



MERSİN ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ e-DERGİSİ

SBE SSİ

THE JOURNAL OF SOCIAL SCIENCES INSTITUTE OF
MERSİN UNIVERSITY

Aralık- December 2017

Cilt/Volume: 1

Sayı/Issue: 1

Sahibi

Prof. Dr. Süleyman Değirmen
Mersin Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Adına

Editör

Prof. Dr. Süleyman Değirmen

Editör Yardımcıları

Yrd. Doç. Hakan Erkılıç
Yrd. Doç. Dr. Mehmet Nasih Tağ

Yayın Kurulu

Prof. Dr. Süleyman Değirmen
Prof. Senem Duruel Erkılıç
Prof. Dr. Kemal Birdir
Prof. Dr. İsmail İşcen
Prof. Dr. Nilgün Çıblak Çoşkun
Prof. Dr. Ayşe Azman
Yrd. Doç. Dr. Mehmet Nasih Tağ
Yrd. Doç. Dr. Metin Topuz

Sekreteryaya

Arş. Gör. Selver Dikkol
Arş. Gör. Sercan Benli

İngilizce Dil Editörü

Yrd. Doç. Dr. Özlem Kurtoğlu Zorlu

Türkçe Dil Editörü

Arş. Gör. Mete Bülent Değer

Dergi Tasarımı

Prof. Yusuf Güven

Grafik Uygulama

Uzm. Ayşegül Tuğuz Sağlam

Yayın

Yerel süreli e-yayın
Aralık 2017
Cilt/Volume: 1 Sayı/Issue: 1

Adres

Mersin Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü,
Turizm Fakültesi Binası, Kat:2,
Çiftlikköy Kampüsü, 33343, Yenişehir / Mersin
Tel: 0324 361 00 01 /17611
Faks: 0324 361 02 87
e-posta: sbederji@mersin.edu.tr

Danışma Kurulu

- Prof. Dr. Suavi Ahipaşaoğlu (Cumhuriyet Ünv.)
Prof. Dr. Açalya Allmer (Dokuz Eylül Ünv.)
Prof. Dr. Maria Rosa Anttognazze (King's College London)
Prof. Dr. Ayşe Azman (Mersin Ünv.)
Prof. Dr. Dilek Batislam (Çukurova Ünv.)
Prof. Dr. Nazlı Bayram (Yaşar Ünv.)
Prof. Dr. Cana Bilsel (Odtü)
Prof. Dr. Hamdi Brova (Ankara Ünv.)
Prof. Dr. Alev Bulut (İstanbul Üniversitesi)
Prof. Dr. Fatih Cin (Çukurova Ünv.)
Prof. Dr. Serap Çabuk (Çukurova Ünv.)
Prof. Dr. A. Celil Çakıcı (Mersin Ünv.)
Prof. Dr. Cemile Çelik (Mersin Ünv.)
Prof. Dr. İsmail Demirdöven (Hacettepe Ünv.)
Prof. Dr. Ali Deran (Niğde Ünv.)
Prof. Dr. Aslıhan Doğan Topçu (Mersin Ünv.)
Prof. Dr. Murat Durukan (Mersin Ünv.)
Prof. Dr. Fikret Dülger (Çukurova Ünv.)
Prof. Dr. İclal Ergenç (Ankara Ünv.)
Prof. Dr. Ertan Eğribel (İstanbul Ünv.)
Prof. Dr. Efrumiye Ertekin (Mersin Ünv.)
Prof. Dr. Nezihe Figen Ersoy (Anadolu Ünv.)
Prof. Dr. Murat Ferman (Anadolu Ünv.)
Prof. Dr. Zeliha Göker (Akdeniz Üniversitesi)
Prof. Dr. Doğan Gürsoy (Washington State University)
Prof. Dr. Murat Hançer (Univ. Of Central Florida,)
Prof. Dr. Lars Johanson (Johannes Gutenberg University)
Prof. Dr. Orhan İçöz (Dokuz Eylül Ünv.)
Prof. Dr. İsmail Kızılırmak (İstanbul Ünv.)
Prof. Dr. Kurtuluş Karamustafa (Erciyes Ünv.)
Prof. Dr. Yıldırım Beyazıt Önal (Çukurova Ünv.)
Prof. Dr. Nevzat Kaya (Dokuz Eylül Üniversitesi)
Prof. Dr. Canan Parla (Anadolu Ünv.)
Prof. Dr. O. Avşar Kurgun (Dokuz Eylül Ünv.)
Prof. Dr. Mehmet İsmail Yağcı (Mersin Ünv.)
Prof. Dr. Muna Yüceol Özözen (Çukurova Üni.)
Prof. Dr. Ali Yakıcı (Gazi Üni.)
Prof. Dr. Abuzer Pınar (Harran Üniversitesi)
Prof. Dr. Nadir Engin Uzun (İstanbul Okan Ünv.)
Prof. Dr. Azmi Yalçın (Çukurova Ünv.)
Prof. Dr. Bahar Taner (Mersin Ünv.)
Prof. Dr. Candan Ülkü (Mersin Ünv.)
Prof. Dr. Cemal Sakallı (Mersin Ünv.)
Prof. Dr. Orhan Tekelioğlu (Sakarya Ünv.)
Prof. Dr. Faruk Yücel (Ege Üniversitesi)
Prof. Dr. Fulya Sarvan (Akdeniz Ünv.)
Prof. Dr. Musa Yaşar Sağlam (Hacettepe Üni.)
Doç. Dr. Yılmaz Akgündüz (Dokuz Eylül Ünv.)
Doç. Dr. İhsan Kamalak (Mersin Ünv.)
Doç. Dr. Yakup Karabacak (Akdeniz Üniversitesi)
Doç. Dr. Oğuz Alp (Anadolu Ünv.)
Doç. Dr. Ufuk Özcan (İstanbul Ünv.)
Doç. Dr. Bülent Arı (Mustafa Kemal Üni.)
Doç. Dr. Refiye Okuşluk Şenesen (Çukurova Üni.)
Doç. Dr. Mehmet İnce (Mersin Ünv.)
Doç. Dr. Hasan Gül (Samsun 19 Mayıs Ünv.)
Doç. Dr. Uysal Yenipınar (Mersin Ünv.)
Doç. Dr. Aysun Yüksel (Anadolu Ünv.)
Doç. Dr. Veli Kargı (Mersin Ünv.)
Yrd. Doç. Dr. Gürkan Akdağ (Mersin Ünv.)
Yrd. Doç. Dr. Pınar İbe Akcan (Mersin Ünv.)
Yrd. Doç. Dr. Murat Göç (Pamukkale Ünv.)
Yrd. Doç. Dr. Ercan Aşkın (Karamanoğlu Mehmet Bey Ünv.)
Yrd. Doç. Dr. Elif Arıca Akkök (Ankara Ünv.)
Yrd. Doç. Dr. H. Ertuğ Ergürer (Karamanoğlu Mehmet Bey Ünv.)
Yrd. Doç. Dr. Ayhan Karakaş (Çukurova Üni.)

Cilt 1/ Sayı 1
Hakemleri

Prof. Dr. Ahmet Akgül (İstanbul Ünv.)	Doç. Dr. Pınar Köksal (Ortadoğu Teknik Ünv.)
Prof. Dr. Mustafa Apaydın (Çukurova Ünv.)	Doç. Dr. Hacı Kurt (Mersin Ünv.)
Prof. Dr. Durmuş Ali Arslan (Mersin Ünv.)	Doç. Dr. Ufuk Özcan (İstanbul Ünv.)
Prof. Dr. Tevfik Aytemiz (Mersin Ünv.)	Doç. Dr. Erkan Saka (Bilgi Ünv.)
Prof. Dr. Ayşehan Çakıcı (Mersin Ünv.)	Doç. Dr. Şebnem Seçer (Dokuz Eylül Ünv.)
Prof. Dr. Süleyman Değirmen (Mersin Ünv.)	Doç. Dr. Pınar Uyan Semerci (İstanbul Bilgi Ünv.)
Prof. Dr. Serra Durugönül (Mersin Ünv.)	Doç. Dr. Deniz Yengin (İstanbul Aydın Ünv.)
Prof. Dr. Murat Durukan (Mersin Ünv.)	Doç. Dr. Savaş Yıldırım (Mersin Ünv.)
Prof. Dr. Tevfik Erdem (Gazi Ünv.)	Doç. Dr. Hasan Yürek (Mersin Ünv.)
Prof. Dr. Ahmet Karadağ (İnönü Ünv.)	Yrd. Doç. Dr. Hakan Atay (Mersin Ünv.)
Prof. Dr. Haluk Korkmaz Yürek (Toros Ünv.)	Yrd. Doç. Dr. Günnur Ertong Attar (Mersin Ünv.)
Prof. Dr. Medine Sivri (Eskişehir Osmangazi Ünv.)	Yrd. Doç. Dr. Aslı Emine Çomu (Çukurova Ünv.)
Prof. Dr. Bahar Taner (Mersin Ünv.)	Yrd. Doç. Dr. Hakan Erkılıç (Mersin Ünv.)
Doç. Dr. Mert Aktaş (Toros Ünv.)	Yrd. Doç. Dr. Murat Göç (Pamukkale Ünv.)
Doç. Dr. Güney Çeğin (Pamukkale Ünv.)	Yrd. Doç. Dr. Ender Gürgen (Mersin Ünv.)
Doç. Dr. Ali Esgin (İnönü Ünv.)	Yrd. Doç. Dr. Sevim Odabaş (Mersin Ünv.)
Doç. Dr. Hürriyet Gökdayı (Mersin Ünv.)	Yrd. Doç. Dr. Pelin Öğüt (Mersin Ünv.)
Doç. Dr. Hasan Gül (Samsun 19 Mayıs Ünv.)	Yrd. Doç. Dr. Turgay Sebzecioğlu (Mersin Ünv.)
Doç. Duygu Kahraman (Anadolu Ünv.)	Yrd. Doç. Dr. Nurcan Temiz (Mersin Ünv.)
Doç. Dr. İhsan Kamalak (Mersin Ünv.)	

İÇİNDEKİLER

Künye

1

Danışma Kurulu

2

Hakemler

3

İçindekiler

5

Sunuş

6-9

Prof. Dr. Ahmet Çamsarı, Rektör
Prof. Dr. Süleyman Değirmen, Editör

Makaleler

İstisnalar Kaideyi Bozar Mı? Agamben ve Çıplak Hayat

Elif Berfin YAĞBASAN 09-16

Tradition Of Birthday Ceremonies And Transformation Of The Unified Subject:
Samuel Beckett's Krapp's Last Tape

Hatice EŞBERK 17-23

Mobil Canlı Yayın Uygulamalarının Habercilik Bağlamında Kullanımının Olanak ve Sınırlılıkları

Recep ÜNAL 24-37

Bir Ötekileştirme Pratiği: Türkiye’de Yaşayan Suriyelilere Yönelik Tutumlar

Filiz ÇÖMEZ POLAT - Eda KAYA 38-48

Kentsel İşgücü Piyasalarında İşgücüne Katılım Zorlukları ve Kadın İstihdamı

Hüseyin Mualla YÜCEOL 49-63

Kadın Ve Erkek Girişimciler Arasındaki Farklılıklar

Sevtap KESKİN 64-76

Kamu Politikası Oluşturma Sürecinde Bilgi ve İletişim Teknolojileri: E-Devlet Uygulamaları

Sinem ŞAHNAGİL 77-89

1960-1980 Dönemi Parlamenterlerin Sosyolojik Özellikleri

Cemal ALTAN 90-99

İzmir Konak İş Sitesi Dış Yüzey Artistik Seramik Panolarının Monografik Değerlendirmesi

Nusret ALGAN 100-105

Kitap İncelemesi: “Brand Media Strategy: Integrated Communications Planning In The Digital Era”

Hediye AYDOĞAN 106-113

Prof. Dr. Ahmet Çamsarı'nın Sunuşu

Değerli Okurlarımız,

Mersin Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü elektronik dergisinin (SBEe-D) ilk sayısını Aralık 2017'de yayımlayarak yayın hayatına başlamış olmasından büyük mutluluk ve kıvanç duymaktayız. Bünyesinde 26 Ana Bilim Dalı ve 45 lisansüstü programı barındıran Enstitümüzde sosyal bilimlerin değişik alanlarında eğitim verilmektedir. Bütün dünyada bilimsel ve teknolojik iletişimde önemi her geçen gün artarak devam eden süreli yayınların, bilimsel içerik ve kalitesinin iyileştirilmesi yanında erişebilirlik açısından da büyük bir yarış içinde olduğu günümüzde, ülkemizin de özellikle sosyal bilimler alanında arzu ettiği yere gelebilmesine katkıda bulunabilmek dergimizin en önemli hedefleri arasındadır.

Üniversitemizin Rektörü olarak, kütüphanemizin gerek basılı gerekse online olarak süreli yayın ve kitap sayılarının önemli ölçüde arttırılmasına yönelik katkılarımızla öğretim elemanlarımızın akademik çalışmalarına ve onların hedeflerine ulaşmasına destek olmaktayız. Dergimizin her 6 (altı) ayda bir, düzenli olarak elektronik ortamda yayımlanması yönündeki gayretlerimiz de dergimizin hedefine ulaşmasında önemli bir desteği oluşturacaktır.

Dergimizin Yayın Kurulu ve Danışma Kurulu üyelerine, değerli zamanlarını ayırarak hakem olarak katkıda bulunan tüm meslektaşlarımıza ve gösterdikleri ilgiden dolayı tüm yazarlara teşekkürü bir borç bilirim. Bir sonraki sayımızda tekrar buluşma umudumu paylaşıyorum.

...Saygılarımla

FROM THE RECTOR

Preface of Prof. Dr. Ahmet amsarı

Dear Readers,

I am pleased to introduce the first issue of the Electronic Journal of the Institute of Social Sciences at Mersin University (SSİe-J). The importance of periodicals in communicating the findings and discoveries of scientific research is undeniable. As the global competition among research periodicals is becoming increasingly intense, we feel that it is urgent to offer a research outlet that publishes high quality research while remaining accessible. Our institute, which offers 45 degrees in 26 disciplinary areas, aims to contribute to the advancement of social sciences in our nation with the publication of this journal.

Our administration at Mersin University strives to enrich our library's electronic as well as hard copy resources in order to support our researchers in achieving their aspirations. I believe that the publication of this journal, twice a year, will serve an important role in our effort to help our researchers realize their potential.

Our journal and its full content could be accessed online at <http://dergipark.gov.tr/meusbd>. I thank the editorial board, the advisory board, all referees for sparing their valuable time, and the authors for showing interest in our journal. I look forward to seeing the publication of the next issue.

Regards ...

Prof. Dr. Süleyman Değirmen'in Sunuşu

Mersin Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisinin, (SBEE-D), başlangıç sayısını sizlere sunmaktan dolayı mutluyum. Mersin Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, çok çeşitli sosyal bilim disiplinlerinde yüksek lisans dereceleri sunarak, sosyal bilimler alanındaki araştırmaların ilerlemesine katkıda bulunmayı amaçlamaktadır. Bu, derginin kuruluşunu motive eden misyondur.

SBEE-D'nin temel amacı, sosyal bilimin tüm alanlarında yüksek kalitede teorik olduğu kadar deneysel/ampirik çalışmaları yayımlamaktır. Sosyal bilimler, sadece bir çok inceleme alanı ile muazzam ölçüde geniş olmayıp entellektüel ve metodolojik açıdan da oldukça çeşitlidir. Diğer yandan sosyal bilimlerin bir çok alanı, örneğin iletişim, işletme, siyaset bilimi gibi, doğası gereği disiplinlerarası bir nitelik taşımaktadır. Ayrıca, sosyal bilimlerin başlangıcında birbirinden uzak duran alanlar arasındaki yakınlaşmanın ve başarılı kaynaşmaların bir sonucu olarak, sosyo-ekonomik ve davranışsal ekonomi gibi yeni inceleme alanlarının hızlı bir şekilde geliştiğini görmekteyiz. Bazı yeni alanlar, örneğin, nöroekonomi ve evrimsel psikoloji, sosyal ve doğal bilimlerinin kesişiminde yer almaktadır. Bu disiplinlerarası alanlar, sosyal bilimler alanında ilginç bir takım araştırma sorularını ele almak ve hatta yeni araştırma soruları ortaya koyma açısından geniş fırsatlar sunmaktadır.

Dergimizin yayın politikası, tek bir disiplin ya da araştırma metodolojisine dayanmamaktadır. Sosyal bilimler alanındaki tüm araştırmacılara, sosyal bilimin tüm alanlarında ilginç araştırma soruları üzerine en iyi şekilde kurgulanmış ve bilimsel açıdan güçlü makalelerini dergimize göndermelerini tavsiye ediyorum. Dolayısıyla, Enstitü olarak, derginin, farklı disiplin ve metodolojik altyapılara sahip akademisyenler arasında üretken bir tartışma ortamı yaratacağı ve disiplinler arası araştırmaların daha da ilerletilmesi için fırsatlar yaratacağı kanaatindeyiz.

Bu misyon çerçevesinde, dergimiz yılda iki kez ve sınırsız-erişime açık olarak yayımlanmaktadır. Bilimsel açıdan kaliteli araştırmaları yayımlamanın yanı sıra, tüm gönderilen çalışmalar için zamanında ve yapıcı geri bildirim sunmaya da kararlıyız. Dergiye gönderilen her bir çalışma, inceleme süreci başlamadan önce dergi yayın kurulunun tüm üyeleri tarafından okunmakta ve değerlendirilmektedir. Daha sonra, iki-çift- kör hakeme gönderilip gönderilmeyeceğine karar verilmektedir. Çalışma, derginin formatına uygun değil ise hakem incelemesine gönderilmeden reddedilmektedir. Dergiye çalışma göndererek katkıda bulunmak isteyen yazarlara, dergiye gönderim tarihinden itibaren altı ila sekiz hafta içinde çalışmalarını hakkında hakem değerlendirmelerini ve/veya kararı göndermeyi amaçlıyoruz. İki hakem görüşü arasında bir fikir birliği olmaz ise, çalışmayı, üçüncü bir hakeme gönderiyoruz.

Birkez daha, Mersin Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisinin, (SBEE-D), başlangıç sayısını sizlere sunmanın mutluluğunu dile getirmek istiyorum. Dergimizdeki araştırmaları ilginç bulacağınızı ve gelecek sayılarımız için ilgi uyandıracak araştırmalarınız ile katkı sağlayacağınızı umuyoruz. Son olarak, bu derginin ilk sayısının yayınlanmasındaki yardım ve desteği için hepimize, özellikle Selver Dikkol ve Sercan Benli'ye değerli katkıları için teşekkür etmek isterim.

...Saygılarımla,

FROM THE EDITOR

Preface of Prof. Dr. Süleyman Değirmen

I am pleased to introduce the inaugural issue of the Journal of the Institute of Social Sciences at Mersin University (SSİe-J). The Institute of Social Sciences at Mersin University aims to contribute to the advancement of research in social sciences through offering graduate degrees in a wide variety of social science disciplines. It is this mission that motivated the founding of this journal.

The main objective of this journal is to publish high quality empirical as well as theoretical research in all fields of the social science. Social science is not only tremendously broad with many fields of inquiry, but also intellectually and methodologically very diverse. On the other hand, many fields of the social sciences, such as communication, business and political science, are interdisciplinary in nature. Furthermore, we have begun to observe the rapid development of new fields of inquiry, such as socio-economics and behavioral economics, as a result of rapprochement and successful cross-fertilization between previously detached fields in social science. Some new fields, e.g. neuroeconomics and evolutionary psychology, lie even at the intersection of social and natural sciences. These interdisciplinary fields present ample opportunities for tackling some of the most interesting questions, and even raise new ones, in the social sciences.

This journal, SSİe-J, is not bound by a single disciplinary or methodological constraint. We encourage researchers to submit well-crafted and persuasive articles on interesting research questions in all areas of the social science. Thus, we, at the Institute, concur that this journal will provide a forum for fruitful conversation among scholars of different disciplinary and methodological backgrounds, and provide opportunities for further advancement of interdisciplinary research.

With this mission in mind, our journal is published online biannually with unrestricted access. In addition to publishing high quality research, we are committed to providing timely and constructive feedback for all submissions. Each submission is read and evaluated by all members of the editorial board of the journal before the review process starts. Then a decision is made of whether to send the submission to two double-blind referees or reject it without referee review. We aim to provide contributing authors with referee evaluation and/or decision within six to eight weeks of their submission. In case of a tie between the two initial referees, we send the manuscript to a third referee.

Again, we are delighted to bring you our first issue of the Journal of the Institute of Social Sciences at Mersin University. We hope you will find the research in our journal interesting, and will consider contributing interesting research for consideration for our future issues. Finally, I would like to thank all, especially Selver Dikkol and Sercan Benli for their secretarial support, in launching this journal.

Best Regards...

sdegirmen@mersin.edu.tr
suleymandegirmen@gmail.com

İSTİSNALAR KAİDEYİ BOZAR MI? AGAMBEN VE ÇIPLAK HAYAT

Özet

Bu çalışmada, Carl Schmitt'in istisna hali teorisi Giorgio Agamben üzerinden okunmaktadır. Agamben, Schmitt'in siyasi kavramı ve egemenlik anlayışından yola çıkarak farklı bir istisna hali tasvir etmiştir. Agamben'e göre istisna hali, olağan dışı bir fenomen değildir. Yaşadığımız dönemde istisna hali, bir dışlanma hali olmaktan çıkmış ve kaide haline gelmiştir. Egemen ve homo sacer, istisnanın ideal durum haline geldiği bu yasadışı boşluk alanının iki uç noktasını oluşturmaktadır. İstisna halinin belirleyicisi olan egemen karşısında herkes, çıplak hayatı yaşayan birer homo sacer'dir. Katli vacipler ordusu; öldürülebilen ama kurban edilemeyen..

Anahtar Kelimeler: Siyasal Olan, Egemenlik, İstisna Hali, Çıplak Hayat, Kutsal İnsan.

DO THE EXPECTATIONS BREAK THE RULE? AGAMBEN AND BARE LIFE

Abstract

In this study, Carl Schmitt's exceptional theory is read through Giorgio Agamben. Agamben portrayed a different exception, starting from Schmitt's political conception and his understanding of sovereignty. According to Agamben, the exception is not an unusual phenomenon. In the period we lived, the exceptional state became a rule beyond being an exclusionary state. Sovereign and homo sacer constitute the two extremes of this unjustified space area where state of exception has become the ideal situation. In the face of the sovereign, the ruler of the exceptional case, everybody is homo sacer who lives bare lives. Army which may be murdered with impunity that can be killed but not sacrificed..

Key Words: Political, Sovereignty, Exceptional State, Bare Life, Homo Sacer.

GİRİŞ

Siyasetin ne olduğu tartışmaları zoon politikon'a kadar dayansa da, siyasal olanın modern dönem yorumları içerisinde Carl Schmitt'in kavramsallaştırması belirleyici bir yere sahiptir. Schmitt, siyasal olanın özgül yapısını ortaya koyması ve olağanüstü hal ile ilgili teorik tartışmaları başlatan (Behçet, 2014:11) düşünür olması sebebiyle Giorgio Agamben ve başka bir çok düşünür tarafından çokça referans gösterilmiştir. Bu çalışmada, Schmitt'in temel kavramları Agamben üzerinden okunmakta; süreklilik ve kopuşları ortaya konmaktadır.

Bu amaçla çalışmanın ilk bölümünde, Schmitt'in temel kavramı olan siyasala odaklanılarak Agamben'in siyasala dair görüşleri ortaya konmaktadır. Schmitt, siyasal olan ile devleti ayırarak; siyasal olana yeni bir arka plan imgelemiştir. Buna göre, siyasal olan diğer bütün kavramlar karşısında özerk ve kurucu olan edimdir. Agamben, siyasal olanın belirleyiciliği konusunda Schmitt ile aynı fikirde olsa da, ona göre siyasal olanın belirleyici ikiliği dost-düşman değil, Antik Yunan'a referansla kullandığı, bios ve zoe'dir. Düşünürlerin siyasal olanın kurucu edimi üzerine farklı kavrayışlara sahip olması, egemene ve istisna haline dair görüşlerini de farklılaştırmaktadır. Bu sebeple çalışmanın ikinci bölümünde düşünürlerin egemenlik kavrayışları, kararın belirleyiciliği üzerine görüşleri ve olağanüstü hal teorileri ele alınmıştır. Schmitt'in egemeni güçlendirme ereği taşıyan olağan üstü haline karşın Agamben'in olağanüstü hali, çıplak hayatı içermektedir. Bu bağlamda çalışmada son olarak, çıplak hayatın öznesi homo sacer ve çıplak hayatın imi olarak kamplar tartışılmaktadır.

SIYASAL OLAN ÜZERİNE

“SIYASAL KAVRAMI devlet kavramından önce gelir.” (Schmitt, 2014:49) Carl Schmitt, 1932 yılında yazmış olduğu eserine bu cümle ile başlayarak, siyasal olanın öncel olduğunu ve dolayısıyla tanımlanmasının zaruri olduğunu açıkça belirtmektedir. Siyasal olan 'yeniden' tanımlanmalıdır. Zira siyasalı devlete atıfla açıklayan tanımlar, ancak devletin nomos üzerinde tekele sahip olduğu ve toplumun henüz devlet karşısında bir aktör olarak konumlanmadığı klasik devlet zamanlarında geçerli olmaktadır. Oysa siyaset-devlet

eşitliği, toplumun bir güç olarak devlete ilişkin sorunlara müdahil olmaya başladığı dönemden itibaren geçerliliğini yitirmiştir. Çünkü böylesi durumda siyasal olan, devlete dair her şey ancak kendisine dair hiçbir şey haline gelmektedir. Bu sebeple, siyasal olan genelde anlaşılacak yerine bir şeylerin karşıtı olarak kullanılmaktadır. (Kardeş, 2015:45). Siyasal olan ve hukuksal olan, siyasal olan ekonomik olan, siyasal ve dinsel olan, siyasal olan ve kültürel olan...

Schmitt'e göre siyasal kavramı, diğer bütün alanlara ve hatta devlete, öncel olması nedeniyle özgül anlamda her türden siyasal eyleme kaynaklık eden, kendine özgü nihai ayrımlarla tanımlanmak zorundadır. Nasıl ki ahlaki alanda nihai ayırım iyi ve kötü; estetikte güzel ve çirkin; ekonomide yararlı ve zararlı ise siyasal kavramı için de bu ayrımlara benzer ancak onlardan bütünüyle bağımsız ikilikler ortaya konmalıdır. Siyasal eylem ve saikleri açıklamakta kullanılacak, siyasala özgü ayırım dost-düşman ayırımıdır. Dost-düşman ayırımı, diğer alanlardaki ikiliklerin mevcudiyetine gerek kalmaksızın vardır. Çünkü bu karşıtlık, herhangi bir birleşme ya da ayrışmanın en uç yoğunluk derecesini ifade etmektedir. (Schmitt, 2014:56-7).

Siyasal olan ontolojik bir kavramsallaştırma olduğuna göre onun temel ayırımı olan dost-düşman ayırımı da varoluşsal bir gerçeklikle, gerçekleşme ihtimali olduğunun ön kabulü ile ele alınmalıdır. Buna göre, örneğin, düşman kötü, çirkin veya ahlaksız olmak zorunda değildir. Düşmanı tanımlayan tek şey öteki oluşudur. Schmitt'in ifadesi ile düşman:

“Antipatik duygularla nefret ettiğimiz kişi değildir. Düşman sadece gerçek bir olasılık, olarak insanlardan oluşan bir bütün karşısında mücadele eden benzer bir bütündür. İnsanlardan oluşan bir bütünlük, kendinde kamusal nitelik taşıdığından, düşman da sadece kamusal düşmandır.” (Schmitt, 2014:59).

Benzer bir şekilde dost da iyi, güzel, ahlaki veya faydalı olmak zorunda değildir. Dost, ortak bir korku sebebiyle, kendini korumak için bir araya gelmiş insan topluluğudur. Her siyasal birlik öteki veya yabancı olan (düşman) karşısında sınırlarını çizerek kendisine bir alan yaratmaktadır. Alanın içinde kalan homojen insan topluluğu, dosttur.

Düşman, siyasalın ikili karşıtlığı içerisinde gerçek kurucu kavramdır; çünkü Schmitt'e

göre siyasal ortaya çıkararak gerçek bir savaş olasılığıdır. (akt. Dönmez, 2016:60). Savaş durumunu tayin eden, düşmanın belirlenmesine dair karardır. Bu bağlamda savaş fiili bir düşman figürü karşısında somut ve varoluşsal bir praksistir. (Kardeş, 2015:53).

Görüldüğü gibi Schmittyen teorinin en önemli kavramı karardır. Çünkü Schmitt'e göre her düzen bir karara bağlıdır. (Schmitt, 2016:17). Nitekim Schmitt'e göre devlet düzeni de hukuka değil bir karara bağlıdır. Politik birlik, tözel birlik gibi doğal olarak var olan bir durum değildir. Bu sebeple beşeri bir karara dayanmak zorundadır. (Bezci, 2006:51). Devletin meşruluğunu sağlayan da karardır (dostu ve düşmanı belirleme kararı). Dost ve düşmanın belirleyicisi olan devlet, savaşın kararını verir.

Dolayısıyla Schmitt'e göre savaş hali de karara bağlıdır. Tayin edici siyasal birlik olarak devlet, devasa bir yetkiyi kendinde toplamıştır: Savaşma olasılığını ve böylelikle insanların yaşamları üzerinde tasarrufta bulunma yetkisi. Bu anlamda devletin sahip olduğu jus belli, hem kendi halkından ölmeyi ve öldürmeyi talep etme hem de düşmanını öldürme yetkisini içermektedir. (Schmitt, 2014:75). Bu sebeple devlet, en üstün tayin edicidir.

Dost-düşman antagonizmasının, yani savaşın, ortadan kalkması siyasetin de ortadan kalkması demektir. Zira "savaş" ve "düşman" kavramları ontolojik olarak birbirlerine bağlıdır. (Esgün, 2013:12). Dolayısıyla savaş, siyasete için bir durumdur. Ancak Schmitt'e göre en uç siyasal araç olan savaş, siyasetin ereği değildir. O, yalnızca gerçek bir olasılık olarak var olan bir kriz anının ifadesidir. (Schmitt, 2014:65). Son olarak, Schmitt düşmana kurucu olma özelliği verirken, diğer yandan dosta atıfta bulunmaktadır. Ona göre insanlar sadece bireysel varlıklarını (çıplak hayat/zoe) korumak için mücadele etmezler; inandıkları değerleri ve dostlarını korumayı da varlık koşulları arasında sayar ve onlar için mücadele ederler. (akt. Bezci, 2006:35). Özetle, Schmittyen teoride siyasal olan varlığını sürdürdükçe düşman; düşman var oldukça da savaş olasılığı var olacaktır.

Carl Schmitt gibi Giorgio Agamben de siyasal olanın tanımını yapmıştır. Agamben, Schmitt'in siyasal olan tanımını, Michel Foucault'dan ödünç aldığı biyopolitika kavramını dönüştürerek yeniden oluşturmuştur. Ancak Agamben'in

siyasal her iki kuramcının teorisinden kopuşlar barındırmaktadır. Foucault'ya göre biyopolitika modern dönemin bir ürünü iken, Agamben'e göre biyopolitika Antik dönemden bu yana siyasal olana için bir biçimde mevcuttur.¹

Schmitt'in aksine, Agamben'e göre siyasal olanın temel ayrımı dost-düşman değil; bios ve zoe'dir. Agamben, bios ve zoe'yi Aristoteles'ten ödünç alarak siyasal olanın merkezine yerleştirmektedir. Antik Yunan'a ait olan bios ve zoe; etimolojik açıdan aynı kökene, "hayat"a dayansa da anlambilim açısından farklıdır. Agamben, bu farklılığı Homo Sacer'de ortaya koymaktadır:

"Zoe bütün canlı varlıkların (hayvanların, insanların ya da tanrıların) ortak özelliği olan yalın yaşamı/canlılık olgusunu ifade ederken, bios bir birey ya da grubun bir özelliği olan yaşam(a) biçimine (hayat tarzına) işaret ediyordu." (Agamben, 2013:9).

Antik düşünürler tarafından siyasal olanı ifade etmek için kullanılan sözcük bios'tur. Bu anlamıyla bios, polis düzeni içinde sürdürülen hayat tarzını ifade etmektedir. Zoe ise politika dışında salt biyolojik varlığa işaret eden yalın hayattır. Bu anlamda, Klasik dönemde bios ve zoe ikiliği, kamusal olan ile özel olan arasındaki ayrımı da belirlemektedir. Zoe, sadece üreme ereği atfedilen özel alana yani oikos'a hapsedilmekte iken, bios iyi yaşam ereği güden polis sınırlarına dâhildir. (Agamben, 2013:10-1). Antik Yunan'da bios'un zoe'ye üstünlüğü hâkim argümandır. Buna argümana göre, hayat (zoe), kendisini akıl ve dil yoluyla iyi hayata (bios) dönüştürmektedir.

Agamben, bios ve zoe'nin ayrımı konusunda Antik düşünürlerden ayrılmaktadır. Ona göre siyasal olan yalnızca bios değildir. Başından beri bios'un içinde olan zoe de siyasalın konusu olmaktadır. Siyasal alan, zoe'nin polisten (bios'tan) içlenerek dışlanması ile oluşmaktadır. (Agamben, 2013:16). Siyasal olan, yalın hayatın siyasallaşarak dışlanmasıdır. Siyasal olan, iki hayatın birleşimidir. Bios ve zoe'yi birleştiren egemendir. Agamben de Schmitt'e benzer bir biçimde egemene siyasalın kurucusu rolünü atfetmektedir. Schmitt, dostu ve düşmanı belirleme gücünü egemene vererek siyasal daimi bir döngü içine sokmaktaydı. Bu döngüsellik içinde egemen, siyasalın kurucu ikiliği olan dost ve düşmanı belirleyerek savaşı bir olasılık olarak sabitlemekte ve dolayısıyla

siyasalın varlığını daimi kılmaktaydı. Agamben de egemene bios ve zoe'yi birleştirme gücü atfederek, onu siyasalın belirleyicisi yapmaktadır. Agamben'e göre, egemenliğin asli unsuru, var olan bu iki yaşam arasındaki ayrımı ortadan kaldırmak ve her iki yaşamı da kendi politik vücuduna eklemektir. (Baştürk, 2013a:14). Düşünürlerin egemenlik kavrayışı ve egemenin yaratımı olan istisna hali tasvirleri izleyen bölümde detaylıca incelenmiştir.

EGEMENİN MANTIĞI VE İSTİSNA HALİ

Başlıktaki her iki fenomen, Schmitt'in tanımında bir araya gelmektedir: "Egemen, olağanüstü hale karar verendir." (Schmitt, 2016:13). Schmittyen terminolojideki diğer kavramlar gibi egemen de karara bağlanmaktadır. Egemenin belirleyici özelliği karar vermektir. Schmitt'e göre karar, normu belirlediği için egemen normun da belirleyicisidir. (Kardeş, 2015:111)

Pozitivist-normativist ve liberal anlayış, hukuk alanını sadece olağan durum, normallik, norm ve kurallar gibi tanımlanabilir şeylerle kurmak istemektedir. Olağandışıya benzer bir durum saptandığında ise onu kategorize edip sınıflandırma eğilimindedir. (akt. Kardeş, 2015:109). Oysa Schmitt için normu belirleyen şey olağanlık değil istisnadır. Dolayısıyla egemen, istisnanın varlığında, istisna halinde aranmalıdır. Zira egemen, "kuraldışı durumlar"ın düzeni tehdit ettiği durumlarda, stratejik ve seri müdahalelere ihtiyaç duyulduğu anda vardır. İstisnai hallerde ortaya çıkan egemene içkin bu imkân, egemenliğin gerçek doğasıdır. İktidarın doğasından kaynaklı olarak hukukla kurulan bu ilişki, hem siyasal kararın norma üstünlüğünü hem de normu belirleme potansiyelini göstermektedir. (Dönmez, 2016).

Schmitt için istisna hali, hukuk ve siyasetin iç içe geçtiği noktadır. Egemen "aynı anda hem hukuk düzenin dışında hem de içindedir" çünkü "o, anayasanın tümüyle askıya alınmasına karar vermeye yetkilidir." (akt. Dönmez, 2016:76). İstisna hali, hem önceden anayasal bir kaide olarak belirlenen hem de hukukun askıya alınması yoluyla kendisini ortaya çıkarandır. Bu durumda bir paradoks ortaya çıkmaktadır. Zira hukukun askıya alınmasının karar vericisi olarak egemen; ne hukukun içindedir ne de dışındadır. Bu sebeple olağanüstü hal, bir sınır-kavramdır.

(Schmitt, 2016:13). Egemen de o sınırı çizendir. Egemen siyasal düzeni yeniden tesis etmek için hukuku askıya alandır. Schmitt'in istisna hali teorisi ile amacı;

"Liberal sistem ile birlikte giderek depolitize olan dünyada egemenliği koruyabilmektir. Yani, Schmitt'in temel sorunu modern dünyada yaşanan kaos ve istikrarsızlık karşısında ayakta kalabilecek güçlü bir devlet ve onun siyasal formu olarak egemenliği kuramsallaştırmaya çalışmaktır...Schmitt'in istediği bireylere kendilerini güvende hissettirecek güçlü bir egemen, yeni bir Leviathan'dır." (akt. Dönmez, 2016: 89-90).

İstisna hali, hukukun uygulanabilmesi için normal durumun yaratılması gerektiği zaman ortaya çıkmaktadır. (Dönmez, 2016:78). Schmitt'e göre bir dışlanma hali olan olağanüstü hal, hukuk tarafından içlenmektedir. Başka bir deyişle, tanımı gereği herhangi bir norma indirgenemeyecek istisna hali kanunlarla belirlenmektedir. Hukuk dışılığın ifadesi olan olağanüstü hal, hukuk tarafından tanımlanmaktadır. Bu sebeple olağanüstü hal, anarşi ve kaostan farklıdır. Bir hukuk düzeni değilse de, hukuki anlamda bir düzen hala mevcuttur. (Schmitt, 2016:19). Dolayısıyla istisna hali hala hukukun bir parçasıdır. Schmitt'in amacı sınırları içerisine alabileceği, istisna haline, dolayısıyla, "karar verme" yetkisine sahip; bir başka deyişle "siyasal varoluş"u olan bir egemen tasavvur etmektir. Bu sebeple karar nosyonunu hukuk alanının içine dâhil etmeye çalışmaktadır. (Dönmez, 2016:79).

Agamben ise Schmitt'in egemenlik kavramıyla bir hesaplaşmaya girişerek, kurala dönüşen istisnaya karşı çözümü belirsizlik mantıklarında ve gerçek istisnaları yaratmakta görmektedir. (Esgün, 2013:16). Hesaplaşmanın amacı, hukukun kendini askıya alması yoluyla canlıyı bünyesine kattığı özgün yapı olarak istisna halinin biyopolitik anlamını ortaya koymaktadır. (Agamben, 2006:11).

İstisna halinin Schmitt için egemenin tanımlayıcısı oluşu, Agamben'in kavrayışında da önemlidir. Ona göre istisna hali, hem egemeni kuran ve yerleştiren hem de onu alaşağı eden bir güçtür. İktidar bir taraftan her şeyi kendi içine dâhil etmekte, bir taraftan istisna hali üzerinden içerdiği şeyleri dışlamaktadır. (Baştürk, 2013a:257). İktidarın 'her şeyi'

içinde dâhil edişinde de anlaşıldığı üzere Agamben'in egemenlik anlayışı biyopolitikaya dayanmaktadır. İktidar, öncelikle yalın hayatı (zoe) dâhil etmekte, daha sonra diğer tüm ilişkileri içine almaktadır. İktidar, hayatı tüm yönleriyle kapsamına alarak ve istisna hali üzerinden bir belirsizlik çevresi yaratarak sadece mevcut düzeni değil, aynı zamanda gelecekteki hukuk düzenini de belirleme edimini ortaya koymaktadır. (Baştürk, 2013a:257).

Tıpkı Schmitt gibi Agamben için istisna hali, bir kriz anında hukukun kendi kendisini askıya almasıdır. Ona göre siyasal bir kriz, hukuki bir bağlamda fakat hukuk ilkelerini göz ardı ederek ve bütünüyle siyasal bir amaç bağlamında olağanı çözümlenme çabası ile istisna halini yaratmaktadır. (Baştürk, 2013b:81). Agamben bir adım öteye giderek, istisna halinin olağan duruma dönüştüğünü ortaya koymaktadır. Ona göre, I. Dünya Savaşı'ndan itibaren istisna hali temel uygulama haline gelmiştir. Agamben, İstisna Hali'nde istisna halinin kaide haline gelişini bazı örneklerle somutlaştırmaktadır. Hitler, iktidara geldiği günden itibaren 12 yıl boyunca istisna halini içeren kararı yürürlükten kaldırmamıştır. 11 Eylül 2001 saldırısından sonra ABD'de kuşku edilen her yabancıya gözümlüne alınmasına izin veren yasa kabul edilmiştir. (Agamben, 2006:10-2). Schmitt, olağanüstü hal kavramını diktatörlük üzerinden kurarak temsili diktatörlük ve egemen diktatörlük ayrımı yapmaktaydı. Ancak Agamben'e göre belirleyici olan bu uygulamaların atipik bir durumun göstergesi olmayışıdır. Yani Agamben'e göre Hitler veya Mussolini sadece diktatör değildir. Zira Mussolini göreve yasal olarak kral tarafından getirilmiş; Hitler meşru cumhurbaşkanı tarafından şansölyelik makamına atanmıştı. Dahası, onlar, yönetme faaliyetini sürdürdükleri dönem boyunca anayasalar ilga edilmemiş ve varlıklarını sürdürmüştür. (Agamben, 2006:60). Tam da bu noktada Agamben'in amacı; Hitler tarafından bir kararname ile ilan edilmiş olan olağanüstü halin, modern Batılı siyaset paradigmasında hep oralarda bir yerde olduğunu göstermektir. (Aydin, 2016:5).

Schmitt'e göre istisna hali, yasaların işlerliğini ve geçerliğini yitirdiği bir anda, düzeni yeniden tesis etme amacı ile geçici bir süre ile ortaya çıkmaktaydı. Ancak Agamben'in örnekler üzerinden ortaya koyduğu üzere istisna hali, yasanın geçerliliğini yitirmediği anda üstelik de

geçici olmayan bir süre ile ortaya çıkmaktadır. Dolayısıyla Agamben penceresinden istisna halini egemenin basit anlamda totaliter bir refleksi olarak düşünmek yanlış olur. İstisna halinin yaratımı egemenlik paradigmasının bir sorunu da değildir. İstisna, egemenlik kavramının "olağan" sonucudur. (akt. Baştürk, 2013a: 256). Başka bir deyişle istisna, kuralsızlık veya yasadızlık sonucu ortaya çıkmış değildir; bizzat kuralın kendisidir.

Agamben'e göre istisna hali ayrı, özel bir hukuk değildir. Yalnızca hukukun eşliğini belirlerdir. İstisna halinin yasadızlığı onu mutlak bir iktidarın keyfiyetine de sokmamaktır. İstisna hali, hukuki bir boşlukta siyasal olanın kendisini var etmesidir. (Agamben, 2006:33). Schmitt'in istisna halini hukukun bağlamına yerleştirme çabası karşısında Agamben'de istisna, boşluk eşliğinde bırakılmıştır. Olağanüstü hal, yasadız bir yasa gücünün söz konusu olduğu bir yasadızlık uzamıdır. (Agamben, 2006:50). Boşluk, yasanın içindeki gizli yasadızlıktır. Yasa, bir yasadızlık durumunda ortaya çıktığı için içinde gizli yasadızlık barındırmaktadır. (Öztürk, 2010:439).

Schmitt için istisna hali, egemenin varlığını sürdürebilmek adına hukuk ile girdiği ilişkisellik iken, Agamben için egemene içkin olandır. İstisna hali yalnızca belirliliğe karşı belirsizliğin alanı değil, aynı zamanda egemenin olduğu yer ve dolayısıyla her türlü hukuksal-siyasal ilişkinin de kaynağıdır. (Öztürk, 2010:240). Egemen ancak sınırlarına dâhil edebildiği şeylere hükmedebilmektedir. Egemenin amacı bios'u (biyolojik yaşamdan ayırıştırıcı süreçleri) kontrol altında tutmaktır, zira egemene karşı direniş örgütlenme yetisi ancak bios'ta mevcuttur. (Gambetti, 12). Egemen, kendi yasal sınırlarının dışında kalan bir şey ile karşılaştığında kendisini dışlayarak o şeyi işlemektedir. Bir şeyin dışlanma yolu ile içlendiği bu ilişkisellik, Agamben terminolojisinde istisna halidir. (akt. Dönmez, 2016:86). Agamben'in egemenlik anlayışında bütün ilişkiler egemenin anlayışına dâhil edildiğine göre istisna halinde istisnaya dâhil olmayan hiçbir şey ve hiç kimse kalmamaktadır. İstisnanın kendisi, dışında olan ama ait olan (Agamben, 2006:168) olduğuna göre geri kalan her şey de onun dışında olan ama ona ait olandır. Son kertede egemen, kaide haline gelmiş istisnanın şiddetini, dışlayarak içlediği hukuk çerçevesinde her yere yaymaktadır.

Agamben'e göre egemenin ortaya koyduğu ilk etkinlik çıplak hayat üretme işidir. (Agamben, 2013:104). Çıplak hayat, bios ile zoe'nin iç içe geçtiği belirsizlik alanına hapsolüdür. Çıplak hayat, biyosiyasal öznenin hayatıdır ve istisnanın kaide haline gelmesi sonucu üretilmektedir. Çıplak hayatı üreten, biyopolitikanın iktidar tarafından inşa edilmesi ve kodlanmasıdır. (Baştürk, 2013a:257). Biyoiktidar Antik dönemden bu yana var olduğuna göre, var olmuş bütün iktidarların amacı da ortak olmalıdır: Çıplak hayatı üretmek. Aralarındaki tüm şekilsel farklılıklara rağmen, egemen(lik)ler muhataplarını çıplak hayat mesabesine indirgemek noktasında ortaktır. Dolayısıyla egemenlik ilişkisi, temsil, sözleşme, yasallık veya meşrulukta değil istisnada, çıplak hayatta aranmalıdır. İşte bu yüzden Agamben dikkatimizi mülteci kamplarına, toplama kamplarına ve dahası hastane odalarına yönelmemizi ve egemenliğin bu mekânlarda öznelere ölüme terk ederek işlediğini tespit etmemizi salık verir. (Aksoy, 2016)

Çıplak hayatın öznesi homo sacer'dir. Agamben'in cümleleri ile ifade etmek gerekirse homo sacer; öldürülen ama kurban edilemeyendir. Bu anlamıyla homo sacer'in yaşadığı hayat tam anlamıyla hukuksuzluğun alanıdır. Zira homo sacer'i öldürmek ne beşeri ne dini hukukta herhangi bir suça konu olmamaktadır. (Agamben, 2013:105-6). Homo sacer, egemenin öldürülebilirlik ekonomisine dâhil ettiği'dir. Hukukun bünyesinden mutlak olarak çıkartılan, yani bir öldürülebilirlik ekonomisi kapsamında her tür temsilden mahrum bırakılan bu hayat formu, ölüm ile hayat, yasa ile şiddet arasındaki ayrımın muğlaklaştığı bir belirsizlik mıntikasında ikamet etmektedir.(Aksoy, 2016). Bu durumda homo sacer'in maruz kaldığı şey çifte dışlamadır. Agamben'e göre homo sacer'in statüsünü tanımlayan şey de bu çifte dışlanma özelliğidir. (Agamben, 2013:103). Homo sacer, ilk olarak egemen tarafından yasadışı boşluğa yani çıplak hayata hapsedilmektedir. Daha sonra çıplak hayat içinde egemen karşısında uç nokta olarak konumlandırılarak öldürülebilirlik ekonomisine dâhil edilmektedir. Başka bir deyişle homo sacer, istisnanın istisnasının tezahürüdür.

Bir kere ilan edildikten sonra, homo sacer, artık bir topluluk içindeki özgül yaşamın

niteliklerinin taşıyıcısı olmaktan çıkar. Bütün bunlar üzerinden alındığı zaman artakalan şey bir insan yaratığı, bir çıplak hayattır. (Aydın, 2016:9). Önemli olan toplumdaki herkesin homo sacer olma ihtimalidir. Egemen, çıplak hayatın yaratıcısı olarak onun öznesini de yaratandır. Dolayısıyla homo sacer çıplak hayatta egemen karşısında konumlanmaktadır. Agamben'e göre:

“Düzenin iki uç noktasında bulunan egemen ile homo sacer, aynı yapıda ve bağlantılı olan simetrik iki figürdü: Egemen, karşısında bütün insanların potansiyel homines sacri olduğu kişi, homo sacer ise, karşısında bütün insanların egemen kesildiği kişidir.” (Agamben, 2013:105).

