci içerisinde öğrenildiği ve içselleştirildiği, aksi durumda bireyin ötekileşme ve marjinalleşme korkusu ile karşı karşıya kalabileceği belirtilmektedir (Akca ve Ergül, 2014: 14).

Literatürde toplumsal cinsiyete benzer bir şekilde hegemonik erkeklik kavramının da toplumsal bir kurgu olduğu ve pratiklerle bu idealin sürdürüldüğünün altı çizilmektedir (Koca vd., 2003; Levant ve Richmond, 2007; Kepekçi, 2012; Bozok, 2013). Hegemonik erkeklik “*iktidarı elinde tutan erkeklerin sahip olduğu erkeklik imajına*” işaret etmektedir (Türk, 2008: 4). Kavram ile, ataerkil sistemde oluşturulan erkeklik biçiminin kadınlar ve diğer erkeklikler üzerinde hegemonya kurması anlatılmaktadır (Akca ve Ergül, 2014: 13). Hegemonik erkeklik hem toplumsal cinsiyet eşitsizlikleri çerçevesinde üretilen temel mekanizmalardan biri hem de sınıf, etnisite, din gibi çelişkiler temelinde şekillenen toplumsal iktidar ilişkilerinin eklemlendiği popüler bir inşadır (Yüksel, 2013: 15). Diğer bir ifade ile, hegemonik erkekliğin bir cinsiyetten çok çeşitli ritüeller gerçekleştirilerek, acılar, zorluklar aşılacak ve ataerkil yeniden üretim organlarıncı gözetlenerek ve biçimlendirilerek onaylanan, hep korunması, yeniden onaylanması gereken bir kimliklenme süreci olduğu belirtilmektedir (Oktan, 2008: 155). Bu kavram ile, belli bir grubun, diğer gruplar üzerinde ikna ve diğer araçlar aracılığı ile rızaya dayalı sosyal gücünü sürdürdüğü anlatılmaktadır (Yavuz, 2014: 112). Bu yüzden hegemonik erkekliğin aslında çok küçük bir kısım erkek tarafından elde tutulduğu belirtilmektedir (Kepekçi, 2012: 77). Ancak hegemonik erkeklik için iktidarın merkezindeki yönetici ve uygulayıcılarından biri olmak gerekmemekte, iktidarın merkezinden uzakta da olursa bu fikri taşımak veya fikre tâbi olmuş olmak yeterlidir (Türk, 2008: 4). Yüksel (2013: 16) erkekliğin hegemonik formunun kadınlar ve öteki erkekliklerle hiyerarşi içeren ilişki biçimleri ile var olduğunu, hegemonik erkekliğin yalnızca bireysel performanslarla değil aynı zamanda çeşitli kurumlar ya da erkek grupları tarafından da canlandırılabilceğini ve erkekliklerin toplumsal cinsiyet etkileşimlerinde aktif bir biçimde üretildiğini belirtmektedir.

Hegemonik erkeklik, “*erkek olmanın anlamı nedir?*” ve “*bir erkek nasıl olmalıdır?*” sorularının cevapları ile ilişkili bir kavramdır (Türk, 2008: 4).

Bunun yanında tek bir erkeklik biçiminden bahsedilemeyeceği, evrensel bir erkeklik tanımının yapılamayacağı, hegemonik erkekliğin topluma, zamana ve mekana göre değişen bir kurgu oluşu belirtilmektedir (Kepekçi, 2012: 71; Yüksel, 2013: 16; Akca ve Ergül, 2014: 15; Yavuz, 2014: 111). Örneğin yapılan çalışmalarda Türk sinemasında kimi zaman farklı kimi zaman benzer birden çok hegemonik erkekliklerin temsil edildiği belirtilmiştir (Uluyağcı, 2001; Ulusay, 2004; Arslan, 2005; Oktan, 2008). Kepekçi (2012: 79-80) ana akım medyada gösterilen erkeklik tiplerinin hegemonik erkeklikle bire bir örtüştüğünü, gösterilen erkeklik tiplerinin heteroseksüel, evini geçindiren, başarılı, iş sahibi, iş sahibi değilse bile evini geçindirmesini bilen ve bunun için canını dişine takıp çalışan, “namus”una hanel gelmesin diye sürekli tetikte olan özelliklere sahip olduğunu ifade etmektedir. Ancak ortak “erkeksi” özelliklerin varsayıldığı, farklı erkeklikler olsa da bunlar farklı toplumlarda farklı şekillerde inşa edilse de erkek olmanın – ya da olamamanın – ortak bir paydasından söz edilebileceği vurgulanmaktadır (Kepekçi, 2012: 71). Örneğin Yavuz (2014: 116)’a göre hegemonik erkekliğin birincil ölçütü heteroseksüel olmaktır. Connell (1998)’a göre ise hegemonik erkeklik, erkekliği güçlülük üzerinden kurgulamaktadır. Türk toplumu gibi ataerkil toplumlarda, toplumsallaşma sürecinde çoğunlukla erkek çocukların sert, kavgacı, hırslı, bağımsız bir kişilik kazanması için çaba harcanmasının Connell’ı doğruladığı söylenebilir (Oktan, 2008: 152). Bir toplumsal cinsiyet kategorisi olarak erkek ve erkekliğin, çoğunlukla güç ve iktidar, sertlik, zorluk ve şiddetle tanımlandığı ve temsil edildiği belirtilmektedir (Akca ve Ergül, 2014: 15). Yeterince sert, kaba olmayan, küfretmeyen, zorluklara dayanamayan erkeklerin dışlanabileceği ve kadınsı bulunabileceği ifade edilmektedir (Yavuz, 2014: 126).

YÖNTEM

Amaç

Bu çalışma, duvar yazılarının genelde toplumsal cinsiyet özelde ise hegemonik erkekliğin inşası bağlamında okunması amacı taşımaktadır. Bu genel amaç doğrultusunda oluşturulan araştırma soruları şu şekildedir:

1. Duvar yazılarından hangi temalar oluşturulmuştur?
2. Duvar yazıları arasında dil biçimleri arasında farklılık var mıdır?
3. Duvar yazıları eril tahakkümün kurumsallaşma süreç ve pratiklerine ışık tutabilir mi?

Araştırma Deseni

Sosyal ve kültürel antropolojiden alınan derslerden beslenen feminist çalışmaların, yapılandırılmış sorular ve anket formlarından ziyade, araştırmacının alana bilfiil katılımına olanak tanınmasından dolayı (Bozok, 2013: 79) veri toplamada, veri analizinde ve değerlendirilmesinde nitel araştırma tekniklerinden yararlanılmıştır. Çünkü *“feminist araştırmacılar nicel analiz ve deneylerden kaçınma eğilimindedir. Başta nitel araştırma ve örnek olay çalışmaları olmak üzere birçok yöntem kullanırlar”* (Neuman, 2012: 154). Yıldırım ve Şimşek (2008: 39) nitel araştırmayı *“gözlem, görüşme ve doküman analizi gibi nitel veri toplama yöntemlerinin kullanıldığı, alguların ve olayların doğal ortamda gerçekçi ve bütüncül bir biçimde ortaya konmasına yönelik nitel bir sürecin izlendiği araştırma”* olarak tanımlarken benzer olarak İslamoğlu (2009: 180) nitel araştırmayı *“sosyal olguları bağlı oldukları ve içinde yer aldıkları ortamda doğal görünüşleriyle gözlem, görüşme ya da belgeleri değerlendirmek yoluyla bilgi edinme ve bu bilgileri analiz ederek kuram geliştirme”* olarak tanımlamaktadır.

Araştırmada nitel araştırma deseninin tercih edilmesinin en önemli nedeni kuşkusuz nitel araştırmanın temel karakteristiği olan ve tanımlarda da ön plana çıkan araştırma öznelinin bakış açılarını ve anlam dünyalarını ortaya koyması (Kuş, 2012: 77-78) ve bununla birlikte nitel araştırmanın, disiplinler arası bütüncül bir bakış açısını esas alarak, araştırma problemini yorumlayıcı bir yaklaşımla incelemeyi benimseyen bir yöntem olmasıdır.

Nitel araştırma deseninin tercih edilmesinin bir diğer nedeni ise mesleki pratikten ve örgütsel, kurumsal ortamlardan çıkan sosyal araştırma sorunlarını ele alırken geleneksel hipotez sınama yaklaşımının pek uygun olmadığını belirtilmesidir (Punch, 2005: 161). Sosyal olguların araştırmasında genelleme değil bağlama özgü spesifik yorumların yapılması bunun diğer durumlar ile karşılaştırılması önemlidir (Yıldırım ve Şimşek, 2008: 29). Buna göre nitel araştırmacılar toplumsal yaşamı değişkenlere veya sayılara çevirmeye çalışmak yerine, inceledikleri insanlardan fikirler ödünç alır ve onları doğal ortam bağlamına yerleştirirler ve ek olarak değişkenler yerine motifleri, temaları, ayrımları ve fikirleri incelerler (Neuman, 2012: 224). Çünkü nitel araştırmada birey temelli evrenden ziyade *“deneyim, etkileşimler ve bunun sosyal bağlantıları, öneri, bakış açısı, davranış, olaylar”* temelli bir evrenin varlığına işaret edilmektedir (Kümbetoğlu, 2005: 43). Nitel araştırmada, araştırmacı ayrıntılı derinlemesine betimleyici resimler sunmaya çalışır (Yıldırım ve Şimşek, 2008: 48). Sonuç olarak bu çalışma Yavuz (2014: 113)’un ifadesi ile

“sonuçları genellenemeyen ancak yaşayan öznelerin ifadelerine yer vermeyi hedefleyen bir çalışma olarak” okunmalıdır.

Verilerin Toplanması

Araştırmada verilerin toplanması aşamasında doküman incelenmesinden yararlanılmıştır. *Doküman incelemesi, araştırılması hedeflenen olgu veya olgular hakkında bilgi içeren yazılı materyallerin analizini kapsar. Nitel araştırmada görüşme ve gözlem yöntemlerinin yanı sıra, çalışılan araştırma problemiyle ilişkili yazılı ve görsel materyal ve malzemeler de araştırmaya dahil edilebilir* (Yıldırım ve Şimşek, 2008: 217). Doküman tekniği özel kayıtların incelenmesinde ve değerlendirilmesinde kullanılan bir veri toplama aracıdır. Doküman tekniği araştırmacıya kolaylıklar sağlar. Araştırmacı araştırmayı kısa zamanda ve ucuz yoldan elde eder. Ayrıca araştırmacının direkt konu üzerine yoğunlaşmasını sağlar (Ekiz, 2009). Çalışma kapsamında incelenecek dokümanlar duvarlar olarak belirlenmiş ve Konya Selçuklu Bosna Hersek Mahallesi sınırları çerçevesinde yer alan tüm sokaklar 1-20 Mayıs 2015 tarihleri arasında gezilerek duvar yazısı bulunan duvarlar fotoğraflanmıştır.

Verilerin Değerlendirilmesi

Nitel araştırmada veriler, belirli olayların betimlemeleri veya alıntılar da dahil olma üzere kelimeler biçimindedir (Neuman, 2012: 661). Bu nedenle verilerin değerlendirilmesi sürecinde nitel araştırma desenine uygun yöntemler tercih edilmelidir. Bu yöntemlerin literatürde betimsel analiz ve betimsel analizin bir adım ilerisi olarak nitelenen içerik analizi olduğu belirtilmektedir (Bilgin, 1995; Punch, 2005; Geray, 2006; Gökçe, 2006; Yıldırım ve Şimşek, 2008). Nitel araştırma tekniği aracılığı ile duvar yazılarının anlamları ortaya çıkarılmaya çalışılmıştır. Araştırmada elde edilen veriler içerik analizine tabi tutulmuştur. Verilerin kodlanması yolu ile duvar yazılarından temalar elde edilmiştir. Elde edilen temalar aşağıdaki tabloda yer almaktadır:

Tablo 1: Duvar yazılarından elde edilen temalar

Temalar	n	%
Futbol	95	15,4
İrkçılık	137	24,6
Küfür	58	7,3
Aşk İfadesi	143	26,0
İsim Yazımı	146	26,7
Toplam	579	100,0

Evren ve Örneklem

Genel olarak nitel araştırmada “*amaçlı örneklem*” türünün tercih edildiği Punch (2005: 184) tarafından ifade edilmektedir. Amaçlı örneklem, çalışmanın amacına bağlı olarak araştırmacının araştırma problemlerine cevap bulacağına ve bilgi açısından zengin olduğuna inanılan kişilerin seçilerek derinlemesine araştırma yapmasına olanak tanır (Neuman, 2012: 322; Altunışık vd., 2012: 142; Büyüköztürk vd., 2013: 90). Literatürde duvar yazısı yazma eyleminin gençliğin alt kültürünü oluşturduğu ve erkek eylemi olarak nitelendirildiği belirtildiğinden (Öğülmüş, 2000: 81; Price, 2006: 6; Avramidis ve Drakopoulou, 2012: 338) çalışma kapsamında kişiler yerine zengin bilgi sağlayacağı düşünülen, Selçuk Üniversitesi’ne yakın olması nedeniyle genelde öğrenci yerleşkesi olarak bilinen Bosna Hersek Mahallesi’nde bulunan duvarlar örnekleme dahil edilmiştir.

Yöntemsel Sorun

Literatürde duvar yazıları ile ilgili yöntem sorunundan bahsedilmektedir. Çünkü duvar yazılarından elde edilen verilerden yazarın ne anlattığının tam olarak bilinilemeyebileceği, yazarın anonimliğinin de bu durumu etkilediği, bu nedenle bu durumun duvar yazıları araştırmaları için yöntemsel bir soruna işaret edebileceği belirtilmektedir (Stocker vd., 1972; Rodriguez ve Clair, 1999; Lucca ve Pacheco, 2001; Lynn ve Susan, 2005; Cassar, 2007; Dener ve Özmen, 2009; Şad ve Kutlu, 2009).

BULGULAR

Bu bölümde duvar yazılarından elde edilen ve Tablo 1’de sunulan temaların ayrıntılı açıklaması yapılacaktır.

Futbol

Tablo 1 incelendiğinde elde edilen temaların %15,4’ünü (n=95) “futbol” temasının oluşturduğu görülmektedir. Futbolla ilişkili duvar yazılarında “Konyaspor”, “Beşiktaş”, “GS”, “FB”, “ES ES ES ES”, “ANKARAGÜCÜ”, “TS”, “A.GÜCÜ”, “Samsunspor 55”, “İNADINA DENİZLİSPOR”, “GÖZTEPE” gibi sadece takım isimlerinin yazıldığı duvar yazıları var iken, “UA”, “Ç@RŞİ”, GfB gibi takımların taraftar gruplarının isimlerinin duvar yazılarında yer aldığı görülmüştür. Ayrıca “OÇ UA”, “OÇ Ankaragücü”, “S.... Galatasaray”, “A.GÜCÜ ADAMI G.T.NDEN S....”, “Sivasspor Köpek”, “O..... ÇOCUKLARI GfB”, “Adalet için kan mı dökelim! 61 ÜNİ-TS”, “~~Alayına isyan ölmüne Ankaragücü~~”, “ŞİKECİ TFF” gibi ifadelerle karşı takıma küfür edildiği,

memnun olunmayan sonuçlar için federasyondan hesap sorulduğu, takımlarına olan bağlılıklarını kanıtlamaya çalıştıkları söylenebilir.

Spor gibi bedensel pratikler aracılığı ile erkeksi niteliklerin görünür kılındığı (Oktan, 2008: 161), spor dalları içerisinde futbolun başlı başına bir erkek sporu olarak tanımlandığı (Mean, 2001: 790; Fitzclarence ve Hickey, 2001: 129), futbolun erkeklikle özdeşleşmiş olmakla birlikte erkek iktidarının devamını sağlayıcı rolü bulunduğu ve doğal olarak kadının ikincil konuma itilmesi ile ilintili olduğu vurgulanmaktadır (Parker, 2001: 69; Smith, 2007: 187; Burgess vd., 2003: 204; Caudwell, 2003: 375; Caudwell, 2007: 192; Messner ve Salomon, 2007: 175; Bulgu, 2012: 214). Örneğin; fiziksel güç bağlamında kadınların erkeklere göre futbol oynama konusunda dezavantajlı olduğu düşüncesi yapılan araştırmalarda erkekler tarafından belirtilmiştir (Renold, 1997; Skelton, 2000; Swain, 2000, Renold, 2001; Bramham, 2003; Swain, 2004, Swain, 2006; Bulgu, 2012:). Bu noktada kadın-erkek sporları ayrımı yapıldığına (Klomsten vd., 2005; Naess, 2001) dikkat çekilmektedir. Bu ayrımında güçlü olma üzerinden bir kurgu futbol üzerinden yaratıldığı belirtilmektedir (Swain, 2004). Bedeni vurgulayan kadın-erkek, güçlü-güçsüz ikilikleri futbol üzerinden inşa edilirken, diğer yandan da bedensel pratiklere göre özellikle hegemonik ve ikincil erkeklik ayrımını belirginleştirmekte, üstünlüğü hegemonik erkeklige tanımaktadır (Bulgu, 2012: 208). Diğer bir ifade ile fiziksel gücün sporla ve hegemonik erkeklikle ilişkilendirilmesi ve sporun erkeklik alanı olarak kurgulanması sporu hegemonik erkeklığın bileşeni yapmaktadır (Theberge, 1993; Pringle, 2005). Örneğin; yapılan bir çalışmada futbolcular arasında eşcinsel olabilir mi? sorusuna, bütün oyuncuların benzer tepkiyle eşcinsel ilişkilerin futbolda asla olamayacağını iddia etmeleri futbolda toplumsal cinsiyet düzeninde heteroseksüelliğin üstünlüğünü sürdürmesiyle ve de futbolda başka erkekliklerin barınmasına izin verilmediği belirtilmektedir (Bulgu, 2012: 216). Bu durum da futbolun heteroseksüel erkeklığın egemen olduğu bir alan olarak kodlandığı (Parker, 2001: 60; Caudwell, 2003: 376) savını güçlendirmektedir.

Irkçılık

Çalışma kapsamında %24,6 (n=137) ile en çok yüzdeye sahip temalardan bir tanesi ırkçılık teması olmuştur. Hemen hemen her ifadenin sonuna ülkücü hareketin simgesi olan üç hilal koyulmakta, yine ülkücü hareketin simgelerinden olan “REİS” kelimesinin isim yazımlarında kullanılmakta, Türklüğü yüceltecek ifadelerle başvurulmakta, Kürtlükle ilgili olabilecek ifadelerin üstü karalanmakta ve üç hilal eklenmekte, Türk dışındaki ırklara

küfür edilebilmektedir. “CCC”, “İletişim Ülkücüleri CCC”, “REİS”, “S. REİS”, “Reise Selamlarla CCC”, “Ogün Samast”, “Roboskide çok eğlendik :) CCC”, “Ya Türksün Ya Piç”, “Vaktiyle bir ATSIZ varmış”, “Türkçüler Geliyor”, “Yaşasın İrkçılık”, “Genç ATSIZLAR”, “İRKÇILIK!”, “Kan Akacak”, “Tanrı Türkü Korum”, “81-Düzce 82-Musul 83-Kerkük”, “CCC VUR BOZKURDUM TİLKİYE VUR TÜRKİYE KURTULSUN”, “BOSNA MEZAR OLACAK”, “KAN KOKSUN”, “Bosna Mezar Olacak”, “Gamalı Haç”, “~~YAŞASIN HALKLARIN KARDEŞLİĞİ~~”, “~~Yaşasın Kobane Dirilişi HDK/Gençlik~~”, “~~Halkların Kardeşliği~~” gibi ifadeler örnek olarak gösterilebilir. Türkiye’de ırkçılık/milliyetçiliğin militarizm etkisiyle hegemonik erkekliğin oluşmasını ve pekişerek ırkçılık/milliyetçiliğin normatif kılınmasını sağlayan unsur olduğu belirtilmektedir (Onur ve Koyuncu, 2004). Benzer biçimde 12 Eylül askeri darbesinin resmi ideolojisinin toplum hayatındaki temsilciliği, ideolojinin doğası gereği sünni-Türk-hetero-erkek “çoğunluk” a teslim edildiği ve bu ideolojinin kültürel kodlarını içselleştiren kitlelerin, aileden başlayarak toplum hayatının her basamağında düzenin devamını sağlamaya çalıştığı ve savunduğu ifade edilmektedir (Irak, 2013). Bu bağlamda ırkçılığın ve yabancı nefretinin ayrıcalıklı ve başkalarınıca takdir edilen bir erkeklik bağlamında yeniden üretildiğinin altı çizilmektedir (Özbay, 2013).

Küfür

Duvar yazılarında %7,3 (n=58) gibi diğer temalara oranla küçük bir oran da olsa küfürlü ifadeler göze çarpmaktadır. Bu ifadeler futbola ilgili olabileceği gibi, siyasilere, sevgi duyulan kişilere veya herhangi bir duruma karşı da söylenmiş olabilir. “A.GÜCÜ ADAMI G.T.NDEN S...”, “~~Ö..... DUYGU ÇUKUR~~”, “F... you”, “Çay sevmezmiş g.t.m :)”, “En Güzel Sk.m Sever”, “Ananı s...yim...”, “~~S...LM.Ş~~”, “A.... K.yd.m”, “Egosunu s.t.ğ.m”, “O..... Tuğba”, “31 Olsan Çekilmezsin”, “F...” gibi ifadeler örnek olarak gösterilebilir. Küfür, bir yandan içerdiği otorite hissi ve şiddet aracılığıyla erkeksiliği arttırırken, erkekler arasındaki bağı da pekiştiren bir araç olarak varlık göstermektedir. Küfürün yanında, kadınları aşağılamaya ve kaba bir erkeklik tasvirine olanak sağlayan argo ifadeler de erkeksiliği arttırdığı belirtilmektedir (Oktan, 2008: 164)

Aşk İfadesi

Duvar yazılarından elde edilen ifadeler %26,0 (n=143) gibi büyük bir oranda “Aşk İfadesi” teması altında toplanmıştır. Aşk ifadesi içeren duvar yazıları incelendiğinde genelde kalp çiziminin yaygın olduğu, isimlerin baş

harflerinin kullanıldığı, sahiplenici ifadeler kullanıldığı, fiziksel özelliklere vurgu yapıldığı, pişmanlıkların dile getirildiği ve lakap takıldığı söylenebilir. "K kalp A", "S kalp E Prensesim", "Ömer kalp Tuğba", "Gülüşünü Seviyim", "Seni Çok Seviyorum Adigemmm", "Meral Seni Seviyorum", "Büşram", "Geçen günlerin izdivacına talibim", "ESRAM", "Helalimsin", "LİSELİM ACIMASIZ", "ÇILGIN AŞIKLAR", "ÖZLEYECEĞİM", "Oysa ne güzel severdim", "Firari Belam", "Seni gerçekten de sevmişim", "Sebebinsin", "Güneşe Dokunmak Kolay Olsaydı Seni Unutmak İmkansız Olmazdı", "Esmerim", "I'm broken :((", "HAYAL GÖZLÜM", "YILDIZ GÖZLÜM-ESMER", "BU SEVDALAR BOŞUNA", "ESRARALI GÖZLER SENİNLE", "Daha gidecek çok yolumuz var #şiirsokakta #tuğbam'a", "ACIMASIZ", "Sevdik de ne oldu" gibi ifadeler örnek olarak sunulabilir.

Aşk ifadelerinde özellikle sahiplenici kelimelerin kullanılması bireylerin hegemonik erkekliğe uygun olarak yazma eylemini gerçekleştirdikleri söylenebilir.

İsim Yazımı

İsim yazımı, duvar yazılarından en çok başvurulan ifade tarzı olarak karşımıza çıkmaktadır. Tablo 1 incelendiğinde %26,7 (n=146) ile en çok ifadenin yer aldığı tema olduğu görülmektedir. İsim yazımında genelde kısaltmaların, şehir isimlerinin ve lakapların kullanıldığı tespit edilmiştir. "MC", "CMR", "Haso", "MB", "G.M", "SB", "DA", "HR", "BGM", "MC", "EFSANE OSMAN", "KAPTAN BARIŞ", "NİYAZİ İSYANKAR", "MEKANCI HAKKI", ":-) UYANIK ANDAÇ :)", "ASİL ÇOCUK", "Mauk Ereğli", "Vurguncu Memo", "İmansız OZAN", "Karaçocuk", "Zalim Bilal", "Efsane Çocuk Onur", "Rizeli Enes", "Samsunlu Furkan", "Mantalite Alpaslan" gibi ifadeler örnek olarak gösterilebilir.

Hem aşk ifadeleri hem de isim yazımları kendini kanıtlama, risk alma, başarma, kendini gösterme gibi hegemonik erkekliği üreten ve devam ettiren davranışlar olarak yorumlanabilir.

SONUÇ

Hegemonik erkekliğin temsilinin incelendiği birçok çalışmadan farklı olarak bu çalışmada, hegemonik erkeklik temsili duvar yazıları aracılığı ile incelenmeye çalışılmıştır. Çalışma kapsamında hegemonik erkekliğin temsilinde başat rol oynayan futbol, küfür, ırkçılık, aşk ifadeleri gibi temalara ulaşılmış ve söz konusu ifadeler betimsel olarak sunulmuştur. Özellikle küfür

ifadelerinde kadın bedeni üzerinden gerçekleştirilen küfürler dikkat çekicidir. Yine romantik aşk ilişkileri ile ilişkili ifadelerde yer alan sahiplik bildiren ifadeler kadının erkeğe tabi ve anlayışın hâkim olduğunu göstermektedir. Futbol ifadelerinde taraftar mesajları yer alsa da özellikle bazı ifadelerin küfür ve şiddet içermesi futbolun başlı başına şiddet içeren bir spor olarak görüldüğü şeklinde yorumlanabilir. Küfür ve şiddetin erkeklikle eş değer olduğu düşünüldünce, futbolun hegemonik erkekliğin temsilinde önemli bir yere sahip olduğu söylenebilir. Türk milletinden başka milletleri yok sayan ve başka milletten olanlara açıkça küfür eden ifadeler 1980 askeri darbesinin oluşturmaya çalıştığı erkeklik temsilinin yansımaları şeklinde okunabilir. Son olarak duvar yazılarında yer alan erkek isimlerinin çokluğu, duvar yazısı yazma eyleminde erkeklerin bu alanda etkin olduğu, yazma eyleminin bir erkeklik pratiği olarak ön plana çıktığı şeklinde yorumlanabilir.

Toplumsal kurguları yansıtacağı düşünülen duvar yazıları ile ilgili yapılacak farklı bölgelerdeki çalışmaların bu alana katkı verebileceği düşüncesi ile toplumsal cinsiyet ve duvar yazılarına ilişkin çalışmaların artırılması gerektiği düşünülmektedir.

KAYNAKÇA

- Akca, E. B. ve Ergül, S. (2014), “Televizyon Dizilerinde Erkeklik Temsili: Kuzey Güney Dizisinde Hegemonik Erkeklik ve Farklı Erkekliklerin Mücadelesi”, *Global Media Journal: TR Edition*, 4, 8, 13-39.
- Altunışık, R., Coşkun, R., Bayraktaroğlu, S. ve Yıldırım, E. (2010), *Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri SPSS Uygulamalı (6. Baskı)*, Sakarya Yayıncılık, Sakarya.
- Arslan, U. T. (2005), *Bu Kabuslar Neden Cemil? Yeşilçam’da Erkeklik ve Mazhmluk*, Metis Yayınları, İstanbul.
- Avramidis, K. ve Drakopoulou, K. (2012), “Graffiti Crews’ Potential Pedagogical Role”, *Journal for Critical Education Policy Studies*, 10, 1, 327-340.
- Bilgin, N. (1995), *Sosyal Psikolojide Yöntem ve Pratik Çalışmalar*, Sistem Yayıncılık, İstanbul.
- Bozok, M. (2013), “Eleştiren ile Eleştirilenler Arasında Nazik Karşılaşmalar: (Pro) Feminist bir Yaklaşımla Trabzon’da Erkeklikleri İncelemek”, *Fe Dergi*, 6, 1, 78-89.
- Bramham, P. (2003), “Boys, Masculinities and PE”, *Sport, Education and Society*, 8, 1, 57-71.
- Bulgu, N. (2012), “Futbolda Şiddetin Erkeklik Anlamları”, *Hacettepe Üniversitesi Spor Bilimleri Dergisi*, 23, 4, 207-219.
- Burcu, E., Danacıoğlu, N. ve Vazsonyi, A. T. (2007), “The Significance of Involvement with A Peer Group On Young People’s Vandalism”, *Journal of Faculty of Letters*, 24, 2, 23- 44.
- Burgess, I., Edwards, A. ve Skinner, J. (2003), “Football Culture In An Australian School Setting: The Construction Of Masculine Identity, Sport”, *Education and Society*, 8, 2, 199-212.
- Carrington, V. (2009), “I Write, Therefore I Am: Texts In The City”, *Visual Communication*, 8, 4, 409-425.
- Caudwell, J. (2003), “Sporting Gender: Women’s Footballing Bodies As Sites/Sights For The (Re) Articulation Of Sex, Gender, And Desire”, *Sociology of Sport Journal*, 20, 371-386.
- Caudwell, J. (2007), “Queering The Field? The Complexities Of Sexuality Within a Lesbian-Identified Football Team In England Gender”, *Place and Culture*, 14, 2, 183-196.
- Cengiz, K., Tol, U. ve Küçükural, Ö. (2004), “Hegemonik Erkekliğin Peşinden”, *Toplum ve Bilim*, 101, 50-70.
- Doğan, S. ve Demir, İ. (2012), “Genel Lise Öğrencilerinin Okul Tahripçiliği Algıları”, *Ahi Evran Üniversitesi Kırşehir Eğitim Fakültesi Dergisi (KEFAD)*, 13, 1, 133-147
- Ekiz, D. (2009), *Bilimsel Araştırma Yöntemleri*, Anı Yayıncılık, Ankara.
- Erdoğan, İ. (2013), “Erkek Dergilerinde (Men’s Health-FHM-Esquire-GQ Türkiye Örneğinde) İdeal(leştirilen) Erkek(lik) İmajının İçerik Çözümlemesi”, *Akdeniz Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, 20, 164-188.

- Fitzclarence, L. ve Hickey, C. (2001), "Real Footballers Don't Eat Quiche: Old Narratives In New Times", *Men and Masculinities*, 4, 118-139.
- Ger, G. (2009), "Tüketici Araştırmalarında Nitel Yöntemler Kullanmanın incelikleri ve Zorlukları", *Tüketici Araştırmaları Dergisi*, 1, 1, 1-19
- Geray, H. (2006), *Toplumsal Araştırmada Nicel ve Nitel Yöntemlere Giriş*, Siyasal Kitabevi, Ankara.
- Gökçe, O. (2006), *İçerik Analizi Kuramsal ve Pratik Bilgiler*, Siyasal Kitabevi, Ankara.
- Halsey, M. ve Young, A. (2006), "Our Desires Are Ungovernable' Writing Graffiti in Urban Space", *Theoretical Criminology*, 10, 3, 275-306.
- Irak, D. (2013), "Futbolda İrkçılığı ve Kadın Düşmanlığımı Ne Yaratıyor", <http://www.daghanirak.com/futbolda-irkciligi-ve-kadin-dusmanligini-ne-yaratiyor/>, 01.12.2015.
- İslamoğlu, H. (2009), *Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri*, Beta Yayıncılık, İzmit.
- Kalerante, E. ve Mormori, P. (2005), "Graffiti as a Form of Social and Cultural Conflict: The Greek Case", *International Journal of the Humanities*, 3, 4, 129-132
- Kepekçi, E. (2012), "(Hegemonik) Erkeklik Eleştirisi ve Feminizm Birlikteliği Mümkün Mü?", *Kadın Araştırmaları Dergisi*, 2, 11, 59-86.
- Klomsten, A. T., Marsh, H. W. ve Skaalvik, E. M. (2005), "Adolescents' Perceptions Of Masculine and Feminine Values In Sport And Physical Education: A Study Of Gender Differences", *Sex Roles*, 52, 9-10, 625-636.
- Koca, C., Güven, B., Bulgu, N. ve Demirhan, G. (2003), "İlköğretim 8. Sınıf Kız ve Erkek Öğrencilerin Beden Eğitimi Ders Ortamındaki Beden Yaşantıları", *Hacettepe Üniversitesi Spor Bilimleri Dergisi*, 14, 4, 162-174.
- Kuş, E. (2012), *Nicel-Nitel Araştırma Teknikleri Sosyal Bilimlerde Araştırma Teknikleri Nicel Mi? Nitel Mi?* Anı Yayıncılık, Ankara.
- Kümbetoğlu, B. (2005), *Sosyoloji ve Antropolojide Niteliksel Yöntem ve Araştırma*, Bağlam Yayınevi, İstanbul.
- Lachmann, R. (1988), "Graffiti as Career and Ideology", *American Journal of Sociology*, 94, 2, 229-250.
- Levant, R. F. ve Richmond, K. (2007), "A Review of Research on Masculinity Ideologies Using the Male Role Norms Inventory", *Journal of Men's Studies*, 15, 2, 130-146.
- Lucca, N. ve Pacheco, A. M. (2001), "Children's Graffiti: Visual Communication From a Developmental Perspective", *The Journal of Genetic Psychology*, 147, 4, 465-479.
- McAuliffe, C. ve Iveson, K. (2011), "Art and Crime (and Other Things Besides...): Conceptualising Graffiti in the City", *Geography Compass*, 5, 3, 128-143.
- Mean, L. (2001), "Identity And Discursive Practice: Doinggender On The Football Pitch", *Discourse and Society*, 12, 789-815.
- Messner, M. A. ve Solomon, N. M. (2007), "Social Justice And Men's Interest: The Case of Title IX", *Journal of Sport and Social Issues*, 31, 2, 162-178.

- Moreau, T. ve Alderman, D. H. (2011), "Graffiti Hurts and The Eradication of Alternative Landscape Expression", *Geographical Review*, 101, 1, 106-124.
- Naess, F. D. (2001), "Narratives About Young Men And Masculinities In Organised Sport In Sport", *Education and Society*, 6, 2, 125-142.
- Oktan, A. (2008), "Türk Sinemasında Hegemonik Erkeklikten Erkeklik Krizine: Yazı-Tura ve Erkeklik Bunalımının Sınırları", *Selçuk İletişim*, 5, 2, 152-166.
- Onur, H. ve Koyuncu, B. (2004), "Hegemonik Erkekliğin Görünmeyen Yüzü: Sosyalleşme Sürecinde Erkeklik Oluşumları ve Krizleri Üzerine Düşünceler", *Toplum ve Bilim*, 101, 31-49.
- Öğülmüş, S. (2000), "Tahripçilik (Vandalizm): Düşük Yoğunluklu Bir Sapma", *Polis Bilimleri Dergisi*, 2, 7-8, 73-77.
- Özbay, C. (2013), "Türkiye'de Hegemonik Erkekliği Aramak", *Doğu Batı*, 63, 185-204.
- Parker, A. (2001), "Soccer, Servitude And Subcultural Identity: Football Traineeship And Masculine Construction", *Soccer and Society*, 2, 1, 59-80.
- Pennebaker, J. W. ve Sanders, D. Y. (1976), "American Graffiti: Effects of Authority and Reactance Arousal" *Pers Soc Psychol Bull*, 2, 3, 264-267.
- Price, L. O. (2006), "Making their mark: A Psychodynamic View of Adolescent Graffiti Writing", *Psychodynamic Practice*, 12, 1, 5-17.
- Pringle, R. (2005), "Masculinities, Sport And Power: A Critical Comparison of Gramscian and Foucauldian Inspired Theoretical Tools" *Journal of Sport and Social Issues*, 29, 3, 256-278.
- Punch, K. F. (2005), *Sosyal Araştırmalara Giriş Nicel ve Nitel Yaklaşımlar*, (Çev: D, Bayrak, H. B. Arslan, Z. Akyüz), Siyasal Kitabevi, Ankara.
- Renold, E. (1997), "All They've Got On Their Brains Is Football, Sport, Masculinity And The Gendered Practices Of Playground Relations", *Sport, Education and Society*, 2, 1, 5-23.
- Renold, E. (2001), "Learning The 'Hard' Way: Boys, Hegemonic Masculinity And The Negotiation Of Learner Identities In The Primary School", *British Journal of Sociology of Education*, 22, 3, 369-385.
- Rodriguez, A. ve Clair, R. P. (1999), Graffiti As Communication: Exploring The Discursive Tensions Of Anonymous Texts. *Southern Communication Journal*, 65, 1, 1-15.
- Sancar, S. (2009), *İmkânsız İktidar: Ailede, Piyasada ve Sokakta Erkekler*, Metis Yayınları, İstanbul.
- Skelton, C. (2000), "A Passion For Football': Dominant Masculinities And Primary Schooling" *Sport, Education and Society*, 5, 1, 5-18.
- Smith, J. (2007), "Ye've Got To 'Ave Balls To Play This Game Sir!' Boys, Peers And Fears: The Negative Influence Of School-Based 'Cultural Accomplices' In Constructing Hegemonic Masculinities", *Gender and Education*, 19, 2, 179-198.
- Swain, J. (2000), "The Money's Good, The Fame's Good, The Girls Are Good': The Role Of Playground Football In The Construction Of Young Boys' Masculinity In A Junior School", *British Journal of Sociology of Education*, 21, 1, 95-109.