Agamben'e göre modern devlet ve demokrasi aygıtları, homo sacer'i ortadan kaldırmamaktadır. Aksine onu parçalayarak bütün insanların bedenine dağıtmaktadır. Böylelikle onu siyasal çatışmaların nesnesi haline dönüştürmektedir. (Agamben, 2013:149). Sanılanın aksine modern devlet ve demokrasi mitos'u istisna halini ortadan kaldırmamıştır. Dahası siyaset bugüne dek eşi benzeri görülmemiş bir derecede totaliterleşmiştir. Agamben'e göre bunun sebebi, çağımız siyasetin tamamen biyosiyasete dönüşmesidir. (Agamben, 2013:144-5). Modern dönemde geçerli olan öldürülebilirlik rejimi, teknik bilimsel bir bürokratik mekanizmanın eliyle yürütülmektedir. (Aksoy, 2016). Yani, günümüzde biyopolitika nüfuz ettiği alanları hiç olmadığı kadar genişleterek egemenin istisna halini yaratım gücünü arttırmıştır. Bu nedenle olağanüstü hal Nazi döneminde veya II. Dünya Savaşı'ndan sonra son bulmamıştır. Çıplak hayatın üretimi daha yoğun ve kuşatıcı bir şekilde bugün de sürmektedir.

Agamben'in çıplak hayatının en net imi kamplarda görülmektedir. Zira kamp, biyosiyasetin mutlak mekânıdır. (Agamben, 2013:183). Kamp, insanların sadece biyopolitika gözetiminde yaşadığı alandır. Bu nedenle Agamben'e göre kamp, modern iktidarın nomos'udur. (Agamben, 2013:198). Kamp da tıpkı istisna hali gibi, hukukun dışlanarak içlenmesi yolu ile hem hukukun dışında hem de içindedir. Bu açıdan kamp bir belirsizlik alanıdır. Kampa girenler de; dışarı ile içeri, istisna ile kural, yasal ile yasal-olmayan arasındaki bir belirsizlik mıntikasına girmiş olmaktadır.

TARTIŞMA VE SONUÇ

Bu çalışmada, Carl Schmitt'in temel kavramları Giorgio Agamben üzerinden okunmuştur. Schmittyen felsefenin kurucu kavramı siyasal olandır. Siyasal olan, Schmitt'in terminolojisine göre, antagonizmaların en uç noktasını, dost-düşman ayrımını içinde barındırmaktadır. Bu anlamıyla siyasal olan diğer bütün kavramların (ekonomi, din, kültür, ahlak) belirleyicisidir. Dost-düşman ayrımı diğer karşıtlıklardan bağımsızdır; düşman kötü, zararlı veya çirkin olmak zorunda değildir. Düşmanı tanımlayan tek şey öteki oluşmasıdır. Dost ise egemen tarafından çizilen sınırların içinde kalandır, biz olandır. Schmitt, siyasal olanı dost-düşman antagonizmasına bağlayarak savaş olgusunu daimi bir ihtimal haline getirmektedir. Zira siyasal olan dost-düşman ayrımını; dost-düşman ayrımı da savaşı ihtimalini doğurmaktadır.

Agamben, Schmittyen teoriden etkilenerek siyasal olana belirleyici nitelik atfetmektedir. Ancak Agamben'e göre siyasalın temel ayrımı dost- düşman değil, bios (belirli bir hayat tarzı) ile zoe'dir (yaln hayat). Bios ve zoe, Antik Yunan'a ait olan ve etimolojik köken olarak hayat'a tekabül eden iki kavramdır. Bu iki kavram Antik Yunan'da birbirinden ayrı kullanılmaktaydı. Zoe, sadece üreme eylemi atfedilen biyolojik bir varlıktı ve oikos'a dâhildi. Bios ise iyi hayatın kaynağı olarak polise konu olmaktadır. Ancak Agamben'e göre, bios ve zoe birbirinden ayrı olmayan ve bu yönüyle de bir belirsizlik alanı (istisna hali) yaratan iki hayattır. Buna göre bios, zoe'yi içine alarak siyasallaştırmakta ve çıplak hayatı yaratmaktadır. Yani Agamben, Schmitt'in siyasal olan kavramını Foucault'nun

SON NOTLAR

1- Bu çalışmanın kapsamı gereği Agamben ve Foucault'nun teorisinde biyopolitika karşılaştırılması detaylıca ele alınmamaktadır.

KAYNAKÇA

Agamben, G. (2004). Auschwitz'den Artakalan. (Çev. A. İ. Başgöl). Ankara: Kitle Yayıncılık (Özgün çalışma 1999).

Agamben, G. (2006). İstisna Hali. (Çev. K. Atakay). İstanbul: Otonom Yayıncılık (Özgün çalışma 2005).

biyosiyasalı ile birleştirerek çıplak hayat'ı ortaya koymaktadır.

Agamben, egemenlik anlayışı açısından Schmitt ile süreklilikler taşımaktadır. Agamben için çıplak hayatın/belirsizlik alanının/istisna halinin yaratıcısı egemendir. Nitekim Schmitt için de istisna halinin karar vericisi, yaratıcısı egemendir. İstisna hali, her iki düşünür için de egemenin hukuku askıya almasıdır. Ancak düşünürler egemenin bu eyleminin ereği konusunda farklılaşmaktadır. Schmitt'e göre egemenin istisna haline karar vermesindeki amaç, bozulan düzeni yeniden tesis etmek adına hukuku dışsallaştırıp içlemektir. Bu anlamıyla Schmittyen teoride istisna hali egemeni rasyonelleştirmeye hizmet eder. Agamben'e göre ise istisna hali egemene içkindir. İstisna halinin amacı, çıplak hayatı üretmektir. İstisna hali, ethos'u gereği bir dışlanma hali ise de Agamben'e göre, Birinci Dünya Savaşı'ndan itibaren istisna hali, bir dışlanma hali olmaktan çıkarak, temel kural haline gelen ve gündelik hayatla örtüşen bir belirsizlik alanı olmuştur. Yaşadığımız gerçeklikte istisna hali atipik bir durum değil, kuralın kendisi haline gelmiştir. İstisna hali artık kuşatıcı bir fenomen olarak her şeyin içinde ve her şeyin dışındadır. Artık, egemen tarafından hukukun dışlanarak içlenmesi sonucu oluşturulan bu yasadışı boşluk eşiğinde herkes homo sacer'dir. Homo sacer: Öldürülebilir ama kurban edilemeyen. Katli ne beşeri ne de dini hukukta ceza gerektirmeyen. Egemen tarafından yaratılan. Egemenin uç noktası olarak çıplak hayatta konumlanan. Çıplak hayatı yaşayan. Belirsizlik eşiğine hapsedilen. Çıplak hayatın öznesi olan homo sacer.

Karşılaştırmalı bir okuma için ayrıca bakınız: O. Kartal (Ed.). Biyopolitika (2. Cilt): Foucault'dan Günümüze Biyopolitikanın İzdüşümleri. Ankara: Notabene Yayınları.

Agamben, G. (2013). Kutsal İnsan: Egemen İktidar ve Çıplak Hayat. (Çev. İ. Türkmen). İstanbul: Ayrıntı Yayınları (Özgün çalışma 1995).

Aksoy, M. U. (2016). Kutsal insan: Giorgio Agamben'in egemenlik anlatısında kurbanal kurum. Felsefe ve Sosyal Bilimler Dergisi (FLSF), 22, 16-40.

Aydın, A. (2016). Giorgio Agamben: Etten İbare İnsan ve Biyopolitika Makinesi. O. Kartal (Ed.).

Biyopolitika (2. Cilt): Foucault'dan Günümüze Biyopolitikanın İzdüşümleri içinde (ss. 109-134) Ankara: Notabene Yayınları.

Baştürk, E. (2013a). Bir kavram iki düşünce: Foucault'dan Agamben'e biyopolitikanın dönüşümü.

Alternatif Politika, 5(3), 242-265.

Baştürk, E. (2013b). Modern egemenliğin 'nomos'u olarak istisna hali. Felsefe ve Sosyal Bilimler Dergisi (FLSF), 15, 71-83.

Behçet, M. (2014). Olağanüstü hal uygulaması ve teorik temelleri. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Bilgi Üniversitesi, İstanbul.

Bezci, B. (2006). Carl Schmitt'in Politik Felsefesi, Modern Devletin Müdafaası. İstanbul: Paradigma Yayınları.

Dönmez, H. (2016). "İstisna hali" kavramı ışığında siyasal olana bakış. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Ankara Üniversitesi, Ankara.

Esgün, T. G. (2013). Carl Schmitt. A. Tunçel & K. Gülenç (Ed.), Platon'dan Zizek'e Siyaset Felsefesi Tarihi içinde (ss. 495- 511). Ankara: DoğuBatı Yayınları.

Gambetti, Z. (2012). Foucault'dan Agamben'e olağanüstü halin sıradanlığına dair bir yanıt denemesi. Cogito, 70-71, 1-18.

Kardeş, M. E. (2015). Schmitt'le Birlikte Schmitt'e Karşı, Politik Felsefe Açısından Carl Schmitt ve Düşüncesi. İstanbul: İletişim Yayınları.

Özgül, G. E. (2016). Sınır kapıları, dikenli teller, yollar, kamplar ve çocuklar: kurban ve istisna olarak mülteci. Marmara İletişim Dergisi, 25, 1-16.

Öztürk, A. (2010). Kutsal insanın siyasal açılımları ya da yasa, yasak ve istisna hali üzerine tartışmalar. H. O. İnce (der.), Günümüzde Yeni Siyasal Yaklaşımlar içinde (ss. 428-448). Ankara: Doğu Batı Yayınları.

Schmitt, C. (2014). Siyasal Kavramı. (Çev. E. Göztepe). İstanbul: Metis Yayıncılık. (Özgün çalışma 1932).

Schmitt, C. (2016). Siyasal İlahiyat. (Çev. A. E. Zeybekoğlu). Ankara: Dost Kitabevi Yayıncılık (Özgün çalışma 1922).

TRADITION OF BIRTHDAY CEREMONIES AND TRANSFORMATION OF THE UNIFIED SUBJECT: SAMUEL BECKETT'S KRAPP'S LAST TAPE*

DOĞUM GÜNÜ KUTLAMA GELENEĞİ VE BÜTÜNCÜL ÖZNEİN DÖNÜŞÜMÜ: SAMUEL BECKETT'İN KRAPP'IN SON BANDI*

Abstract

In this study how the traditional understanding of identity is transformed to the idea of fragmentary self is going to be analyzed through Samuel Beckett's play Krapp's Last Tape. Thus, the terms tradition and transformation are used to refer to the ideas on subjectivity. The analyses of human identity have been the subject of philosophy, psychology, and sociology as well as literature. The interaction between these fields is inevitable when the subject matter is human identity. In the field of theatre the changes in the considerations on the human subject reveals itself in direct relationship with the studies in the above mentioned fields of study. In recent theatre we come across with identities that are reflected as multiple and fragmented and they are far beyond identities that are considered as pre-determined, limited and complete. The studies on meta-drama, theatricality and performativity form the basis on such a reflection of fragmented human subject in theatre. The typical Beckettian character, Krapp is considered as revealing the process of this fragmentation. The play, through taking birthday ceremony as a starting point, reveals the complex network in the construction of human subject. Therefore, the use of language and the relationship between what is said and what is done are going to be analyzed in the play.

Key Words: Samuel Beckett, tradition, transformation, subject.

Özet

Bu çalışmada geleneksel anlamda kimlik anlayışının nasıl parçalanmış öz anlayışına dönüştüğü, Samuel Beckett'in Krapp'ın Son Bandı adlı oyunu vasıtasıyla, incelenecektir. Dolayısıyla gelenek ve dönüşüm kelimeleri özne ile ilgili fikirlere referans verilerek kullanılmaktadır. İnsan kimliği konusundaki araştırmalar edebiyat alanının çalışma konusu olduğu kadar felsefe, psikoloji ve sosyoloji alanında da yer almıştır. Bu alanlar arasındaki etkileşim, söz konusu insan kimliği olduğunda, kaçınılmazdır. Tiyatro alanında özne ile ilgili düşünceler kendisini yukarıda belirtilen çalışma alanlarıyla doğrudan bir ilişki içinde gösterir. Günümüzde tiyatro alanında yansıtılan kimlikler daha önceden belirlenmiş, sınırları çizilmiş ve bütüncül olmaktan öte çoğulcu ve parçalanmış şekilde karşımıza çıkar. Metadrama, teatralite ve edimsellik ile yapılan son çalışmalar tiyatrodaki böylesi parçalanmış özne yansımalarının temelini oluştururlar. Tipik bir Beckett karakteri olan Krapp bu parçalanmışlık sürecini açığa çıkaran bir karakter olarak düşünülmektedir. Oyun, doğum günü kutlamalarını temel alarak, özne yapılanmasındaki karmaşık ağı gözler önüne sermektedir. Bu nedenle oyundaki dil kullanımı ile söylenen ve yapılan şeyler arasındaki ilişki incelenecektir. Bu incelemede temel alınan odak noktası parçalar halinde bulunan öz ve bunun dile nasıl yansıtıldığını ortaya koymaktır.

Anahtar Kelimeler: Samuel Beckett, gelenek, dönüşüm, özne

INTRODUCTION

When the general theme of tradition and transformation is applied to literary studies, it is obvious that there will be a wide range of analyses investigating the change of any literary or theoretical tradition through the effect of a particular impulse. However, this is not the scope of the current study to cover theoretical background for the change in the human understanding. Rather, this change from tradition to transformation is going to be reflected in Beckett's text that exemplifies the transformed idea of human identity while covering a traditional concept as birthday ceremony. In literary pieces, the understanding and image of human has been interpreted in a versatile way throughout the history of literature. Samuel Beckett, who is considered as one of the masters in the depiction of human condition, has a threshold position in the consideration of man and his life. His works have a significant role in the transformation of the perception of mankind. His theatre works reveal man as isolated, alienated, and helpless but what is original with his canon is the depiction of the fragmentation of the human subject. Beckett's play, *Krapp's Last Tape*, is considered as one of the best plays ever written disclosing this fragmentation. In this play Beckett uses tradition against itself and by cutting the ritual of birthday into pieces he underlines the fragmentation of the human subject. The tradition of birthday ceremony is represented as being transformed into something else that discloses itself as fragmented human memory. Thus, in the play not only the concept of birthday ceremony as traditionally constructed is subverted but also the idea of self that has been taken to be as unified is changed through the use of metadramatic strategies. Beckett's strategy of transforming the birthday ceremony tradition reveals itself also by his use of repetitions and fragmentation both linguistically and theatrically. Therefore, in this paper, how Beckett uses the tradition of birthday ritual as a means to reflect the transformation of man as a fragmented subject is going to be investigated. Thus, the play discloses how Beckett uses traditions against themselves, that is, he takes a traditional concept, which is birthday ceremony, so as to form a skeleton to his play but the play does not meet the requirements of a traditional birthday ceremony.

In Beckettian drama there are ceremonies and/or rituals within the plays which cannot be thought of as full events with particular beginnings, developments and endings. Richard Hornby, who has written a detailed analysis on metadrama, classifies Beckett's plays as plays with quasi-rituals (61). This refers to the fact that Beckett does not portray ritualistic events that have specific aims or functions as means to reach these specific aims. Rather than simply being rituals, they are events that are ritualized. That is why the plays are categorized as quasi-ritualistic. As Burkman declares, Beckett's plays continuously show the ways in which habit, "as it fails to deaden, takes on ritual aspect; and ritual in these dramas moves always toward the meanings that linger in the mythical fragments that abound – and even toward the creation of new myths" (13). In Beckett's texts the use of myth and ritual not only subvert the idea of reality but also underline the fragmentary quality of what is taken to be real.

Beckett's process of ritualization is the result of the fact that these events are taken to be vehicles in characters' striving to live. The characters' business with daily events have long lost their significance and meaning as a result of the absurdity of life. However, man is doomed to struggle with this meaninglessness and to try to seek a solution (despite premonitory failure). During their struggle with life, ritualized events become means for Beckett's characters. Thus, ritual is re-defined in Beckett's drama and as stated by Burkman, ritual is "an obsessive repetitive activity" in Beckett's canon (14). When viewed from this perspective, rituals in his plays are the signs of what the play wants to put into question. In Beckett's plays rituals are taken to be symbolic procedures which are systems of object and act symbols that share a common psychological base (Burkman, 14).

In addition to this, in Beckett's plays characters are generally trying to manage their journeys in life by using their created rituals. One of the strategies that these characters use in forming these rituals is an insistence on repeating their habits. As Burkman states, "[t]he slight changes in the enactment of these habits turn them into ritual" and by means of these habits the characters are trying to create a link between past and present (14). *Krapp's Last Tape* (1958) reflects such an operation of ritual and ritualization. Not only does the play take

birthday ceremony as a subject matter but it also exposes the repetitive activities of Krapp. That is why this play provides so much data about the operation of ritual and its function in Beckettian drama. Krapp, who is 69 years old, is celebrating his birthday, “the awful occasion” in Beckett’s words. The way he celebrates his birthday is extraordinary: he listens to tape recordings of his previous birthday ceremonies.

FINDINGS AND COMMENTS

The ritualistic characteristic of the play shows itself not only through the birthday ceremony within the play but also by means of the repetitive actions (mimics and gestures) of the character. Before Krapp starts to utter his first words, the stage directions require him to perform a chain of non-verbal actions on stage. These actions are defined as a pantomime within the play. When the meaninglessness and aimlessness of these actions are considered, it is possible to consider them as the reflection of ritualized events born out of Krapp’s habits. The repetitiveness of these actions emphasizes Krapp’s dissatisfaction in doing them and his failure in attaching a meaning to these actions. There is neither connection nor causal relationship between his actions. Krapp begins his performance like this:

[He] remains a moment motionless, heaves a great sigh, looks at his watch, fumbles in his pockets, takes out an envelope, puts it back, fumbles, takes out a small bunch of keys, raises to his eyes, chooses a key, gets up and moves to and front of table. He stoops, unlocks first drawer, peers into it, feels about inside it, takes out a reel of tape, peers at it, puts it back, lock drawer, unlocks second drawer, peers into it, feels about inside it, takes out a large banana, peers at it, locks drawer, puts keys in his pocket. He turns, advances to edge of stage, halts, strokes banana, peels it, drops skin at his feet, puts end of banana in his mouth and remains motionless, staring vacuously before him. (Beckett, 216)

Krapp’s pantomime does not end here; however, in general the above actions form the basis of his repetitive ritualized actions in the play. In addition to these actions, the acts of staring blankly front, peering at the boxes

and the ledger, loading spools on the machine, rubbing his hands, brooding, and going backstage into darkness are other ritualistic and repetitive behaviors. It is obvious that these actions have neither a specific cause nor a definitive end. As stated by Jeffers, “we see that these interruptions and repetitions cause one Krapp to displace another Krapp in an endless series of unsystematic production of difference” (Beckett, 76). Thus the actions are parts of a larger scale chain of actions. This practice of repetition destroys the idea of hierarchy and origin. Among these meaningless repetitive actions, one cannot talk of a primary or supreme action that dominates the others. Krapp’s repetitive actions neither affect something nor cause any other thing to happen. In other words, as Jeffers indicates, the “infinite regress in repetition is one in which the skill to discern a causal relationship is lost or put into question” (73). The regress which is born out of the aimlessness of the actions prevents the integration of any cause-effect relationship between the actions.

Krapp, as a man who is aware of the impossibility of knowing or mastering oneself, inevitably displays repetitive actions since “repetition dissolves and disperses the identity. It is the hopelessness of being ever further removed from the possibility of a true knowing of one’s own identity that troubles Krapp” (Jeffers, 73). He narrates the past into the present and wishes to repeat himself or keep the repetitions going. With the help of his recordings, he celebrates the glory of repetition throughout his birthday ceremonies. As a result of this, the idea of a Krapp with a definite and full identity is subverted, “Krapp in the play is nothing more than an effect created by endless displacement in which the identity of Krapp is an ‘empty slot, a place without an occupant’” (Jeffers, 78). In the play, the repetitiveness is not limited to the actions of Krapp at 69. The recorded voice of Krapp who is 39 years old says: “Have just eaten I regret to say three bananas and only refrained from the fourth” (Beckett, 217). Therefore, we understand that the repeated actions on the 69th birthday ceremony were also the repetitions of earlier birthdays, and this foreshadows that they will be repeated on future birthdays. Therefore, the name Krapp refers to a man who is the sum of his repeated past and future actions. For Laughlin

this infinite cycle of repetition “suggests that the ‘truth’, of the characters’ lives, or indeed of anyone’s life, can never be fully known or spoken” (206). Laughlin elaborates that the postmodern quality of Krapp’s Last Tape is the result of its “destabilizing of time and history” through the repetitive use of Krapp’s previous birthday recordings (207).

The tape, which is used to listen to the recorded voice of the younger Krapp, functions as much as Krapp on the stage. Beckett’s idea of presenting both the character and his tape-recording simultaneously throughout the whole play is innovative technique that refers to the playfulness of the play itself, and thus metadramatic. It also represents the death of the idea of a unified self through co-existence of various speeches of the character who is on the stage. Tape recordings are just as important and central as the character of Krapp himself is. They are not used as mere props or as secondary elements in the play. This not only subverts the necessity of the existence of a human character on stage in theatrical terms but also questions the idea of a full and single subjecthood. The audience sees Krapp at 69 but hears Krapp at 39. Actually, in the speeches uttered by the voice on the tape, the stage directions are not only for Krapp at 39 but they also show the actions of Krapp at 69 because of their repetitiveness. The stage directions and script for the first speech of the tape are as follows:

Tape: [Strong voice, rather pompous, clearly Krapp’s at a much earlier time.] Thirty-nine today, sound as a – [Settling himself more comfortably he knocks one of the boxes off the table, curses, switches off, sweeps boxes and ledger violently to the ground, winds the tape back to beginning, switches on, resumes posture.] Thirty-nine today sound as a bell, apart from my old weakness, and intellectually I have now every reason to suspect at the ... [hesitates] ... crest of the wave – or thereabouts. Celebrated the awful occasion, as in recent years, quietly at the Winehouse. Not a soul. Sat before the fire with closed eyes, separating the grain from the husks. Jotted down a few notes, on the back of an envelope. Good to be back in my den, in my old rags. Have just eaten I regret to say three bananas and only with difficulty refrained from a

fourth. Fatal things for a man with my condition. [Vehemently.] Cut’em out! [Pause.] The new light above my table is a great improvement. With all this darkness round me I feel less alone. [Pause.] In away. [Pause.] I love to get up and move about in it, then back here to ... [hesitates] ... me. [Pause.] Krapp. (Beckett, 217)

The recording does not end here and Krapp at 39 goes on together, with the actions of Krapp at 69:

Tape: I close my eyes and try to imagine them. [Pause. KRAPP closes his eyes briefly.] Extraordinary silence this evening, I strain my ears and do not hear a sound. Old Miss McGlome always sings at this hour. But not tonight. Songs of her girlhood, she says. Hard to think of her as a girl. Wonderful woman though. Connaught, I fancy. [Pause.] Shall I sing when I am her age, if I ever am? No. [Pause.] Did I sing as a boy? No. [Pause.] Did I ever sing? No. [Pause.] Just been listening to an old year, passages at random. I did not check in the book, but it must be at least ten or twelve years ago. (Beckett, 218)

The fragmentariness of Krapp is reflected textually within the stage directions. The first stage direction shows us that Krapp at 69 repeats what Krapp at 39 has done before: closes his eyes. Thus, although the speech belongs to the recording the stage directions are written for Krapp at 69. Moreover, the recording informs us that Krapp at 39 has also listened the recording of an earlier (ten or twelve years ago) birthday ceremony. Therefore, while listening the recording of Krapp at 39 the audience is led to think of another Krapp who is 29 or 27 years old. As Krapp says:

Tape: At that time I think I was still living on and off with Bianca in Kedar Street. Well out of that, Jesus yes! Hopeless business. [Pause.] Not much about her, apart from a tribute to her eyes. Very warm. I suddenly saw them again. [Pause.] Incomparable! [Pause.] Ah well ... [Pause.] These old P.M.s are gruesome, but I often find them – [KRAPP switches off, broods, switches on.] – a help before embarking on a new ... [hesitates] ... retrospect. Hard to

believe I was ever that young whelp. The voice! Jesus! And the aspirations! [Brief laugh in which KRAPP joins.] And the resolutions! [Brief laugh in which KRAPP joins.] To drink less, in particular. [Brief laugh of KRAPP alone.] (Beckett, 219)

Therefore, the first presentation of the voice from the tape reveals much information about the play's rejection of an idea of a unified self. The above speech of Krapp at 39 has a design which gathers more than one Krapp together and thus emphasizes the plurality of the self. The play presents a character who listens to and comments on his previous selves. At the beginning of the play Beckett informs us that the play takes place at "[a] late evening in the future" (Beckett, 215). Krapp that the audience sees on the stage is 69 years old and he listens the voice of Krapp who is 39 years old. Therefore, the audience is exposed to the idea of the simultaneous existence of multiple Krapps (future Krapp at 69, past Krapps at 39-29 or 27 and present Krapp of an unknown of age). Thus, no one knows how old the present time Krapp is. "[T]he Krapp that we see or hear on stage is never the 'essential' Krapp – Krapp never stops 'krapping' – and so, Krapp is a holding slot" (Jeffers, 8). The indefiniteness of the present Krapp can be taken as exemplification of the rejection of Cartesian self who is considered to be able to exist as a result of thinking. The concept of self in Cartesian sense is considered to have the possibility of being known and made definite through rationality. As indicated by Jeffers,

Krapp is taken out of his traditional role as a person who seeks to record the past and recoup [sic.] lost experience so that he can profitably gain a sense of self or identity; instead, Krapp is displaced so that we can read the play more for what it gives us – not a singular individual – but rather multiple Krapps which are sometimes corporeal, yet are more often incorporeal. (8)

In addition to this innovative presentation of multiple selves, the play questions the very possibility of the idea of the "self". Krapp at 69 says, "Just been listening to that stupid bastard I took myself for thirty years ago" (Beckett, 222). He says of himself at 39, 'I took myself', as if Krapp at 39 is an illusion, as if Krapp at 39 is just a product and fabrication of Krapp at 69. This definition also discloses and underlines self-fictionalization. Krapp at 39 is defined as a fiction

created by Krapp at 69 and this proposes that Krapp at 69 will be the fiction of an older Krapp. This fictionalization process will go on as Krapp states, "And so on. [Pause.] Be again, be again. [Pause.] All that old misery. [Pause.] Once wasn't enough for you" (Beckett, 223).

The play can thus be accepted as the revelation of the inevitability of self fictionalization through the use of a metadramatic presentation of different selves. The concept of the self as fictional leads us to investigate the relationship between language and self. The self as a fictionalized linguistic construct is reflected through the ledger of his tape recordings that Krapp keeps. The ledger contains a written record of all of the recordings that Krapp has made previously. In other words, it contains the written form of younger Krapps that shows the way to reach. The subject is fragmented just as language itself is. This fragmentary quality of the subject is revealed by two forms in the play: first by the fragmented use of language and secondly by the fragmented presentation of Krapp: that is by the interruptions of the tape recordings. These interruptions stand for the rejections of the view that considers human subject as a full and unified being.

The idea of a human as a construct created within language is reinforced when Krapp at 39 talks about his mother:

Tape: - back on the year that is gone, with what I hope is perhaps a glint of the old eye to come, there is of course the house on the canal where mother lay a dying, in the late autumn, after her long viduity. [KRAPP gives a start] and the – [KRAPP switches off, winds back tape a little, bends his ear closer to machine, switches on] – a dying, after her long viduity, and the – [KRAPP switches off, raises his head, stares blankly before him. His lips move in the syllables of 'viduity'. No sound. He gets up, goes backstage into darkness, comes back with an enormous dictionary, lays it on table, sits down and looks up the word.]

Krapp: [Reading from dictionary.] State – or condition – of being – or remaining – a widow - or widower. [Looks up. Puzzled.] Being – or remaining? (Beckett, 219)

Krapp at 39 uses the word 'viduity' when he defines his mother and Krapp at 69 looks up a dictionary and reads the meaning of the word. The

only thing that is known about Krapp's mother is her viduity and the meaning of the word explains whole self of Krapp's mother. Her condition and self is nothing other than what is defined in the dictionary. There is nothing left of his mother except for the definition in the dictionary.

Krapp's Last Tape, makes the reader re-think about the question of identity. It destabilizes the idea of unitary subject hood. The fragmentary construction of the meaning throughout the play mirrors the fragmentary conception of the subject. As a result of the interruptions of several Krapps, the play is far from following a meaningful design. The questions of who Krapp really is and what qualities he has remain unanswered. The reactions of Krapp at 69 to the tape seem to provide answers to these questions but "we cannot make these connections into a blueprint that will allow us to interpret Krapp" (Jeffers, 65). Through the interruptions and repetitions, a unified meaning escapes. Therefore, any reference for the identity of Krapp cannot help mingling with the references created by multiple Krapps throughout the whole play (i.e. by the tape and the real Krapp on the stage).

Krapp can be defined as any possible reference that can be made for him. Maybe that is why Krapp says, "[w]ith all this darkness round me I feel less alone" (Beckett, 217). When thought of as an opposition to lightness, darkness brings for the idea of possibility. In the light everything is seen, but darkness creates a space for possibilities. Possibilities produce the idea of multiplicity and this is what makes Krapp feel less alone. Darkness, for him, provides a space for the co-existence of multiple Krapps. In other words, darkness prevents the adherence of any definite and explicit identity to Krapp. This is why Krapp is less alone, he is with all of the possible Krapps within this darkness.

CONCLUSION

The use of the concept of ritual in literature generally aims at displaying the act of fulfilling

NOTES

*Presented without some additions within this article at 5th International Conference,

a traditional function. That is why, tradition and ritual are inter-related in their cause, that is; to create a particular meaning and construct that meaning among people's minds. Both tradition and ritual have a chronological and causal nature. As opposed to these traditional handling of rituals, the concept of ritualization (for which Beckett is famous) shows itself within the modern period. The act of ritualization can be understood as utilizing rituals so as to subvert the initial intended meanings through these rituals. Thus, the social and psychological constructs through these rituals are transformed from its traditional understanding and made open to discussion and interpretation of the people who are exposed to them.

In Krapp's Last Tape, Beckett exemplifies this change of tradition to transformation. The play explores the idea of the self as fiction through the representation of Krapp as the combination of various Krapps, whether on tape or at his various ages. The multiplicity of the self, reflected through tape recordings, is accompanied by the multiplicity of the birthday ceremonies. Thus, the ideas of stability and presence are subverted through the play. The need behind the act of ritual, which functions as compensation for Krapp, is disclosed as inevitable for the human being, who is fragmented. Moreover, Krapp's dependence on tape recordings in celebrating his birthday also underlines the role of memory and its inevitable place in the self-identification. Krapp cannot free himself from his previous tape recordings since it justifies his self-realization. This idea underlines the understanding of multiplicity and fragmentariness of the self. Moreover, the inconsistent and random relationship between the words and actions of the character discloses an ambiguous Krapp on the stage. That is why, Beckett reflects many Krapps through juxtaposing complex structures within one character seen on the stage and this representation is among the most influential in disclosing the multiple forms within the idea of human subject.

University of Belgrade, English Language and Literature Studies: Tradition and Transformation (ELLSTAT) 23-24 October 2015.

BIBLIOGRAPHY

Beckett, Samuel. (2006). *The Complete Dramatic Works*. London: Faber and Faber.

Burkman, Katherine H. (ed.) (1987). *Myth and Ritual in the Plays of Samuel Beckett*. London: Associated UP. Inc.

Hornby, Richard. (1986). *Drama, Metadrama, and Perception*. New Jersey: Associated UP.

Jeffers, Jennifer M. (1998) “A Place Without an Occupant”: Krapp’s Rhizome Identity”. Jennifer M. Jeffers (ed.) *Samuel Beckett: A Casebook*. New York: Garland Publishing.

Laughlin, Karen L. (2012) “Dreaming of [...] Love’: Beckett’s Theatre and the Making of the (Post)Modern Subject”. n. d. Web. November 2012.

MOBİL CANLI YAYIN UYGULAMALARININ HABERCİLİK BAĞLAMINDA KULLANIMININ OLANAK VE SINIRLILIKLARI

Özet

Bir görüntüyü canlı olarak iletebilmek, yakın zamana kadar yüksek maliyeti nedeniyle sadece televizyon kanallarının tekelinde olarak görülen bir yayıncılık pratiği olmuştur. Ancak yeni iletişim teknolojileri, pek çok alanda olduğu gibi canlı yayın olanağını da “sıradan” yeni medya kullanıcılarının yararlanabileceği bir biçimde dönüştürmüş, mobil canlı yayın uygulamaları, hem profesyonel habercilere hem de yurttaş habercilere her an her yerden canlı yayını mümkün kılmıştır. Bu sayede özellikle ani gelişen anlarda mobil telefon kameraları ile çekilen görüntüler canlı olarak izleyicilere aktarılmaya, ana akım medya dışında farklı habercilik deneyimleri ortaya konulmaya başlanmıştır. 2007 yılında Livestream, Ustream gibi uygulamalar bu alanda öncü olarak değerlendirilse de 2015 yılından itibaren mobil cihazlar ve sosyal ağlar üzerinden canlı yayın yapabilmenin mümkün olduğu, etkileşime açık, kolay kullanılabilen canlı yayın uygulamaları

ortaya çıkmış, ilk dönem uygulamalara göre daha geniş kitleler tarafından kullanılır hale gelmiştir. Meerkat ve Periscope gibi uygulamalar dışında popüler sosyal paylaşım siteleri YouTube, Instagram ve Facebook aracılığıyla da canlı yayın yapılabilmektedir.

Mobil canlı yayın uygulamalarıyla yapılan kimi yayınlar, içerdiği riskler ve etik ihlaller nedeniyle bir dizi tartışmayı beraberinde getirirken, habercilik bağlamında ele alındığında da sağladığı olanaklar kadar sınırlılıkları ve sorunlarıyla birlikte değerlendirilmesi önem arz etmektedir. Bu betimleyici çalışmada mobil canlı yayın uygulamalarından biri olan Periscope uygulamasının haber üretim pratiği olarak kullanımının olanak ve sınırlılıkları incelenmiş, alanda yürütülen habercilik faaliyetlerinden örnekler aktarılmaya çalışılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Yeni medya, Periscope, Televizyon haberciliği, Canlı yayın uygulamaları, Sosyal medya.

OPPORTUNITIES AND RESTRICTIONS OF USING MOBILE LIVE STREAMING APPLICATIONS IN CONTEXT OF JOURNALISM

Abstract

Transmitting a scene on air is a broadcasting practice which has been seen to be done only by television channels because of its high cost until recently. However new communication technologies, like in many fields, reform the live stream. Thus, “ordinary” new media users benefit from it and mobile live streaming applications make live stream for both professional and citizen journalism possible. Images recorded with mobile phones’ cameras especially on instant moment are begun to be transmitted to the audience on air and different journalism experiences occur apart from mainstream media. Even though 2007 applications as Livestream, Ustream have been accepted as the pioneers of the field, since 2015 live streaming applications, which are wieldy, open to interaction, and make live stream possible with mobile phones and social networks, have been occurred and begun

to be used more than first period applications by larger mass. Besides applications as Meerkat and Periscope, live broadcasting is also possible via popular social networking sites as YouTube, Instagram and Facebook.

Some broadcasts of mobile live applications bring a series of discussion with it because of the risks it involves and ethic infringement. On the other hand, when it is discussed in context of journalism, it must be evaluated with its restrictions and problems besides its opportunities. In this descriptive study, opportunities and restrictions of Periscope which is one of the mobile live applications are examined as a news production practice with the examples of journalism activities in the field.

Key Words: media, Periscope, Television journalism, live broadcasting applications, social media.

GİRİŞ

Barbier ve Lavenir (2001, s.274), televizyon yayıncılığının ilk dönemlerinde televizyon haberlerinin, görüntüleri elde etme noktasında yaşanan teknik sıkıntılar nedeniyle daha çok radyo haberlerine yakın durduğunu belirterek televizyon haberciliğinde kuralın “hakkında görüntü elde edilemeyen konuların ele alınmaması” olduğunu ifade etmektedir (s.297). Görüntü, televizyon haberinin en önemli unsuru olarak değerlendirilmekte, çoğu zaman etkileyici bir görüntünün anlatıma bile ihtiyacı olmadığı vurgulanmaktadır (Stephens, 2005:312)¹. Görüntünün kaydedilip kurgulandıktan sonra yayınlanmasının ötesinde meydana gelen önemli bir olayın canlı olarak izleyicilere iletilmesi ise televizyon haberciliği ve yayıncılığı açısından bir diğer “çekici unsur” olarak kabul edilebilir. Ancak canlı yayın yapabilmek de belli bir teknolojik gelişimin ardından mümkün olabilmektedir. Örneğin Avrupa ülkelerine ABD’den görüntü aktarımı ancak Atlantik üzerinde bulunan bir uydu ile naklen video aktarımının gerçekleştirilmesiyle 1962 yılında gerçekleştirilebilmiştir. Telstar uydusu kullanılarak Amerika’dan Avrupa’ya bu ilk canlı yayın, uydunun dünya ile eşit hızda dönmemesi nedeniyle ancak günde en fazla 20 dakikalık bir süreyle yapılabilmektedir (Şeker, 2009:61).

Haber üretiminde uyduların kullanımı yoluyla canlı görüntü aktarımı (satellite news gathering) haber kuruluşları açısından önemli bir prestij ve izlenme olanağı sağlamakla birlikte maliyetli bir iş olarak görülmektedir. Çünkü bu tür yayınlar için öncelikli olarak pahalı teknik cihaz donanımına sahip canlı yayın araçlarına ihtiyaç duyulmaktadır. Bunun yanı sıra uydudan frekans tahsisi için bütçe ve yayın ekibi gibi gereksinimler de bulunmaktadır (Stephenson, 2005:324).

Ancak yeni iletişim teknolojileri ile yüksek maliyeti nedeniyle profesyonel yayıncıların tekelinde görülen canlı yayın olanağını “daha önce izleyici olarak bilinen” (Rosen, 2006) “sıradan” kullanıcıların deneyimlemesine fırsat sağlamıştır. Özellikle mobil iletişimin ve giderek farklı profesyonel üretim araçlarını tek bünyede toplayan mobil cihazların bu dönüşümdeki rolü dikkat çekicidir. Önceleri iki kişi arasında sesli iletişim sağlama işleviyle hayatımıza giren akıllı mobil telefonlar giderek geliştirilmiş, birçoğu

bilgisayarlara ait olan pek çok özelliğin dâhil edilmesiyle birlikte çok fonksiyonlu “akıllı” mobil cihazlar haline gelmiştir. Mobil telefonlara çözümlülükleri giderek artan kameralar dâhil edilmesi ve mobil internetin daha yaygın ve ucuz hale gelmesiyle birlikte kullanıcılar herhangi bir olaya ait görüntüleri kaydetmeye ve bunları paylaşmaya başlamışlardır. Elde edilen görüntülerin, YouTube vb. video paylaşım siteleri üzerinden yayınlanması şeklindeki içerik paylaşımı son yıllarda sayıları giderek artan mobil canlı yayın uygulamaları ile hız kazanmış, bu durum habercilik açısından da yeni fırsatlar sunmaya başlamıştır. Zira artık bir olayın gerçekleştiği anda akıllı telefonlara yüklenen bu uygulamalar sayesinde anında görüntü aktarımı gerçekleştirmek mümkün hale gelmiştir.

“İşinlanmaya en yakın şey...”: Mobil Canlı Yayın Uygulamalarının Gelişimi Üzerine

Meerkat ve Periscope gibi mobil canlı yayın uygulamaları her ne kadar 2015 yılından itibaren daha fazla kullanıcıya ulaşarak popüler hale gelmiş olsalar da aslında internet üzerinden canlı video akışının sağlanması yeni değildir. 2007 yılında emekli askerler John Ham and Brad Hunstable ile Gyula Feher’in, Irak’taki Amerikan askerlerin aileleriyle iletişimini sağlamak için kurduklarını ifade ettikleri Ustream (ustream.tv) ile aynı yıl kullanılmaya başlanan Livestream (livestream.com) bu anlamda öncü servisler sayılabilir. Kişisel kullanımın dışında her iki servisin de akıllı telefonlara ve tabletlere yüklenebilmesiyle toplumsal bazı olayların canlı olarak aktarılmasına imkan sağladığı bilinmektedir. Örneğin 2011 Kasım ayında gerçekleşen “Wall Street’i İşgal Et” eylemlerindeki polis şiddeti ve Zuccotti Park’taki kitlesel tutuklamalar Ustream kullanılarak yayınlanmıştır (McDermott, 2015).

2015 yılı Mart ayında “South by Southwest Festivali’nde” tanıtılan Meerkat ise Ben Rubin ve Itai Danino tarafından geliştirilen bir canlı yayın uygulamasıdır. Meerkat (meerkatapp.co), önce iOS işletim sistemine sahip telefon ve tablet kullanıcılarının mobil canlı yayın yapabilmesine imkan sağlamış, daha sonra Android işletim sistemi için de kullanılabilir hale getirilmiştir. Livestream ve Ustream uygulamalarına göre Meerkat uygulamasının en belirgin farklılığı popüler sosyal paylaşım ağı Twitter ile etkileşimli yapısı olmuştur.

Uygulamayı indiren kullanıcılar, Twitter hesaplarıyla giriş yapmalarının ardından gerçekleştirdikleri yayınlara ait bilgi Twitter takipçilerine iletilebilmekte, izleyiciler yayınlar hakkında yorum yapabilmektedir. Yayının bitmesiyle video silinmekte, ancak kullanıcılar dilerse yayınlarının meerkatstreams.com sitesine ya da başka sitelere kayıtlarının yüklenmesini sağlayabilmektedir (McDermott, 2015).

Meerkat uygulaması, Ustream ve Livestream gibi servislere oranla kullanım kolaylığı ve tamamen ücretsiz oluşu gibi nedenlerle kısa sürede dikkat çekmiş, ünlü kişilerden siyasetçilere, şirketlerden “sıradan” yurttaşlara kadar çok sayıda kullanıcıya farklı içeriklerde gerçek zamanlı yayın yapma olanağı sunmuştur. Uygulamayı hayata geçiren ekip iki haftalık sürede gördükleri ilgiyi “inanılmaz” olarak nitelendirmiş, üzerinde iki yıldır çalıştıkları canlı video akışının “iletişimde yeni bir yola ilham vereceğini” öne sürmüşlerdir (Meerkat: 15 Days In, 2015).

Ancak Twitter yetkilileri, kısa sürede yaygınlaşan Meerkat uygulamasını yürüten ekibe kendi arayüzleri (Twitter API) üzerinden çalışmalarının mümkün olmadığını bildirmişlerdir. Birkaç hafta içinde işbirliğinin bozulmasının arkasında Twitter’ın tıpkı Meerkat gibi mobil canlı video akışı sağlayan ve gelişim aşamasındayken 100 milyon dolara satın aldığı Periscope uygulamasını kullanıma sunacak olması yatmaktadır (Shontell, 2015). Meerkat kurucusu Ben Rubin, haberi haftasonu aldıklarını ve Twitter ile bağlantılarının kesilmesinden sadece iki saat önce kendilerine bilgi geldiğini belirterek “büyük şirketlerin korkuyla değil, cesaretle liderlik yapmaları gerek” ifadesiyle Twitter yöneticilerini eleştirmiştir (Lomas, 2015).

Periscope² uygulamasını hayata geçiren isimler ise Kayvon Beykpour ve ortağı Joe Bernstein’dir. Beykpour, “ışınlanmaya en yakın şey” olarak nitelediği uygulamaya ait fikrin Gezi eylemleri döneminde İstanbul’da güvenlik nedeniyle otelinden dışarı çıkamadığı sırada “Dünyanın bir yerlerinde şu an olup bitenlerini neden göremiyorum?” sorusuyla geliştiğini belirtmektedir (McCorvey, 2015).

Periscope, cep telefonu ve tablet kullanıcılarına mobil internet üzerinden her an her yerden

canlı yayın yapabilme imkânı sağlamaktadır. Uygulama şu sözlerle tanıtılmaktadır:

“Bir yıldan biraz daha fazla bir süre önce, olan biteni doğrudan başka birinin gözlerinden görme fikrinin çekiciliğine kapıldık. Ukrayna’daki bir protestocunun gördüklerini aynı anda görebilseydiniz ne yapardınız? Ya da Kapadokya’da güneşin doğuşunu balondan izleyebilseydiniz? Delice gelebilir, ama ışınlanmaya en yakın olanı gerçekleştirmek istedik. Her ne kadar etkinlikleri ve yerleri keşfetmenin pek çok yolu olsa da, bir yeri tam o anda canlı görüntüler aracılığıyla yaşamaktan daha iyisi olamaz. Bir resim bin kelimeye bedel olabilir ancak canlı görüntüler sizi alıp başka yerlere götürebilir ve etrafta gezdirebilir. (Hakkımızda, 2015)

Herhangi bir mobil canlı yayın akış uygulamasının o dönemde Twitter ile bütünleşik olması yaygınlaşması açısından önemlidir zira 2015 yılında 302 milyon aylık aktif kullanıcı sayısına sahip olan Twitter’da³ günde 500 milyon tweet gönderilmekte, mobil cihazlarla kullanım oranı ise yüzde 80’i bulmaktadır (Twitter usage, 2015). Bu durum, sadece Twitter kullanıcılarına özel bir video akış uygulaması olması dolayısıyla Periscope’un kullanımının daha geniş kitlelere yayılabileceğine ilişkin önemli bir işaret sayılabilir. Nitekim 26 Mart 2015 tarihinde Twitter tarafından kullanıma sunulan Periscope uygulaması 4 haftada 10 milyon kullanıcı sayısına ulaşmış⁴, 40 yıla denk gelen sürede video izlenmiştir (Periscope by numbers, 2015). Bir yılın sonundaysa Periscope uygulaması ile yapılan yayın sayısı 200 milyona çıkmış, günde Android ve iOS üzerinden 110 yıla denk gelen sürede yayın izlenmiştir (Year One, 2016).

İlk dönemde sadece İOS işletim sistemine sahip cep telefonu ve tablet cihaz kullanıcılarının yararlandığı Periscope, daha sonra güncellenerek Android işletim sistemine sahip cihazlar için de kullanılabilir hale getirilmiştir. Kullanıcının Twitter hesabıyla (daha sonra telefon numarasıyla giriş imkânı da sağlanmıştır) giriş yapılan Periscope uygulaması, mobil cihazın kamerası ve İnternet bağlantısı ile her an her yerden canlı yayına olanak sağlamaktadır. Meerkat uygulamasında olduğu gibi yayın kaydedilerek başka sosyal ağlarda ya da web sitelerinde

paylaşılabilir. O dönemde Periscope uygulamasının Meerkat uygulamasından farklılıkları, herhangi bir takipçiye özel yayın yapılabilmesi ve yapılan yayınların Twitter'daki takipçilere bildirilmesinin isteğe bağlı olması şeklinde sıralanmıştır (Powell, 2015).

Apple tarafından 2015 yılının en iyi uygulaması olarak seçilen Periscope'un yayın bilgisinin Twitter takipçilerinize iletilecek, onların retweet etmesiyle yayının daha fazla sayıda kişi tarafından izlenme potansiyeline kavuşacak olması yayının daha geniş kitlelere ulaşması bakımından önem taşımaktadır. Polat'a (2015a) göre "bu sayede, dünyanın en büyük kamusal alanında hem kendi takipçilerinizin hem de diğer Periscope kullanıcılarının ekranına düşünüyorsunuz ve bir tıkla onlar da sizin ekranınızda yer alabiliyorlar."

Elbette kullanım kolaylığı ve saniyeler içinde canlı yayına geçme pratikliğini sunması da Periscope uygulamasının dikkat çeken özelliklerindedir (Huston, 2016) ancak etkileşime açık yapısı onu benzerlerinden ayırmaktadır. Tıpkı Periscope uygulamasında olduğu gibi Meerkat uygulamasında da izleyenler yorum yapabilmekte soru ve yorumlarını yayıncıya aktarabilmektedir. Periscope uygulamasını bir adım öne geçiren yenilik ise izleyicilerin beğenilerini ekrana çift "tıklayarak" oluşturdukları kalp ikonu ile belirtebiliyor olmalarıdır. Beykpour'a göre bu durum, uygulamayı benzerlerine göre çok daha samimi bir yapıya büründürmektedir (McCorvey, 2015). Ayrıca harita özelliği ile izleyiciler konum bilgisi açık olan yayınlara ulaşabilmekte böylece Periscope ani gelişen olaylarda bir görüntü kaynağı haline gelebilmektedir.

Periscope'ta Kimler Ne Yayını Yapıyor? Olanaklar, Örnekler

Periscope uygulamasının birinci yılının ardından uygulamanın açık bir başarı elde ettiği belirtilmiş ve bu durum "İnternet topluluğunun canlı yayın akışına tutulduğunun göstergesi" şeklinde yorumlanmış, Facebook ve Google gibi "dev"lerin de canlı yayın dünyasına adım atıyor olmalarına dikkat çekilmiştir (Conditt, 2015). Sosyal medyaya doğrudan bağlı bu uygulamalarda ne yayınlanıyor sorusuna "her şey" yanıtı verilebilir zira Polat (2015b), Avusturyalı pop grubu Opus'un "Live is

Life" (canlı (yayın/konser) hayattır) sözünün bu uygulamalarla "Life is Live" (hayat canlı yayındır)a dönüştüğünü, böylelikle "yayıncılık inisiyatifinin geleneksel medyadan bireylere geçişin" hızlandığını ve "mobil yurttas yayıncılığının" yaygınlaşmasının kolay hale geldiğini belirtmektedir:

Kuşkusuz bu durum, zihinlerimizdeki "medya" kavramını radikal biçimde değiştirecek bir güce sahip ancak elindeki akıllı telefon üzerinden bütün dünyaya canlı yayın yapma yeteneği kazanan milyonlarca insandan kitlesel gündem peşinde koşan bir geleneksel medya muhabiri yayıncılığı beklemek doğru değil. Zaten çoğu Periscope yayıncısı da böyle bir anlayış içine girmeden bireysel yaşamlarından kendilerince "izlenmeye değer" buldukları anları paylaşıyor. Kimi arkadaşlarıyla bir mekandaki sohbetini, kimi gittiği seyahatte ilginç bulduğu bir yeri, kimi stadda ya da TVde izlediği bir maçı, kimi ise o anda olan bir kazayı, yangını ya da kitleselliği yüksek bir olayı. Böylesi geniş bir yayıncılık yelpazesi, aslında bizleri birkaç yüz kanala sıkıştıran geleneksel medyadan farklı biçimde, dünyadaki milyonlarca yaşam kesitinin siber ağlar üzerinden milyarlarca insanın önüne akmasına neden oluyor ki işte "Yeni Medya" dediğimiz şey tam da bu zaten (Polat, 2015b).