- Swain, J. (2004), "The Resources And Strategies That 10–11-Year-Old Boys Use To Construct Masculinities In The School Setting", *British Educational Research Journal*, 30, 1, 167-185.
- Swain, J. (2006), "The Role Of Sport In The Construction Of Masculinities In An English Independent Junior School", *Sport, Education and Society*, 11, 4, 317-335.
- Şad, N. ve Kutlu, M. (2009), "A Study of Graffiti in Teacher Education", *Eurasian Journal of Educational Research*, 36, 39-56.
- Theberge, N. (1993), "The Construction Of Gender In Sport: Women, Coaching, And The Naturalization of Difference", *Social Problems*, 40, 301-313.
- Türk, H. B. (2008), "Eril Tahakkümü Yeniden Düşünmek: Erkeklik Çalışmaları İçin Bir İmkan Olarak Pierre Bourdieu", *Toplum ve Bilim*, 112, 1-30.
- Ulusay, N. (2004), "Günümüz Türk Sinemasında 'Erkek Filmleri'nin Yükselişi ve Erkeklik Krizi", *Toplum ve Bilim*, 101, 144-162
- Uluyağcı, C. (2001), "Sinemada Erkek İmgesi: Farklı Sinemalarda Aynı Bakış", *Kurgu*, 18, 29-39.
- Varshavsky, T. (2009), "The Street Art Plague", *Words, Beats, Life: The Global Journal of Hip-Hop Culture*, 4, 1, 70-77.
- Yavuz, Ş. (2014), "İktidar Olma Sürecinde Erkeklerin Erkeklikle İmtihanı", *Milli Folklor*, 14, 104, 110-127.
- Yıldırım, A. ve Şimşek, H. (2008). *Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri*, Seçkin Yayınevi, Ankara.
- Yüksel, E. (2013), "Bir Savaş Anlatısı Olarak Nefes: Vatan Sağolsun ve Hegemonik Erkekliğin Krizi", *Fe Dergi*, 5, 1, 15-31.
- Yüksel, N. A. (2001), *Tarkan Yıldız Olgusu*, Çiviyazıları, İstanbul.

Modernleşmenin Kurguladığı Kent Tasarımı

The City Design That The Modernization Builds

Ziyaeddin KIRBOĞA*

ÖZ

İçinde yaşadığımız dünya, her gün biraz daha değişmektedir. Küresel ölçekte gerçekleşen bu değişim hem zihniyet hem de fizik dünyamızı etkilemektedir. Modernizm, bu değişimde en önemli etkenlerden biridir. Süreklilik gösteren bu durum karşısında artık zihnimiz, dünyada meydana gelen her değişimi, bir gelişim olarak algılayabilmektedir.

İçinde yaşadığımız kentler, değişimin en yoğun somutlaştığı fiziksel boyutlardır. Modernleşmenin mimarlığında bu değişim, bir yandan geleneksel kültürün şehirlerde yansımalarını hem sosyal ilişkiler hem de fiziksel çevre olarak dönüştürmektedir.

Çalışmada özellikle kentlerin hem fiziksel hem de sosyal yönlerini önemli ölçüde temsil etmesi bakımından alışveriş merkezlerinin tasarımı, ibadethanelerin çevre tasarımı, otellerin ve konutların tasarımları modernleşme ve değişim bağlamında incelenecektir.

ANAHTAR KELİMELER

Modernleşme, Kent, Değişim, Zihniyet, Tasarım, Ekonomi.

Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu Dergisi Yıl:2016 Cilt:19 Sayı:1 ss.239-257 **Makale Gönderim Tarihi:** 06/04/2016 - **Kabul Tarihi:** 13/04/2016

* Karaman İl Müftü Yardımcısı, Doktora Öğrencisi, Necmettin Erbakan Üniversitesi, Felsefe ve Din Bilimleri A.B.D., zkirboga@hotmail.com.

ABSTRACT

The World that we live in is changing every day. This universal alteration affects both our mental and physical World. Modernization is one of the most important factor. Against this continuous alteration, our mind perceives every alteration in the World as a development.

The cities that we live in are the most intensive physical dimension. With the architecture of the modernization, this alteration converts the reflection of the traditional culture as both the physical environment and the social relationship.

In this study the design of the shopping centres, the environment of the moques, the designs of the houses and the hotels will be especially examined in the context of modernization and alteration as they represent the cities physical and social sides.

•

KEYWORDS

Modernism, Urban, Change, Mentality, Planning, Economy.

GİRİŞ

Modern dünya, sayısız alanda insanlar için yaşamı kolaylaştırmış, teknolojik ilerlemeler zaman kavramını sorun olmaktan çıkarmıştır. Beraberinde getirdiği tüm gelişmelerle birlikte ortaya çıktığı düşünülen her değişim, aslında salt bir gelişimin ötesinde, bir dönüşümü de temsil etmektedir. Bu dönüşüm, sosyal alanda olduğu gibi zihniyet seviyesinde de kendini göstermektedir. İnsanın eşya ile irtibatının olduğu her alan, modernleşmenin hedefinde ve etki sınırlarındadır.

İslâm toplumları, Batı dünyasının zihniyet, algı, kültür ve fizik alanlarındaki dönüştürme etkisini kuvvetli bir şekilde hissetmekte ve modernleşme yolunda bir dönüşüm problemi yaşamaktadır. İslâm toplumlarında alışveriş alışkanlıklarından konut tasarımına kadar insan ihtiyacına odaklı her alan, modern kültürün değiştirme kurgusundan payını almaktadır.

Bu çalışmada, kent hayatını bütün boyutlarıyla incelemek mümkün değildir. Dolayısıyla çalışmada kentlerin fiziksel sembolleri olan ibadethanelerin çevreleri ve konutlar üzerinde modernleşmenin dinsel ve geleneksel kültürü değiştirme ve dönüştürme etkisi ile hem sosyal hem de ekonomik yönünün sembolleri olan alışveriş merkezlerinin ve otellerin ekonomik dolayimli tasarımları incelenecektir.

1. MODERNLEŞME

Hepimizin rahatça kullanabildiği ‘modern’ terimi, günümüzün toplum hayat tarzını ve bu günkü toplum hayatını geçmişteki toplumlardan ayırdığı düşünülen farklılıkları ve değişiklikleri anlatır (Slattery 2011: 447). “Toplumsal, kültürel ve ekonomik alanlarda sanayileşmiş Batı toplumlarının temsil ettiği teknik, bilgi ve zihniyet seviyesine ulaşmak için yapılan düzenlemeleri ve gösterilen çabaları ifade eden modernleşme, aslında bir süreç olup, insanın belirli amaçlar doğrultusunda doğa üzerinde sınırsız bir denetim kurma ve toplumu o amaçlar yönünde dönüştürme çabası olarak anlaşılabilir.” (Kirman 2011: 223) Modernleşme anlayışı, tarihsel gelişimin bir önceki aşamasını, bir sonrakine göre daha ilkel ve geri görmektedir (Akgül, 1999: 47). Burada ‘modern’ kelimesinin türevleriyle ilgili bir ayırım yapmak gerekirse:

“Modernite”, geleneksel düzenin zıddını; ilerlemeyi, ekonomi ve yönetimle ilgili rasyonalizasyonu ve sosyal dünyanın farklılaşmasını; “Modernizm”, bu rasyonelleşme ve farklılaşmanın, düşünsel yönden felsefi formülasyonunu ve meşrulaştırılmasını; “Modernleşme” ise Batı dışı

toplumların rasyonelleşme ve farklılaşma durumuna gelmesi sürecini ifade eder. Dolayısıyla bu süreç modernleşmeyi, ideolojik yön ise modernizmi temsil etmektedir (Kurt 2012: 201).

Tarihte hiç bir projenin kendisi kadar istila edici olmadığı modern kurgu, başlangıçta ‘bir yeryüzü cenneti’ olarak nitelendirilebilen, sınırı olmayan bir barışı vaat ediyordu (Arslan, 2012: 107). Bugün gelinen noktada, din ve modernleşme, gelenek ve modernleşme ilişkisi bağlamında yaşam alanlarını yeniden tanımlama ihtiyacı doğmaktadır. Birçok yeni kabul ve tanımlamaları beraberinde getiren modern anlayış, seküler bir tasarımla toplumsal hayatın her alanını kuşatmıştır. Sekülerizm ise “yeni bir dünya düzeni” kurulmasını hedefleyen modernizmin amacına giden yolu anlatır (Gencer 2010: 25). Bu bağlamda modernizm ve sekülerizm, birbirini tamamlayan iki kavram olarak, küresel plânda zihniyeti ve fizikî dünyayı biçimlendirmeye devam etmektedir.

2. MODERNLEŞME VE KENTİN FİZİKSEL SEMBOLLERİNİN TASARIMI

Şehir, insanın hayatını düzenlemek üzere oluşturduğu en büyük fiziksel yapıdır. Bu yapıya şekil veren tercihleri ise insan ve toplumların inançlarından, dinlerinden aldıkları ilham belirler (Cansever, 2012a: 103). Ancak bu faillik tek yönlü değildir. Giddens, modern şehirlerin insanların duygu ve zihin örüntülerini etkilediğini söyler (Giddens, 2012b: 958).

Günümüz toplumlarında geniş araştırmalara konu olan kentler, beraberinde getirdiği sorunlarına rağmen kırsal kesimde yaşayan insanların ilgisini çekmeye devam etmektedir. “Şehirler, sosyal hayatın her yönünü kapsayan çeşitli faaliyetlerin görüldüğü, ekonomik ve kültürel birikimin yoğunlaştığı önemli yerleşim birimleri olup fiziksel ve sosyal çevre ile sosyal hayatın merkezini teşkil eder (Küçükaşcı 2002).” İnsanların bir arada yaşama zorunluluğunun bir boyutu olan şehir hayatı, birçok sosyoloğun dikkatini çekmiş ve kentleşme üzerinde sosyolojik analizler yapmalarına neden olmuştur. Bu araştırmalar, günümüz kentleşmesinde meydana gelen anominin (toplumsal düzensizlik, kuralsızlık), yabancılaşmanın ve çatışmanın sebeplerinin anlaşılması bakımından önemlidir.

Wirth, kent-yabancılaşma ilişkisinde şunları kaydeder: “Kentler heyecan verici ve ürkütücü yerlerdir. Girdap gibi bir kalabalığın ortasında kendinizi çok yalnız ve kaybolmuş, kızgın ve sinirli hissedebilirsiniz. Hiç kimsenin başkasına ayıracak zamanı yoktur. Yabancılaştırıcı ve yapay hayat tarzı dostluktan,

beraberlik duygusundan, huzur ve kır hayatının sakinliğinden uzak milyonlarca millik bir alanı istila eder görünür (Slattery 2011: 286).”

Alex Mucchielli, zihniyet oluşumunda zihniyet ve yaşam ortamını incelerken, G. Simmel’in kentsel çevrenin dört temel yapısal unsur tarafından nitelendiği tasviri üzerinde durmaktadır (Simmel 1979’dan aktaran Mucchielli 1991: 50-52):

1. Bir çekicilikler odağı olarak kent, insan üzerinde yoğun bir biçimde çeşitli dürtüler kaynağıdır. İnsan, bu çekim noktaları ve şoklar karşısında savunmacı bir mesafelilik tepkisi ortaya koyar. Bütün ilişkilerinde tamamen bağlı değildir. İhtiyatlı davranmak zorunda olması insanı, duyarlılığını kontrol etmeye ve yanıtlarını entelektüel düzeyde geliştirmeye mecbur eder. Bu ihtiyatlılıktan en çok etkilenen komşulukla ilgili tutumlardır.

2. Kentsel çevrede insan ilişkileri hemen hemen tamamen para aracılığından geçer. Her yerde ve her zaman kendini hissettiren, insan bireyselliklerinin algılanması konusunda tarafsızlığı sağlayan para, kalite anlayışını yok eder. Farklılıkları, fiyat farklılıklarına indirger.

3. Var olmak, yaşamak için mücadele, kendine benzeyenlerle çözümlenir. Yaşamın devamlılığı, doğaya karşı mücadele ederek temin edilemez. Toplumsal yoğunluk, rekabetin artmasını, uzmanlaşılmasını gerektirir, başkalarından farklı olmaya zorlar. Böylelikle bir kendini kanıtlama isteği görülür.

4. İnsanların etkinliklerinin ve zamanının rasyonel bir biçimde örgütlenmesi beklenir.

Dolayısıyla kent, davranışlarda mesafeli olmayı, konuların entelektüel bir düzeye taşınmasını ve yarışma tutumlarını besler (Mucchielli 1991: 52).

Kentsel çevrenin bu dört temel yapısal unsur tarafından nitelenmesi, kent yaşamında ilişkilerin mesafe ve yönünün tasvir edilmesidir. Esasen bu unsurlar, kentli insanın zihin formlarını şekillendirir. Onun toplumsal ilişkilerinin niteliğini, bağımlılığını, duyarlılığını, farklılık anlayışlarını belirler.

Kent yaşamı içerisinde bireylerin, köy ve kır hayatından farklı olarak zihinsel, ruhsal yapılanma ve kişilik özellikleri dönüşüme uğrar. Dolayısıyla kent hayatı bireyleri, sosyo-psikolojik açıdan yeniden kodlar (Çınar 2013: 170). Modern kentler, geleneksel toplumların yaşamından farklı bir gündelik hayat yapısını geliştirmiştir (Giddens 2010: 107). F. Tönnies, “gesellschaft” (toplum) terimini, modern kent hayatının yapay, geçici ilişkilerini anlatmak için kullanır

(Slattery 2011: 60). “Kent hayatı, geleneksel topluma özgü birincil, samimi insan ilişkileri yerine; resmi, ikincil, anonim tutum ve davranışları gerektirmektedir. Kültürel boyutta kentin zengin tutum, davranış ve ilişkiler sistemiyle özgül bir ‘yaşam tarzı’ni içerdiği söylenebilir. Ancak kentle özdeşleştirilen bu değişim tasavvuru, özünde ilerlemeci, pozitivist bir anlayışın etkilerini taşır” (Çelik 2012: 229).

Gücü, saygınlığı ve seçkinliği olduğu kabul edilen insanlarla yani ‘elitler’le, (ülkemizde kullanılan yaygın anlamıyla) alt sosyo-ekonomik düzeydeki kent merkezi dışında yaşayan insanları temsil eden ‘varoş’lar, kutuplaştırılan kent hayatının görüntüsünü ifade eder ve modern kisveye bürünmüş kast yapısını çağırıştırır. Aynı kentin yaşayanları, ekonomik sebeplerle birbirine yabancılaşmakta, kendini sınıfsal mücadele içinde bulmaktadır. Bu görünümüyle kentler, toplumsal dayanışma ve yardımlaşma değerinden yoksunlaşmaya başlamıştır.

Modern şehirler sadaka, toplumsal dayanışma anlayışını da değiştirmiştir. Karşılıksız yapılan bağışın bir zamanlar sembolü olan sadaka taşlarının yerini, gitar çalan insanların şapkaları; sadaka taşlarından ihtiyacı kadar, kimliğini belli etmeden faydalanan fakirlerin yerini de insanların duygularını sömürerek ihtiyaç zorunluluğu dışında dilenen sahte fakirler almıştır.

Günlük koşuşturmanın arasında bir aralık vasitanın ya da eşyanın emanet edildiği esnafın yerini, paranın araçsallığının öne çıktığı kent hayatında, iş yerinin önüne aracın park edilmesine razı olmayan, iş yerine sadece alışveriş amaçlı insanların girip çıkmasına alışmış esnaf tipi almıştır. Müşteri açısından da bu böyledir. Zira modern kentlerde bir esnafın çayını içip geleneksel yönden de bir anlam ifade eden ziyaretini gerçekleştiren müşteriyi de alışveriş ve gezinti amacı dışında iş yerlerinde görmek pek mümkün değildir. Ortaya çıkan bu değişimle birlikte terk edilen bu davranışlara gelenek mi demek yoksa alışkanlık mı demek doğrudur? Esasen alışkanlıkta belli bir sürekliliği olan davranışların bilince yansımaları yoktur (Demir ve Acar 2002: 13, 14). Gelenekte ise inançlar, değerler ve kabuller vardır (Kirman 2011: 123). Dolayısıyla bu davranışlar genel olarak inanç ve gelenekleri temsil eder. Düşünce ve duygu bağlamında ise caddeleri, sosyal tesisleri, alışveriş merkezleri ve hatta ibadethanelerin yakınları seçilerek kurulan panayırılarıyla, dünyevi kaygıların güdüldüğü kent tasarımında inanç, gelenek ve kolektif bilinç ya hiç yer bulamamış, ya da dünyaya ait objelerin arasında bir yere sıkışıp kalmıştır.

Tönnies'e göre cemaat (gemeinschaft) ilişkileri üzerine kurulu toplumsal yaşam, yerini bireyci bir topluma bırakmaktadır. Cemiyet ilişkileri, bireyin çıkarlarını gözetmekte ve sadece belli bir amacı gütmektedir. Yani bir otobüse binip sürücüsüyle diyalog kuran birinin muhtemel amacı, gitmek istediği yere biletsiz gitmektir. Benzer şekilde Wirth, iş yerlerindeki kasiyerlerle ya da ofislerdeki memurlarla kurulan temasların başka amaçlara yönelik olabileceğini söyler (Giddens 2012b: 946, 948).

Modern zihniyet, çevreye yapay bir görünüm katmaktadır. Bu yapaylık, değişen zihniyetin bir ürünüdür. Ancak bütün yapaylıkların arkasında kentin bir çekicilikler odağı olması vardır (Mucchielli 1991: 51). Çim görünümlü halı sahalar, yapay çiçeklerle donatılmış vitrinler, yapay şelaleler, doğal ortama benzetilmeye çalışılan çocuk parkları -ihtiyaçları karşılamakla birlikte- doğallıktan uzak, doğaya alternatif yapaylıklardır. Kent olmanın getirdiği "çekicilik", kentsel çevrenin yukarıda zikredilen dört temel yapısal ögesinden biridir.

Modernizmde geleneksel kültürün olduğu kadar, doğallığın yoksunluğu da vardır. Bu yoksunluk, kent yaşamına da yansımış, insanlar doğal ortamda bulunabilmek için kilometrelerce yol kat eder olmuştur. Doğanın olmazsa olmazı 'su', sağlık, hijyen ve ticaret kaygısıyla plastik şişelere girmiş, içme suyu artık şebeke suyundan da karşılanamaz olmuştur. Modern şehirler sonuçta, doğasına ve doğallığa yabancılaşmış, zihniyeti dönüşmüş bir insan modeli üretmiştir. Oysa yaşamın idamesinin, doğaya karşı mücadele ederek sağlanamayacağı da bir gerçektir (Mucchielli 1991: 51).

Geleneksel şehirlerde, şehrin ortasında genellikle bir tapınak, saray, hükümet binaları, dükkânlar ve bir halk meydanı bulunmaktaydı (Giddens 2012b: 955). Weber, Hıristiyanlığın kuruluş itibarıyla gezginci bir zanaatkâr ve esnaf dini ve orta sınıf temelli olduğunu; İslâm'ın şehir anlayışının ise politik bir merkez olduğunu ve bu özelliğini yüzyıllar boyu sürdürdüğünü söyler. Weber burada yine Hıristiyanlık karşıtı olarak İslâm'ı seçer ve karşılaştırma yapar (Ülgener 1981: 54). Ülgener'in dediği gibi, "İslâm bir şehirli dindir". Şehrin ve çölün üstün taraflarını bir araya getirip kaynaştırma kabiliyetini göstermiştir. Bunu yaparken de çöle teslim olmadığı gibi, feodal hayat düzeni ve değerlerine de teslim olmamıştır (Ülgener 1981: 65). İslâm mimarisi, insanın içinde yaşadığı çevreyi düzenleyen bir şehir anlayışına sahiptir (Koç 2009: 148).

Modern zamanlarda, kapitalizmin yükselme döneminin katedralleri olarak dev yapılarla tanışılmıştır (Manual 1983'ten aktaran Koyuncu 2013b: 160). İçerisinde birçok sosyal ortamı barındıran bu yapılar, haz ve eğlence anlayışını etkiledi. Fiziksel dönüşüm, gündelik hayatı da şekillendirmektedir. Zira “kent, etkinliklerin ve zamanın rasyonel bir biçimde örgütlenmesini gerektirmesi” (Mucchielli 1991: 51, 52), kentsel çevrenin yapısal öğelerinden biridir. Her konunun uzmanlarının olması, buluşma yerleri, buluşma saatleri zekânın önceliğini ve duygusal olanın egemenliğini ve de dış dünyanın doğayı zedelediği hissini güçlendirmektedir (Mucchielli 1991: 51, 52). Camiler geleneksel kültürde buluşma yerlerinin, namaz vakitleri de buluşma zamanlarının kodlarıydı. “Şu camide” buluşalım, “ikinci namazı”ndan sonra görüşelim gibi. Türkiye’de şehir merkezlerinde, geçmişten kalan tarihi özellikleri temsil eden camiler yer almakla birlikte, şehirlerin merkez ve odağı denilebilecek alanlar daha çok, alışveriş ve eğlence mekânları gibi daha dünyevi amaçlara ayrılmaya, eski yerleşim düzenini koruyan kentlerin merkezinde bulunan ibadethaneler sosyal içerikli, eğlence amaçlı düzenlemelerin ablukası altına girmeye başlamıştır. Zira modernizmin nazarında din, özel alanda yaşaması gereken, vicdanla sınırlı bir inanç sistemidir (Tekin 2013a: 269). Minarelerin yerini alan saat kuleleri, klasik zamanlardan modern zamanlara geçişin fiziksel bir ifadesidir (Koyuncu 2014).

İbadethaneler fiziki özellikleri ve fonksiyonları bakımından tarihi süreç içerisinde değişiklikler yaşamıştır. Mimari tarz olarak modern yöntemler de kullanılmaktadır. Ancak bütün bunlar ibadethanelerin ibadet mekânları olma özelliğinde bir değişikliğe neden olmamıştır. Amaçlarında çeşitlilik olmakla birlikte, esas amaç olan ibadet anlayışı değişmemiştir. Bu bağlamda, değiştiği düşünülen olgu, zihniyettir. Modern insanın ibadethaneye bakışı ve ibadet edenleri algılaması, modernleşme ve sekülerleşmenin şekillendirdiği yeni bir zihin formuna da işaret etmektedir. Zira geleneksel İslâmî mimari, doğa ve çevre ile uyumu daima gözetmeye çalışmıştır (Koç 2009: 152).

Kentte ilişkilerin para dolayımı olması (Mucchielli 1991: 51), özellikle tarihi nitelikteki camilerin büyük bir kısmının, fiziksel anlamda turistik eşya satan işyerleri, restoranlar, eğlence ve sosyal içerikli gösterilerin yapıldığı meydanlar, ticari taksi durakları, çay bahçeleri gibi modern bir çevrenin istilasına uğramasıyla sonuçlanmıştır. Modern kent hayatının önemli unsurlarından olan bu yapılar, hem görsel hem işitsel olarak ibadethanelerin geleneksel fonksiyon ve amaçlarıyla uyumsuzluk halindedir.

Modernleşme sürecinde yaşanan değişim, sadece topluma hitap eden mekânlarla sınırlı kalmamıştır. Modern kültür, bir taraftan düşünce ve duyguları etkisi altına alırken, aynı zamanda barınılan mekânların, ulaşım araçlarının, kullanılan kişisel eşyaların amaç ve fonksiyonlarını da kontrolüne almıştır. Modernlik, Türkiye'yi geleneksel toplum düzeninden koparmaktadır. Bu dönüşümler, yoğunluk açısından bakıldığında, günlük yaşamın en özel ve kişisel özelliklerini değiştirme aşamasına gelmiştir (Giddens 2012a: 12). Geleneksel dönem mekânsal yapılanmasının ürettiği ve bireylerin, ailelerin, komşuların eve yüklediği anlam ile modern dönemin inşa ettiği konutlar arasında hem biçimsel hem de ürettiği ve yüklendiği anlamlar bakımından farklılıklar oluşmuştur (Koyuncu 2013a: 15). Evlerin mahremiyet alanının toplumsal alana taşındığı, şeffaflaştığı bir mimari anlayışta, mahrem dünya da kalmamıştır. Chicago ya da New York'un sıcağında bir bina yapıldıysa Stockholm'de taklit edildi, bir süre sonra Hindistan'da, Tokyo'da, İstanbul'da taklit edildi. Sınırları bile analiz edilmeden, abartılı ve ruhlarından yoksun hale getirildi (Cansever 2012b: 22).

İş hayatında, büroların fiziki tasarımlarında mahremiyet alanına belki daha fazla müdahale edilmeye başlandı. İş yerlerine, ofislere yerleştirilen kameralar ya da en azından çalışanların bulunduğu ortamların kontrol ve denetim amaçlı gözlenebilir fizikî ortam tasarımları Türkiye'de iyice yaygınlaşmış ve kabul edilmiştir. 'Kabul edilmek' özellikle, mahremiyet alanlarına son derece önem veren İslâm dininin Türkiye'deki temsil oranıyla ilgilidir.

Yabancı kültürün, model olarak toplumun en mahrem mekânları olan evlerine kadar sokulması, evlerin dış ve iç mekân itibarıyla görsellik ve fonksiyonlarını dönüştürmüştür. Fiziki olarak meydana gelen bu modernizasyon, gelişmenin yanında, geleneksel kültürün zedelenmesini de ifade etmektedir. Zira modernleşme, geçmişteki duruma bağlı olmadan bilgi edinme ve daha çok geleceğe ilişkin düşünce ve eylemleri kapsıyorsa (Çapcıoğlu 2011: 25), geleneksel kültürde yer alan bir takım unsurların, bu anlayış içerisindeki yeri ne olacaktır? Örneğin ibadetlerin yerine getirilmesi için kullanılan konut alanları ve bir takım eşya, modern kültürde yerini nasıl bulacaktır? Müslümanların sürekli kullanmak durumunda olduğu ve abdest alma ibadetlerini yerine getirmek için sıklıkla kullandıkları lavaboların tasarımı, hiç de küçümsenmeyecek bir dönüşüm geçirmiştir. Zira bu tasarım, abdest ibadetinin yerine getirilmesi için son derece kullanışsız ve yorucudur. Gerçi bu ürünlerin uygun hale getirilmeye çalışıldığı alternatifleri de üretilmeye

başlanmıştır. Bu, Müslümanların modern dünyanın imkânlarını yerelleştirebilmesi ve kendi kültürleriyle yorumlayabilmesiyle ilgilidir. Müslümanların ekonomik geliri arttıkça ve insan değeri anlaşılmaya başladıkça artık lavabolar da bu tür ihtiyaçlara cevap verebilecek özelliklerde üretilmeye ve fizikî seviyeleri aşağıya çekilmeye başladı.

Diğer taraftan konutların içerisinde bulunan kitaplık, namaz kılma alanları, modern kültüre göre şekillenmektedir. İhtiyaçtan dolayı bulundurulan ‘kitaplara göre kitaplık’ yapmak yerine, görsel zevke hitap eden modernize edilmiş ‘kitaplığa göre kitap’ bulundurma, kültürel ve fiziksel alanda yeni kabulleri simgeliyor. Konfor ve görsel zevk ittifakının eseri olan oturma grupları, konsollar çocuklarla geçirilecek vaktin uygulama alanlarını ve ibadet alanlarını sıkıştırıyor. Alan sorunu bilgisayar, tablet gibi elektronik aletlerin varlığıyla birleşince, fiziksel yakınlığı bulunmayan aile bireylerini, kolektif bilinçten, bireyselliğe doğru itiyor. Bireyselliğin artması da, modern toplumun temel özelliklerinden birisi olarak değerlendirilmektedir (Çelik 2013: 278).

3. MODERNLEŞME VE KENTİN EKONOMİK SEMBOLLERİNİN TASARIMI

Zihniyet ve yaşam ortamı ilişkisinde, ilişkilerin para dolayımı olması, kentsel çevrenin yapısal öğelerinden biridir (Mucchielli 1991: 51). İnsanların çeşitli ihtiyaçlarını karşılamak için başvurdukları alışveriş uygulaması, para merkezli bir uygulamadır. Üretim ve tüketim mekanizması üzerine kurulu, tüketicinin sınırsız teşvik edildiği bir sistem olan kapitalizmin (Tekin 2013b: 240) en önemli sonuçlarından biri AVM’lerdir. Dış görünüşünden reyonlarının tasarımına kadar rasyonel hesapların gözetildiği alışveriş merkezleri, semt pazarlarının ‘ihtiyaç karşılama’ ve ‘geçim sağlama’ sınırlarının çok ötesinde kaygıları bulunan modern bir kurgunun ürünüdür. Elbette bir alışveriş merkezinin en önemli kaygısının kâr olması doğaldır. Geleneksel ticari anlayışta da kazanma duygusu alışverişten dolayısıyla kârdan soyutlanmış olarak düşünülemez. Fakat rasyonel düşünce, tüccara pazarlama yöntemlerini de yeniden düşündürmüş, tüccarın, sürekli kâr etme amacı üzerine kurgulanmış fiziksel ortamlar, psikolojik çekiciler ve reklam teknikleri geliştirmelerini sağlamıştır.

AVM’lerin tasarımı, fizikî görünüşleriyle sınırlı kalmamış, bu mekânların yer seçimi için bilimsel yöntemler kullanılmaya başlanmıştır. Bunun için CBS (Coğrafi Bilgi Sistemleri) kullanılmaktadır (Köksal 2011: 77). Şehir merkezleri, önemli arterler, nüfus yoğunluğu, semtin coğrafi konumu

AVM'lerin yer seçiminde belirleyicidir. Bazen 'şehrin dışı' denilebilecek yerlerin seçilmesi, bu noktaların ya önemli şehirlerarası kavşaklar olmasından ya da park sorununun kalıcı olarak çözülmesi anlayışından ileri gelmektedir. Sebep ne olursa olsun AVM'lerin yer seçiminde esas olan, amacı ve doğası gereği ticari kaygılardır.

AVM'lerin yer seçimi kadar, giriş ve çıkışlarının müşterilerini yönlendirme, ilgi çekme ve odaklama kabiliyeti de önemlidir. Bazı AVM'lerde yürüyen merdivenlerin inen ve çıkan bölümlerinin birbirlerine mesafeli kısımlardan sağlanması sayesinde müşterinin, AVM içerisinde bulunan mağazaların birçoğunun önünden geçmiş olması avantajı vardır. Büyük marketlerin içerisinde zamanı gösteren bir saatin bulunmaması da bu mantıkla düşünülmüş olup, alışverişe dalan insanların zaman mefhumunu unutmaya avantajı hesaplanmaktadır. Hava şartlarına göre AVM'lerin ısı ayarlarının sürekli kontrol altında tutulması, bir taraftan tasarrufu, bir taraftan kaliteyi, bir taraftan da müşterilerin konforlu alışveriş yapmasını hedeflemektedir. Elbette insanların birçok yönden faydasına olduğu tespitiyle birlikte, bu türden uygulamalar aynı zamanda, alışverişin aksamasını da önlemeye yönelik tedbirlerdir.

Geleneksel alışveriş mantığı Türkiye'de değişmektedir. Artık Müslüman toplumlar da AVM'lerin devamlı müşterileridir. Müslüman toplumlarda AVM'lerin belirli yerlerinde önemli bir ihtiyacı karşıladığı düşünülen mescitlerin, özellikle son zamanlarda AVM'lerin bir köşesine yerleştirilme çabası da, bir anlamda tercih sebebi olmada etkilidir. Bu uygulamanın, bölgenin bu konudaki beklentilerinin de hesap edilerek gerçekleştirildiği bir anlayışı temsil ettiği hususunun altı çizilmelidir.

Kent hayatının önemli bir ekonomik unsuru olarak AVM'ler bir çekicilikler merkezidir. Reklam panoları ve vitrinleriyle genel anlamda tüketime teşvikin arttığı AVM'ler, bir taraftan da çocukların dikkat ve ilgilerini hesap etmektedir. Marketlerin giriş ve çıkış reyonlarında, kasa reyonlarında çocukların ilgisini çekecek şekerleme ve sakız türü ürünlerin yanında, birçok kişinin ihtiyacını karşıladığı gerçeğini tespitle birlikte AVM giriş ve çıkışları ile mağazaların çevrelediği alanlarda, çocukların gıda, oyun ve eğlence merakına hitap eden ürünlerin yerleştirildiği alanlar oluşturulmuştur. Ebeveyn açısından da düşünüldüğünde, bu çekicilere maruz kalan çocuğun isteğine 'hayır' diyecek aile çok az sayıdadır.

Diğer taraftan çocukların benimsediği çizgi film ve film kahramanlarının resim ve sembollerini taşıyan ürünler, diğerlerine kıyasla daha fazla fiyatlandırılmasına rağmen, çocukların ilgi ve isteklerine arz edilmesi sayesinde kolaylıkla pazarlanmaktadır.

İhtiyaç dışı yapılan bu alışverişler, kapitalizmin en önemli dinamiklerindendir. İhtiyaç, ekonomi biliminin ilgilendiği bilinmeyenlerin arasında, en zorlu bilinmeyendir. İktisatçıya göre ihtiyacın ölçüsü “faydalılık”tır. Psikologlara göre bu, motivasyondur. Sosyologlara göre, ihtiyaçların toplumsal-kültürel bir yanı ve toplumsal dinamiği vardır (Baudrillard 1997: 75). İslâm hukukçularının ihtiyaçla ilgili geniş tanım ve tasniflerine girmeden, ihtiyacın geleneksel anlamda ne ifade ettiği kısaca, “insanın hissettiği ve telafi etmediği sürece sıkıntıya düşeceği ve bazı işlerini gereği gibi yapamayacağı eksiklikleri” (Yaran 2000: c.21) şeklinde belirtilebilir.

Özellikle marketlerin kasalarında rastlanılan bir uygulama, belirli tutarlarda alışveriş yapan müşteriler için, daha düşük fiyatlarla yeniden belirlenmiş ürünlerin arz edilmesi şeklindedir. Market içerisinde alışverişini tamamlamış ve aldığı ürünlerin ücretini ödemek için kasaya kadar gelen bir müşteriye, ihtiyacı olmamasına rağmen, kasada tanıtımı yapılan ve fiyat bakımından da cazip görünen bu ürünler kolaylıkla pazarlanmaktadır. Çünkü müşteri artık ihtiyaç belirleyen öge değil, üretici tarafından onun adına ihtiyacı belirlenmiş nesnedir. Ürünün ihtiyaç olup olmadığını denetleme kabiliyeti, en azından eğilimsel olarak elinden alınmıştır.

Bauman, tüketim toplumu kültürünün öğrenmeyle değil çoğunlukla unutmayla ilgili olduğunu söyler. İstemek ve beklemek birbirinden bağımsız hale getirildiğinde, tüketicinin tüketim potansiyelinin herhangi bir doğal ihtiyacın belirlediği sınırların ötesine geçmesi sağlanabilir. Burada hesabı yapılan şey, artık istenen nesnenin fiziksel dayanıklılığı değildir. İhtiyaçların belirlenmesi ve giderilmesi arasındaki geleneksel ilişki çözülmüş ve tersine çevrilmiştir. Tatmin olma vaadi ve beklentisi, tatmin konusu olan ihtiyaçtan önce gelir ve her zaman gerçek ihtiyaçtan daha çekici olacaktır (Bauman 2010: 94, 95). Dolayısıyla ihtiyaç kavramı, değer yargısı temelinden alınmış, kazanma ve tüketim odaklı olarak yeniden tanımlanmıştır.

AVM’ler, kent hayatında ilişkilerin para dolayımı olmasının (Mucchielli 1991: 51) somutlaştığı alanlardan biridir. Tüketme kapasitesini artırmak için tüketiciye, ilgisini başka yöne çekecek fırsat tanınmamalıdır. Tüketicinin tüketim için yeni çekicilere maruz kalmaları için daima uyanık tutulmaları,

böylelikle hiç teskin edilmeyen bir heyecanlılık halinde bırakılmaları ve üstelik hep bir kuşku ve memnuniyetsizlik halinde tutulmaları gerekir. Dikkatlerini başka yere çeken çekicilerin, bir yandan bu memnuniyetsizlikten kurtulmayı vaat ederken, kuşkuyu da benimsemesi gerekir: “Her şeyi gördüğünü mü sandın? Daha hiçbir şey görmedin!” (Bauman 2010: 96). Özellikle promosyon adıyla, marketlerin en ortalık ve göze hitap eden yerlerinde teşhir edilen indirimli ürünler, ihtiyacı olmasa bile almaktan kaçınması zor bir çekiciliğe sahiptir.

Kentli zihniyetinin bir çekiciler odağı olarak (Mucchielli 1991: 51) özellikle AVM’lerde işitsel, tatsal, görsel ve denenebilir çekiciler kullanılır. Bireyin seçme işlemini yönlendiren etmenler, uyarıların şiddet, büyüklük, parlaklık, karşıtlık, hareketlilik gibi fiziksel özellikleri ile güdü, beklenti, ilgi, dikkat gibi psikolojik faktörlerden oluşur (Aydın 2005: 156). Alışveriş merkezleri söz konusu olduğunda, görsel çekicilerin başını vitrinler çeker. Baudrillard “camın saydamlığı ardında, metanın saydamsız statüsünü ve mesafesini muhafaza ederken aynı zamanda sokak olan bu özgül mekân yani vitrin, aynı zamanda özgül bir toplumsal ilişkinin de yeridir” der ve vitrini metanın değiş tokuştan önce yüceltilmesinin “kanak dansı” olarak betimler (Baudrillard 1997: 204). Mağazanın vitrin ışıklandırması, giyim bölümünde özellikle üretilmiş, görsel zevki yükselten spotlar, indirim duyurularında kullanılan materyalin renk canlılığı, teşhir edilen ürünlerin göze hitap etmesinde son derece önemlidir. Bu fiziksel çekicilerin, alıcının psikolojik faktörleriyle birleşmesi, ürünlerin pazarlanmasını oldukça kolaylaştırmaktadır.

Somut yönü olmamakla birlikte, en az görsel çekiciler kadar alışverişe ivme kazandıran faktörlerden biri de işitsel çekicilik işlevi gören araçlardır. Bunların başında, satılan ürünün yaş, cinsiyet, kültür ve yaşam tarzıyla ilintili müziklerin mağazanın içerisinde peş peşe verilmesi, alışveriş heyecanını pekiştirmektedir. Bir kot pantolon mağazasında çalınan rock müzik, dinî içerikli kitap ve malzemelerin satıldığı mağazada dinletilen ilâhiler, ürün ve alıcının psikolojik faktörleri arasında kurulan önemli bir işitsel bağıdır. Müziğin aralıksız verilmesi de, alıcının alışveriş konsantrasyonunu devamlı kılma işlevi görmektedir.

Son zamanlarda iyice alışılan ve hatta gözlerin marketlerin bir köşesinde arar hale geldiği, tatsal çekici olarak ürünlerin tadına bakma fırsatı veren reyonlar, müşterinin alma istemini artırmaktadır. Elbette bunun aksi de mümkün olmakla birlikte, tadına bakılmış bir ürünün damakta bıraktığı lezzet, açlık dürtüsüyle de birleşmişse, bu ürünün satın alınma olasılığı oldukça yüksektir.