"Scopers" olarak da adlandırılan Periscope yayıncılarından bir bölümünün hayranlarıyla ilişkisini geliştirmek isteyen ünlülerden oluştuğunu ifade eden Huston (2016), bir bölümünse kendilerine şöhret ve sponsor arayan "hırslı ve açık göz kişiler"e ait yayınlardan oluştuğunu, kullanıcılar arasında sadece "zaman öldürmek" üzere yayın yapanlar da bulunduğunu belirterek geniş kullanıcı kesimi ve kullanım amacı olduğunun altını çizmektedir. Parkinson (2015), Periscope'un ilk haftalarında yaptığı gözlem sonucu uygulamayı kimlerin kullandığına ilişkin yaptığı derlemede gazeteciler, yurttas haberciler, cinsel sapıklar, buzdolabı yayıncıları⁵, eleştirilenler, "bana istediğini sor" kişileri, motor-araba tutkunları, hayvanseverler ve sarhoşlar şeklinde bir sıralama yapmış, bunun dışında "markalar, ünlüler, gezginler, veliler, zorbalıklar, evlenme teklifleri, dünya rekoru denemeleri" gibi yayın ve yayıncıların da Periscope uygulamasında bulunacağını belirtmiştir.

Türkiye’de de benzer şekilde Periscope uygulamasının farklı kullanım biçimlerinin olduğu görülmektedir. “Sıradan” kişilerin canlı yayında sohbet etmek, müzik dinlemek/ dinletmek, gezdiği, gördüğü yerleri paylaşmak, fikirlerini dile getirmek, flört etmek, bulunduğu herhangi bir etkinliği aktarmak gibi çok çeşitli amaçlarla kullandığı Periscope uygulamasını bazı ünlü kişilerin, markaların vb. kullandığı görülmüştür.

Riskler, Tehditler ve Tartışmalar

Binark ve Bayraktutan (2013), yeni medya ortamlarında karşılaşılan temel etik sorunları şu başlıklar halinde ele almıştır: “Özel hayatın gizliliğinin ihlali, telif/patent haklarının ihlali, içeriğin asıl kaynağının gösterilmemesi sorunu, üretilen içeriklerin olgunlaşmadan ve doğruluğunun teyit edilmeden yayılması sorunu, kişisel verilerin güvenliğinin sağlanamaması sorunu, veri madenciliği olgusu, dijital gözetim olgusu, haber ve ticari enformasyonun sınırlarının belirsizleşmesi sorunu, yeni medya ortamlarının özellikleriyle kullanıcının yoğun reklama maruz bırakılması sorunu, içeriklerin yanıltıcı bir biçimde etiketlenmesi ve başlıklandırılması sorunu, nefret söyleminin varlığı, bireyin yeni medya ortamında sadece tüketici olarak konumlandırılması sorunu ve diğer sorunlar.”

Acar’ın da (2015) belirttiği gibi “bir tarafta, hiçbir şeyin saklı kalmayacağı şeffaf bir toplum, sansürsüz yayın, ticari ve siyasi fırsatlar (...) diğer tarafta da özel hayatın gizliliği, fikir hakları, şirket sırları gibi boyutlar”ın söz konusu olduğu Periscope yayınlarında Binark ve Bayraktutan’ın altını çizdiği etik ihlallerin önemli bir bölümüne rastlanmaktadır. Bunlardan ilki olan özel yaşamın gizliliğinin ihlali, Periscope’un oluşturduğu risklerin başında gelmektedir. Kamusal alanda yapılan canlı yayınların kişilerin izni olmaksızın paylaşımı, gizli çekimler vb. etik ihlaller, Periscope yayınlarında sıklıkla görülmektedir. Hatta bazı öğrenciler, okulda ders esnasında öğretmeninin bilgisi dışında yayın yaptığı, koridorda sigara içme ya da okuldan kaçma anlarını canlı olarak aktardığı ve okullarda Periscope kullanımının giderek arttığı ifade edilmektedir (Eser, 2015).

Farkında olmadan bir başkasının yayınında görünmek kulağa hiç de hoş

gelmiyor. Evet halk otobüsünde otururken yan koltuğunuzdaki yolcu canlı yayına geçebilir. Ama gizli çekim her zaman bu kadar masum da olmayabilir. Kendinizi içinde olmak istemediğiniz bir canlı yayında bulabilirsiniz. Hatta birisinin canlı yayınında olduğunuzu fark etmeyebilirsiniz bile. Bu ciddi bir hukuki boşluk (Şıvgın Dündar, 2015).

Kamusal alanda yurttaşların izinleri ya da bilgileri olmadan Periscope yayınlarına dahil edilmesinin dışında kimi zaman kullanıcılar pornografik yayınlarla da karşılaşabilmektedir. Örneğin ABD’nin Ohio eyaletinde 27 Şubat 2016 tarihinde 17 yaşındaki bir genç kıza yönelik tecavüz Periscope üzerinden yayınlanmış, benzer bir olay Eylül 2015’te Türkiye’de de yaşanmıştır (ABD’de ‘Periscope’tan tecavüz yayını’ suçlaması, 2016). Tecavüz yayını fark edenler sosyal medyada duruma tepki göstermiş, özellikle Ekşi Sözlük kullanıcılarının emniyet yetkililerine ihbarı neticesinde yayını yapan kişinin kimliği tespit edilmiştir. Bu kişi, yayının tecavüze uğrayan kadının rızası ile gerçekleştiğini öne sürmüştür (Periscope’taki tecavüz görüntüleri için skandal savunma, 2016). Söz konusu kişiyle ilgili haberlerin yayılmasının ardından Periscope hesabını takip edenlerin sayısının ise arttığı, 600 olan takipçi sayısının 1500’ün üzerine çıktığı belirtilmektedir (Periscope’ta canlı tecavüz yayını, 2015).

6 Eylül 2015 tarihinde Türk Havayolları’nın İstanbul-İzmir seferini yapan uçağında yolculuk yapan bir üniversite öğrencisinin, “Uçakta Canlı Bomba” başlıklı Periscope canlı yayını bir izleyici tarafından polise ihbar edilmiştir. Gözaltına alınan kişi, “kabin memurunu çok beğendiğini ve espri amaçlı bir yayın yaptığını” belirtse de hakkında “‘halk arasında korku ve paniğe neden olmak” suçundan yasal işlem başlatılmıştır (THY uçağında ‘Periscope’ paniği, 2015).

Türkiye’de kimi Periscope kullanıcılarının pornografik yayınlar yapması, özellikle gençler arasında cinsel içerikli sohbetlerin varlığı gibi nedenler Periscope uygulamasının yasaklanması istemiyle şikayet konusu da olmuştur⁶. Kısa adı BİMER olan Başbakanlık İletişim Merkezi’ne başvuran bir kişi “cinsel ve uygunsuz konuşmalar yapmaya uygun bir

program olması bakımından uygulamanın 18 yaş altı gençlere zararlı olduğunu” belirterek uygulamaya erişimin yasaklanmasını talep etmiştir. Soruşturmayı yürüten basın savcısı Sıddık Çinko ise teknolojik gelişmelerin olumlu ve olumsuz hale dönüşmesinde kullanıcı unsurunun altını çizerek kovuşturmaya yer olmadığına kararını vermiştir. Savcı Çinko, insanların amaçlarına göre teknolojik aletlerin ya da programların iyi veya kötü olarak kullanılabilceğini belirttiği kararında “Örneğin bir otomobilin kullanılması insanlığa hızlı ulaşımı sağlayabileceği gibi, trafik kazası yapma ve bu şekilde yaralama ve ölümlere sebep olabilmektedir. Aynı şekilde bir bıçak, kullanım şekline göre hekimin kullanmasıyla tedavi aleti, yaralamada kullanılmasıyla da suç aletine dönüşebilmektedir. Böyle bir olayda doğrudan araç kullanımının veya bıçağın yasaklanması mümkün ve doğru olmadığı gibi, bir internet programının yasaklanması da mümkün ve doğru değildir.” ifadesine yer vermiştir (Özen, 2015).

Her ne kadar yeni medyada etkileşim olanağı ile izleyicilerin geleneksel medyada görülemeyecek biçimde bir yayıncıya erişmeleri, soru ve yorumlarını anında iletebilmeleri mümkün hale gelmişse de bu durum bazı izleyiciler tarafından suistimal edilebilmekte, özellikle Periscope’ta yayın yapan kadınlar, izleyicilerin cinsel tacize kadar varabilen cinsiyetçi yorumlarıyla hatta küfürleriyle karşılaşabilmektedir. Periscope, yayıncılara bu tür yorumları ileten izleyicileri engelleme olanağı sağlasa da cinsel içerikli yorumların fazla olduğu durumlarda kadın yayıncılar zor durumda kalabilmektedir (Tomchak, 2015). Benzer bir tehlikenin Periscope üzerinden yayın yapan çocuklar için de geçerli olduğu söylenebilir.

Özel hayatın gizliliğini ihlal eden ya da cinsel içerikli yayın ve yorumların oluşturduğu etik ihlallerin dışında telif haklarının ihlali de Periscope uygulamasının kullanılmasının hemen ardından başlayan tartışma konularından birisi haline gelmiştir. Örneğin Game of Thrones dizisinin 5. sezon ilk bölümünün ABD’de yayın haklarının HBO şirketine ait olmasına karşın söz konusu yayın birçok Periscope kullanıcısı tarafından da televizyon ekranından yapılan çekim sonucu canlı olarak aktarılmış ve yayının ücretsiz olarak izlenmesini sağlamıştır.

Periscope canlı yayın imkanının korsan yayıncılık bağlamında kullanımı ve telif hakları konusunu gündeme getirilmesine neden olan bir diğer yayınsa 2 Mayıs 2015 tarihinde gerçekleşmiştir. Floyd Mayweather and Manny Pacquiao arasındaki boks maçının televizyondan izlenmesi için izleyicilerin 100 dolarlık bir ücret ödemesi gerekmektedir. Game Of Thrones dizisinde olduğu gibi bu maç yayının da telif hakları HBO’ya aittir. Ancak boks maçı Periscope uygulaması ile canlı olarak yayınlamış, yayın büyük ilgi görmüştür. Twitter CEO’su bu ilgi çeken yayın nedeniyle gecenin kazananının Periscope uygulaması olduğunu şeklinde bir tweet paylaşmıştır (Rugg ve Burroughs, 2015, s.64). Sadece Avrupada boks maçını Periscope uygulaması aracılığıyla izleyenlerin sayısının 750 binden fazla olduğu belirtilmiştir (Pennigton, 2015).

Periscope uygulamasının açıkladığı topluluk kurallarında “pornografik ya da cinsel içerik göndermeyin, şiddeti, yasa dışılığı veya tehlikeli faaliyetleri teşvik amaçlı grafik içeriği veya medyayı açık biçimde yayınlamayın, başkalarına saygı gösterin, insanların özel ve gizli bilgilerini kötüye kullanmayın, açıklamayın veya göndermeyin, yanıltma veya aldatma amacıyla başkasıymış gibi davranmayın, spam göndermeyin” gibi kurallar mevcuttur. Ayrıca telif hakkının ihlali gibi durumlarda şikayet halinde içeriğin kaldırılacağı ve ihlalin tekrarı halinde kullanıcı hesabının askıya alınacağı açıklanmıştır (Topluluk Kuralları, 2015). HBO ise Periscope yetkililerine bu gibi durumlarda şikâyet olmadan telif ihlalinin önlenmesi gerektiğini ifade etmektedir (Game of Thrones Periscope broadcasts anger HBO, 2015). Türkiye’de de özellikle şifreli maç yayınlarının Periscope üzerinden canlı aktarımı tartışmalara neden olmuştur (Lig TV Periscope’a dava açtı, 2015).

Habercilik Açısından Periscope Uygulamasının Olanak ve Sınırlılıkları

Akıllı telefonların geleneksel video izleme alışkanlıklarımızı dönüştürerek etkileşim, yakınlık ve katılım olanağı sağladığını ifade eden Malik (2015), Periscope gibi uygulamaların televizyon yayıncılığı açısından da “büyüleyici imkânlar” sunduğunun altını çizmekte, televizyon kanallarının bu uygulamaları izleyicileri ile ilişkilerini derinleştirmek için

kullanabileceklerini belirtmektedir. Bunu yaparken yayın aralarında izleyicilere kamera arkası görüntüler sunmak, izleyicilerle sohbet etmek, yeni programların tanıtımını yapmak gibi yöntemler izlenebileceği gibi bir konuyla ilgili olarak televizyonla eş zamanlı ya da tamamen Periscope üzerinden canlı yayın gerçekleştirmek gibi yöntemler uygulanabilir.

Özellikle yerel televizyon kanalları için hem maliyetsiz canlı yayın imkanı sunması hem de izleyici ile anında etkileşim sağlaması nedeniyle Periscope ve benzeri canlı video akış uygulamalarının büyük bir olanak sağladığı söylenebilir. Örneğin ABD’de bu uygulamalardan yararlanan yerel televizyon kanallarından biri olan KGUN kanalında sabah haberleri spikeri Liz Kotalik, haberleri okuduğu sırada Periscope yayını ile izleyicilere stüdyonun kamera arkasını izleme fırsatı sunmakta hem de haber aralarında günde ortalama 10 bini bulan izleyicilerinden gelen soruları yanıtlamaktadır. WCAU adlı yerel kanalın sabah haberleri baş yapımcısı olan Rich Kiss bu etkileşimin çarpıcı olduğunu belirterek “Periscope ile haber sunucuları sadece sizi uyandıran insanlar değil konuşabileceğiniz kişiler haline geldi.” yorumunu yapmaktadır. Bu etkileşim imkânı, KNTV’nin muhabirleri Vicky Nguyen ve Tony Kovaleski için farklı bir anlam taşımaktadır. İkili, Periscope yayınlarını üzerinde çalıştıkları konuya izleyicilerin de katılımını sağlamak ve onlardan gelen yorum, öneri ve bilgiyle haberlerini zenginleştirmek için kullanmaktadır (Malone, 2015).

Periscope ve benzeri uygulamaların habercilik bağlamında kullanımında en dikkat çekici unsurun sosyal medya ile bütünleşmesi olduğunu belirten BBC sosyal medya editörü Mark Frankel (2015) da yayıncı-izleyici etkileşimine dikkat çekmektedir. Twitter’ın haberle ilgilenen izleyici ve gazetecileri bir araya getiren bir platform olduğunu, buna eklenen Periscope uygulamasının ise gerçek zamanlı etkileşim sağlayarak gazeteciler için izleyicileri doğrudan buluşturduğunu belirten Frankel, haber merkezinde neler olup bittiğini izleyicilere anında görme ve sorularına anında yanıt alma imkânı sunduğunu ifade etmektedir.

Twitter ile bütünleşik hale gelerek daha fazla kişiye ulaşma olanağı sağlayan Periscope’un Meerkat gibi uygulamalara oranla hem basın

kuruluşları hem de gazeteciler açısından daha fazla tercih edilen uygulama haline geldiği öne sürülmektedir (Tompkins, 2015). Özellikle toplumsal olayların aktarılması sırasında haberciler, olay yerinden, gerçek zamanlı, izleyici ile etkileşime açık yayına elverişli yapısı nedeniyle Periscope uygulamasını kullanmışlardır. The Guardian’ın Washington muhabiri Paul Lewis’in ABD’nin Maryland eyaletindeki Baltimore şehrinde çıkan olayları Periscope aracılığıyla canlı olarak aktarması bu anlamda öncü yayınlar arasında gösterilmektedir. 2015 yılında Nepal’de meydana gelen depremin ardından bölgeye giden BBC muhabiri Nick Garnett, köylerdeki hasarı Periscope aracılığıyla canlı olarak aktarmış, Sky News muhabiri Mark Stone ise Katmandu’dan Periscope yayını yapmıştır (Last Month in Periscope, 2015).

Suriye’deki iç savaş nedeniyle başlayan mülteci krizinin Avrupa’daki etkilerini takip eden muhabirlerden bir bölümü de haber üretimlerine mobil uygulamaları da ekleyerek yaşananları an be an aktarmaya çalışmıştır. Bunlardan biri olan BBC prodüktörü Ravin Sampat, mülteci krizi boyunca BBC’nin YouTube ve Facebook hesapları için video üretirken hikâyelerde Snapchat uygulanmasından da yararlanmıştı. Sampat, bu kararı nasıl aldığını “BBC özellikle 18-34 yaş aralığındaki genç izleyici kitlesine ulaşmayı gerçekten çok önemsiyor. Ben de editörüme gidip ‘neden yeni şeyler denemiyoruz. Yeni izleyiciler için hikâyeyi değişik yollarla anlatma istiyorum’ dedim.” sözleriyle ifade etmektedir. Sampat, “günbegün dijital belgesel” (day-by-day digital documentary) olarak adlandırdığı içerik ile BBC’nin hikâye anlatıcılığının yeni yolunu gösterdiğini belirtmektedir (Scott, 2015).

Sampat gibi mültecilerin Avrupa’daki yolculuğunu takip eden Time Dergisi muhabirlerinin tercihi ise Periscope yayınları olmuştur. 1400 kişinin canlı olarak izlediği ilk yayının ardından geçen 24 saatte 46 bin kişi yayının tekrarını izlemiş, 117 bin beğeni (kalp ikonu) almış ve 5400 yeni takipçi elde edilmiştir. “Periscope uygulamasını dünyaya açılan bir pencere olarak görüyoruz” diyen Time Dergisi editörü Tyler Borchers, bu yayının deneyiminin haber merkezlerine izleyicilerin/okurların sahadaki hikâyelere ilişkin özgün bir bakış açısı istediklerini göstermesi bakımından

önemli olduğunu vurgulamaktadır:

İnsanlar krizle ilgili sayılar, göç haritaları görüyorlardı ama daha çok görmek istedikleri şey hikayenin ardındaki yüzlerdi ve Periscope bize bunu göstermeyi sağladı: Bireysel kurgulanmamış hikayeler anlatmayı... (Scott, 2015)

Alman Bild gazetesi muhabiri Paul Ronzheimer de mülteci krizi ile ilgili yolculuğunu gazetesine haber olarak geçmenin yanı sıra 33 bin takipçisine Periscope üzerinden de canlı olarak aktarmıştır. Haber üretimi sırasında alandan muhabirlerin gönderdiği bilgiler, röportajlar ve görüntüler haber merkezlerindeki editör ve prodüktörler tarafından yeniden üretilmekte, süresi kısaltılmakta ve haliyle içeriği seyreltilmektedir. Ronzheimer bu noktada Periscope yayınlarının kesintisiz olarak izleyici ile buluşmasının önemini vurgulamakta, bu durumun konuya ilişkin izleyicinin daha fazla bilgi sahibi olmasını sağladığını ve kimilerinin de ön yargılarını böylelikle kırdığını ifade etmektedir. Bir izleyicinin neden bütün mültecilerin elinde akıllı telefon olduğu şeklindeki kinayeli soruyu Ronzheimer doğrudan mültecilere yöneltmiş, diğer mültecilerle iletişim kurmak ya da 30 kişinin bulunduğu botu Kos adasına yönlendirirken GPS kullanmak gibi cevaplarla mülteciler için en önemli şeyin akıllı telefon olduğu anlaşılabilmiştir (Dredge, 2015).

Suriyeli mültecilerle birlikte Kos Adası'ndan Almanya'ya kadar süren yolculukta Ronzheimer'ın yaptığı Periscope yayınları kimi zaman 5-6 bin kişi tarafından canlı olarak izlenmiş, videoların tekrar izlenme sayısı ise 90 bini bulmuştur. Ancak Ronzheimer, ulaştığı sayıdan çok, Periscope yayınlarındaki etkileşimin haberciler ve izleyiciler için önemine değinmektedir. İzleyicilerin ne sorması ve hangi konulara odaklanması konusunda kendisine ipuçları verdiği gibi mülteciler konusundaki herhangi bir önyargıyı doğrulama imkanı, mültecilerin ise kendilerini doğrudan anlatma fırsatına kavuştuğunu belirten Ronzheimer'e göre Periscope'un sunduğu etkileşim özelliği izleyicilerin hikayeye bağlı kalmalarını ve kendilerini onun bir parçası hissetmelerini sağlamaktadır (Scott, 2015). Ronzheimer'ın Periscope yayınları, Bild Gazetesi tarafından bir araya getirilerek 16 dakikalık bir belgeye dönüştürülmüştür (Flucht aus der Hölle Syriens

- Durch Europa mit Flüchtling Feras, 2015).

Aslında Periscope'un habercilik bağlamında etkin şekilde kullanılma potansiyeli henüz kullanılmaya başlandığı ilk 24 saatte çarpıcı iki örnekle görülmüştür. Bunlardan biri NBC muhabirlerinin Los Angeles'ta bir polis takibini canlı olarak yayınlamaları ve takip sırasında yolları kaybettiklerinde izleyicilerin yorumlarına başvurdukları Periscope yayınıdır (Abernethy, 2015). İkinci Periscope deneyimi ise New York City'de meydana gelen yangın ile gerçekleşmiştir. Özellikle ikinci olay, profesyonel haberciler kadar yurttaş haberciler için de mobil cihazlar üzerinden canlı video akış uygulamaları büyük bir olanak anlamına geldiğini göstermiştir.

2011'de Wall Street'i İşgal eylemini 21 saat cep telefonundan Livestream kullanarak canlı olarak aktaran ve "ana akım medyanın geleneksel haber toplama yöntemlerine meydan okuduğu" yorumları yapılan gazeteci Tim Pool da söz konusu yangını Periscope üzerinden yayınlayan kişiler arasındadır. Canlı video yayıncılığının haberciliğin geleceği olduğu görüşünü ifade eden Pool, ayrıca "yurttaş habercilerin tümüyle bu teknolojiye adapte olabilmesi halinde her açıdan tarihi anlara tanıklık edileceğini" vurgulamaktadır (Walker, 2015).

Stewart ve Alexander (2016:412-414), habercilik açısından Periscope uygulamasının hangi amaçlarla ve ne şekilde kullanılabileceğine ilişkin bir sınıflandırma yapmış ve habercilere şu tür yayın önerilerinde bulunmuşlardır:

- **“Planlanmış Olaylar (Rutin Haberler):** Basın toplantıları, açılışlar, ticari tanıtımlar gibi etkinlikler Periscope üzerinden canlı olarak aktarılabileceği gibi etkinlik sonrasında konuşmacılarla röportaj yapabilir, izleyicilerden gelen soru ve yorumlar iletilebilir.
- **Ani Gelişmeler (Son Dakika Haberleri)** : Eğer aracı bir başkası kullanıyorsa olay bölgesine giderken yolculuk yayınlanmaya başlanabilir. Olay yerinde kameranız kurulurken görgü tanıklarını Periscope yayınına alarak olayı anlatabilirsiniz. Canlı yayın aracınızın içini gösterebilir cihazların nasıl hazırlandığını paylaşabilirsiniz. Çalıştığınız kurum için canlı yayın bağlantınızı beklerken Periscope

yayınınızın sadık takipçilerine elinizdeki özel ve yeni bilgileri aktarabilirsiniz.

• **Röportajlar** : Pek çok röportaj canlı yayınlanmaz. Önce kaydedilir, sonra kurgulanır ve en iyi bölümleri yayınlanır. Kimi zaman on dakikalık bir görüşmeden sadece on saniyelik bir bölüm seçilir. Artık Periscope ile röportajınızın tamamını olduğu anda izletebilirsiniz.

• **Kamera/Sahne Arkaları**: Çoğunlukla muhabirler herkesin alınmadığı yerlere girebilirler. Artık izleyicilerinize bir konserin sahne arkasını ya da polis merkezinin çağrı merkezini gösterebilirsiniz. Bir yürüyüş yapın ki izleyiciler kendilerini orada hissetsinler. Ya da insanların aslında gidebildikleri ama tercih etmedikleri yerleri gösterin.

• **Değer katmak**: The Economist, İngiltere'deki para darlığı ile ilgili ekonomi muhabirlerinin Twitter ya da canlı yayın üzerinden gelen soruları yanıtlarak açıklama yaptıkları bir yayın yaptı. Yazılı içerik gibi canlı blog yayını yapabilir ve soruları ve yorumları yanıtlatabilirsiniz.

• **Haber kaynağı olarak**: Başkalarının bakış açısı ya da basın bültenleri yerine pek çok şirket, kurum ve spor takımı mesajlarını aktarmak için Periscope yayını yapmaya başladı. Böylece üçüncü şahıslar üzerinden ilerlemek yerine insanlarla doğrudan konuşabiliyorlar. Canlı yayın yaparak bir kurum, kendisi hakkındaki siyasi bir takım suçlamaların aksini ispatlayabilir, bir takım yeni bir imzayı kamuoyuna duyurabilir. Muhabirler bu tür yayınları neler olup bittiğini bulmak için takip etmelidir."

Haberciler ve yayıncılar açısından bu tür olanakları sunabilen Periscope uygulamasının izleyiciler için de gerçek zamanlı, sansürsüz ve etkileşime açık yapısı nedeniyle yeni bir haber tüketimi deneyimi sağladığı söylenebilir. Kayvon Beykpour da Periscope'un bu yönüyle haberciliği etkilediği görüşündedir:

Periscope aracılığıyla habercilik çok etkili çünkü ilk kez haber bir pasif deneyim olmaktan çıkıyor. Daha önce kaydedilmiş içerikte ve hatta televizyondaki canlı yayında koltuğunuzda oturursunuz ve sizin için ne hazırlanmışsa onu tüketirsiniz. Periscope

ile buna katkıda bulunabilirsiniz. İzleyiciler yayıncıya soru yöneltebilir. Bir diğer farklılık ise çok daha anlık olabilme potansiyeli. Bir tıra ya da uçağa üç kameraman, bir ses operatörü ve bir muhabir koyup bir yerlere göndermeniz zordur. Hâlihazırda orada bulunan bir kişinin cep telefonunu çıkarması ise çok daha kolaydır. Sanırım önemli olaylara ilişkin çok sayıda yayını çok daha hızlı bir biçimde göreceksiniz. Yemek sırasında New York'ta bir yangın çıktığında oraya ilk haber ekibi ulaşmasından yarım saat önce 60 kişi arasında yayına başlamıştı (McCorvey, 2015).

2015 yılının Kasım ayında Periscope uygulaması içerisinde yer alan Küresel Harita özelliği geliştirilmiş ve kullanıcıların dünyanın herhangi bir noktasında Periscope yayınlarını görme imkânı sağlanmıştır. Bu özelliğin ani gelişen olaylarda insanların ilk olarak olayın olduğu yerdeki Periscope yayınlarını kontrol edecekleri belirtilmektedir (Skip Around The World, 2015).

Habercilik açısından sağladığı tüm olanaklara rağmen Periscope'un genel kullanımında olduğu gibi haber üretim ve tüketim pratiği açısından da bazı sınırlılıkları ve riskleri bulunduğu da altı çizilmelidir. Örneğin izleyici ile etkileşim Periscope için belirleyici bir unsur olarak dikkat çekse de yayıncılık açısından hakaret, küfür, nefret söylem vb. yorumlar konusunda dikkat edilmesi gerektiği açıktır. Ayrıca haber yayını sırasında da özel hayatın gizliğinin ya da telif haklarının ihlal edildiği durumlar ortaya çıkabilir. Televizyon yayıncılığı ile kıyaslandığında Periscope yayınlarının dar bir izleyici kitlesine ulaşabiliyor olması da önemli bir sınırlılıktır (Frankel, 2015). Bu durum, uygulamanın özellikle ana akım medyanın dışında bağımsız yayın ve habercilik amacıyla kullanımını etkileyebilmektedir.

Türkiye'de Periscope Uygulamasının Habercilik Bağlamında Kullanımı

Periscope uygulamasının kullanılmaya başlandığı ilk haftalardan itibaren Türkiye'de de hem televizyon kanallarının hem habercilerin hem de yurttaşların Periscope yayınları yaptığı görülmektedir. Özellikle terör saldırıları, 15 Temmuz Darbe Girişimi, çeşitli eylem ve basın açıklamaları vb. anlarda çok sayıda Periscope yayını yapıldığı görülmüştür. Ancak

ani gelişen olayların ardından yapılan yayınlar dışında habercilik bağlamında Periscope uygulamasıyla düzenli olarak yapılan yayınlar da bulunmaktadır. “Sözü olan, bir şey yapmak isteyen insan için bence çok iyi bir nimet” olarak nitelediği Periscope uygulamasını 2015 yılından itibaren etkin ve düzenli bir biçimde kullanan gazetecilerden Ruşen Çakır, daha sonra ekibiyle birlikte “Medyascope.tv” adlı haber platformunu kurarak Periscope deneyiminden hareketle yeni medya yayıncılığını aktif biçimde sürdürmüştür (Ünal, 2017). 2015 yılının Eylül ayı itibarıyla Periscope üzerinden düzenli canlı yayınlar gerçekleştiren bir diğer gazeteci ise Ünsal Ünlüdür. Hafta içi her sabah saat 09.00’da belirlediği konu başlığı üzerine yaklaşık 30 dakika boyunca Periscope canlı yayını gerçekleştiren Ünlü, söz konusu yayının bitmesinden kısa bir sonra ise “Gazetelerin Yazdıkları, Yaz(a)madıkları” başlıklı ikinci bir canlı yayın yaparak günün gazete başlıklarını yorumlamaktadır.

Karadağ (2017), “Periscope, Profesyonel ve Yurttaş Habercilere Ne Sağlıyor? Türkiye’den Örneklem Çalışması” başlıklı makalesinde Türkiye’de profesyonel ve yurttaş habercilerin bir aylık zaman diliminde Periscope uygulamasıyla gerçekleştirdikleri canlı yayınları incelemiştir. Çalışmada örneklem dâhilinde yer alan ve en fazla Periscope takipçisine sahip 30 habercinin 23’ünün incelenen dönemde hiçbir yayın yapmadığı tespit edilmiştir. Ayrıca habercilerin Periscope takipçisi sayılarının, Twitter’daki takipçi sayılarının yüzde 4,8’ine karşılık geldiği belirtilmektedir. Dolayısıyla çalışmada Periscope uygulamasının geniş kitlelere ulaşma konusunda hem yayın sıklığı hem de takipçi sayısı anlamında önemli bir sınırlılık içerdiği vurgulanmaktadır. Aynı çalışmada yapılan canlı yayınların yüzde 86’sının iç mekânda gerçekleştirildiği ve yüzde 99’unun ise haber içeriğine sahip olduğu belirtilmektedir. Çalışma döneminde (Mart 2016) Ankara Kızılay’da meydana gelen patlamanın ardından yapılan canlı yayınlar da incelenmiş, profesyonel habercilerin yaptığı yayınların yüzde 56’sında, yurttaş habercilerin yayınlarının ise yüzde 44’ünde sadece görüntü aktarımı değil bilgi paylaşımı da yapıldığı görülmüştür. Karadağ, özellikle ani gelişmelere ilişkin yayınlarda olay yerinden haber içeriği şeklinde paylaşım yapılmasının önemli olduğunu, aksi halde

izleyicilerin olaya ilişkin detaylı bilgiye ulaşmak için yönünü geleneksel medyaya çevireceğini aktarmaktadır.

TARTIŞMA VE SONUÇ

Günümüzde Facebook, YouTube, Instagram gibi sosyal ağlar ile birlikte artık daha çok sayıda kullanıcı tarafından deneyimlenen canlı yayın uygulamaları, büyük maliyet gerektiren profesyonel canlı yayın araçları ve teknolojisi ile kıyaslandığında, kolay, pratik ve hızlı bir biçimde “sıradan” kullanıcılara önemli bir fırsat sunmaktadır. Bu uygulamaların öncüsü sayılabilecek Periscope “ışınlanmaya en yakın şey” olarak tanımlanmakta, farklı mesafelerdeki insanları ve olayları anlık canlı yayınlara buluşturmaya sağlamaktadır.

Sohbet etmek, etkinlikleri paylaşmak gibi kişisel kullanımların dışında eğitim, sağlık, kültür sanat gibi amaçlarla da Periscope canlı yayınları kullanılabilir. Bu çalışmada uygulamanın habercilik bağlamında ne şekilde kullanıldığı konusu örnekleriyle ele alınmıştır. Prodüksiyon ve video habercisi Michael Rosenblum, “dünya genelinde canlı yayın kamerasına dönüşebilecek 3.5 milyar akıllı telefonda yararlanma fikrinin heyecan verici olduğu” görüşündedir (Will Periscope’s New Updates Help Newsgathering?, 2015). Bu sayının hiçbir haber kuruluşu tarafından elde edilemeyeceği açıktır. Böylelikle özellikle ani gelişen anlarda olay yerindeki bir görgü tanığı, haber değeri bulunan bir gelişmeyi görüntülü olarak aktarabilmekte, yurttaş habercilerin yanı sıra profesyonel haberciler de çeşitli biçimlerde canlı yayın uygulamalarından yararlanabilmektedir. Ayrıca yeni medyanın özellikleri arasında sayılan etkileşime açık yapısı nedeniyle izleyicilerin de yayına katılması ve hatta soru ve yorumlarla yayını yönlendirebilmesi bu bağlamda önemli bir gelişme olarak gösterilmektedir.

Ancak habercilik açısından değerlendirildiğinde bu tür uygulamaların sağladığı olanaklar kadar sınırlılıkları da bulunmaktadır. Bunlardan ilki izleyiciye ulaşma ile ilgili sınırlılıklardır. Farklı sosyal ağlar üzerinden canlı yayının mümkün hale gelmesinin de etkisiyle habercilik bağlamında uygulamayı kullanan

kişilerin takipçi sayısı ve yapılan yayınların izlenme yoğunluğu henüz istenilen seviyede değildir. Ayrıca yapılan çalışmalarda düzenli yayın yapılmaması konusunun ve içeriğin yeterince geliştirilmeden sadece görüntü aktarımı şeklinde yapılmamasının da bu ilginin eksilmesinde önemli olduğu vurgulanmaktadır. Her ne kadar geleneksel medya karşısında yeni medyanın üstün özellikleri arasında sayılsa da etkileşimin kimi zaman nefret söylemi, küfür, hakaret vb. içeren yorumlara dönüşmesi bu tür yayınlarda yaşanan sorunlardan biri olarak gösterilebilir. Yayıncılar bu nedenle Periscope yayınlarında yorumları devre dışı bırakmak zorunda kalmaktadır.

SON NOTLAR

1. Postman (2010:102), “gösteri çağı”nda televizyondaki diğer unsurlar gibi haberlerdeki görüntü ve canlı yayının da “bir eğlence çerçevesi” oluşturulmasını sağlayan parçalar olduğunu öne sürmektedir. Ona göre “eğlence, televizyondaki her türlü söylemin üst-ideolojisidir” ve televizyon habercileri “ne okunacak haber toplar ne de dinlenecek yayın yaparlar. Onlar bakılacak haberleri ekrana getirmektedirler.”
2. Bilgi Teknolojileri ve İletişim Kurumu'nca, "periscope.tv" alan adı ve @periscopeco Twitter hesabı için ilgili mahkeme tarafından verilen erişim engelleme kararının ardından, Twitter'ın globalde "Periscope" olarak yer alan uygulamanın adını Türkiye'de "Scope" olarak değiştirdiği duyurulmuştur (Twitter, Periscope'un Türkiye'deki ismini "Scope" olarak değiştirdi, 2017). Çalışmada uygulamadan, dünya genelinde kullanılan adı olan “Periscope” şeklinde bahsedilmiştir.
3. Statista verilerine göre 2017 yılının üçüncü çeyreğinde Twitter aylık aktif kullanıcı sayısı 330 milyondur (Twitter: number of monthly active users 2010-2017)
4. Meerkat uygulamasının 3 haftada ulaştığı

Elbette teknolojinin ve yeni medyanın her biçiminde olduğu gibi bu uygulamanın da kim tarafından, ne amaçla ve nasıl kullanıldığı konusu büyük önem taşımaktadır. Bu noktada özel hayatın gizliliğinin ve telifin ihlali Periscope yayınlarında karşımıza çıkan diğer etik sorunlar olarak dikkat çekmektedir. Diğer yandan geleneksel medya dışında canlı yayın yapabilmek “özgür” bir yayıncılık teknolojisi olarak yorumlansa da son kerte de uygulamanın Twitter gibi küresel bir şirket tarafından tecimsel amaçlarla yürütülen bir faaliyetin bir parçası olduğu gerçeği de göz önünde bulundurulmalıdır.

kullanıcı sayısı yaklaşık 160 bindir (Luckerson, 2015).

5. ABD’de Periscope kullanıcıları arasında bir dönem canlı yayında buzdolabı açıp içindekileri gösterme şeklinde bir furya başlamış, daha sonra “buzdolabı röntgenciliğinden yemek tariflerine doğru bir kayma” olmuştur (Parkinson, 2015). Resmi kanallar üzerinden olmasa da benzer konuda Azerbaycan’da da şikayetler dile getirilmiştir. Azerbaycan’da Elnur Muradov adlı bir kişi Facebook’ta yayınladığı videoda "Periscope genç kızlarımızın hayatını mahvetti, genç kadınların tüm değerleri kirletiliyor" diyerek kadınların “kendilerini teşhir ettiğini öne sürmüştür. “Anne-babaların durumun ciddiyetinden haberdar değil” diyen Muradov’un videosunun kısa sürede 50 bin kişi tarafından izlendiğini ve destek yorumları aldığı belirtilmektedir. Ancak kadın Periscope kullanıcıları içinde Muradov’u eleştirenler de bulunmaktadır. Örneğin ikizleriyle birlikte gündelik yaşamına dair yayınlar yaptığını ifade eden Günel Aşgerzade adlı kadın, “Beni çocuklarımla birlikte görüyorlar ve buna rağmen 'Buluşalım mı?', 'Soyun' gibi mesajlar atıyorlar" sözleriyle sorunun kadınlarda değil erkeklerde olduğunu ifade etmiştir (Najafli, 2015).

KAYNAKÇA

ABD'de 'Periscope'tan tecavüz yayını' suçlaması (2016, April 14). [URL: http://www.bbc.com/turkce/multimedya/2016/04/160414_periscope_tecavuz] internet adresinden 14 Nisan 2016 tarihinde edinilmiştir.

Abernethy, L. (2015, March 30). Meerkat and Periscope: will live-streaming apps transform news?. [URL: <http://www.theguardian.com/media/2015/mar/30/meerkat-periscope-live-streaming-apps-news-twitter>] internet adresinden 14 Şubat 2016 tarihinde edinilmiştir.

Acar, A. (2015, April 22) Yurttaş haberciliğinde önemli bir hamle: Periscope. [URL: <http://www.diken.com.tr/yurttas-haberciliginde-onemli-bir-hamle-periscope/>] internet adresinden 2 Haziran 2015 tarihinde edinilmiştir.

Barbier, F. & Lavenir, C. B. (2001). Diderot'dan internete medya tarihi. (Çev. Kerem Eksen). İstanbul: Okuyan Yayınları.

Binark, M. & Bayraktutan, G. (2013). Ayın karanlık yüzü: Yeni medya ve etik. İstanbul: Kalkedon Yayıncılık.

Conditt, J. (2016, March 28). Periscope's first year is part of a livestreaming success story. [URL: <http://www.engadget.com/2016/03/28/periscope-year-200-million-broadcasts-live-streaming/>] internet adresinden 02 Nisan 2016 tarihinde edinilmiştir.

Dredge, S. (2015). How live video on Periscope helped 'get inside' the Syrian refugees story. [URL: <http://www.theguardian.com/media/2015/sep/13/periscope-app-syrianrefugees-bild>] internet adresinden 4 Mart 2016 tarihinde edinilmiştir.

Eser, E. (2015). Okullarda 'Periscope' tehlikesi. <http://m.gazetevatan.com/News/Article?ID=875655> (Erişim Tarihi: 26 Şubat 2016).

Frankel, M. (2015). Fusion Picks: Watch again - Putting up your Periscope. Live-streaming video from a smartphone. [URL: <http://www.bbc.co.uk/academy/technology/article/art20150520130212810>] internet adresinden 14 Nisan 2016 tarihinde edinilmiştir.

Flucht aus der Hölle Syriens - Durch Europa

mit Flüchtling Feras (2015). [URL: <https://www.youtube.com/watch?v=k7Fye0AaHIU>] internet adresinden 12 Nisan 2016 tarihinde edinilmiştir.

Game of Thrones Periscope broadcasts anger HBO (2015, April 15). [URL: <http://www.bbc.com/news/technology-32315442>] internet adresinden 26 Mart 2016 tarihinde edinilmiştir.

Hakkımızda (2015). [URL: <https://www.periscope.tv/about>] internet adresinden 3 Haziran 2015 tarihinde edinilmiştir.

Huston, C. (2016). Whymillionsarebroadcasting their lives for fun and profit on Periscope. [URL: <http://www.marketwatch.com/story/why-millions-are-broadcasting-their-lives-for-fun-and-profit-on-periscope-2015-12-22>] internet adresinden 14 Şubat 2016 tarihinde edinilmiştir.

Karadağ, G. (2017). What does periscope offer to professional and citizen reporters? A sample study from Turkey. The Turkish Online Journal of Design, Art and Communication, 7 (4), 709-727.

Last Month in Periscope, (2015). [URL: <https://medium.com/@periscope/last-month-in-periscope-9e6115eb2dfa>] internet adresinden 1 Haziran 2015 tarihinde edinilmiştir.

Lig TV Periscope'a dava açtı (2015). [URL: http://www.cumhuriyet.com.tr/haber/teknoloji/259041/Lig_TV_Periscope_a_dava_acti.html] internet adresinden 10 Eylül 2017 tarihinde edinilmiştir.

Lomas, N. (2015). Meerkat Founder On Getting The Kill Call From Twitter. [URL: <http://techcrunch.com/2015/05/06/meerkat-founder-on-getting-the-kill-call-from-twitter/>] internet adresinden 11 Mart 2016 tarihinde edinilmiştir.

Luckerson, V. (2015, March 30). Now You See It. How live-streaming became the star of South by Southwest. Time. 18-19.

Malik, O. (2015). How Periscope, Meerkat, And Snapchat Will Change How TV Covers News, Sports, And Weather. [URL: <http://www.fastcompany.com/3045472/technovore/well-do-it-live>] internet adresinden 23 Eylül 2016 tarihinde edinilmiştir.

Malone, M. (2015). Scoping Out the Next Newsgathering Trend. [URL:<http://www.broadcastingcable.com/news/local-tv/scoping-out-next-newsgathering-trend/142181>] internet adresinden 21 Kasım 2016 tarihinde edinilmiştir.

McCorvey, J. J. (2015). "Periscope has become a medium that can build truth and empathy". Fast Company. 198, 38-40.

McDermott, I. E. (2015). See What I See Right Now. Live Streaming Video on the Web

Meerkat: 15 Days In. (2015). [URL: <https://medium.com/@Meerkat/meerkat-15-days-in-16c256836b6a#mfx7wybkz>] internet adresinden 08 Nisan 2016 tarihinde edinilmiştir.

Najafli, L. (2015). 'Periscope genç kızları mahvetti'. [URL: http://www.bbc.com/turkce/haberler/2015/09/150921_azerbaycan_periscope] internet adresinden 03 Mart 2016 tarihinde edinilmiştir.

Özen, (2015). Periscope'ya 'bıçak' gibi karar. [URL: <http://www.hurriyet.com.tr/periscopea-bicak-gibi-karar-40008075>] internet adresinden 14 Mart 2016 tarihinde edinilmiştir. (Erişim tarihi: 14 Mart 2016).

Parkinson, H. J. (2015). The 10 types of people you will see on Twitter's Periscope. [URL: <http://www.theguardian.com/technology/2015/apr/06/periscope-twitter-app-10-people-you-will-see>] internet adresinden 14 Mart 2016 tarihinde edinilmiştir.

Pennigton, A. (2015). Up Periscope – Does Twitter Have Live Broadcast in its Sights?. [URL: <https://adrianpenningtonthewritestuff.blogspot.com.tr/2015/06/up-periscope-does-twitter-have-live.html>] internet adresinden 10 Aralık 2016 tarihinde edinilmiştir.

Periscope'ta canlı tecavüz yayını. (2015). [URL: http://www.cumhuriyet.com.tr/haber/yasam/361905/Periscope_ta_canli_tecavuz_yayini.html] internet adresinden 17 Eylül 2015 tarihinde edinilmiştir. (Erişim tarihi: 17 Eylül 2015).

Polat, İ. H. (2015a). Periscope'tan Görünen Ne?. [URL: <http://ismailhpolat.com/periscopetan-gorunen-ne/>] internet adresinden 19 Ocak 2016 tarihinde edinilmiştir.

Polat, İ. H. (2015b). Mobil Yayıncılık, Fırsatlar ve Sorunlar. [URL: <http://ismailhpolat.com/mobil-yayincilik-firsatlar-ve-sorunlar/>] internet adresinden 5 Şubat 2016 tarihinde edinilmiştir.

Postman, N. (2010). Televizyon öldüren eğlence, gösteri çağında kamusal söylem. (Çev. O. Akınhay). İstanbul: Ayrıntı Yayınları

Powell, F. (2015, August 1). Broadcast yourself – live. Mobile video has come of age and now it's going one step further with live mobile broadcasting [URL: <https://www.highbeam.com/doc/1G1-424620460.html>] internet adresinden 12 Ağustos 2016 tarihinde edinilmiştir.

Rosen, J. (2006). The People Formerly Known as the Audience. [URL: http://archive.prsstthink.org/2006/06/27/pp1_frmr.html] internet adresinden 4 Ekim 2016 tarihinde edinilmiştir.

Rugg, A. & Burroughs, B. (2015). Periscope, Live-Streaming and Mobile Video Culture. (R. Lobato & James Meese Eds.). Geoblocking and Global Video Culture, Institute of Network Cultures.

Scott, C. (2015). "A day-by-day digital documentary": Covering the refugee crisis on Snapchat and Periscope. [URL: <http://www.niemanlab.org/reading/a-day-by-day-digital-documentary-covering-the-refugee-crisis-on-snapchat-and-periscope/>] internet adresinden 16 Ekim 2017 tarihinde edinilmiştir.

Shontell, A. (2015). Twitter quietly bought a video startup that hasn't launched yet, Periscope. [URL: <http://www.businessinsider.com/twitter-acquires-periscope-for-a-sizable-amount-2015-3?op=1>] internet adresinden 6 Nisan 2017 tarihinde edinilmiştir.

Skip Around The World. (2015). [URL: <https://medium.com/@periscope/skip-around-the-world-bd419f1ade3b#vke06oh7d>] internet adresinden 16 Ocak 2016 tarihinde edinilmiştir.

Stephens, M. (2005). Broadcast News. Thomson Wadsworth (4th Edition) Belmont CA.

Steward, P. & Alexander, R. (2016). Broadcast Journalism: Techniques of Radio and Television News. NY: Routledge

Şeker, T. (2009). Teknoloji ve Televizyon. Konya: Literatürk Yayınları.

Şıvgın Dünder, L. (2015). Periscope ve Medya Devrimi. [URL: <http://www.politus.com.tr/detay/periscope-ve-medya-devrimi>] internet adresinden 4 Nisan 2017 tarihinde edinilmiştir.

Thomchak, A. M. (2015). A live stream of sexist comments? [URL: <http://www.bbc.com/news/magazine-33853288>] internet adresinden 16 Ocak 2016 tarihinde edinilmiştir

(Erişim tarihi: 10 Ocak 2016).

THY uçağında 'Periscope' paniği (2015). [URL: <http://m.hurriyet.com.tr/Haber?id=30000638>] internet adresinden 10 Ocak 2016 tarihinde edinilmiştir.

Tompkins, A. (2015). How should journalists navigate Meerkat, Periscope, Kik (and what the heck is Tarsii?). [URL: <http://www.poynter.org/2015/how-should-journalists-navigate-meerkat-periscope-kik-and-what-the-heck-is-tarsii/331251/>] internet adresinden 16 Nisan 2015 tarihinde edinilmiştir.

Topluluk Kuralları (2015). [URL: <https://www.periscope.tv/content>] internet adresinden 19 Mayıs 2015 tarihinde edinilmiştir.

Twitter Usage (2015) <https://about.twitter.com/company> (Erişim Tarihi: 03 Mart 2016).

Twitter: number of monthly active users 2010-2017 (2017). [URL: <https://www.statista.com/statistics/282087/number-of-monthly-active-twitter-users/>] internet adresinden 29 Eylül 2017 tarihinde edinilmiştir.

Twitter, Periscope'un Türkiye'deki ismini "Scope" olarak değiştirdi (2017). [URL: <https://www.ntv.com.tr/teknoloji/twitter-periscopeun-turkiyedeki-ismini-scope-olarak-degistirdi,d9CIKc0VBESD94JIY-zVVQ>] internet adresinden 23 Eylül 2017 tarihinde edinilmiştir.

Ünal, R. (2017). Yeni Medyada Yeni Habercilik ve İş Modeli Arayışları: Medyascope Örneği. Galatasaray Üniversitesi İletişim Dergisi, 26, 83-107.

Will Periscope's New Updates Help Newsgathering? (2015). [URL: <http://bbcnewslabs.co.uk/2015/11/18/periscope/>] internet adresinden 19 Ocak 2016 tarihinde edinilmiştir.

Year One (2016). [URL: <https://medium.com/@periscope/year-one-81c4c625f5bc#.bl5gkh4q8>] internet adresinden 28 Mart 2016 tarihinde edinilmiştir.

BİR ÖTEKİLEŞTİRME PRATIĞİ: TÜRKİYE'DE YAŞAYAN SURİYELİLERE YÖNELİK TUTUMLAR

AN OTHERING PRACTICE: ATTITUDES TO SYRIAN REFUGEES IN TURKEY

Özet

Dünyada milyonlarca insan evlerinden ayrılmak zorunda kalmış ve kendi ülkelerinden başka bir yerde yaşamaya zorlanmışlardır. Savaşlar, siyasi ve etnik/mezhepsel çatışmalar, iklim ve ekonomik değişkenler toplu göç yaşantılarının en önemli nedenlerindedir. Dünya üzerinde birçok bölgede - özellikle Ortadoğu'da - sıcak savaş ve çatışma durumu yaşanmaktadır. Suriye'de yaşanan savaş ve savaş koşulları nedeniyle evlerini, ülkelerini terk etmek zorunda kalan binlerce insan buna örnek olarak gösterilebilir.

Suriye'de 2011 yılında başlayan savaşın ardından 5 milyona yakın insan can güvenliği için komşu ülkelere sığınmak zorunda kalmıştır. (Emin, 2016) Dolayısıyla Türkiye açısından gruplar arası ilişkilerin yeni bir boyut kazandığı ve Türk vatandaşlarının hem psikolojik hem de sosyal anlamda temas edecekleri yeni bir sosyal kimlik görünür olmuştur: Suriyeli sığınmacılar.

Bu çalışma Suriyelilere yönelik son yıllarda artan ayrımcı ve ötekileştirici söylemlerin artmış olması gözleminde hareketle; iç grubun (Türk vatandaşları) dış gruba (Suriyeli sığınmacılar) yönelik tutumlarının ötekileştirme pratikleri bağlamında değerlendirilmesine dayanmaktadır. Bu çalışmada ötekileştirmenin nasıl inşa edildiği araştırılmaktadır. Üniversite öğrencileri ile yapılan görüşmeler esas alınmaktadır. Yarı-yapılandırılmış mülakat soruları ile yapılan görüşmelerin içerik analizi yöntemiyle değerlendirilmesi hedeflenmektedir.

Anahtar Kelimeler: Ötekileştirme, tutum, sığınmacı, Suriyeli sığınmacı.

Abstract

Millions of people in the world have had to leave their homes and forced to live elsewhere. There are many causes of mass migration such as wars, political and ethnic/ sectarian conflicts, climate, economic conditions. There are civil wars and conflicts in many parts of the world, especially in the Middle East. Thousands of people have to leave their homelands because of the war in Syria.

After the war started in Syria in 2011, nearly 5 million people had to migrate to neighbouring countries for safety (Emin, 2016). Thus, in terms of Turkey, the relationship between the groups has gained a new dimension and a new social identity that the Turkish citizens would contact both psychologically and socially is emerged: Syrian refugees..

From the observation that the increasing discriminatory and alienating discourses towards Syrians have increased in recent years, the study aims to examine attitude of internal group (Turkish citizens) towards external group (Syrian refugees) in the context of alienating practices. The study bases on result of interviews with university student. Interviews are evaluated with content analysis method.

Key Words: othering, attitude, refugee, Syrian refugees.

GİRİŞ

*“ Kardeşime karşı ben,
Kuzenime karşı ben ve kardeşim,
Dünyanın geri kalanına karşı ben, kardeşim
ve kuzenim ”*

Arap Atasözü

Göç, savaş, şiddet ve toplumlar üzerindeki etkisi dünyanın, dolayısıyla sosyal bilimlerin en önemli sorusu/meselesi arasında yer edinmiştir. Gittikçe küreselleşen dünyada farklı grupların bir arada yaşam koşullarını zorlaştıran etnik/mezhepsel sorunlar beraberinde göç ve yerinden olma/edilme mağduriyetlerini de getirmektedir. Son yıllarda özellikle Ortadoğu başta olmak üzere dünyanın farklı coğrafi bölgelerinde yaşanan savaş ve çatışma durumları farklı grupların birbirleriyle olan temaslarını ve bir arada yaşama becerilerini zorlaştırmakta; zorunlu ya da gönüllü göçleri beraberinde getirmektedir.

2015 yılı itibariyle tüm dünya genelinde 244 milyon kişinin doğduğu ülkeden farklı bir ülkede yaşadığı bilinmektedir (UN, 2016). Bu durum dünya nüfusunun %30'unun göçmen-sığınmacı –mülteci olduğuna işaret etmektedir

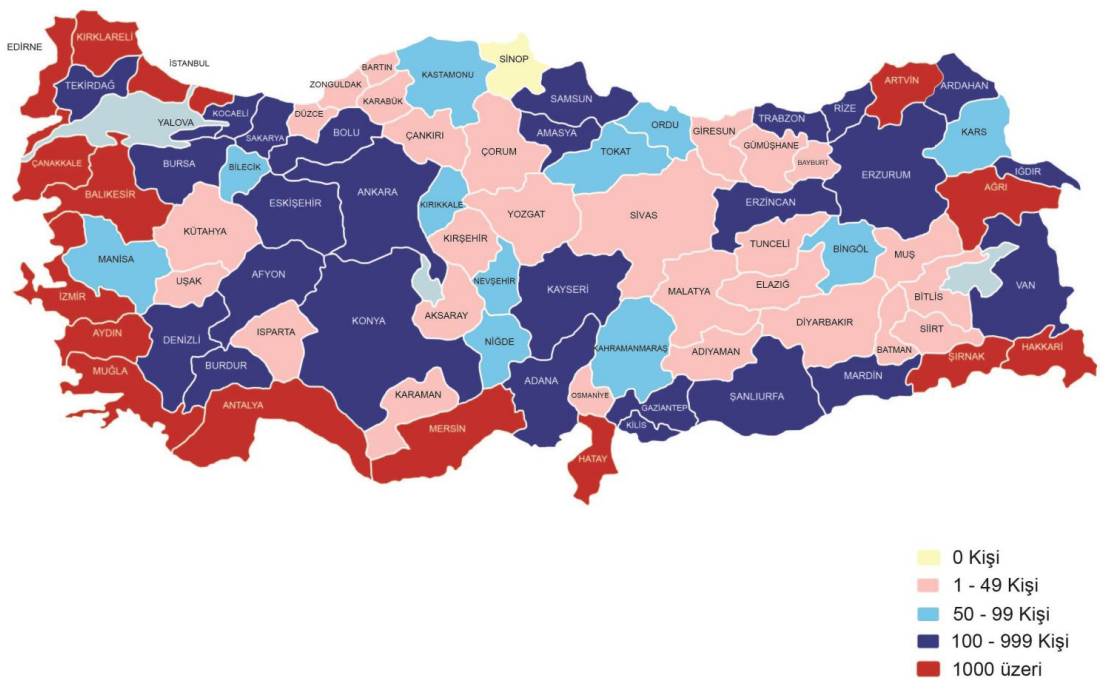
(Düşündere & Çilingir, 2017).

Mülteci-Sığınmacı Kavramı

Uluslararası göç ve yabancılara dair sorunlar kamuoyunda tartışılırken veya yazılı/görsel basında yer alırken farklı terimlerin birbirlerinin yerine kullanıldığı bilinmektedir. Kamuoyunun uluslararası göç konusuna gösterdiği tepkinin niteliğini belirleyen de söz konusu “yabancıların” hangi motivasyonla göç ettiği Genellikle daha iyi ekonomik koşullara erişmek üzere kendi iradesiyle ülke değiştiren kişiye göçmen (migrant) denmektedir ve bu terimin, “kişisel rahatlık” amacıyla ve dışarıdan herhangi bir zorlama unsuru olmaksızın ilgili kişinin hür iradesiyle göç etmeye karar verdiği durumları kapsadığı kabul edilmektedir (Uluslararası Göç Örgütü/IOM, 2009).

Sığınmacı/mülteci kavramına baktığımızda ise gönüllülük esasından ziyade zorunlu yer değiştirme durumunu görebiliriz. Savaş ve çatışma ortamlarının yarattığı hayati tehlikeler ve güvenlik endişeleri sebebiyle vatanını, evini terk etmek zorunda kalan kişi mülteci (refugee) veya sığınmacı (asylum seeker) olarak tanımlanmakta ve bu olguya da iltica

2016 YILINDA YAKALANAN DÜZENSİZ
GÖÇMENLERİN İLLERE GÖRE DAĞILIMLARI



(Adana Göç Derneği, 2016)

(asylum) adı verilmektedir (Akgün, 2016). Siyasi ve toplumsal temellendirmeleri de kapsayan daha kapsamlı mülteci tanımı ise 1951 tarihli Mültecilerin Hukuki Durumuna İlişkin Cenevre Sözleşmesi'nde yer almaktadır. (akt. Barkın, 2014). Dolayısıyla mülteciler/sığınmacılar sosyal kazanç ve statü elde etmekten ziyade çatışma ve şiddet ortamından kaçmak, sosyal ve insani anlamda var olmak için zorunlu göç etmek durumunda kalan kişiler olarak bilinmektedirler (Gökçan ve ark., 2015).

Suriye'de meydana gelen iç karışıkların artması ve sürecin bir iç savaşa dönüşmesiyle öngörülebilir bir sonuç olan Suriye'den Türkiye'ye doğru mülteci/sığınmacı akını 2011 yılının Nisan ayı içerisinde başlamıştır. Türkiye, Birleşmiş Milletler Mülteciler Yüksek Komiserliği'nin (BMMYK) Kasım 2014 tarihli son verilerine göre komşu ülkelere sığınan kayıtlı Suriye vatandaşlarının en yüksek olduğu ülkedir (Kap, 2014). Türkiye 2016 yılı itibariyle yaklaşık 2.764.500 Suriyeli göçmene geçici koruma statüsü vermiştir (Göç İdaresi Genel Müdürlüğü, 2016)

Kayıtlı Suriyeliler arasında yaklaşık 220.000 kişi Türkiye'deki 21 kampta (Gaziantep'te 4, Urfa'da 4, Hatay'da 4, Kilis'te 2, Mardin'de 2, Adana'da 1, Osmaniye'de 1, Kahramanmaraş'ta 1, Malatya'da 1, Adıyaman'da 1) ikamet etmekteyken, geri kalanı kamplar dışında ikamet etmektedir. 19 Eylül sonrasında Suruç krizi (Ayn Al Arab/Kobanê) nedeniyle Türkiye'ye giriş yapan Suriyelilerin sayısı ise 190.000 civarındadır (Karaca ve Doğan, 2014). Gelen sığınmacı sayısının fazla olması ve barınma kamplarının yetersizliği gibi nedenler, sığınmacıların kentlerin merkezine yönelmesine ya da diğer şehirlere de göç etmesine sebep olmuştur (Harunoğulları & Cengiz, 2014). Bu göçmenlerin tamamı yasal yollardan ülkeye girmemiş olup yasa dışı girenler haritada gösterilmiştir.

Düzensiz ve yasadışı göçmenlere ilişkin verilen veriler mülteci hareketliliği ve yoğunluğunu gözler önüne sermektedir. Yoğun göç hareketliliği sosyolojik ve sosyal psikolojik temelde bir çok araştırmaya da konu edilmektedir. Söz konusu çalışmalar çoğunlukla sosyo-kültürel yapı-travma ilişkisi, ekonomik ve sosyal dışlanma, uyum sorunları, empati ve tehdit algısıyla ilgili ilişkililerdir.

(Karasu, 2016; Karaoğlu, 2015; Bekaroğlu & Demirtaş, 2013). Özellikle Ortadoğu'dan gelen sığınmacıların Türkiye'ye kültürel uyum ve sosyal ilişki kurma konusunda zorluklar yaşadığı görülmektedir (Buz, 2008). İstanbul Kemerburgaz Üniversitesi'nin Suriyelilere yönelik algı ve tutumların belirlenmesiyle ilişkili çalışmada; Suriyelilerle coğrafi ve dini yakınlık (ortak dini kimliğin Müslümanlık olmasından kaynaklı) söz konusu olsa da "birlikte yaşama" yönünde bir isteğin olmadığı ortaya çıkmıştır. Bu durumun nedeni olarak Suriyelilerin kayıt dışı, ucuz emek gücü ile çalışıyor olmaları ile "güvenlik" sorunu yarattıkları gösterilmektedir (Birdal, 2016). Suriyeli sığınmacıların yerleştikleri bölgelerde "ucuz emek" olarak görülmeleri yerleştikleri bölgedeki halkın gözünde olumsuz bir imaja işaret etmektedir. Şöyle ki, zaten yüksek seviyede seyreden işsizlik oranı, Suriyelilerin ucuz iş gücü yaratması ile beraber yerli halkın yaşamını sürdürebilir bir ücretle iş bulma şansını da düşürdüğüne dair bir inanç görünür olmaktadır. Kayıt dışılık ve iş güvencesine dair kaygıların göçmenlerin kabul edilebilirliğini etkilemese bile; muhtemel düşmanlık, ön yargı, tehdit ve göçmenlere yönelik gayri-insanileştirme süreci oluşabileceğine ilişkin çalışmalar bulunmaktadır (Erdoğan, 2015; Karaoğlu, 2015; Özdemir, 2017). Avrupa'ya göç eden farklı kültürel gruplarla olan çalışmaların da tutum, ayrımcılık ve önyargı temelinde olduğu görülmektedir (Yayak, 2015; Lecouter&O'Doherty, 2007). Tüm bu olgular çerçevesinde; Türkiye'de uluslararası siyasi dengeleri ve gruplar arası ilişkileri etkileyen yeni bir sosyal kimlik görünür olmuştur: Suriyeli sığınmacılar.

Sığınmacıların "misafir" olarak toplumsal bir kabul ve onay görmeleri onların ülkede kalıcı olmak isteyip istemediği ikilemine göre farklı bir sürece everilebilir. Şöyle ki, Ekonomik ve Dış Politika Araştırma Merkezinin 2013 yılındaki araştırmasına göre, Türk kamuoyu Suriye'den gelen sığınmacı alımının azaltılması veya durdurulmasının toplumsal ve ekonomik gerilimleri de büyük oranda azaltacağına ilişkin bir inanca sahip görünmektedir. Bu durum Türkiye'de birçok şehirde ikamet eden Suriyelilerin "geçici" ve "misafir" statüsünde kendilerine yer edindikleri algısını güçlendirmektedir. Dolayısıyla toplumda

“Türklük/Türkiyelilik” (biz) ve “Suriyelilik” (onlar) olmak üzere iki farklı grup farklı sosyalleşme süreçlerini tecrübe etmektedirler. Gruplar arası ilişkilerin belirli bir aidiyet ve ortak özellikler temelinde ilerlemesi sosyal gruplara özgü kategorilerin de ortaya çıkmasına, kültürel ve toplumsal algının da söz konusu kategoriler etrafında şekillenmesine neden olmaktadır. Doise ve ark.’a (1999) göre iki kategori arasındaki kontrast belirgin olduğu ölçüde, kategorilendirme de etkili olur; bu nedenle kategoriler arası fark abartılarak aynı kategorideki nesnelere, birbirinden fiziksel olarak farklı da olsalar, benzer olarak algılanırlar. İnsanlar, meslek, yaş, cinsiyet, gelir düzeyi, yerleşim yeri gibi çeşitli kriterlere göre gruplandırılabilir gibi aidiyet kriterine göre (etnik ve dini kimlik, sosyal statü), ‘biz’ ve ‘onlar’ veya iç grup (in-group) ve dış grup (out-group) şeklinde de kategorilendirilebilir (Arar & Bilgin, 2010). Belli bir grubun üyelerini başka bir gruba ait olmalarından dolayı “farklı” ya da “olumsuz” olarak algılamak ötekileştirmenin ilk basamağı olarak değerlendirilmekte ve gruplar arası etnik, kültürel ve sosyal çatışmaların temeli olarak görülmektedir (Bar-Tal, 1990).

Gruplar Arası İlişkilerde Tutum ve Ötekileştirme

Yaşamı farklı ilişkiler ağı içerisinde yaşarken ‘diğer’leriyle olan temasımızı etkileyen birçok faktörle karşı karşıya kalmaktayız. Üyesi olmadığımız, kendimizi ait hissetmediğimiz grup ya da söz konusu grubun üyelerine yönelik iş birliği içinde yaşamayı becerebildiğimiz olumlu süreçlerin yanı sıra; olumsuz duygular ve düşmanca duygular da besleyebilmekteyiz. Kendi aidiyetlerimizi yüceltmek, başka grupları ise “onlar” olarak etiketlemek olumsuz kategorilendirmenin ilk basamağıdır ve düşmanca duyguların serpilip başkalarını “öteki” ilan etme etkinliği olarak görülmektedir (Arar ve Bilgin, 2009). Ötekileştirme, ait olmadığımız kişi veya gruplara yönelik tutum, kanaat, inanç, anlam ve stereotipler gibi farklı bilişsel öğelere işaret etmektedir. Hedef kişi ve grupların toplumun gözünde ‘haksız’, ‘meşruiyet dışı’ veya ‘eksik’ hale gelmesi/getirilmesine vurgu yapan ötekileştirme süreci; kabul gören normatif sınırların dışında kalan grup veya kişilerin olumsuz kategorilerle işaretlenmesini ifade etmektedir (Bar-Tal,

1990).

Günümüz modern ve kapitalist dünyada bireyi ve toplumları karşı karşıya getirecek rekabet ve çatışma ortamının varlığı kaçınılmazdır. Bireyler ait oldukları grupların ortak çıkarlarına hizmet etmesi uğruna kendilerine/kendi gruplarına “daha anlayışlı ve toleranslı”, diğer gruplara ise “daha anlayışsız” davranma eğiliminde olabilirler. Çıkar çatışması içinde bulunan gruplar, kendilerine ve diğerine karşı farklı bir tutum izleme, farklı davranışlar sergileme, ilişkilerinde birbirinin imajını bozma, kişi veya grubun onlara özgü özelliklerini silme, değersiz kılma ve ayrımcı davranışlar gösterebilirler.

Hem uluslar düzeyinde hem de gruplar düzeyinde düşündüğümüzde; farklı kimlik ve grup yapılarının birbirlerine yönelik toleransları gün geçtikçe azalmaktadır. Bu süreç beraberinde birbirini olumsuz olarak etiketlemeyi, “diğer”i olarak görmeyi, böylelikle kolektif kimlik arayışında da artışa neden olabilmektedir. Sosyal psikolojik bir perspektifin M. Sherif’ten (1966) bu yana ön gördüğü bir durum tespiti olarak; gruplar üst bir hedefe yönelik ortak motivasyonlara sahip değil iseler; zamanla onları var eden farklılıkları “yok saymaya” başlayabilirler. Başka grupları dışlamak, kendi grubunu ise yüceltmek farklı motivasyonlar sağlamaktadır. Her dışlama, grup içi sosyal bağı da pekiştirmekte; dışlananların, kötü veya ‘riskli’ olduğuna inanmak grup içinde güvenlik duygusuna hizmet etmektedir (Arar & Bilgin, 2010). Böylece farklı kesimlerin birbirlerine yönelik bu tutumu “öteki”nin inşa edilmesine olanak tanımaktadır.

Toplumda farklı sınıfsal, etnik, dinsel ya da sosyo-kültürel grupların birbirlerini “öteki” ilan etme süreçlerinde aracı rol oynayan psikolojik ve politik araçlar da bulunmaktadır. Ataerkil düzen kadını aile ve toplumsal cinsiyet rolleri ekseninde “sıkıştırıp/normatif eştirerek ötekileştirirken; medya, ahlak, töre, politik sistemler de ötekileştirici araçlar olarak kullanılabilir. Foucault’nun (2015) düzenleyici kontroller adını verdiği teknolojinin sağladığı iktidar ve günümüz sosyal medya algısı da ötekileştirici araçlar olarak görülebilir. Ötekileştirmeye işaret eden bu süreç zaman içerisinde günlük çatışmalardan çıkıp daha büyük ölçekli tarihsel çatışmalara evrilebilir.

Bir Ötekileştirme Pratiği: Savaş

Farklı dini ve kültürel kimliklerin birbirlerine yönelik olumsuz algıları da beraberinde ötekileştirmeyi getirmektedir. Ötekileştirme kavramı farklı grupların aleyhine kurulan olumsuz anlam, inanç ve tutumların bütününe işaret ederken kendisine en fazla “tarafdar” bulabileceği ortamlardan faydalanmaktadır. Toplumsal gerilimin ve gruplar arası hassasiyetlerin (farklı azınlıkların bir arada olduğu fakat kimlik ve kültürel haklarının “göze battığı” , farklı grupların çatıştığı, işsizlik ve yoksulluk oralarının yüksek olduğu zamanlar) yoğun yaşandığı kültürel ve sosyal ortamlar, farklı kimlikler aleyhine yayın yapan ve gruplara arası beklentilerin/algıların şekillenmesinde doğrudan aktif rol oynayan basın yayın ve sosyal medya araçları, azınlıklar aleyhine çalışan sivil toplum örgütlerinin varlığı, farklı dinsel ve etnik grupların çatıştığı savaş ve buna bağlı olarak yaşanan terör olaylarının varlığı ötekileştirmenin farklı versiyonlarına zemin hazırlamaktadır. Gerçek çatışmalar teorisinin (Sherif, 1966) de öngördüğü üzere, ortak bir amaç yokluğunda farklı gruplar, birbirini ötekileştirmeye eğilimli olacaktır. Birbirlerini “tehlikeli”, “rakip” ya da “öteki” olarak görmeyi telafi edecek psiko-sosyal mekanizmalar, normatif ve hukuksal çerçeveler bulunmadığında, söz konusu eğilim, sadece bir yatkınlık olmaktan çıkarak eyleme dönüşecektir (Arar&Bilgin, 2010). Nitekim Suriye’de uzun yıllardır süregelen etnik kimlik/mezhep odaklı savaş; birbirlerine olumsuz tutum beslemekten öteye geçmiş grupların kendilerini “biz” olarak var etmek, “diğerlerini” ise “yok etmek” (hem sosyal hem fiziksel hem de politik olarak yok etmek arzusu!) ya da “marjinalleştirerek” öteki kılmak üzerine kurulu bir şiddet sarmalına dönüşmüştür. Bu anlamda ötekileştirme pratiklerinin ırkçılık temelli bağlantıları da bulunmaktadır (Cheran, 2001).

Savaş ve gruplar arası çatışma ortamında can ve mal güvenliğinin yokluğuyla birlikte hayatta kalma kaygısı güden farklı dinamikler de ortaya çıkmaktadır. Özellikle kadınlar ve çocuklar savaş ortamının beslediği güvensiz durumların istismarına açık hale gelebilmekte; ekonomik, sosyal ve psikolojik anlamda farklı sorunlarla karşı karşıya kalabilmektedirler. Dolayısıyla

savaş mağduru insanlar hayatta kalmak uğruna göç ettikleri yerlerde “misafir” ya da “yabancı” olarak etiketlenerek ilk ötekileştirici hamleyle karşılaşmış oluyorlar. Dillerini ve kültürel dokularını bilmedikleri ama adaptasyona/kültürel uyuma zorlandıkları ülkelerde yerel dili bilmeye, düşük statülü işlerde çalışmaya, insani koşulları olmayan kamplarda yaşamaya zorlamak ve bu durumu normatif söylemlerle meşrulaştırmak ötekileştirme sürecini pekiştirmektedir.

Bu çalışmada da savaş ve çatışma ortamında gelişen ilişkiler bağlamında; iç grup olan Türkler/Türkiyelilerin bir dış grup olarak Suriyeli sığınmacılara yönelik tutumlarının hangi “ötekileştirme” pratiklerine göre şekillendiğinin ortaya çıkarılması amaçlanmaktadır. Kullandıkları ötekileştirme tarzlarının daha önce göç deneyimi yaşamış olup olmama durumuna göre nasıl farklılaştığı da araştırmanın sorularındandır.

YÖNTEM

Son yıllarda özellikle Suriyelilere yönelik ayrımcı tutumların günlük hayatta ve günlük konuşma pratiklerinde gözlenmesinden yola çıkarak; sığınmacılara yönelik hangi ötekileştirme tarzlarının daha çok kullanıldığı bu araştırmanın temel sorusunu oluşturmaktadır. Araştırmanın örneklem grubunu farklı şehirlerden gelen ve çeşitli yurtlarda kalan üniversite öğrencileri oluşturmaktadır. Araştırma farklı demografik özelliklere sahip 36 kadın, 9 erkek toplam 45 üniversite öğrencisi ile gerçekleştirilmiştir. Bu çalışma niteliksel bir çalışmadır ve bireylerle yapılan mülakatları içermektedir. Bu çalışmada katılımcıların sığınmacılara yönelik tutumlarının ötekileştirme tarzları çerçevesinde değerlendirmek amacıyla demografik bilgi soruları dışında 13 yarı yapılandırılmış soru ve yorumlamaları beklenen 5 gazete başlığı kullanılmıştır (Ek 1). Bu soru ve ifadeler araştırmacı tarafından daha önceden bazı katılımcılara uygulanan çok sayıda soru arasından seçilmiştir. Mülakat çalışması araştırmacılar tarafından yürütülmüştür.

Her bir katılımcıyla bireysel olarak görüşülmüş olup; görüşmeler ortalama 35-40 dakika sürmüştür. Her bir katılımcı ile yapılan

görüşmelere ilişkin ses kaydı alınmıştır ve daha sonra ses kayıtları bilgisayar ortamına aktarılarak niteliksel analize hazır hale getirilmiştir. Mülakatların analizlerinde Bar-Tal (1990) (I. Grup) ile Volpato ve Cantone'in (2005) (II. Grup) medya ve öteki ilişkisinden hareketle; gazete haberlerinde ötekileştirmenin nasıl yapıldığını ortaya koymak amacıyla geliştirdiği ötekileştirme tarzları esas alınmıştır. I. ve II. grup olarak ayrılan 9 tarz ile günlük konuşmalardaki ötekileştirici ifadelerin tematik olarak analizi (içerik analizi) hedeflenmiştir. Bilgisayar ortamından yazılı metne çevrilen her bir mülakat tek tek incelenmiş ve katılımcıların sığınmacılara yönelik tutumları ile söz konusu ötekileştirme tarzları arasındaki ilişki analiz edilmiştir. Katılımcılar Adana ilinde bulunan ve farklı yurtlarda kalan Çukurova Üniversitesi öğrencileridir ve çalışmaya gönüllü katılmışlardır.

SINIRLILIKLAR

Araştırmanın örneklem grubunu farklı şehirlerden gelen ve çeşitli yurtlarda kalan üniversite öğrencileri oluşturmaktadır. Görüşmeyi kabul eden üniversite öğrencileri arasında kadınların daha istekli olduğu, erkek öğrencilerin ise görüşme yapmaya ve kendini ifade etmeye daha az istekli olduğu gözlenmiştir. Bu nedenle araştırmadaki kadın sayısı görece fazladır. Bu durum cinsiyet ve ötekileştirme eğilimi ilişkisi bakımından farklı bir araştırma süreci ile değerlendirilebilir olmakla beraber; bu araştırmanın sınırlılıklarından biridir.

Mülakatlar çerçevesinde yapılan alıntıların, araştırmacı yanlılığına sebebiyet vermemesi açısından her iki araştırmacı tarafından tek tek irdelenmiştir. Fakat niteliksel analiz sürecinde konuşulan her sözün mülakatın bütünü ve anlamını değiştireceği bilgisinden hareketle; araştırmaya dahil edilemeyen alıntıların da süreci etkileyebilme potansiyeli bulunmaktadır.

BULGULAR

I.Grup: Bar-Tal'in Ayırt Ettiği Tarzlara Göre Ötekileştirmeler

1. Sosyal dışlama

Dış grup olarak görülen "yabancı" ya da "bizden olmayan" grubun marjinalleştirilerek

toplumdan kopukluğuna işaret etmektedir. Bu araştırmaya katılan kişilerin kullandıkları en fazla tarz sosyal dışlama olmuştur.

Örneğin:

2. katılımcı, 18 yaş, kadın

"... Hepsi defolup memleketlerine gitsinler... Suriyeliler çok beter."

5.katılımcı, 21 yaş, kadın

"... Kesinlikle (vatandaşlık) verilmemeli onlara. Kaldıkları sürece verilen hiçbir hak kalıcılaşmamalı.."

22. katılımcı, 18 yaş, kadın

"... Onlardan (Suriyeliler) bazıları yapılan iyiliğe rezil bir şekilde karşılık veriyorlar... Hepsi çadır kentlerde kalmalıdır!"

2. İnsanlık dışına atma-insanlıkta alçaltma

'Farklı olan'a karşı acımasız ve toleranssız olmayı, 'öteki'ne yönelik şiddeti meşru hale getirecek söylemler olarak tanımlanabilir. Bu tarz, beklenene/norma uygun olmayan davranışlar sergileyenlere yönelik onları "insanlıktan çıkarmayı ya da insani olan hiçbir şeyden faydalanmamayı haklı görmeyi içermektedir.

10.katılımcı, 22 yaş, kadın

"onlara (Suriyeliler) sosyal güvenceye gerek yok bence, önce hak etsinler. İnsan olan bunu hak eder!"

40. katılımcı, 20 yaş, erkek

"cono (Adana ilinde kendi mahalle kültürleri olan bir topluluk), Çingene, abdal azdı bi de bunlar çıktı ya..biz Türk olarak mazlumunu yine koruruz, zalim değiliz biz ama bunların vatansız, namussuzu, tembeli, hırlısı hırsız bize geldi... bi b.k hak etmiyorlar"

3. Olumsuz özellikler atfetme

Üyesi olunmayan ya da öteki olarak algılanan grup ya da bireyleri olumsuz özelliklerle yargılamayı ve bu şekilde hedef göstermeyi içermektedir.

40. katılımcı, 20 yaş, erkek

"...onların hırlısı hırsız geldi, vatansız geldi ne olacak..vatanını seven namuslu adalar orda (Suriye'de) kaldı buraya iti, uğursuzu geldi."

45. katılımcı, 24 yaş, erkek

"...tahmin ediyorduk zaten suç oranının bunların gelmesiyle artacağını..Hırsızlık da yapar bu tür insanlar gülkenin gelişimini engelleyen unsur olarak görülüyorlar. Cahiller sonuçta yani."

4. Siyasal etiketleme

Bir grubu ya da kişiyi siyasal açıdan damgalama sürecime işaret etmektedir. Grubu özel/tehlikeli bir forma sokarak; onların bir grup, kültür ya da millet olarak “kötü” algılanmasının sağlanmasıdır.

17. katılımcı, 22 yaş, kadın

“Kendi devletlerine sahip çıkmıyorlar (El-Bab’ gönderilen Türk askerleri hatırlatılınca). Bu anlamda tembel sorumsuz bir halk gibi, tipik Arap kültürü işte...”

2.katılımcı, 18 yaş, kadın

“Suriyeliler çok beter, geldikleri yer gibi burayı da işgal ediyorlar. Resmen Arap işgali...”

5. Gruplar arası kıyaslama

Bir grubu alçaltmak amacıyla kendi kültürel özelliklerini yüceltmek, diğer’ini “kötü” grup pozisyonuna yerleştirmektir. İki grubu karşı karşıya getirecek söylemlere işaret etmektedir.

9.katılımcı, 19 yaş, kadın

“ya şimdi hak (vatandaşlık hakkı) verilir ama buranın vatandaşından daha çok hak verildiği zaman vatandaş kabul etmez. Zaten öyle de oluyor verilsin ama benim hakkımdan çok verilmesin, sonuçta o Suriyeli yanı buradan değil...”

14. katılımcı, 20 yaş, kadın

“...Besle kargayı oysun gözünü! Biz besleyelim onlar hainlik yapsın, iyi niyete karşı hainlik-vefasızlık gibi yani...”

35. katılımcı, 22 yaş, kadın

“kamplar kurulup, ayrı şehirler yapılmalı onlara, sonuçta memleket bizim, onlar halkın içine çok karışmamalı. Eğitim seviyesine göre halka iç dış olunmalı, cahil Suriyelinin normal Türkiye vatandaşı biriyle konuşması bile saçma yani. Sonuçta Suriyeli reziller, dükkan açıp vergi vermezler, bedava muayene olurlar. Bu ayrıcalıklar biz Türkleri ayaklandırır yakında...!”

II. Grup: Volpato ve Cantone’nin Ayırt ettiği Tarzlara Göre Ötekileştirmeler

6. Dış grubun sayısal önemini abartma

Bir grubun üyelerinin sayısını abartarak grubun riskli/tehlikeli ve tehdit kaynağı olduğu yönündeki düşüncelerin ve duyguların ön plana çıkarılmasını ifade etmektedir.

18.katılımcı, 18 yaş, kadın

“Bence ülkenin her kesimine kontrolsüzce yerleşmelerine önlem alınmalı. Sayıca çok fazla olmak sonuçta karmaşa ve tehlikeyi arttırır. Vatandaşlık verilmesine de karşıyım, hangi birine vereceksin. Güvenliği nasıl sağlayacaksın?”

6. katılımcı, 22 yaş, kadın

“Onları tam olarak dışlamayarak ama içimizde de barınmasını engelleyecek şekilde bir sosyal güvence sunulmalı... Sayıca çoklar yani uyum sorunu olur iç içe olursak...6 sayısını (‘Suriyeli 6 hırsız yakalandı’ haberine istinaden) çok fazla, bu yüzden insanı korkutuyor...”

12. katılımcı, 22 yaş, kadın

“Ooo felaket (yaşam biçimleri). Ben hayatımda Adanadaki gibi bir Suriyeli görmedim, her yer Suriyeli dolu... İnsanın ekmeğini elinden alırlar.”

7. Grubun kendisinde mahkum edilmesi

Öteki olarak görülen grup ya da bireylerin kökensel aidiyetleri üzerinden olumsuz anlamlar yaratma sürecine işaret etmektedir. Buna göre hedef grubun özünde “bozuk” olduğuna inandırma çabası mevcuttur (Arar ve Bilgin, 2009).

12. katılımcı, 22 yaş, kadın

“Adana’da bir tane bile sakin bir Suriyeli yok mesela, hepsi sorunlu, gergin...Paramı aldılar, insanların elinden yiyecek aldılar şahit olduk.. Tipik Ortadoğulu, ya da ne bileyim Arap yaşamı sanırım. Yüz verdik astarını istiyorlar”.

8. Başat grubun temel özelliklerinin ve törelerinin yokluğu

Toplumun temel değerlerinden hedef grubun yoksun olduğunu ifade eden bir ötekileştirme tarzıdır. Millet-ulus ve ahlaki ve dini değerler temel alınarak grubun yoksunluğuna işaret edilmektedir.

44. katılımcı, 22 yaş, erkek

“Ne kadar hak tanırsan tanı azla yetinmeyi bilmiyor bunlar. Gözleri hep daha yükseklerde, çok talepkar, tembel bir millet yani... Bedavaya alışmışlar, biz nasıl çalışıyoruz bu ülkeye vergi ödüyoruz. Onlar her şeyden ücretsiz yararlanıyor...”

9.Dış grubu soyutlama, yalnız ve zayıf gösterme

Grup ya da kişinin kimse tarafından istenmediğini, kötü, zayıf ve yetersiz olduğunu ifade eden ötekileştirme tarzına işaret etmektedir.

Tablo 2. Göç Deneyimi Olan ve Göç Deneyimi Olmayan Katılımcıların Kullandıkları Ötekileştirme Tarzları

Ötekileştirme Tarzları	Göç Deneyimi Olan Katılımcılar (10 kişi)	Göç Deneyimi Olmayan Katılımcılar (35 kişi)
İnsanlık dışına atma & insanlıkta alçaltma	35,40	1,2,10, 12, 13, 44, 45
Olumsuz özellikler atfetme	7, 35, 37, 38, 40	1, 2, 10, 12, 13, 15, 18, 23, 26, 27, 45
Sosyal dışlama	7, 38, 40	2, 3, 5, 8, 9, 10, 16, 18
Siyasal etiketleme	7	2, 13, 17
Gruplar arası Kıyaslama	6, 7, 35, 37, 42	5, 8, 9, 10, 12, 13, 14, 15, 16, 17, 18, 19, 23, 26, 44, 45
Başat Grubun Temel Özelliklerinin ve Törelere Yönelik Olumsuzlukları	36	13, 15, 27, 44
Dış Grubun Sayısal Önemi Abartma	6, 35	3, 5, 13, 18, 27
Grubun Kendisine Mahkum Edilmesi		2, 10, 12
Dış Grubu Soyutlama veya Zayıf Gösterme		1, 5, 10, 12, 19, 21

Aşağıdaki çizelge-1’de görüldüğü üzere, “gruplar arası kıyaslama” ve Suriyeli sığınmacılara “olumsuz özellikler atfetme” en yüksek oranda kullanılan ötekileştirme tarzları olarak görülmektedir. Sığınmacılarla yerli halkı (Türkleri/Türkiyelileri) sahip oldukları kültürel özellikler/farklılıklar (Sığınmacıların Türklerin misafirperverlikleri sayesinde barındıkları, sığınmacıların ülkede suç oranını yükselttiği halde yerli halkın onları ‘hoş gördükleri’, sığınmacıların Türklerle aynı oranda vatandaşlık haklarına sahip olmamaları gerektiği, Suriyeli sığınmacıların hepsinin değil belli sayıda ve belli eğitim seviyesinde olanların ülkeye alınmalarının doğru olacağı, onların “bizim” gibi uyumlu ve hoş görülmesi) bağlamında karşı karşıya getiren söylemlerle karşılaşmıştır.

Araştırmaya katılan 11 kişi ise Suriyeli sığınmacılara yönelik herhangi bir ötekileştirici söylem içerisine girmemiştir. Araştırmada dikkati çeken diğer bir nokta ise; katılımcıların yalnızca 2’sinin (24, 43) Suriyelilere vatandaşlık hakkı tanınmasına olumlu baktığı görülmüştür. Araştırma bulguları göç deneyimi olan gençlerin olmayanlara göre ötekileştirme pratiklerini daha az kullanmaları bakımından dikkat çekicidir. Grubun kendisine mahkum edilmesi, dış grubu soyutlama/zayıf gösterme göç deneyimi olan hiç kimse tarafından kullanılmamıştır. Araştırmaya katılan gençlerin 40’ı Adana’da yaşamaktan mutlu olduklarını ifade etmiştir. Bu durum Suriyelilerin yoğun

olarak yaşadığı Adana genelinde; mültecilerin ve gençlerin yoğun olarak yaşadıkları bölgelerin farklı olması ve aralarındaki temasın sınırlı olmasıyla ilişkilendirilebilir. Çalışmaya katılan 45 kişiden 25’i hiç Suriyeli tanıdık veya arkadaş edinmediğini ifade etmiştir. Bu sonuç, söz konusu iki grup arasında temasın olmadığını ya da sınırlı olduğuna dair görüşü desteklemektedir.

Ötekileştirme tarzları	N
1.Sosyal dışlama	8
2.İnsanlık dışına atma-insanlıkta alçaltma	9
3.Olumsuz özellikler atfetme	16
4.Siyasal etiketleme	4
5.Gruplar arası kıyaslama	21
6.Dış grubun sayısal önemini abartma	7
7.Grubun kendisinde mahkum edilmesi	3
8.Başat grubun temel özelliklerinin ve törelere yönelik olumsuzlukları	5
9.Dış grubu soyutlama, yalnız ve zayıf gösterme	6

Çizelge-1: Ötekileştirme Tarzlarının Kullanımı

Çizelgedeki ötekileştirme tarzlarının hiçbirini kullanmamış olan katılımcılar: 25, 28, 29, 30,31, 32, 33, 34, 39, 41, 43.

SONUÇ

Çalışmada üniversite gençlerinin Suriyeli mültecilere yönelik tutumları göç yaşamış ya da yaşamamış olma durumlarına göre incelenmiştir. Çalışmanın sonuçları göç deneyimi olan gençlerin olmayanlara göre ötekileştirme pratiklerini daha az kullanmaları bakımından dikkat edicidir. Söz konusu katılımcıların çoğu daha önce göç deneyimi yaşamış, Kürt kimliğine sahip (Türkiye'nin özellikle Doğu ve Güneydoğu illerinde yaşayan farklı kültürel özelliklere sahip bir grup) sığınmacıları 'öncelikle insan haklarından faydalanması ve yaşaması gereken insan topluluğu' olarak görmeleri ortak noktaları sayılabilir.

Ötekileştirici tarz ve pratiklerin yerleşik hale gelmesinde medyanın rolünün de belirgin olduğu söylenebilir. Sosyal medya ve yazılı basın alanında yapılan haberlerde medyanın kullandığı dil gruplar arası çatışmayı derinleştirmektedir. Gazeteler ideolojik ayrışmalara rağmen kimi zaman ortak grupları hedef göstermekte; kimi zaman da ötekileştirdikleri gruplar konusunda ayrışmakta, çatışmaktadırlar (Arar & Bilgin, 2010). Türkiye'deki medya unsurlarının da Suriyeliler konusunda hedef gösteren bir tutuma sahip olduğu söylenebilir.

"Suriyeli hırsız", Suriyeli dilenci", "Suriyeli mahallesi" gibi etiketler olumsuz özelliklerin Suriyelilerle ilişkilendirilmesini kolaylaştırmakta ve Suriyelilerin "öteki" olarak işaretlenmesini meşrulaştırmaktadır. Suriye sınırına yakınlığı, büyükşehir olması ve 1 adet mülteci çadırı bulundurması sebebiyle mültecilerin yoğun olduğu Adana ilinde katılımcıların yarısından fazlasının mültecilerle hiç iletişime/temasa geçmemiş olması dikkat çekicidir. Adana ili farklı bölge ve coğrafi yerleşkelerden yıllardır süregelen göç dalgalarına "ev sahipliği" yapan en büyük illerden biridir ve bu özelliği nedeniyle göç ve mülteci araştırmaları bağlamında potansiyel "ortak değerleri" taşıması beklenebilir. Buradan hareketle Türk halkı ile Suriye halkının ortak din bağı/İslam ve mezhep birliği olmasına rağmen kaynaşmadığı ve Suriyelilerin bir

alt kültür olarak yaşadığı düşünülmektedir. Karaoğlu'nun (2015); yüksek eğitimli kişilerin Suriyelilerle olan pozitif temasının daha fazla olduğu görüşünün tersine Adana'da ikamet eden üniversite öğrencilerinin Suriyeli göçmenlerle sınırlı ve olumsuz tutuma işaret eden bir algıya sahip olduğu görülmektedir. Bu sonuç İstanbul Kemerburgaz Üniversitesi'nin Suriyelilere yönelik algı ve tutumların belirlenmesiyle ilişkili çalışma ile paralellik göstermektedir. Suriyelilerle coğrafi ve dini yakınlık olsa da "birlikte yaşama" yönünde bir isteğin olmadığı ortaya çıkmıştır. Bu durumun nedeni olarak Suriyelilerin kayıt dışı, ucuz emek gücü ile çalışıyor olmaları ile "güvenlik" sorunu yarattıkları gösterilmektedir (Birdal, 2016). Şöyle ki, zaten yüksek seviyede seyreden işsizlik oranı, Suriyelilerin ucuz iş gücü yaratması ile beraber yerli halkın yaşamını sürdürebilir bir ücretle iş bulma şansını da düşürdüğüne dair bir inanç görünür olmaktadır. Bu durum Suriyelilere yönelik olumsuz tutumları da beraberinde getirmektedir. Örneğin; vatandaşlık hakkı verilmesine yönelik olumsuz tutum; sığınmacıları ötekileştirmek ve hem siyaseten hem de kültürel anlamda dışlamanın bir zemini olarak görülebilir. Bunun yanı sıra vatandaşlık hakkı vermek yerine insani ve etik koşulları içeren mülteci politikasının sığınmacıların lehine olacağını savunan bir anlayış da bulunmaktadır. Bu anlayış ortak din ve mezhebe sahip olmakla, daha önce göç ve ayrımcı pratiklere maruz kalmakla ilişkilendirilebilir. Ortak din algısı yüksek olan katılımcılar da dâhil "misafirlik" bitimine kadar çeşitli hakların sağlanmasına "tolerans" gösterildiği fakat kalıcı vatandaşlık söz konusu olduğunda olumsuz tutumların arttığı gözlenmiştir. Bir grup kimliği olarak Sünni Müslümanlık kavramı "birleştirici" bir unsur gibi görülse de önyargıların ve olumsuz tutumların azalmasında yeterli görünmemektedir. Yıldırım (2015)'in çalışmasında birleştirici bir unsur olarak ortaya çıkan 'ortak din kardeşliği' bu araştırmada birleştirici bir değer olarak açığa çıkmamaktadır. Bu durum milliyetçilik, din ve "yabancılar" yönelik ortak ulusal reflekslerle bağlantılı olarak; Suriyeli mültecilere yönelik tutumların "sonu gelmeyen misafirlik" olgusu karşısında katılaştığını ve biz-onlar ikilemini

KAYNAKÇA

Adana Göç Derneği (2016), [http://adana.goc.gov.tr/tr/page/goc_duzensiz-goc-4710] internet adresinden 20 Mart 2017 tarihinde edinilmiştir.

Akgün, N. (2016). Suriyeli mültecilerde ruhsal iyilik hali ve ilişkili faktörlerin değerlendirilmesi. Yayımlanmamış tıpta uzmanlık tezi, Selçuk Üniversitesi/Tıp Fakültesi, Konya.

Barkın, E. (2014). 1951 Tarihli mülteciliğin önlenmesi sözleşmesi. Ankara Barosu Dergisi, (1), s:333-360.

Bar-Tal, D. (1990). Causes and consequences of delegitimization: Models of conflict and ethnocentrism, Journal of

Social Issues, 46(1), s:65-81.

Bekaroğlu, E., Demirtaş, H. (2013). Evden uzakta olmak: sığınmacıların/mültecilerin psikolojik sorunları ve alınacak önlemler. Kriz Dergisi, 21(1-2-3), s:11-24.

Bezirgan Arar, Y., Bilgin, N. (2009). Gazete haber başlıklarında ötekinin inşası. Kültür ve İletişim Dergisi, 12(2),

s:133-157.

Bezirgan Arar, Y., Bilgin, N. (2010). Gazetelerde ötekileştirme pratikleri: Türk basını üzerine bir inceleme. İletişim Kuram Araştırma Dergisi, Sayı:30, s:1-18

Birdal, K. B. (2016, Temmuz 14). Suriyeli sığınmacılara vatandaşlıktan önce mülteci statüsü verilmeli. [URL: https://www.haberler.com/doc-dr-banu-kavakli-birdal-suriyeli-siginmacılara-8606677-haberi/]. İnternet adresinden 22 Nisan 2017 tarihinde edinilmiştir.

Buz, S. (2008). Türkiye'deki sığınmacıların sosyal profili. Polis Bilimleri Dergisi, 10(4), s:1-14.

Cheran, R. (2001). Xeno-Racism and international migration, Canada's Journal On Refugees, 19(6). S:1-3.

Düşündere, A., Çilingir, Y. (2017, Ocak). Göçmenlere karşı kötümserlik artıyor mu? TEPAV.

[URL: http://www.tepav.org.tr/upload/files/1484569301-3.Gocmenlere_Karsi_

Kotumserlik_Artiyor_Mu.pdf]. İnternet adresinden 1 Mayıs 2017 tarihinde edinilmiştir.

Doise, D., W., Spini, D. & Clemence, A. (1999). Human rights studied as social representations in a cross-national context. European Journal of Social Psychology, 29, s:1-29

Emin, M.N. (2016). "Türkiye'deki Suriyeli Çocukların Eğitimi Temel Eğitim Politikaları". SETA.

Erdoğan, M., M. (2015). Türkiye'deki Suriyeliler: toplumsal kabul ve uyum araştırması, İstanbul: İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları.

Foucault, M. (2015). Büyük kapatılma (Çev. I. Ergüden, F. Keskin). İstanbul: Ayrıntı Yayınları (4. Baskı).

Göç İdaresi Genel Müdürlüğü. (2016). 2016 Türkiye Göç Raporu (T.C. İçişleri Bakanlığı Göç İdaresi Genel Müdürlüğü Yayın No: 40 1-91). Ankara, İç İşleri Bakanlığı Göç İdaresi Genel Müdürlüğü.

Gökçan, G. ve Açıkyıldız, Ç. ve Ataman, S. (2015). Göç ve Mültecilik. [URL: (http://multeci.net/index.php?option=com_content&view=article&id=58%3:goc-ve-multecilik&catid=35%3:goc-ve-multecilik&Itemid=14&lang=tr) internet adresinden 1 Mayıs 2017 tarihinde edinilmiştir.

Harunoğulları, M. ve Cengiz, D. (2014). Suriyeli göçmenlerin mekânsal analizi: Hatay (Antakya) örneği, TÜCAUM VIII. Coğrafya Sempozyumu 23-24 Ekim, 2014. Ankara.