Açlık ya da susuzluk gibi fiziksel dürtülerin arzulaşmış kıvamında, müşterinin tadına baktığı ya da içindeki sıvıyı gördüğü bir üründen vaz geçmesi kolay değildir. Uzmanların “aç iken marketlere gitmeyin!” uyarısının mantığı da bu olsa gerek. Fiziksel dürtülere maruz kalmış bir müşterinin, üstelik bir de ürünün tadına bakmışken, o ürünü veya benzerini satın alma olasılığı diğerine göre çok daha fazladır.

Denenebilirlik, satışa sunulan ürünün, alıcı tarafından bizzat tecrübe edilmesi demektir ki, oyun merakı olan bir çocuğun/gencin, piyasaya yeni sürülmüş bir bilgisayar oyununu, çözünürlüğü ve ses kalitesi yüksek cihazlarla denemesi, satın alma dürtüsünü kamçulamaktadır. Aynı şekilde bir otomobilin test sürüşüne sunulması ile meraklısının otomobil üzerinde yoğunlaşması ve bizzat aldığı hazzın, ürünü satın alma yönündeki düşüncesini etkilemesi amaçlanır. Zaten iş ve ticaret hayatının asıl hedefinin net kâr sağlamak olduğu (Casson 2005: 46) bu anlayışlardan elbette farklı bir yaklaşım beklenemez.

Dinî ve geleneksel bir anlamı olan pazarlık (Buhârî, Büyü 58; Müslim, Büyü 14), AVM’lerin bünyesinde mümkün olmamaktadır. Sabit fiyatları olan ürünler, müşteri adına yapılan pazarlığı simgeleyen indirim etiketleriyle satışa sunulmaktadır. Pazarlık, bir anlamda müşteri adına satıcının kendisiyle yapılmaktadır. Dolayısıyla müşterinin hiçbir fiyat belirleme ya da teklif etme inisiyatifi söz konusu olmamaktadır. Küreselleşen sermayenin (Tekin 2013b: 241) ortak dili, “tüketiciye pazarlık hakkı tanımayan satış”tır. Baudrillard, çağdaş kapitalizmin temel sorununun artık en fazla kârın hedeflenmesiyle üretimin rasyonelleştirilmesi arasındaki çelişki olmadığını; sınırsız üretkenlikle ürünlerin piyasaya sürülmesi arasındaki çelişki olduğunu söyler. Bu aşamada yalnızca üretim ve fiyatların belirlenmesi ve denetlenmesi değil, tüketim ve fiyata talep edilecek olanın da belirlenmesi ve denetlenmesi sistem açısından hayati önem taşır. Bunun da sonucu ya üretim aşaması öncesi piyasa yoklaması, piyasa araştırması ya da sonraki aşamadaki reklam, pazarlama, göze hoş görünür kılma yöntemleriyle, tüm karar gücünü ve iradesini güdülemek amacıyla müşteriden alıp işletmeciye vermektir. Özetle, bireyin davranışlarının piyasaya uyum sağlaması; genelde de toplumsal tutumların üreticinin ihtiyaçlarına uyum sağlaması söz konusudur (Baudrillard 1997: 77, 78). Modern dünyanın getirdiği bu yöntem, modernizmin kurguladığı, kapitalist tüketim odaklı ve kâr amaçlı bir pazardır.

Kapitalizm ve endüstriyalizm, modernlik kurumlarıyla ilişkili boyutlardır. Endüstriyalizmin esası, maddî güç kaynaklarının üretimde kullanılmasıdır (Giddens 2012a: 53, 54). Kapitalizmde kâr, en başta gelen amaçtır (Demir ve

Acar 2002). Bu bağlamda, yukarıdaki özellikleriyle “alışveriş merkezleri kapitalizm ve endüstriyalizmin modern kentlerdeki tüketim merkezleridir” şeklinde bir açıklamada bulunulabilir. “Weber, “Sahip olduklarını kendi mülkiyetinde tutman ve ona göre yaşamın gerektiğini aklında tut”, “Unutma ki para, yenilenen ve kârlı bir doğaya sahiptir. Para parayı üretir ve ondan elde edilen ve daha fazlasını ve daha fazlasını üretebilir.” (Weber 2011: 49, 50) ifadelerini kullanmaktadır. Weber’in kapitalizmin ruhunu özetlediği bu cümleler, kişisel menfaatin sosyo-ekonomik kıymetliliğine işaret etmektedir.

AVM’lerin toplumsal plânda olumlu yönlerini görmemek mümkün değildir. Konuyla doğrudan ilgisi bulunmamakla birlikte, toplumsal plânda düşünüldüğünde AVM’lerin toplum hayatına katkılarını otopark imkânları, çocuk oyun alanlarının bulunması, sosyal aktivitelere imkân tanınması, güvenlik, mağaza ortamının ısı derecesinin düzenli olması, temizliği şeklinde sıralamak mümkündür (Köksal 2011: 82). Ne var ki, insanı devre dışı bırakarak, etrafta cereyan eden olguları sadece mal ve para akımı olarak algılamak ve insan unsurunu sadece müşteri vasfıyla düşünmek işin rengini değiştirmektedir (Ülgener 2006: 7).

Kent hayatının bunaltıcı, yoğun ve rutin akışı tek başına bile stres sebebi olabilmektedir. İş, aile, trafik, sağlık, etik birçok faktör birleştiğinde, kent hayatı içinden çıkılmaz bir hal alır. İnsanlar streslerini ve yorgunluklarını çeşitli şekillerde üzerlerinden atmaya çalışırlar. Kimileri tatil, piknik, gezinti, eğlence, kitap okumak, sinema, spor, ibadet gibi faaliyetlerle bu anlamda ruh ve beden ihtiyaçlarını gidermeye çalışırken, kimileri de uzmanlarınca verilmesi gereken psikolojik desteğe ihtiyaç duyacak derecede kent hayatının etkisindedir. Ancak diğer tarafta, bu ihtiyacı alışveriş yaparak karşılamaya çalışanlar da vardır. Bu insanlar, alışverişi bir çeşit terapi gibi yaşamaktadırlar. Bu insanların, alışverişi diğer sosyal alanlara, psikolojik desteğe tercih etmeleri, bu fırsatları bulamamalarından kaynaklanabilir.

Sıkıcı bir gün geçirildiğinde ya da birileriyle tartışıp stres atmak istenildiğinde neden bir başka aktivite yerine alışveriş yapmak tercih edilir? Doğrusu söz konusu olan bir “tercih” meselesi de değildir. Modernite diğer davranışları dönüştürmede etkili olduğu gibi, modern projenin tüketim tasarımları da stres atma anlayışını değiştirdi. Türkiye’de artık alışkanlıklar ve ihtiyaçlar modern tüketim toplumunun yapısıyla, alışveriş yaparak stres atma “yeni durumsal mantığıyla” (Mucchielli 1991: 61-63) uyum sağlıyor. Yetmiş ve seksenli yılların çocukları oyun ve eğlence için sokağı rahatlıkla kullanabilirken, iki binli yılların çocukları eğlence ve oyunu sanal âlemden

aramaktadır. Yetişkinler için de durum çok farklı değildir. Arkadaşlık, dostluk gibi ilişki ihtiyaçları siber âlemde; oyun ve eğlence ihtiyaçları da sanal âlemde giderilmeye çalışılmaktadır. Çocukları bu modern oyuncakların başına iten, onları sokak kültüründen soyutlayan birçok etken vardır. Bu etkenlere, modern anlayışın beraberinde getirdiği sokak güvenliği sorunu, oyun ve eğlence için gerekli olan yeterli fizikî alan sorunu, çocukların dışarda gerçekleştirdiği fiziksel oyunların strateji, savaş, aksiyon, macera gibi isimlerle kamufle edilmiş, eğlenceye dönüştürülmüş şiddet içerikli oyunların sanal âlem aracılığıyla içeriye taşınması gibi örnekler verilebilir. Bütün bunlar insan vücudunun fiziksel ihtiyaçlarını karşılamak için yeterli olmadığı gibi fiziksel ve toplumsal yeni sorunları da beraberinde getirmiştir. Bir gazete almak için en azından mahallenin bakkalına kadar gidip gelmek fiziksel bir faaliyet gerektiriyordu. Bu basit ihtiyaç bile artık siber âlemde karşılanıyor. Esasen bu örnekler, yeni toplumsal sorunları temsil etmektedir. Modernleşen dünyanın patolojik vakası olan stres, yine modernitenin bir yöntemiyle tedavi edilmeye çalışılmaktadır: Alışveriş. Bu kurgu, “üretmek, yeniden üretmek” sloganıyla, bilgisayar virüslerinin üretilip yayılmasından sonra, anti virüs programlarının üretilip piyasaya sürülmesi ilişkisinden yöntem olarak çok farklı değildir. Modern kurgu, ekonomik alandaki taktiğini toplumsal alana uyarlamıştır.

Bütün fizikî görsel çekicileriyle müşterilerini bekleyen oteller, neredeyse tamamen Batı toplumlarının modelini esas alan, modern dünyanın en cazip mekânlarından. Doğrusu geleneksel kültürün çok az yer bulabildiği bu oteller, lavabo ve tuvaletleri, havuz ve spa merkezleriyle modern dünyanın tek mekân içerisindeki fiziksel örüntüsünü temsil etmektedir. Batı tarzında ve modern standartlarda dizayn edilmiş oteller, gelenek ve kültür kaygısının güdülmediği, Batılı anlayışın dayatıldığı çok özel tasarımlardandır. Örneğin, otellerin tamamında yaygınlık gösteren klozet kullanımı, çok önemli bir fonksiyon olarak, hasta ve yaşlıların işini kolaylaştırmaktadır. Bu genel kabulün ardından şu ayrıntıyı da gözden kaçırmamak gerekir: İslâm toplumlarında yükselen otellerde bulunan klozetlerin taharet musluğunun bile olmaması düşündürücüdür. Bu sorun, modern kültürün yerli kültüre dönüştürülemediği olmasından kaynaklanmaktadır. Türkiye’de bunun bir problem teşkil etmemesi de, bu dönüşümün kısmen gerçekleştirilebilmiş olmasından ileri gelmektedir.

Otel odalarında bulunan soğutucuların içerisinde ekstra ücrete tâbi, içecek ve yiyecekler, alışveriş imkânı sağlayan iç mekândaki merkezler, bazı ihtiyaçları karşılamakla birlikte tüketim için alınan tedbirlerin yoğunluğunu göstermektedir. Elbette ticaret maksadı bulunan işletmeler kâr amacı gütmek

zorundadır. Bu, işin doğasında vardır. Burada dikkat çekici husus, “kentsel çevre mantığı”nın (Mucchielli 1991: 50-58) bir parçası olan çekicilerdir.

Çevredeki fizik dünyanın bu dönüşümü, zihniyet dünyasını da etkisi altına almakta, ibadethaneler veya AVM’ler gibi kamusal alanlarda dinî ve geleneksel kültürün somut yansımalarında kırılmalar oluşmaktadır. Dolayısıyla insanın failliği, modernleşme karşısında edilgen bir olgu olarak kalmakta, toplumsal yapının fizikî alanını, dinî inançları ve geleneksel kültürünün referanslarıyla şekillendirmede bu failliği gösterememektedir.

SONUÇ

Farklı şekillerde de olsa, insanlığın başlangıcından beri var olan alışveriş, insan unsurunun bulunduğu her yerde varlığını sürdürecektir. Toplumların vaz geçilmezi olan ticaret, modernizmin geleneksel olandan kopuş için kullandığı en etkili silahtır. İnsanlığın bütün ihtiyaçlarının en detaylı şekilde tasarlanıp kendisine arz edildiği günümüz toplumları, modernizmin kurguladığı ‘ihtiyaç olmasa da satın alınmasını gerektirecek yapay sebepler’in türetilmesi sayesinde tüketim çılgınlığından payını almaktadır.

Modernleşme kuramı şehirlerin, AVM’lerin, otellerin ve evlerin tasarımlarında, tüketim için her türlü sebebi denemekte, ortaya çıkan fiziksel görüntüler ise geleneksel ve dinsel olandan soyutlanmaya çalışılmaktadır. Din ve geleneğe ait olan her unsur, modern kurgunun “dönüştürülmesi gerekenler” listesindedir.

Modern anlayış, insanların “mahrem” olarak kabul ettiği her özelinin, toplumsal alana taşınması için vasıtalar üretir. Bu vasıtalar kimi zaman konutların tasarımında kendini gösterir, kimi zaman da sosyal medya gibi yeni modellerle ortaya çıkar.

Modern dünya artık ne yana bakılırsa, seküler bir zihniyetin yansımaları, küresel ticari bir rekabetin varlığını temsil etmektedir. Modern dünya, bütün olumlu ve gelişmişliği sergileyen yönlerinin yanında, İslâm toplumlarının geleneksel kültürünü değişime zorlamakta, seküler anlamlarla yeniden yapılandırmaya çalışmaktadır.

Kentlerin fiziksel değişimleri ve sosyal ilişkilerin daha dünyevî düzeye indirgenmesi, yeni toplumsal kabulleri ve yeni anlayışları beraberinde getirmektedir. Esasen değişen ve dönüşen sadece fizikî çevre ve sosyal ilişkilerin niteliği değildir. Algı ve zihniyet dünyası da değişmekte ve dönüşmektedir. Dolayısıyla fizikî çevreyi ve bu çevrede meydana gelen

değişimleri algılayan insanın zihni de yeniden kodlanmaktadır. İbadethane, bir ibadet mekânı olma özelliğini korurken, bu mekânların fizikî çevresi, modern kabullerle yeniden imar edilmektedir. Bu, geleneksel kültürün yeniden yorumlanmasıyla ilgilidir. Ancak modernleşmenin biçimlendirdiği zihniyete sahip olan insan AVM'ler, oteller, siteler tasarlayacak, bu tasarımını en ince ayrıntısına kadar kâr etme kaygısı üzerine kurgulayacaktır. Fiziksel ve ekonomik alanları birbirine kapital kodlarla bağımlı kılacaktır. Artık kent hayatının fizikî ve ekonomik biçim vericileri din, ahlâk ve gelenek değil, bireysellik, yapaylık ve tüketimi temsil eden modern kurgudur.

KAYNAKÇA

- Akgül, M. (1999), *Türk Modernleşmesi ve Din*, Çizgi Kitabevi, Konya.
- Arslan, A. (2012), *Modern Dünyada Müslümanlar (6. Baskı)*, İletişim Yayınları, İstanbul.
- Aydın, A. (2005), *Gelişim ve Öğrenme Psikolojisi (6. Baskı)*, Tekağaç Eylül Yayınları, Ankara.
- Baudrillard, J. (1997), *Tüketim Toplumu*, (Çev: H. Deliceçaylı; F. Keskin), Ayrıntı Yayınları, İstanbul.
- Bauman, Z. (2010), *Küreselleşme, Toplumsal Sonuçları (3. Baskı)*, (Çev: A. Yılmaz), Ayrıntı Yayınları, İstanbul.
- Buhârî, M. b. (1981), *Câmi 'u's-sahîh, el-Kütübü's-Sitte*, Çağrı Yayınları, İstanbul.
- Cansever, T. (2012a), *İslâm'da Şehir ve Mimari (7. Baskı)*, Timaş Yayınları, İstanbul.
- Cansever, T. (2012b), *Kubbeyi Yere Koymamak (5. Baskı)*, Timaş Yayınları, İstanbul.
- Casson, H. N. (2005), *Hayatta İlerle ve İlerlet*, Hayat Yayınları, İstanbul.
- Çapcıoğlu, İ. (2011), *Modernleşen Türkiye'de Din ve Toplum*, OTTO Yayınları, Ankara.
- Çelik, C. (2012), "Göç, Kentleşme ve Din", (Ed: N. Akyüz; İ. Çapcıoğlu), *Din Sosyolojisi El Kitabı*, Grafiker Yayınları, Ankara, ss. 297-306.
- Çelik, C. (2013). "Dini Gruplar Sosyolojisi", (Ed: M. Bayyigit), *Din Sosyolojisi*, Palet Yayınları, Konya, ss. 297-306.
- Çınar, A. (2013), *Modernizm, Kent ve Toplum*, Emin Yayınları, Bursa.
- Demir, Ö.; Acar, M. (2002), *Sosyal Bilimler Sözlüğü (6. Baskı)*, Adres Yayınları, Ankara
- Gencer, B. (2010), "Seküler Gelenekten Seküleristik Modernliğe", *Rihle*, Temmuz-Eylül (10), ss. 21-28.
- Giddens, A. (2010), *Sosyoloji, Kısa Fakat Eleştirel Bir Giriş (3. Baskı)*, (Çev: Ü. Y. Battal), Siyasal Kitabevi, Ankara, 2010.
- Giddens, A. (2012a), *Modernliğin Sonuçları (5. Baskı)*, (Çev: E. Kuşdil), Ayrıntı Yayınları, İstanbul.
- Giddens, A. (2012b), *Sosyoloji*, (Yayıma Haz: C. Güzel), Kırmızı Yayınları, İstanbul.

- Kirman, M. A. (2011), *Din Sosyolojisi Terimleri Sözlüğü*, Rağbet Yayınları, İstanbul.
- Koç, T. (2009), *İslâm Estetiği*, İSAM Yayınları, İstanbul.
- Koyuncu, A. (2013a), “Gündelik Hayatta Komşuluk”, *Sosyoloji Divanı, Komşuluk, Sosyoloji Dergisi* (2), Temmuz-Aralık, ss. 9-21.
- Koyuncu, A. (2013b), “Kimliğin İnşasında Kent: Konya Örneği”, *Akademik İncelemeler Dergisi*, 8 (2), ss. 155-179.
- Köksal, Y. (2011), *Kuruluş Yeri Açısından Cadde ve Alış Veriş Merkezi Mağazacılığının Karşılaştırılması: Ankara İlinde Bir Araştırma*, Mustafa Kemal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 8 (16), ss. 75-87.
- Kurt, A. (2012), *Din Sosyolojisi (3. Baskı)*, Sentez Yayınları, İstanbul.
- Küçükbaşcı, M. S. (2002), “Şehir”, *Türkiye Diyanet Vakfı İslâm Ansiklopedisi*, c. 38, Türkiye Diyanet Vakfı Yayınları, İstanbul, ss. 441-446.
- Mucchielli, A. (1991), *Zihniyetler*, (Çev: A. Kotil), İletişim Yayınları, İstanbul.
- Müslim b. Haccâc. (1981), *el-Câmiu's-Sahîh, el-Kütübü's-Sitte*, Çağrı Yayınları, İstanbul.
- Slattery, M. (2011), *Sosyolojide Temel Fikirler (4. Baskı)*, (Çev: Ö. Balkız vd.), Sentez Yayınları, İstanbul.
- Tekin, M. (2013a), “Kamusal Alanda Din” (Ed: M. Bayyığıt), *Din Sosyolojisi*, Palet Yayınları, Konya, ss. 253-273.
- Tekin, M. (2013b), “Küreselleşme Olgusu ve Din”, (Ed: M. Bayyığıt), *Din Sosyolojisi*, Palet Yayınları, Konya, ss. 227-248.
- Ülgener, S. F. (1981), *Zihniyet ve Din, İslâm, Tasavvuf ve Çözülme Devri İktisat Ahlakı*, Der Yayınları, İstanbul.
- Ülgener, S. F. (2006), *Zihniyet, Aydınlar ve İzm'ler*, Derin Yayınları, İstanbul.
- Weber, M. (2011), *Protestan Ahlakı ve Kapitalizmin Ruhu (Tam Metin)*, (Çev: E. Aktan), Alter Yayınları, Ankara.
- Yaran, R. (2000), “İhtiyaç”, *Türkiye Diyanet Vakfı İslâm Ansiklopedisi*, c. 21, Türkiye Diyanet Vakfı Yayınları, İstanbul, ss. 573-574.

Function of Public Relations in Corporate Perception Management¹

Kurumsal Algı Yönetiminde Halkla İlişkiler Fonksiyonu

E. Erdal YÖRÜK*
E. Erhan SUMMAK**

ABSTRACT

In this study, the purpose is to define the concepts of perception management and corporate perception management and to explain for what functions public relations are responsible within these concepts. These functions are classified under two main areas as internal and external functions. In addition to this, the components of perception management that have a significant importance for corporations are expressed and necessary applications are pointed out for an effective use. It is also stated that public relations play an important role in understanding, interpreting and addressing individuals and groups of people within this understanding of perception management. It is also emphasized that public relations must be permanent in the understanding of perception management and it is important to determine and provide the demands, expectations and needs of individuals that establish the internal and external corporates. It is pointed out that public relations with perception management are interrelated and complementary processes. It is also described what basic rules are required when building corporate perception management and which application principles there are. It is also pointed out that target populations have cultural characteristics and value judgments. The characteristics of public relations messages are described when building the understanding of perception management. It is important to get feedback of these applications and to measure them in this process. It is necessary to prevent any negative perception either in internal or in external corporations by using the real examples. Visual elements of a corporation that constitute an important source for perception must be designed effectively, it should reflect the corporate identity and it should also support the perception to be created in this way.

KEYWORDS

Perception, Perception Management, Public Relations

Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu Dergisi Yıl:2016 Cilt:19 Sayı:1 ss.259-275 **Makale Gönderim Tarihi:** 18/04/2016 - **Kabul Tarihi:** 22/04/2016

¹ Bu makale, 16-19 Eylül 2015 tarihlerinde Floransa'da (İtalya) yapılan konferansta (19th International Academic Conference, IISES) bildiri olarak sunulmuştur.

* Öğr. Gör., Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu, eerdal@selcuk.edu.tr

** Yrd. Doç. Dr., Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu, summak@selcuk.edu.tr

ÖZ

Bu çalışmada algı, algı yönetimi ve kurumsal algı yönetimi kavramları tanımlanarak bu kavramlar içerisinde halkla ilişkilerin yerine getirdiği fonksiyonlar açıklanmaya çalışılmıştır. Bu fonksiyonlar kurum içi ve kurum dışı olmak üzere iki temel alan içerisinde sınıflandırmaya tabi tutulmuştur. Bunun yanında kurumlar için ciddi öneme sahip olan algı yönetiminin bileşenleri ifade edilmiş ve etkin kullanımı için gerekli olan uygulamalar ortaya konulmaya çalışılmıştır. Algı yönetimi anlayışı içerisinde halkla ilişkilerin bireylerin ve kitlelerin anlaşılmasında yorumlanmasında ve yönlendirilmesinde oynadığı rol ifade edilmiştir. Halkla ilişkilerin algı yönetimi anlayışında sürekliliğine vurgu yapılarak iç ve dış kamuları oluşturan bireylerin istek, beklenti ve ihtiyaçlarının belirlenmesi ve karşılanmasının önemine değinilmiştir. Algı yönetimiyle halkla ilişkilerin bir biriyle iç içe geçen ve birbirini tamamlayan süreçler olduğuna dikkat çekilmiştir. Kurumsal algı yönetimi kurgulanırken uyulması gereken bazı temel kuralların neler olduğu ve uygulama esasları belirtilmiştir. Bu süreçte hedef kitlenin sahip olduğu kültürel özellikler ve değer yargularının ne kadar önemli olduğu ortaya konulmaya çalışılmıştır. Algı yönetimi anlayışı içerisinde kurgulanan halkla ilişkiler mesajlarının sahip olması gereken özellikleri ifade edilmiştir. Bunun yanında süreçteki uygulamaların geri dönüşümlerinin alınması ve ölçülmesi önemlidir. Gerçeklerden hareket ederek kurum ile ilgili gerek iç kamularda gerekse dış kamularda olumsuz bir algının oluşmasının önüne geçilmesi gerekir. Algının önemli bir kaynağını oluşturan kurumun görsel unsurları etkin şekilde dizayn edilmeli kurumsal kimliği yansıtmalı ve bu şekilde oluşacak algıyı destekler nitelikte olması önemlidir.

ANAHTAR KELİMELER

Algı, algı yönetimi, halkla ilişkiler

INTRODUCTION

The constantly changing technological and social structure has begun to re-define the connection between the public and public institutions and their contents. It is now a necessity to sort out economic, political and social events, to analyze their social and institutional reflections and to develop strategies for solving these problems. There are two techniques to be used in this process. These are described as institutional perception management and public relations.

Public relations refer to the interaction process, which enables institutions to be introduced to the public and to get social support by maintaining it. The concept of perception management plays an important role to let public relations to understand individuals, to interpret their attitudes and to direct them. The success applications of public relations organized for target populations are closely related to positive perception to be built in opposite parties. The target population of institutions ascertains its connection to that institution over its perception built within its own mind. If this perception is positive, then it initiates a connection and develops it. However, if this perception is negative, it does not initiate a connection and it even finalizes any relations if built previously. It is very difficult to reform the negative perceptions built earlier and it is a process that requires time. In this view, the institutions must manage the connections and interactions they built with target populations and the public very well and this must be conducted more productively with public relations techniques within an understanding of perception management. Therefore, public relations have many functions in terms of institutional public management.

1. PERCEPTION AND PERCEPTION MANAGEMENT AS A CONCEPT

Perception refers to organization and interpretation of sensory data carried through our sense organs. It is a process in which humans try to give a meaning to the surroundings (Arkonac, 1998: 65). In addition to this, it also means that an individual must classify and evaluate all external stimuli after perceiving them. In general, perception (sense), as a concept, is the organization and interpretation of stimuli (sensual signals, images and symbols) gathered through our sense organs in a meaningfully integrated way. Perception includes the whole process of physical, neurological and cognitive senses, which is initiated after a stimulus reaches to sensors and recognized by the senses,

perceived, comprehended and defined subsequently. Perception refers to witnessing all events surrounding an individual (Reingold and Merikle, 1998:563-575). In this aspect, perception can be regarded as a very complicated process with many components.

Perceptions show us what we see, how we interpret them, what we believe and how we behave. Our perceptions create values, build problems and also solve these problems in our mind. Having such a strong ability, our perceptions are described as 'a fact' by many psychologists (Johansson and Xiong, 2003: 232). This indicates that everything that surrounds us is given a meaning by our perceptions and become a reality.

These facts, that are also perceptions, are built as a result of senses. Perceptions are shaped according to previous experiences or knowledge of an individual. Therefore, perception is a reaction of personality. The most important indicator is that senses create a form of consciousness, showing that they are a part of some object or shape. When a perception is created in a person, he/she recognizes or knows that thing (Binbaşıoğlu and Binbaşıoğlu 1992:34). Following the perception, a person pays attention to the things that are of his/her interest in the surroundings. Although a person may sometimes be indifferent to or uninterested in some knowledge, he/she pays a lot of attention to some of them and get curious (Eren, 2010: 69). Perception of a person does not point out the same level of priority to each psychological object. It is possible to say that personality traits play an important role to reveal this priority.

Besies, Stupak (2000) cites a study conducted by Cialdini (1984) and claims that perceptions are shaped in two ways as experience-based perception and mental perception. Cialdini states that experience based perceptions are improved through seeing, hearing, touching, smelling and tasting; and mental perceptions are described as a sixth sense that is called to know something. In this aspect, it is difficult to express mental perception. At the same time, each person has a perceptual environment as experience-based and mental one. The reason is that, people process and store knowledge; and then shape all that knowledge acquired from outside within a network dependent on his/her beliefs, emotions and surroundings (Stupak, 2000: 253).

This indicates that perception is not only a psychological phenomenon, but also a subjective interpretation of such characteristics as beliefs, attitudes, personality, etc. Individuals perceive what they see in accordance with their

own worldviews, beliefs and value judgments (Kares, 1991:20-21). Here, we come up with the concept of 'Perception Management' due to presence of such phenomena to affect, to direct and to change those perceptions.

Perception management, besides its meaning of controlling data flow out of the world and developing it, is the management of stimuli that is known or comprehended and then reaching the brain (Tutar, 2008:80). The reason is that individuals manage their connection with outer world with their sense organs. The data gathered from the surroundings are transmitted to the brain and initiate a process of thinking about the events happened. This process creates a meaning in the individual's brain. It searches if an individual has similar events in his/her past, what interpretations created earlier and if he/she has stereotype belief patterns about a subject. This process continues in the brain of an individual and creates a basis for perception system within the society/organization involved (Ugurlu, 2008: 148).

The understanding of perception management is the process that begins with knowing an individual in or out of an organization, to interpret and understand them, that is, to perceive them. When managing perception, the data gathered about individuals are remolded with organizational processes and perceptual components are used in a way to contribute to realize the objectives of an individual at them same time (Uğurlu, 2008:149). We can describe the factors that affect the process within the process of perception management as in the following (Eren, 2010: 70).

- The characteristics of a perceiving individual (personality, personal characteristics, experiences)
- The characteristics of objects perceived (person, item, event, living or non-living beings)
- The perception environment (the characteristics of physical, social and organizational environmental conditions in the perception environment)

The message contents also play an important role other than the receivers and resources in the perception management (Özer, 2003: 163). Here, it is possible to claim that the facts occurred after being perceived by an individual is more important than the fact itself (Reid, 2002: 2). Individuals are receivers and after analyzing the perception systems of individuals, it is important to address these systems that aim to affect message quality, coherence and clarity into a desired direction. Stimuli and knowledge is transmitted into brain via

sense and taken into assessment. The assessment criterion aims to see what is right and what is wrong, what is good, what is unimportant and what things have priority for individuals. It is much easier to understand the messages after shaping them in accordance to perception channels that are dominant in an individual's brain (Özer, 2003: 163). This indicates that there is a linear connection between choosing the right channel and perception management.

In organizational terms, the ways to perceive are described with different points of view. In some aspects, it is seen as a communication discipline applied to reach an objective by directing the target population in terms of its own profit; and in other aspects, it is the integration of all techniques that are required to use when persuading people to buy a product, service or idea as a first step (Saydam, 2006:91). Even though assessed with different points of view, perception management is a very important and complicated process that is inevitable for both individuals and institutions.

The important point, when determining strategic objectives in this process, is to determine what results need to be achieved. After determining objectives, the targets must be clarified. After determining a target or targets, research must be conducted and opposite actions, people, institutions and organizations must be determined. The persons must take his/her culture/beliefs and past into consideration and make precise and clear descriptions to complete this process. Perception management planners must approach all targets with the same attitude; and take all possible reactions into consideration from different cultures towards different situation (Callamari and Reveron, 2003:3). It is impossible to say that there is only one strategy that will give the same result for all targets.

The reason is that the connection between an institution or organization with its inner and outer surroundings and its position in that environment plays an important role. It is also important to realize this connection on a certain level in terms of managing organizational identity and image. The perception management aims to manage mutual behaviors and relations (Tutar, 2008:109). The effective organization of these relations in an integrated way within institutional bodies indicate us the understanding of 'Institutional Perception Management'.

2. INSTITUTIONAL PERCEPTION MANAGEMENT

Perception management, although it is a new issue, is supported by technology as a concept at our present day and the results come up with an

increasing interest (Zaman, 2007: 1). The understanding of institutional perception management enables companies to reach target population in an effective way and to develop perceptions as planned; therefore creating a competitive vision in the market (Hargis and Watt, 2010: 77). It is important to build these components of perception management in an effective way to realize this.

The institutional perception management is consisted of 4 components and they are listed as follows (Elsbach, 2003: 299-320):

1. Institutional perception,
2. Actions and “tactics”,
3. Company spokesmen,
4. Company population,

2.1. Institutional Perception

The first component of institutional perception management is to create a perception that is possible to manage. The institutional perception management is designed to manipulate the perceptions of an institution. The tools used herein are listed as images (present perceptions must be valid, coherent or reliable), recognition (continuously regarded as a tough rival), and identity (the ability to make a decision on economic perception of an institution or institutional equity in downsizing applications) (Elsbach, 2003: 300).

Images can be described as the total of impressions and opinions left in people’s or institution’s mind about each other; and institutional image refers to how a company is perceived by its shareholders (Erdogan et.al., 2006: 56). Institutional recognition refers to the value judgments created in people’s mind due to all or several characteristics of an institution. Institutional identity refers to all characteristics that separate an institution from others, that emphasize the presence of an institutions, with what it is occupied and works for who and how and that indicates its dependency on other components of that institution. Institutional identity indicates the philosophy and strategy of an institution (Büyükbeşe ve Sözbilir, 2011: 224).

These tools motivate the company spokesmen that include leaders and employees when building a perception management for the whole institution. In short, it is possible to say that image, recognition and identity are three important functions that require presence and focus of a perception management

(Elsbach, 2003: 300). Institutional identity is required to present values and to create competitive superiority for target populations. It is only possible to have a positive institutional recognition as a result of reaching target populations and enhancing the institutional image (Ural, 2002: 83).

2.2. Symbolic Actions

This component is consisted of activities used by company spokesmen. Symbolic actions involve verbal expression, classifications, symbolic attitudes and physical signs. In short, the factors that create symbolic actions are explained as in the morning (Elsbach, 2003: 306).

Verbal expressions, define the responsibilities of an institution and they are created for target population, also including explanations designed to affect perceptions.

Classifications, give an opportunity to categorize or make a comparison. The main reason to do this is to set forth who is or who isn't this institution is to some extent.

Symbolic attitudes, involve a series of actions organized routinely or for private purposes in accordance with the image and identity of an institution.

Physical signs involve such symbols and signs that reflect the image, identity and recognition of an institution, its dimensions, location and design (convergence of investment banks in Wall Street) and such other variables as type of furniture used in the building (traditional or contemporary office furniture) and its decoration (pieces of art, paintings or presence/non-presence of living plants).

2.3. Company Spokesmen

This component aims to transfer and carry the symbolic actions (verbal expressions, symbolic behaviors, physical signs). It involves people perceived by the population that represents the institution. Company spokesmen are consisted of leaders employees (Elsbach, 2003: 306). Leaders and employees do the work that reflects the identity of an institution. These works are directed to the persons or groups targeted by the institution. Company spokesmen help create an institutional image to be perceived by target persons or groups in a desired way.

2.4. Company Population

The component of company population involves all people that include the objectives of institutional perception management. This population is consisted of a large number of people that are either outside the institution (execution agencies, rival companies, suppliers, customers, non-governmental institutions, and voters) or inside it (employees, partners, unions, volunteers, members, students) (Elsbach, 2003: 320).

3. FUNCTION OF PUBLIC RELATIONS IN INSTITUTIONAL PERCEPTION MANAGEMENT

Perception is defined as making a differentiation from the surroundings and a process of interpreting them. When we deal with this definition in terms of public relations, perception will also involve the process of becoming aware of inner and outer surroundings that have an effect on the organization. Public relations aim to motivate people, bring them closer, develop insights and try to direct them in terms of their organizational objectives (Kadibesgil, 2003:44). The importance of understanding of perception management cannot be denied in terms of success in this guidance. In this aspect, public relations have important functions in the understanding of institutional perception management.

Perception management based public relations is an important component being beyond a necessity both for internal public relations (organizational structure, organizational culture of communicative process within the organization, motivation, efficiency, organizational climate, relations between workers and organization) and external public relations (positive and negative reactions of target population towards the organization, attitudes of organization in terms of social responsibility principle, organizational identity and the image in the target population's mind (Uğurlu, 2008:149). Following this point of view, managing public relations may correspond with managing perception.

The reason is that perception management is diagnostic for public relations and has a function of making sense. It gains importance with such applications as understanding individuals, interpreting and perceiving and perception management based public relations in and out of an organization. The important factors to reach the objectives are taking the values of target population into consideration, caring about people's cultures and exhibiting such approaches over their expectations (Saydam, 2006: 253). By accomplishing all these in a successful way, target population will have a

positive perception and the institution will manage their perception via public relations.

In addition to this, public relations help manage to foresee people's behaviors within the organization, to explain and to take them under control. The understanding of perception management also corresponds to the definition of public relations. In this way, it helps to indicate the clues of how people will be affected (Uğurlu, 2008:150).

It is possible to evaluate the function of public relations in institutional perception management as internal and external functions. Here, the internal functions can be expressed as follows:

Function of Motivation by Public Relations in Perception Management

Some components of motivation used in public relations applications activate individuals within the framework of perception management. According to this, motivation is defined as a process that aims to catch up with the continuously changing demands of target population and to provide them, developing due to the need of creating high performance individuals in the organization. Therefore, the energy of employees is activated, aiming that the organizational objectives will be realized successfully and employees will be effective and productive in their duties (Peker and Aytürk, 2002:60).

In a Gallup study cited by Fortune Magazine, it is stated that companies are required to have the following four attitudes over their employees if they wish to get higher profits. These are the employees that feel that they have the opportunity to do their best every day, the ones that feel that their opinions are valued and given importance, the ones that feel that their colleagues give importance to the quality and the ones that make a direct connection between his work and the institutional mission (Howard, 1998:23). As seen, it is possible to settle these four attitudes into employees only by internal works of public relations that are conducted productively in favor of them.

Applications of perception management based public relations should offer individuals such stimuli as pay rise, incentives pay, promotion, status, etc., and while doing this, they should also take their personal characteristics and requirements into consideration. It is another important component for creating motivation to inform employees about the advantages of organizational objectives within the organization and to emphasize the importance of value

given to these within the organization. Therefore, individuals will be more motivated to behave so as the results are known and their value is given importance. This emphasizes the importance of perception management based public relations to create motivation (Uğurlu, 2008:152). The employees that believe that they are given value and their opinions are cared will be motivated to realize company objectives.

Today, the most important thing that we need to do is to integrate the employees into this change. Communicating with them before and during any changes and caring about their opinions will provide such needs of employees as respect, admiration and importance and will motivate them to work for the future of company (Güzelcik, 1999:194).

Productivity and Job Satisfaction Function of Public Relations in Perception Management:

An organization must use the production inputs very effectively, therefore reducing the costs and increasing the quality, in order to survive in the dynamic, changing and complicated environmental conditions. Individuals, regarded as an input for organizations, have an active role that uses other inputs, conducts production and present goods and services as an outcome. Therefore, individuals have a central role within the organization. The viewpoints, capabilities, attitudes, knowledge and behaviors of employees in relation to the work, the organization and the society will affect the productivity and efficacy. So, an organization can encourage its employees to work more only when it can motivate them to produce as productively as possible. For organizations to be productive, employees must feel themselves valuable and they should also be motivated and behave and think in this way (Uğurlu, 2008:153).

Rewarding and Punishment Function of Public Relations in Perception Management:

It is important to have applications of perception management based public relations when using rewarding mechanism. The reason is that, it is highly important to know what sort of reward systems will motivate the individuals and what rewards will encourage them to work harder. Admiring the achievements of individuals with rewards that lack of care or out of interest will, of course, lead to shake their trust and eagerness to work for the company other than motivating them.