Kap, D. (2014) Suriyeli mülteciler: Türkiye'nin müstakbel vatandaşları .

[URL: http://www.ikv.org.tr/images/files/Akademik-Perspektif-Aralik-2014_30-35(1).pdf.] İnternet adresinden 2 Mart 2017'de edinilmiştir.

Karaca, S., Doğan, U. (2014). Suriyeli göçmenlerin sorunları çalıştay sonuç raporu. Mersin: BİAMER. [URL (http://www.madede14.org/images/b/b0/MersinUnivSuriyeCalistay.pdf)] adresinden 19 Mayıs 2017 tarihinde edinilmiştir.

Karaoğlu, E. (2015). The role of Social dominance orientation, empathy and

perceived threat in predicting prejudice of Turkish citizens toward Syrian immigrants. Yayınlanmamış yüksek lisans tezi, Middle East Technical University, Ankara.

Karasu, M. (2016). Şanlıurfa'da yaşayan Suriyeli sığınmacıların kentle uyum sorunu, Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 21(3), s:995-1014.

O'Doherty, K., Lecouteur, A.(2007). "Asylum seekers", "boat people" and "illegal immigrants": Social categorisation in the media. *Australian Journal of Psychology*, 59(1), s:1-12.

Özdemir, D.(2017). Sosyal kategorilemenin gayri-insanileştirme üzerine etkisi. Yayınlanmamış yüksek lisans tezi, Abant İzzet Baysal Üniversitesi, Bolu.

Sherif, M.(1966). *Incommon predicament. Social Psychology of intergroup conflict and cooperation.* New York: Houghton/Mifflin.

Uluslararası Göç Hukuku –Göç Terimler Sözlüğü-. IOM (2009). Uluslararası Göç Örgütü. No:18. Ed. Bülent Çiçekli.

United Nations-UN (2016) *International Migration Report 2015: High lights*, Department of Economic and Social Affairs, Population Division, ST/ESA/SER.A/375.

Volpato, C. ve Cantone, A. (2005). *Un tour - Autre: Le colonise. Une E'tude de Delegitimation dans la Presse Fasciste. L'Autre:regards psycho-sociaux.* Margarita Sanchez-Mazas ve Laurens Licata (der) içinde. Grenoble: PUG. 211-240.

Yayak, A. (2015). Göçmenlerin ayrımcılık ve kimlik algılarının nefret suçları kapsamında incelenmesi. Yayınlanmamış doktora tezi, İstanbul Üniversitesi, İstanbul.

Yıldırım, S. (2015). Türkiye'deki konuşmalarda Suriyeli sığınmacıların sosyal inşası: sosyal medya ve açıklayıcı repertuarlar. Yayınlanmamış yüksek lisans tezi, İstanbul Üniversitesi, İstanbul.

KENTSEL İŞGÜCÜ PİYASALARINDA İŞGÜCÜNE KATILIM ZORLUKLARI VE KADIN İSTİHDAMI

LABOR FORCE PARTICIPATION DIFFICULTIES AND EMPLOYMENT OF WOMEN IN URBAN LABOR MARKETS

Özet

Türkiye’de kadınların işgücüne katılım oranlarının, Avrupa Birliği ve OECD ülkelerine göre çok düşük olduğu bilinmektedir. Bu durum, 1950’li yıllardan itibaren göç baskısı altında kalan metropol niteliğindeki kentlerde çok daha belirgin haldedir ve genel olarak işgücü piyasası dengesizlikleriyle, özel olarak kentsel alanlarda yaşayan kadınların işgücüne katılım zorluklarıyla Türkiye’nin en önemli sorunlarından birisini oluşturmaktadır. Bu çalışma, kentsel işgücü piyasalarında ortaya çıkan bu sorunu kadın istihdamı çerçevesinde ele almaktadır. Çalışma, kadınların işgücüne katılımındaki temel belirleyicileri ve eğilimlerinin neler olduğunu analiz etmekte, kadın istihdamının daha iyi koşullarda ve daha yüksek sayıda artırılması için Türkiye’nin uygulayabileceği politika önerilerini değerlendirmektedir.

Anahtar Kelimeler: İşgücüne katılım oranı, kadın istihdamı, Türkiye’de kentsel işgücü piyasası

Abstract

It is known that the labor force participation rates of women in Turkey are very low compared to the European Union and OECD countries. This situation is much more evident in the metropolitan cities that have undergone immigration since the 1950s and is one of the most important problems of Turkey with the labor market imbalances and especially the difficulties of labor force participation of women living in urban areas. This study addresses this issue that arises in the urban labor market in the context of women employment. The study analyzes what are the main determinants and trends of women's participation in the workforce and assesses the policy proposals Turkey can implement for better conditions and higher numbers of women's employment.

Key Words: Labor force participation rate, employment of women, urban labor markets in Turkey

GİRİŞ

Bilindiği üzere Türkiye, 1950’li yıllardan itibaren sanayileşme ve kentleşme süreciyle birlikte yoğun bir iç göç olgusuyla karşı karşıya kalmıştır. Kırdaki nüfus artışı, tarımda makineleşme, parçalanmış topraklarla belirginleşen geçim sorunu, işsizlik söz konusu göç dalgasını hızlandırmış ve etkilerini günümüze kadar ulaştırmıştır. Aslında, marjinal verimliliği düşük olan tarım sektöründeki işgücünün büyük kentlere ve sanayi bölgelerine göç etmesi, ekonomik gelişmenin temel unsurlarından birisi olmuştur. Bu nedenle Türkiye, Batılı sanayileşmiş ülkelerde olduğu gibi kalkınma planları çerçevesinde sanayinin ihtiyaç duyduğu işgücünü kırsal kesimden göç eden nüfusla sağlamaya çalışmış ve bu alanda belirli ölçülerde gelişme sağlamıştır.

Bununla birlikte, birinci olarak kırsal kesimden kentlere doğru yönelen nüfusun kentleşme süreci içerisinde sağlıklı, planlı bir kent yapılanması içerisinde absorbe edilememesi, ikinci olarak sanayileşmenin ve diğer üretim sektörlerinin sadece belirli yerlerde yığılması, tarım ve sanayide strateji yoksunu yanlış politikalar uygulanması ülkemizin ciddi çıkmazlarla karşı karşıya kalmasına neden olmuştur. Burada ifade edilen birinci konu, ekonomik, sosyal ve kültürel açılardan çok önemli sorunlar yaratmış,

yoksulluk, gecekondulaşma, dışlanma gibi sosyolojik, psikolojik içerikli birçok olguyu beraberinde getirmiştir. İkinci konu ise, özellikle 1980’den sonra dünyadaki neoliberal iktisat politikalarının da etkisiyle hayata geçirilen yeniden yapılanma çalışmalarının, büyüme modeli giderek dışarıya, sıcak paraya bağlanan ve sürekli reel üretim dinamiklerinden uzaklaşan bir ekonomik yapı oluşturması ve bu yapının başta istihdam olmak üzere işgücü piyasaları üzerinde olumsuz etkiler yaratmasıdır.

Türkiye, bu kadar uzun süreli bir göç dalgası karşısında üretim yapamayan, istihdam yaratmayan bir ekonomi anlayışına mahkum kalınca, bu kez esas olarak kentsel alanlarda istihdam olanakları daralan, işsizliği artan ve işgücüne katılma oranları düşen bir ülke konumuna düşmüştür. Bu çalışmanın amacı özellikle kentsel işgücü piyasalarında işgücüne katılımı zorlaştıran dinamikleri analiz etmek, bu bağlamda söz konusu yapılanmadan olumsuz etkilenen kadın istihdamının durumunu ortaya koymak ve sorunlarla ilgili politika önerileri geliştirmektir. Bu alanda gerek akademik çevrelerde gerekse devletin ilgili bakanlıkları ve onların alt kuruluşlarında artan sayıda çalışma bulunmaktadır. Sorunun çözümü noktasında bu çalışmalar ve gündeme getirilen programlar da değerlendirilmektedir.

TÜRKİYE’DE İŞGÜCÜ PİYASASININ GENEL DURUMU

Tablo 1. Mevsim Etkilerinden Arındırılmamış Temel İşgücü Göstergeleri, Mart 2016-Mart 2017

	Toplam		Erkek		Kadın	
	2016	2017	2016	2017	2016	2017
15 ve daha yukarı yaşta kişiler	<i>Bin</i>					
Nüfus	58 493	59 634	28 901	29 512	29 592	30 123
İşgücü	30 016	31 131	20 659	21 233	9 357	9 898
İstihdam	26 993	27 489	18 741	19 004	8 252	8 485
Tarım	5 093	5 085	2 861	2 868	2 232	2 218
Tarım dışı	21 900	22 403	15 880	16 136	6 020	6 267
İşsiz	3 023	3 642	1 918	2 229	1 105	1 413
İşgücüne dahil olmayanlar	28 478	28 504	8 242	8 279	20 236	20 225
	%					
İşgücüne katılma oranı	51,3	52,2	71,5	71,9	31,6	32,9
İstihdam oranı	46,1	46,1	64,8	64,4	27,6	28,2
İşsizlik oranı	10,1	11,7	9,3	10,5	11,8	14,3
Tarım dışı işsizlik oranı	11,9	13,7	10,5	11,8	15,4	18,3
Genç nüfus (15-24 yaş)						
İşsizlik oranı	17,0	21,4	15,7	19,3	19,3	25,0
Ne eğitimde ne istihdamda olanların oranı ⁽¹⁾	22,1	23,0	12,5	13,8	21,9	32,4

Kaynak: HİA web veritabanı, TÜİK (<http://www.tuik.gov.tr>).

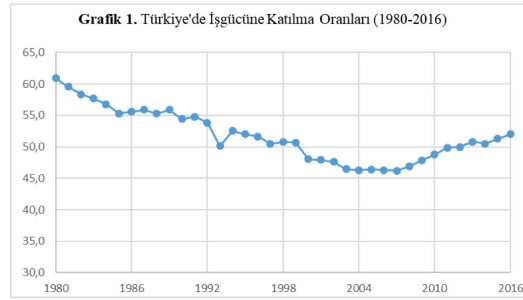
(1) Çalışmayan ve eğitimde (örgün ve yaygın) olmayan gençlerin, toplam nüfus içindeki oranıdır.

Türkiye, 1950'lerden itibaren bölgeler arası ve kırdan kente yönelik göçlere sahne olmuş ve bu durum kent nüfuslarını, ayrıcalıklı olarak da büyük kentlerin nüfus yapısını etkilemiştir. Ekonomik ve toplumsal etkiler yaratan bu dinamik gelişme, işgücü piyasaları ve işsizlik oranları açısından yapısal bir özellik arz etmektedir (Yüceol, 2007: 110). Çünkü, büyük kentlerde daha iyi iş imkânlarından yararlanmak için göç eden işgücü; beşeri sermaye açısından beklentileri yüksek, yapısı gereği yeni bilgi ve teknolojik girdileri üretimde kullanan kentsel modern sektörün işgücü talebini karşılayamamaktadır. Bu noktada, tarım sektörü dışında çalışma deneyimi olmayan ve eğitim düzeyi düşük kesim bilgi ve teknolojiye hızlı gelişmelere ayak uyduramamakta, ya marjinal sektörde iş bulmakta ya da kentsel işsizlik oranlarını arttırmaktadır. Kırdan kente yönelik göçün işgücü piyasalarına bir etkisi de sektörler arası işgücü transferini sağlamasıdır. 1950 yılında istihdam edilen nüfusun % 84.8'i tarımda, % 8.4'ü sanayide ve % 6.8'i hizmetler sektöründe iken; TÜİK verilerine göre Mayıs 2017 döneminde istihdam edilenlerin %18,5'i tarım, %19,4'ü sanayi, %7,3'ü inşaat, %54,8'i ise hizmetler sektöründe yer almıştır (TÜİK, İşgücü İstatistikleri, Mart 2017).

Türkiye'de işgücü piyasası, hızlı nüfus artışına bağlı olarak ortaya çıkan güçlü işgücü arzı, düşük istihdam oranları, azalan işgücüne katılım, yüksek işsizlik oranları, istihdamın yaygın olarak küçük ölçekli işletmelerde olması ve farklı ücret düzeyleri ile karakterize edilmektedir (Tansel ve Taşçı, 2010). Bu özellikler ışığında Tablo 1'i inceleyerek konuyu irdelemek mümkündür. Türkiye'de işgücü piyasasının genel durumunun ilk ve en önemli dikkat çeken özelliği, 2017 yılında toplam 31 milyon 131 bin kişinin işgücünde iken 28 milyon 504 bin kişinin işgücüne dahil olmayanlar arasında yer almasıdır. Bu durum kadınların istihdamı konusunda dikkate alınması gereken önemli bir noktadır. Çünkü, 28 milyon 504 bin kişinin 20 milyon 225 bin kişisi kadınlardan oluşmaktadır.

Kadınların işgücüne katılma oranının 2017 Mart ayı için % 32.9 gibi gelişmiş ülke ortalamalarının çok altında bir orana tekabül etmesi de bu durumun bir sonucudur. Aslında, işgücüne katılma oranlarının

düşüklüğü Türkiye'nin genel olarak temel bir sorunudur. Grafik 1 1980'li yıllardan itibaren işgücüne katılım oranlarının nasıl düştüğünü göstermektedir. Buna göre, işgücüne katılma oranları % 60'lardan % 50'lere gerilemiştir. Buğra'ya (2010) göre 1970'li yıllardan itibaren hemen hemen bütün dünyada, farklı gelir gruplarındaki bütün ülkelerde kadınların işgücüne katılım oranlarında büyük artışlar yaşanırken Türkiye'de düşüyor olması, ülkemizi bu konuda istisna haline getirmektedir.



Türkiye işgücü piyasasının genel durumuyla ilgili ikinci bir konu yüksek işsizlik oranlarıdır. 2017 yılına ilişkin son veriler resmi işsiz sayısının 3 milyon 642 bin, işsizlik oranının % 11,7 olduğunu göstermektedir. Bu veriler içerisinde herhangi bir nedenle iş aramayanlarla iş bulma ümidi ya da beklentisi olmayanlar dahil değildir. Ancak, işsizlik sorunu açısından esas ön plana çıkan nokta kadınlarda işsizlik oranının 2016'da % 11,8 iken 2017'de % 14.3 olmasıdır. Konu tarım ve tarım dışı şeklinde ayrıldığında sorunun boyutu daha farklı bir hal almaktadır. Tarım dışı işsizlik oranı kadınlarda % 18,4'e yükselirken erkeklerde küçük bir düşüşle % 10,5'e düşmektedir.

İstihdam konusunda geleneksel durum ise şu şekildedir: istihdam edilenlerin sayısı 2017 yılı Mart döneminde, bir önceki yılın aynı dönemine göre 496 bin kişi artarak 27 milyon 489 bin kişiye ulaşmış, istihdam oranı ise değişim göstermeyerek %46,1'de kalmıştır. Bu dönemde, tarım sektöründe çalışan sayısı 8 bin kişi azalırken, tarım dışı sektörlerde çalışan sayısı 503 bin kişi artmıştır.

Türkiye işgücü piyasasının dikkat çeken diğer önemli bir özelliği genç işsizlik oranının yüksek olmasıdır. Tablo 1'e göre 15-24 yaş grubu arasında yer alan genç işsizlik oranı

2016 yılında % 17 iken 2017’de % 21.4’e yükselmiştir. Daha dikkat çekici bir konu, 2016 yılında kadınlarda genç işsizlik oranı % 19 iken 2017’de % 25’e çıkmıştır. Genç kadınlar arasında ne eğitimde ne de istihdamda olanların oranı 2017’de erkeklerde % 13.8 iken kadınlarda bu oran % 32.4’dür. Oysa, 2016 yılında bu oran kadınlarda % 21.9 idi ve bu durumda 10 puanlık bir artış söz konusu oldu.

TÜRKİYE’DE KADINLARIN DÜŞÜK İŞGÜCÜNE KATILIM ORANLARININ ANALİZİ

Türkiye’de kadınların işgücü piyasasına düşük katılımı konusunda birçok çalışma yapılmıştır. Bu çalışmalarda yayınlanmış veriler doğrultusunda makro değişkenlerle kadınların azalan işgücüne katılım oranları ilişkilendirilmektedir (bunlardan bazıları için bkz. Dünya Bankası, 1993, 2009; Özar, 1994; Özbay, 1994; TÜSİAD, 2000, 2008; Biçerli&Naci, 2009; Özsoy&Atlama, 2009; Berber&Eser, 2010; Korkmaz&Korkut, 2012). Bu çalışma, zaman serisi verileri analizleri doğrultusunda kadınların düşük işgücüne katılım oranlarını belirleyen en temel göstergeleri inceleme yöntemini kullanmaktadır.

Türkiye’de kadınların işgücü piyasasına düşük katılımı konusunda yapılan çalışmalarla ilgili literatür incelemesi 2010 yılında DPT (şimdiki Kalkınma Bakanlığı) ve Dünya Bankasının hazırladığı ortak çalışma raporunda yer almaktadır¹. Genel olarak bu alanda yapılan çalışmalar, Türkiye’de bu konunun birçok ülkeden farklı olarak daha kompleks ve çok yönlü olduğunu ortaya koymaktadır. Bunun bu şekilde olmasının temel nedeni kadınların işgücü piyasası açısından durumunun sosyal, kültürel, ekonomik ve politik birçok boyutla ilişkilendirilmesi zorunluluğudur. Bununla birlikte, kadınların işgücüne katılım oranlarının analizinde Türkiye’de söz konusu her bir alanda yaşanan değişim ve dönüşümlerin de sorunun boyutuna farklı özellikler kattığını belirtmek gerekir. Örneğin, Dünya Bankası’nın 1993 yılında hazırladığı rapor ile 2010 yılında hazırladığı rapor Türkiye’de arada geçen zaman içerisinde sorunun hangi boyutlara ulaştığını anlamak açısından önemli veriler sunmaktadır.

1990’lı yılların başlarında hazırlanan rapor

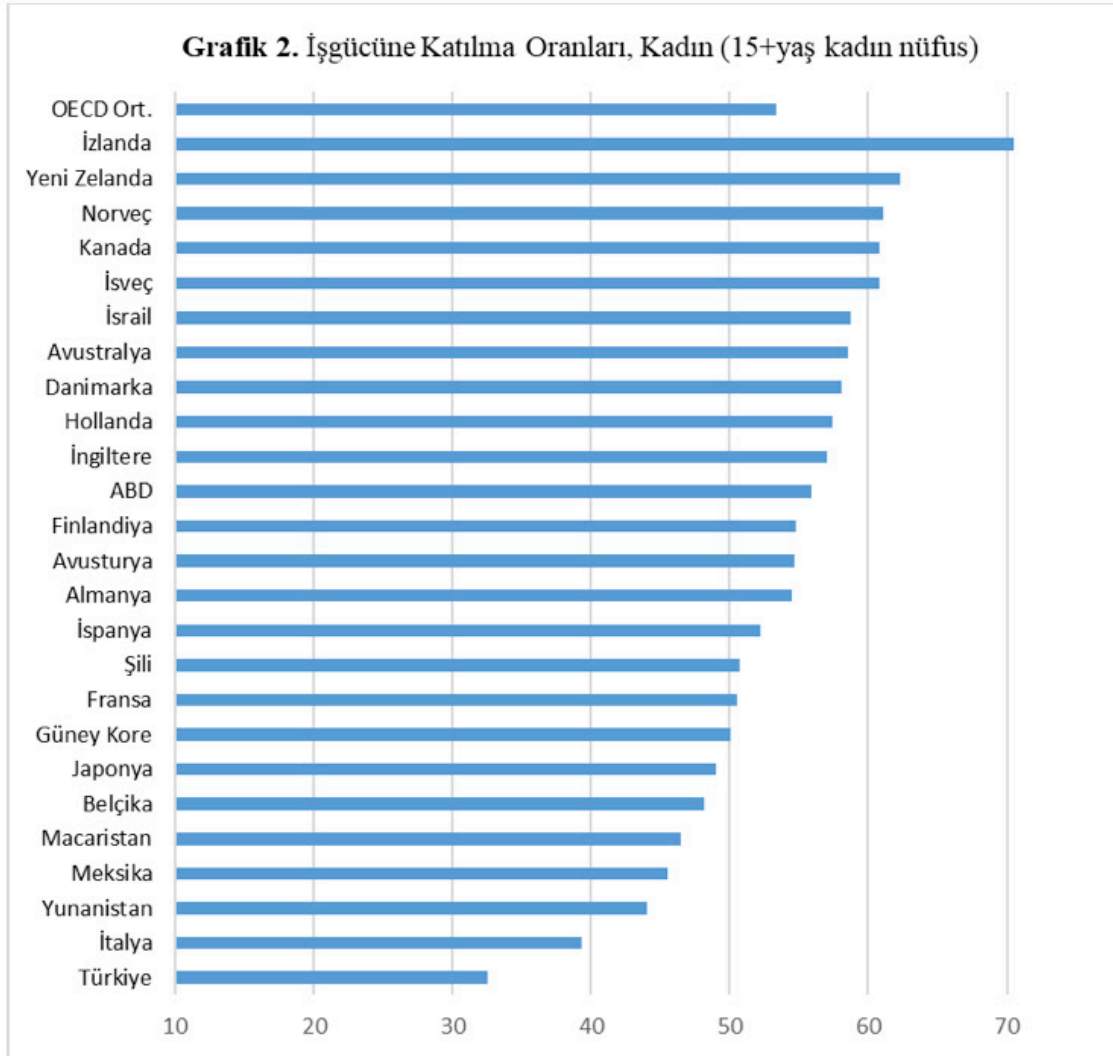
kadınların işgücüne katılım oranlarının temel özelliklerini dönemin verilerine göre değerlendirirken, kadınların Türkiye’deki durumunu, ekonomik hayattaki konumlarını, kentsel-kırsal boyutlar ve farklılıkları, çalışma saatlerini, işgücünün eğitim özelliklerini ve cinsiyet ayrışmalarını geniş bir perspektifle ele almıştı. Bu dönem, çarpık da olsa kentleşme olgusunun hızlandığı, tarım istihdamının genel istihdam içerisindeki ağırlığını hizmetler sektörüne bıraktığı, iktisaden faal nüfus içerisindeki kadınların sayısının arttığı bir dönemdi. Ancak, 1988 yılında halen kadınların işgücüne katılım oranı % 17.7 düzeyindeydi. 2009 yılına gelindiğinde ise 1990’lı yıllarda gözlenen eğilimler hızlanarak devam etmiş kadınların işgücüne katılım oranları % 26 düzeyine ulaşmıştı. Dayıoğlu ve Kırdar’a göre (2010), işgücüne katılım oranındaki bu artışı açıklayan temel faktör, kentsel kadınların (nüfus ve işgücü) söz konusu dönemde daha eğitilmiş olması olmuştur. Tabii ki kadınların işgücüne katılma oranlarındaki bu artış yeterli olmanın çok ötesinde oldukça düşük kabul edilmiştir.

Kadınların işgücüne katılım oranlarının neden düşük olduğu konusunda yapılan yorum ise şu şekilde olmuştur: İşgücüne katılma oranlarının düşüklüğünün temel nedeni özellikle kentsel düzeydeki eğitim düzeyi düşük kadınlar arasındaki işgücüne katılım oranlarının çok düşük olmasıdır. Bu grup, işgücü piyasasına katılımlarını kısıtlayan karmaşık kültürel ve ekonomik engellerle karşı karşıyadır. Ekonomik engeller temel olarak mevcut belirsiz çalışma koşulları ile ilgili iken (kayıt dışı sektörde çalışma olasılığının yüksekliği, düşük maaşlar, parasal açıdan karşılanabilir çocuk bakım olanaklarının bulunmaması, uzun çalışma saatleri v.s.), kültürel engeller temel olarak kadınların çocuk bakımına ilişkin rolleri ve kadınların evde oturmasına yönelik ailevi/toplumsal talepler ile ilgilidir. Gerçekten de eğitim düzeyleri düşük kentli kadınlar bir “yetersiz katılım çıkmazı” ile karşı karşıya olabilir (Dayıoğlu&Kırdar, 2010).

Bütün bu bilgiler özellikle son 30 yılda kadınların işgücüne katılım oranlarının gelişimi ile ilgili özet bilgiler olarak görülebilir. TÜİK’in son olarak 2017 yılında yayınlamış olduğu son veriler itibarıyla bakıldığında konunun öneminin devam ettiği ve kadınlar için halen çok düşük düzeyde katılım oranlarının söz

konusu olduğu, kentsel alanlarda kadınların giderek daha fazla eğitilmiş olmasına rağmen bu durumun değişmediği görülmektedir. Grafik 2 TÜİK veri tabanından elde edilen verilerle başlıca OECD ülkelerinde ve Türkiye’de 15 +

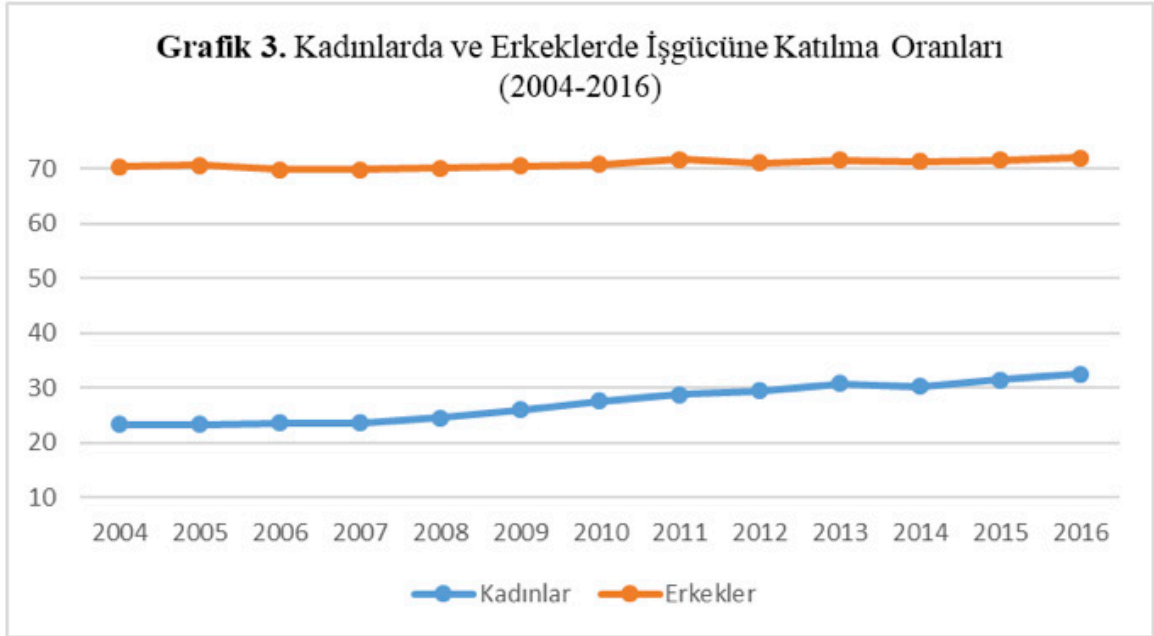
yaş kadın nüfusun işgücüne katılım oranlarını göstermektedir. Buna göre, OECD ortalaması % 53.4 iken Türkiye’de bu oran % 32.5’dir. Grafikte yer alan tüm ülkelere göre Türkiye bu konuda son sırada yer almaktadır.



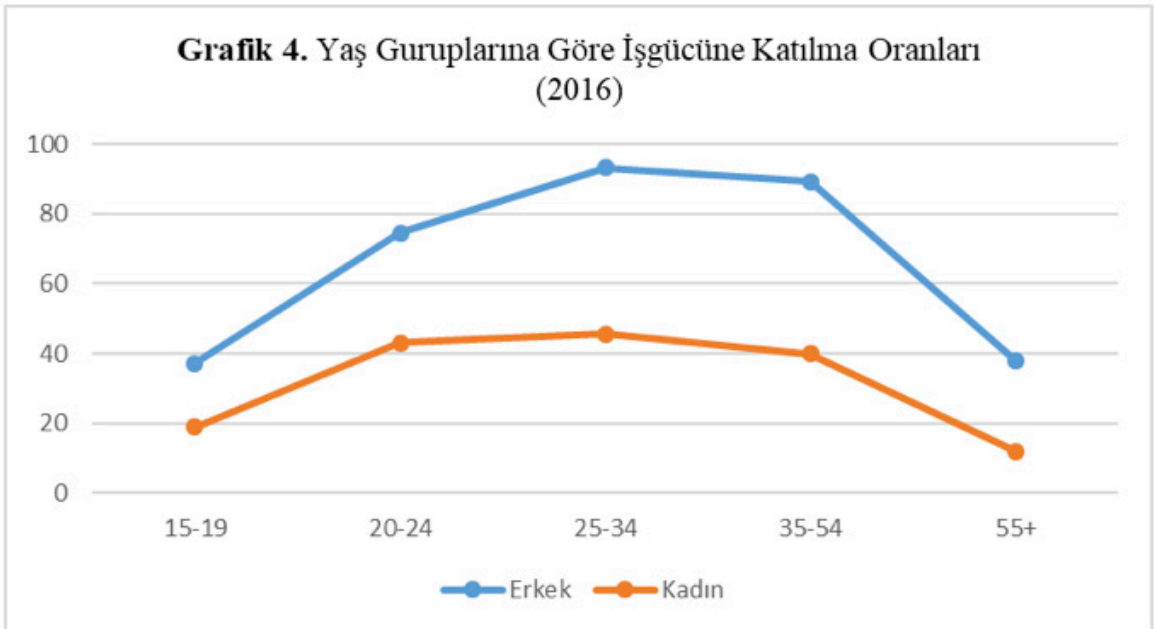
Grafik 3 2004-2016 yılları arasında kadınlarda ve erkeklerde işgücüne katılım oranlarını göstermektedir. Veriler hem erkeklerde hem de kadınlarda işgücü piyasasına katılım açısından herhangi önemli bir değişiklik olmadığını göstermektedir. Erkeklerde katılım oranları % 70’ler düzeyinde kadınlarda ise % 30’lar düzeyinde istikrarlı bir şekilde yerini korumaktadır. Grafik 4 ise yaş guruplarına göre erkeklerde ve kadınlarda işgücüne

katılım oranlarını göstermektedir. Ortaya çıkan durum, genel eğilim benzer olmakla birlikte 20’li yaşlarla birlikte katılım oranlarının arttığını, 40’lı yaşlarla birlikte azaldığını ifade etmektedir. Kadınlardan belirgin olan konu işgücüne katılma oranlarının en yüksek olduğu 25-34 yaş aralığında dahi erkeklerle göre halen çok düşük seviyelerin söz konusu olmasıdır. Aynı yaş grubunda erkeklerde bu oran % 90’lara yaklaşmaktadır.

**Grafik 3. Kadınlarda ve Erkeklerde İşgücüne Katılma Oranları
(2004-2016)**



**Grafik 4. Yaş Gruplarına Göre İşgücüne Katılma Oranları
(2016)**

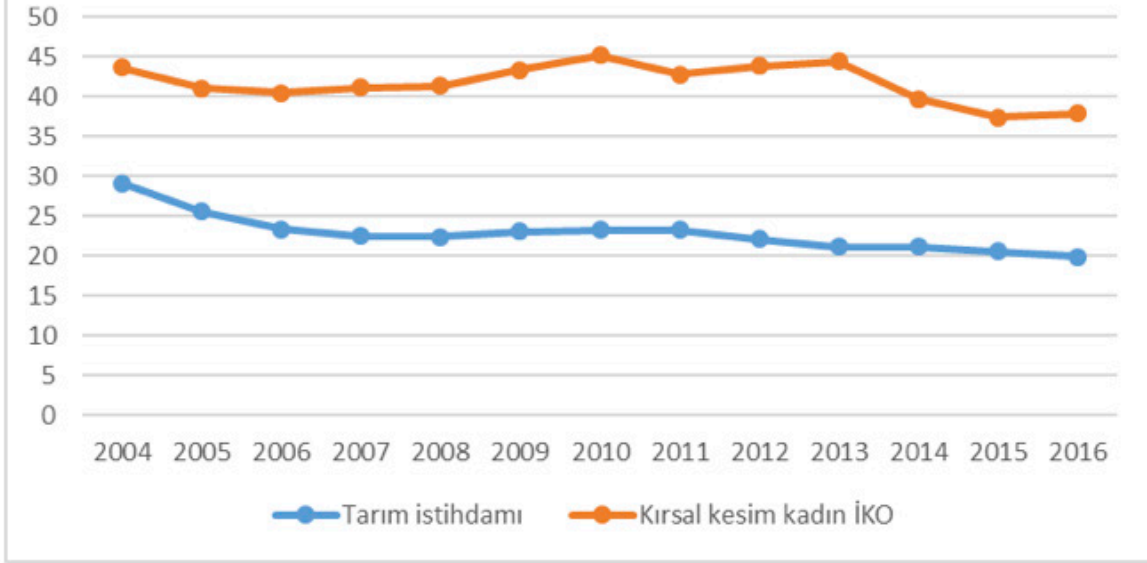


Kırsal Alanda Kadınların İşgücüne Katılım Oranlarındaki Düşüş

Türkiye’de kadınların işgücüne katılım oranlarının düşük olmasını çok farklı açılardan ele almak mümkündür. Bu farklı açılar aynı zamanda kadınların işgücüne katılımları konusundaki zorluklara da işaret etmektedir. Kırsal alanda kadınların işgücüne katılım oranlarındaki düşüş bunların en başında yer almaktadır. Grafik 5 Türkiye’de genel olarak

tarım istihdamını ve kırsal kesimdeki kadınların işgücüne katılım oranlarını göstermektedir. Türkiye’de tarımdaki çözülmeye bağlı olarak tarım istihdamındaki düşüş devam etmektedir. Geline nokta da tarım istihdamı % 19,9’a düşmüştür. Buna paralel olarak iş olanakları ortadan kalkan, ücretsiz aile işçisi olarak da olsa çalışma ortamına giren kadınlar artık daha az işgücü piyasasına katılmaktadır. Kırsal kesimde işgücüne katılım oranları kadınlar için % 44 düzeyinden % 38 düzeyine gerilemiştir.

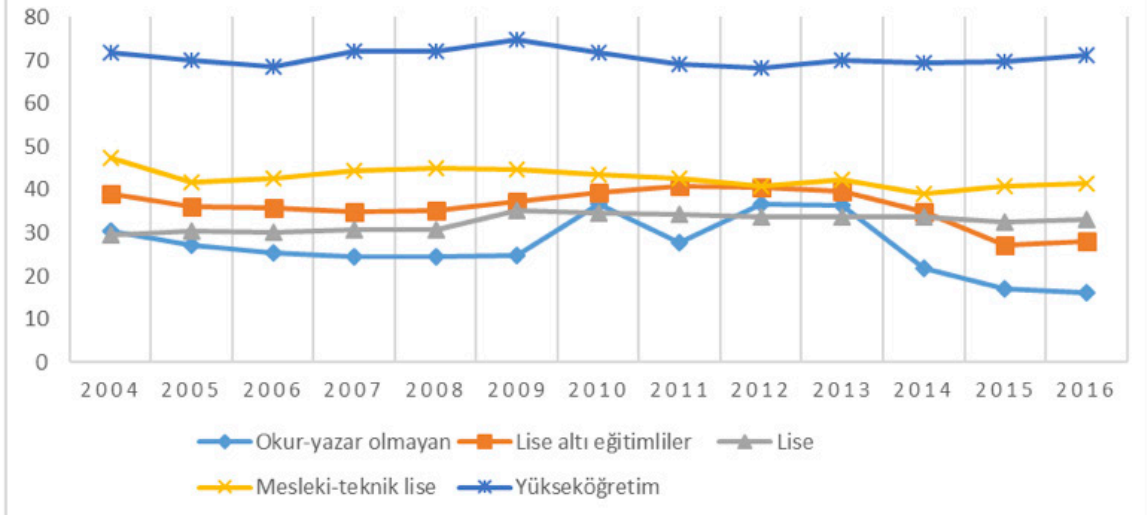
Grafik 5. Tarım İstihdamı ve Kırsal Kesimde Kadınların İşgücüne Katılım Oranları (2004-2016)



Bununla birlikte, uzun dönemde kentlerdeki ve genel olarak da ülke genelindeki kadınların düşük işgücüne katılım oranları için daha önemli veriler kırsal kesimde eğitim düzeyine göre işgücüne katılım oranlarında gizlidir. Okuryazar olmayan kadınlarda işgücüne katılım oranları 2004’de % 30,1 iken 2016 yılında % 16,1’e düşmüştür. Yani, yarı yarıya azalmıştır. Benzer şekilde lise altı eğitilmiş

kadınlarda işgücüne katılım oranı 2004’de % 39,2 iken 2016 yılında 28 olmuştur. Kırsal kesimde yükseköğretim mezunu kadınların için işgücüne katılım oranlarında çok fazla bir değişim yaşanmamaktadır. Bu durum, kırsal kesimde yaşayan kadınların istihdam imkanı yaratmada kullandıkları en etkili aracın eğitim olduğunu gösterir.

Grafik 6. Kırsal Kesimde Kadınların Eğitim Durumlarına Göre İşgücüne Katılma Oranları (2004-2016)



Kadınların İşgücüne Katılımının Önündeki Engeller

Devlet Planlama Teşkilatı (yeni adı ile kalkınma Bakanlığı) ile Dünya Bankası'nın ortak çalışması olan ve Dayıoğlu-Kırdar (2010) tarafından hazırlanan "Türkiye'de Kadınların İşgücüne Katılımında Belirleyici Etkenler ve Eğilimler" başlıklı raporda, kentse alanlardaki eğitim düzeyi düşük kadınların işgücü piyasasına katılımlarını kısıtlayan karmaşık kültürel ve ekonomik engeller olduğu belirtilmektedir. Odak Grubu Görüşmelerine (OGG) göre katılımcılara sorulan sorulara verilen cevaplarla oluşturulan özet bilgiler Şekil 1'de gösterilmektedir. Şekilde engeller "sosyal ve kültürel" ve ekonomik engeller" şeklinde sınıflandırılmıştır.

Sosyal ve kültürel engeller arasında ailenin izin vermemesi, güvenlik ve çocuk bakım sorumluluğu gibi başlıklar, ekonomik engeller arasında ise kayıtdışılık, düşük ücretler ve uzun çalışma saatleri gibi başlıklar dikkat çekmektedir. Bu bilgilere göre, kadınların işgücüne katılımları önündeki önemli

Şekil 1. Kadınların İşgücüne Katılımının Önündeki Engeller (Kentlerdeki Eğitim Düzeyi Düşük Kadınlar)

Sosyal ve Kültürel Engeller
<ul style="list-style-type: none">• Ailenin izin vermemesi• Güvenlik• Güvensizlikler• "Başkaları ne der" endişesi• Bakım sorumluluğu
Ekonomik Engeller
<ul style="list-style-type: none">• Yüksek kayıtdışılık oranı• Düşük ücretler• Uzun çalışma saatleri• Ekonomik kriz• Yetersiz eğitim• Karşılabilir çocuk bakım olanaklarının olmayışı

Kaynak: Dayıoğlu-Kırdar (2010),
DPT-Dünya Bankası Raporu.

engellerden birisi aile baskısı (baba-anne, koca, kocanın anne babası gibi) veya diğer bir ifadeyle ailevi/toplumsal taleplerdir.

Aslında, aile baskısı ya da ailenin izin vermemesi, kadının evde oturması ve çocuk bakmasına yönelik tutucu değerlerden, çalışma koşullarının yeteri kadar iyi olmamasından, güvenlik ve güvensizliklerden oluşan diğer sosyal kültürel engellerle belirgin hale gelmektedir. Eğitimli kadınlar için çalışma hayatına ilişkin tercihler konusunda Uşen ve Delen'in (2011) çalışmasına bakılabilir.

Kadınların işgücüne katılımı konusunda sosyal ve kültürel engellere ek olması bakımından evlenme yaşları dikkat çekici olmaktadır. Tablo 2 İBBS (İstatistik Bölge Birimleri Sınıflandırması) Düzey 1 için evlenme yaşlarını 2016 yılı için vermektedir. Türkiye geneli için kadınlarda ilk evlenme yaşında oran % 28.2'dir. Türkiye'de kadınların yaklaşık % 18'i 18 yaşın altında evleniyorsa bunun kadınların çalışma hayatına girebilmesine bir zorluk oluşturmaması mümkün değildir. Bölgeler itibarıyla Orta Anadolu, Batı Karadeniz, Doğu Karadeniz, Kuzeydoğu Anadolu, Ortadoğu Anadolu, Güneydoğu Anadolu'da bu oran % 20'lerin üzerindedir.

Bu oranlara 18-19 yaş, 20-24 yaş ve 25-29 yaşlarını ekleyerek bakıldığında kadınlar için durum daha da zorlaşmaktadır. Bu durumda, 18-29 yaş grubunda yani kadınların işgücü piyasasına girmelerinin en çok olası olduğu dönemlerde evlenme yaşı ile ilgili oranlar toplandığında % 93,5 gibi bir oran çıkmaktadır. Doğu ve Güneydoğu gibi ekonomik ve sosyal o bakımdan nispeten daha az gelişmiş bölgelerde bu oran % 100'lere yaklaşmaktadır. Türkiye genelinde bu alanda ortaya çıkan tek iyileşme 16-17 yaş grubundaki kız çocuklarının 2015'de % 5.2 olan resmi evlenme oranlarının 2016'da % 4.6'ya düşmesidir (TÜİK, İstatistiklerle Çocuk 2016). Kadınların eğitimlerini tamamlayamama nedenleriyle ilgili TÜİK'in yaptığı bir diğer çalışmada, evlilik ve diğer nedenler % 24,4; ailesinin veya eşinin eğitime izin vermemesi % 19,3; eğitim maliyetinin yüksek olması % 14,7 ve çalışmak istemesi % 6,2 düzeyinde bir etki yaratmaktadır (TÜİK, Gençlerin İşgücü Piyasasına Girişi 2016). Dolayısıyla, kadınların eğitimi tamamlayamama nedenleri içerisinde çalışma konusu diğer faktörlere göre çok daha gerilerde kalmaktadır.

Tablo 2. Cinsiyet, İBBS 1. Düzey ve Üç Büyük ile göre Evlenme Yaşı, 2016 (15+ yaş), %

	İlk evlenme yaşı						
	Toplam	18 yaş altı	18-19	20-24	25-29	30-34	35+
Türkiye	100	17,9	16,9	37,5	21,2	5,1	1,4
Cinsiyet							
Erkek	100	5,6	9,9	41,3	32,7	8,3	2,1
Kadın	100	28,2	22,8	34,3	11,5	2,4	0,7
İBBS 1 Düzey							
TR1 İstanbul	100	13,8	14,1	37,2	25,1	7,6	2,2
TR2 Batı Marmara	100	16,2	18,4	38,8	20,1	5,2	1,4
TR3 Ege	100	16,8	17,4	38,2	21,8	4,9	1,0
TR4 Doğu Marmara	100	15,3	17,3	40,0	22,3	4,1	1,1
TR5 Batı Anadolu	100	17,1	17,3	38,6	21,3	4,5	1,2
TR6 Akdeniz	100	16,3	16,2	36,5	22,3	6,5	2,1
TR7 Orta Anadolu	100	22,4	19,7	36,0	17,7	3,6	0,8
TR8 Batı Karadeniz	100	23,2	20,3	35,7	17,2	2,8	0,8
TR9 Doğu Karadeniz	100	20,6	19,0	35,7	20,2	3,7	0,9
TRA Kuzeydoğu Anadolu	100	24,3	16,6	35,1	19,0	4,2	0,7
TRB Ortadoğu Anadolu	100	24,0	15,1	37,3	18,1	4,2	1,3
TRC Güneydoğu Anadolu	100	23,8	17,7	37,3	17,0	3,2	0,9
Üç Büyük							
İstanbul	100	13,8	14,1	37,2	25,1	7,6	2,2
Ankara	100	15,7	16,2	37,7	23,4	5,5	1,4
İzmir	100	13,8	15,5	38,5	24,7	6,1	1,4

TÜİK İstatistiklerle Kadın, 2016

Kaynak: TÜİK, Aile Yapısı Araştırması, 2016

Şekil 1’de yer alan ekonomik engeller başlığı sosyal ve kültürel engellerin üzerine eklendiğinde, kadınların işgücüne katılmada zorluk yaşama nedenleri veya bazı yazarların “yetersiz katılım çıkmazı” olarak ifade ettiği sorunla karşı karşıya kalma durumları daha net açıklanmaktadır. Ekonomik sorunlar Türkiye’nin genel olarak karşı karşıya kaldığı temel sorunlardır. Özellikle, kayıtdışılık, uzun çalışma saatleri, düşük ücretler kadınların işgücüne katılımı özelinde gündeme gelen esas konulardır. Kadınların toplumdaki eşitsiz konumları ve cinsiyete dayalı işbölümüyle birlikte sözü edilen konular, bir sonraki adımda kadınların yoksullaşmasına da (veya yoksulluğun kadınlaşması) yol açmaktadır. Ulutaş (2009), yoksulluğun kadınlaşmasının

nedenleri arasında kadının emeğinin değersizleştirilmesi, kadınların işgücü piyasasındaki ikincil konumları, neo-liberal yeniden yapılandırma politikaları, kaynaklara ve kamusal hizmetlere eşitsiz erişim, sosyal koruma eksikliği gibi başlıklarını ileri sürmektedir.

Yüksek İşsizlik Oranları

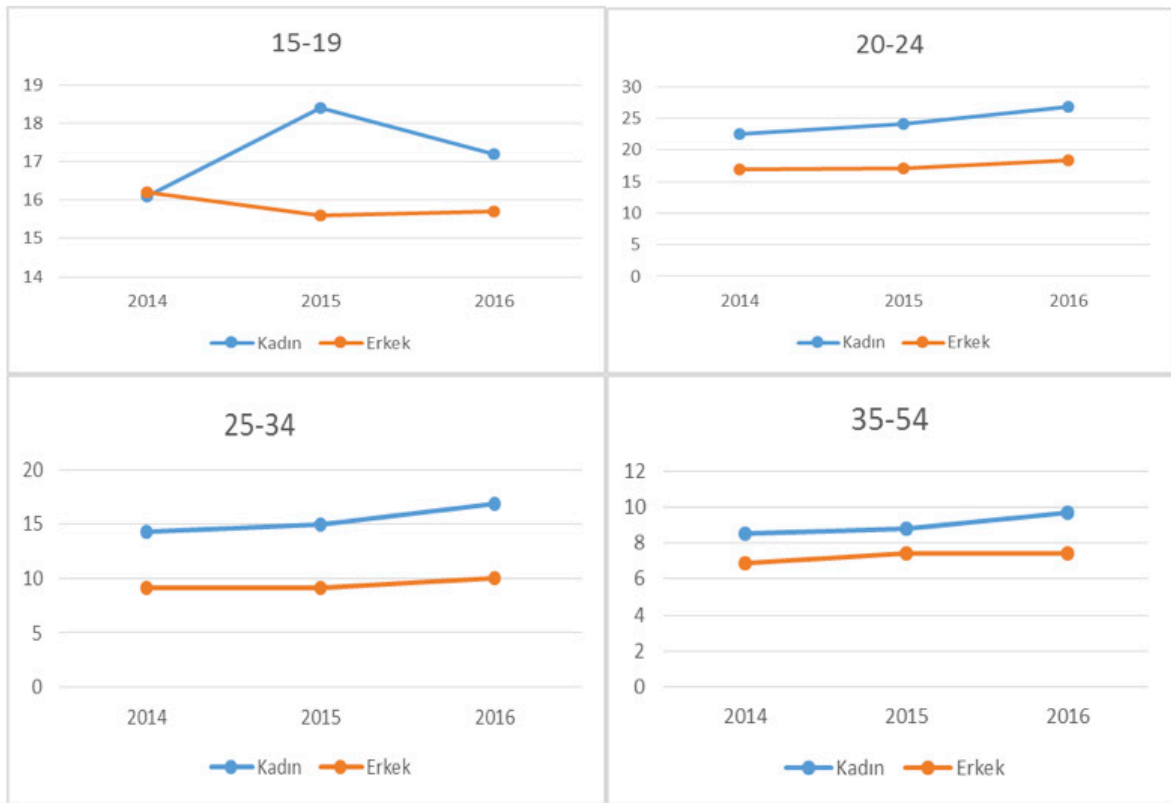
Kadınların işgücüne katılma zorlukları açısından bir diğer konu yüksek işsizlik oranlarıdır. Küresel eğilimlere paralel olarak Türkiye’de işsizlik oranları gençlerde daha yüksek düzeylerde seyretmektedir. Tablo 1’de Türkiye için genel işsizlik oranı 2017 Mart ayında % 11,7 iken, gençlerde (15-24 yaş grubu) bu oran

% 21,4, sadece kadınlarda (15-24 yaş grubu) ise % 25 olarak gerçekleşmektedir. Gerçekte, Türkiye uzun bir dönemdir bu oranlarda istikrar kazanan bir işsizlik sorunuyla karşı karşıyadır. Buna benzer bir durum kadınlar ve gençler için geçerlidir. Türkiye’de hem işsizlik oranları hem de işsiz kalma süreleri itibariyle sorun genel olarak ve cinsiyet açısından yapısal bir hal almıştır (Bkz. Tansel&Taşçı, 2010).

Genel olarak kadınlarda işsizlik oranları %

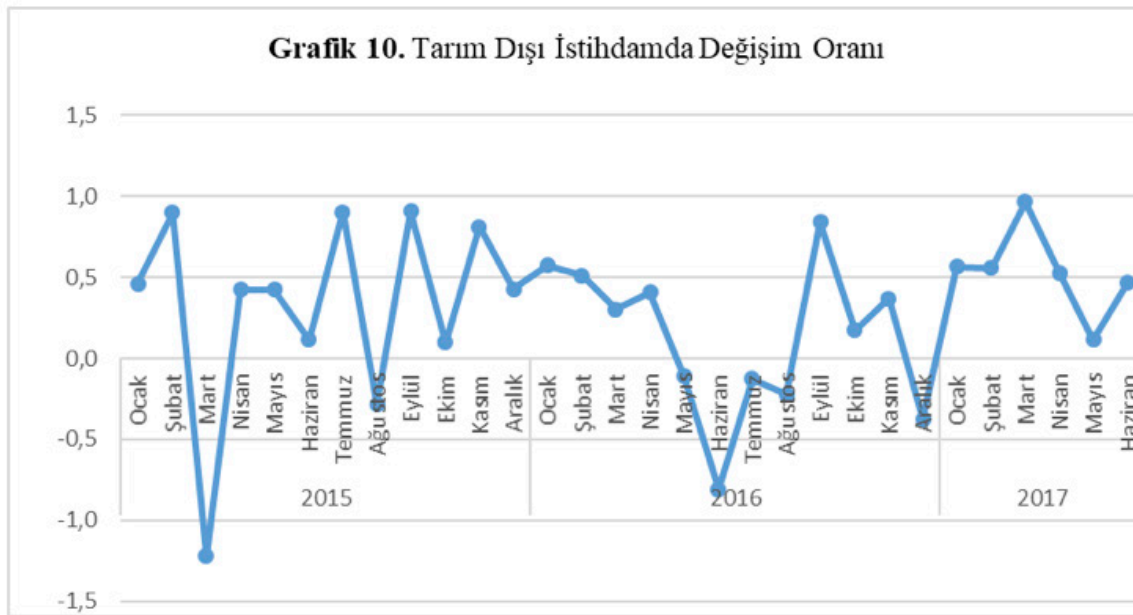
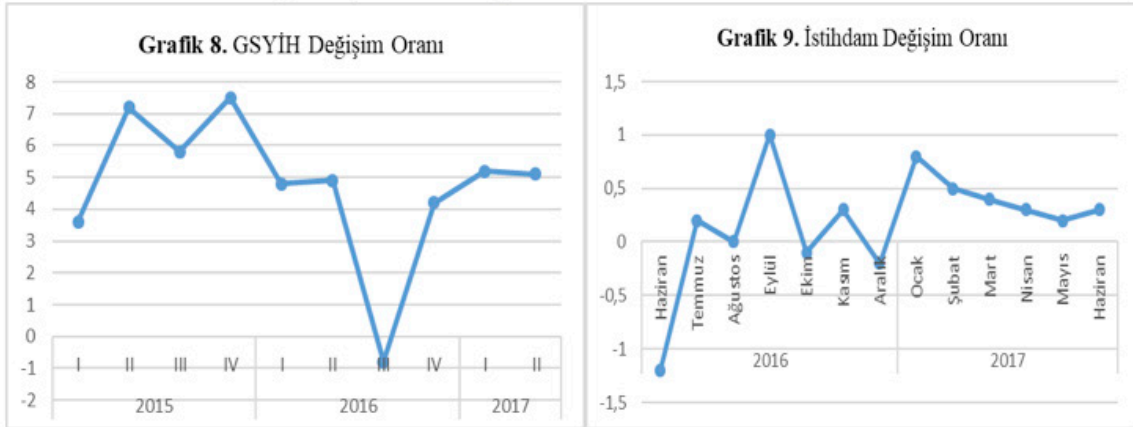
13, % 14 seviyelerinde, gençlerde ise % 19, % 20 seviyelerinde bir aşağı bir yukarı hareket etmektedir. Grafik 7 çeşitli yaş gruplarına göre kadın ve erkeklerde işsizlik oranlarını göstermektedir. Veriler her yaş grubunda kadınlarda işsizlik oranlarının erkeklere göre daha yüksek olduğunu kanıtlamaktadır. Bununla birlikte, daha önemli olan 20-24 ve 25-34 yaş grupları açısından kadınlarda işsizlik oranları % 15’lerden, % 20’lere hatta % 25’lere ulaşmasıdır.

Grafik 7. Yaş Gruplarına Göre Kadın ve Erkeklerde İşsizlik Oranları (%)



Bütün bu göstergeler istihdam yaratmayan ya da işsizlik sorununu çözmekte zorlanan bir ekonomik yapıyı karşımıza çıkarmaktadır. Türkiye’nin makroekonomik performansı veya ekonomik büyüme dinamikleri; üretim gücü zayıf ve istihdam yaratma yeteneği çok düşük bir yapıyı ortaya koymaktadır. İstihdamsız büyüme olarak ortaya çıkan bu durum daha geniş anlamda “büyüme, istihdamsızlık ve yoksulluk döngüsü” çerçevesinde ele alınmaktadır (Çaşkurlar, 2014: 45). Bu durum ekonomik büyümenin istihdama yeterince

yansımaması, dolayısıyla işsizlik oranlarını aşağıya çekememesi sonucunu doğurmaktadır. Literatürde Okun yasası olarak bilinen ve reel üretim ile işsizlik arasındaki değiş tokuşa işaret eden ilişkinin nasıl olacağı, sermaye birikimi, verimlilik ve dolayısıyla işçi başına üretimin sosyal yapı olarak adlandırılan kurumlardaki ve hükümet politikalarındaki değişikliklerle yakından ilgisi artık birçok araştırmanın merkezinde yer almaktadır (Bkz. Hall&Jones, 1998).



Grafik 8 GSYİH değişim oranlarını, Grafik 9 ise istihdam değişim oranlarını göstermektedir. Türkiye’de GSYİH’nın değişim oranları istikrarsız bir görüntü ortaya koymakla birlikte, GSYİH’nın pozitif yönde ve nispeten yüksek oranlarda büyümesine rağmen benzer bir tablo istihdamda gözlenmemektedir. Örneğin, 2017’de 1. Çeyrekte % 5,2, 2. Çeyrekte % 5,1’lik bir büyüme performansı elde edildiği halde 2017’nin Ocak ayından Haziran ayına kadarki istihdamdaki büyüme oranları % 1’in altında kalmıştır. 2017 Ocak ayında istihdamdaki değişim oranı % 0,8 olmuş, sonraki aylarda ise giderek düşerek % 0,2 ile % 0,3 düzeylerine gerilemiştir.

Bununla birlikte, sanayileşmemiş, nüfusu artan

ve beraberinde işgücü artan Türkiye’de büyüme ile istihdam arasında doğrudan ilişki kurmak eksik bilgiler verebilmektedir. Bu nedenle tarım dışı istihdam ile büyüme arasındaki ilişkiye bakmakta yarar görünmektedir. Bu konuda yapılan bir çalışmada, 1988 sonrası döneme baktığımızda, tarım dışı istihdamın büyüme oranından daha düşük olmakla birlikte kriz yılları ve 2007 yılı dışında arttığı görülmektedir. Hatta 1989– 1999 döneminde kriz yıllarında bile tarım dışı istihdamda artış yaşanmaktadır. Bunun nedeni krizle birlikte reel işgücü maliyetlerindeki düşüşün istihdamı artırması ve Milletvekili Genel Seçimleri öncesi kamudaki işe alımlar olarak karşımıza çıkmaktadır (EAF, Ekonomik Araştırma Forumu, 2010).

KADINLARIN İŞGÜCÜ PİYASASINA KATILIMININ SAĞLANMASI

Kadınların düşük olan ve azalan işgücü piyasasına katılım oranı bir dizi politika belgesinde gündeme getirilmiş ve konuyla ilgili değişik politika önerileri geliştirilmiştir. Bunun yanında, BM Kadınlara Karşı Her Türlü Ayrımcılığın Önlenmesi Sözleşmesi, ILO Sözleşmeleri, AB 1999 Amsterdam Antlaşması/Avrupa İstihdam Stratejisi çerçevesinde, Toplumsal cinsiyet eşitliğinin sağlanması ve kadınlar için özel önlemler alınması gibi uluslararası anlaşmalar ve sözleşmeler doğrultusunda yapılması taahhüt edilen çalışmalar bulunmaktadır. Onuncu Kalkınma Planında (2014-2018) “İstihdam ve Çalışma Hayatı” başlığı altında Özel İhtisas Komisyonu Raporu oluşturulmuş, bu çalışmada genel olarak Türkiye’deki gelişmeler ve dünyadaki eğilimler ele alınmıştır. Kadınların çalışma hayatındaki yeri ile ilgili 1999 ve 2000 yıllarda Başbakanlık da önemli çalışmalar yapmıştır. Bunlardan bazıları: Çalışmaya Hazır İşgücü Olarak Kentli Kadın ve Değişimi (1999), İşgücü Yetiştirme Kurslarının Kadın İstihdamına Katkısı (1999), Kadın İstihdamı İçin Yeni Perspektifler ve Kadın İşgücüne Muhtemel Talep (2000).

Aslında, Türkiye’nin işgücü piyasasında çok temel sorunlar mevcut olduğu için bu önerileri de genel istihdam politikalarının bir parçası olarak görmek gerekmektedir. İstihdam paketleri olarak da adlandırılan düzenlemelerde şu başlıklar dikkat çekmektedir (Maliye Bakanlığı, 2011): işgücü maliyetlerinin azaltılması, aktif işgücü programlarının güçlendirilmesi, istihdam piyasasının esnekleştirilmesi, kayıt dışı istihdamla mücadele. Bu ana başlıklar çerçevesinde kadınlar için getirilen öneriler şunlar olmuştur:

- Kadınların çalışma hayatına katılımını artırmak amacıyla, çocuk bakımevleri ve kreş hizmetleri için teşvik uygulamaları hayata geçirilmesi,
- Gençlerin, kadınların ve mesleki eğitim alan işsizlerin istihdamı halinde 54 aya kadar işveren sigorta prim payının devletçe karşılanması uygulamasının sürdürülmesi,
- Kadın girişimciliğinin desteklenmesi,
- Kadın istihdamına ilişkin kapsamlı politikalar.

Bununla birlikte, kadınların işgücü piyasasına katılımını arttırmak sadece ekonomik değil aynı zamanda sosyo-kültürel birçok konu başlığını da beraberinde getirmektedir. Bu nedenle çeşitli kurumların yaptığı çalışmalar ve akademik yayınlardan yola çıkarak aşağıda özet bilgiler sunulmuştur. Bu çalışmalardan bazıları için Toksöz (2007), Karakoyun (2007), Dünya Bankası (2009), ILO (2010), Maliye Bakanlığı (2011), Başbakanlık (2011) tarafından yapılan bazı çalışmalara bakılabilir. Bütün bu çalışmaların tespitleri ve bu çalışmanın ulaştığı sonuçlara göre kadınları işgücü piyasasına daha fazla yönlendirebilmek veya ortaya çıkan katılım zorluklarını aşmak için aşağıdaki gibi bazı öneriler geliştirilebilir:

- Kadın emeğiyle ilgili düzenli ve sistemli istatistikler toplanmalı, bu konudaki proje ve çalışmalarla ilgili bir envanter tutulmalıdır.
- Belediyeler, SHÇEK ve MEB’in okul öncesi eğitim ve bakım hizmetleri eylem planlarına bağlanmalı ve izlenmeli,
- Kadın istihdamını artırmak için kadınlara yönelik pozitif ayrımcılık çerçevesinde, yeni işe alınacak kadın işçiler için istihdam sübvansiyonu uygulanmalı,
- Gelir Vergisi Kanunu ve Kurumlar Vergisi Kanunu kadın istihdamını destekleyecek şekilde düzenlenmeli,
- Kadın girişimcilere kamu ihalelerinde öncelik verilmeli,
- Küçük işletmeleri destekleyici bir yaklaşımla kayıtdışılıkla mücadele edilmeli,
- Geçici tarım işçilerinin çoğunlukla kadın olduğunu göz önüne alarak Tarım İş Yasası çıkarılmalı,
- Ev hizmetlerinde geçici ve yevmiyeli çalışanlar yasal düzenlemeye kavuşturulmalı, kaçak çalışan göçmen kadınlar yasallaştırılmalı,
- İş Kanunu ayrımcılıkla mücadelede daha etkin olacak şekilde düzenlenmeli,
- Sendikalar kadın üyelerinin işgücü piyasasına katılımı konusunda daha aktif olmalı,

- MEB kız çocukların okullaşma oranlarını artırmak için destek uygulamalarını artırmalı,
- Mesleki ve teknik eğitimde kapsamlı bir reform sürecinde genç kızlar geleneksel mesleklerin dışında da eğitilmeli,
- Özel sektör, meslek kuruluşları ve STK'lar yürüttükleri meslek eğitimlerine genç kız ve kadınların katılımına özen göstermeli,
- İŞKUR'un tüm faaliyetleri toplumsal cinsiyet duyarlılığı taşımalı, hizmetlerden yararlanan kadın sayısını artırmak için somut hedefler konulmalı
- İşsizlik sigortası fonunda biriken kaynaklardan genç kız ve kadınların mesleki eğitimine daha fazla fon aktarılmalı.

SONUÇ

Türkiye'de kadınlar özellikle 1950'lerden sonra kırdan kente yönelik göçün beraberinde getirdiği kentleşme sonucunda işgücü piyasası içinde yer almaya başlamıştır. Ancak, zaman içinde kadınların işgücü piyasasındaki konumları ve çalışma biçimleri de değişime uğramıştır. Bu değişimin ana eksenini Türkiye'deki istihdamın sektörel dağılımı oluşturmaktadır. Tarımda çözülme, kentleşme ve ekonomik gelişmenin belirli bir bölgelerle sınırlı kalması ile birlikte istihdam, tarım sektöründe azalırken tarım dışı sektörlerde, ağırlıklı olarak hizmetler sektöründe artmaktadır. Bu durum kadın istihdamı için de aynen geçerli olmaktadır. Hizmetler sektörünün istihdamda ağırlık kazandığı bu yeni durumda kadınlar ücretsiz aile işçiliği yerine ücretli çalışmayı tercih etmek durumunda kalmaktadır. Türkiye'de bu değişim ve dönüşüm süreci kadınların işgücüne katılımına olumlu yansımamış, çok çeşitli ekonomik, politik, sosyal ve kültürel nedenlerle kadınlar işgücüne istenilen düzeyde katılamamışlar ve bu konuda zorluklarla karşılaşmışlardır.

Bu çalışmada bu etkenler veya zorluklarla ilgili daha çok önplana çıkan bazı başlıklar ele alınmıştır. Kırsal kesimdeki özellikle eğitim düzeyi düşük kadınların işgücüne

katılım oranlarının hızla düşmesi, dolayısıyla işgücü piyasası dışına çıktıktan sonra kentsel alanlarda yeniden piyasaya girememesi en temel sorunlardan bir tanesidir. Bu sorunun çözülmesi sürecinde en çok öne çıkan konu eğitim olmaktadır. Eğitimin, bir taraftan bölgesel dengesizlikleri giderme konusunda etkili olacağı, kadınların eğitim imkanlarının artırılmasıyla daha eğitilmiş ve bilinçli çocukların yetişmesi, nüfus artışı hızının denetim altına alınabilmesiyle hem işgücü piyasası için hem de uzun vadede ülke ekonomisi için büyük faydalar yaratacağı düşünülmektedir. Bu nedenle, özellikle geri kalmış bölgelerde yatılı okullar açarak, öğrencilere çeşitli burslar vererek eğitimin artırılması büyük önem taşımaktadır.

Kadınların işgücüne katılımını zorlaştıran diğer bir etken sosyal, kültürel ve ekonomik engellerdir. Bunun için başta hükümet ve sivil toplum kuruluşları olmak üzere çeşitli kurumların bu konuyla ilgili çalışmalarına hız kazandırması gerekmektedir. Bu alanda işverenler de dahil olmak üzere bilinçlendirme, kadınların çalıştırılması yönünde toplumun tüm kesimlerini eğitime, yönlendirme ve teşvik etme çalışmaları yapılmalıdır. Kadın istihdamını olumsuz yönde etkileyen kadınlara yönelik geleneksel bakış açısını kırmaya yönelik çalışmalara yer verilmeli, konuyla ilgili çeşitli toplantılar, seminerler yapılmalı hatta reklam kampanyaları yürütülmelidir. Düzenlenen toplantılarda hem kadınlar çalışmaları için cesaretlendirilmeli hem de toplumun diğer fertlerine kadınların çalışmaları halinde ailelerine ve topluma yapacakları olumlu yansımalar izah edilmelidir.

Kadınların çalışma hayatına ilişkin sorunlar ekonominin geneli itibarıyla yaşanan sorunlarla yakından ilişkilidir. Bu çalışmada daha ziyade istihdam yaratmayan büyüme süreçlerinden bahsedildi. Dolayısıyla, sıcak paraya ve ithalata, yani tüketime dayalı bir büyüme modelinden istihdam yaratacak üretim ve yatırım temelli bir büyüme modeline geçiş zorunludur. Bu hem ülkenin genel istihdam sorunlarının hem de özelde kadınların işgücü piyasasına girebilmesinin önünü açabilecek makroekonomik bir perspektif oluşturmanın, yani uzun vadeli yapısal reformların zorunluluğuna işaret etmektedir. Bu yapılmadan mikro düzeyde yapılacak çalışmalar veya kısa

vadeli, geçici çözüm sunan politikaların başarıya ulaşması mümkün değildir. Makroekonomik performansın iyileştirilmesinden sonra kentsel alanlarda, tarım dışı sektörlerdeki çalışma koşullarının iyileştirilmesi, kayıt dışı istihdamla mücadele edilmesi, part-time çalışma şeklinde olduğu gibi güvenceli esnek çalışma biçimlerinin uygulanması, kadınların çocuk bakımı konusunda rahatlamalarını sağlayacak girişimlerde bulunulması soruna daha bütüncül bir anlayışla yaklaşılmasını sağlayacaktır.

Bunların dışında iş arayan ve işverenler bir araya getirilmesi sürecinde İŞKUR'un daha etkin hale getirilmesi, KOSGEB ve Kalkınma Ajansları gibi kuruluşların girişimcilik

faaliyetlerini bilimsel ve objektif bir bakış açısıyla desteklemesi, genç nüfusa çeşitli meslek eğitimleri verilmesi ve üniversite-sanayi işbirliği konusunda daha fazla çalışma yapılması gerekmektedir. Bütün bunlar bir yandan işgücü piyasasının ihtiyaç duyduğu nitelikte işgücüyle buluşmasını, diğer taraftan üretim alanında verimliliğin artırılmasını sağlayacaktır. Türkiye'nin sahip olduğu avantajların bu doğrultuda açığa çıkarılması ise dış piyasalarla rekabet gücünün artması, teknolojinin içselleştirilmesi ve katma değeri yüksek ürünler üreterek markalar yaratılması ve bunların pazarlanması çabalarına büyük destek olacaktır.

SON NOTLAR

Rapor M.Dayıoğlu ve M.G. Kırdar (2010) tarafından hazırlanmıştır. Bkz. Türkiye'de

Kadınların İşgücüne Katılımında Belirleyici Etkenler ve Eğilimler, DPT-Dünya Bankası, Ankara.

KAYNAKÇA

Berber, M. & Eser, Burçin Y. (2010), Türkiye'de Kadın İstihdamı: Ülke ve Bölge Düzeyinde Sektörel Analiz, "İş Güç" ve Endüstri İlişkileri ve İnsan Kaynakları Dergisi, Cilt 10, Sayı 2 (Nisan): 1-16.
Biçerli, M.K. & Naci, Gündoğan (2009), Female Labor Force Participation in Urbanization Process: The Case of Turkey, MPRA Paper No 1849, Munich Personal RePEc Archive, <http://mpra.ub.uni-muenchen.de/18249/>.
Buğra, A. (2010), Toplumsal Cinsiyet, İşgücü Piyasaları ve Refah Rejimleri: Türkiye'de Kadın İstihdamı, TÜBİTAK Proje No: 108K524, İstanbul.
Çaşkurlar, Eren (2014), İstihdamsız Büyüme (istihdamsız iyileşme) Sorununa Karşı Kamusal Politikalar ve Önemi: Türkiye Açısından Bir Değerlendirme", TODAİE Amme İdaresi Dergisi, Cilt 47 Sayı 2 (Haziran): 43-76.
Dayıoğlu, M. & Kırdar, M.G. (2010), Türkiye'de Kadınların İşgücüne Katılımında Belirleyici Etkenler ve Eğilimler, DPT ve Dünya Bankası Çalışma Raporu: 5, Ankara.
EAF (2010), "İstihdamsız Büyüme (Mi?)", Ekonomik Araştırma Forumu, TUSİAD-Koç Üniversitesi.
Hall, Robert E.&Jones, Charles I. (1998), Why Do Some Countries Produce So Much More Output Per Worker Than Others, National Bureau of Economic Research, NBER Working Paper Series, No:6564, <http://www.nber.org/>

papers/w6564.

ILO (2010), Kadınların İşgücüne Katılımını Belirleyen Etmenler ve İl İstihdam ve Mesleki Eğitim Kurulları İçin Öneriler: Ankara, Gaziantep ve Konya, ILO Ankara Ofisi, Ankara.
Korkmaz, A.&Korkut, G. (2012), Türkiye'de Kadının İşgücüne Katılımının Belirleyicileri, Süleyman Demirel Üniversitesi İİBF Dergisi, Cilt 17, Sayı 2, 41-65.
Özar, S. (1994), "Some Observations on the Position of Women in the Labor Market in the Development Process of Turkey", Boğaziçi Journal, Cilt 8 (1/2), 21-43.
Özbay, F. (1994), "Women's Labor in Rural and Urban Setting", Boğaziçi Journal, Cilt 8, (1/2), ss.5-19.
Özsoy, C.&Atlama, S. (2009), An Analysis of Trends in Female Labor Participation in Turkey, Challenges for Analysis of the Economy, the Businesses, and Social Progress, ed. Péter Kovács, Katalin Szép, Tamás Katona, International Scientific Conference Szeged, November 19-21.
T.C. Başbakanlık (1999), Çalışmaya Hazır İşgücü Olarak Kentli Kadın ve Değişimi, T.C. Başbakanlık Kadının Statüsü ve Sorunları Genel Müdürlüğü, Ankara.
T.C. Başbakanlık (1999), İşgücü Yetiştirme Kurslarının Kadın İstihdamına Katkısı, T.C. Başbakanlık Kadının Statüsü ve Sorunları Genel Müdürlüğü, Ankara.
T.C. Başbakanlık (2000), Kadın İstihdamı İçin

Yeni Perspektifler ve Kadın İşgücüne Muhtemel Talep, T.C. Başbakanlık Kadının Statüsü ve Sorunları Genel Müdürlüğü, Ankara.

T.C. Başbakanlık (2011), Esnek çalışma Biçimlerinin Kadın İstihdamına Etkileri: Avrupa Birliği İstihdam Politikaları ve Türkiye Karşılaştırması, Hazırlayan: Yeliz Filiz, Ankara. T.C. Kalkınma Bakanlığı (2014), İstihdam ve Çalışma Hayatı, Onuncu Kalkınma Planı (2014-2018), Özel İhtisas Komisyonu Raporu, Ankara.

T.C. Maliye Bakanlığı (2011), Türkiye’de İşgücü Piyasası Sorunları ve Çözüm Önerileri, Strateji Geliştirme Başkanlığı Araştırma Raporu, Ankara.

Tansel, A. ve Taşçı, H. M. (2010), Hazard Analysis of Unemployment Duration By Gender In A Developing Country: The Case Of Turkey, The Institute for the Study of Labor, IZA Discussion Paper No. 4844, (March).

Toksöz, Gülay (2007), Türkiye’de Kadın İstihdamının Durumu, ILO-Uluslararası Çalışma Ofisi, Ankara.

Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK), İstatistiklerle Kadın, Aile Yapısı Araştırması 2016, [URL: <http://www.tuik.gov.tr/PreHaberBultenleri.do?id=24643>] internet adresinden 24 Haziran 2017 tarihinde edinilmiştir.

Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK), İstatistiklerle Çocuk, 2016, [URL: <http://www.tuik.gov.tr/PreHaberBultenleri.do?id=24645>] internet adresinden 02 Temmuz 2017 tarihinde edinilmiştir.

Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK), İşgücü İstatistikleri, Mart 2017, [URL: <http://www.tuik.gov.tr/PreHaberBultenleri.do?id=24628>] internet adresinden 02 Temmuz 2017 tarihinde edinilmiştir.

Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK), İşgücü

İstatistikleri, Ağustos 2017, [URL: <http://www.tuik.gov.tr/HbGetirHTML.do?id=24633>] internet adresinden 23 Eylül 2017 tarihinde edinilmiştir.

Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK), Dönemsel Gayri Safi Yurtiçi Hasıla, II. Çeyrek, Nisan-Haziran 2017, [URL: <http://www.tuik.gov.tr/HbGetirHTML.do?id=24568>] internet adresinden 23 Eylül 2017 tarihinde edinilmiştir.

Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK), Gençlerin İşgücü Piyasasına Girişi, 2016, [URL: <http://www.tuik.gov.tr/PreHaberBultenleri.do?id=21865>] internet adresinden 23 Ekim 2017 tarihinde edinilmiştir.

TÜSİAD (2000), Kadın-Erkek Eşitliğine Doğru Yürüyüş: Eğitim, Çalışma Yaşamı ve Siyaset, İstanbul: Lebib Yayınevi.

TÜSİAD (2008), Türkiye’de Hanehalkı: İşgücü, Gelir, Harcama ve Yoksulluk Açısından Analizi, İstanbul.

Ulutaş, Ç.Ü. (2009), Yoksulluğun Kadınlaşması ve Görünmeyen Emek, Çalışma ve Toplum, 2009/2, 25-40.

Uşen, Ş. & Delen, M. (2011), Eğitimli Kadınların Çalışma Hayatına ilişkin Tercihleri: İstanbul Örneği, Kamu-İş, Cilt 11, Sayı 4, 127-182.

WHITE, Jenny B. (1999), Para İle Akraba; Kentsel Türkiye’de Kadın Emeği, İletişim Yayınları, İstanbul.

World Bank (1993), Turkey: Women in Development, World Bank Country Studies, The World Bank, Washington D.C.

Yüceol, Hüseyin Mualla (2007), “Türkiye’de Bölgesel İşgücü Hareketleri, İşsizlik ve Ekonomik Kalkınma”, İş, Güç Endüstri İlişkileri ve İnsan Kaynakları Dergisi, Cilt 9, Sayı 1: 108-125.

KADIN VE ERKEK GİRİŞİMCİLER ARASINDAKİ FARKLILIKLAR

DIFFERENCES BETWEEN FEMALE AND MALE ENTREPRENEURS

Özet

Girişimci etkinlik son yıllarda sürekli artmaktadır. İster kadın ister erkek olsun girişimci olmak için belli bazı niteliklere sahip olmak gerekmektedir. Ancak, ortak niteliklerinin yanında, kadın ve erkek girişimciler yine birçok açıdan gözlemlenebilir farklılıklar da yansıtmaktadır. Bu çalışmada literatüre dayalı tespit edilen farklılıklar kategorik bir ayırım yapmadan belirtilmiştir. Farklılıkları bilmek kadın girişimciliğine yaklaşım açısından önemli bir unsurdur.

Anahtar Kelimeler: Girişimcilik, kadın girişimciler, girişimcilikte cinsiyet farklılıkları

Abstract

Entrepreneurial activity has been rising continuously in recent years. Whether female or male, it is required to have some particular qualities to be an entrepreneur. However, in addition to the common attributes, female and male entrepreneurs still reflect observable differences in many ways. In this study, the detected differences based on literature are indicated without a categorical distinction. Knowing differences is an important element in approaching women's entrepreneurship.

Key Words: Entrepreneurship, women entrepreneurs, gender differences in entrepreneurship

GİRİŞ

Girişimcilik, bir kişinin bağımsız veya bir organizasyon içinde, bir fırsatı belirlemek ve yeni bir değer yaratmak veya ekonomik bir başarı sağlamak için söz konusu fırsata yönelme motivasyonu ve kapasitesini ifade eder. Girişimcilik, kişilerle ve onların bir işletmeyi kurma, devralma veya işletme ya da bir firmanın stratejik karar mekanizmalarına katılma tercihleriyle ve bu yöndeki aktiviteleriyle ilgilidir (Doğan, 2010:26). Girişimci ise, toplumun gereksinim duyduğu ürünler üreterek, hizmetler sunarak, ya da ticaret yaparak, maddi-manevi kazanç sağlamayı hedefleyen, bu amaçla kendi işini kurmak için harekete geçen ve iş fikrini gerçekleştirmek için; araştırma, planlama, örgütlenme, koordinasyon çalışmaları yapan, sonuçta; gerekli bilgi-beceri, işyeri, eleman, makine-ekipman vb. işletme girdileri ile finansman kaynaklarını bir araya getirerek, kendi işini kuran kişidir (www.koniks.com). Kadın girişimci de, bir işletmeyi başlatıp, organize edip, işleten kadın olarak tanımlanabilir. Kadın girişimciler yenilikçi, kendine güvenen ve yaratıcı kadınlar olarak bireysel veya başkaları ile işbirliği içinde ekonomik bağımsızlık elde etmede yetenekli, kişisel, aile ve sosyal yaşama ayak uydurarak bir kuruluşu başlatıp, kurup ve işleterek başkaları için iş imkanları üretebilen kadınlardır (Keskin, 2014:73). Kadın girişimciler sadece bir işi çekip çeviren değil aynı zamanda kendi kariyerlerini de yöneten kadınlardır. Bu yeni kariyerleri; yenilik, yaratıcılık, risk alma, vizyon ve cesareti de kapsamaktadır. Onlar, zeki, bağımsız ve kalabalıkta öne çıkan, hedefleri olan ve bu hedeflerine ulaşmak için karşılaştıkları zorlukları göğüsleyen, beklentilerini ve iş gayretlerini sürekli gözden geçiren ve sosyal bilinci dikkate değer ölçüde yüksek olan bireylerdir (Moore, 2000:2).

Girişimciler kadın ve erkek toplumun tüm katmanlarından, tüm mesleki kökenlerden, her yaşta ve her eğitim düzeyinden olabilir (Kelley, Brush, Greene ve Litovsky, 2011:9). İster kadın ister erkek olsun girişimci olmak için belli bazı niteliklere sahip olmak gerekir. Yani girişimcilik bazı niteliklerin bileşimidir. Ancak, kadın ve erkek girişimciler, girişimcilik açısından ortak niteliklerin yanında karakteristik özellikleri, tutumları, değerleri, özlentileri, işe başlama nedenleri, iş hedefleri, engeller ve güçlükler, motivasyon ve beklentiler, yönetim tarzları,

işletme yapısı vb. farklılıklar yansıtmaktadır.

Kadın ve erkek girişimcilerde girişimcilik açısından gözlemlenen farklılıklar araştırmalarda farklı şekillerde yansıtılmıştır. Kadın girişimciler ile erkek girişimciler neden farklıdır diye bakıldığında kimi araştırmalarda psikobiyolojik özelliklere bağlı farklılıklar ön plana çıkartılırken kimi araştırmalarda sosyal, kültürel ve çevresel faktörlere bağlı farklılıklar, kimi araştırmalarda da ekonomik farklılıklar ön plana çıkartılmaktadır. Özetle kadın ve erkek girişimcilerde gözlemlenen farklılıkların varlığının farklı nedenleri vardır ve bu nedenler tam olarak ifade edilmiş değildir. Bu çalışmada girişimcilikte cinsiyet faktörü üzerinde durulacak ve kadın girişimcilerin heterojen bir grup olduğunu unutmadan, kategorik bir ayırım yapmadan tespit edilen farklılıklar belirtilecektir.

Girişimcilikte Cinsiyet Faktörü

Kişilik özelliklerini de etkileyen cinsiyet faktörü, cinsiyet rollerinin ortaya çıkması sonucu girişimcilik kavramını da etkilemektedir. Cinsiyet rolleri, toplumun kadın ve erkek arasında sahip oldukları roller açısından bir farklılık olduğu anlayışından kaynaklanmaktadır (Can ve Karataş, 2007:252). Toplum, kadınlara ve erkeklere onların kişisel tercihleri ya da yeteneklerine göre değil; toplumsal cinsiyet rollerine göre farklı görev ve sorumluluklar atfedebilmektedir (Tunç, 2013:22).

Cinsiyet faktörü toplum içinde sosyal statünün belirlenmesinde etkili bir unsur olmaya devam etmektedir. Kültür, din, siyaset, hukuk yapısı, ekonomik durum kadınların toplum içindeki rolünü ve beklentilerini belirlemektedir. Kadın, biyolojik ve fiziksel özelliklerine bağlı olarak, cinsiyeti esas alınarak ona atfedilen toplumsal/sosyal olarak yapılandırılmış farklı kültürlerde değişiklikler gösteren rolleri ile ilgili sorunlar yaşamaktadır (Akgül, Koç ve Siklon, 2009:266).

Toplumsal cinsiyet rolleri, geleneksel kökenlerin ve toplumsal değerlerin birleşiminden oluşur. Her ne kadar erkeklerin ve kadınların cinsiyet rolleri toplumdan topluma norm ve değer yargılarına göre farklılık gösterse de hemen her toplumda erkeklerin kadınlardan daha güçlü olduğu algısı, (Tunç 2013:23-34) ikincil sırada olduğu anlayışı halen kabul edilebilir olarak

görülmektedir. Gelişmiş olan ülkelerde kadınlar, cinsiyete dayalı rol ayırımından kaynaklanan sorunları çözmede önemli aşama kaydederek toplum içinde lider, yönetici ve girişimci gibi rollere adım atmışlardır, ancak gelişmekte olan toplumların çoğunda kadınların erkeklerle aynı fırsatlardan yararlanamadığı görülmektedir (Kızıldağ ve Kula, 2009:226). Cinsiyetler arası bu fırsat eşitsizliğine, büyük ve küçük kentlerde yaşayan kadınlar arasında da rastlanmaktadır. Kadınlar büyük kenti oluşturan farklılaşmış, uzmanlaşmış ve örgütlenmiş bir çevrede çok daha etkin bir teknolojinin oluşturduğu kurumlarla çevrili yaşamaktadır ve hepsi az veya çok koşulların etkisiyle değişmektedir (Günay ve Bener, 2011:159). Ülkemizde de özellikle büyük kentlerde kadınlar risk üstlenebilme, cesaretli ve kararlı olma, esneklik, yaratıcılık ve mesleki yeterlilik gibi girişimcilik özelliklerine daha fazla sahip iken, küçük kent olarak tanımlanabilecek alanlarda aynı durum söz konusu olamamaktadır (Kızıldağ ve Kula, 2009:226).

Geleneksel olarak belirlenmiş cinsiyet rollerinin benimsenmesi, kadınların erkeklerle bağımlılıklarının ölçüsünü ifade etmektedir. Bazı kadınlar bu durumdan rahatsızlık duyarken bazıları da bu durumu normal ve doğal bir durum olarak görmektedir. Böylece bağımlılıkları nedeniyle pek çok kadının sosyal konumu erkekler tarafından belirlenmektedir (Goffee ve Scase, 1992:13). Kadınların yarısından fazlası için hayattaki en önemli amaç iyi bir anne ve eş olmaktır. Toplumsal cinsiyet temelli iş bölümünce kadına verilen eşlik/annelik görevlerini içselleştirmiş olan kadınlar, bu görevleri nedeniyle işgücü piyasasından geçici ya da sürekli ayrılmaktadır. Kadını toplumda denetlenen konumuna indirgeyen ataerki yapının getirdiği hiyerarşik düzen, kadının işgücü piyasasına katılımında da belirleyici olmaktadır (Özçatal, 2009:52).

Dünya nüfusunun yaklaşık yarısını oluşturan kadınların dünya genelinde yaşam kalitesinin yükseltilmesi, işgücü piyasasına katılımında ve istihdamında ekonomik faktörlerin yanında sosyo-demografik ve sosyo-kültürel faktörler de belirleyici olmaktadır (Keskin, 2015:53). 2012 yılı itibarıyla dünya ölçeğinde çalışma yaşındaki kadınların yüzde 50,3'ü işgücüne katılırken bu oran erkeklerde yüzde 76,5'dir. İstihdama baktığımızda, kadınların yüzde 47,1'i istihdam edilirken bu oran erkeklerde yüzde 72,2'dir. Dünyada tüm istihdamın yüzde

40'ı kadındır. Küresel düzeyde kadın işsizlik oranı yüzde 6,4, erkek işsizlik oranı yüzde 5,7 olarak gerçekleşmiştir (International Labour Organization [ILO], 2014:90-94). Türkiye'ye baktığımızda, 2012 yılında kadınların işgücüne katılma oranı yüzde 29,5, erkeklerin işgücüne katılma oranı yüzde 71, İstihdam oranı kadınlarda yüzde 26,3, erkeklerde yüzde 65, işsizlik oranı kadınlarda yüzde 10,8, erkeklerde yüzde 8,5 olarak gerçekleşmiştir (Türkiye İstatistik Kurumu [TÜİK], 2014:127).

Dünyada kadın ve erkeklerin işgücüne katılımları ve istihdamı açısından hala büyük farklılıklar olduğu görülmektedir. Bu farklılık ülkelerin gelişmişlik düzeyine göre de değişmektedir. Cinsiyet ayrımcılığı ve çalışma koşullarının eşitlenmemesi kadınların işgücüne katılımında ve istihdamında önemli bir sorundur. Kadınların işgücüne katılım, istihdam ve işsizlik oranları açısından Türkiye, dünya geneli ile kıyaslandığında, Türkiye'nin kadın işgücüne katılımı, istihdamı ve işsizliği açısından kötü bir noktada olduğu görülmektedir. Bu oranlar ülkemizde insan kaynaklarından, kadın potansiyelinden yeterince yararlanılmadığını göstermektedir. Türkiye'de toplumsal yapıda meydana gelen değişim ve gelişmelerle kendine yeni ve farklı roller yükleyen kadın, eğitim almaya, kendi konumunun farkına varmaya kısaca bilinçlenmeye başlamıştır (Berber ve Eser, 2008:3). Ancak cinsiyet eşitliğinin sağlanmasına yönelik kat edilmesi gereken yol hala çok uzundur.

Cinsiyet ayrımcılığına bir başka örnek enformel sektörlerdir. Enformel sektörler az gelişmiş bölgelerde hem kadınlar hem de erkekler için önemli bir istihdam kaynağı ama daha çok kadınlar enformel sektörlerde çalışmaktadır. Çünkü kadınlar erkeklerle göre öğrenim, mesleki eğitim, istihdam gibi olanaklara daha az sahiptir. Global düzeyde, kriz dönemlerinde kadınların enformel sektörlerle yönelmesinde artış olmaktadır. Bu durum kadınların aile gelirine katkı amacıyla çalışma zorunluluğu duymalarıyla açıklanabilir (International Trade Union Confederation [ITUC], 2011:9).

Cinsiyet ayrımcılığı kadın girişimciliğini de etkilemektedir. 173 ekonomiyi kapsayan bir Dünya Bankası çalışmasına göre, 155 ekonomide; ev dışında seyahat etme, sözleşme yapma, mülkiyet haklarına sahip olma, banka hesabı açma veya bir işyeri

kaydetme gibi, kadınlar için en az bir engel tespit edilmiştir. Bazı ülkelerde kadınların işletmelerini kaydettirmeleri için erkeklerin imzasının istenmesi kadınların işletmelerini resmileştirmelerini zorlaştırmaktadır. İşletmelerini resmileştirmek için gerekli prosedürler nedeniyle özellikle mikro işletmelere sahip birçok kadın girişimci kayıt dışı ekonomide kalmaktadır (ILO, 2016:40).

Kadınların cinsiyet rolleri esas alınarak, kadına ve erkeğe özgü olarak tanımlanabilecek işler farklılaştırılmıştır. Buna göre, daha az sermaye ve donanım gerektirmesi, kadına iş ve aile yaşamını dengeleme olanağı sağlaması, biyolojik açıdan sahip olunan cinsiyet özellikleri ve annelik duygusu gibi faktörlerin etkisiyle, kadınların genellikle hizmet ve ticaret sektörlerinde girişimci olmayı tercih ettikleri tespit edilmiştir (Yelkikalan, 2006:50). Kadın girişimciler çoğunlukla hizmet sektöründe yoğunlaşmış olmakla beraber, cinsiyete dayalı engellerin sürmesine rağmen günümüzün tüm sektörlerinde bulunmaktadır. Kadın girişimcilerin yoğunlaştığı sektörler ülkeden ülkeye de farklılık göstermektedir.

Kadın ve Erkek Girişimciler Arasındaki Farklılıklar

Günümüzde ülkelerin kadın girişimciliğine verdiği önem ve kadın girişimciler artmaktadır. Kadınlar çeşitli nedenlerle girişimciliğe atılmaktadır. Bazıları erkek meslektaşları gibi sahip olduğu yeni bir fikri ve inovasyonu hayata geçirmek için, bazıları çalıştıkları mevcut işleri kendilerine yetmediği için veya çalıştıkları işyerleri kişisel beklentilerini ve mesleki hedeflerini karşılamadığı için, bazıları zorlu ve esnek olmayan çalışma ortamı nedeniyle, bazıları iş yerlerinde uygulanan cam tavan sendromunu kıramadıkları için, bazıları aile işini devraldıkları için, bazıları zorunlu işsizlik nedeniyle, bazıları pazarlanabilir becerileri olmadıkları için, yani kimilerini fırsatları değerlendirmek kendi işini kurmaya çekerken kimilerini de zorunluluk nedenleri kendi işlerini kurmaya itmektedir (Winn, 2005:382-383; Kelley vd., 2011:21). Hangi nedenle olursa olsun yeni bir girişimi başlatmak bazı niteliklere sahip bireyler tarafından alınan bilinçli bir karar olarak görülmekte (Winn, 2005:383) ve kadınlar için girişimcilik farklı faktörlerin karmaşık etkileşimini yansıtmaktadır. Kadın ve erkek girişimcilerde

ortak özelliklerinin yanında endüstri seçimleri, finansman stratejileri, yönetim yapıları ve büyüme modelleri, hazırlıklar ve amaçlar, organizasyon, kaynaklara erişim ve stratejik yönelim (Greene, Hart, Gatewood, Brush ve Carter, 2003:1-2; Bisawa ve Parnami, 2015:261) gibi cinsiyet, kişisel ve iş profiline göre farklılıklar da yansıtmaktadır. Kadın ve erkek girişimcilerin motivasyon faktörlerinin birbiriyle tamamen benzer olduğunu söylemek mümkün değildir. Kadınların sosyalizasyon süreci, toplum dinamikleri ve her şeyden önemlisi çalışma hayatında karşılaştıkları zorluklar veya kısıtlılıklar, onların girişimci olma nedenlerini erkeklerinkinden daha farklı bir noktaya kaydırabilmektedir (Özdemir, 2010:121).

Kategorik bir ayırım yapmadan tespit edilen farklılıklara baktığımızda:

Kadın girişimciler bir iş kurup işletirken erkek meslektaşlarına göre daha fazla zorluk yaşamakta ve cinsiyete dayalı ayrımcılıkla karşılaşmaktadır. Bu nedenle erkekler daha çabuk girişimci olma kararı alırken kadınlar daha fazla zamana ihtiyaç duymaktadır.

Erkek ve kadın girişimciler arasındaki diğer bir fark da işe başlama/ iş kurma yaşıdır. Erkekler girişimciliğe daha erken yaşlarda başlama eğilimindeyken, kadınlar iş tecrübesi, yönetim, uzmanlık ve deneyim eksikliği, rol çatışması ve zaman yönetimi, sermaye yetersizliği ve krediye erişim, fırsat eşitsizliği, ataerkil yapı vb. sosyo-demografik, sosyo-kültürel, ekonomik çeşitli faktörlerden dolayı daha geç yaşlarda başlama eğilimindedir. Kadın girişimciler çoğunlukla 35-45 yaş arasında erkek girişimciler ise 25-35 yaş arasında işletme kurmaktadır (Hisrich ve Peters, 2002:76; Yetim, 2002:81; Aslan ve Atabey, 2005:5). Avrupa Komisyonunun Avrupa'daki Kadın Girişimciler Üzerine İstatistikî Veriler çalışmasında ise erkeklerin (yüzde 58) ve kadınların (yüzde 59) her ikisi için girişimcilik faaliyetlerinin en yoğun yaşandığı yaş grubunun 25-49 yaş olduğu belirtilmektedir. (European Commission, 2014:17).

İster gelişmiş, ister gelişmekte olan ekonomiler olsun kadınlara kıyasla erkekler daha yüksek oranda girişimcilik faaliyetlerinde bulunmaktadır ve kadın girişimcilerin sahip olduğu işletme sayısı artışa rağmen erkeklere

göre geridedir (Kelley vd., 2011:20). Küresel olarak, kadınlar tüm formal işletmelerin üçte birine sahiptir, ancak yoğunlaşma mikro ve küçük işletmelerdedir (ILO, 2016:40). Hemen hemen tüm Avrupa ülkelerinde, mevcut işletmelerin çoğunu erkekler işletmekte ve yeni girişimlerin çoğunu erkekler başlatmaktadır (Hillmann, 2016:16). Beşeri sermayedeki cinsiyete dayalı farklılıklar, kadın girişimcilerin daha düşük oranlarından en azından kısmen sorumlu olabilir (Welter, 2002:5). Aynı zamanda kadınların sahip olduğu işletmeler girişim büyüklüğü, çalışan sayısı, gelir miktarı gibi faktörler açısından erkeklerin sahip olduğu işletmelere göre daha küçük olma eğilimindedir (Winn, 2005:381). Küçük ölçekli ev bazlı işletmelerde kadın girişimciliği daha yaygındır. Diğer bir değişle kadın girişimcilerin şirketleri, erkeklere göre daha yavaş bir büyüme eğilimi göstermektedir. Örneğin 2012 yılında AB’de 40,6 milyon girişimcinin yalnızca yüzde 29’unu kadınlar oluşturmaktadır. Bu kadın girişimciler küçük işletmelerde faaliyet göstermekte, finansörler tarafından daha az karlı görülen sektörlerde konsantre olma ve erkeklere ait işletmelerle karşılaştırıldığında da daha düşük büyüme ve ciroya sahip olma eğilimindedir (McCracken, Marquez, Kwong, Stephan, Castagnoli ve Dlouha, 2015:13). Türkiye’de de kadın girişimci (işveren+kendi hesabına çalışan) sayısı erkek girişimcilerin oldukça altındadır. 2012 yılı itibariyle toplam girişimcilerin yüzde 14,9’unun kadın girişimci, yüzde 85,1’inin erkek girişimci olduğunu görüyoruz (Keskin, 2014:81). Yine AB’de yüksek eğitimli kadınlar, yüksek öğrenim görmüş erkeklerle benzer bir oranda sosyal girişimler yaratmalarına karşın ticari girişimcilik için bunu söylemek mümkün değildir (McCracken vd., 2015:13).

Erkek girişimciler ilk işlerini genellikle imalat ve inşaat sektörlerinde kurmalarına karşın, kadın girişimciler hizmet sektörü, eğitim, danışmanlık, halkla ilişkiler, sağlık alanlarında kurmaktadır (Hisrich ve Peters, 2002:76; Yetim, 2002:81; Soysal, 2010:74-75). Örneğin, APEC ülkelerinde yapılan bir araştırmaya göre kadınların sahip olduğu işletmelerin yoğun olarak bulunduğu iş kolları; Meksika ve G. Kore’de ticaret, otel ve restoran işletmeciliği, Endonezya’da, yiyecek, içecek, Filipinler’de el sanatları, giyim ve perakende, Avustralya, Kanada ve ABD’de hizmet ve perakende ticarettir (Asia-Pacific Economic Cooperation [APEC], 1999:13-14).

Türkiye geneline bakıldığında da 2012 yılı itibariyle 94 bin işveren kadının yüzde 78,7’si hizmetler, yüzde 12,8’i sanayi ve yüzde 8,5’i tarım kesiminde, kendi hesabına çalışan 788 bin kadının ise yüzde 30,3’ü hizmetler, yüzde 17,3’ü sanayi, yüzde 52,4’ü tarım kesiminde faaliyette bulunmaktadır (Keskin 2014:79). Kadınların daha çok hizmetler sektöründe iş kurmalarında, kadın istihdamının hizmetler sektöründe yoğunlaşmasının da katkısı vardır. Dünya genelinde 2012 yılında kadın istihdamının yüzde 49,2’si, AB-27 ülkelerinde yüzde 83’ü, OECD ülkelerinde yüzde 83,3’ü, Türkiye’de yüzde 45,8’i hizmetler sektöründe yer almaktadır (Keskin, 2015:57-63).

Kadınların ileri teknoloji gerektiren sektörlerdeki işletmelere sahip olmaları erkeklerden daha az olasıdır. Teknolojik gelişme erkek girişimciliğini kadın girişimciliğine göre daha güçlü bir şekilde etkilerken, hizmet sektörünün büyümesi kadın girişimciliğini erkek girişimciliğinden daha güçlü bir şekilde etkilemektedir (Verheul, Stel ve Thurik, 2004:7; Pushkarskaya, 2008:104). Yüksek teknolojiye sahip işyeri sahibi kadınların sayısı çeşitli unsurlardan dolayı yetersizdir (spesifik teknoloji ve işletme bilgisi, dinamik piyasa ihtiyaçlarına yönelik yüksek kaliteli ürünlerin geliştirilmesi, kaliteli yatırımcılarla para akışı gibi). Hizmet sektöründe ise önceki iş tecrübeleri kadınların kendi işletmelerini kurmak için gerekli olan güven ve iş ağını oluşturmalarına yardımcı olmaktadır (Alzahrani, 2014:1-2).