Creating Organizational Culture and Climate Function of Public Relations in Perception Management:

Organizational culture can be seen as a binder with certain rules that create a synergy in the group, that shows what needs to be done within the organization and giving people the feeling of what is valuable, that protects and strengthens the organization. Also, the organizational culture is a mechanism to create a control and a feeling that guides the members of an organization when shaping their attitudes and behaviors (Scott, 2006: 498).

It is no doubt that public relations have an important role for individuals in the process of perceiving the organization and work place. Besides creating a positive climate within the organization, public relations unit also have the sustaining role for the continuance of this climate. The reason is that, if organizational climate is negatively perceived in an organization, then psychological processes of an individual is seen unimportant, all communication channels are closed within the organization, there is no trust between individuals and the working environment involves pressure and forced applications, indicating that there is an organizational climate that reject public relations. Whereas, it is important to know that all communication channels are open, individuals have a wide and strong network of relations, there are certain rules other than pressure and each employee is aware of what is done and how it will be provided in an organization that has a positive organizational climate. In such an environment, applications of public relations have an important role in terms of perception management (Uğurlu, 2008:156). An employee with negative perceptions on organizational climate might have cynical behaviors.

Since the 1980s, it is observed that public relations are associated with organizational culture. Public relations are transferring all present data into communication channels. Organizational culture is one of them. Data production to create a convergence between the environments that wish to know organizational culture and reach it and cultural accumulation may create communicative programs that accomplish more results in terms of 'perception management' (Kadibesegil, 2006: 50). These communication programs created will support institutional perception positively.

Besides internal functions of institutions, it is also possible to describe external functions of public relations in institutional perception management.

Perception Management within the framework of Public Relations

Developments and innovations in business management today and its speed in national and international platform play an important role in terms of responsibilities under the triangle of ‘consumer, environment and society’. These quick developments will be examined and evaluated in internal and external environment within the organizational culture using applications of public relations. The identity and prestige of a company is always closely related to ‘organizational culture and structure’ (Ada, 2001: 26).

In addition to primarily and directly affecting the determination and realization of organizational objectives, the group that involves people, institutions, organizations and populations, affected again primarily or directly by the realization of those objectives in one way or another, is called ‘duty cycle’ (Varol, 1993: 214). This indicates us that the organization has a duty cycle in a large organizational area.

One of them is the consumer and ‘Consumers’ involve individuals and organizations that purchase products or services offered by the market after production and that are related to quality and quantity. Taking the demands and expectations of consumers into consideration in organizations where applications of perception management based public relations gain importance and the renewal process of company following the data that come from them, that is, giving importance to consumer relations as required in short, will help reach the objectives by eluding itself from competition environment. Besides perceiving the consumers, it is also important to perceive the ‘rivals’ in organizational environment. The organizations that wish to keep its presence in the competitive business world and to have a permanent positive image must be more up-to-date, more creative and more striking when preparing their programs of public relations when compared to others, they should also keep a close track on their rivals, evaluate their business and then shape their own working programs and policies.

Perception Management in the Social Environment of Public Relations

Organizations are established to provide some needs and to serve for specific purposes in a society. They are shaped by their interaction with their environment and develop as an extension of changes in social needs. Organizations should never be confined with their positive identities and never stop finding ways to promote themselves only in the eyes of employees and

duty cycle. Organizations must seek ways to fulfill their social responsibilities and they must look for an elevation in the eyes of social categories other than that. The understanding of institutional social responsibility that is created by the need to provide requirements of fast-changing economic, social and politic environments; that is closely associated with the ethic rules of an organization and correlated with social norms of an organization, is related to social environment of that organization, policies of public relations and perception management (Uğurlu, 2008:160). Creating a perception that indicates the institution fulfills its social responsibility will increase the social support it needs. This is one of the functions of public relations in terms of social responsibility when creating a perception.

According to Freidman, organizations are a part of the society and the world in which they are active and they are obliged to fulfill their responsibilities for humanity. At the very basic level, organizations have some mandatory attitudes such as obeying all legal obligations, paying their taxes and treating all employees equally. At the second level, they should take all possible damages to be caused by the organization into consideration, and they are required to take precautions and frequent controls in case their products are used for dangerous purposes. At the third level, organizations must volunteer to contribute to fighting against all social problems and fulfill all their responsibilities to create a healthy society (Oktay, 2002: 70). The success of organization will be seriously affected by the dominant perception within the public that indicates these applications are done voluntarily, not because of a legal obligation.

RESULTS

We perceive various stimuli we acquire from our surroundings via our senses. In this aspect, our senses involve observation, understanding and interpretation. It is possible to say that this situation is also valid for institutions. That is, the institutions need to observe, understand and interpret either internal or external populations. Such companies that experience an intensive amount of competition and wish to make a profit in this environment may use applications of perception management. These perceptions may fulfill many functions in public relations. It is seen that the basic rules that are required to realize institutional perception management successfully are also involved in public relations management. In this view, public relations and perception management are interlinked and support one another.

Public relations refer to a process management that manipulates opinions. The consistency and success of applications of public relations are in parallel to what extent these opinions are changed and how they are affected. Opinions are created in different parts of the society with perceptions of different contents. Perception management, which refers to an administrative understanding based on perception, undoubtedly has an important role in terms of public relations.

The individuals and reactions needed for public relations can easily be reached by the understanding of perception management. Knowing what sort of a perception will be created for sensitive individuals indicates the junction point where public relations and perception management meet. Intersection of public relations and perception management in terms of several objectives at some points indicate that the main focus of public relations should also involve perception management. The most important component in public relations is trust. Therefore, it is a must to know the target population very well and to describe their demands and expectations clearly in order to establish mutual trust. The perception management enables to get to know the target population in detail and help build trust among institutions.

Nowadays, it is possible that it has an application area also in business world in which competition is on increase day by day. In this view, companies must use their tools of perception management effectively to be one step further than their rivals and to direct the opinions of both society and target population about the company. To do this, in addition to taking internal dynamics into consideration, target population must be determined clearly and some strategic objectives must be defined. The institutional recognition, which has a crucial importance for companies and constitutes a basis for institutional perception, must describe the institutional image and institutional identity. Having such verbal expressions and physical signs as slogans and logos that are consistent with the institutional image, recognition and identity will make it possible to remain in people's minds both visually and auditorily as targeted earlier. It is possible to say that a successful institutional perception management will be realized by the help of public relations in companies that determine and apply all these stages in an accurate way.

REFERENCES

- Ada, N. (2001), "Halkla İlişkiler Faaliyetleri ve Örgütlerde Kültür Kavramı İlişkisi", *Ege Akademik Bakış Ekonomi, İşletme, Uluslararası İlişkiler ve Siyaset Bilimleri Dergisi*, Cilt: 1, Sayı: 2, s. 20-27, İzmir.

- Arkonaç, S.A. (1998), *Psikoloji: Zihin Süreçleri Bilimi*, Alfa Yayınları, 2. Baskı, İstanbul.
- Binbaşıoğlu, C., Binbaşıoğlu, E., Etkin (1992), *Endüstri Psikolojisi*, Gül Yayınevi, Ankara.
- Büyükbeşe, T., Sözbilir, F. (2011), "Kurumsal Kimlik", (Ed.: İ. Bakan), *Yönetimde Çağdaş ve Güncel Konular Kavramlar, İlkeler, Uygulamalar ve Yaklaşımlar*, Gazi Kitabevi, Ankara.
- Callamari, P., Reveron, D. (2003), "China's Use of Perception Management", *International Journal of Intelligence and CounterIntelligence*, Sayı: 16, ss.1-15.
- Elsbach, K.,D., (2003), "Organizational Perception Management", *Research in Organization Behavior*, Sayı: 25, s.297-332.
- Erdoğan, B.,Z., Develioğlu, K., Gönüllüoğlu, S., Özkaya, H., (2006), "Kurumsal İmajın Şirketin Farklı Paydaşları Tarafından Algılanışı Üzerine Bir Araştırma", *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, Sayı:15, s.55-76.
- Eren, E., (2010), *Örgütsel Davranış ve Yönetim Psikolojisi*, Beta Yayınları, 12. Baskı, İstanbul.
- Güzelcik, E., (1999), *Küreselleşme ve İşletmelerde Değişen Kurum İmajı*, Sistem Yayıncılık, İstanbul.
- Harvis, M., Watt, J.D., (2010), "Organizational Perception Management: A Framework to Overcome Crisis Events", *Organizational Development Journal*, Cilt:1, Sayı: 28, s.73-87.
- Howard, C., M. (1998), "How Your Employee Communications Programs Can Boost Productivity and Pride", *Public Relations Quarterly*, Vol:43, Number:3, s. 15-23.
- Johansson, L., R., M., Xiong, N., (2003), "Perception Management: An Emerging Concept for Information Fusion", *Information Fusion*, Cilt: 3, Sayı: 4, s.231-234.
- Kadıbeşgil, S., (2003), *Halkla İlişkilere Nereden Başlamalı*, Media Cat Yayınları, İstanbul.
- Kadıbeşgil, S., (2006). *İtibar Yönetimi*, Media Cat Yayınları, İstanbul.
- Oktay, M., (2002), *İletişimciler İçin Davranış Bilimlerine Giriş*, Der Yayınları, İstanbul.
- Özer, A., K., (2003), *Gerçekçi Yönetişim Yönetici / Liderlik Modeli*, Varlık Yayınları, İstanbul.
- Peker, Ö., Aytürk, N., (2002), *Yönetim Becerileri*, Yargı Yayınevi, Ankara.
- Reid, R.P., (2002). "Waging Public Relations: A Cornerstone of Fourth-Generation Warfare", *Journal of Information Warfare*, Cilt: 1, Sayı: 2, s.51-65.
- Reingold, Eyal M., Merikle, Philip M, (1998), "Using Direct And Indirect Measures To Perception Without Awareness Study, Perception & Psychophysics", *University of Waterloo, Ontario*, Cilt: 6, Sayı: 44, s.563-575, Canada.
- Saydam, A., (2006), *İletişimin Akıl ve Gönül Penceresi Algılama Yönetimi*, Rota Yayınları, İstanbul.
- Scott, Findlay., S., ve Estabrooks, C., A., (2006), "Mapping the Organizational Culture Research in Nursing: A Literature Review", *Journal of Advanced Nursing*.

- Stupak, R., J., (2000), "Perception Management: An Active Strategy for Marketing and Delivering Academic Excellence, Business Sophistication, and Communication Successes", *Public Administration & Management*, Cilt: 5, Sayı: 4 , s.250-260.
- Tutar, H., (2008), *Simetrik ve Asimetrik İletişim Bağlamında Örgütsel Algılama Yönetimi*, 1. Baskı, Seçkin Yayıncılık, Ankara.
- Uğurlu, Ö., (2008) "Halkla İlişkilere "Algı" Çerçevesinden Bakış", *İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, Sayı: 32, s.145-165.
- Ural, D., (2002), "İtibar Yönetimi Değer Yaratan Bir Halkla İlişkiler Çalışması Olarak İtibar Yönetimi", *İstanbul Ticaret Üniversitesi Dergisi*, Sayı: 2, s.83-93.
- Varol, M., (1993), *Halkla İlişkiler Açısından Örgüt Sosyolojisine Giriş*, Ankara Üniversitesi İletişim Fak. Yay. No 2, Ankara.
- Zaman, K., (2007),"Perception Management : A Core IQ Capability, MASTER OF Science In Information Warfare Systems Engineering and Master Of Science In Information Operations", *Monterey*, California.

Halkla İlişkiler Etiği ve Medya

Public Relations Ethics and Media

Özgür SELVİ*
Servet ALTAN**

ÖZ

Toplumsal ilişkilerin tümüne hâkim olan etik kavramı, günümüz rekabet sürecini karmaşık bir boyuta taşımaktadır. Kurumsal hayatın bütün alanlarında yaşanan hızlı dönüşümle birlikte yoğun rekabet ortamında toplumsal sorumluluk eksenli etik uygulamaların önemi artmakta ve hatta bu uygulamalar zorunlu bir hal almaktadır. Bu bağlamda, temelinde iletişimin esas olduğu halkla ilişkilerin uygulama rolleri düşünüldüğünde medya ile ilişkilerin etik düzlemde değerlendirilmesi çalışmanın ana konusunu oluşturmaktadır. Medya, halkla ilişkiler disiplinine olumlu etkileri, değişen ortamları ve tartışmaya açık yönleriyle oldukça önemli bir yerde bulunmaktadır. Halkla ilişkiler mesleğinin itibarı ve uygulayıcılarının görevsel ve toplumsal sorumlulukları çerçevesinde medya ile ilişkileri doğru yönetmek gerekmektedir. Halkla ilişkilerin temel ilkeleri ve özellikle bu ilkelerin temelini oluşturan güven unsuru medya ile ilişkilerde etik boyutunu korumalıdır. Halkla ilişkiler uygulamalarının önemli ve görünen bir yüzü olarak medya ilişkileri; halkla ilişkilerin etik değerleri ve pratik dünyada uygulanabilirliği açısından tartışma konusu olmaktadır. Bu çalışmada teorik olarak etik bağlamında halkla ilişkiler ve medya ilişkisi incelenmiştir.

ANAHTAR KELİMELER

Halkla İlişkiler, Halkla İlişkiler Etiği, Halkla İlişkiler ve Medya.

Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu Dergisi Yıl:2016 Cilt:19 Sayı:1 ss.277-301 **Makale Gönderim Tarihi:** 21/03/2016 - **Kabul Tarihi:** 18/04/2016

* Yrd. Doç. Dr., Kırıkkale Üniversitesi, Kırıkkale Meslek Yüksekokulu, Görsel, İşitsel Teknikler ve Medya Yapımcılığı Bölümü, ozgurselvi@hotmail.com

** Öğr. Gör., Kırıkkale Üniversitesi, Keskin Meslek Yüksekokulu, Yönetim ve Organizasyon Bölümü, srvt_altan@hotmail.com

ABSTRACT

Ethics that prevails all social relations, carries the today's competitive process a complex way. Because rapid transformation on all areas of organizational life, the ethical practises based social responsibility are becoming more important and even being compulsory in strong competition climate. In this regard, the basic principles of communication that the application of public relations roles are considered in assessing the ethical level of relations with the media are the main subject of this study. Media has an important role by having positive effect on the public relations discipline, alternating environment and having controversial aspects. It is required to manage relationship with the media for the both of public relations practitioners responsibilities and the reputation of public relations itself. Main principles of public relations especially the trust that leading those principles have to maintain ethics in media relations. Because public relations's ethical values and their practicability, media relations as the important aspect of public relations practices are been an controversial subject. This study focuses on relationship between public relations and media theoretically.

•

KEYWORDS

Public Relations, Public Relations Ethics, Public Relations and Media

GİRİŞ

İletişimin değişen ve gelişen boyutlarıyla birlikte, günümüzde önemi ve değeri giderek artan halkla ilişkiler açısından etik ilkelerin uygulanması, oldukça önem kazanmaktadır. Güvenilirlik, dürüstlük, inanılabilirlik gibi unsurlar, halkla ilişkiler uygulayıcılarının en önemli özelliklerindedir. Bu doğrultuda hareket ederek; hedef kitlenin rızasını kazanabilmek hususunda, aslında en önemli unsur etik kodların oluşturulması, benimsenmesi ve geliştirilmesidir. Etik dışı davranış ve uygulamalar, halkla ilişkiler mesleğine ve alanın itibarına olumsuz olarak yansımaktadır. Halkla ilişkilerde medya süreci de etiksel boyutta tartışma konusudur. Bu boyutta, medya ortamı ile halkla ilişkilerin etik açıdan birçok düzlemde genel olarak değerlendirilebildiği temel yaklaşımlar çalışmanın konusunu oluşturmaktadır.

Medya etiğinden bahsedildiğinde; genellikle akla ilk gelen, medya tarafından yapılan yayınların toplumsal değerler ile uyumlu olup olmadığı ya da bu yayınların toplumun temel taşı olan kültürel dokuyu bozup bozmadığıdır. Oysa halkla ilişkiler açısından medya etiği değerlendirildiğinde akla ilk gelen ise halkla ilişkiler uzmanları ile medya mensupları arasındaki iletişimin etik bir zemine oturup oturmadığı ve bu uzmanlar tarafından haber yapılması için medya mensupları ile paylaşılan bilgi ve belgelerin haber niteliği taşıyıp taşımadığıdır.

Halkla ilişkiler üzerindeki yönelimler ve halkla ilişkiler uygulayıcılarına yönelik beklentiler etiksel düzlemde bir araya gelmektedir. Bu çalışma, günümüzde çok yönlü boyutlarıyla oldukça önemli hale gelen halkla ilişkiler kavramı ve uygulayıcılarına yönelik etik açıdan değerlendirmeler içermektedir. Öncelikle halkla ilişkilerin neden önemli olduğu üzerine açıklamalar bulabileceğiniz çalışmanın diğer aşamasında, kavramsal açıklamalar ile mesleğin etik kapsamında oluşturduğu temel unsurlar yer almaktadır. Halkla ilişkiler etiği kapsamında temel açıklamalar ve değerlendirmeler aktarılmaya çalışıldıktan sonra medya ile ilişkiler değerlendirilmeye çalışılmıştır. Halkla ilişkiler ve medya ilişkisi, kavramın temel ilkeleri ile açıklanırken, etik bağlamında yansımalarının ne boyutta olduğu değerlendirilmiştir.

1. HALKLA İLİŞKİLER NEDEN ÖNEMLİDİR?

Değişen toplumsal dinamikler ve küresel rekabet ortamında kurum ve kuruluşlar stratejik iletişim boyutunda farklılaşma eğilimindedir. Günümüzün ekonomi, medya, sosyoloji, psikoloji, siyaset, iletişim gibi alanlarında ikna ve

rızanın üretilmesi sürecinde halkla ilişkiler uygulamaları ve uygulayıcıları görülebilmektedir.

İşletme, medya, iletişim ve psikoloji gibi birçok uzmanlık alanının teorileri ve uygulamalarından beslenen halkla ilişkiler karmaşık ve girift bir alandır (Fawkes, 2006: 16). Bu bağlamda halkla ilişkilerin disiplinler arası bir kavram olarak toplumla iç içe bir alan olduğu sonucu ortaya çıkmaktadır.

Günümüzün yönetim anlayışı artık ‘neden iletişim?’ sorusuna değil, ‘nasıl ve hangi düzeyde iletişim?’ sorusuna yönelmektedir. Bu anlayış, halkla ilişkilerin geldiği yeri gözler önüne sermekte ve çevresine yönelik bilgiler sunmaktadır. Hedef kitleler ile kurulacak araştırma, plan ve programa dayalı iletişim süreçleri halkla ilişkilerin sorumluluğunda olduğundan, bu sürecin başarıyla yönetilmesi giderek önemli hale gelmektedir (Başok ve Coşkun, 2013: 9-10). Toplumun değişik kesimlerinin isteklerinin yönetimce öğrenilmesi ve bu isteklerin değerlendirildikten sonra yönetsel eylem ve işleme dönüştürülmesi gibi bir süreci içermesi ile halkla ilişkiler uygulamaları bir yönetim süreci haline gelmiştir. Bunun sonucunda halkla ilişkiler aynı zamanda yönetsel etkinliği artırmak için kullanılan bir teknik olmuştur (Kazancı, 2006: 25). Rekabet ortamının kuşatıcılığını, tüm boyutlarıyla hissettiğimiz günümüz dünyasında, doğru yer, zaman ve yöntemlerle uygulamalar gerçekleştirmek farkındalık unsuru olarak karşımıza çıkmaktadır. Halkla ilişkilerin doğasına, temel dinamiklerine ya da tanımlarına yönelik farklı değerlendirmelerin çoğaldığı gözlemlenmekle birlikte; halkla ilişkilerin bir yönetim fonksiyonu olduğu giderek önem kazanmaktadır.

Halkla ilişkilere yönelik Kazancı'nın (2006: 66) değerlendirmeleri şu şekilde ifade edilebilir:

- Halkla ilişkiler iki yönlü ilişkiyi temel alan bir iletişim süreci üzerine bina edilir.
- Halkla ilişkiler bir değişim sürecidir ve değişimi amaçlamaktadır. İletişim yardımıyla birey ve örgütlerin denetimli değişimi amaçlanmıştır.
- Halkla ilişkiler çalışmaları doğrular ve doğru hadiseler üzerine oturmalıdır.
- Halkla ilişkiler bir yandan gerçekleri yansıtırken diğer yandan eylem de ister. Bu eylem hem tanıtımı yapılacak kuruluş için gereklidir, hem de halkla ilişkiler birimi için.
- Halkla ilişkiler faaliyet olan yerde olur.

- Halkla ilişkiler çalışmaları uzun dönemli çalışmalardır. Etkisi de reklamda olduğu gibi kısa vadede görülmez.

- Halkla ilişkiler sadece halkla ilişkiler uzmanlarının değil, tüm kurum personelinin sorumluluk alanına girer. Halkla ilişkiler herkesin görevidir veya böyle olmalıdır. Kurum ve kuruluşun çalışanları halkla ilişkiler alanında sorumluluklarının farkında olarak, faaliyet ve işlemde bulunmak durumundadır. Ana komutu üst düzey yönetici verir, fakat bu alanda örgütleyici ve düzenleyici kısım ve eylemi gerçekleştirecek olan da, kurum bünyesinde yer alan halkla ilişkiler birimidir.

Halkla ilişkilerin ana amacının, kurum ve kuruluşların etkileşim içinde bulunduğu çevrelerle olumlu ilişkiler kurmak; etkin ve verimli bir iletişim ortamı oluşturmak olduğu söylenebilir. Uzun zamana yayılarak gerçekleştirilen halkla ilişkiler faaliyetlerinin bir amacı da, kurum ve kuruluşlara uzun dönemde kazandırabileceği olumlu kurumsal kimlik ve ardından doğal/dolaylı olarak gelebilecek karlılıktır. Bu manada halkla ilişkilerin kimliği veya ürünü/hizmeti değerli kılmayı hedefleyerek, kuruluşların farklı kitleleriyle özel ilişkiler kurmayı amaçladığı söylenebilir (Çamdereli, 2000: 19-20).

Kurumun çevresiyle, başka bir ifadeyle, hedef kitleleri ile olan ilişkilerini düzenleyen, iletişimlerini sağlayan birimin halkla ilişkiler birimi olması nedeniyle kurum açısından sosyal sorumluluğun yerine getirilmesinde de halkla ilişkiler, önemli bir işleve sahiptir. Hedef kitlelerine ve topluma karşı sorumlu davranma ihtiyacı duymayan bir işletmenin ise, halkla ilişkilere bir gereksinimi yok demektir (Peltekoğlu, 2014: 195-196).

Kurum ve kuruluşların, hedef kitlenin desteği ve rızası olmadan ayakta kalmaları oldukça zordur. Halkla ilişkiler bu rızanın sağlanmasında önemli bir görev üstlenerek hayati bir uygulama alanı haline gelmiştir. Öte yandan, halkla ilişkilere yönelik tanımlamalara ve halkla ilişkilerin mahiyetine bakıldığında meslek, sorumluluk, itibar, ilkeler ve fayda gibi unsurlar kapsamında tartışmalar süregelmektedir. Bu durumda öne sürülen idealler ile pratikler arasında çelişki olmaktadır. Nitekim halkla ilişkilerin etik boyutları üzerine düşünmek hem mesleği anlama, hem toplumsal yansımalara dikkat çekme, hem de kavram olarak halkla ilişkilerin tüm ilkelerini ve sorumluluklarını değerlendirme imkânı tanıyacaktır.

2. HALKLA İLİŞKİLERDE ETİK UYGULAMALAR

Etik sözcüğü Yunanca ‘karakter’ anlamına gelen ‘ethos’ sözcüğünden kaynaklanmaktadır. Etik kavramsal olarak ideal ve soyut olana vurgu yaparak ahlak değerlerinin incelenmesi gerekliliğini ortaya koymuştur (Fromm, 1995: 25). Etik hem tek deneye dayalı bilimlerle hem de normatif bilimlerle olan ilişkisini giderek somutlaştırmıştır. Etik özerk ve kuramsal bir disiplin olarak kalmamakta, bununla birlikte uygulamalı bir bilim olarak da yapılmaktadır (Aziz, 2007: 77). Etik doğruyu, yanlışı ve iyiyi, kötüyü tanımlayarak neyin yapılması veya yapılmamasını belirlemektedir (Sabuncuoğlu, 2007: 163). Etik subjektif bir kavramdır. Kişi davranışlarına yalnızca kendisi karar vermez. Kişinin sergilediği davranışlarda toplum, örgüt, kültürel öğeler gibi birçok unsurun etkisi vardır. Bu nedenle etik anlayışı kişiden kişiye, toplumdan topluma değişiklik göstermekle birlikte etik değerler de toplumsal kültürler bağlamında farklılıklar gösterebilmektedir (Coşkun ve Vural, 2011: 68).

Toplumda meydana gelen bazı değişimler etik kavramını önemli bir konu haline getirmiştir. Etik kavramını önemli hale getiren faktörleri, Tengilimoğlu ve Öztürk (2008: 162) şu şekilde sıralamıştır:

- Tüketici hareketlerinin artması
- Çevre hareketlerinin artması
- Kamu çalışanlarının görevlerini iyi yapmaması
- Eğitim seviyesinin yükselmesi
- Yeni teknolojilerin ortaya çıkması

Toplumun temel yapılarında meydana gelen değişimlerle birlikte etik ve etik konusuna yönelik düşünceler giderek artmaktadır. Halkla ilişkilerin şeffaflık, dürüstlük, bilgi verme, sorumluluk, güvenilirlik gibi temel ilkeleri düşünüldüğünde halkla ilişkiler etiği çerçevesi oluşmaktadır. Bu çerçeve kapsamında; etik sorumlu kurum ya da kuruluş olabilmek, etik bilince sahip birey yetkinliğinde bulunmak, marka etiği oluşturabilmek, etik medya gibi birçok varsayım ve idealde halkla ilişkilerin temel dinamikleri önemini korumaktadır.

Halkla ilişkiler ve etik ilişkisi değerlendirildiğinde önemli konulardan biri yanlış kişilerce bilinçsiz bir şekilde yapılan halkla ilişkiler faaliyetlerinin hem firmaya hem ‘halkla ilişkiler uzmanına’ hem de halkla ilişkiler mesleğine zarar vereceğidir (Okay ve Okay, 2007: 538). Ayrıca halkla ilişkiler kavramına ve

mesleğine yönelik birçok tanımın ve adlandırmanın mevcut olması halkla ilişkilerin temel tartışma konularındandır. Bu bağlamda, kendi algısını tam olarak oluşturamamış ve çok sayıda kavramlaştırılmış olan halkla ilişkiler ve halkla ilişkiler mesleğine yönelik etik kodlar da araştırma konusu olmuştur. Gelişen ve değişen dünya dinamiklerince halkla ilişkilerin amaçsallık ve araçsallık yönündeki ikilemini sorun olmaktan çıkarmak da mesleğin vizyonunun belirleyicisi olabilecektir. Halkla ilişkilerin geçmişinin, bugününün ve geleceğinin kavranışı da bu vizyon dahilindedir.

Halkla ilişkiler faaliyetlerinde etik ilkelerin varlığı, önemli unsur olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu anlamda halkla ilişkiler işletmeler ile toplumu birleştiren, işletmelerin sürekliliğini, toplum tarafından kabulünü sağlayan önemli bir yönetim fonksiyonudur. Halkla ilişkiler örgütler ile çevreleri arasındaki ilişkileri düzenleyen ve öncelikle kamu çıkarlarına hizmet eden bir iletişim sürecidir (Sabuncuoğlu, 2007: 169). Halkla ilişkilerde öncelikle kamu yararının ilk planda olması gerektiği unutulmamalıdır. Bir yanda temsil edilen kurum ya da kuruluş, diğer yanda toplumsal fayda, daha ötesinde kurumsal çıkarlar... Halkla ilişkiler uygulayıcısının tartışmalı süreçlerle anıldığı bu olasılıklar karşısında yanlış uygulama örnekleri de giderek çoğalmaya başlayacaktır.

Halkla ilişkiler etiğinin temelinde bölünmüş sadakat sorunu yer almaktadır. Bir uygulamacı, organizasyonun çıkarları ile hedef kitlenin çıkarları çatıştığında bunu nasıl dengeleyebilir? Kamuoyunu hangi noktaya kadar düşünmeli, kişisel etiğini ve profesyonelliğini alacağı kararlarda nasıl kullanılmalıdır (Sayımer, 2006: 17)? Halkla ilişkilerin etik sorunun kökeninde halkla ilişkiler faaliyetlerinin sahte imajlar oluşturması, hedef kitleleri yanıltması ve gerçeği sunmadan ziyade gerçeği üretme düşünceleri bulunmaktadır. Amerikan halkla ilişkiler deneyiminin tarihine bakıldığında, halkla ilişkilerde önemli ölçüde bilinçli yanıltma, hedef kitlenin zihniyle psikolojik oyunlar oynama ve propagandanın kullanıldığı görülmektedir (Erdoğan, 2006: 374).

Halkla ilişkiler ister önemi son yıllarda giderek daha fazla hissedilen pazarlama iletişimindeki konumu dikkate alınarak isterse de bir yönetim fonksiyonu olarak değerlendirilsin üzerinde anlaşmaya varılan nokta, iletişimin vazgeçilmezliğidir (Peltekoğlu, 2014: 6). Halkla ilişkilerin, kurumların amaçlarına ve hedef kitlelere yönelik gerçekleştirilen iletişim yönetimi kapsamında değerlendirilmesi kavrama yönelik eleştirilerden biri olarak karşımıza çıkmaktadır.

P. T. Barnum'un basın ajansı modelinde yaptığı iş, abartılı şovlarla basında yer almaktan ibaretti. Barnum için basında iyi ya da kötü haber olarak yer alması önemli değil, sadece basında ne olursa olsun yer almak önemli olmuştur (Okay ve Okay, 2007: 115). Bu bağlamda, Barnum'un basın ajanslığı modelinde halkla ilişkiler uygulayıcısı olarak sadece tanıtım odaklı bir yaklaşım söz konusu olmuştur. İyi ya da doğru ne şekilde olursa olsun tanıtımın yapılması temel amaç olmakla birlikte, halkla ilişkilerde etik sorunlar çerçevesinde tanıtım konusu da günümüzde de farklı boyutlarıyla değerlendirilmektedir.

Halkla ilişkiler uygulaması açısından oluşturulacak etik sistem, faydacı yaklaşım ile kuralcı yaklaşımın harmanlanmasından oluşmalıdır. Öznelliğe kaymadan eylemlerin sonuçlarının karşılıklı fayda sağlayacak şekilde hesaplanması oldukça önemlidir. (Sayımer, 2006: 17-18). Bir olay ya da durumun, kişinin kendi çıkarı doğrultusunda şekillenmesini sağlamak için tek taraflı ve kendi lehine yorumlarla yönlendirilmesi olarak kullanılan spin; halkla ilişkilerde genellikle olumsuz bir terim olarak algılanmaktadır. Halkla ilişkilerin öncü isimlerinden olan Edwards L. Bernays'a göre, halkla ilişkiler uygulayıcıları kendilerini "spin doctor" fenomeninden ayırmak istemektedirler. Bernays da siyasetçileri ve lobicileri eleştirmekte ve onların aslında halkla ilişkileri değil, spin doctor'luğu uyguladıklarını savunmaktadır (Görgün, 2006: 311). Halkla ilişkiler, kendi doğasında gerçeğin yeniden yapılandırılmasını hedeflediğinden, sonradan önerilen etik kurallarda sorunlar oluşmaktadır. Bilinçli olarak yanıltma eylemini mantıklı etik gerekçelerle ifadelendirmek mümkün olmamaktadır. Çünkü mesleğin Amerika Birleşik Devletleri'nde ortaya çıkışı etik olmayan nedensellik bağları barındırmaktadır. Günümüze gelindiğinde, iyi bir halkla ilişkiler uzmanının bir yandan kurumu için 'görünmez el' olması beklenirken diğer yandan uygulamalarında etik sorunlara öncelik vermesi istenmez (İşler, 2006: 5). Erdoğan'a göre, insan onuru ve insanlar arasındaki dayanışmanın vurgulanması iyi halkla ilişkilerdir; bu tür erdemlerin kullanılarak sahte imajlar yaratılması ve bazı egemenliklerin sağlanması kötüdür (Erdoğan, 2006: 370).

Gizlilik, halkla ilişkiler kapsamında üzerinde özenle durulması gereken bir engeldir. Gizlilik halkla ilişkileri engellemekle kalmaz; değişik alanlarda olumsuz etkiler yapmaktadır (Kazancı, 2006: 75). Halkla ilişkilerin öncü isimlerinden bir diğeri olan Ivy Lee 'İlkeler Bildirisi'nde ilk etik ilkelerinin altını çizmiştir. Bu doğrultuda, gizliliğe yer yoktur. Gerçek bilgileri elde etmek ön koşuldur. Halkla ilişkileri reklamlarla karıştırmamak gerekir. Lee, en iyi

bilginin, en doğru bilgi olduğunu da vurgulamıştır (Güllüoğlu, 2006: 151). Lee, kamunun bilgilendirilmesi gerektiği inancıyla böyle bir bildiri ile ortaya koymuştur. Lee'nin mesleki inancı "Organizasyon bundan zarar ettiği zaman bile, bir organizasyonun faaliyetleri hakkında doğruyu söyle" şeklindedir (Okay ve Okay, 2007: 139). Bu bağlamda halkla ilişkilerin temel ilkeleri kapsamında, şeffaflık ve doğru bilgi vermek kurum ve kuruluşların temel amaçları arasında yer almalıdır. Günümüzde kurum ve kuruluşların gerçekleştirdiği halkla ilişkiler kampanyaları çerçevesinde ilettikleri mesajlar kamuoyunu aldatıcı nitelikte olmamalıdır. Bununla birlikte tutarlılık gereği söz ve eylem birlikteliğine dikkat edilmelidir. Zira halkla ilişkiler, iletişim boyutuyla değerlendirildiğinde, siyasal iletişimden ekonomiye; kitle psikolojisinden, sosyolojiye; pazarlama iletişiminden tasarım uygulamalarına kadar birçok alanda rızanın sağlanması oldukça önemlidir. Güvenilirlik ve beraberinde tutarlılık, doğruluk, dürüstlük, şeffaflık, uzmanlık gibi özellikler halkla ilişkiler alanının olan ya da olması gereken temel unsurları olarak değerlendirilmekle birlikte tartışma alanı da yaratmaktadır.

1923 yılında Edward L. Bernays'ın yayınladığı 'Kamuoyunun Kristalleşmesi' isimli kitabı, haber ve reklam fonksiyonlarını, sosyal sorumluluk duygusunu ve etik kurallarını dile getiren önemli bir eserdir (Somer, 1987: 6).

Halkla ilişkilere yönelik etiksel kodlar belirli unsurlarla sistemleştirilmektedir. Bu bağlamda bazı temel kurallar aşağıda yer almaktadır.

Uluslararası Halkla İlişkiler Derneği (IPRA) mesleği düzenleyici kuralları belirlemek üzere Mayıs 1961'de Venedik'te genel bir oturum düzenledi. Burada derneğe bağlı halkla ilişkiler üyelerini bağlayıcı kararlar alındı. Alınan kararlar, 'profesyonel bütünlüğü sağlayan kurallar, 'müşteriye yönelik kurallar, 'halka ve basına yönelik davranış kuralları' ve 'meslektaşlara yönelik kurallar olarak dört grupta toplandı. Bu kurallar (Uzun, 2011: 235-353-354):

IPRA MESLEK AHLAK YASASI

A- *Profesyonel Bütünlüğü Sağlayan Kurallar*

1. Derneğe üye bir halkla ilişkiler uzmanının piyasada ünvanının iyi olarak duyulması ve yüksek ahlaki değerlere sahip olduğunun bilinmesi ve ayrıca IPRA'nın belirlediği görgü ve ahlak kurallarına uyduğunun bilinmesi gerekmektedir.

B- *Müşteriye Yönelik Kurallar*

2. Derneğe üye bir halkla ilişkiler uzmanı bütün müşterilerine görev anlayışı açısından adil ve eşit davranmalıdır.
 3. Bir üye, ilgili tarafın onayı olmaksızın taraf tutmamalı ve rekabet etmemelidir.
 4. Bir üye eski ya da yeni müşterisine ait gizli bilgileri ilgili tarafın onayı olmadan açıklamamalı ve bunları daima kendine saklamalıdır.
 5. Bir üye diğer bir üyenin müşteri ve işverenini tenkit edici davranışlarda bulunmamalıdır.
 6. Bir üye bir müşterinin işini yaparken başka hiç kimseden değerli hediye, komisyon, maaş alamaz.
 7. Bir üye başarıyla neticelendirdiği işlerin sonunda hiçbir şekilde fiyat ve ücret tartışmasına girmez.
- C- Halka Ve Basına Yönelik Davranış Kuralları*
8. Bir üye daima kamuoyunun çıkarları doğrultusunda hareket etmelidir.
 9. Derneğe üye bir halkla ilişkiler uzmanı asla medyayı birbirine düşürecek hareketlerde bulunmamalıdır.
 10. Bir halkla ilişkiler uzmanı yanlış veya çarpıtılmış bilgiyi basına vermemelidir.
 11. Bir üye çalıştığı organizasyon adına daima tutarlı ve iyi bir temsilci olmalıdır.
 12. Bir üye hiçbir zaman bir derneği kendi çıkarları için kullanmamalıdır.
- D- Meslektaşlara Yönelik Kurallar*
13. Bir üye hiçbir zaman diğer bir üyenin kişiliğini zedeleyecek ve onu rencide edecek davranışlarda bulunmamalıdır.
 14. Bir üye kötü amaçlı bir meslektaş hakkında bir şeyler biliyorsa bu bildiklerini mutlaka IPRA'ya bildirmelidir.
 15. Bir üye başka bir üyenin işine talip olamaz.

Atina Yasası'nda halkla ilişkiler uygulayıcılarının 'Bütün durumlarda ve her şartta, ilişki içinde olduğu kimselere güven vermeyi ve bu güveni koruyacak şekilde davranmayı' taahhüt ettiği belirtilmiştir. Roma Bildirisi'ne bakıldığında ise, 'Başka mesleklerden uzmanlarla işbirliğine girip çalışırken bu mesleklerin ahlak ve ilkelerini farklı tutmayacak, bu ahlak ve ilkelerin çiğnenmesine bilerek taraf olmayacaktır' ifadesi yer almaktadır (Uzun, 2011: 246).