Kadın girişimcilerin yeni bir fikri ve inovasyonu değerlendirmeleri erkeklere göre çok daha azdır ve inovasyon kadın girişimciler için daha yaygın bir sorundur. Örneğin 2008 yılında AB genelinde Avrupa Patent Ofisi tarafından verilen patentlerin sadece yüzde 8,3’ü kadınlara verilmiştir (McCracken vd., 2015:14).

Kadın girişimciler genellikle daha az bir parayla işlerini başlatmanın yanı sıra aynı zamanda daha az bir parayla çalışmaktadır. Erkek girişimciler ve kadın girişimciler farklı finansman stratejileri kullanmaktadır. Kadın girişimciler iç kaynakları, dış kaynaklara nazaran daha fazla kullanmakta bu da sermaye miktarının büyümesini engellemektedir. Kadınlar işlerini yürütürken daha az borç sermaye kullanmaktadır ve borç finansmanı kullanırken bile, kadın ve erkek girişimcilerin farklı stratejileri kullandığı görülür. Kadınların

sahip olduğu işletmeler için daha fazla aile ve arkadaşlarından ödünç alma olasılığı yüksek ve toplam borçlarının içinde aile ve arkadaşlarına olan borcu erkeklerin sahip olduğu işletmelere göre daha fazladır. Bu durum kadınların kendi şirketlerini büyütme yeteneğini sınırlamaktadır. Bazı araştırmalar, kadınların da kendi işlerini başlatmak için resmi kredi kuruluşlarını kullanma eğiliminde olduğunu ve yine bazı araştırmalar ise kadınların daha az sermaye kaynağı olarak bankaları kullanma eğiliminin olduğunu göstermektedir (Gatewood, Brush, Carter, Greene ve Hart, 2004:14). Kadınların dış finansmanı daha az kullanmalarının bir nedeni kişisel varlık yoksunluğu nedeniyle dış finansman için gerekli teminatları göstermede karşılaştıkları zorluktur. Örneğin Türkiye’de tüm gayrimenkullerin sadece yüzde 9’u kadınların üstüne olduğu için bankalardan kredi talep ederken teminat gösterememektedir (Kurtsan, 2011). Ayrıca kadın girişimciler ve bankacılar arasındaki ilişkide cinsiyet ayrımcılığı sorunlara neden olabilmektedir. Krediler için teminat söz konusu olduğunda bankalar kadın girişimcilere daha katı şartlar uygulamaktadır. Bu da kadın girişimcilerin işlerini büyütmelerinde önemli engeldir. Kadınların müracaatlarında kocalarının veya varlıklı aile bireylerinden birinin imzası istenmektedir. Bankalar erkeklere göre daha az endüstriyel tecrübeye sahip oldukları ve daha az girişimci olarak görme eğiliminde oldukları için kadınlara daha az sermaye temin etmeye istekli olabilmektedir (Shmailan, 2016:4). Kadın girişimcilerin dış finansmanı daha az kullanmalarında diğer bir neden ise kendine güven sorunudur. Özetle, destek grupları olarak erkek girişimciler genellikle profesyonelleri görürken, kadınlar ise öncelikle eşlerini, yakın arkadaşlarını ve iş ilişkilerini görmektedir. Yani kadın girişimcilerin erkeklere kıyasla daha az güçlü profesyonel ağları vardır (McCracken vd., 2015:7).

Ürün ve hizmetler açısından bakıldığında kadın girişimcilerin niş pazarlarda faaliyet gösterdikleri savunulabilir. Zaman içinde tüketici talebinin çok yönlü hale gelmesiyle niş pazarlar daha fazla önem kazanmıştır. Kadın girişimciler bu pazarlarda genellikle bir uzmanlaşma stratejisi izlemektedir. Sundukları yeni rekabet edilemeyen veya tamamlayıcı ürünler onları rekabetten korumaktadır (Popescu, 2012:62).

Kadın ve erkek girişimcilerin yönetim tarzları karşılaştırıldığında, kadınlar ayırt edici özellikleri ve yetenekleri ile “dönüşümcü liderlikle” (transformational leadership) farklı görüntü sergilemektedir. Bu tarz liderlik/yönetim, astları ile olumlu etkileşim ve güvene dayalı ilişkiyi teşvik etmek, ayrıca güç ve bilgiyi paylaşmaktır. Kadınların yönetim tarzı daha çok açık iletişimi vurgulamaktadır (Nguyen, 2005). Kadın girişimciler iş hayatında çalışma yaşamının kalitesine önem veren, kalite üzerine odaklanan, yaratıcılığı, esnekliği, işletme yönetiminde insani yaklaşımları öne çıkaran, işletmelerini yönetirken sosyal ve kültürel amaçlara finansal amaçlar kadar önem veren bir yaklaşım bütününe sahiptir. Erkekler, daha direktif yönetim tarzına sahip olma eğilimi içindeyken, genel olarak kadın işverenler, çalışanlarının zaman ve enerji üzerinde çatışan taleplerini ve çalışanların iş, aile ve kişisel ilgilerini dengeleme ihtiyacını daha iyi anlamaktadır. Çalışanlarla iyi ilişkiler, kadın girişimciler için daha önemlidir. Erkek girişimciler daha görev odaklıdır. Ancak yapılan bazı araştırmalar daha geleneksel olmayan alanlarda işletmeler kuran kadınların daha fazla erkekler gibi düşünmek ve daha fazla kar elde etmek eğiliminde olduğunu da göstermektedir. Bu kadınlar; ulaştırma, inşaat ve geliştirme, iletişim, üretim, havacılık, toptan dağıtım, finans, yüksek teknoloji ve eğlencenin dâhil olduğu sektörlerde işletmeler açmak eğilimindedir (Affholder ve Box, 2004:5).

Kadın girişimciler erkek girişimcilere göre işleriyle ilgili daha az beklenti içindedir. Bunun nedeni; kadın girişimcilerin erkek girişimcilere göre daha düşük büyüme ve gelir potansiyeline sahip işletme türleri ile işe başlamaları, kar beklentilerinin daha az olması ve kadınların uzun yıllar iş hayatının dışında tutulmaları nedeniyle erkeklere nazaran girişimsel yeteneklerinin daha az farkında olmalarıdır (Kepler vd., 2007:8). Çoğu kadın girişimci için önemli finansal kazançlar elde etmekten, kendileri ve aileleri için makul düzeyde gelir elde etmek yeterli olmaktadır.

Kadın girişimciler dürüst ve etik kurallara uygun çalışmaya daha fazla özen göstermektedir (Sologistics-Women entrepreneur archives).

Kadınlar erkeklere göre daha fazla zorunluluk nedeniyle motive olup iş kurarken (Bullough, 2006:270; Pushkarskaya, 2008:104;

Organisation for Economic Co-operation and Development [OECD], 2012:137; Kaushal, Negi ve Singhal, 2014:158; Singer, Amoros ve Arreola 2014:45) erkekler kadınlara göre daha fazla yakaladıkları fırsatları değerlendirmek amacıyla iş kurmaktadır (Kepler vd., 2007:8). Önceki iş deneyiminde yaşanan ayrımcılık, terfi edilmeme, iş ve aile sorumluluklarını dengeleme ihtiyacı, ekonomik kısıtlılıklar gibi iten faktörler, erkeklere kıyasla, kadınların girişimci olma istekleri üzerinde daha fazla bir etkiye sahiptir (Özdemir, 2010:121). Gelişmekte olan ülkelerde işgücü piyasasına girişte erkeklere göre daha fazla engelle karşılaşılan kadınlar işsizlik ve yoksulluğu aşmak için/gelir üretmek için herhangi bir iş veya başka seçenek bulunmadıklarından kendi işlerini kurmayı bir yol olarak görmektedir (Vossenberg, 2013:3). Yoksulluk tüm insanlık için temel bir sorun olmasına rağmen, ağırlıklı olarak kadınlar tarafından yaşanan bir olgudur (Serinikli, 2016:598). 2013 yılında dünyada günde 2 ABD doları veya daha az gelire yoksulluk içinde yaşayan insan sayısı yaklaşık 2,47 milyardır ve birçoğu gelişmekte olan ülkelerde veya Afrika ve Asya'da bulunan en az gelişmiş ülkelerdedir (Hussain ve Bhuiyan, 2014:559). Aynı şekilde kadın işsizlik düzeyi ile aktif işgücündeki kadın girişimcilerin yüzdesi arasında güçlü bir pozitif ilişki vardır. İşsizlik oranı, zorunluluk nedeniyle girişimci olan kadınların yüzdesini artırmaktadır (European Commission, 2014:80). Yüksek gelirli ülkelerde ise kadınların büyük çoğunluğu (2/3'si) gördükleri fırsatları değerlendirmek veya bağımsız olmak amacıyla iş kurmaktadır (Vossenberg, 2013:3).

Erkek girişimciler kadın girişimcilere göre daha fazla saat işe zaman ayırabilmektedir. Çünkü kadın girişimciler işleriyle birlikte çocuk bakımı, ev işleri, aile büyüklerinin bakımı ile de ilgilenmek durumundadır. Kadınlar için iş ve aile taleplerini dengelemelerine olanak tanıyan esnek çalışma saati önemlidir (Kepler vd., 2007:6-7).

Erkek girişimcilerde tam-zamanlı çalışma kadın girişimcilere göre daha fazla, kadın girişimcilerde yarı-zamanlı çalışma daha fazladır (Verheul ve Thurik, 2000:14). Örneğin, 2012 yılında AB-28'deki tüm kadın girişimcilerin yüzde 30'u, erkek girişimcilerin ise yüzde 12'si yarı zamanlı çalışmaktadır ve

yarı-zamanlı çalışan erkek girişimcilerin yüzde 35'nin, kadın girişimcilerin yüzde 12'sinin ikinci bir işi vardır (European Commission, 2014:9-12).

Kadın girişimciler farklı amaçlar peşinde koşmaktadır. Girişimci kadınlar girişimlerinde kişisel beklentileri, erkek girişimciler ise ekonomik beklentileri ön planda tutmaktadır (Kutaniş ve Alpaslan, 2006:144). Kadınlar, erkeklerden daha çok kendini gerçekleştirme arzusu, iş tatmini, kişisel ilgi gibi nedenlerle de kendi işlerini kurmak istemektedir (Kepler vd., 2007:6). Bir başka ifadeyle kadınlar esneklik, bağımsızlık, iş memnuniyeti ve tatmin, kişisel gelişim ve prestij elde etmek için de kendi işlerini kurmak istemektedir (Winn, 2005:381). Kadınların kendi işlerini kurmak istemelerinde finansal olmayan boyutlar erkeklere göre daha yüksektir (Kepler vd., 2007:6). Yani, erkek girişimcilerle karşılaştırıldığında kadın girişimciler kardan çok sosyal itibara önem vermektedir (Yetim 2008:82; Soysal, 2010:74).

Kadınlar iş-aile yaşamını dengelemek için daha yüksek oranda girişimci olurken, erkeklerin büyük bir kısmı girişimcilikte para kazanma, ekonomik ilerleme ve/veya servet yaratma talep etmektedir (DeMartino ve Barbato, 2003:816; Kepler vd., 2007:6). Bir başka ifadeyle erkek girişimciler ekonomik fırsatlar gibi ekonomik faktörlere ve maliyetlerin kontrol altında olduğundan, kar odaklı olduğundan emin olmaya daha fazla odaklanmakta, kadınlar aile-iş hayatı dengesi ve ebeveynlik gibi sosyal faktörlere, sosyal katkıda bulunmaya ve kalitelerini güvence altına almaya daha fazla önem vermektedir (Shmailan, 2016:3).

Erkek ve kadın girişimciler başarıyı farklı değerlendirmektedir. Erkekler maddi kazançlarını başarı ölçüsü olarak daha fazla görürken, kadınlar başarıyı maddi kazancın yanında işle ilgisiz çıkarları da dahil kombinasyon olarak görmektedir (Affholder ve Box, 2004:5; BMO Wealth Management, 2016:5).

Kadın girişimciler erkek girişimcilere nazaran daha fazla sosyal desteğe ihtiyaç duymakta ve işe başlamadan önce sosyal desteğe sahip olduklarından emin olmak istemektedir (Kutaniş, 2009:253, Shmailan, 2016:3).

Kadın ve erkek girişimciler arasındaki bir diğer

fark, deneyim ve eğitim ile ilgilidir. Kadın ve erkek girişimcilerin almış olduğu eğitim tipine bakıldığında erkek girişimcilerin, kadın girişimcilere göre daha fazla teknik disiplinlerde eğitim almış oldukları görülmektedir. Deneyim açısından bakıldığında ise erkekler kendi işini kurmadan önce daha fazla çalışma ve yöneticilik deneyimine sahiptir. Çoğu kadın girişimci ilk yönetim tecrübelerini kendi işlerinde kazanmaktadır. Ayrıca deneyim tipindeki farklılıklar eğitim tipi farklılıklar ile ilgilidir. Kadın girişimciler daha fazla eğitim, satış, idari ve kişisel hizmetler gibi alanlarda tecrübelidir. Bir başka ifadeyle erkek girişimciler mali yönetim ve çağdaş teknolojilerin uygulanması ile ilgili daha fazla endüstri deneyimine sahiptir (Verheul ve Thurik, 2000:14). Çoğu kez erkek meslektaşlarından farklı eğitime ve deneyime sahip olmaları nedeniyle, bir işi başlatmak ve büyütme için gerekli bilgi ve becerilerin öğrenilmesinde kadınlar daha fazla yardıma ihtiyaç duymaktadır. Bu nedenle iş kurmak/işlerini geliştirmek isteyen kadınlara eğitim, danışmanlık ve ağ geliştirme programlarının vb. katkısı olabilir (Onge ve Stevenson, 2004:19). İş bilgisi ve tecrübe eksikliği, iş kurma aşamasında gerekli bilgi ve kaynaklara ulaşmak açısından kadın girişimcileri erkek girişimcilere göre daha zorlayıcı bir unsurdur (Affholder ve Box, 2004:6).

Kadınların, iş hayatının tehlikelerine veya risklerine ilişkin risk algı düzeyleri erkeklerle oranla daha yüksek görünmektedir. Yapılan araştırmalar, genelde erkekleri kadınlara oranla risk almaya daha yatkın göstermektedir (Kayalar ve Ömürbek, 2007:187). Nitekim pazarlama ve psikoloji alanında yapılmış çalışmalar da erkeklerin kadınlardan çok daha fazla ve kolaylıkla riskli kararlar alabildiklerini ortaya koymaktadır (Fidan ve Yılmaz, 2006:2). Kadın girişimciler işle ilgili tehlikeler söz konusu olduğunda daha endişelidir (Shmailan, 2016:5). Özellikle, kadınlar erkeklerden daha fazla finansal riskten kaçınma tavrı sergilemektedir (Kepler vd., 2007:9). Türkiye’de de kadın girişimciler, risk almada erkek girişimcilere oranla daha temkinli hareket etmekte ve daha az özgüvenli bulunmaktadır (Yetim, 2002:82).

Motivasyon temelinde baktığımızda, henüz girişimci olmamış fakat bu yönde somut adımlar atan kadınlar ve erkeklerle ilgili yapılan çalışmalarda özerk olma gibi içsel nedenlerle motive olan kadınların ve pazardaki bir fırsatın

algılanması gibi dışsal nedenlerle motive olan erkeklerin, girişimci olmadan önceki aşamada başarılı olma şanslarının daha yüksek olduğu ortaya çıkmıştır. Girişimcilerin farklı motivasyon faktörleri onların ekonomik başarı ve yatırım türleri gibi kararlarını etkilemektedir (Özdemir, 2010:122-123).

Kadın girişimciler işlerini aile yaşantılarına paralel olarak yürütebilmekte oysa erkek girişimciler çoğu zaman işlerini aile yaşantılarının önüne koymakta ve bir paralellik yaratamamaktadır (Kayseri Ticaret Odası [KTO], 2011:1). Kadın girişimciler, kadın olmanın yarattığı farklılık ve hassaslıkla duygusal zekalarını iş hayatına yansıtabilmekte ve çoğu zamanda bu durumun olumlu sonuçlarını elde etmektedir (Şahin, 2006:41).

Kişisel özellikler açısından bakıldığında kadın ve erkek girişimciler açısından güçlü benzerlikler bulunmaktadır. Her ikisi de mizaç olarak enerjik, belli hedeflere yönelen ve serbest eğilimli olmalarına karşın, erkeklerin, kadınlara oranla özgüvenleri daha güçlü, esneklik ve toleransları daha azdır (Hisrich ve Peters, 2002:76).

Girişimcilik bazı haklardan vazgeçmek demektir. Bazı araştırmalar işgücüne katılım üzerinde sosyal güvenlik sisteminin etkisinin erkekler ve kadınlar arasında farklı olduğunu göstermektedir. Girişimcilik sağlık sigortası, emeklilik maaşı, işsizlik sigortası gibi çıkarılardan vazgeçmek anlamına geldiğinde kendi hesabına çalışmanın fırsat maliyetleri artar. Kadınlar güncel kazançlarından ziyade gelecekte kazanacakları sosyal güvenliği zenginlik olarak görürken, erkekler güncel kazançlarına önem vermektedir. Dolayısıyla, yüksek sosyal güvenlik imkânlarının ve yardımlarının kadın girişimciliğini azaltma olasılığı erkek girişimciliğinden daha fazla olabilir (Verheul 2005:55). Kadınlar için girişimci olmak çoğunlukla bir ‘yaşam stratejisi’ erkekler için ise bir ‘iş stratejisi’dir (Buttner, 1993:60).

Son olarak, kadın ve erkek girişimcilerin farklılıklarını özet olarak ortaya koyması açısından aşağıda bir tablo yer almaktadır (Tablo 1). Bu tabloda kadın ve erkek girişimcilerin iş hedefleri, risk toleransı, finansman, motivasyon, yönetim ve ağ bağlantılarındaki farklılıklar gösterilmektedir.

Tablo 1. Kadın ve Erkek Girişimciler Arasındaki Farklılıklar

Erkek girişimciler	Kadın girişimciler
İş hedefleri	
Kolay karar alma	Karar almada zorluk
Ekonomi ve maliyet odaklı	Sosyal katkı ve kaliteye odaklı
Finansal risk almaya istekli	Finansal risk konusunda endişeli
Görev odaklı yöneticilik	Çalışanlarla iyi ilişkiler üzerine odaklanma
İmalat ve inşaat alanında işletmeler	Perakende ve hizmet alanında işletmeler
Risk toleransı	
İşle ilgili tehlikelerde daha az endişe	İşle ilgili tehlikelerde daha fazla endişe
Yeterli bilgiye sahip olduğuna güvenme	Daha fazla ayrıntılı bilgi isteme
İş kurarken daha az sosyal destek ihtiyacı	İş kurarken sosyal destek talebi
Başarısız olmaktan kaçınmamak	Başarısız olmaktan kaçınmak
Daha fazla risk almaya yatkın	Daha fazla riskten kaçınmak
Finansman	
Daha fazla sermaye	Daha az sermaye
Daha fazla borç	Daha az borç
Finansman için geçmiş sicil kayıt varlığı	Finansman için geçmiş sicil kayıt yokluğu
Bankaların güveni daha fazla	Bankaların güven eksikliği
Sermaye erişim kolaylığı	Sermaye erişim zorluğu
Motivasyon	
Dışsal odaklı	Özerk olma isteği
İnisiyatif almada güçlülük	Daha pozitif
	Daha sağduyulu
	Eleştirel düşünme
	Kendi işinin patronu olma
Daha fazla para kazanma	Başarı hissi edinmek
Önceki deneyim	
Yönetim	
Daha fazla mantıksal düşünme	Daha fazla sezgisel düşünme
Direktif yönetim tarzı	İletişimsel ve anlatımcı davranışlar
	İletişim becerileri mükemmel
	Çalışanlarının ihtiyaçlarını anlama
İşletmelerini büyütme	İşletmelerini büyütme
Genişleme konusunda daha agresif	Genişleme konusunda temkinli ve tutucu
Ağlar	
Geniş network	Az network
Organizasyonlar	Aile ve arkadaşlar
Ağa daha fazla erişim	Ağa daha az erişim

Kaynak: Shmailan, 2016:3-6.

SONUÇ

Erkek ve kadınlar arasında girişimcilik faaliyetlerinin düzeyinin artması ve kadınların ekonomik ve sosyal güç haline gelmesi ülkenin ekonomik gelişimi ve sosyal sistemin güçlendirilmesi açısından önemlidir. Kadın ve erkek girişimciler paylaştıkları ortak özelliklerin yanında sektör ve iş seçimi, işletme yapısı ve büyüklüğü, yönetim tarzı, finansman

stratejileri, risk yönetimi ve beklentiler gibi birçok farklı özellikler de yansıtmaktadırlar. Kadın ve erkek girişimciler arasında farklılıkların olması kadın girişimciliğini ayrı olarak da ele almayı gerektiren bir unsurdur.

Ayrıca, günümüzün ve ülkemizin en önemli sorunlarından biri istihdam yaratmaktır. İstihdam yaratmak girişimciliğin işlevlerinden biridir. Kadın girişimciliği kadın istihdamını artırmada

önemli bir uygulama olabilir. Türkiye’de kadın girişimcilerin sayılarının ve istihdama katkılarının artması için kadınların girişimci olmaya teşvik edilmesi ve güçlendirilmesi ve bu bağlamda konunun toplumsal ve bireysel boyutlarını da kapsayan etkin politikaların

izlenmesi çok yerinde olacaktır. Etkin politikaların izlenmesinde kadın ve erkek girişimciler arasında farklılıkları bilmek ve göz önünde bulundurmamak strateji belirlemede katkı sağlayabilir.

KAYNAKÇA

Affholder, J., & Box, T. M. (2004). Struggles of Female Entrepreneurs. *Proceedings of The Academy of Entrepreneurship*, 10(1), 3-8.

Akgül Koç, S., & Siklon, S. (2009). Depremde Kadının Özel Alandan Kamusal Alana Geçiş Süreci ve Sivil Toplum Kuruluşları. Sakarya Üniversitesi Uluslararası-Disiplinlerarası Kadın Çalışmaları Kongresi 05-09 Mart 2009, Sakarya, Kongre Bildirileri, 1, 265-279.

Alzahrani, A. (2014). How High-technology Female Entrepreneurs Perceive and Overcome Startup Challenges. *Masters of Applied Science*, Carleton University Ottawa, Ontario.

Asia-Pacific Economic Cooperation [APEC]. (1999). Women Entrepreneurs in SMEs in The APEC Region.

Aslan, Ş., & Atabey, A. (2005). Küresel Rekabette Kadın Girişimcilerin Rolü ve Türk Kadın Girişimci Tipolojisi. *Journal of Azerbaijani Studies*, 1-17.

Berber, M., & Yılmaz Eser, B. (2008). Türkiye’de Kadın İstihdamı Ülke ve Bölge Düzeyinde Sektörel Analiz. “İş, Güç” Endüstri İlişkileri ve İnsan Kaynakları Dergisi, 10(2), ISSN: 1303-2860, 1-16.

Bisawa, T., & Parnami, M. (2015). Woman Entrepreneur –The Role Men Play in Their Success. *The International Journal Of Business & Management*, 3(9), ISSN 2321 –8916, 261-265.

BMO Wealth Management. (2016, September). Are there gender differences among entrepreneurs? Insights on the characteristics and gender differences of business owners. BMO Wealth Management Report, U.S. Edition.

Bullough, A. (2006). Do Women Entrepreneurs Effect Economic Growth in Developing Countries. *Proceedings AIB SE Annual Meeting*, USA, 268-279.

Buttner, E. H. (1993). Female Entrepreneurs: How Far Have They Come?. *Business Horizons*, 36(2), DOI: 10.1016/S0007-6813(05)80039-4•Source: RePEc, 59-65.

Can, Y., & Karataş, A. (2007). Yerel Ekonomilerde Kalkınmanın İtici Gücü Olarak Kadın Girişimcilerin Rolü ve Mikro Finansman: Muğla İli Örneği. Selçuk Üniversitesi Karaman İ.İ.B.F. Dergisi Yerel Ekonomiler Özel Sayısı, 251-261.

DeMartino, R., & Barbato, R. (2003). Differences between woman and men MBA entrepreneurs: exploring family flexibility and wealth creation as career motivators. *Journal of Business Venturing*, 18, 815-832.

Doğan, S. (2010). Avrupa Birliği’nin girişimcilik politikası, kobi yaklaşımı ve Türkiye, İstanbul: İTO Yayınları, Yayın No: 2010-80.

European Commission. (2014). Statistical Data on Women Entrepreneurs in Europe. doi:10.2769/34288.

Fidan, F., & YILMAZ, T. (2006). Kadın Girişimciliğine Alternatif Bakış Serüven mi? Macera mı?. Doğu Akdeniz Üniversitesi 2. Uluslararası Kadın Araştırmaları Konferansı, Nisan, Kuzey Kıbrıs.

Gatewood, E. J., Brush, C. G., Carter, N. M., Greene, P. G., & Hart, M. M. (2004). Women Entrepreneurs, Growth, and Implications for the Classroom. Coleman Foundation White

Paper Series for the United States Association for Small Business and Entrepreneurship.

Girişimcilik ve İş Kurma Süreçleri. [URL:www.koniks.com/data/others/girisimcilikvekendiisinikurma.ppt] internet adresinden 20.07.2017 tarihinde edinilmiştir.

Goffee, R., & Scase, R. (1992). Kadınlar iş başında. (Çev. A. Fethi). İstanbul: Eti Kitapları.

Greene, P. G., Hart, M. M., Gatewood, E. J., Brush, C. G., & Carter, N. M. (2003). Women entrepreneurs: moving front and center: an overview of research and theory. Coleman White Paper Series, 3, available at [URL:http://www.usasbe.org] internet adresinden 18.07.2017 tarihinde edinilmiştir.

Günay, G., & Bener, Ö. (2011). Kadınların Toplumsal Cinsiyet Rollerini Çerçevesinde Aile İçi Yaşamı Algılama Biçimleri. TSA / 15(3), 157-171.

Hillman, K. (2016). Transitions between Employment, Unemployment and Entrepreneurial Activities – Evidence from Germany. Dissertation, Universität Hamburg, Hamburg.

Hisrich, R. D., & Peters, M.P. (2002). Entrepreneurship, fifth edition, Boston: McGraw Hill Irwin.

Hussain, D. M., Bhuiyan, A. B., & Bakar, R. (2014). Entrepreneurship Development and Poverty Alleviation: An Empirical Review. Journal of Asian Scientific Research, 4(10), 558-573.

International Labour Organization [ILO]. (2016). Women at Work Trends 2016. Geneva.

International Labour Organization [ILO]. (2014). Global Employment Trends 2014: Risk of a jobless recovery?. Geneva.

International Trade Union Confederation [ITUC]. (2011). Living with Economic Insecurity: Women in Precarious Work. March 2011, ITUC Report.

Kaushal, D., Negi, A., & Singhal, C. (2014). The Gender Gap in Entrepreneurship and How to Overcome It? A Study of Women Entrepreneurship Promotion in Uttarakhand

State. Global Journal of Finance and Management, ISSN 0975-6477, Research India Publications, 6(2), 157-164.

Kayalar, M., & Ömürbek, N. (2007). Girişimci Adaylarının Risk Almaya Yatkınlık Özelliğinin Cinsiyet Bağlamında İncelenmesi. Atatürk Üniversitesi İ.İ.B.F. Dergisi, 21(1), Erzurum, 185-200.

Kayseri Ticaret Odası [KTO]. (2007). Türkiye’de Kadın Girişimci – 2007 Durum Raporu, Kayseri.

Kelly, D. J., Brush, C. G., Greene, P. G., & Litovsky, Y. (2011). Global Entrepreneurship Monitor 2010. Women Report, Global Entrepreneurship Research Association.

Kepler, E., Shane, S., & Heights, S. (2007). Are Male and Female Entrepreneurs Really That Different?. Small Business Research Summary, No. 309, September 2007, SBA Office of Advocacy Working Paper.

Keskin, S. (2014). Türkiye’de Kadın Girişimcilerin Durumu. Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi Dr. H. İbrahim Bodur Girişimcilik Uygulama ve Araştırma Merkezi Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi, 9(1), 71-94.

Keskin, S. (2015). Dünyada ve Türkiye’de Kadın İstihdamının Sektörlere ve İş Statüsüne Göre Dağılımı. Maltepe Üniversitesi İ.İ.B.F. Ekonomik, Toplumsal ve Siyasal Analiz Dergisi, 2015/1, ISSN 1303-0496, 52-70.

Kızıldağ, D., & Kula, S. (2009). Küçük Kentte Kadın Girişimci Olmak Afyonkarahisar Örneği. Sakarya Üniversitesi Uluslararası-Disiplinlerarası Kadın Çalışmaları Kongresi 05-09 Mart 2009, Sakarya, Kongre Bildirileri, 1, 225-233.

Kurtsan, M. (2004). Kadın Girişimcilere Kurumsal Destek. Röportaj, 28.Ekim 2004, [URL:arsiv.ntv.com.tr/news/293623.asp] internet adresinden 25.09.2017 tarihinde edinilmiştir.

Kutaniş, R. Ö. (2009). Kadın Girişimcilerin Algılanma Farklılıkları: Sakarya Örneği. Sakarya Üniversitesi Uluslararası-Disiplinlerarası Kadın Çalışmaları Kongresi 05-09 Mart 2009, Sakarya, Kongre Bildirileri, 1, 252-261.

Kutaniş, R. Ö., & Aplaşlan, S. (2006). Girişimci ve Yönetici Kadınların Profilleri Farklı mıdır?. Afyon Kocatepe Üniversitesi İ.İ.B.F. Dergisi, 8(2), 139-153.

McCracken, K., Marquez, S., Kwong, C., Stephan, U., Castagnoli, A., & Dlouha, M. (2015). Women's Entrepreneurship: closing the gender gap in access to financial and other services and in social entrepreneurship. EP, Directorate General for Internal Policies Policy Department C: Citizens' Rights and Constitutional Affairs, Women's Rights & Gender Equality, European Parliament, European Union, [URL: <http://www.europarl.europa.eu/studies>] internet adresinden 21.07.2017 tarihinde edinilmiştir.

Moore, D. P. (2000). Transitions-Milestones On The Route To Success. USASBE Proceeding, 18 February 2000, 1-5.

Nguyen, M. (2005). Women Entrepreneurs, Turning Disadvantages Into Advantages, [URL: www.preflightventures.com] internet adresinden 17.07.2017 tarihinde edinilmiştir.

Onge, A., & Stevenson, L. (2004). Fostering the start-up and growth of women-owned enterprises: Best practices from Atlantic Canada. UNECE, Series: Entrepreneurship and SMEs, Access To Financing And Ict For Women Entrepreneurs in The Unece Region, Challenges and good practices (pp 14-24). Geneva and New York, United Nations Publications, ISBN 92-1-016361-3.

Organisation for Economic Co-operation and Development [OECD]. (2012). Gender Equality in Education, Employment and Entrepreneurship: Final Report to the MCM 2012. OECD Week, C/MIN(2012)5.

Özçatal, Ö. (2009). Kadınların İşgücü Piyasasına Katılımını ve Çalışma Koşullarını Etkileyen Sosyo-Demografik ve Kültürel Faktörler. Sakarya Üniversitesi Uluslararası-Disiplinlerarası Kadın Çalışmaları Kongresi 05-09 Mart 2009, Sakarya, Kongre Bildirileri, 1, 45-54.

Özdemir, A. A. (2010). Potansiyel Girişimci Olan Kadınların Motivasyon Faktörleri ve Eskişehir'de Bir Araştırma. Ege Akademik Bakış, 10(1), 117-139.

Popescu, S. (August 2012). Women and Men in Entrepreneurship. Journal of Knowledge Management, Economics and Information Technology, 2(4), ISSN 2247-7756, Scientific Papers, (www.scientificpapers.org), 60-69.

Pushkarskaya, H. (2008). Gender Differences in Determinants of Entrepreneurial Intentions in a Rural Setting. Innovative Marketing, 4(1), 103-113.

Serinikli, N. (2016). Kadın Yoksulluğunu Önlemede Girişimciliğin Önemi: Kadın Kooperatifleri ve Mikro Kredi Uygulamaları. BJSS Balkan Journal of Social Sciences / Balkan Sosyal Bilimler Dergisi, International Congress of Management Economy And Policy, 2016 Aralık, 598-609.

Shmailan, B. A. (2016). Compare the Characteristics of Male and Female Entrepreneurs as Explorative Study. Journal of Entrepreneurship & Organization Management, 5(4), ISSN: 2169-026X, DOI: 10.4172/2169-026X.1000203, 1-7.

Singer, S., Amoros E. J., & D. M. Arreola. (2014). Global Entrepreneurship Monitor [GEM] 2014 Global Report. Global Entrepreneurship Research Association, ISBN: 978-1-939242-05-1.

Sologistics-Women entrepreneur archives, [URL: sologistics.us/category/women-entrepreneurs] internet adresinden 21.07.2017 tarihinde edinilmiştir.

Soysal, A. (2010). Kadın Girişimcilerin Özellikleri, Karşılaştıkları Sorunlar ve İş Kuracak Kadınlara Öneriler: Kahramanmaraş İlinde Bir Araştırma. Eskişehir Osmangazi Üniversitesi İ.İ.B.F. Dergisi, 71-95.

Şahin, E. (2006). Kadın Girişimcilik ve Konya İlinde Kadın Girişimcilik Profili Üzerine Bir Uygulama. Yayımlanmamış yüksek lisans tezi, Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Ana Bilim Dalı, Konya.

Tunç, H. (2013). Toplumsal Değişim Sürecinde Din ve Toplumsal Cinsiyet-Lise Gençliği Üzerine Sosyolojik Bir Araştırma. Yayımlanmamış yüksek lisans tezi, Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Felsefe ve Din

Bilimleri Ana Bilim Dalı, Kahramanmaraş.

Türkiye İstatistik Kurumu [TÜİK]. (2014). İstatistik Göstergeler 1923-2013, Yayın No:4361, Ankara.

Verheul, I. (2005). Is there a (fe)male approach? Understanding gender differences in entrepreneurship. ERIM PhD Series Research in Management, ISBN 90-5892-080-1.

Verheul, I., & Thurik, R. (March 2000). Start-up Capital: Differences Between Male and Female Entrepreneurs. EIM Research Report 9910/E,

Verheul, I., Stel, A., & Thurik, R. (2004). Explaining female and male entrepreneurship across 29 countries. SCALES paper series N 200403.

Vossenbergh, S. (2013). Women Entrepreneurship Promotion in Developing Countries: What explains the gender gap in entrepreneurship and how to close it?. Maastricht School of

Management, Working Paper No. 2013/08, Maastricht, The Netherlands.

Welter, F. (2002). The Environment for Female Entrepreneurship in Germany. Paper presented at the RENT XVI, 22-23 November, Barcelona, [URL: www.ifm.uni-mannheim.de/unter/fsb/nr5.pdf] internet adresinden 21.07.2017 tarihinde edinilmiştir.

Winn, J. (2005). Women entrepreneurs: Can we remove the barrier?. International Entrepreneurship and Management Journal, 1, 381-397.

Yelkikalan, N. (2006). Başarılı Girişimcilikte Cinsiyetin Rolü: Kadın Girişimciler. Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi Dr. H. İbrahim Bodur Girişimcilik Uygulama ve Araştırma Merkezi Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi, 1(1), 45-54.

Yetim, N. (2002). Sosyal Sermaye Olarak Kadın Girişimciler: Mersin Örneği. Ege Akademik Bakış Dergisi, 2(1), 79-92.

KAMU POLİTİKASI OLUŞTURMA SÜRECİNDE BİLGİ VE İLETİŞİM TEKNOLOJİLERİ: E-DEVLET UYGULAMALARI

Özet

Sanayi toplumundan bilgi toplumuna geçişin yaşandığı günümüzde, küreselleşmenin etkisiyle hemen her alanda yaşanan değişim kaçınılmaz olmuştur. Bilgi ve iletişim teknolojilerinin ekonomik, toplumsal ve kültürel alanlarda etkisinin derinden hissedildiği bilgi çağı, devletin rolünde ve kamu hizmetlerinin sunumunda da kendisini göstermiştir. Bilgi teknolojilerindeki hızlı gelişme, kamu yönetiminin hizmet sunumuna hız, kalite ve maliyet bakımından katkı sağlamıştır. Bilgi iletişim teknolojilerinin kullanım amacı bakımından zaman içinde geçirdiği değişim, kamu politikası süreçlerini ve aktörlerini de kaçınılmaz olarak etkilemiştir. Buna bağlı olarak gelişen e-devlet uygulamaları ise bilgi iletişim teknolojileri yardımıyla devamlılığını sağlayacak olan yeni devlet anlayışının bir yansımasıdır. E-devlet uygulamalarıyla kamu hizmetleri vatandaşlara, özel kesime ve kamu kurum ve kuruluşlarına etkileşimli bir şekilde sunulmaya başlanmıştır. E-devlet ile ilgili risklerin ve faydaların ortaya konulması için stratejilerin

belirlenmesi, eylem planlarının hazırlanması ve uygulanması, vatandaşların sürece katılımı, çok yönlü ve çok aktörlü bir yapı teşkil eden kamu politikası süreci ile ilişkilidir.

Çalışma kapsamında teknolojik gelişmelerin kamu politikalarına yönelik etkileri, bilgi teknolojilerinin devlet üzerindeki dönüşümü olarak karşımıza çıkan e-devlet uygulamaları ve kamu politikası aracı olarak bilgi iletişim teknolojileri çerçevesinde değerlendirilecektir. Sonrasında ise Türkiye’de e-devlet politikalarının ortaya çıkma süreçleri ve bu politikaların oluşturulma süreçlerinde etkili olan aktörlere genel olarak değinilecektir. Bu amaçlar doğrultusunda yöntem olarak, literatür taraması ile çalışmanın temelini oluşturan kavramlar açıklanmış, yapılan etkinlikler değerlendirilmiş ve konuyla ilgili mevcut durum tespit edilerek gerçekleştirilmiş çalışmalara ilaveten yapılması önerilen hususlar ortaya konulmuştur.

Anahtar Kelimeler: Kamu Politikası, Bilgi ve İletişim Teknolojileri, E-Devlet

INFORMATION AND COMMUNICATION TECHNOLOGIES IN PUBLIC POLICY FORMATION: E-GOVERNMENT APPLICATIONS

Abstract

In today's world of transition from industrial society to information society, the change that has taken place in every area under the influence of globalization has become inevitable. The information age, in which information and communication technologies are felt deeply in economic, social and cultural fields has also shown itself in the role of the state and in the presentation of public services. The rapid development of information technologies has contributed to the provide of services to the public administration in terms of speed, quality and cost. The change over time that information communication technologies have inevitably affected public policy processes and actors. Accordingly, e-government applications are a reflection of the new state understanding that will provide continuity through the help of information communication technologies. With e-government applications, public services have begun to be offered to citizens, private sector and public institutions and organizations in an interactive

manner. In order to identify risks and benefits related to e-government the determination of strategies, the preparation and implementation of action plans, the involvement of citizens in the process is related to the public policy process, which is a multi-faceted and multi-actor structure.

Within the scope of the study, the effects of technological developments on public policies will be evaluated within the framework of e-government applications and of information communication technologies as a means of public policy. Then, the process of emergence of e-government policies in Turkey and the actors that are effective in the process of forming these policies will be mentioned in general. As the method of the study; thanks to literature search the main concepts have been explained, the practices have been evaluated and lastly, after the determination of the current situation, new proposals in addition to completed projects have been asserted.

Key Words: Public Policy, Information and Communication Technologies, E-Government

GİRİŞ

Günümüz dünyasında yaşanan, başta siyasi, sosyolojik, kültürel, ekonomik olmak üzere çok çeşitli alanları etkileyen değişim rüzgârı, iletişim ve bilgi teknolojilerindeki yeni gelişmelerle zirveye oturan “bilginin kullanımı” sayesinde tüm dünyaya yayılmıştır. Söz konusu değişim sürecinde Masuda’ya göre bilgi emek, hammadde gibi kaynakların yerine geçmekte ve sanayi toplumundan bilgi toplumuna geçişi sağlayan son derece önemli bir kaynak haline almaktadır (Masuda, 1990: 3). Bilginin bir kaynak olarak üretilmesi, üretilen bilginin işlenmesi ve dağıtılması ihtiyacı, bilgi ve iletişim teknolojilerini önemli bir araç haline getirmekle birlikte bilgiye dayalı etkin karar verme sistemlerini de gerekli kılmıştır. Dolayısıyla bilgi ve iletişim teknolojileri, devletlerin kamu politikası oluşturma sürecinde rolünü giderek artıran bir unsur niteliği taşımaktadır (Kırışık ve Sezer, 2015: 200). Kamu yönetiminin işleyişi bilgi ve iletişim teknolojileri ile niteliksel olduğu kadar niceliksel olarak ta değiştirilmektedir (Yıldız, 2003: 307). Kamu hizmetlerinin gün geçtikçe daha fazla internet aracılığıyla sağlanmaya başlanması kamu politikalarına yönelik etkinin çok boyutlu bir özellik kazanmasına neden olmuştur. Bilgi ve iletişim teknolojilerinde yaşanan gelişmeler ekonomide e-ticaret, siyasette e-demokrasi gibi yansımalarla kendisini gösterirken, kamu yönetimi alanında e-devlet şeklinde varlık bulmaktadır (Yıldız, 2002: 77).

Çalışma kapsamında teknolojik gelişmelerin kamu politikalarına yönelik etkileri, bilgi teknolojilerinin devlet üzerindeki dönüşümü olarak karşımıza çıkan e-devlet uygulamaları ve kamu politikası aracı olarak bilgi iletişim teknolojileri çerçevesinde değerlendirilecektir. Son bölümde ise Türkiye’de e-devlet politikalarının ortaya çıkma süreçleri ve bu politikaların oluşturulma süreçlerinde etkili olan aktörlere genel olarak değinilecektir. E-devlete yönelik politika süreçlerinin incelenmesi, ülke kaynaklarının teknoloji yatırımları noktasında daha verimli kullanılması adına destekleyici olabilecektir. Bu süreçte konu üzerine yazılmış basılı eserlerden, kitaplardan, makalelerden, basın taraması esnasında ulaşılan gazete arşivlerinden yararlanılacak olup, araştırma problemiyle ilgili bilgi içeren dokümanların

sistematiik bir biçimde betimlenmesini, tasniflenmesini ve analizini içeren literatür taraması yöntemi kullanılacaktır.

KAMU POLİTİKASI VE E-DEVLET İLİŞKİSİNİN KAVRAMSAL AÇIDAN İNCELENMESİ

Kavram Olarak Kamu Politikası

Vatandaşların isteklerini karşılama ve bir uzlaşma ortamı tesis ederek toplumsal çatışmaları en alt seviyeye indirme görevine sahip olan siyasi iktidarın, söz konusu asli görevinin en önemli ürününü kamu politikası oluşturmaktadır. Hükümetler için halkın istekleri ve sorunları karşısında farkındalık sahibi olma gerekliliği doğuran kamu politikası, sağlıktan eğitime, sosyal güvenlikten savunma ve adalete, dış ticaretten konut politikalarına kadar çok geniş bir yelpazeyi içermektedir. Bunun yanı sıra son halini alana kadar çeşitli aşamalardan geçen kamu politikası, belirlenme ve uygulanma süreçlerinde farklı bakış açılarına sahip birçok aktör için mücadele alanı oluşturmaktadır (Yıldız ve Sobacı, 2013: 17).

Kamu politikası kavramı için en genel çerçeveyi çizen Dye (1987), kamu politikasını hükümetlerin tercihleri temelinde ele almış, onların yapmayı veya yapmamayı tercih ettiği eylemler olarak tanımlamıştır (Aktaran Çevik, 1998: 103). Lasswell’e göre kamu politikası, “değer, amaç ve uygulama programlarının ortaya konulmasıdır” (Lasswell, 1979: 4). Bir başka tanıma göre kamu politikası, toplumsal alanda meydana gelen sorunlarla ilgili olarak hükümet tarafından alınan kararlara yol gösteren ölçüt, değer ve ilkelerdir (Usta, 2013: 78). Anderson tarafından amaçlı hareketler bütünü şeklinde ele alınan kamu politikası, kuruluş ve kişilerin sorun çözme noktasında rehber edindikleri politikalar (Anderson, 1994: 6). Kamu politikasını kamu yönetiminin bir elemanı olarak ele alan Eryılmaz’a göre ise, kamu politikası toplumsal sorunların tanımlanması ve çözümlerinin belirlenmesi temelinde kanun yapma, idari düzenlemeleri gerçekleştirme ile ilgilidir. Aynı zamanda alternatif çözüm önerileri arasında seçim yapma, sorunların çözümüne yönelik en uygun yöntemlerin belirlenmesi ve bu yöntemlerin uygulamaya geçirilmesi süreçlerini içermektedir (Eryılmaz, 2016: 14-15). Çeşitli

toplum kademelerine hitap eden bir yapıya sahip olan kamu politikası, bir bakış açısına göre ortak iyiyi şekillendiren bir alanı oluştururken, diğer bir bakış açısına göre sürece dâhil olan aktörlerin çıkarlarını gerçekleştirmeye çalıştığı bir arenadır (Yerlikaya, 2015: 7). Kamu politikalarının oluşum sürecinde etkili olan aktörleri iki gruba ayırmak mümkündür. İlk grupta kamu politikasına yasal otoriteyi kullanarak şekil veren resmi aktörler diğer bir deyişle resmi politika yapımcıları vardır. Yasama ve yürütme erki başta olmak üzere üst düzey bürokratlar, kamu kurum ve kuruluşları bu aktörlere örnek verilebilmektedir. İkinci grubu ise resmi olmayan aktörler denilen sivil toplum örgütleri, siyasi partiler, medya ve kamuoyu gibi aktörler oluşturmaktadır.

Temelleri Lasswell tarafından atılan, “Politika süreci” olarak da kavramsallaştırılan klasik model, kamu politika sürecini beş aşamaya ayırdığını belirtmiştir (Kaptı, 2011: 24-25; Çalı, 2012: 17). Bu aşamalar öncelikle, bir konunun veya sorunun kamuoyunda yer edinmesi olan ve sürecin ilk aşamasını oluşturan “gündeme geliş”; niçin böyle bir politikaya gereksinim duyulduğu sorusuna cevap bulma amacı taşıyan “formüle ediliş” (Çalı, 2012: 18) aşamalarıdır. Sonrasında ise gündeme gelen ve formüle edilen problemler veya ihtiyaçların yazılı hale gelmesi ve çoğu zaman da yasalaşması sonucunu doğuran “kanunlaştırma”, bir kanuna ya da programa dönüştürülen politikanın sorumlu kurumlar tarafından yaşama geçirilmesi olan “uygulama” ve hükümetler tarafından benimsenen ve yaşama geçirilen kamu politikalarının etkisinin ölçülmesi veya amacına ulaşip ulaşmadığının analiz edildiği aşama olan “değerlendirme” aşamalarıdır (Çalı, 2012: 19-20).

Kamu politikaları geniş bir etki alanı yaratarak bireysel, sosyal ve ekonomik yaşamı tüm boyutlarıyla içine almaktadır. Dolayısıyla politika yapım sürecinde karar alıcı konumundaki kamu yönetimleri, politika belirleme etkinliğinin artırılması amacıyla çeşitli reform girişimleri gerçekleştirmektedir. Bu kapsamda politika oluşturma sürecinde katılımcılığın sağlanması önemli yaklaşımlardan birini oluşturmaktadır. Yerlikaya’ya göre kamu reformlarında ve kamu yönetiminin işleyişinde kısa ve orta vadede eğilim; bireysel ve örgütsel katılım taleplerinde artışın

yaşanacağı bir seyir izlemektedir. Söz konusu eğilimin şekillenmesinde ve güçlenmesinde en etkili araçlardan birini ise bilgi iletişim teknolojileri oluşturmaktadır (Yerlikaya, 2015: 2). Bilgi ve iletişim teknolojileri tarafından sunulan fırsatlar, kamu yönetimi eliyle politika haline getirilerek e-devlet kavramı etrafındaki çalışmalarla değerlendirilmektedir. Bilgi iletişim teknolojileri ve e-devlet, gerek örgütlenme ve hizmet sunumu, gerekse insan kaynakları yönetimi ve yönetim anlayışı gibi geniş bir alanı etkilemekle birlikte, kamu politikalarının oluşturulmasında katılımcılık açısından önemli imkânları beraberinde getirmektedir (Yerlikaya, 2015).