Türkiye Halkla İlişkiler Derneği (TÜHİD) halkla ilişkilere yönelik meslek ilkeleri belirlemiştir. Türkiye Halkla İlişkiler Derneği üyeleri, halkla ilişkiler mesleğinin profesyonel değerlerini ve itibarını korumak doğrultusunda

aşağıda yer alan meslek ahlak ilkelerini benimser, uygular, yaygın ve doğru olarak uygulanması konusunda aktif rol üstlenir: (<http://www.tuhid.org/tuhid>).

TÜHİD Üyeleri:

1. Tüm bireylerin, İnsan Hakları Evrensel Beyannamesi'nden doğan haklardan yararlanmaları gerektiği inancından hareket eder ve mesleklerini İnsan Hakları Evrensel Beyannamesi'nin ruhu doğrultusunda icra ederler,
2. Halkla ilişkiler mesleğini, kamuoyu çıkarlarını zedelemeyecek biçimde icra ederler,
3. Çocuklarla ilgili ürünlerin tanıtılması için hazırlanan halkla ilişkiler mesajlarında onların güven duygularını zedeleyecek, ruhsal ve fiziksel zayıflıklarını etkileyecek içerik bulunmamasına özen gösterirler,
4. Mesleki faaliyetleri sırasında karşılıklı anlayış yaratmayı hedefleyerek kurdukları iletişimin, hem yasal hem de ahlaki açıdan toplumun kültürel değer ve inançlarını zedeleyici nitelikte olmamasını gözetirler,
5. Mesleklerini icra ederken, ilgili tüm tarafların görüşlerinin adil bir biçimde temsil edilmesine özen gösterirler,
6. Meslekleri gereği edinebilecekleri sır niteliğindeki bilgilerin gizliliği prensibine saygı gösterirler,
7. Meslekleri gereği kurdukları iletişimin açık, doğru, iki yönlü ve tarafların tam anlamıyla bilgilendirilmesine dayalı olmasına özen gösterirler.
8. Çalışmaları esnasında Fikir ve Sanat Eserleri Kanunu maddelerine uyum içinde davranırlar,
9. Meslek ahlakı ilkelerine ters düşecek görevleri kabul etmezler,
10. Mesleğin itibarını ve saygınlığını korumak ve yükseltmek için çalışırlar,
11. Meslektaşlarının itibarını zedeleyecek yorumlarda ve davranışlarda bulunmazlar,
12. Medyanın haber alma ve kamuoyunu bilgilendirme özgürlüğü ile Basın Meslek İlkeleri'ne saygı gösterirler,
13. Bloglar, forumlar, video ve fotoğraf paylaşım siteleri, sosyal paylaşım ağları ve benzeri sosyal medya araç ve ortamlarının kamuoyunun bilgilendirilmesi ve kamuoyu görüşlerinin yansıtılması açısından zenginleştirici nitelikte olduğundan hareketle; bu ortamlardaki mesleki faaliyetlerinde kimliklerini ve/veya temsil ettikleri kişi ve kurumların kimliklerini şeffaflık ilkesi doğrultusunda açıklarlar,
14. Kişisel veya kurumsal düzeyde rekabet etmek gereken durumlarda, rekabeti haksız olarak etkileyecek kişisel/kurumsal bağlantılarını; ikincil

olarak üstelenilmiş görevlerini vb. bu amaca hizmet edecek şekilde kullanmazlar.

Uluslararası Halkla İlişkiler Derneği (IPRA)'nin belirlediği davranış kurallarına da yer vermekte yarar vardır. Bu kurallar aşağıda yer almaktadır:

Halkla ilişkiler uygulayıcıları davranışlarında:

1.Gözetim: BM Sözleşmesindeki ve İnsan Hakları Evrensel Bildirgesindeki ilkeleri gözetmek;

2.Dürüstlük: Bütün süreç boyunca dürüst ve doğru davranarak, iletişim içinde olduğu kişilerde güveni sağlamlaştırıp devam ettirebilmek;

3.Diyalog: Diyalog için gereken ahlaki, kültürel ve entelektüel koşulları oluşturmak için çabalamak ve ilgili tüm tarafların kendi durumlarını ortaya koymak ve kişisel düşüncelerini belirtme hakkı tanımak;

4.Şeffaflık: Adlarını, kuruluşlarını ve temsil ettikleri çıkarı açıklarken açık ve şeffaf olmak;

5.Çatışma: Olası profesyonel çıkar çatışmalarını önlemek ve çıktığı takdirde ise bu tarz çatışmalardan etkilenecek tarafları bilgilendirmek;

6 Gizlilik: Edinilen gizli bilgilere saygı göstermek;

7.Doğruluk: Temin edilen bütün bilgilerin gerçekliğini ve doğruluğunu sağlamak için her türlü önlemi almak;

8. Sahtelik: Sahte veya yanıltıcı bilgiyi kasten yaymamak için gereken bütün çabayı sarf etmek, bunu kasıtlı yapmaktan kaçınmaya özen göstermek ve herhangi bir hatayı acilen düzeltmek;

9. Aldatma: Aldatıcı ve dürüst olmayan yollardan bilgi edinmemek;

10.Açığa Vurmak: Açıklanmamış bir amaca hizmet eden ve aslında açıklanmamış menfaatler sağlayan herhangi bir organizasyon oluşturmamak veya bunları kullanmamak;

11.Kâr: Kamu makamlarından edinilen belgelerin kopyalarını üçüncü şahıslara özellikle kâr etmek amacıyla satmamak;

12.Hak ediş: Sağlanan profesyonel hizmet karşılığında, bu hizmetlerle ilgili yetkililer dışında hiç kimseden ücret kabul etmemek;

13.Rüşvet: Doğrudan ya da dolaylı olarak kamu görevlilerine, medya temsilcilerine veya diğer paydaşlara herhangi bir maddi rüşvet ya da diğer tür rüşvet teklif etmemek veya vermemek;

14.Etki: Kamu görevlileri, medya veya diğer paydaşları uygunsuz biçimde etkileyebilecek faaliyetleri ne teklif etmek ne de uygulamak;

15.Rakipler: Meslektaşlarının mesleki itibarına kasıtlı olarak zarar vermemek;

16.Ayartmak: Başka bir profesyonelin müşterisini, aldatici yollarla kazanmaya çalışmamak;

17. İstihdam: Kamu makamlarından veya rakiplerden personel işe alırken, ilgili kuruluşların kurallarına ve gizlilik gereklerine saygı göstermek;

18.Meslektaşlık: Tüm dünyadaki IPRA üyesi meslektaşlar ve halkla ilişkiler uygulayıcılarıyla ilgili olarak bu kurallara sadık kalmak.

IPRA Üyeleri bu Kuralları onaylayarak, Uluslararası Halkla İlişkiler Derneği'nin bu Kuralların ihlaline yönelik disiplin prosedürlerine sadık kalmayı ve bunların uygulanmasına yardımcı olmayı kabul etmektedir.

Kararlar, IPRA Yönetim Kurulu tarafından alınmıştır / 5 Kasım 2010 (<http://www.tuhid.org/pdf>).

Halkla ilişkiler çalışmalarının iş, iletişim ve etik performans olarak birbirini tamamlayan en az üç performanstan oluştuğu söylenebilmektedir. Bu bağlamda etik performans ile kuruma doğrudan bir kazanç sağlama amacı güdülmez; sosyal sorumluluk bilinciyle kamu yararı ön planda tutulur ya da iş performansıyla dolaylı olarak kamu yararına işler yapılır. Bu sebeple, kurum ve kuruluşlar içinde bulunduğu sosyal ve fiziksel çevrenin problemlerine de duyarlılık göstermeli, bu problemleri dürüst bir yaklaşımla çözmeye yardımcı olmalı, yani sosyal sorumluluk taşımalıdır (Küçük Kurt, 1987: 162-164). Halkla ilişkiler etiği açısından bakıldığında, sosyal sorumluluk; çevreye zarar vermemek, güvenilir hizmet vermek, toplumun sosyal, politik, ekonomik hayatına katkıda bulunmak gibi faaliyetleri içermektedir (Sabuncuoğlu, 2007: 170). Yoğun rekabet ortamında, genellikle rekabet avantajı olarak görülebilen sosyal sorumluluk projelerinin halkla ilişkiler içerisinde nasıl konumlandırıldığı da etik çerçevede tartışma konularından biridir. Kurum ve kuruluşların etik ve sosyal sorumluluk bilinciyle hareket etmesi, karşılıklı anlayış ve faydayı

gözetmesi, rızayı sağlama sürecinde güvenilirlik ve itibar yönetimine vurgu yapmaktadır.

Halkla ilişkiler kampanyaları ve programlarıyla firmanın ürünleri ve imajı için yapılan tanıtım faaliyetleri bazen asılsız vaatler ve içi boş imalarla süslü olabilmektedir. Bu vaatler ve imalar neticesinde yürütülen faaliyetler bir yalanlar manzumesine dönüşebilmektedir (Şentürk ve Ay, 2008: 89). Güvenilirlik halkla ilişkiler mesleğinin meşruiyet temelini oluşturmaktadır. Yayılan iletilerin istenen etkiyi yaratmasının ön koşulu güvenilirliktir. Buna karşın, halkla ilişkiler uygulayıcılarının güven sarsıcı davranışları, endüstri için bir sorun olarak durmakta, halkla ilişkilere daha iyi bir ün kazandırma çabaları etik olmayan eylemlerle engellenmektedir (Uzun, 2011: 234).

İşletmelerde etik değerlerin yerleşmesinde kurum kültürü önemli bir paya sahiptir. Bu bağlamda; halkla ilişkiler uzmanlarına, etğin kurum kültürünün en önemli parçası olduğu görüşünün yerleşmesinde önemli görevler düşmektedir. Halkla ilişkiler tekniklerini, paydaşlar grubunu kısa dönemde manipülatif yollarla yanlış yönlendirmek üzere kullanan kurumlar, uzun dönemde bunun işletme çıkarlarına, ününe ve geleceğine etkisini düşünmüyorlar demektir (Odabaşı ve Oyman, 2014: 442).

Halkla ilişkiler gerek uygulama alanlarıyla gerek tanımlama ve algı karmaşasıyla gerekse de sadece imaj yönetimi kavramlaştırmalarıyla etik düzlemde tartışma konusu haline gelmektedir. Tanıtma pratiklerinden biri olan halkla ilişkiler ve uygulayıcılarının öncelikle kendi dünyalarını ve işleyişlerini tanımları gerektiği bu tartışmayı daha da belirginleştirmektedir. Küreselleşmeyle birlikte medyanın etkisi de düşünüldüğünde; halkla ilişkiler, etik konusunda çok geniş bir yelpazeye yayılmıştır. Bu geniş yelpazeye yayılan halkla ilişkiler ve medya ilişkisi ile bu ilişkinin etik bağlamı genel bir çerçevede değerlendirilecektir.

3. HALKLA İLİŞKİLER UYGULAMA ALANLARINDAN BİRİ OLARAK MEDYA İLE İLİŞKİLER

Medya ilişkileri işletmelerin halkla ilişkiler faaliyetlerinin en görünür ve en geleneksel ilişkilerinden biridir. İşletmelere ait plan ve projeler hakkında eksik ve yanlış bir bilgi ya da bir bilginin vaktinden önce topluma sızması, işletmenin adına zarar verebilmekte; işletmenin dürüstlüğünü ve profesyonelliğini zedeleyebilmekte; ölçülemez hasarlar meydana getirebilmekte ve işletmenin toplumdaki yerini zayıflatabilmektedir (Tengilimoğlu ve Öztürk, 2008: 124).

Halkla ilişkilerin değişen anlamı içerisinde şeffaf yönetim anlayışı önemli bir konuma sahiptir. Dolayısıyla toplumu doğru bilgilendirmenin sağlanması açısından basın toplantıları halkla ilişkilerde uygulanan önemli yöntemlerden biridir. Kamuoyunu ilgilendiren toplantılarda alınan kararlar hakkında medya aracılığıyla kamuoyunu bilgilendirmek hem kamuoyu tarafından beklenmekte hem de şeffaflık anlayışı içinde buna gerek duyulmaktadır (Yıldız, 2006: 127). Kurum ve kuruluşların imajlarına, itibarlarına ve algılarına yönelik hedef kitle açısından katkıda bulunarak haber üretimi, dağıtımı ve paylaşımını içeren her türlü içerik ve çalışma medya ekseninde sunulabilmektedir. Bu kapsamda sunulan ve yansıtılan öğeler ile kurum algısını olumlu hale getirmeye çalışmayı ve olumsuz tutumları ortadan kaldırmayı kapsayan bütün çabalar, genel olarak halkla ilişkilerde medya ile ilişkilerin çerçevesini oluşturmaktadır.

İmaja katkıda bulunarak, doğru hedef kitlede maksimum farkındalık sağlayacak haber ve her türlü medya yansıması halkla ilişkiler açısından basınla ilişkilerin temelini oluşturur (Peltekoğlu, 2014: 219). Bu doğrultuda, doğru mesajların doğru hedef kitlelere ulaştırılmasında halkla ilişkiler ve medya arasındaki iletişim önem arz etmektedir.

Dış hedef kitlelerden biri olan medya ile ilişkilerin sürdürülmesinde hazırlanan basın bültenleri ve kuruma ilişkin haberler, internet aracılığı ile medyaya daha hızlı ve daha az maliyetli bir biçimde ulaştırılabilmektedir (Vural ve Coşkun, 2006: 183). İkinci el haber kaynağı niteliği taşıyan basın bültenleri de halkla ilişkilerde önemli bir alanı temsil etmektedir. Nitekim kurum ve kuruluşlar etkinliklerine, projelerine, faaliyetlerine, çalışma koşullarına, kriz yönetim süreçlerine gibi birçok aşamada basın bültenleri aracılığı ile hedef kitleye seslenebilmektedirler. Bu durum, doğru hedef kitleye doğru mesajlar iletmekle birlikte biçimsel tüm unsurları da dikkate almakla ilgilidir.

Medyayla olan ilişkiler halkla ilişkiler uzmanlarının en önemli işlevlerinden biridir. Pek çok kitle iletişim aracı, okuyucularına, dinleyicilerine ve izleyicilerine ilettikleri haberlerin bir kısmını halkla ilişkiler kaynaklarından almaktadır. Gazeteciler ve editörler, halkla ilişkiler uzmanlarının gönderdikleri bültenlerin doğruluğuna güvenmekte, gönderilen metinler bazı redaksiyonlarla kullanılmaktadır (Okay ve Okay, 2007: 541). Muhabirler ya da editörler olay eskidikten sonra ellerine geçen bülteni yayınlamak istemeyecekleri için zamanlama, bültenin yayınlanma şansını belirleyen en önemli faktörlerden biridir (Peltekoğlu, 2014: 222). Medya ile ilişkilerde en önemli hususlardan biri doğru zamanda doğru mesajı en doğru kanalla iletmektir.

Kurum veya kuruluşlarla hedef kitle arasında kurduğu iletişim nedeniyle halkla ilişkiler birimleri için kullanılan köprü metaforu, halkla ilişkiler birimleri ile hedef kitle arasındaki işlevi açısından medya için de kullanılabilir (Davulcu, 2012: 52).

Uygulamada medya ilişkileri, sıklıkla başvurulan bir araç olması kurumların dışa açılan penceresi olması sebebiyle önemli bir konuma sahiptir. Bu anlamda medyanın halkla ilişkilerin tümü veya halkla ilişkilerle medya ilişkilerinin aynı iş olarak değerlendirildiği görülmektedir. Medya ilişkileri halkla ilişkilerde oldukça önemli bir yere sahip olmakla birlikte, mesleğin bütünüyle bir tutulamaz (Aydede, 2004: 119).

Günümüzde medya ile ilişkiler uzmanlaşmış hedef gruplarına yöneltilmiş olan önemli halkla ilişkiler programlarından birisi olarak ele alınmaktadır. Çoğu orta ve büyük ölçekli kuruluşlarda, kuruluşun medyada yer almasını sağlamak amacı ile medyaya çeşitli materyaller gönderen halkla ilişkiler uzmanı ya da iletişim uzmanının bulunduğu kısımlar mevcuttur (Okay ve Okay, 2002: 19).

Kurum ve kuruluşların yürüttüğü halkla ilişkiler çalışmalarından bazıları da hedef kitleye ve kamuoyuna yapılan çalışmalar hakkında bilgi vermektir. Ortak çıkarları olan halk topluluğu şeklinde tanımlanan kamuoyunu bir takım kişiler ve farklı gruplar etkilemektedir. Kurum ve kuruluşlar hakkında olumlu izlenim oluşturabilmek için kamuoyuna zamanında ve doğru olarak bilgi vermek gerekir (Okay ve Okay, 2007: 202). Toplumsal inşa iletişimsel olarak gerçekleştirildiğine göre her toplumun ya da topluluğun bir medyaya sahip olması gerektiğini, bilgi alma ihtiyacını da medya aracılığı ile karşıladığını kabul edebiliriz (Anık, 2003: 38). Ayrıca, küreselleşmeyle birlikte bilgi ve iletişim teknolojilerinin çeşitlenmesiyle medyada oluşturulan içerik ve teknik unsurlarda değişmektedir. Hızlı bir iletişim ağını tüm hareketsel, işitsel, görsel gibi birçok öğelerle sunan medya yansımaları düşünüldüğünde, halkla ilişkiler ile basın ilişkileri format farkıyla da karşımıza çıkabilmektedir. Yeni medya uygulamaları içerisinde sosyal medya interaktif bir etkileşim yaratabilmektedir. Kurum ve kuruluşlar, gerçekleştirdikleri ya da gerçekleştirecekleri etkinliklere yönelik duyuru ve içerikleri ya da başlattıkları ve sürdürdükleri projeleri sosyal medya ile kamularına sunabilmektedir. Halkla ilişkiler uygulayıcıları bu tarz girişimleri ile hem sosyal medyanın kamuoyu oluşturma sürecindeki etkilerinden hem de daha hızlı geri bildirim alma imkânından yararlanabilmektedirler.

4. ETİK BAĞLAMINDA HALKLA İLİŞKİLER VE MEDYA İLİŞKİSİ

Medya halkın tercihlerini ve kararlarını belirleme hususunda büyük bir öneme sahiptir. Gerek siyasal katılım gerek tüketim pratiği olsun birçok tercihte medya yönlendirici bir konumda olabilmektedir. Medyanın önemli işlevlerinden biri de kamuoyu oluşturmaktır. Kamuoyu oluşturmada medyanın rolü de oldukça etkilidir. Bu bağlamda medya eleştirel bir boyutta değerlendirilmektedir.

Toplumsal açıdan değerlendirildiğinde, kurumlar çok değerli işler yapsalar bile tanınmadıkları sürece yani duyurumu gerçekleşmediğinde yapılan işler bir anlam ifade etmemektedir. Bu süreç halkla ilişkilerin misyonu kapsamında önemli bir unsur olmaktadır. Yapılan ve önemli olduğuna inanılan uygulamalar, etik olgulardan uzaklaşmadan paylaşılmalıdır. Burada göz önünde bulundurulması gereken ana husus ise, kurum çıkarı ile birlikte kamu yararının gözetilmesi olmalıdır. Bu doğrultuda halkla ilişkilerde medyaya biçilen roller çeşitlenmekle kalmayarak, doğru zamanda doğru planlamalara başvurulması daha fazla önem kazanmaktadır.

İletişim etiği, iletişim ile alakalı alanlarda çalışanların meslek etiğini ifade etmektedir. Bu bağlamda haber ajanslarında, gazetelerde, radyo ve televizyon kurumlarında veya internet ortamında habercilik mesleği ile uğraşanlar, medya etiğinin doğrudan ilgilendiği alanlarda bulunmaktadır. Bundan ayrı olarak medyaların haber dışındaki içeriklerini üretenler ve kendileri medya olmasalar da ürünleri medyada yer alan reklam ve halkla ilişkiler alanında iş görenlerde medya etiğinin kapsamındadır (Uzun, 2011: 27).

Halkla ilişkiler işini icra edenlerin medya ile ilişkileri başarılı bir şekilde yönetmeleri ve bu kapsamda bilgi, deneyim sahibi olmaları istenir. Gerek geleneksel medya araçları gerekse yeni medyanın tüm unsurları ile medyada gündem oluşturma ya da gündemi medya ortamlarına taşıma konuları çok hızlı ve yaygın gerçekleşebilmektedir. Özellikle, bilgi ve iletişim teknolojilerinin hızla gelişmesi hem kurum ve kuruluşlar açısından hem de hedef kitleler açısından önemli etkiler oluşturmaktadır. Mc. Luhan'ın 'küresel köy' kavramının tüm yansımalarını hissedebileceğimiz, zaman ve mekân sınırının silindiği günümüz dünyasında, yeni medya uygulamaları halkla ilişkiler etiğinin

¹ Küresel köy kavramı Kanadalı iletişimci Marshall McLuhan ile bütünleşmiş bir kavramdır. Küreselleşme ile birlikte dünya adeta küçülen bir köy haline gelmiştir. Ayrıntılı bilgi için bakınız: Marshall McLuhan, Global Köy (The Global Village).

medya boyutunda tartışma alanı olmaktadır. Bu doğrultuda halkla ilişkilerin gerçeklik ögesi ile yeni medyanın kuşatıcılığı arasında nasıl bir denge vardır? Ya da denge var mıdır? Halkla ilişkiler bu ilişki ağının belirleyicisi midir? Yoksa halkla ilişkiler yeni medyaya hizmet eden bir araç mıdır?

İlk halkla ilişkiler uzmanlarının çoğu gazetecilikten gelmektedir. Haber aygıtını kullanarak 'halka ilan etme' ve halkla ilişkiler pratiği arasında mesleki açıdan teknik bağlar vardır. Gazetecilik gibi görünen ve zaten yayına hazır edilmiş materyal verildiğinde, bu materyali gazetede basmak çok kolaydır. Bu faaliyet halkla ilişkilerde basın sözcülüğü fonksiyonu ile yerine getirilebilmektedir (Şentürk ve Ay, 2008: 92). Kurum ve kuruluşlar; etkinliklerini, çalışmalarını, başarılarını halka tanıtarak halkın rızasını ve güvenini kazanmak için medyadan yararlanırlar. Zira kamuoyu algısı olarak medya genellikle halkla ilişkilerin bütününe temsil eden bir yaklaşıma sahiptir. Toplumda olumlu bir izlenim oluşturmak ya da imajını konumlandırmak amacıyla kurum ve kuruluşların; medyada ne kadar çok olumlu durum ya da söyleme sahiplerse o oranda bilinir oldukları vurgusu giderek yaygınlaşmaktadır. Bu doğrultuda, medyanın halkla ilişkilerin önemli bir parçası olduğu, fakat halkla ilişkilerin yalnızca medyadan ibaret olmadığı vurgusunu da yapmak kavramın ve beraberinde mesleğin etiksel düzlemi adına yerinde olacaktır.

Halkla ilişkiler uzmanı, işini gerçekleştirirken biçimlendirdiği mesajları hedeflediği kesimlere çoğunlukla medya yoluyla yaymaktadır. Dolayısıyla, halkla ilişkiler şirketleri ile medya arasındaki ilişki önemli ve sorunlu bir etik alanı oluşturmaktadır. Halkla ilişkiler uzmanlarının savunucu rolleri ile gazetecilerin gerçeğin tarafsız anlatıcısı rolleri arasındaki çatışma her iki meslek etiğini de ilgilendiren bir sorun olarak belirlemektedir. Uygulamada, halkla ilişkiler uzmanı mesleğinin etik kurallarına aykırı olarak gerçeği yansıtmayan mesajları yaymaya başladığında buna aracılık eden medya çalışanları da kamunun aldatılması konusunda suç ortağı konumuna düşebilmektedir. Halkla ilişkiler uzmanları ile gazeteciler arasında paraya dayalı ilişkilerin kurulması da etik açıdan sakıncalı durumları doğurmaktadır (Uzun, 2011: 242).

Gerçekçilik, halkla ilişkiler etkinliklerini zorlaştıran etkinliklerden biridir. Kuruluşlarda aksayan yönler, kamuda olumsuz izlenimler yaratabilecek gelişmeler bulunabilmektedir. Halk ile kuruluş arasında aracılık yapacak olan basın, bu şekilde bir durum belirlemişse veya aksaklık ve yanlışlıklar vatandaşları rahatsız edecek hale gelmişse, halkla ilişkiler birimi yapacağı çalışmalarda gerçekçilik ilkelerine bağlı kalacaktır. Aynı zamanda, kuruluş

aleyhine gelişen imajı lehe çevirmenin yol ve yöntemlerini arayarak çalışmalarını da bu yönde yoğunlaştıracaktır. Gerektiğinde sorunları bir diplomat titizliği ile çözecektir (Bülbül, 2004: 292). Bu bağlamda, açıklık ve gerçekçilik ilkelerinin etik kavramı ile bağlantılı olduğu söylenebilmektedir.

Dürüstlük ilkesinin temeli olarak, halkla ilişkiler uzmanları tanıtma mesajlarının gerçeklerden ayrılmadan güven ve destek sağlayacaklarına inanmalıdır (Asna, 2012: 109). Bu doğrultuda hedef kitleden gerçekler gizlenmemelidir. Ayrıca halka bilgi verme ve bilgi alma imkânı tanıyarak yanlış bilgiye ulaşma sorunu engellenebilecektir.

Halkla ilişkiler şirketlerinin gazetecilere hediyeler vermesi ve ücretsiz imkânlar sağlaması dünyanın hiçbir yerinde tamamen ortadan kalkmasa da hediye sirkülasyonunun giderek azaldığı söylenebilmektedir. Halkla ilişkiler şirketlerinin müşterilerine kendilerini hatırlatmak için gazetecilere pahalı hediyeler sunmak yerine kitap yollamak, kart göndermek, ağaç dikmek veya bir yardım kuruluşuna bağışta bulunmak gibi simgesel şeyleri önermesi daha etik bir durumdur (Uzun, 2011: 246).

Halkla ilişkiler uzmanları savunuculuk veya danışmanlık mı ikilemine verilen yanıt simetrik ve asimetrik yaklaşımla ilgilidir. Asimetrik davranışı benimseyen uygulayıcılar, hizmet verdikleri kuruluşların değerlerinin savunuculuğunu yaparken; simetrik anlayışa sahip halkla ilişkiler uzmanları kendilerini, müşterilerinin kararları karşılıklı diyalogla alması konusunda danışmanlık veren ve onlara yardımcı olan kişiler olarak konumlandırır (Görpe ve Mengü, 2007: 45). Halkla ilişkiler bir savunuculuk mesleğidir ve belli amaçlar adına kamuoyunu etkilemenin aracı olarak kabul edilmektedir. Kamuoyunun hangi amaçlarla etkilenmek istendiği konusu ise, mesleği tartışmalı bir konuma taşımaktadır. Yanıltıcı bilgi paylaşımı, yönetsel eylemlerin etkilenmesi, kalitesiz ürünlerin promosyonu gibi uygulamalar tartışılmaktadır. Endüstrinin karlılığının artması ve halkla ilişkiler uzmanlarının medyada ön plana çıkmasıyla birlikte halkla ilişkiler mesleği de hedef haline gelmektedir (Uzun, 2011: 233).

Kuruluşların halkla ilişkiler birimlerinden gönderilen kaynaklar medyada yer alan haberlerin bir bölümünü oluşturmaktadır. Bu kaynaklardan gelen bilgilerin ne zaman, nasıl ve ne şekilde yayınlanacağı konularında halkla ilişkiler uzmanlarının bir dahli bulunmamakta, haberin içeriği ve yayınlanma şekline muhabirler ve editörler karar vermektedir. Çünkü kuruluş, kitle iletişim araçlarına göndermiş olduğu haberlerin yayınlanması için bir ödeme

yapmamaktadır. Haber değeri taşıdığı düşünülen bilgiler medyada yer alabilir. (Okay ve Okay, 2007: 57).

Gazetecilerin halkla ilişkilerin nüfuzunu ve artan etkisini anlamadaki başarısızlığı halkla ilişkiler meslek standartlarının da düşmesine sebep olmaktadır. Sonuçta halkla ilişkiler kamusal inceleme ve denetimden sıyrılmış yarı karanlık bir alanda iş görmeye devam etmektedir. Oysa gazetecilerin halkla ilişkiler uzmanlarının nüfuzunun farkına varmış olması ve halkla ilişkiler faaliyetlerinin etkisini kavramış olması bu faaliyetlere işlevsellik kazandıracaktır. Halkla ilişkiler etkinliklerinin gazeteciler ve toplum tarafından daha iyi anlaşılması ise kaçınılmaz olarak daha yüksek standartları ve uygulamaları beraberinde getirecektir. (Uzun, 2011: 248).

Victor Hugo, 'herkes insanlığı değiştirmeyi düşünür, ama kimse kendisinden başlamaz' diye ifade eder. Bu bağlamda, birçok değeri, günlük yaşamın kullanım alanına yerleştiren ve aynı zamanda toplumsal bir kurum olan medya, bugün her zamankinden daha fazla tartılıp değerlendirilmeye muhtaçtır. Öyle ki, medyanın ortaya çıkışından bu yana, yüklenen görevle uygulama arasındaki çelişkiler ve uyumsuzluklar özellikle etik değer ve ilkelerin sürekli gündemde tutulmasına yol açmaktadır. Toplumsal yaşamı böylesine derinden etkileyen araçlarla çalışan, haber aktaran ve toplumu yönlendiren kişilerin etik açıdan çözümlerinin yapılması ise olabildiğince geniş bir bakış açısı ve kavrayış gerektiren çalışmaları zorunlu kılmaktadır (Güllüoğlu, 2013: 165).

Bütün medya araçları, her zaman hedef kitleyle olumlu ilişkiler kurmak ve sürekliliğini devam ettirmek için uğraşır. Bu doğrultuda, hedef kitlenin ilgilerini, değerlerini ve beğenilerini içeren mesajlara yoğunlaşılır. Medyanın yayın içeriklerinde hedef kitle etkisi önemli bir belirleyici olmakla birlikte, halkla ilişkilerin burada nasıl bir konum izleyeceği tartışılan konular arasında yer almaktadır. Zira kurum ve kuruluşların etkinliklerine yönelik medya kanallarına gönderilen basın bültenlerinin içeriği, biçimi, amacı, fayda unsuru, hazırlayan birimin veya kişinin eğitim ve alana yetkinliği, ekonomik yapı gibi birçok bileşen halkla ilişkiler etiği ve medya ilişkisinin yansımalarına örnek teşkil edebilmektedir. Nitekim yapılan etkinlikler ya da gerçekleştirilen uygulamalar, iletilmek istenilen mesajlar en kısa sürede, en düşük maliyetle ulaştırılmak istenir. Bu doğrultuda basın bildirileri, basın bültenleri gibi kaynakların çoğu medya kanallarında düzeltilmeden ya da gözden geçirilmeden yayınlanabilmektedir. Denetim mekanizmalarının daha etkili olması beklenen basın bültenleri gibi ikincil haber kaynağı niteliğindeki veriler giderek doğrudan yayınlanma ya da basılma potansiyeline dönüşmektedir. Zaten basına iletilen

materyallerin kapsamı halkla ilişkilerde etik ve medya çerçevesinde tartışma alanı oluşturmaktadır.

Yeni medya ortamlarında kullanılan araçların çoğalması, çeşitlenmesi ve gelişmesi alanda iş görenlerin sayısının çok olması, yazılı basın endüstrisinin de yeni medya endüstrisine paralel olarak gelişmesi, içerik üretiminin hızlı ve çok olması gibi unsurlar yeni medya ortamlarını etik sorunlar bağlamında ele almayı zorunlu kılmıştır (Binark ve Bayraktutan, 2013: 25-26). Yeni medyanın daha açık, şeffaf, sınır tanımazlığı ve daha katılımcı olması gibi özelliklerinden hareketle, kurum ve kuruluşların tanıma ve tanıtma yöntemleri de değişmektedir.

IDA (İletişim Danışmanlığı Şirketleri Derneği) Meslek Ahlakı İlkeleri'ne bakıldığında, halkla ilişkiler uygulayıcıları ile medya mensupları arasındaki ilişkiler ayrıntılı olarak yer almaktadır:

Kamuoyu ve medya ile ilişkilerde şeffaflığın gözetilmesi ve geliştirilmesi doğrultusunda;

1) Medyayı ve medya organlarını, kamuoyunun bilgilendirilmesi doğrultusunda faaliyet gösteren kurumlar olarak kabul ederler,

2) Hizmet sundukları kişi, kurum ve kuruluşların reklam veren olmaktan doğan güçlerini; bu kişi, kurum ve kuruluşlarla ilgili haberlerin yayınlanması ile ilişkilendirmez ve medya organlarına bu doğrultuda imada bulunmazlar,

3) Hizmet sundukları kişi, kurum ve kuruluşlarla yaptıkları hizmet sözleşmelerinde, belirli medya organlarında belirli nitelik ve sayıda haber yayınlama garantisi vermezler,

4) Sundukları hizmetler sonucu medya organlarında yer alan haberlerin etkinliğini reklam eşdeğeri ile ölçmezler,

5) İletişim danışmanlığı faaliyetleri kapsamında medya organlarına iletilen tüm malzemelerin haber değeri açısından değerlendirilmesine gölge düşürecek nitelik ve değerinde hediye vermezler, ağırlama yapmazlar,

6) Medya mensuplarına para karşılığı haber teklifinde bulunmazlar. Medya organlarından kendilerine ya da müşterilerine gelebilecek paralı haber tekliflerini desteklemezler,

7) Haberlerinin kullanılması karşılığında gazetecilerle gizli ve özel anlaşmalar yapmazlar, gazetecileri gizlice ödüllendirmezler,

8) İletişim danışmanlığı faaliyetleri kapsamında, gerektiği durumlarda, reklam veya advertorial alanı/zamanı satın alınmasını ve mesajların bu biçimde iletilmesini önerebilirler. Medya organlarında bu biçimde yer alan mesajların; reklam, kurumsal reklam veya advertorial olduğunun okuyucu/izleyici tarafından açıkça anlaşılması için gerekli tedbirleri alırlar (<http://www.ida.org.tr>).

TÜHİD'in Meslek İlkeleri'ne göre ise, üyeler 'Medyanın haber alma ve kamuoyunu bilgilendirme özgürlüğü ile Basın Meslek İlkeleri'ne saygı gösterirler' (Uzun, 2011: 246).

SONUÇ

Halkla ilişkiler günümüzde oldukça önemli bir role sahiptir. Sahip olduğu önem kadar geniş bir tartışma alanının da içinde yer almaktadır. Sosyolojiden psikolojiye, ekonomiden siyasete kadar birçok disiplin ile ilişkili olan halkla ilişkilere yönelik çeşitli tanımlamalar ve bu tanımlamalardan doğan karmaşıklık ile birlikte mesleğin bilinirliği ve tanınırlığı kapsamında farklı görüşlerin ortaya çıkması kaçınılmaz olmaktadır.

Genel olarak bir sınıflandırma yapılırsa, halkla ilişkilere yönelik tartışmalar dört ana gruba ayrılabilir: kavramın adlandırılması sorunu, bakış açısı sorunu, sınırlandırma sorunu ve meslekleşme sorunu (Yıldız, 2010: 25). Kendisini doğru temsil edemediği için doğru bir biçimde algılanamamış bir meslek olarak halkla ilişkilerin, gerek pratikte gerekse de uygulamada sunduğu çözümler etik bağlamda tartışılmalıdır. İş hayatı açısından bakıldığında, yalnızca yasalara ve ilkelere uygun bir şekilde hareket etmek, etik bir kurum ya da kuruluş olarak algılanmak için önemli fakat yetersiz olarak görülmektedir. Halkla ilişkiler, kendi merkezinde yer alan güvenilirlik, dürüstlük, doğruluk, tutarlılık gibi ilkeler gereği, mesleki etik ilkeler doğrultusunda da itibarını yönetmelidir. Rekabet unsuru çerçevesinde, doğruluk ilkesinden uzaklaşmadan, diğer kurum ve kuruluşlara, öncelikle de kamuoyuna zarar vermeden meslek etik kuralları benimsenmeli, geliştirilmeli ve uygulanmalıdır. Halkla ilişkilerin geleceğine yönelik bu çabalar oldukça önem arz edecektir.

Gelişen ve birçok değişimi de beraberinde getiren günümüz dünyasının iletişim stratejileri kapsamında halkla ilişkilerin tanıma ve tanıtma fonksiyonu etkisini göstermektedir. Fakat halkla ilişkilerin temel dinamikleri ile taşıdığı ve yaydığı sorunlar bir arada bulunduğu için etik bağlamda sorunlar çoğalmaktadır. Kuşkusuz geçmiş zaman uygulamalarında olduğu gibi günümüz açısından da mesleki anlamda değerlendirildiğinde, etik ilkelere uygun hareket

etme veya etik dışı uygulamalar sergilemek süregelen bir tartışma konusudur. Böylece, üzerinde durulması gereken önemli konulardan biri ve hatta en önemlisi etik kodların benimsenmesi, geliştirilmesi ve sürdürülmesidir. Yinelemek gerekir ki, halkla ilişkiler iletişim temelli olarak güven ve rıza üzerine kurulu, planlı bir işleyişi içermektedir. Bu durum beklenti ihlaline dönüştüğünde, mutlaka etiksel bir kaygıdan söz etmek gerekecektir. Farklı kavramsallaştırmalar, halkla ilişkiler eğitimindeki problemler ve kavramın temel dinamiklerinin uygulamada geri planda kalması gibi birçok konu halkla ilişkiler etiğine uygun hareket etme zorunluluğunu beraberinde getirmiştir. Bu belirlemelere, medya faktörü de dâhil olduğunda ortaya çok geniş bir tartışma alanı çıkmaktadır. Zira medya, halkla ilişkilerde oldukça önemli bir ilişki ağını içermektedir.

Halkla ilişkiler uygulayıcıları, hedef kitlelerini bilgilendirmek ve mesajlarını iletebilmek adına basın bültenleri, bildirimler, kurum içi yayınlar gibi birçok araçtan yararlanırken, temsil ettikleri kurum ve kuruluş hakkında yanlış imaj oluşturmamaya ve asılsız haberler vermemeye dikkat etmelidirler. Bu sürecin meslek etiği açısından önemli olması ile birlikte alanın itibarına da etki edeceği düşünülmelidir. Halkla ilişkiler uzmanlarının medya mensupları ile kurdukları iletişimde çok hassas davranmaları şarttır. Halkla ilişkiler uzmanı tarafından medya mensuplarına iletilen bir olayın habere dönüşmesinin sağlanması adına etik ilkelerden taviz vermek doğru bir yaklaşım olamaz. Bu anlamda medya mensupları da en az halkla ilişkiler uzmanları kadar sorumludur. Zira haber değeri taşımayan olayların medyada ikili ilişkiler kullanılarak yayınlattılması hem alana hem de her iki meslek gurubunu temsil eden kişilere zarar verecektir.

KAYNAKÇA

- Akbaba-Davulcu, Ebru (2012), “Halkla İlişkiler ve Medya”, (Ed.: Metin Işık), *Halkla İlişkilere Giriş*, Eğitim Yayınevi, Konya.
- Akıncı-Vural, Beril ve Coşkun, Gül (2006), “Yeni Teknoloji ve Halkla İlişkiler: Halkla İlişkiler Alanında İnternet Kullanımı Üzerine Bir Araştırma”, *II. Ulusal Halkla İlişkiler Sempozyumu*, Kocaeli Üniversitesi İletişim Fakültesi.
- Anık, Cengiz (2003), *Bilgi Fabrikaları ve Müşterileri*, Altınküre Yayınları, Ankara.
- Aydede, Ceyda (2004), *Profesyonel Bir İlişki: Medya ve Halkla İlişkiler*, Rota Yayınları, İstanbul.
- Aziz, Aysel (2007), *Siyasal İletişim*, Nobel, Ankara.
- Başok, Nilay ve Coşkun, Gül (2013), “Teoriden Pratiğe Halkla İlişkiler Projeleri”, *Ödüllü Örnek Uygulamalar*, 4. Basım, Nobel, Ankara.

- Binark, Mutlu ve Bayraktutan, Günseli (2013), *Ayın Karanlık Yüzü: Yeni Medya ve Etik*, Kalkedon, İstanbul.
- Bülbül, Rıdvan (2004), *Halkla İlişkiler*, 2. Baskı, Nobel, Ankara.
- Coşkun, Gül ve Vural, Z. Beril Akıncı (2011), “Kurumsal Sosyal Sorumluluk ve Etik”, *Gümüşhane Üniversitesi, İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi*, Mart 2011, Sayı:1, (egifder.gumushane.edu.tr/belgeler/1.sayi/1-4.pdf).
- Çamdereli, Mete (2000), *Ana Çizgileriyle Halkla İlişkiler*, Çizgi, Konya.
- Erdoğan, İrfan (2006), *Teori ve Pratikte Halkla İlişkiler*, ERK, Ankara.
- Fawkes, Johanna (2006), “Halkla İlişkiler Nedir?”, *Halkla İlişkilerin El Kitabı*, Alison Theaker, Çeviri: Murat Yaz, ss.15-35, MediaCat, İstanbul.
- Fromm, Erich (1995), *Man For Himself: An Inquire in to the Psychology of Ethics*, Henry Holdand Compnay.
- Görgün, Ayten (2006), “Türkiye’de Yeni Bir İletişim Eğilimi: Spin Doctor”, *II. Ulusal Halkla İlişkiler Sempozyumu*, Kocaeli Üniversitesi İletişim Fakültesi.
- Güllüoğlu, Özlem (2006), “Halkla İlişkiler Mesleğinde Etik Anlayışı”, *II. Ulusal Halkla İlişkiler Sempozyumu*, Kocaeli Üniversitesi İletişim Fakültesi.
- Keloğlu-İşler Esra İlkay (2006), “Halkla İlişkiler Etiğine Tarihsel Bir Bakış: Amerika’nın Öğrettikleri ve Türkiye’de Yaşananlar”, *Küresel İletişim Dergisi*, Sayı: 2.
- Kazancı, Metin (2006), *Kamuda ve Özel Kesimde Halkla İlişkiler*, 3. Baskı, Turhan Kitabevi, Ankara.
- Küçük Kurt, M. (1987), *Halkla İlişkiler Sempozyumu*, Ankara Üniversitesi Basın- Yayın Yüksekokulu Yayınları:10
- Odabaşı Y. ve Oyman M. (2014), *Pazarlama İletişim Yönetimi*, MediaCat, İstanbul.
- Okay, Ayla ve Aydemir Okay (2007). *Halkla İlişkiler Kavram Strateji ve Uygulamaları*, 3. Basım, DER Yayınları, İstanbul.
- Okay, Ayla ve Aydemir Okay (2002), *Halkla İlişkiler ve Medya*, MediaCat, İstanbul.
- Mengü Çakar, Seda ve Görpe, Serra (2007), “Halkla İlişkilerde Aydınlanma: Kamusal İletişim Stratejilerinin Gerçekleşmesinde Halkla İlişkiler Roller ve Etik”, (Editörler: İdil Sayımer ve Pınar Eraslan Yayınoğlu), *Halkla İlişkiler ve Reklam Üzerine Etik Değerlendirmeler*, Beta, İstanbul.
- Peltekoğlu, Filiz Balta (2014), *Halkla İlişkiler Nedir?*, 8. Baskı, Beta, İstanbul.
- Sabuncuoğlu, Zeyyat (2007), *İşletmelerde Halkla İlişkiler*, 8. Baskı, Aktüel Yayınları, Bursa.
- Sayımer, İdil (2006), “Halkla İlişkiler Etiğinde Öne Çıkan Modellerin Etik Sistemler Açısından Değerlendirilmesi”, *Küresel İletişim Dergisi*. Güz. Sayı 2.
- Somer, Tarık (1987), *Halkla İlişkiler Sempozyumu*, Ankara Üniversitesi Basın-Yayın Yüksekokulu Yayınları:10.
- Şentürk T. ve Ay C. (2008), “Halkla İlişkilerin Etik Sınırları”, *Celal Bayar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, Cilt: 6, Sayı: 1, ss.81-97.

Tengilimoğlu, Dilaver ve Yüksel Öztürk (2008), *İşletmelerde Halkla İlişkiler*, Seçkin, Ankara.

Uzun, Ruhdan (2011), *İletişim Etiği Sorunlar ve Sorumluluklar*, Dipnot Yayınları, Ankara.

Yıldız, Nuran (2006), “Halkla İlişkilerde Medya ve Kamuoyunu Bilgilendirme”, *II. Ulusal Halkla İlişkiler Sempozyumu*, Kocaeli Üniversitesi İletişim Fakültesi.

Yıldız, Nuran (2010), “Halkla İlişkilerde Kavramlar, Sınırlar, Sorunlar”, *Selçuk İletişim Dergisi*, 6,2, 24-32.

http://www.ida.org.tr/?page_id=96, 12.05.2015

http://www.tuhid.org/pdf/ipra-davranis-kurallari-2011_1381390157.pdf, 20.04.2015.

<http://www.tuhid.org/tuhid-meslek-ilkeleri.html>, 20.04.2015.

Use of Turkish Cultural Components by Multinational Companies within the Scope of Understanding of Glocal Advertisements¹

Glokale Reklamı Anlamak Açısından Çokuluslu Şirketlerin Reklamlarında Türk Kültür Ögelerinin Kullanımı

Sedat ŞİMŞEK*

ABSTRACT

In global activities of advertisements, a standard approach to ignore local cultures is too weak to be successful. In line with the motto of "think globally, behave locally", multinational companies are essential to use cultural characteristics of nations where they ply a trade in their advertisements. Unless they take the nature of targeted nations and their cultural identity into account, the introduction of their products and their trade are not supposed to be successful.

Multinational companies trading in Turkey have intensively been using the components of Turkish culture in the introduction and advertisements of their products as consistent with the understanding of glocal advertisements.

In present study, Turkish cultural components used in the advertisements of multinational companies in Turkish TV channels will be determined and evaluated. In addition, such studies are needed for the continuity of Turkish culture.

KEYWORDS

Glocal advertisement, Turkish Culture, Advertisement.

Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu Dergisi Yıl:2016 Cilt:19 Sayı:1 ss.303-312 **Makale Gönderim Tarihi: 01/11/2015 - Kabul Tarihi: 19/04/2016**

¹ Bu çalışma 'International Journal of Arts & Sciences International Conference for Academic Disciplines 29 Eylül - 03 Ekim 2012 Roma, İtalya' da bildiri olarak sunulmuştur.

* Doç. Dr., Selçuk Üniversitesi, İletişim Fakültesi, Radyo Tv Sinema Bölümü. ssimsek@selcuk.edu.tr

ÖZ

Küresel reklam faaliyetlerinde, yerel kültürleri görmezden standart bir yaklaşımın başarılı olma şansı çok zayıftır. "Yerel davran, global düşün" sloganı doğrultusunda, çok uluslu şirketler kendi reklamlarında, ticari faaliyetlerini sürdürdükleri ulusların kültürel özelliklerini kullanmak durumundadırlar. Hedeflenen milletler ve onların kültürel kimliklerinin doğasını dikkate almadığı sürece, ürün ya da hizmetlerin tanıtımının başarıya ulaşması mümkün görünmemektedir.

Türkiye'de ticaret yapan çok uluslu şirketler de global reklam anlayışı ile uyumlu olarak ürünlerin reklamlarında Türk kültürünün bileşenlerini yoğun biçimde kullanmaktadırlar.

Bu çalışmada, Türk televizyon kanallarında gösterilmiş çok uluslu şirketlerin reklamlarında kullanılan Türk kültür bileşenleri tespit edilecek ve değerlendirilecektir. Ayrıca, bu tür çalışmalar Türk kültürünün devamlılığı için de gereklidir.

ANAHTAR KELİMELER

Global reklamcılık, Türk kültürü, Reklam.

INTRODUCTION: ADVERTISEMENT AND CULTURE

People live in an advertisement sea in this age defined as millennium. Potential consumers meet advertisements in any part of daily life such as watching TV, checking up their e-mails, driving car, listening radio or watching outside from their balcony in any part of daily life (Goldenberg et al, 2011: 63). From this perspective advertisement can be defined like this: Advertisement is the presentation of a product or service in exchange for money (Elden et al, 2008: 62). Today business enterprises can not survive without investing money on advertisement.

Advertisement is an environment where target audience communicates with product, service, institution or brand (Elden et al, 2008: 63) and it is one of the most important vehicles of capitalism. Today physical distance between producers and consumers has increased and because of this advertisement is a vital activity for products to find consumers not only internal market but also outside market.

As mentioned by McLuhan in his book *Medium is Message*, today everything can change its position and place on the world which has become a global village (Altay, 2005: 17). With developed transportation technologies, people can go everywhere easily in short times. Also products are sent every part of the world and consumers can find international products every part of the world. However, in order to compete with its local and international competitors, trades must realize different activities. The most important of these activities is advertisement. That is why; international trades or powerful local trades use famous people, footballers, singers, songs, daily life stereotypes of societies, cultural values, cartoons and similar features in advertisements.

For example, esprit in any type is a well-known method to lift effectiveness of advertisement. Esprit factors are used in %24.5 of whole TV advertisements in America and %35.5 of whole TV advertisements of British (Altunbaş, 2003: 149). Similarly in Turkey, esprit or comedians are used in TV advertisement largely such as Cem YILMAZ, Ata DEMİRER or Şahan GÖKBAKAR. Beside this Turkish televisions prefer actress or actors to lift effectiveness of their advertisements such as Hülya AVŞAR, Azra AKIN. For example, Azra AKIN and Hülya AVŞAR played in the advertisements of Pepsi-Cola and this is an example of star usage in advertisements. Another important strategy for presentation and sale of products is usage of cultural values in advertisements.

Culture is a multidisciplinary scientific study area (Güneş, 1995: 20) and it is live value. Culture is a wide and comprehensive frame that includes inestimable historical artifacts, behavior stereotypes of people in social life, feeding stereotypes, clothes, languages and religions.

In other words, advertisement is culture created by consumption society and it offers different lifestyles to people (Çamdereli, 2006: 38). It takes advantages of different values like culture when it presents these lifestyles.

Culture is the total of values which provide societies to survive and protect their special features and connect peoples in the structure of family. Because of transferring age to age, culture has become most important part of people's social life. Consequently, advertisers think that culture is a safe port for them.

The most important thing in culture is to implement experiences (Güneş, 1995: 26). By thinking this sentence, local and international companies use frequently cultural details or features in their advertisements in order to presentation of their products and services or increase sales. International companies showing activity in Turkey use Turkish cultural features in their advertisement especially in the month of Ramadan.

Ramadan is a holy month in Islam teaching and in this month Muslims fulfills fasting as a religious activity. According to rules of fasting, Muslims can not eat and drink anything from setting up of sun to sunset. Religious rituals are experienced on the top level in Ramadan and naturally international companies wanting to increase their sales in Turkey use religious and Turkish cultural values in their advertisements.

For example, well-know and famous companies of the world such as Pepsi-Cola, Coca-Cola, McDonalds, Burger King etc. shape their advertisement in accordance with the strategy called Glocal.

1. GLOCAL ADVERTISING STRATEGY

Glocal advertisement is an advertising strategy that includes cultural features of the countries where international companies want to present their products or services successfully to different consumers and also they want to increase their sales in these countries.

Glocal is a sentence produced by connecting the words of global and local and that is why it has semi-dimensional meaning as global and local. Actually, product is same product but presentation styles are different. Because

according to glocal advertising advertisements should have local detail or motif which belong that local country (Elden, 2005: 3). In Turkey defined as an eastern country, consumers are not indifferent to advertisements including cultural values of their own culture.

International companies make consumers feel proud by using local cultural features of their consumers in their products' or services' advertisements produced according to glocal advertising strategy (Şimşek, 2008: 37). Advertisers who are aware of this reality use common values or cultural features of that country in their advertisements in order to move consumers' feelings and thoughts (Chattopadhyay, 2007: 48). Therefore, these advertisers become successful about promotion and sales of that commercial product or service.

2. CONTENT AND METHOD

In the content of this study, companies using local cultural values in their advertisements were taken into account as generality of the study. In this context, sampling of the study consists of advertisement of Pepsi-Cola which is one of the biggest companies of the drink sector. Advertisements of Pepsi-Cola analyzed in the study broadcasted in Ramadan 2012 and these advertisements were formed according to glocal advertising strategy. These advertisements were broadcasted on TV which is the most powerful and effective vehicle for affecting consumers (Goldenberg, 2011: 38).

For analysis of these advertisements, discourse analysis method of Teun van Dijk was used. Discourse analysis method focuses on the question of how messages in advertisements should be understood. There are two main methods in discourse analysis method. According to first method advertisers determine meaning of advertisements. On the other hand, according to second method, meaning of the advertisements is determined by audiences (Gökçe, 2001: 133-136). The study was realized on the basis of these two main methods.

3. ANALYSIS OF PEPSI-COLA RAMADAN ADVERTISEMENT PLAYED BY HULYA AVŞAR

Ramadan is a holy month in Islam teaching and in this month Muslims fulfills fasting as a religious activity. According to rules of fasting, Muslims can not eat and drink anything from setting up of sun to sunset. In this month because of fasting whole day, Muslims break their fasts in well-organized and crowded dinner tables with delicious and special meals at dinners.

In Ramadan food and drink sales make peak and because of this, local and global companies want to increase their product sales at top levels and special advertisements are prepared for this month.

One of the advertisements of Pepsi-Cola prepared for Ramadan 2012 famous Turkish singer and actress Hülya Avşar took an active part.

According to scenario, Hülya Avşar is laying a place on riverside. She puts dishes being full of traditional Turkish tastes such as stuffed grape leaves, pasties etc. on white and blue tablecloths.

Beside these tastes, there are some special traditional tastes on the dinner table such as sweet pastry, pitta which is produced only for Ramadan and it is a kind of bread. After leaving dishes on the tablecloth, Hülya Avşar took out Pepsi-Cola from river which was left in river to get cold.

She left Pepsi-Colas taking out from the river on tablecloth. At the same time, another advertisement which was embedded to Pepsi-Cola advertisement about a well-known GSM company's prepaid minutes campaign is seen.

After this video, advertisement continues with the video about Turkish family who are ready to break their fasts. A with-haired grandmother said that "it is a perfect campaign" about the prepaid minutes campaign of GSM operator and she was recoiled by the voice of bomb which tells the breaking time of fasts. After this video, Hülya Avşar and Grandmother smile together. After a while, Hülya Avşar said people all around the tablecloth "have a good appetite" and advertisement ends by showing all people breaking their fasts with Pepsi-Cola.

3.1. Turkish Culture Images in the Advertisement

Month of Ramadan: It is the name of a holly month for Muslims among 12 months.

Fast: It is religious worship that According to rules of it, Muslims can not eat and drink anything from setting up of sun to sunset.

Fast-Breaking Tablecloth: It is a tablecloth that Muslims break their fasts in well-organized and crowded dinner tables with delicious and special meals and drinks such as water, cola at dinners.

Stuffed Grape Leaves: It is delicious traditional Turkish meal that consists of rice and grape leaves.

Pasty: It is a kind of pasty that consist of ground meat, cheese and these materials are cooked in hot ovens.

Ramadan Pitta: It is a kind of bread made specially only for Ramadan that includes eggs and sesame or not.

Sweet Patsry: It is a kind of traditional sweet that belong Turkish culture.

Turkish Family: it is big family in which father, mother, grandfather, grandmother and children, grandchild live together.

Fast mortar: It is a mortar which is used to declare people the breaking time of their fasts (Şimşek, 2006: 110-132).

Have a Good Appetite: It is a traditional statement that is said before all eating by Turks.

4. ANALYSIS OF PEPSI-COLA RAMADAN ADVERTISEMENT PLAYED BY AZRA AKIN

One of the advertisements of Pepsi-Cola prepared for Ramadan 2012 famous Turkish singer and actress Azra Akın who was selected as winner of beauty contest of world and Turkey took an active part. Advertisement starts with the song of Halil İbrahim Sofrası by Barış Manço.

According to scenario, grandmamma with her scarf, mother, father and grandchild sit on a fast tablecloth near a lake.

Twin girls wear blue and white clothes because of main colors of Pepsi-Cola. Grandfather who is a proud Turkish father is waiting the breaking time of their fast on which fast mortar will be fired.

Azra Akın invites grandfather to fast-breaking tablecloth by saying “come in” grandfather. Azra Akın shows Turkish hospitality with her sentences. Grandfather specified two conditions in order to sit fast-breaking tablecloth. First one is to be fired of fast mortar and second one is to necessity of Pepsi-Cola on the tablecloth.

At this point of advertisement, twins show waterfall in which Pepsi-Colas are falling down to lake and they shouted happily. After this audiences see that waterfall turned into a huge Pepsi-Cola source.

At the background of advertisement, audiences hear again the song of Halil İbrahim Sofrası. Azra Akın took one of the Pepsi-Cola bottles from the

lake and put it on fast-breaking tablecloth. Grandfather is shocked after these events and starts to shoot as “this is a miracle”.

One of the young people started to mention about well-known GSM Company’s prepaid minutes campaign. Grandfather is again shocked because of campaign and Azra Akın try to persuade grandfather about the reality of campaign by saying “you believe falling of Pepsi-Cola bottles from the waterfall and why don’t you believe prepaid campaign of GSM Company. Azra Akın cited this sentence from the Turkish philosopher Nasreddin Hodja and she modified the sentence according to scenario. At the end of the advertisement, speaker defined the campaign as a Ramadan miracle and a crowded fast-breaking tablecloth is shown on the screen.

4.1. Turkish Cultural Images in the Advertisement

Halil İbrahim Tablecloth: Halil İbrahim is the prophet İbrahim. Because of prophet İbrahim’s being generous and offering so much his guests, Halil İbrahim Tablecloth is a common statement in Turkey. It tells generosity of Turkish people (www.sorularlailamiyet.com: 2012).

Fast-breaking Tablecloth: It is a tablecloth organized for breaking of fasts for Muslims at the time of sunset namaz. Muslims break their fasts by eating, drinking delicious meals, sweets, pastries and drinks.

Scarf or Veil: It is worn by Muslim women particularly in the presence of non-related adult males because of Islamic rules.

Turkish Family: It is big family in which father, mother, grandfather, grandmother and children, grandchild live together.

Fast mortar: It is a mortar which is used to declare people the breaking time of their fasts.

Proud Turkish Father: Elder man of home whose sentence are accepted as a rule and nobody can protest him in home and family.

Turkish Hospitality: Turks give a huge priority and importance to their guests and Turks want to do everything in order to make happy their guests. This behavior is called Turkish Hospitality (Şimşek, 2006: 110-132).

Nasrettin Hodja: He is a well-known Turkish sapient and he lived in Akşehir/Konya. He is one of the most important examples of humorists (www.msxlab.org, 2012).

CONCLUSION AND DISCUSSION

It is undeniably true that international companies who use local cultural factors and details of local countries in their products' or services' advertisement make right in terms of increasing their sales. Because this kind of advertisement clearly increase their sales rates in different countries' markets and at this point advertisement has gained a vital role for international companies.

In order to become successful advertisement, it must draw attentions of target groups. Because of this, international companies use local cultural features and details in their advertisements in order to draw attentions of target groups. People are so sensitive traditional meals and tastes in most important holly month of Islamic world. International companies are aware of this reality and that is why they use Islamic motifs and Turkish cultural motifs, tastes and other cultural details in their advertisements in Ramadan 2012.

According to analysis of advertisements Pepsi-Cola used so many Turkish cultural features in their Ramadan 2012 advertisements in which Hülya Avşar and Azra Akin took active roles. According to researcher, advertisement strategy of Pepsi-Cola has become so successful and other companies from different sectors can get advantage against their competitors by using glocal advertising strategy.



EXAMPLES TO THE CULTURAL IMAGES IN THE ADS OF
PEPSI-COLA IN RAMADAN 2012



REFERENCES

- Altay, Derya (2005), *Kadife Karanlık* (Der: Nurdağın Rigel ve Ark.), 2.Baskı, Su Yayınevi, İstanbul.
- Altunbaş, Hüseyin (2003), *Radyo Reklamcılığı*, Tablet Kitapevi, Konya.
- Chattopadhyay, Roitashya (2007), *Cultural Influences On Indian Television Commercials*, Doctor of Philosophy A Dessertation, University of Pennsylvania.
- Çamdereli , Mete (2006), *Reklam Arası*, Tablet Kitapevi, Konya
- Elden, Müge (2005), “*Glocal Reklam Kampanyalarında Yaratıcılığın Önemi*”, Number 32:65-82, Ahmet Yesevi University Board of Trustees.
- Elden, Müge & Ulukök , Özkan & Yeygel, Sinem (2008), *Şimdi Reklamlar*, İletişim Yayınları, İstanbul.
- Goldenberg , Jacop & Levav, Amnon & Mazursky, David & Solomon, Sorin (2011), *Reklamın Şifresini Kırarak (Cracking the Ad Code)*, (Çev: Haluk Mesci), Optimist Yayınları, İstanbul,
- Gökçe, Orhan (2001), *İçerik Çözümlemesi*, Selçuk Üniversitesi Yayınları, Konya.
- Güneş, Sadık (1995), *Medya ve Kültür*, Vadi Yayınları, Konya.
- Şimşek, Sedat (2006), *Reklam ve Geleneksel İmgeler*, Nüve Kültür Merkezi, Konya.
- Şimşek, Sedat (2008), *Küresel Marka Reklamları*, Nüve Kültür Merkezi, Konya.
- “Halil İbrahim Sofrası Nedir?” (2012), <http://www.sorularlailamiyet.com/article/14604>, 20.09.2012.
- “Nasrettin Hoca Kimdir?” (2012), <http://www.msxllabs.org/forum/edebiyat-tr/21178-nasreddin-hoca-nasreddin-hoca-kimdir-nasreddin-hoca-hakkında.html#ixzz297ydMGBg>, 20.09.2012.

Avrupa Kömür ve Çelik Teşkilatı'ndan Reform Antlaşmasına Entegrasyonun Yönü¹

Direction of Integration from the European Coal and Steel Community to the Reform Treaty

Mehmet BÜYÜKÇİÇEK*

ÖZ

Avrupa Kömür ve Çelik Teşkilatı (European Coal and Steel Community-ECSC)'nden Reform Antlaşması'na Entegrasyonun Yönü adlı bu tezde Birliğin kuruluşundan günümüze kadar birliğin katetmiş olduğu yol ve yaşanan değişim ele alınmıştır. Bu bağlamda başlangıçta yalnızca kömür ve çelik gibi savaş hammaddesinin iki temel girdisi olan üretiminin ve dağıtımının bir üst otoriteye devredilmesiyle oluşan AKÇT(ECSC)'den günümüzde reddedilmiş olsa da Avrupa Birliği Anayasası'yla bir devlet olma yolunda önemli adım atan Avrupa Birliği'nin tarihsel kronolojisi entegrasyon teorileri bağlamında ele alınmıştır. Teknik olarak bir anayasa olmayan Reform Antlaşması, federalizmi çağrıştıran tüm unsurlar ayıklanıp yeni versiyonuyla ortaya konulmuştur. Avrupa Birliği, 28 üye ülkeyle bu kurumsal yapıyla hantal karar alma mekanizmasıyla daha ileri gitme, genişleme, daha esnek kararlar alma şansına sahip değildi. Dolayısıyla Avrupa Birliği'nin kendini yenileyebilmesi için bu antlaşmaya ihtiyaç vardı. Reform Antlaşması'yla birlikte Birlik Avrupa Birliği Anayasasıyla entegrasyon teorileri bağlamında en sıkı bütünleşme modeli sunan Federalizmden vazgeçmiş, tam bir siyasal birlik simgesel düzeyde kalmıştır.

ANAHTAR KELİMELELER

Entegrasyon, Avrupa Birliği, Federalizm, Fonksiyonalizm...

Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu Dergisi Yıl:2016 Cilt:19 Sayı:1 ss.313-325 **Makale Gönderim Tarihi: 14/03/2016 - Kabul Tarihi: 30/03/2016**

¹ Bu çalışma Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Tarafından Kabul Edilen “Avrupa Kömür ve Çelik Teşkilatı'ndan (AKÇT) Reform Antlaşması'na Entegrasyonun Yönü” isimli yüksek lisans tezinden türetilmiştir.

* Öğr. Gör., Selçuk Üniversitesi, Sosyal Bilimler Meslek Yüksek Okulu, Dış Ticaret Bölümü, buyukcicek@selcuk.edu.tr

ABSTRACT

In this thesis titled Direction of Integration from the European Coal and Steel Community to the Reform Treaty, ground gained by community from its establishment up to the present and change experienced are discussed. In this regard, it's initially discussed ECSC constituted by transferring production and distribution of two basic inputs of war raw materials such a steel and coal to a higher authority in the context of integration theories of European Union's historical chronology which took important steps in the way of being a State due to the constitution of European Union that is even refused today. Reform treaty that is technically is not a constitution was revealed with its new version being relieved from all the elements which were reminiscent of federalism. European Union did not have any chance to advance more, expand and take more flexible decisions with these 28 member states, with this institutional structure and slow decision making mechanism. Accordingly, this treaty was needed for European Union to reform itself. With the EU constitution together with the Treaty of Reform, Union gave up Federalism that presented the strictest integration model in the contexts of integration theories and full political union remained as symbolic level.

•

KEYWORDS

Integration, European Union, Federalism, Functionalism...

GİRİŞ

Avrupa Birliği geçirdiği evrim dolayısıyla Uluslararası İlişkiler disiplinde *sui generis* (nev'i şahsına münhasır, kendine özgü) bir yapı olarak tanımlanmaktadır. Avrupa Birliği'nin hem kuruluş aşaması, hem geçirdiği evrim hem de amaçladığı entegrasyon düzeyi bağlamında dünya tarihinde bir başka eşi benzeri yoktur. Bu nedenle Avrupa Birliği ciddi bir biçimde incelenmesi gereken ve incelenen bir yapıdır. Bu bağlamda bu çalışmada her ne kadar reddedilmiş olsa da Avrupa Birliği Anayasası ve oluşum süreci, Reform Antlaşması ele alınacaktır.

1. Avrupa Birliği'nin Anayasaya İhtiyacı Var mı?

Avrupa Birliği'nde anayasallaşma olgusunu incelemeyen önce anayasa kavramının ne ifade ettiğini belirtmek de yarar vardır. Bir tanıma göre; “Bir devletin kuruluşunu, örgütlenişini, iktidarın el değiştirmesini ve bireylerin hak ve özgürlüklerini düzenleyen kurallar bütünü” (Teziç, 1996: 134), bir diğer tanıma göre “Devletin temel yapısını, örgütlenişini, işleyiş kurallarını gösteren ve kişilerin haklarını güvence altına alan, diğer tüm yasalardan üstün hukuk kurallarına anayasa denir.”

Bütünleşme yolunda önemli adımlar atan Birliğin bir anayasaya gereksinimi olup olmadığı tartışılmaktadır. Anayasanın en etkili savunucularından olan Habermas'a göre Maastricht Antlaşması sonrası dönemde sadece ekonomik kazanımların meşruiyeti temini ve Birliği ileri götürmesi mümkün değildi. Tepeden inmece bir yaklaşımla hazırlanan ve gerekli toplumsal kökene ve tabana sahip olmayan, üstelik Avrupa Birliği'nin yapısını ve kurumlarını ihtiyaçlar çerçevesinde gerekli biçimde dönüştüremeyen bir anayasa, ne Avrupa demosunu oluşumunu sağlayabilecek ne de demokratik meşruiyet/etkili işleyiş dengesini olumlu yönde geliştirebilecektir (Baykal, 2007: 133).

Avrupa Anayasası'ndan iki önemli beklenti vardı: Birincisi, Birlik kurumlarının faaliyetlerini yasallaştırmak, ikincisi, Birlik kurumlarının faaliyetlerine meşruiyet kazandırmaktır (Puig, 2003:1).

2. Anayasanın Oluşum Süreci

Aralık 2000'de AB üyesi Devlet ve Hükümet Başkanları, Nice Zirvesi'nde Birliğin geleceği üzerine daha geniş ve daha derin bir tartışmanın başlatılması ve kurucu antlaşmaların daha ciddi biçimde revize edilmesi konusunda görüş birliğine varmışlardır. Nice Antlaşması'na ekli Birliğin

Geleceği Deklarasyonu'nda (Declaration on the future of the Union) bu süreç 3 aşamada öngörülmüştür (Bozkurt ve Özcan, 2004: 53): Birinci aşamada açık bir tartışma ortamı oluşturulacak ve buna her kesimden kişi ve kuruluşların katılması sağlanacaktır. İkinci aşama 2002-2003 yıllarını kapsayacak ve bu aşamanın uygulama şekli Aralık 2001'de toplanacak Laeken Zirvesi'nde belirlenecektir. Üçüncü aşamada ise kurucu antlaşmalarda yapılacak değişikliklere karar verilmesi için 2004'te Hükümetlerarası Konferans toplanacaktır.

Birliğin Geleceği Deklarasyonu ile aşağıdaki konular ele alınmış ve buna ilişkin çözümler aranmıştır (Bozkurt ve Özcan, 2004: 53):

I. Yetki devri (Subsidiarite) ilkesine uygun olarak Birlik ve üye ülkeler arasındaki yetki ve sorumluluk alanlarını daha kesin bir şekilde netleştirmek ve bunun sürdürülmesini temin etmek,

II. Nice Zirvesi'nde kabul edilen Temel Haklar Şartı'nın statüsünün belirlenmesi,

III. Antlaşmaların daha iyi anlaşılabilirliği için anlaşmaları değişmeden nasıl sadeleştirileceği,

IV. Ulusal Parlamentoların AB çatısı altındaki rollerinin ne olacağı konusu.

Avrupa Birliği'nin Geleceğine İlişkin Deklarasyonla Birliğin daha demokratik daha saydam ve daha etkin olması ve Avrupa yurttaşları için bir Anayasa hazırlanması yönünde karar alınmıştır.

Avrupa Birliği Laeken Zirvesinde Avrupa Birliği'nin geleceğini tartışmak, Avrupa Birliği mevzuatını basitleştirmek ve birleştirmek, en önemlisi bir Avrupa Birliği Anayasası hazırlamak üzere Nice Zirvesinde kararlaştırıldığı üzere bir Kurultay¹ (Konvansiyon) oluşturmuştur. Kurultayın başkanlığına, Fransa eski cumhurbaşkanı Valéry Giscard d'Estaing getirilmiştir. Hazırlanması düşünülen Anayasa ile gün geçtikçe genişleyen Birliğin kurumsal yapısının bu ihtiyaçlara cevap verebilir hale getirilmesi amaçlanmıştır. Kurultayın görevleri üç ana bölümde toplanmıştır (Bozkurt ve Özcan, 2004: 53):

¹ Kurultayın oluşumu ve çalışma şekli için bkz. Ercüment TEZCAN, "Avrupa Birliği Anayasasının Doğuşu ve Öngördüğü Yenilikler", *Avrasya Dosyası*, Cilt:10, Sayı:2, Yaz 2004, ss.233-237; İbrahim S. Canbolat, *Avrupa Birliği Uluslararası Bir Sistemin Tarihsel, Teorik, Kurumsal, Jeopolitik Analizi*, İstanbul:Alfa Kitabevi, 2002, ss 275-278, G. Kumrulu, "Avrupa'nın Geleceğine İlişkin Konvansiyon", *Ankara Avrupa Çalışmaları Dergisi*, Cilt:2, Sayı:4, 2003, ss. 163-191.

- 1) Vatandaşların AB tarzı ve kurumlarına yaklaştırılması,
- 2) Genişleyen AB’de politikanın ve Avrupa politik alanının düzenlenmesi,
- 3) AB’nin yeni dünya düzeninde model ve istikrar unsuru haline getirilmesi.

Laeken Zirvesi’yle Kurultayın çalışma aralığı 28 Şubat 2002-Mart 2003 olarak düşünülmüştür. Kurultayın çalışma usulü, Avrupa Birliği açısından oldukça önemlidir. Çünkü anayasanın hazırlanması sürecinde üye ülkelerin dışında sivil toplum örgütleri de Birliğin geleceği konusundaki tartışmalara katılmışlardır.

2.1. Avrupa Anayasası

29 Ekim 2004 tarihinde Roma’da gerçekleştirilen Devlet ve Hükümet Başkanları Zirvesi’nde imzalanan AB Anayasası 4 ana bölüm, 448 madde, 36 protokol, 2 bildiri ve 50 deklarasyondan oluşmaktadır. (Saraçlı, 2008: 81) Anayasanın birinci bölümü dokuz farklı başlıktan ibaret olup burada Birliğin tanımı ve amaçları, temel haklar ve Birlik vatandaşlığı, Birliğin yetkileri, karar alma prosedürleri ve Birliğin kurumları gibi konular ele alınmıştır. AB Temel Haklar Şartı’nın yer aldığı ikinci bölümde ise insan onuru, özgürlükler, eşitlik, dayanışma, vatandaşlık hakları, adalet ve Antlaşma’nın yorumlanması ve uygulanmasına ilişkin konulara yer verilmiştir. 3. bölümde Birliğin politikaları ve işleyişi konusu düzenlemiştir. Dördüncü bölümde Anayasanın kabulü ve gözden geçirilmesi prosedürleri de dahil genel ve nihai hükümlere yer verilmiştir (<http://www.usak.org.uk>).

Anayasası’nın birinci kısım sekizinci maddesinde Birliğin simgeleri sayılmıştır:

- ✓ Birlik’in bayrağı mavi fon üzerine on iki altın renkli yıldızdan oluşan bir dairedir.
- ✓ Birlik’in marşı, Ludwig van Beethoven’ın Dokuzuncu Senfonisi’ndeki Ode to Joy’u esas alır.
- ✓ Birlik sloganı “Çeşitlilik İçinde Birlik”tir.
- ✓ Birlik’in para birimi eurodur.
- ✓ 9 Mayıs tüm Birlikte “Avrupa Günü” olarak kutlanır (Ankara Barosu Başkanlığı, 2004).

2.2. Birlik Kurumları ve Yapıları

Anayasal Antlaşmada Avrupa Birliği'nin, amaçlarını ve değerlerini gerçekleştirip geliştirecek ve Birliğin vatandaşlarının ve üye devletlerinin çıkarlarına hizmet edecek tek bir kurumsal çerçeveye sahip olması öngörülmüştür. Birliğin kurumları AB Anayasasında şu şekilde sıralanmaktadır: Avrupa Parlamentosu, Avrupa Birliği Konseyi (Zirve), Avrupa Birliği Bakanlar Konseyi, Avrupa Komisyonu, Avrupa Birliği Adalet Divanı, Avrupa Merkez Bankası ve Sayıştay.

Avrupa Parlamentosu: Avrupa Parlamentosu, Bakanlar Konseyi ile birlikte yasama organı olarak çalışacak, bütçe görevlerinin yanı sıra Anayasada öngörüldüğü şekliyle siyasi denetim ve danışma görevlerini sürdürecektir. (Baykal, 2007:123) Avrupa Parlamentosu üyeleri daha öncede olduğu yine 5 yıllık süreyle doğrudan genel oyla seçilmesi kararlaştırılmış, Üye ülkelerin nüfusuyla orantılı olacak şekilde her bir ülke en az 6 en çok 96 parlamenterle temsil edilecek ve parlamenter sayısınının 750'i aşmaması planlanmıştır.

Avrupa Konseyi: Avrupa Birliği Konseyi, üye ülke devlet ve hükümet başkanlarının yanı sıra AB Konseyi Başkanı ve Avrupa Komisyonu Başkanının katılımıyla oluşacak olup AB Dışişleri Bakanı da işleyişine katılması kararlaştırılmıştı. (Baykal, 2007:123) Avrupa Konseyi, her üç ayda bir Başkan'ın davetiyle toplanacak, Anayasa'da belirtilen olağan dışı haller dışında kararlarını oybirliği ile alacaktır.

AB Konseyinde kararların eskiden olduğu gibi mutabakatla alınması korunmuştur. AB Konseyi Başkanlığı, eskiden olduğu gibi 6 aylık dönüşümlü başkanlık yerine 2,5 yıllık yenilebilir biçimde en fazla 5 yıllık görevde kalması kararlaştırılmıştır.

Bakanlar Konseyi: Avrupa Birliği Anayasasıyla Bakanlar Konseyinin görev ve yetkilerinde önemli bir değişiklik olmamıştır. Avrupa Parlamentosu ile birlikte yasama işlevini ve bütçe yapma görevini yerine getirmeye devam edecektir. Kararlar Anayasada belirtilen haller dışında nitelikli oy çokluğuyla alınacaktır.

Avrupa Komisyonu: Avrupa Komisyonu'nun üye sayısı ve oluşumu 17-18 Haziran 2004 tarihleri arasında gerçekleştirilen Brüksel Zirvesinde kesin hale getirilmiştir. Buna göre, 2014 yılına dek AB'ye üye her devletin Komisyon'da bir komiser bulundurması, 2014 yılından sonra ise üye devlet

sayısının 2/3'ü oranında (muhtemelen 18 ya da 20) komiserden oluşan bir yapıya geçilmesi üzerinde uzlaşmıştır (Baykal, 2007:124),

Komisyunun yetki ve görevlerinde ise önemli bir değişikliğe yer verilmemiş olup Komisyon'un bağımsız çalışacağı siyasi bakımdan Avrupa Parlamentosu'na tabi olacağı ve Parlamento tarafından güvensizlik oyuyla heyet halinde görevden alınabileceği dile getirilmiştir. Görevleri arasında yürütme, idari denetim, bütçenin ve fonların uygulanması, yasama önerilerini hazırlama gibi konular sayılabilir.

Avrupa Komisyonu Başkanı'nın seçilmesinde önemli bir değişikliğe gidilmiş buna göre, Komisyon Başkanı, AB Konseyi (Zirve) tarafından nitelikli çoğunlukla Avrupa Parlamentosu seçimlerindeki siyasi eğilimler dikkate alındıktan ve gerekli danışmalarda bulunulduktan sonra belirlenecek bir adayın Avrupa Parlamentosu'na sunulması ve Parlamento üyelerinin çoğunluğu ile bu kişiyi ataması ile belirlenecektir (Baykal, 2007:124). Komisyon'un görev süresi 5 yıldır.

AB Birlik Dışışleri Bakanı: Avrupa Birliği Konseyi'nin nitelikli oy çokluğuyla Avrupa Komisyonu Başkanı'nın da görüşünü alarak bir Avrupa Birliği Dışışleri Bakanı ataması öngörülmüştür. Birliğin Ortak Dış ve Güvenlik Politikası'nı yürütecek olan bakan aynı zamanda Komisyon Başkan yardımcılığı görevini de yürütecektir. AB Dışışleri Bakanlığı makamı oluşturularak AB'nin dış politikasının tek elden ve tek sesle, eşgüdümlü biçimde yürütülmesi amaçlanmıştır.

Yargı Mekanizması: Bütünleşmenin yargısal yapısında Nice Antlaşması ile meydana gelen değişiklikler genel olarak muhafaza edilmiş olup önemli kurumsal ve yapısal değişikliklere gidilmemiştir.

Nitelikli Oy Çokluğu İlkesi: AB Konseyi'nde veya AB Bakanlar Konseyi'nde bir kararın alınabilmesi için, Haziran 2004 Brüksel Zirvesinde varılan uzlaşmaya göre, olumlu oyların üye ülkelerin %55'ini, Birlik toplam nüfusunun %65'ini temsil etmesi ve en az 15 üye devletten gelmesi şartı öngörülmüştür.

2.3. Anayasanın oylanması

Anayasa taslağının üye ülkeler tarafından onaylanması, ilgili ülkenin iç hukuk yollarına göre düzenlenmektedir. Sözgelimi, bazı ülkelerde parlamentonun onayı yeterli görülürken bazı ülkelerde parlamento onayına ilaveten referandum yoluna gidilmektedir. Anayasanın, 29 Mayıs 2005'te

Fransa’da %55,5 olumsuz oyla, 1 Haziran 2005’te Hollanda’da %61,6 olumsuz oyla reddedilmesi Birlik içerisinde karamsar bir havanın oluşmasına neden olmuştur.

Fransa ve Hollanda’da referandum sonuçlarının hemen ardından gerçekleştirilen kamuoyu yoklamaları genel olarak ekonomik sıkıntıların, geleneksel sosyal refah devletinde yaşanan sorunların, genişlemenin yanı sıra göç ve iltica ile gittikçe artan “yabancı istilasının” beslediği işsizlik ve gelecek korkusunun, çok kültürlü toplumsal yapılarda özellikle 11 Eylül sonrası ortaya çıkan çatlakların, ulusal siyasetçilere ve Avrupa bürokrasisine duyulan güvensizlik ve tepkinin postmodern toplumlarda yaşanan kimlik ve aidiyet sorunlarının Anayasa’nın içeriğinden ve getirip götürdüklerinden daha büyük oranda referandum sonuçlarını belirlediğini göstermekteydi (Baykal, 2007:138).

3. Reform Antlaşması

Avrupa Birliği Anayasası’nın önce Fransa sonra Hollanda tarafından referandumlarla reddedilmesi Birliğin geleceği konusunda karamsar bir havanın oluşmasına neden olmuş ve bu süreç Avrupa Birliği Dönem Başkanlığı’nın Almanya’ya geçmesiyle aşılmaya çalışılmıştır. 21–22 Haziran 2007 tarihinde gerçekleştirilen Brüksel Zirvesi sonunda 11177/1/07 (REV1) Sayılı Avrupa Birliği Konseyi Başkanlık Kararı kabul edilmiş ve bu Karar ile Anayasa’nın onay sürecinin durdurulması ve yeni bir metin hazırlanarak sürecin yeniden başlatılması öngörülmüştür (Saraçlı, 2008:81). Teknik olarak anayasa bir anayasa olmayan” Reform Antlaşması”(Anayasal Antlaşma) anayasa kavramından halk ürkütüğü için federalizmi çağrıştıran her unsurun ayıklanıp yeni versiyonuyla ortaya konulmuştur. 1951’den itibaren devam eden antlaşmalar zincirinin revize edilerek ortaya konulan antlaşmaların sonuncusudur. Avrupa Birliği, 27 üye ülkeyle bu kurumsal yapıyla hantal karar alma mekanizmasıyla daha ileri gitme genişleme, daha esnek kararlar alma şansına sahip değildi. Dolayısıyla Avrupa Birliği’nin kendini yenileyebilmesi için bu antlaşmaya ihtiyaç vardı.

Başkanlık Kararı doğrultusunda 23 Temmuz 2007 tarihinde Hükümetler arası Konferans toplanmıştır. Avrupa Topluluğunu Kuran Antlaşma ile Avrupa Birliği Antlaşması’nı Değiştiren Taslak Antlaşma (Reform Antlaşması), 18-19 Ekim 2007 tarihinde Lizbon’daki Zirvede AB üyesi Devlet ve Hükümet Başkanları tarafından kabul edilmiştir. Müzakereler sonucunda bazı ülkelere diğer ülkelere tanınmayan haklar tanınmıştır. Örneğin; İtalya’ya AB Parlamentosu’nda fazladan bir temsilci bulundurma ve Bulgaristan’a AB para

birimi “Euro”yu Kiril alfabesine uygun olarak “Evro” şeklinde adlandırabilme hakkının tanınması ayrıca Polonya’nın küçük gruplara sahip ülkelere Avrupa Birliği kararlarını erteleme hakkının verilmesi gibi.

3.1. Genel Hatlarıyla Reform Antlaşması

Reform Antlaşması, Avrupa Birliği Anayasasıyla karşılaştırıldığında öncelikle Anayasaya göre oldukça kısa tutulmuştur. Sözgelimi AB Anayasası 4 ana bölüm, 448 madde, 36 Protokol, 2 Bildiri ve 50 Deklarasyondan oluşurken Reform Antlaşması 7 madde ve 152 sayfadan oluşmaktadır. Anayasada yer alan ve bir devleti çağrıştıran on iki yıldızlı AB bayrağı, AB marşı ve Avrupa günü gibi bir takım sembollere Reform Antlaşması’nda yer verilmemiştir. Yine AB Anayasasının 2. bölümünü oluşturan AB Temel Haklar Şartına’ da Reform Antlaşmasında yer verilmemiş olup yalnızca ABA’nin değiştirilmiş 6/1. maddesinde “Birlik, 7 Aralık 2000 tarihli Temel Haklar Şartı’nda belirlenen ve Antlaşmalarla aynı değere sahip olan haklar, özgürlükler ve ilkeleri tanıır” denilerek Şart’a atıfta bulunulmuştur (Saraçlı, 2008: 89). Son olarak Antlaşma’nın üye devletler iç hukuk mevzuatı karşısında üstünlüğe ilişkin herhangi bir atıfta bulunulmamış bu durum “Üstünlüğe İlişkin Deklarasyon’da” şu şekilde ele alınmıştır: Konferans, Adalet Divanı’nın istikrarlı içtihat hukuku uyarınca Antlaşmaların ve Birlik tarafından Antlaşmalara dayanarak kabul edilen hukukun söz konusu içtihat hukukunda belirlenen şartlar altında Üye Devletlerin Hukukları üzerinde üstün olduğunu hatırlatır” denilmiştir (Saraçlı, 2008: 90).

Reform Antlaşması’nda Avrupa Birliği Anayasası’ndaki AB hukuk kişiliği ve kurumsal yapının aynen korunduğunu görmekteyiz. Birliğin AB Anayasasında olduğu gibi tek bir tüzel kişiliğe sahip olduğu, Birliğin Avrupa Topluluğu’nun yerine geçerek onun halefi olduğu belirtilmiştir. Reform Antlaşması’yla Avrupa Birliği Anayasasında öngörülen Birliğin Dışişleri Bakanı yerine “Birliğin Dış İlişkiler ve Güvenliğe İlişkin Yüksek Temsilcisi”ni görmekteyiz. Yüksek Temsilci AB Anayasasında öngörüldüğü gibi Birliğin ortak dış ve güvenlik politikasını yürütecek, Komisyon Başkan Yardımcılığı görevini de yürütmesi planlanmıştır.

Anayasa’da Birliğin kurumsal yapısında dile getirilen ayrıma son verilmiş, Avrupa Parlamentosu, Avrupa Konseyi, Konsey, Avrupa Komisyonu, AB Adalet Divanı, Sayıştay ve Avrupa Merkez Bankası birlikte ele alınmıştır (asam.org.re/tr/).

Avrupa Konseyi Başkanı'nın 6 aylık süreyle görev yapan "AB Dönem Başkanı"nın yerini alması ve 2.5 yıl (yenilenebilir) süreyle bu görevini sürdürmesine (Reform Antlaşması ile değiştirilmiş ABA 9b/5-6. Madde) ilişkin düzenlemeye AB Anayasasında olduğu gibi Reform Antlaşmasında da korunmuştur.

Reform Antlaşması'nda "çifte çoğunluk" oy sistemi aynen korunmuş fakat Polonya'nın talebi üzerine uygulanması ertelenmiştir. Buna göre 1 Kasım 2014 tarihine kadar mevcut nitelikli çoğunluk kararına devam edilecek bu tarihten sonra ise çifte çoğunluk kuralı uygulanması kararlaştırılmıştır. Bunun istisnası, 1 Kasım 2014 ile 31 Mart 2017 tarihleri arasındaki geçiş döneminde nitelikli çoğunlukla alınması gereken kararlarda, herhangi bir AB Bakanlar Konseyi üyesi kararın çifte çoğunluk ile değil nitelikli çoğunluk ile alınmasını isteyebilecektir (Reform Antlaşması işe değiştirilmiş ABA 9c/4 ve 9c/5. Maddeler).

Reform Antlaşmasıyla getirilen bir diğer yenilik ulusal parlamentoların rollerinin artırılmasına ilişkindir. AB Anayasasına Reform Antlaşmasında yapılan değişikliklerle ulusal parlamentolara, yasama aracı taslaklarına ve yetki ikamesine ilişkin gerekçeli kararlarını vermeleri için tanınacak olan süre 6 haftadan 8 haftaya çıkarılmıştır (Saraçlı, 2008: 94).

Reform Antlaşması'nda Birliğin Asli organları olarak, Avrupa Parlamentosu, Avrupa Konseyi, Bakanlar Konseyi, Avrupa Komisyonu, Avrupa Birliği Adalet Divanı, Avrupa Merkez Bankası ve Sayıştay ele alınmıştır.

Avrupa Parlamentosu'nun yapısına ilişkin düzenlemede, Parlamenter sayısının 750'i aşmayacağı, parlamento seçimlerinin 5 yılda bir yapılacağı, üye ülke temsilcilerinin en az 6 en fazla 96 olacağı belirtilmiştir.

Avrupa Birliği Komisyonu yapısında yapılan düzenlemeyle AB Anayasasıyla getirilmesi düşünülen Birlik Dışişleri Bakanı mevkisinden vazgeçilmiş onun yerine "Dış İlişkiler ve Güvenlik Politikası Yüksek Temsilcisi" adlı makam oluşturulmuş ve bu makamın Avrupa Konseyi'ne bağlı olarak çalışması kararlaştırılmıştır. Ayrıca 2014 yılına kadar üye ülkelerin AB Komisyon'unda birer üye temsil edilmesi bu yıldan sonra ise Komisyon toplam üye sayısının üye devlet sayısının üçte ikisine düşürülmesi planlanmıştır.

Reform Antlaşması AB bütünleşmesi açısından önemli bir ara durak niteliğindedir. 2004'te büyük bir iddia ile hazırlanan AB Anayasasının Fransa

ve Hollanda referandumları ile geçerliliğini yitirmesi AB'yi hem meşruiyet ve kimlik krizine sokmuş hem de kurumsal/siyasi işleyişe ilişkin ciddi bir boşluk oluşmasına neden olmuştur (<http://www.usakgundem.com>). Bu kapsamda son İrlanda referandumunun sembolik ve pratik önemini vurgulamak gerekir. İrlanda referandumuyla evet oylarının çıkmasıyla önemli bir engel aşılmıştır. İrlanda'nın ilk başta Reform Antlaşması'na hayır oyu varı verilmesi, AB genelinde referandum süreçleri iyi yönetilmemesi sorununu ortaya çıkarmıştır. Kamuoyunun bilgilendirilmesi ve Antlaşmaların içeriğine yönelik anlaşılır, doğru bilgiye kolay ulaşabilmesi konusunda sıkıntılar yaşanabilmekte ve bu nedenle Avrupa halklarının korkuları üzerinden aşırı siyaset yapan politika anlayışına manevra alanı sağlanabilmektedir. İrlanda örneğinde bizzat Komisyon Başkanı Barroso'nun halkın yanlış bilgilendirildiğine yönelik isyana varan açıklamaları bu kaygıların ne kadar yerinde olduğunun göstergesidir. Sonuç olarak İrlanda halkının referandumda evet oyu kullanması Anayasal süreci ciddi anlamda rahatlatmıştır.

SONUÇ

Avrupa Birliği Anayasasıyla, birliğin bütün kurucu antlaşmaları daha önceleri olduğu gibi revize edilmekten ziyade tek bir metinde birleştirilmiş, Birlik organlarının genişleme ve derinleşmeye bağlı olarak Birlik ihtiyaçlarına cevap verebilir niteliklerle donatılmış, Maastricht'teki 3 sütundan biri olan Ortak Dış Politika için kararlı adımlar atılmış ve Avrupa Birliği'nin dış politikasının tel elden yürütülmesi ve çok sesliliği ortadan kaldırmak amacıyla Birlik Dışişleri Bakanlığı makamı oluşturulmuş, Birliği bir devlet hüviyetine büründüren on iki yıldızlı AB bayrağı, AB Marşı ve Avrupa günü gibi bir takım sembollere yer verilmiştir.

Sonuç olarak Avrupa Birliği Anayasası'nın Fransa ve Hollanda tarafından reddedilme nedenleri olarak şunlar sıralanabilir (Erhan, 2007: 22):

- a) AB üyeleri, ekonomik gelecekleri hakkında belirsizlik yaşıyorlar. Fransa, Almanya ve Hollanda ekonomik sorunları çözemedi.
- b) Kurumsal konularda çok fazla uğraşılıp ekonomik ve sosyal konularla hiç ilgilenilmedi.
- c) Euro bölgesi içinde de ekonomik ve politik birlik sağlanamadı.
- d) İktidardaki Fransız hükümetinin icraatlarından duyulan hayal kırıklığı
- e) Anayasanın ekonomik açıdan "Anglo-Sakson" bir yöne doğru kaydığı yolundaki (genelde yersiz) kaygılar

- f) AB'nin geleceği konusundaki genel kaygılar ve Fransa'nın Birlik genelindeki nüfuzunu kaybettiği endişesi
- g) Türkiye'nin birliğe olası üyeliği konusundaki kaygılar
- h) AB ülke liderleri ve kurumları, aldıkları kararlarda halkı dikkate almadılar. Alınan kararların halkta yarattığı olumsuz tepkiyi görmediler, kamuoyundaki eğilimlere ilgisiz kaldılar. Halk, AB Anayasası'nı anlamadı. Günlük yaşamındaki olumsuz unsurların tüm sorumluluğunu Brüksel'e yükledi.
- i) Siyasiler ise kolay yolu seçtiler ve kendi ülkelerindeki olumsuz durumun sorumluluğunu içeriye değil, dışarıya yüklediler. AB'ye yönelik popülist yaklaşımlar sergilediler. Bağımsızlık ve egemenlik gibi unsurları, referandumlarla ilgili kampanyalarda kullandılar.

KAYNAKÇA

- Akman, Vedat(1995), *Avrupa Topluluğu ve Türkiye*, Alfa Basım Yayın, İstanbul.
- Altınbaş, Deniz, 'AB Reform Anlaşması Onayladı, Ama Tehlike Bitmedi', [http://www.asam.org.re/tr/yazigoster.asp?ID=1808&kat1=2&kat2=\(05.11.2007\)](http://www.asam.org.re/tr/yazigoster.asp?ID=1808&kat1=2&kat2=(05.11.2007))
- Arı, Tayyar (2002), *Uluslararası İlişkiler Teorileri*, Alfa Yayınları, İstanbul.
- Arıboğan, Deniz Ülke (1998), *Kabileden Küreselleşmeye Uluslararası İlişkiler Düşüncesi*, Sarmal Yayınevi, 1998.
- Ankara Barosu Başkanlığı (2004), *Avrupa İçin Bir Anayasa Oluşturan Antlaşma*, Ankara.
- Baykal, Sanem (2007), "Avrupa Birliği'nde Anayasallaşma", *Avrupa Birliği Temel Konular*, Çağrı Erhan, Ayşe Burça Kızılırmak (ed.), İmaj Yayınevi, Ankara.
- Bozkurt, Enver ve Özcan, Mehmet (2004), *Avrupa Birliği Hukuku*, Asil Yayın Dağıtım, Ankara.
- Canbolat, İbrahim S. (2002), *Avrupa Birliği Uluslarüstü Bir Sistemin Tarihsel, Teorik, Kurumsal, Jeopolitik Analizi*, Alfa Kitabevi, İstanbul.
- Çalış, Şaban H. (2008), *Türkiye-Avrupa Birliği İlişkileri Kimlik Arayışı, Politik Aktörler ve Değişim*, Nobel Yayın Dağıtım, Ankara.
- Çelik, Metin (2013), "Avrupa Birliği'nde Yaşanan Meşruiyet Krizi", *Gazi Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakülte Dergisi*, 15/2, Ankara.
- Dedeoğlu, Beril (1996), *Adım Adım Avrupa Birliği*, Çınar Yayınları, İstanbul.
- Erhan, Çağrı (2007), "Avrupa Bütünleşmesinin Tarihsel Gelişimi", *Avrupa Birliği Temel Konular*, Çağrı Erhan, Ayşe Burça Kızılırmak (ed.), İmaj Yayınevi, Ankara.
- Göztepe, Ece (2008), *Avrupa Birliği'nin Siyasal Bütünleşmesi ve Egemenlik Yetkisinin Paylaşılması Sorunu*, Seçkin Kitabevi, Ankara.
- Günuğur, Haluk (1993), *Avrupa Topluluğu Hukuku*, Eğitim Yayınları, Ankara.

- Güran, Nevzat (1999), *Uluslararası Ekonomik Bütünleşmeler ve Avrupa Birliği*, İzmir.
- Haas, Ernst (1958), *Uniting of Europe*, University Press, Stanford.
- Kabaalioğlu, Haluk (1995), *Avrupa Topluluklarının Hedefleri, Organları, Çalışması, Ulaştığı Seviye*, İKV Yayınları, İstanbul.
- Karluk, Rıdvan (2008), *Avrupa Birliği ve Türkiye*, Beta Basım Yayın Dağıtım, İstanbul.
- Kumrulu, G. (2003), “Avrupa’nın Geleceğine İlişkin Konvansiyon”, *Ankara Avrupa Çalışmaları Dergisi*, Cilt:2, Sayı:4, Ankara.
- Mitrany, David (1966), *A Working Peace System*, Chicago.
- Özcan, Mehmet, “Avrupa Birliği Anayasası”, <http://www.usak.org.uk/junction.asp?mod=articles&st=PrintArticleDetail&id=51&lm=58649JLFD0932&In=TR> (27.10.2007)
- Özlük, Erdem ve Fazıl Doğan (2010), “Türkiye Avrupa Birliği İlişkilerini Egemenlik Devri Tartışmaları Üzerinden Okumak”, *Ankara Avrupa Çalışmaları Dergisi*, Cilt:9, No:1, Ankara.
- Puig, Gonzalo Villalta (2003), “The European Constitution: Past and Future”, [www.anu.edu.au/NEC/Puig_Constitution .pdf](http://www.anu.edu.au/NEC/Puig_Constitution.pdf). (07.11.2008)
- Reçber, Kamuran (2004), *Türkiye Avrupa Birliği İlişkileri*, Aktüel Yayınları, İstanbul.
- Şahin, Mustafa (2004), “Avrupa Birliği Müzakere Süreci ve Türkiye”, *Avrasya Dosyası*, Cilt:10, Sayı:2, Ankara.
- Saraçlı, Murat (2008), “Avrupa Birliği Anayasası ve Reform Antlaşması”, *Uluslararası Hukuk ve Politika*, Cilt:4, Sayı:14, Ankara.
- Ülgen, Sinan (2005), *AB ile Müzakerelerin El Kitabı, Ne Bekliyoruz, Ne Olacak?*, İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları, İstanbul.
- Tezcan, Ercüment (2001), *Avrupa Birliği Kurumlar Hukuku*, İstanbul Beta Basım A.Ş., İstanbul.
- Tezcan, Ercüment (2004), “Avrupa Birliği Anayasasının Doğuşu ve Öngördüğü Yenilikler”, *Avrasya Dosyası*, Cilt:10, Sayı:2, Ankara.
- Teziç, Erdoğan (1996), *Anayasa Hukuku*, Beta Yayınları, İstanbul.

Tarihî Bayburt eşmelerinden Örnekler

Examples of Historical Bayburt Fountains

Murat KARADEMİR*

ÖZ

Türklerin Anadolu'da ilk yerleştikleri merkezlerden birisi olan Bayburt, anıtsal mimarisi ile dikkat çeken bir kenttir. Bu mimarinin içinde su yapıları ayrı bir yer tutar. Osmanlılar kenti aldıktan sonra kentin imarına önem vermişler bu maksatla kentin çeşitli bölgelerine su yapıları inşa etmişlerdir. Bu yapılar içinde yer alan çeşmeler, anıtsal mimarinin yanında küçük ölçekli olmasına karşın, kent tarihi ve kentsel dokunun gelişimi hakkında önemli bilgiler vermektedir.

Gelişen teknoloji ve hızlı kentleşmeyle birlikte insanların su ihtiyacını karşılamak amacıyla şebeke su sistemi kurulmuş olmasına rağmen bölgede günümüze ulaşan fakat kaderine terk edilmiş pek çok tarihi çeşme bulunmaktadır.

Bu bildiriye Bayburt il merkezinde ve köylerinde yer alan tarihi öneme sahip çeşmeler üzerinde durulacak ve tespit edilen bu yapıların mimari özellikleri üzerinde genel bir değerlendirme yapılacaktır.

ANAHTAR KELİMELEK

Bayburt, Çeşmeler, Mimari, Su Yapıları

ABSTRACT

Bayburt, which is one of the first Turkish settlements in Anatolia, attracts attention with its monumental architecture. Water structures have special importance in the region's architecture. After the city had been conquered, Ottomans attached importance to the development of the city, for this purpose they built water structures at the various parts of the city. The fountains, located in these architectural structures, provide important information about the history of the city and the development of the urban architecture, although the fountains are small-scale structures when compared with monumental structures.

With emerging technologies and rapid urbanization, municipal water system was established to meet the water needs of people and unfortunately these fountains have been abandoned to their fate.

This paper will focus on the historical fountains located in Bayburt province and the villages and overview the architectural features of these structures.

•

KEYWORDS

Bayburt, Fountains, Architectre, Water Structures

GİRİŞ

Anadolu'nun kuzeydoğusunda, Çoruh vadisinde sarp bir tepenin etrafında kurulmuş olan Bayburt; doğusunda Erzurum, batısında Gümüşhane, kuzeyinde Trabzon ve Rize, güneyinde Erzincan illeri ile çevrili bir yerleşim yeridir.

1071 yılında Anadolu'nun kesin Türk hâkimiyetine girmesinden sonra Bayburt, Birinci Beylikler döneminde önce Danişmendliler ve Saltukluların, 13. yüzyılın başında ise Saltuklu Devletine son veren Selçukluların eline geçmiştir¹. Selçuklu Devletinden sonra uzun yıllar Akkoyunlu idaresinde kalan şehir Osmanlı Devleti İmparatoru Sultan Selim tarafından 1514 yılında fethedilmiştir. Osmanlı hâkimiyeti altında bir sancak merkezi olan kent, kuzeyde Trabzon'a ve güneydoğuda İran'a ulaşan yollar üzerinde bulunması ve stratejik mevki dolayısıyla önemli bir yerleşim merkezi olmuştur. Beylikler ve Selçuklular döneminde kültürel açıdan gelişmeye başlayan kent Osmanlı Devleti zamanında da kültürel gelişimini sürdürmüştür. Osmanlı Devleti zamanında kent merkezinde pek çok yapı inşa edilmiştir.

Bayburt, anıtsal mimarisi ile dikkati çeken bir kenttir². Bu mimarinin içinde su yapıları ayrı bir yer tutar. Osmanlılar kenti aldıktan sonra kentin çeşitli bölgelerine su yapıları inşa etmişlerdir. Bu yapılar içinde yer alan çeşmeler, anıtsal mimarinin yanında küçük ölçekli olmasına karşın, kentsel dokunun gelişimi hakkında önemli bilgiler vermektedir.

Bu çalışmada Bayburt il merkezinde ve köylerinde yer alan tarihi öneme sahip çeşme örnekleri üzerinde durulacak ve tespit edilebilen bu yapıların mimari özellikleri üzerinde genel bir değerlendirme yapılacaktır. Kent merkezindeki tarihi öneme sahip pek çok çeşme adeta yenilenircesine restore edildiği için bu çeşmeler kataloğa dâhil edilmemiş daha çok özgün yapısal özelliklerini koruyan örnekler üzerinde durulmuştur. Çalışmada il merkezi ve köyler olmak üzere toplam beş adet çeşme incelenmiştir.

¹ Miroğlu, 1992, 227

² Bayburt ve çevresi hakkında yapılan bazı çalışmalar şu şekildedir: Karakoyunlu, S. (1990). Bayburt Tarihi, Ankara; Taşçı, A. (1997). Bayburt'ta Türk-İslam Devri Dini Mimari, A.Ü. Sosyal Bilimler Enstitüsü Basılmamış Yüksek Lisans Tezi, Erzurum; Çiğdem, S.- Özkan, H.- Yurttaş, H.(2003). "2002 Yılı Gümüşhane ve Bayburt İlleri Yüzev Araştırması", 21. Araştırma Sonuçları Toplantısı, Cilt:2, Ankara, s. 167-178; Hacıhasanzade, F. (2007). Coğrafi, Tarihi, Ekonomik Açıdan Her Yönüyle Her Köyüyle Bayburt, İstanbul; Çiğdem, S.- Özkan, H.- Yurttaş, H.(2010). " 2009 Yılı Bayburt Yüzev Araştırması", 28. Araştırma Sonuçları Toplantısı, Cilt:1, Ankara, s. 155-176; Özkan, H. (2013). "Bayburt Dağçatı Köyü Cami ve Çeşmesi", Atatürk Üniversitesi Güzel Sanatlar Enstitüsü Dergisi, Sayı:31, Erzurum, s. 119- 135; Yılmaz, Ö. (2014). " 19. Yüzyılın İlk Yarısında Batılı Seyyahların Bayburt İzlenimleri", Tarihi ve Kültürü ile 19. Yüzyıldan Günümüze Bayburt Uluslar arası Sempozyumu; Arslan, C. – Cöteli, M.G., (2015). Anadolu Türk Şehri Tarihinde Bayburt Kenti ve Anıtsal (Kamusal) Yapı Mirası, Avrasya Uluslararası Araştırmalar Dergisi, Cilt:3, Sayı:6, Ankara, s. 185-219.

Karasakal Mahallesi Çeşmesi

Bayburt kent merkezinde, Karasakal Mahallesinde, Dik Sokak'ta bulunmaktadır.

Kesme taş malzemeden, yuvarlak kemerli, tek cepheli ve haznesiz olarak inşa edilen çeşme, bağımsız bir sokak çeşmesidir. Günümüzde oldukça bakımsız durumda olan eser, arkasındaki 28 nolu konutun çevre duvarı içine gömülü vaziyettedir. Çeşme kütesine baskı uygulayan moloz taş duvarlar, yapının bütünlüğünü tehlikeye sokmaktadır. Bununla birlikte yapının batı cephesindeki taşlarda oynamalar izlenmektedir. Ayrıca çeşmenin önündeki zemin kot seviyesinin zamanla yükselmesi sonucu yalak bölümü kısmen zemin seviyesi altında kalmıştır.

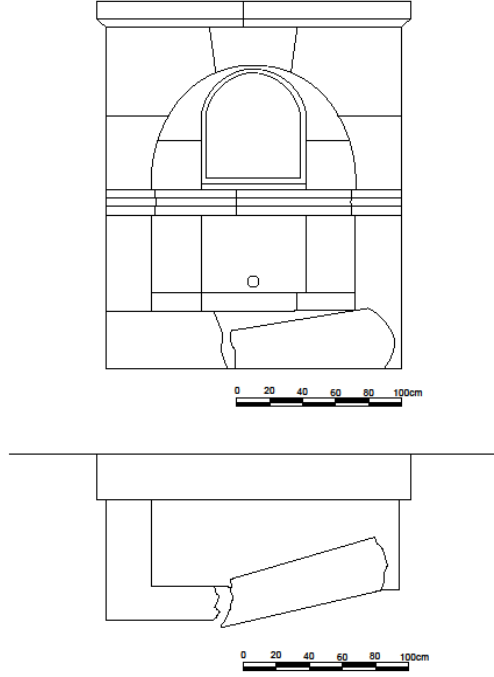


Fotoğraf 1: Karasakal Mahallesi Çeşmesi

Çeşme nişi içindeki yuvarlak kemer şeklinde tasarlanan kitabelik bölümü bir silme kuşağıyla iki bölüme ayrılmıştır. Kitabeliğin üst bölümünde geometrik bordürlerin bulunduğu, alt bölümünde ise yazı kısmının yer aldığı ancak yazıların oldukça tahrip olmasından dolayı kim tarafından ve ne zaman yaptırıldığı tespit edilememiştir.

Kuzey-güney doğrultusunda dikey dikdörtgen bir alana oturan çeşmenin ana cephesi 205 cm. yüksekliğinde, 181 cm. genişliğinde ve 105 cm.

derinliktedir. 91 x 102 cm. ölçülerindeki çeşme nişini örten basık yuvarlak kemer, ikisi düz birisi dışbükey yarım daire profilli üç sıra silmeyle geçilmiş yığma ayaklar üzerine oturmaktadır.



Çizim 1: Karasakal Mahallesi Çeşmesi

Çeşme saçağı düz profilli bir silme ile cepheden taşınmıştır. Arka cephesi içinde bulunduğu moloz taş örgülü duvara gömülüdür. Çeşmenin ön yüzü beyaz kireç harcı ile sıvanmıştır. Çeşme nişi içerisinde herhangi bir ayna taşı ve bardaklık gibi bölümlerden söz etmek mümkün değildir.

Çeşme, günümüzde niş içerisine bir adet musluk bağlanarak kullanılabilir hale getirilmiştir.

Çeşme nişi içinde bulunan kitabenin oldukça tahrip olması nedeniyle çeşmenin hangi tarihte inşa edildiği bilinmemektedir. Yapıyla ilgili yazılı belgelerde herhangi bir bilgiye rastlanmamıştır. Gerek konumu ve gerekse cephe kompozisyonu açısından incelendiğinde Erzurum Arife Sokak Çeşmesi (18.yy.) (Yurttaş-Özkan, 2002: 33), Erzurum Cedit Çeşmesi (19.yy.) (Yurttaş-Özkan, 2002: 41), Gümüşhane Torul Işık (Bayana) Köyü Çeşmesi (1757)

(Yüksel, 1997: 153) ile benzerlikler gösteren eserin bu tarihlerde inşa edilmiş olabileceği muhtemeldir.

İnşa tarihi bilinmeyen fakat cephe özellikleri açısından 18. yüzyılın sonları ile 19. yüzyılın başlarına tarihlendirilen çeşme, silme kuşakları dışında oldukça sade bir cephe düzenine sahiptir.

Karşıgeçit Köyü Çeşmesi

Bayburt kent merkezinin kuzeydoğusunda, kente 30 km. uzaklıktaki merkeze bağlı Karşıgeçit köyünde³, 39 kapı nolu evin yakınında bulunmaktadır.

Çeşme önyüzünde 60 x 26 cm. ölçülerinde, taş malzeme üzerine alçak kabartma tekniğinde işlenen inşa kitabesi bulunmaktadır. Üç satır halinde günümüz Türkçesiyle yazılmış olan kitabe bugün oldukça bozulmuş olup yazıların büyük bir bölümü okunamamıştır. Kitabenin okunan bölümlerinde “Mahmud” isimli bir hayırsever tarafından 1969 yılında yaptırıldığı anlaşılmaktadır.

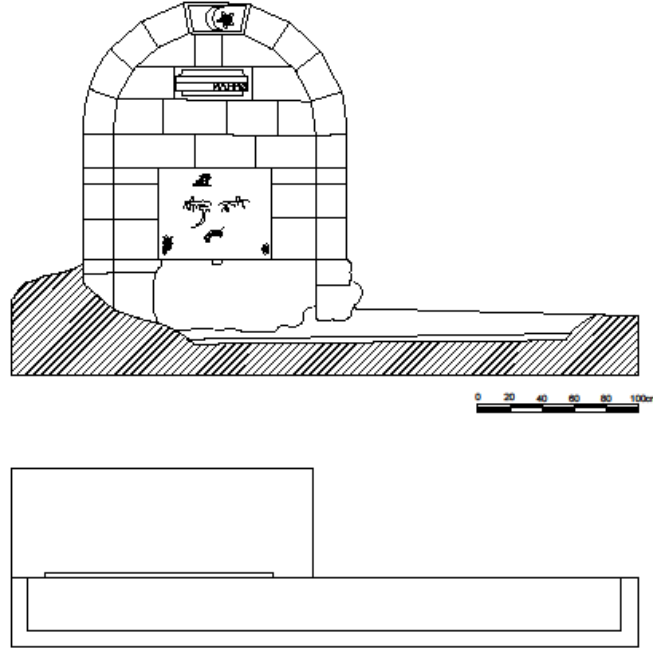


Fotoğraf 2: Karşıgeçit Köyü Çeşmesi

Günümüzde oldukça bakımsız halde olan çeşme yapısal özelliklerini de büyük oranda kaybetmiştir. Çeşmenin bulunduğu toprak zeminin zamanla

³ Eski Adı Mileyhi olan köyün kesin kuruluş tarihi bilinmiyor. Buna karşın köyün ilk yerleşimin 16. yüzyılın başlarında olduğu tahmin edilmektedir. Bayburt kent merkezine 24 km mesafede olan köy'ün en eski eseri olarak bu çeşme bilinmektedir (Hacıhasanzade, 2007: 292).

yükselmesi sonucu başta arka cephesi olmak üzere yan bölümleri büyük oranda toprak tabakası altında kalmıştır. Kurnası ve oturma sekileri bulunmayan yapının asıl yalağı da günümüze ulaşamamıştır. Üst örtüsünde çıkan yosunsu bitkiler çeşme bütünlüğünü tehlikeye sokmaktadır. Çeşmeye sonradan betonarme uzunlamasına bir su yalağı eklenmiştir.



Çizim 2: Karşıgeçit Köyü Çeşmesi

Ön cephesi kesme taş, arka cephesi moloz taş malzemeden inşa edilmiş, tek cepheli, bağımsız, yuvarlak kemerli ve haznesiz bir sokak çeşmesidir. Dikey dikdörtgen bir kütlesi olan çeşme, 200 cm. genişlikte, 260 cm. yükseklikte ve 95 cm. derinliktedir. Genişliği 154 cm. ölçülerindeki çeşme nişini örten yuvarlak kemer yanlarda zemine kadar devam etmektedir. Kemer kalınlığı 23 cm. ölçülerindedir. Biçim olarak diğer taşlardan farklı olan kemer kilit taşında yüzeyden çökertilmiş zemin üzerine kabartma tekniğinde ay-yıldız motifi işlenmiştir. Derinliği fazla olmayan ana nişin üst kısmında kitabe yer alırken alt kısımda alt alta yerleştirilmiş büyüklükleri farklı iki blok taş malzeme yer almaktadır. 66 x 88 cm. ölçülerindeki üstte kare biçimli taşın yüzeyi günümüze her ne kadar büyük bir bölümü sağlam olarak ulaşamamış olsa da kıvrık dal motifleriyle kuşatılmıştır. Tespit edilen bölümlerde iç içe geçmiş kıvrım dallarla

yapraklardan meydana gelen karmaşık bir kompozisyon izlenmektedir. Bu bölümün alt kısmında kurna deliği yer almaktadır. Çeşmenin ayna taşı ise alt tarafta dikdörtgen biçimli olup yüzeyi boş bırakılmıştır. Ayna taşında yer yer kopmalar izlenmektedir. Gerek mevcut izlerden ve gerekse taşın yapısından ötürü ayna taşının özgün olmadığı söylenebilir.

Çeşme ile ilgili yazılı belgelerde herhangi bir bilgi bulunmamaktadır. Yapı, görmüş olduğu basit onarımlar ve ilaveler neticesinde özgün özelliklerini önemli ölçüde kaybetmiştir. Cumhuriyet Dönemi çeşmelerinden olan Karşıgeçit Köyü çeşmesi, cephe düzeni ve Türkçe kitabesiyle dikkat çekmektedir.

Maden Köyü Çeşmesi

Bayburt kent merkezinin güneydoğusunda, kente 19 km. uzaklıktaki merkeze bağlı Maden köyünde⁴, köyün girişinde yer almaktadır.

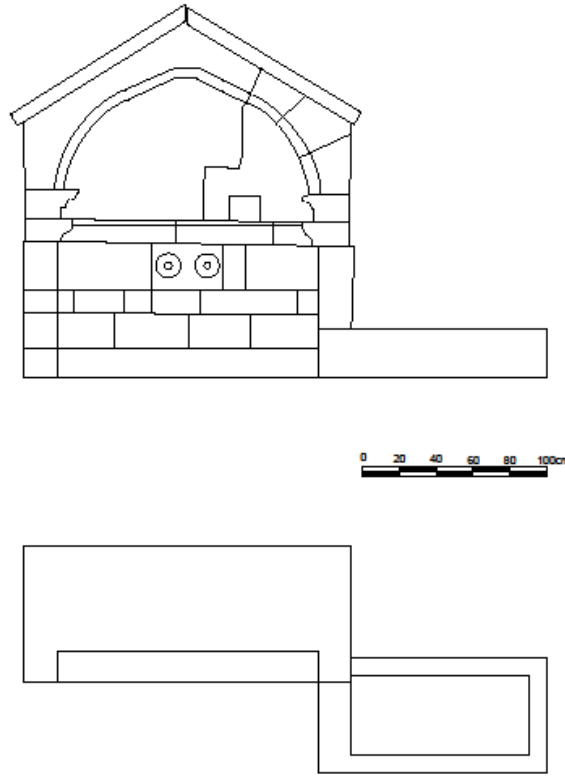
Çeşmenin önyüzünde 32 x 45 cm. ölçülerinde bir kitabelik yeri bulunsa da kitabenin üzeri badana ile boyandığı için yazılar okunamamıştır. Kitabe çok yakından incelendiğinde üç satırdan meydana geldiği anlaşılmaktadır.



Fotoğraf 3: Maden Köyü Çeşmesi

⁴ Osmanlı Devleti döneminde de yerleşim yeri olduğu belirtilen köyün 1920'li yıllarda kurulduğu ayrıca belirtilmektedir. Köyün en önemli tarihi eserleri köprüsü ve çeşmesidir (Hacıhasanzade, 2007: 305).

Günümüzde kullanılır vaziyette olan tarihi eser, yapısal özelliklerini kısmen kaybetmiştir. Ayna taşı, yalağı ve oturma sekileri bulunmayan çeşmede yer yer taş kırılmaları da dikkat çekmektedir. Çeşmeye sonradan hiçbir bütünlük arz etmeyen betonarme su yalağı ilave edilmiştir. Bu yalakta bugün kullanılmamaktadır. Tüm cephesi kireç ile badana edilen yapının asıl kurnası yerinden sökülmüş olup sonradan demir boru şeklinde bir kurna ilave edilmiştir.



Çizim 3: Maden Köyü Çeşmesi

Kesme taş malzemeden inşa edilmiş, tek cepheli, bağımsız, sivri kemerli ve haznesiz bir sokak çeşmesidir. Yatay dikdörtgen bir kütle arz eden çeşme, 195 cm. genişlikte, 287 cm. yükseklikte ve 84 cm. derinliktedir. 21 x 142 cm. ölçülerindeki çeşme nişini örten hafif yamuk sivri kemer yanlarda kesme taş malzeme ile örülen ayaklar üstündeki profilli başlıklar üzerine oturmaktadır. Sivri kemer, ikisi de düz profilli iki sıra silmeyle geçilmiş yığma ayaklar üzerine oturmaktadır. Çeşme nişi içerisinde profilli başlıkların üzerinde 17 x 18

cm. ölçülerinde bardaklık yer almaktadır. Yapının üzeri kırma çatı formunda düzenlenerek düz bir silme kuşağı ile cepheden taşırılmıştır.

Oldukça sade bir cepheye sahip olan çeşmede süsleme olarak yalnızca silmelerden bahsedilebilir.

Cephesindeki kitabesi okunamayan ve bu yüzden hangi tarihte inşa edildiği bilinmeyen Maden Köyü Çeşmesi, oldukça sade cephe düzeni ile işlevselliğin ön planda tutulduğu bir eser konumundadır. Yazılı belgelerde Maden Köyünün 1920'li yıllarda kurulmuş olduğu fakat bu tarihten öncede aslında bir yerleşimin olduğu göz önüne alındığında ve köy sakinlerinin çeşme hakkında verdiği bilgiler dikkate alındığında, çeşmenin 19. yüzyılın sonları ile 20. yüzyılın başlarında inşa edilmiş olabileceği söylenebilir.

Paşaoğlu (Galer) Çeşmesi

Bayburt kent merkezinde, Tuzcuzade Mahallesi, Hamam Sokak'ta, Paşa hamamının güneybatısında yer almaktadır. Çeşme aynı zamanda Kondolotlar ve Tuzcuzade gibi isimlerle de anılmaktadır (Arslan- Çöteli, 2015: 203).



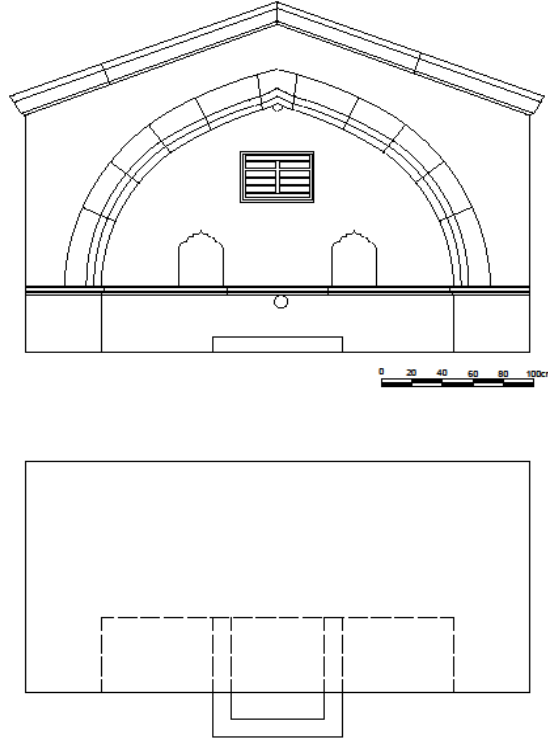
Fotoğraf 4: Paşaoğlu (Galer) Çeşmesi

Çeşmenin sivri kemerli nişi içinde kitabesi bulunmaktadır. Altı satır ve iki bölümden meydana gelen kitabe kareye yakın dikdörtgen bir kartuş içine

alınmıştır. Çeşme nişi boyanması sebebiyle kitabenin belirli bölümleri okunamamıştır. Kitabenin okunabilen metni şu şekildedir:

هُوَ الْخَلَّاقُ الْبَاقِي Hüve el Hallag-ul Bâki.	
وَسَقَاهُمْ رَبُّهُمْ شَرَابًا طَهُورًا Vesegahüm rabbehüm şaraben tuhuuran (İnsan,21).	بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ Bismillahirrahmanirrahim.
.....Said... bin salih bey Paşazade	
سنة ١٢٢٥ Sene 1225	

Üzerindeki kitabesine göre Said Bey İbn Salih Bey Paşazade tarafından H. 1225/ M. 1810 tarihinde inşa edilen çeşme, yakın yıllara kadar kullanıldıysa da günümüzde kendi kaderine terk edilmiş durumdadır.



Çizim 4: Paşaoğlu (Galer) Çeşmesi

Kesme taş malzemedden, sivri kemerli, tek cepheli ve haznesiz olarak inşa edilen yapı, bağımsız bir çeşmedir. Kuzey-güney doğrultusunda yatay dikdörtgen bir alana oturan çeşmenin ana cephesi 251 cm. yüksekliğinde, 305 cm. genişliğinde ve 138 cm. derinlikindedir. 147 x 245 cm. ölçülerindeki çeşme nişini örten basık sivri kemer, ikisi de düz profilli iki sıra silmeyle geçilmiş yığma ayaklar üzerine oturmaktadır. 28 cm. genişliğindeki sivri kemer yüzeyi 2 cm. cepheden çöktürülmüş olmakla birlikte yüzeyde dış bükey yarım daire profilli bir silmeye sahiptir. Nişin içerisini dolaşan silmenin üzerine iki yana konulan dilimli kemer şeklindeki bardaklıklar 16 x 28 cm. ölçülerinde olup birbirlerine 75 cm. mesafededir. Günümüzdeki yalak bölümünün hemen üzerinde olması gereken ayna taşı yerinden sökülmüş olup bugün yerine sonradan yerleştirilen metal bir lüle bulunmaktadır. Güney ve doğu cephesi bitişiğindeki duvara bağımlı halde olan çeşmede cepheyi meydana getiren taşlarda oynamalar görülmektedir.

Çeşmenin kırma çatı formunda tasarlanmış olan saçağı bir sıra düz ve bir sıra iç bükey silmeler ile cepheden taşırılmıştır.

Önünden geçen yol kotunun zamanla yükselmesinden dolayı çeşmenin asıl yalağı ve dinlenme sekileri hakkında herhangi bir bilgiye sahip değiliz. Yakın yıllarda yapılan bugünkü yalak bölümü kaldırım taşlarından meydana gelmiş olup dikdörtgen şeklindedir. Çeşmenin bütün yüzeyi farklı iki renkle boyanmıştır.

Çeşme silme kuşakları dışında oldukça sade bir cephe yüzeyine sahiptir.

Yedigöze Köyü Çeşmesi

Bayburt kent merkezinin kuzeydoğusunda, kente 18 km. uzaklıktaki merkeze bağlı Yedigöze köyünde⁵, köyün merkezinde yer almaktadır.

Çeşme üzerinde iki adet kitabe bulunmaktadır. İnşa kitabesi niş içerisinde bardaklığın üzerinde yer alırken, onarım kitabesi ise kemerin üzerindeki üçgen alınlığın merkezindedir. Çeşme nişinin içerisinde yer alan inşa kitabesi 35 x 45 cm. ölçülerinde olup beş satır olarak düzenlenmiştir. Kitabeyi kuşatan çerçeve zikzak şeklinde silmelerden meydana gelmektedir. Kitabenin metni ve okunuşu şu şekildedir:

⁵ Eski adı *Dacırac* olan Yedigöze Köyünün kuruluş tarihi 1300'lü yıllara kadar uzanmaktadır. Köyün en önemli tarihi yapısı kesme taşlardan inşa edilen çeşmesidir (Hacıhasanzade, 2007: 345).

Metin:	Okunuşu:
1- ائ گلان خاني مهمان , ابدست ابله زمزم ايج	1-Ey gelen haneye mihmân, abdest eyle
2- دست ابله دولدور قدح نوش ادیوبین زمزم ايج	zemzem iç
3- صاخب الحیرات اولانلارین نیتین قیلسن قبول	2-Dest ile doldur kadeh nurş eduben zemzem iç
4- روحلری یجون فاتجای وقیوبین زمزم ايج	3-Sahib-ül hayrat olanların niyetin kılsın kabul
5- ۱۲۹۵	4-Ruhlar için fatihayı okuyuben zemzem iç 5- 1295

Çeşme üzerinde yer alan inşa kitabesine göre eser, H. 1295 / M. 1878 yılında inşa edilmiştir. Banisi ise bilinmemektedir.



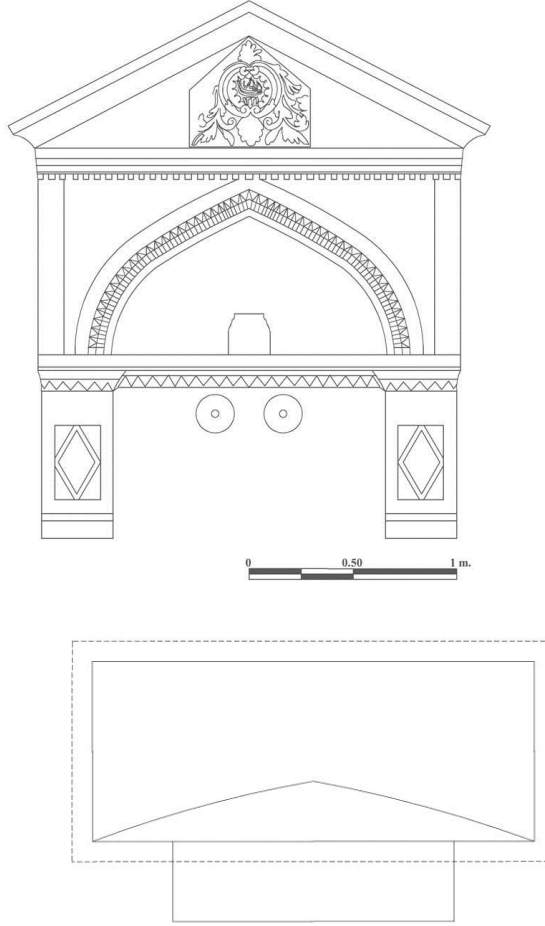
Fotoğraf 5: Yedigöze Köyü Çeşmesi

Dilimli motifler arasında yer alan onarım kitabesinde ise yazı kısmı ile rakamlar zemin oyma tekniği ile yazılmıştır. Kitabenin metni ve okunuşu şu şekildedir:

Metin:	Okunuşu:
1- الله	1- Allah
2- ۱۳۲۱	2- 1321

Onarım kitabesine göre eser, H. 1321/ M. 1904 yılında tamir görmüştür.

Günümüzde akar vaziyette olan çeşme, yapısal özelliklerini de büyük oranda korumuştur. Cephesini oluşturan taş malzemede özellikle silme kuşaklarında yer yer taş bozulmaları ve kırılmalar dikkat çekmektedir. Ayrıca üçgen alınlığın sağ tarafa meyilli saçak kısmını oluşturan malzemenin sonradan yenilediği anlaşılmaktadır.



Çizim 5: Yedigöze Köyü Çeşmesi

Eser, kesme taş malzemeden inşa edilmiş, tek cepheli, bağımsız, sivri kemerli ve haznesiz bir yapıdır. Dikey dikdörtgen bir kütle arz eden çeşme, 210 cm. genişlikte, 293 cm. yükseklikte ve 92 cm. derinliktedir. 74 x 118 cm. ölçülerindeki çeşme nişini örten sivri kemer nişin tamamını aynı kot da dolaşan aşağıya doğru meyillendirilmiş bir sıra düz ve bir sıra iç bükey profilli silme ile

hareketlendirilmiş başlıklar üzerine oturmaktadır. Kemer yüzeyi dört silme kuşağına bölünmüştür. Silme kuşaklarından en dıştaki ile içteki düz olarak düzenlenmişken ortadaki iki kuşak pramidal dekoratif dişlerden meydana gelmektedir. Kemerin oturduğu ayakların yüzeyinde dikdörtgen bir çerçeve içine alınmış eşkenar dörtgen motifi bulunmaktadır. Enine dikdörtgen biçimle düzenlenmiş olan ayna taşının yüzeyi sade tutulmuş olup merkezine iki adet kurna yerleştirilmiştir. Nişin merkezinde profilli silme kuşaklarının hemen üzerinde dilimli kemer şeklinde devam eden bardaklık yer almaktadır. Sivri kemerin üzerinde silme şeklinde süsleme kuşakları bulunmaktadır. Dört kademeden meydana gelen bu kuşaklardan yukarıdan aşağıya doğru düz, iç bükey ve dış bükey silmelerden sonra en altta dekoratif dişlerden oluşturulmuş bir şerit şeklinde nihayetlenmektedir. Bu silme kuşağının üzerinde üçgen alınlığın merkezinde kitabelik bulunmaktadır. Kitabe düzgün olmayan beşgen şeklinde düzenlenmiş bir taş blok ortasında yer almaktadır. Kitabelik bölümü simetrik olarak bir madalyon oluşturacak şekilde yerleştirilen kıvrım dal ve yaprak motifleriyle oluşturulmuştur. Madalyonun tepe kısmını yedi bölümlü bir akant yaprağı taçlandırmaktadır. Ayrıca yan bölümlerde ve alt kısımlarda da madalyondan çıkan ve aşağıya doğru devam eden akant yaprakları kompozisyonu tamamlamaktadır.

Çeşmenin üçgen alınlığının saçak kısmı öne doğru çıkıntı yapan bir sıra düz ve bir sıra iç bükey silme kuşakları ile hareketlendirilmiştir.

Kesme taş malzemeden 1878 yılında inşa edilen çeşme, cephe anlayışı ile döneminin özgün örnekleri arasında yer almaktadır. Günümüzde şebeke suyu ile akar hale getirilen çeşmenin bitişiğindeki beton istinat duvarından kurtarılarak koruma altına alınması gerekmektedir.

DEĞERLENDİRME

Türk su mimarisinin en küçük yapı taşlarından olan çeşmeler değişik araştırmacılar tarafından farklı şekilde incelenmiş ve gruplandırılmıştır⁶. Bu çalışmalar içinde Bayburt çeşmelerinden kataloğa dahil edilenler A. Ödekan'ın tipolojisi esas alınarak fiziksel biçimlerine ve buldukları yerlere göre

⁶ A. Aytöre, çeşmeleri iki esasa göre şehir içi ve şehir dışı çeşmeleri olarak değerlendirmiş ve daha sonra şehir içi çeşmelerini de kendi içinde gruplandırmıştır (Aytöre, 1962: 57-58). A. Ödekan, çeşmeleri buldukları yerlere ve fiziksel biçimlerine göre gruplandırmıştır (Ödekan, 1992: 284). C.E. Arseven, çeşmeleri buldukları yerlere göre altı grupta ele almıştır (Arseven, 1983: 389). Y. Önge, çeşmeleri çalışma şekilleri ve mevcut durumlarına göre iki gruba ayırmıştır (Önge, 1997:14). H. Karpuz ve O.N. Dülgerler de Konya çeşmeleri üzerine yaptıkları araştırmalarda çeşmeleri buldukları yerlere, cephe kompozisyonlarına ve kaynaktan beslenme durumlarına göre gruplandırmışlardır (Karpuz- Dülgerler, 2006: 317)

değerlendirilmeye çalışılmakla birlikte katalogda yer alan çeşmeler konumları, cephe özellikleri, malzeme, yapı elemanları, kitabe ve süsleme özellikleri gibi belirli başlıklar altında değerlendirilecektir.

Çeşmelerin Konumları

Araştırmaya konu olan beş adet çeşmeden Paşaoğlu (Galer) çeşmesi ile Karasakal Mahalle çeşmesi Bayburt kent merkezinde yer almaktadır. Diğer çeşmeler ise Bayburt merkeze bağlı köy ve beldelerde bulunmaktadır. Çalışmamızda yer alan örneklerin tamamı bağımsız olarak inşa edilmiştir. Bu çeşmeler meydan ve köşe çeşmeleri tipinde konumlandırılmıştır. Paşaoğlu (Galer) Çeşmesi, Maden Çeşmesi, Karşıgeçit Köyü Çeşmesi ve Yedigöze Çeşmesi meydan çeşmeleri olarak inşa edilirken Karasakal Mahallesi Çeşmesi köşe çeşmesi olarak inşa edilmiştir. Özellikle son yıllarda şehir merkezlerindeki plansız yapılaşma bu çeşmeleri de etkilemiş Paşaoğlu Çeşmesi ile Karasakal Mahallesi çeşmeleri arka ve yan cepheleri konutlar veya duvarlar tarafından kuşatılmıştır. Aynı durum Yedigöze Köyü Çeşmesi içinde geçerlidir. Yedigöze Köyü Camisinin bitişiğinde yer alan yapı, cami avlusunu ve yalağını içine alan bir duvar tarafından kuşatılmıştır. Paşaoğlu ve Karasakal Mahallesi Çeşmeleri ise arkasındaki konutların bahçe duvarları tarafından kuşatılmıştır. Özellikle Karasakal Mahallesi Çeşmesi ön cephe hariç arkasındaki konutun moloz taş duvarlarıyla kuşatılmıştır. Anadolu'nun çeşitli şehirlerindeki çeşmelerin önemli bir bölümü bağımsız olarak inşa edilmiştir. Örnekleri Karapınar II. Selim Çeşmesi (1569) (Bildirici, 1994: 257), Ayvacık Babakale Meydan Çeşmesi (1727-1728) (Çaylak, 1997: 50), Kayseri Subaşı Köyü Meydan Çeşmesi (1782) (Denktaş, 2000: 93), Bergama Hacıyamakzade Çeşmesi (1851) (Özünal, 1997: 96), Safranbolu Paşapınarı Çeşmesi (1794) (Acar, 2002: 12) olarak gösterilebilir.

Cephe Özellikleri

Araştırmada yer alan Bayburt Çeşmelerinin tamamı tek cepheli olarak inşa edilmiştir. Çalışmada iki veya daha fazla cepheye sahip çeşmeye rastlanılmamıştır.

Araştırmaya konu olan yapıların hepsinde çeşme nişlerinin üzeri sivri ve yuvarlak kemerlerle kuşatılmıştır. Örnekler içinde Karasakal Mahallesi Çeşmesi ile Karşıgeçit Köyü Çeşmesi yuvarlak kemer formu ile dikkat çekerken diğer üç adet örnekte sivri kemer formu tercih edilmiştir. Yuvarlak kemerli örneklerde niş derinlikleri daha az tutulurken sivri kemerli örneklerde niş derinlikleri biraz daha fazladır. Paşaoğlu (Galer) Çeşmesinde ise niş derinliği 50 cm. yi

bulmaktadır. Örnekler içinde Maden Köyü Çeşmesinde yapıyı oluşturan taşların zamanla tahrip olması ve yerinden oynaması sebebiyle eserin yapısal özelliklerinde meydana gelen kısmi değişiklikler sivri kemer formunda da bozulmalara neden olmuştur. Osmanlı Döneminde Başkent İstanbul'da ve Anadolu'da sivri kemer ve yuvarlak kemer formunda çok sayıda çeşme inşa edilmiştir. Bu örnekler içinde İstanbul Osman Ağa Çeşmesi (1621) (Pilehvarian- Urfalıoğlu-Yazıcıoğlu, 2004: 60), Karaman Boyahane Muhyiddin Çeşmesi (1469) (Denktaş, 2000: 16), Konya Büyüksinan (Fetih Caddesi) Çeşmesi (1892) (Sarıkaya, 2012: 33), Şebinkarahisar Alay Çeşme (1875) (Karpuz, 1989: 45), Kastamonu Saray Çeşme (1772) (Yaman, 1993 : 56), Isparta Sütçüler Ablapınarı Çeşmesi (19. yy.) (İşçi- Güceren, 2010: 109), Edirne Merzifonlu Kara Mustafa Paşa Çeşmesi (1667) (Karademir, 2008:148) sivri kemer formuna örnek olarak gösterilirken Kayseri Şeyh İbrahim Tennuri Çeşmesi (1482) (Denktaş, 2000: 33), Kırklareli Kayyumoğlu Çeşmesi (Kurtişoğlu, 2006: 20), Erzurum Eminkurbu Çeşmesi I (1798) (Yurttaş-Özkan, 2002:84), Bolvadin Ağılönü Çeşmesi (1708) (Uysal, 1988: 34).

Bağımsız çeşmelerin tamamı dikey dikdörtgen prizmal bir form göstermektedir. Örnekler içinde sadece Paşaoğlu (Galer) Çeşmesi günümüzde zemin kotunun yükselmesi sebebiyle yatay dikdörtgen bir form göstermektedir.

Malzeme

Mevcut beş çeşmenin tamamında yapı malzemesi olarak kesme taş tercih edilmiştir. Örneklerin hiçbirinde mermer malzeme kullanımı görülmemektedir. Bunun yanı sıra Maden Köyü Çeşmesi ile Karşıgeçit Köyü çeşmelerinde arka cephelerde moloz taş malzeme kullanımı dikkat çekmektedir. Örnekler içinde kitabeli olan çeşmelerde kitabelik bölümleri mermer malzemeden meydana gelmektedir. Bu eserler Yedigözel Çeşmesi, Paşaoğlu (Galer) Çeşmesi ve Karasakal Mahallesi Çeşmeleridir.

Yapı Elemanları

Bu bölümde araştırmaya konu olan çeşmelerin görünümünü fiziki olarak etkileyen unsurlar değerlendirilmeye çalışılmıştır. Bu unsurlar kemerler, su yalıkları, taslıklar, ayna taşları ve üst örtü olarak gruplandırılmıştır.

Çeşme cephe kompozisyonlarının en belirleyici öğeleri şüphesiz kemerlerdir. Yukarıda da belirttiğimiz üzere çeşmelerin tamamında kemerler mevcuttur. Bunlar kendi içinde yuvarlak kemer ve sivri kemer olarak iki gruba

ayrılmaktadır. Karşıgeçit Köyü Çeşmesi hariç diğer dört çeşme örneğinde kemerler yanlardaki ayaklara oturmaktadır.

İnceleme alanımızda Bayburt çeşme örnekleri içinde lülelerden akan suların biriktirilerek uzaklara dökülmesi sağlayan ve hayvanların su içmesi için inşa edilen su yalaklarının büyük bir bölümü sonradan yapıya eklenmiştir. Bunların bazıları kesme taşlarla birleştirilerek inşa edildiği bazıının ise tamamen beton şeklinde düzenlendiği anlaşılmaktadır. Karasakal Mahallesi Çeşmesi su yalağının günümüzde büyük oranda bozulduğu ve dağıldığı anlaşılmaktadır. Diğer örneklerdeki yalaklarında çeşmenin özgün yapısıyla örtüşmediği anlaşılmaktadır. Paşaoğlu Çeşmesindeki asıl yalağın ise zemin kot seviyesinin altında kalmış olabileceği düşünülmektedir.

Ele alınan örnekler içinde taslıkların varlığı dikkat çekmektedir. Paşaoğlu Çeşmesinde iki adet, Maden ve Yedigöze Köyü Çeşmelerinde ise birer adet taslık bulunmaktadır. Paşaoğlu Çeşmesindeki taslıklar sivri kemer formunda, diğerlerinde ise kare ve dilimli kemer formlarda tasarlanmıştır. Çeşme mimarisinde taslıklar genellikle yapının ana malzemesinden yapılmaktadır. Türk sanatında taslıklara sahip olan çeşmelere Edirne Saraçhane Çeşmesi (1669) (Karademir, 2008:160), Erzurum Hafız Çeşmesi (1883) (Yurttaş-Özkan, 2001: 105), Karaman Koçakdede Mahallesi Çeşmesi (19.yy.) (Denktaş, 2000: 82).

Örnekler içinde sadece Karşıgeçit Köyü Çeşmesinde ayna taşı günümüze kısmen sağlam olarak gelebilmiştir. Cepheye kare şeklinde yerleştirilmiş olan ayna taşı yüzeyi tamamen bitkisel süsleme ile kuşatılmıştır. Diğer örnekler de ayna taşı tercih edilmemiş veya günümüze gelememiştir.

Çalışmada incelen çeşmelerin üst örtü şekilleri değişik şekillerde karşımıza çıkmaktadır. Paşaoğlu, Yedigöze ve Maden Köyü Çeşmelerinde üst örtüler iki yana doğru meyilli olarak tasarlanmıştır. Karşıgeçit Köyü Çeşmesinde ise nişi örten yuvarlak kemer aynı zamanda çeşmenin üst örtüsünü de oluşturmaktadır. Kent merkezindeki Karasakal Mahallesi Çeşmesinde ise düz dam şeklinde örtü biçimi tercih edilmiştir. İki yana meyilli üst örtü sistemine sahip çeşmeler olarak Erzurum Çırçır Çeşme (19.yy.) (Yurttaş-Özkan, 2001: 189), Kayseri Keşlik Köyü Yukarı Mahalle Çeşmesi (1819) (Denktaş, 2000: 111), Akşehir Yağcılar Çeşmesi (1330) (Samur, 1996: 154).

Örneklerin hepsinde çeşmelerin su haznesiz veya deposuz oldukları dikkat çekmektedir. Özellikle iklimin çok sıcak olmadığı bölgelerde deposuz çeşme örneklerini görmek mümkündür.

Kitabe

Tüm tarihi eserlerde olduğu gibi çeşmelerinde tarihlendirilmesinde kitabeler önemli bir rol oynamaktadır. Çalışmamızda yer alan çeşmelerden Paşaoğlu, Yedigöze Köyü ve Karasakal Mahallesi Çeşmelerinde kitabe bulunmaktadır. Yedigöze Köyü Çeşmesinde ise inşa ve onarım olmak üzere iki kitabe bulunmaktadır. Diğer iki örnekte herhangi bir inşaat veya onarım kitabesi görülmemektedir. Kitabeli çeşmelerde kitabelerin hepsi kemerli niş içinde yer almaktadır. Karasakal Mahallesi Çeşmesi kitabesi oldukça tahrip olduğundan okunamamıştır. Diğer iki kitabeden Paşaoğlu Çeşme kitabesi kısmen okunabilmiş Yedigöze Çeşme kitabeleri ise tamamen okunabilmiştir. Karasakal Mahallesi Çeşme kitabesi yarım daire şekilli bir pano içinde yer alırken diğer Paşaoğlu ve Yedigöze Köyü inşa kitabeleri dikdörtgen bir pano içine yazılmıştır.

Süsleme

Araştırma konusuna giren çeşmelerde süsleme kompozisyonlarından ziyade mimari formların etkisinin daha ağır bastığı izlenmektedir. Beş adet örnek içinde süsleme kompozisyonu sadece Yedigöze Köyü Çeşmesi ile Karşıgeçit Köyü Çeşmelerinde görülür. Diğer örneklerde çeşmeler oldukça sade olup herhangi bir süsleme kompozisyonu bulunmamaktadır. Süsleme kompozisyonuna sahip olan örneklerden Karşıgeçit Köyü Çeşmesinde kemer kilit taşında yüzeyden çökertilmiş zemin üzerine kabartma tekniğinde ay-yıldız motifi işlenmiştir. Yapının kare biçimli ayna taşında ise iç içe geçmiş kıvrım dallarla yapraklardan meydana gelen karmaşık bir kompozisyon izlenmektedir. Ayna taşının zamanla tahrip olması sonucu yer yer kopmalar baş göstermiş ve bu durum süsleme kompozisyonunu oldukça etkilemiştir. Örnekler içinde en fazla süsleme sahip eser şüphesiz ki Yedigözeler Köyü Çeşmesidir. Çeşmenin en dikkat çekici süsleme kuşağı üçgen alınlıktaki kitabelikte yer alır. Kitabelik bölümü bir madalyon oluşturacak şekilde yerleştirilen kıvrım dal ve yaprak motifleriyle oluşturulmuştur. Bu süsleme kuşağı simetri oluşturmaktadır. Madalyonun tepe kısmını yedi bölümlü bir akant yaprağı taçlandırmaktadır. Aşağıya doğru akant yaprakları kompozisyonu tamamlamaktadır. Yine sivri kemerin üzerinde silme şeklinde düz, iç bükey, dış bükey ve dekoratif dişlerin oluşturduğu dört kademedeki meydana gelen süsleme şeridi dikkat çeker. Benzer süsleme sivri kemerin alt hizasında da izlenmektedir.

SONUÇ

Bayburt çeşmelerinin belirli bir bölümünü ele alan bu çalışmada gerek kent merkezinde ve gerekse kırsal kesimdeki tarihi niteliğe sahip çeşme örnekleri hakkında detaylı bilgiler verilmeye çalışılmıştır. Bu kapsamda ele alınan örnekler malzeme, yapı elemanları ve süsleme kompozisyonları bakımından incelenmiş ve bu yapıların başta yakın bölge olmak üzere İstanbul ve Anadolu coğrafyasındaki diğer Türk Sanatı örnekleri içindeki yeri belirlenmeye çalışılmıştır. Şüphesiz ki Bayburt ve çevresinde günümüze ulaşan pek çok tarihi özelliğe sahip çeşme bulunmaktadır. Bu örneklerin büyük bir bölümü maalesef bir takım onarımlar ve tahribatlar sonucu özgün yapısal özelliklerini kaybetmiş, bazıları ise kentsel yapılaşma sonucu tamamen veya kısmen ortadan kaybolmuştur. Bu çalışmada özgün yapısal özelliklerini koruyan örnekler üzerinde bir değerlendirilme yapılmaya çalışılmıştır.

Günümüzde kentsel dönüşümün hız kazanması ve yeni yapılaşmaların ortaya çıkması maalesef en çok kültür varlıklarını etkilemektedir. Bu kültür varlıkları içinde ise çeşmeler en fazla tahribata uğrayan ve ortadan kalkan eserler olarak ön plana çıkmaktadır. Özellikle tarihi dokunun yoğun olduğu Bayburt ve çevresinde gerek kentsel dönüşüm ve gerekse bakımsızlık bu tarihi eserleri olumsuz etkilemiştir.

Bu çalışma ile genel olarak Anadolu coğrafyası ve özel olarak ise Bayburt bölgesindeki su mimarisi üzerine yapılan çalışmalara bir yenisini ilave ederek bundan sonra bölgede benzer konu üzerine yapılacak çalışmalara yeni bir ivme kazandırılması amaçlanmıştır.

KAYNAKÇA

- Acar, M. (2002), *XVII. Yüzyıl ve XX. Yüzyıl Dönemi Başlarında Yapılmış Safranbolu (Ab-ı Hayat) Çeşmeleri*, Ankara.
- Arseven, C. E. (1983), “Çeşme”, *Sanat Ansiklopedisi*, C.1, s.389- 390, İstanbul.
- Arslan, C.- Çöteli, M.G., (2015). “Anadolu Türk Şehri Tarihinde Bayburt Kenti ve Anıtsal (Kamusal) Yapı Mirası”, *Avrasya Uluslararası Araştırmalar Dergisi*, C:3, Sayı:6, s. 185-219, Ankara.
- Aytöre, A.(1962), “ Türklerde Su Mimarisi”, *I. Milletlerarası Türk Sanatları Kongresi, Tebliğler*, Ankara.
- Bildirici, M. (1994), *Tarihi Su Yapıları*, Ankara.
- Çaylak, A. (1997), “Çanakkale Çeşmeleri”, *Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi*, Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.

- Çiğdem, S.- Özkan, H.- Yurttaş, H.(2003), “2002 Yılı Gümüşhane ve Bayburt İlleri Yüzev Araştırması”, *21. Araştırma Sonuçları Toplantısı*, C: 2, s. 167-178, Ankara.
- Çiğdem, S.- Özkan, H.- Yurttaş, H.(2010), “ 2009 Yılı Bayburt Yüzev Araştırması”, *28. Araştırma Sonuçları Toplantısı*, C:1, s. 155-176, Ankara.
- Denktaş, M. (2000), *Karaman Çeşmeleri*, Kayseri.
- Denktaş, M. (2000), *Kayseri'deki Tarihi Su Yapıları (Çeşmeler, Hamamlar)*, Kayseri.
- Hacıhasanzade, F. (2007), *Coğrafi, Tarihi, Ekonomik Açıdan Her Yönüyle Her Köyüyle Bayburt*, İstanbul.
- İşçi, N.,- Güceren, İ., (2010), *Isparta Kültür Envanteri*, Isparta.
- Karademir, M.,(2008), *Edirne Çeşmeleri*, Edirne
- Karakoyunlu, S. (1990), *Bayburt Tarihi*, Ankara
- Karpuz, H. (1989), *Şebinkarahisar*, Ankara.
- Karpuz, H.-Dülgerler, O. N. (2006), “Konya Çeşmeleri Üzerine Bir tipoloji Denemesi”, *Sanatta Anadolu Asya İlişkileri, Beyhan Karamağaralı'ya Armağan*, s.317, Ankara.
- Kurtişoğlu, H. (2006), *Kırklareli Su Mimarisi*, Yayınlanmamış Lisans Tezi, Konya.
- Miroğlu, İ. (1992), “ Bayburt”, *TDVİA*, C:5, s. 225-226, İstanbul.
- Ödekan, A. (1992), “Kentiçi Çeşme Tasarımında Tipolojik Çözümleme”, *Semavi Eyice Armağanı*, İstanbul Yazıları, İstanbul.
- Özkan, H. (2013), “Bayburt Dağçatı Köyü Cami ve Çeşmesi”, *Atatürk Üniversitesi Güzel Sanatlar Enstitüsü Dergisi*, Sayı:31, s. 119- 135, Erzurum.
- Özünal, A. (1997), *Bergama Tarihinde Su Yolları ve Çeşmeler*, İzmir.
- Pilehvarian, N.K.,- Urfalıoğlu, N.,- Yazıcıoğlu,L. (2004), *Osmanlı Başkenti İstanbul'da Çeşmeler*, İstanbul.
- Samur, T. (1996), *Akşehir'deki Türk Mimari Eserleri*, Konya.
- Sarıkaya, M.A. (2002), *Konya'nın Tarihi Çeşmeleri*, Konya.
- Taşçı, A. (1997), *Bayburt'ta Türk-İslam Devri Dini Mimari*, A.Ü. Sosyal Bilimler Enstitüsü Basılmamış Yüksek Lisans Tezi, Erzurum
- Uysal, A.O. (1988), “ Bolvadin'de Bir Lale Devri Eseri Ağılönü Çeşmesi”, *AÜDTCFD*, C.32, S. 1-2, s. 33-54, Ankara.
- Yaman, C.T. (1993), *Kastamonu Çeşmeleri*, Yayınlanmamış Lisans Tezi, Konya.
- Yılmaz, Ö. (2014), “ 19. Yüzyılın İlk Yarısında Batılı Seyyahların Bayburt İzlenimleri”, *Tarihi ve Kültürü ile 19. Yüzyıldan Günümüze Bayburt Uluslararası Sempozyumu*, Bayburt.
- Yurttaş, H.- Özkan, H. (2002) *Tarihi Erzurum Çeşmeleri ve Su Yolları*, Erzurum.
- Yüksel, M. (1997), *Gümüşhane Kitabeleri*, İstanbul.