Bir Politika Olarak E-Devlet

Elektronik devlet veya kısa adıyla e-devlet, bilgi ve iletişim teknolojilerinin (BİT), kamu kurum kuruluşları tarafından hizmet sunumunda, yönetilenlerin ise demokratik yönetim sürecine katılmalarında kullanılması olarak tanımlanabilmektedir (Yıldız, 2007: 39). Bilgi teknolojilerini temel araç olarak kullanan e-devlet, vatandaşlar başta olmak üzere kamu kurumları ve iş dünyası gibi çeşitli kesimlere sunulan kamu hizmetlerinin verimliliğini arttırmaya imkân sağlamaktır (Carter ve Belanger, 2005: 5). Lofstedt’in kamu örgütlerinin yapı ve süreçlerinde meydana gelen değişimin BİT aracılığıyla sağlanması olarak tanımladığı e-devlet (Lofstedt 2005: 49), devletin vatandaşlara karşı yerine getirmekte yükümlü olduğu görev ve hizmetler ile vatandaşların devlete karşı olan görev ve hizmetlerinin karşılıklı olarak elektronik iletişim ve işlem ortamlarında kesintisiz olarak yürütülmesidir (TBD, 2006: 8). E-devlet vatandaşlar, özel sektör ve kamu arasındaki karşılıklı ilişkilerin, tarafların sunduğu ve yararlandığı hizmetlerin, devletin fonksiyonlarıyla ilgili etkileşimlerin elektronik ortam üzerine taşınması ve birebir kullanılabilmesinin yanında güvenli olarak yürütülmesini içermektedir.

E-devletin bir kamu politikası olarak ortaya çıkması ve farklı ülkelerde benimsenmesi, 1980’den sonra gerçekleşmiştir. Bilgisayar ve internetin bir arada kullanılması ile ortaya çıkan ve kamu kurumlarının kamu hizmetleri ya da onların bazı yönetim süreçlerinin farklı bir biçimde sunmasına yarayan yeni yolu/ yöntemi anlatan e-devlet kısa zamanda

dünyanın pek çok ülkesinde farklı düzeylerde de olsa uygulama imkânı bulmuştur (Demirhan, 2011: 7). Hemen hemen bütün ülkeler, e-devlet uygulamaları ile şeffaf bir devlet vizyonu, vatandaşların hizmetlere kesintisiz ve hızlı ulaşımı, kamusal hizmetlerde verimliliğin sağlanması, kamu kurumları arasında bilgi alış verişinde birliğin sağlanması, etkin ve katılımcı bir yapının oluşturulması gibi hususları gerçekleştirmeyi amaçlamaktadırlar (Kösecik ve Karkın, 2004: 119). E-devlet uygulamalarına, dünya ekonomisinin giderek bilgiye dayalı üretime geçişini içeren çevresel unsurlar, vatandaşlardan gelen hız, kolaylık, şeffaflık gibi talepleri içeren yönetsel unsurlar ve halkın siyasi alana katılımını ve güvenliğini içeren politik unsurlar kaynaklık etmektedir (Büke, 2002: 18-19).

Bir felsefe değişimini de ifade eden e-devlet uygulamaları, vatandaş potansiyelinin, insan kaynağının, iş süreçlerinin maksimum seviyede değerlendirilmesini içermektedir (Balcı, 2005: 31-32). Bu şekilde gerçekleşen bir felsefe değişimi, tek taraflı yönetimden ziyade karşılıklı bir yönetim anlayışının oluşmasını sağlamaktadır. Bir kamu politikası aracı olarak e-devlet, ortaya koyduğu yeni vizyonlarla kamu yönetiminin yeniden yapılandırılmasına katkı sağlamaktadır (Şahin, 2007: 516).

BİLGİ VE İLETİŞİM TEKNOLOJİLERİNDE YAŞANAN DEĞİŞİMİN KAMU POLİTİKASI ÜZERİNE ETKİLERİ

Bilgi iletişim teknolojilerinin kullanım amacı bakımından zaman içinde geçirdiği değişim, kamu politikası süreçlerini ve aktörlerini de kaçınılmaz olarak etkilemiştir. Sobacı'ya göre kamu yönetiminde bilgi iletişim teknolojileri 1990lı yıllar öncesinde yönetsel odaklı ve içsel olarak, daha çok kurum içi iletişimi sağlamak ve işlemlerde etkinliği güçlendirmek amacıyla kullanılmaktaydı. Fakat bu tarihten sonra özellikle internetin ortaya çıkışı ve gelişimi üzerine vatandaşlara kamu hizmeti sunmak, sistemde yer alan diğer aktörlerle iletişime geçmek gibi dışsal amaçlara hizmet edecek şekilde bilgi iletişim teknolojileri kullanılmaya başlanmıştır (Sobacı, 2012: 5). Buna bağlı olarak gelişen e-devlet uygulamaları ise kendiliğinden ortaya çıkmaktan ziyade zaman içinde artan ihtiyaçların gerektirdiği ve BİT yardımıyla devamlılığını sağlayacak olan yeni

devlet anlayışının bir yansımasıdır (İnce, 2001: 12).

BİT'in kamu politikası oluşturma sürecinde yer alan tüm aktörlerce içselleştirilmesi, katılımcı yönetim, demokratik temsil gibi uygulamalara yönelik yerleşmiş pratiklerin yanı sıra toplumsal yaşam tarzı ve alışkanlıklarda da değişiklik meydana getirdiği görülmektedir. Aynı zamanda söz konusu benimseme, bu değişimi gerçekleştirirken yasal ve kurumsal çerçevenin değişime ayak uydurması yönünde baskın gücü oluşturmaktadır. Bilgi ve hizmet sunma, iletişim sağlama, işlem yapma gibi çok sayıda uygulamaya hali hazırda konu olan BİT, yeni imkânları ortaya koyacak şekilde gelişmeye devam etmektedir (Yerlikaya, 2015: 27).

Bir Kamu Politikası Aracı Olarak Bilgi ve İletişim Teknolojileri

Gelişmekte olan birçok ülkede ve OECD ülkelerinde, son zamanlarda e-yönetim olarak adlandırılan, BİT'nin siyasal karar verme sürecinde ve kamu yönetiminde stratejik olarak geliştirilmesi ve koordine edilmesi, ulusal e-yönetim politikası olarak formüle edilmektedir (Von Haldenwang, 2004: 418). Gerek kamu kuruluşlarının yapısında gerekse kamu hizmetlerinin sunumunda meydana getirdiği dönüşüm sebebiyle BİT'yi kapsayan kamu politikalarının oluşturulması önem arz etmektedir.

Vatandaş ihtiyaçlarının en hızlı ve en iyi şekilde giderildiği, maliyetlerin en aza çekildiği, karar alma ve vermede yönetişimin hâkim olduğu yönetim olarak ifade edilen etkin ve verimli kamu yönetiminin sağlanması adına, seçilen siyasi makamlar hem seçmen kitlesini memnun etmek hem de bürokrasiyi ve kamu masraflarını azaltmak adına bilgisayar teknolojilerine destek vermeye başlamışlardır (Arı, 2009: 42). Devletin yeniden yapılandırılmasını gerektiren bilgi teknolojileri ve bilgi toplumunu içeren yaklaşım, söz konusu yapılandırma içinde katılımcılık, rasyonellik, saydamlık ve etkinlik gibi özellikleri barındırmaktadır (Doğramacı, 1998: 7).

BİT, mekânsal ve zamansal uzaklıkları, sınırları engel olmaktan çıkardığı için söz konusu sıkıntılar dolayısıyla kamu yönetimi ile iletişime geçemeyen halk kesimlerinin hizmet taleplerini ilgili kesimlere ulaştırabilmelerini

sağlamaktadır. Bu özelliği ile BİT, kurumsal ve psikolojik sınırları ortadan kaldırarak, bireyi olası zaman ve mekân kısıtlarından kısmı olarak bağımsız kılmakta ve internet erişimine sahip bireylere kendini ifade fırsatı sunarak onları güçlendirmektedir. Bilgi kaynağı ve söylem sahibi olmak, politika aktörü olmanın zorunlu şartıdır. Dolayısıyla BİT, bireylere politika aktörü olma olanağı sunan bir araç niteliği taşımaktadır (Yerlikaya, 2015: 34).

Bir kamu politikasının formüle edilmiş sürecinde, ilgili alan hakkında detaylı bilgi sahibi olmak, ihtiyaçların tam olarak tanımlanması, söz konusu politikaya yönelik alternatiflerin geliştirilmesi ve kısıtların belirlenerek buna uygun olarak stratejiler oluşturulması son derece önem taşımaktadır. Ek olarak olası problemlerin saptanıp açık şekilde ortaya konulması ve sağlanacak çözüm ile ulaşılabilecek hedeflerin iyi bir şekilde analiz edilmesi gerekmektedir (Kaptı, 2011: 34). Dolayısıyla bilgi ve iletişim bir kamu politikasının her alanına sirayet etmektedir ve gereklidir. Sağlanması ise BİT'nin kamu yönetimi alanında etkin kullanımı ile gerçekleşmektedir.

Çok yönlü ve çok aktörlü bir yapı teşkil eden kamu politikası süreci, BİT kullanımı sayesinde daha anlaşılır bir özellik kazanacaktır. Vatandaşlar BİT kullanımı ile birlikte yasal düzenlemeler, karar verme sürecinde kullanılan belgeler, meclis kayıtları gibi noktalarda bilgi sahibi olabilecektir. Kamu politikası içeriğinin oluşmasına elektronik ortamda seçim, anket ve referandum gibi yöntemlerle dâhil olan ve etki eden vatandaşların uygulanan politikayı benimsemesi ve politikaya uyumu kolaylaşmaktadır (Coglianese, 2004: 85). Geleceğe yönelik olarak, hizmet sunumunda BİT'nin sürekli gelişim içinde olmasının kamu politikası olarak benimsendiği Türkiye'de her bir kamu kurumunun bilgi teknolojilerini temel alan stratejik bir plana sahip olması önerilmektedir. Buna bağlı olarak neredeyse tüm kamu kurumlarının stratejik planlarında bilgi ve iletişim altyapısını geliştirmenin stratejik amaç ve hedef olarak belirlendiği görülmektedir (Kırışık ve Sezer, 2015: 204).

Kamu yönetiminde gerek pratik gerek teorik çerçevede BİT'nin sağladığı faydalar, hizmet sunum biçimleri ve araçları, siyasi ve idari karar alma mekanizmaları, örgütlenme ve

personel yönetimi gibi geniş bir etki alanında kendisini göstermektedir. Kamu kurumları söz konusu etkiyi e-devlet kavramı çerçevesinde şekillenen bir süreç dâhilinde benimsemekte ve yönlendirmektedir (Yerlikaya, 2015: 2).

BİT Kapsamında E-Devlet Politikasının Etkileri Üzerine

Kurumsal etkileşimi temel alan hizmetler ve basit bilgi aktarımı düzeyindeki 1990lı yılların e-devlet uygulamaları, 2000li yıllarla birlikte daha bütüncül ve kesintisiz hizmet sunumu seviyesine erişmiş, kurumsal sanal işlemleri odak noktasına almaya başlamıştır. Buna bağlı olarak e-devlet çevirim içi bilgi sunma, işlem yapma, kesintisiz ve kişiselleştirilmiş hizmet sunma gibi aşamaları kapsayan bir tanıma ulaşmıştır (OECD, 2003: 74).

Vatandaş tercihlerinin belirlenmesi, bilgi paylaşımı, herhangi bir konuda hâkim görüşün ortaya konuşması, politika müzakeresi, kamuoyu düşüncesinin çerçevelere hapsedilmeden ifadesi BİT tabanlı katılım uygulamaları sayesinde mümkün olmaktadır. Söz konusu uygulamalar ile daha geniş kesimlere ulaşılmakta, bu kesimlerin sağladığı katkı daha hızlı ve sistematik şekilde analiz edilmektedir. Geleneksel katılım yöntemlerine kıyasla politika sürecine daha fazla genişlik kazandıran BİT tabanlı katılım uygulamaları, sürece zaman ve mekân esnekliği tanıyarak takip ve değerlendirmesinin koordineli şekilde yürütülmesini, vatandaşa geri bildirimde bulunulmasını sağlamaktadır (OECD, 2003: 77). Elektronik devlet modeline geçilmesi, gerek devletin ağır bürokratik işlemler nedeniyle yaşadığı kırtasiyecilikten kurtarmak, gerekse giderek artan kamusal ihtiyaçların etkin ve hızlı şekilde karşılanması açısından önem arz etmektedir (Arı, 2009: 13). Kamu yönetiminde BİT'in kullanılması öncelikle karar verme sürecinin kısaltmasını sağlayarak uzun evrak işlerinde boğulan bir yönetim sürecine çare olmaktadır (Leblebici vd, 2003: 504).

E-devlet uygulamalarının güçlü yanları olduğu gibi şüphesiz zayıf yanları da mevcuttur. Başta ekonomik güçlük ve nitelikli insan kaynağı olmak üzere; eğitim, teknolojik altyapı gibi birçok faktör e-devlet politikasının uygulamaya geçmesinde etkili olmaktadır. Bunların yanı

sıra toplumun sosyo-ekonomik yapısı, konu ile ilgili politik kararlılık, devlete duyulan güven, merkezîyetçilik veya yerinden yönetime ne kadar ağırlık verildiği gibi durumlar yine BİT konusundaki politikalara etki eden faktörlerdendir (Balcı ve Kırılmaz, 2009: 47). Yine, e-devlet aracılığıyla etkin ve verimli bir kamu yönetiminin gerçekleştirilmesi, toplumsal dönüşümün sağlanması ile ilişkilidir. Gerçekleştirilecek projelerin başarıya ulaşması için toplumun e-devlet uygulamalarına hazır olması önemlidir.

Katılımcılık açısından kayda değer bir altyapı sağlayan e-devlet uygulamaları sınırlı da olsa katılımcılığı olumsuz etkileyebilecek risklerde içermektedir. E-devlet ile geliştirilen ileri kimlik tanımlama, kayıt tutma ve izleme imkânları, bireylerin kendi rızaları dışında izlenmesi riskini doğurmaktadır. Her ne kadar katılım olgusu açıklık gerektiren bir eylem olsa da, bireyler için izlenme veya fişlenme algısı oluştuğunda bu durum katılımcılık için olumsuz sonuçlar doğurabilmektedir (Yerlikaya, 2015: 44-45). Ayrıca, BİT tabanlı uygulamaların kullanımında BİT'e erişim olanağı ve bu teknolojileri kullanma yeteneğinin bulunması ayırıcı bir özellik niteliği taşımaktadır. Söz konusu durumlara sahip olan kesimlerin taleplerinin politika sürecine daha fazla yansımaya temsilde adaletsizlik riskini artırabilmektedir. Diğer taraftan teknoloji kullanımının daha çok gençler arasında yaygınlık göstermesi, BİT tabanlı şekillenecek olan sosyal ve ekonomik yaşam karşısında yaşlı kesimin dışlanması ve zor durumda kalması ihtimalini ortaya çıkarmaktadır (Yerlikaya, 2015: 39).

Yine, kamu politikası sürecinde bilgi ve iletişim teknolojisi kullanımında engelliler için erişim güçlüğüne bulunması, aşırı enformasyon sorunu, kamu yönetimi bilgilerinde gizlilik olması gibi sorunlarla karşı karşıya kaldığı görülmektedir. Bunların yanı sıra BİT'nin sürekli gelişen ve yenilenen bir alan olması bu yeniliklere uyumun sağlanması için yasal düzenlemelerin yapılmasını gerekli kılmaktadır. Söz konusu düzenlemelerin uzun zaman alması ise yasal problemlere yol açmakta ve teknolojinin ortaya çıkardığı sorunlara çözümler üretmekte geç kalınmaktadır (Altınok, 2005: 147). İnternet üzerinde bulunan bilgilerin alınabilmesi, internetin virüs saldırılarına

açık olması gibi tehditlerin de, fırsatların etkin kullanımı ve politikaların başarıya ulaşabilmesi adına ortadan kaldırılması büyük önem taşımaktadır.

TÜRKİYE'DE E-DEVLET POLİTİKASI VE YÖNETİMİ

Bilgi çağı olarak kabul gören günümüzde, bilgi ve buna bağlı teknolojileri üreten, kullanan, depolayan devletlerin gerek yurttaş refahı gerekse uluslararası güç dengesi bakımından yönlendirici bir konuma yükseldikleri gözlemlenmektedir. Buna bağlı olarak söz konusu teknolojilere işlerlik kazandırılması her ülke için önem taşımaktadır.

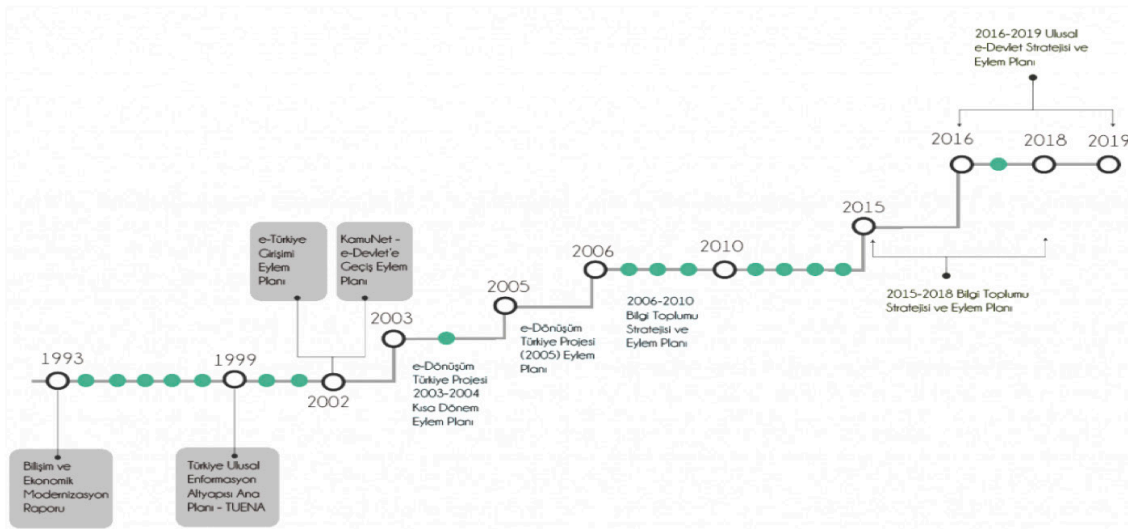
Türkiye'de e-sistemlerin gelişimine bakıldığında sürecin 1960'lara uzandığı görülmektedir. Örnekler kapsamında ilk bilgisayar kullanımının Karayolları Genel Müdürlüğü'nde olduğu, 1963 yılında ise DSİ ve İş Bankası'nın bilgisayar kullanımına geçtiği ifade edilmektedir. Bu konuda ilk kurslar 1964-65 yıllarında İTÜ ve ODTÜ tarafından düzenlenmiş, 1980lerde artan bilgisayar kullanımının ardından 1995 yılında ise internet kullanımının başladığı bir ortam oluşmuştur. Bu çerçevede bilgi toplumuna giden yolda ihtiyaç duyulan kurumsal ve yasal altyapının oluşturulma süreci 1980li yıllarla başlamış bulunmaktadır. Örneğin, 1983 yılında Bilim ve Teknoloji Yüksek Kurulu oluşturulmuştur (KHK'nin Tarihi - No: 16/08/1983 - 77). Bu kurul aracılığıyla Türkiye için bilim ve teknoloji politikasının temelini oluşturan önemli adımlar atılmıştır (Aktel, 2003: 239). Uzun vadeli bilim ve teknoloji politikalarının oluşturulması konusunda aktörlerden birini oluşturan kurul, yönetim mantığı çerçevesinde hareket ederek e-devlet uygulamalarının bir politika olarak benimsenmesi, verimliliğinin artırılması, zenginleştirilmesi sürecine yaptığı toplantılar ile önemli katkılar sunmuştur.

Bilgi toplumu hedefinin gerçekleştirilmesi sürecinde e-devlet çalışmaları kapsamında somut adımların atıldığı yıl olarak 1998 yılı kabul edilmektedir. Türkiye Bilişim Derneği'nin bu kapsamda yaptığı çalışmalar ve TBMM'de Bilgi ve Bilgi Teknolojileri Grubu'nun oluşturulması bu tarihte söz konusu olmaktadır (Arifoğlu, 2004: 167-170). 1998 yılında 1998/13 sayılı Başbakanlık Genelgesi

ile kamu bilgisayar ağının hayata geçirilmesi için KamuNet Teknik Kurulu oluşturulmuştur. Bu kurul tarafından 2002 yılında e-Avrupa+ ve e-Türkiye çalışmaları doğrultusunda e-Devlet'e Geçiş Eylem Planı hazırlanmıştır. 2003-2005 yılları arasında ise e-Dönüşüm Türkiye Projesi kapsamında çeşitli çalışmalar

yapılmıştır. 2006 yılında e-Dönüşüm Türkiye Projesi kapsamında bilgi toplumuna yönelik 2006-2010 yıllarını kapsayan ve vatandaş odaklı hizmet dönüşümünü temel alan "Bilgi Toplumu Stratejisi ve Eylem Planı" hazırlanmış ve uygulamaya konulmuştur (www.edevlet.gov.tr).

Şekil 1. Türkiye'de E-Devlet Politikaları Çerçevesinde Plan ve Belgeler



Kaynak: Ulaştırma Denizcilik ve Haberleşme Bakanlığı, "E-Devlet Portalı" [http://www.edevlet.gov.tr/e-devlet-hakkinda/]internet sitesinden 09 Ağustos 2017 tarihinde edinilmiştir.

E-Devlet politikalarına yönelik görev ve sorumluluk 2011 yılına gelindiğinde aynı yıl yürürlüğe giren 655 sayılı Kanun Hükmünde Kararname (KHK) ile Ulaştırma Denizcilik ve Haberleşme Bakanlığı'na (UDHB) verilmiş, Bakanlık bünyesinde Haberleşme Genel Müdürlüğü çatısı altında e-Devlet çalışmalarının yapılması için e-Devlet Hizmetleri Dairesi Başkanlığı kurulmuştur (www.edevlet.gov.tr). Ulaştırma Denizcilik ve Haberleşme Bakanlığı, bilgi toplumu politikası çerçevesinde Türkiye'nin e-Devlet politikasının bütüncül bir bakış açısı ile şekillendirilmesi için 2016-2019 Ulusal e-Devlet Stratejisi ve Eylem Planı'nı hazırlamıştır.

Tek bir kimlik doğrulama işlemiyle tüm hizmetlerin ortak bir noktadan hızlı bir şekilde kullanıcıya ulaştırıldığı "E-Devlet Kapısı" uygulaması 18 Aralık 2008 tarihinden bu yana hizmet veren önemli bir platformdur. E-Devlet

Kapısı'nın kurulması, işletilmesi ve yönetilmesi görev ve sorumluluğu Bakanlar Kurulu'nun 10/08/2006 tarihli kararı ile Ulaştırma Bakanlığı'nın koordinasyonunda ve ilgili kamu kurum ve kuruluşlarının etkin katılımıyla Türksat A.Ş. tarafından yürütülmektedir (static.turkiye.gov.tr) "www.turkiye.gov.tr" internet adresi üzerinden ulaşılan e-devlet kapısı, kamudan hizmet alan vatandaşların hayatlarını kolaylaştırmakta, kamunun e-dönüşümünde maliyetleri düşüren çözümler sunmaktadır.

Kamu politikalarına önemli derecede yön veren 10. Kalkınma Planı (2014-2018) çerçevesinde bir kamu politikası olarak e-devlet uygulamaları hakkında durum analizi yapılmıştır. Plan'a göre 2012 yılı sonu itibarıyla 600'e yakın hizmet e-devlet kapısına entegre edilerek yaklaşık 14 milyon kayıtlı kullanıcıya ulaşılmıştır. Bütüncül bir kamu yönetiminin parçası olarak görülen e-devlet hizmetlerinde 2012 yılı itibarıyla

üzde 94,4lük bir vatandaş memnuniyetine ulaşmıştır (10. Kalkınma Planı, 2013: 53). Günümüz itibariyle 34.802.714 kayıtlı kullanıcıya sahip olan sistem, 2.326 hizmete erişim sağlamakta ve 360 kurumu yönetim çerçevesinde bünyesinde barındırmaktadır (www.turkiye.gov.tr/).

İdare tarafından bir politika olarak benimsenen e-devlet uygulamalarında şeffaf, etkin, hesap verebilir ve katılımcı özelliklere sahip bir kamu yönetimine katkı sağlayarak, toplumdaki dezavantajlı grupları da içine alacak şekilde kullanıcı ihtiyaçları göz önünde bulundurularak dizayn edilmiş hizmetlerin sunulacağı bir e-devlet yapısı amaçlanmaktadır. Söz konusu yapı içerisinde sunulan hizmetlerin kişisel bilgilerin korunması ve bilgi güvenliği dikkate alınarak kullanıcı odaklı olması yine amaçlar arasında yer almaktadır (10. Kalkınma Planı, 2013: 54). Bu kapsamda, Adres Kayıt Sistemi ve Elektronik Kamu Alımları Platformu (EKAP) oluşturulmuştur. Merkezi Sicil Kayıt Sistemi (MERSİS) ve T.C. Kimlik Kartı projelerinin pilot uygulamaları tamamlanarak yaygınlaştırılmaya başlanmıştır. Ayrıca Tapu ve Kadastro Bilgi Sistemi (TAKBİS), Kamu Güvenli Ağı, Ulusal Coğrafi Bilgi Sistemi Altyapısı gibi e-devlet hizmet sunumu için gerekli olan temel bilgi sistemleri oluşturulmuştur. Ek olarak eğitim, sosyal güvenlik, sağlık gibi alanlarda uygulama projeleri gerçekleştirilmeye devam edilmektedir (10. Kalkınma Planı, 2013). Yine, maliye bakanlığınca aktif olarak uygulanan e-Bütçe, Vergi Dairesi Otomasyon Projesi (VEDOP), Say2000 (devletin gelir-gider hesaplarını yapan saymanlıkların otomasyona geçirilmesi projesi) gibi uygulamalar kamu mali kontrolünün sağlanması noktasında merkezi veri tabanı ile çalışan önemli örneklerdir (Arı, 2009: 44).

Bir kamu politikası olarak bilgi ve iletişim teknolojilerinin gerek bakanlıkların gerekse kamu kurumlarının stratejik planlarında da yer aldığı görülmektedir. Kültür ve Turizm Bakanlığı, Bilim, Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı, Vakıflar Genel Müdürlüğü söz konusu duruma verilebilecek örneklerdendir (Kırışık ve Sezer, 2015: 205). Kültür ve Turizm Bakanlığı 2015-2019 stratejik planında stratejik amaçlarını "Verimlilik temellerine dayalı sistemler kurarak kapasiteyi güçlendirmek, bilgiye hızlı ve doğru erişimi sağlamak" şeklinde belirlemiştir (sgb.kulturturizm.gov.tr). Bilim,

Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı ise 2013-2017 stratejik planında hedefler arasında "merkez ve taşra teşkilatında, kaliteli ve hızlı hizmet sunulmasına yönelik olarak, bilişim sistemleri ve e-hizmet sunma olanakları geliştirilecek, sistemlerin güvenliği ve sürekliliği sağlanacak, paydaşlarla ve e-devlet yapısı ile entegrasyon güçlendirilecektir" denilmektedir. Eylem olarak ise, "bakanlık bilgi işlem strateji belgesinin hazırlanması, uygulanması, izlenmesi ve değerlendirilmesinden" bahsedilmektedir (strateji.sanayi.gov.tr/). Vakıflar Genel Müdürlüğü'nün stratejik planında (2015-2019) ise "Bilgi ve Teknoloji Kaynakları" başlığı altında uluslararası veri tabanlarının oluşturulması, kurum içi iletişim ve bilgi paylaşımı adına kullanılan kurumsal ağ yapılarının gelişimi, bilgi güvenliğinin sağlanması için izlenen politikalar ifade edilmektedir (www.sp.gov.tr/). Gümrük ve Ticaret Bakanlığı'nın, Tüketici Hakem Heyetlerine elden başvuru yanı sıra, elektronik ortamda e-devlet sistemi üzerinden Tüketici Bilgi Sistemi ile yapılması imkânı da getirmesi başka bir örneği oluşturmaktadır.

Bilgi iletişim teknolojilerinin politika olarak hayata geçirilmesine diğer bir önemli örnek ise 2017 yılı içinde politika olarak gündeme alınan ve formüle edilen "milli e-posta" uygulamasıdır. Ulaştırma, Denizcilik ve Haberleşme Bakanı Ahmet Arslan, "Bilginin dışarıya gidip dolaşmadan içeride gezdiği bir platform. Böylece bilgimiz dışarıya çıkmadan çok daha güvenilir çok daha emniyetli bir şekilde Türkiye içinde hedef kişiye erişmiş olacak. Yerli ve milli e-posta sisteminin 2018 sonuna kadar çalışmasını bitirip bütün kamu kurum ve kuruluşlarının bunu kullanması sağlamış olacağız" (www.trthaber.com) "Vatandaşlarımız tarafından kullanılan e-posta sistemleri de yurt dışı menşeli sistemler ve tüm içerik ile bilgiler yurt dışında tutulmakta. Bu nedenle isteyen vatandaşlarımız milli e-posta sistemini kullanabilecek" (www.takvim.com.tr) şeklinde konu ile ilgili açıklama yapmış ve projeye güvenli iletişim altyapısına kavuşulacağını belirtmiştir. Dolayısıyla söz konusu proje, bilgi iletişim teknolojilerinin kamu politikaları çerçevesinde kullanıldığı yeni bir sayfanın habercisi olmuştur.

Ulusal düzeyde halkın hizmetine sunulan e-devlet; yerel yönetimler düzeyinde ise

e-devletin bir yansıması olarak ortaya çıkan ve geliştirilen e-belediye uygulamaları günümüzde yönetim ağında önemli bir yere sahiptir. Yıldırım ve Öner'e göre mobil faaliyetlerin yerel demokrasiye sağladığı katkıların başında bireyler ve kendi belirledikleri yönetim arasında güçlenen ilişki gelmektedir (Yıldırım ve Öner, 2004: 53). Bu kapsamda e-belediyecilik, en genel anlamıyla belediyelerin sunmakla yükümlü oldukları mal ve hizmetlerin, yöre halkına elektronik ortamda sunulması olarak açıklanabilmektedir. Belediye ile halkın elektronik ortamda iletişim kurmasını sağlayan söz konusu uygulama ile talep ve şikâyetler hızlı şekilde karşılık bulmaktadır (Alodalı, Tuncer, Usta ve Halis, 2012: 88). E-belediye uygulamaları ile her birey eşit biçimde sunulan hizmetlerden faydalanırken, aynı zamanda yerel yönetimlerin işleyişi hakkında bilgiye ulaşabilmektedir. Kentlerle ilgili olarak trafik ve yol yönlendirmeleri, aboneliklerde ve ödemelerde hız kazanımı, imar durumu hakkında bilgiye kolay erişimin sağlanması, belediye meclis kararlarının ilan edilmesi gibi hususlar; yerel halkın yönetimdeki etkinliğini teşvik etmektedir (Güler, Şahnagil ve Güler, 2016: 1396). Kurumsal tanıtım, resmi başvurular için bilgi ve belge sunumu, meclis kararlarının yayınlanması, stratejik planların yayınlanması, beyaz masa uygulaması, e-bilgi edinme, e-talep ve e-şikâyet formu gibi birçok uygulamayı web siteleri aracılığıyla halka sunan yerel yönetimler (Alodalı vd., 2012: 92), bütçe ve muhasebe işlemlerini de web tabanlı yazılımlarla desteklemektedirler.

Türkiye ve Orta Doğu Amme İdaresi Enstitüsü (TODAİE) çatısı altında bulunan Yerel Yönetimler Araştırma ve Eğitim Merkezi (YYAEM), İçişleri Bakanlığı önerisi üzerine bir proje hazırlamıştır. "Yerel Yönetimler Bilgi Tabanı Projesi" (YERELBİLGİ Projesi) adındaki proje taraflar arasında protokol imzalanması ile birlikte 4 Nisan 2001'de yürürlüğe girmiştir. Proje temelinde amaç, yerel yönetimlere ait ilgili verilerin elektronik ortamda toplanarak, bu verilerin politika geliştirme ve karar alma sürecine yardımcı olacak şekilde derlenmesidir. Proje 2003 yılı itibarıyla İçişleri Bakanlığı tarafından yürütülmektedir (www.yerelnet.org.tr). Yine, TODAİE – YYAEM işbirliğinde "YerelNet" adında bir internet paylaşım ağı kurulmuştur. "www.yerelnet.org.tr" adresinde kullanıma açılan ağ, merkezden

sunulan bilgiler yanında tüm belediyelerin kendilerine ait bilgileri ilk elden girebilecekleri, hemşehrilerin ikamet ettikleri belediyeye mesaj yoluyla ulaşabilecekleri, belediyelerin her türlü duyuruyu yapabilecekleri bir oluşuma sahiptir (Henden ve Henden, 2005: 61).

Özetle sonuçta Türkiye'de kamu politikası oluşturma ve karar verme sürecinde, hem merkezi hem de yerel düzeyde e-demokrasi uygulamalarının kullanımı vatandaş ve devlet arasında kurulacak ilişkide önemli değişiklikler meydana getirmektedir. Özellikle yerel düzeyde imar, konut, sağlık gibi alanlarda yürütülen kamu politikası oluşturma sürecinde belediye meclisinin BİT kanalları ile halkın görüş ve önerilerine başvurması politika sürecinin şeffaflığı açısından önemli bir noktayı oluşturmaktadır. Yine, karar verme sürecine özel sektör ve sivil toplumun da katılımının sağlanması politikalarda açıklığı ve uyumu beraberinde getirmektedir (Kırışık ve Sezer, 2015: 208).

Diğer yandan her ne kadar merkezi ve yerel düzeyde e-devlet fikri kabul görmüş olsa da çözüm için bekleyen mali, teknik ve personel kaynaklı noktalarda bulunmaktadır (Yıldız, 2007: 42). Yasal mevzuat, teknolojik ilerlemedeki sıkıntılar, bütçe kısıtları, erişim konusundaki adaletsiz dağılım, teknoloji kullanımı konusundaki bilginin hizmet veren ve alan tarafından sürekli geliştirilmesi zorunluluğu gibi durumlar Türkiye'de e-devlet ve bağlı olarak e-belediyecilik uygulamaları için engellerden bazılarını oluşturmaktadır (Henden ve Henden, 2005: 58). Yine, e-devlet uygulamaları için vazgeçilmez olan bilgi paylaşımını özendiren örgütsel kültürün ve kurumlar arası işbirliğinin tam olarak kurumlarda sağlanamaması çözüm bekleyen konulardan birini oluşturmaktadır (Kırışık ve Sezer, 2015: 208). Dijital bölünme veya sayısal uçurum olarak ifade edilen teknoloji sahipliği ve kullanımındaki eşitsizlik yine e-devlet uygulamaları önündeki engeller arasında sayılmaktadır. Sayısal uçurum nedeniyle e-devlet hizmetlerinin sunulduğu elektronik ortama erişim için gerekli olan şartları herkesin taşıması mümkün olmayabilmektedir. İnternet erişiminin eşit şekilde sağlanması, bireylerin aynı oranda teknoloji kullanabilme becerisine sahip olması e-devlet uygulamalarının her kesime adil şekilde ulaşması açısından önem

arz etmektedir. Söz konusu koşulların tam anlamıyla sağlanamaması bazı kesimlerin dezavantaja sahip olabileceğini göstermektedir (Demirhan, 2011: 46). 5369 sayılı kanunun 2. maddesi “evrensel hizmet” tanımı yapmaktadır. Bu maddeye göre evrensel hizmet, “Coğrafi konumlarından bağımsız olarak Türkiye Cumhuriyeti sınırları içinde herkes tarafından erişilebilir, önceden belirlenmiş kalitede ve herkesin karşılayabileceği makul bir bedel karşılığında asgari standartlarda sunulacak olan, temel internet erişimi de dâhil elektronik haberleşme hizmetleri” olarak tanımlanmaktadır (5369, md.2). Söz konusu madde gereği e-devlet uygulamalarında da nesnelliğin sağlanması önemli bir noktayı oluşturmaktadır.

SONUÇ

Küreselleşmeyle birlikte hızlanan bilginin paylaşımı, iletişim ve bilişim teknolojilerindeki gelişmeler vatandaşın devletten ve devlet kurumlarından beklentilerinde dönüşümü beraberinde getirmiştir. Vatandaşın beklentilerinde meydana gelen artış klasik devlet uygulamaları ile karşılanamaz hale gelmiş, devletin içinde bir değişimi gereklilik haline getirmiştir. Sanayi toplumundan bilgi toplumuna geçişle birlikte devletin yeniden yapılandırılmasının katılımcılık, rasyonellik, saydamlık ve etkinlik gibi özellikleri de kapsamı söz konusu olmuştur. Bilginin bir kaynak haline gelmesi, bilgi ve iletişim teknolojilerinin (BİT) kamu politikası oluşturma sürecinde önemli bir rol üstlenmesine yol açmıştır. En genel ifade ile yönetilenlerin demokratik yönetim sürecine katılmasında ve kamu kurum ve kuruluşların hizmet sunumunda BİT'nin kullanılması olarak tanımlanabilen e-devlet, söz konusu değişimin günümüzdeki en önemli şeklini yansıtmaktadır.

Bilgi ve iletişim teknolojileri kamu politikalarını iki yönlü etkilemektedir. İlk olarak BİT'nin kamu politikası oluşturma sürecinde kullanılmasıdır. Kamu politikası oluşturma ve uygulama sürecinde bilgi ve iletişim teknolojilerinin kullanımı, söz konusu süreçlerde politikaların doğru, anlaşılır ve etkili bir şekilde hayata geçirilmesinde önemli avantajlar sağlamaktadır. İkinci olarak ise, BİT kullanımı sonucu ortaya çıkan sorunlara çözüm olarak kamu politikası oluşturulmasıdır¹. Kamu

politikası oluşturma sürecinin her aşamasına sirayet eden BİT, katılım mekanizmalarının önünü açarak bireylere birer politika aktörü olma imkânı sağlamaktadır. E-devlet ve yönetim anlayışı sonucunda vatandaşlar yanında özel sektör ve sivil toplum örgütleri de kamu politikası oluşturma ve karar verme sürecinin önemli aktörleri haline gelmeye başlamıştır.

BİT, mekânsal ve zamansal uzaklıklar nedeniyle kamu yönetimi ile iletişime geçemeyen halkın hizmet taleplerini aracısız bir şekilde ilgili kişi ve makamlara ulaştırabilmelerini sağlamaktadır. BİT'i kullanabilir hale gelen ve e-devlet uygulamalarına uyum sağlayan vatandaşlar, politik karar alma ve politika üretme süreçlerinde daha aktif rol almaya başlamaktadır.

Toplumun ve sivil toplum örgütleri, dernekler gibi kesimlerin kamu politikalarının oluşturulmasında hak talep etmeleri, 2000li yıllarla birlikte bireysel, ekonomik ve sosyal alanda BİT'in görünür bir hale gelmesi, stratejik yönetim girişimleri, e-devlet uygulamalarının gelişim göstermesi yönetimde katılımcılığın Türkiye'nin gündeminde de yer bulmasını sağlamıştır. Türkiye'de e-devlet süreci ile beraber kamu kurumlarının web sayfalarını oluşturmaları, uygulanan politikalar ve ortaya çıkan sorunlar kapsamında vatandaş görüşüne başvurulması, bilgi edinme hakkı dikkate alınarak hareket edilmesi devlet ile vatandaş arasındaki elektronik ortamda gelişen ilişki için önemli dönüşümlere yol açmaktadır. Bu durum kurumların bilgi ve iletişim alt yapılarını geliştirme yönünde daha fazla çaba sarf etmelerini gerekli kılarken, vatandaş talepleri doğrultusunda politikalar geliştirmelerine zemin hazırlamaktadır.

Türkiye'de 1990lı yıllarla birlikte somut aşamalardan geçmeye başlayan BİT'nin gelişimi günümüze kadar önemli bir yol kat etmiş olsa da karar verme ve kamu politikası oluşturmada e-demokrasi imkânlarının tam olarak kullanıldığı söylenememektedir. E-devlet uygulamalarında yaşanan ilerlemeye rağmen vatandaşın etkinliği ve uygulamanın güvenilirliği hala sorgulanır seviyede kalmaktadır. Bu kapsamda katılımcı yönetimin başlıca bir politika tercihi olarak kabul edilmesi çözüm önerileri arasında gösterilebilir. Söz

konusu yaklaşımın politika ve strateji, araştırma ve geliştirme, yenilik, izleme ve değerlendirme gibi boyutlar üzerine inşa edilmesi diğer bir gerekliliği arz etmektedir. Yine, ilgili mevzuat ve politikaların vatandaşın üzerinde müzakere yapabileceği ve öneri sunabileceği bir platformda halka açılması katılım açısından fayda sağlayabilecektir. Bunun yanı sıra kamu politikalarına ilişkin olarak aktörler tarafından sosyal mecrada dile getirilen görüşlerin toplanması, analizi ve politika sürecine yansıtılması sağlanmalıdır.

Yine, BİT kullanımında fırsat eşitliğini

sağlayacak mekanizmaların hayata geçirilmesi, bilgi çağının sağladığı imkânlardan toplumun her kesiminin faydalandırılması, vatandaş talepleri doğrultusunda kamu hizmet sunumunun belirlendiği bir yapının ve anlayışın oluşturulması gerekmektedir. Kamu politikası sürecinde ve kamu hizmetlerine ilişkin kararlarda BİT’den yararlanılarak beklentilerin dikkate alınması, yönetimlerin şeffaflık ve hesap verebilirliğine katkıda bulunacağı gibi kamu politikalarının etkinliğini artıracaktır. Bu noktada fırsatların etkin kullanımı için tehditlerin ortadan kaldırılmasının önem taşıdığı unutulmamalıdır.

SON NOTLAR

Telekomünikasyon İletişim Başkanlığı’na verilen ve gecikmesinde sakınca bulunan hallerde (suç işlenmesinin önlenmesi, kamu düzeninin korunması, milli güvenlik gibi

sebeplerle) yargı kararı olmaksızın kullanılan, internet sitelerinde içeriğin çıkarılması, sitenin erişime kapatılması gibi yetkiler BİT aracılığıyla oluşan sorunlara yönelik çözüm amaçlı ortaya konulan bir kamu politikasıdır (Kırışık ve Sezer, 2015: 210).

KAYNAKÇA

Aktel, M. (2003), Küreselleşme ve Türk kamu yönetimi, Ankara: Asil Yayın Dağıtım.

Alodalı, F. B., Tuncer, A., Usta, S. ve Halis, M. (2012). Yerel yönetimlerde e-belediyeçilik uygulamaları: Akdeniz bölgesi örneği, *Manas Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 1(1), 83-95.

Altınok, A. R. (2005). E-dönüşüm yolunda Türkiye: e-devlet stratejisi hazırlama süreci ve yaşanan sorunlar, Ahmet Nohutçu ve A. Balcı (Der.) *Bilgi Çağında Türk Kamu Yönetiminin Yeniden Yapılandırılması-I* içinde (ss. 133-167), İstanbul: Beta Yayınları.

Anderson, J. E. (1994). *Public policymaking an introduction*, 7. Edition, Boston, Houghton Mifflin Company.

Arı, M. (2009), Türk kamu yönetiminde e-devlet uygulamalarının örgütsel yapıya etkisi ve bir model önerisi, Sakarya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Doktora Tezi, Sakarya.

Arifoğlu, A. (2004), E-dönüşüm, yol haritası, dünya ve Türkiye, Ankara: Sas Bilişim Yayınları.

Balcı, A. (2005). Kamu yönetiminde çağdaş yaklaşımlar ve kamu hizmet sunuma etkileri,

C. Can Aktan ve U. Saran (Ed.), *Kamu Yönetiminde ve Kamu Hizmetlerinde Kalite* içinde, Ankara: Hizmet-İş Sendikası Yayınları.

Balcı, A. ve Kırılmaz, H. (2009). Kamu yönetiminde yeniden yapılanma kapsamında e-devlet uygulamaları, *Türk İdare Dergisi*, (463), 45-70.

Büke, A. (2002). *Bilişim çağında e-devlet ve e-Türkiye*, İzmir: İzmir Ticaret Odası Yayınları.

Carter, L., ve Belanger, F. (2005). The utilization of e-government services: citizen trust, innovation and acceptance factors, *Info System Journal*, 15(1), 5-25.

Coglianesi, C. (2004). E-rulemaking: information technology and regulatory policy: new directions in digital government research, *Social Science Computer Review*, 22 (1), 85-91.

Çalı, H. H. (2012). Aile içi şiddet: bir kamu politikası analizi, *Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 16(2), 1-25.

Çevik, H. H. (1998) *Kamu politikaları analizi çalışmaları üzerine türkiye açısından bir değerlendirme*, *Amme İdaresi Dergisi*, 31(2), 103-112.

Demirhan, Y. (2011). Türk Kamu yönetiminde e-devlet politikası ve yönetimi. Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Doktora Tezi. Ankara.

Doğramacı, A. (1998), Kamu-net'98 kamu bilgisayar ağları konferansları, Ankara: T.C. Başbakanlık Basımevi.

Eryılmaz, B. (2016), Kamu Yönetimi: düşünceler, yapılar, fonksiyonlar, politikalar. 9. Baskı, Kocaeli: Umuttepe Yayınları.

Güler, T., Şahnagil, S. ve Güler, H. (2016). 2000'li yıllarda yerel demokrasi ve yerel yönetimlerde demokratik uygulamalar, 1. Uluslararası Sosyal Bilimler Sempozyumu Bildiri Kitabı içinde (ss. 1388-1403), Elazığ: Asos Yayınları.

İnce, M. (2001), Elektronik devlet: kamu hizmetlerinin sunulmasında yeni imkânlar, Ankara: Devlet Planlama Teşkilatı Yayını.

Henden, B. ve Henden, R. (2005). Yerel yönetimlerin hizmet sunumlarındaki değişim ve e-belediyeçilik, Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi, 4(14), 48-66.

Kaptı, A. (2011). Kamu politika süreci: teorik perspektifler. Ankara: Seçkin Yayıncılık.

Kırışik, F. ve Sezer, Ö. (2015). Bilgi ve iletişim teknolojilerinin (bit) kamu politikası oluşturma sürecindeki rolü. Ekonomik ve Sosyal Araştırmalar Dergisi, 11(2), 199-216.

Kösecik, M. ve Karkın N. (2004), Belediye yöneticilerinin ve meclis üyelerinin e-devlete bakışı: Denizli örneği, Türk İdare Dergisi, 76(443), 119-139.

Lasswell, H. (1979). The politics and economics of public policy, Homewood, II: Dersey Press.

Leblebici, D. N., Öktem, M. K. ve Aydın, M. D. (2003). Türkiye'de kamu kesiminde bilgi teknolojileri uygulamaları ve e-bürokrasi: örgütsel dönüşüm üzerindeki etkiler, Kamu Yönetiminde Kalite 3. Ulusal Kongresi, Ankara: TODAİE.

Lofstedt, U. (2005). E-government-assesment of current research and some proposals for future directions, International Journal of Public Information Systems, (1), 39-52.

Masuda, Y. (1990). Managing in the information society, USA: Mass., Basil Blackwall

OECD (2003), The e-government imperative, Paris.

Sobacı, M. Z. (2012). E-devlet: kuramsal bir bakış, M. Z. Sobacı ve M. Yıldız (Ed.), E-Devlet: Kamu Yönetimi Ve Teknoloji İlişkisinde Güncel Gelişmeler, Ankara: Nobel Yayınları.

Şahin, A. (2007). Kamu çalışanlarının e-devleti algılayış biçimleri: beklentiler ve sorunlar, B. Eryılmaz, M. Eken, M. Şen (Ed.), Kamu Yönetimi Yazıları içinde, Ankara: Nobel Yayınları.

Türkiye Bilişim Derneği. (2006). E-devlet kavramları el kitabı, Türkiye Bilişim Derneği Kamu Bilişim Platformu VIII, Antalya.

Usta, A. (2013). Kamu politikaları analizine kuramsal bir bakış. Yasama Dergisi, (24), 78-102.

Von Haldenwang, C. (2004). Electronic government (e-government) and development, The European Journal of Development Research, 16 (2), 417-432.

Yerlikaya, H. (2015). Kamu politikalarının oluşturulmasında katılımcılık ve bilgi ve iletişim teknolojileri, Planlama Uzmanlığı Tezi, Kalkınma Bakanlığı Bilgi Toplumu Dairesi Başkanlığı, Ankara.

Yıldırım, U. ve Öner, Ş. (2004), Bilgi Toplumu sürecinde yerel yönetimlerde eğitim-bilişim teknolojilerinden yararlanma: Türkiye'de e-belediye uygulamaları, The Turkish Online Journal of Educational Techonology, 3(1), 49-60.

Yıldız, M. (2002). Bir kamu politikası aracı olarak internet kafeler, Amme İdaresi Dergisi, 35 (2), 77-92.

Yıldız, M. (2003). Elektronik e-devlet kuram ve uygulamasına genel bir bakış ve değerlendirme, M. Acar ve H. Özgür (Ed.), Çağdaş Kamu Yönetimi- I içinde (ss.305-327), Ankara: Nobel Yayın Dağıtım.

Yıldız, M. (2007). Uluslararası Kuruluşların Türkiye'nin e-devlet siyasalarına etkisi, Amme

İdaresi Dergisi, 40(2), 39-55.

Yıldız, M. ve Sobacı, M. Z. (2013). Kamu politikası kuram ve uygulama, Ankara: Adres Yayınları.

Başbakanlık Vakıflar Genel Müdürlüğü 2015-2019 Stratejik Planı [URL:http://www.sp.gov.tr/upload/xSPStratejikPlan/files/EGR4+VGM_Stratejik_Plan_2015-2019.pdf] internet adresinden 09 Ağustos 2017 tarihinde edinilmiştir.

Bilim, Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı 2013-2017 Stratejik Planı [URL: <https://strateji.sanayi.gov.tr/DokumanGetHandler.ashx?dokumanId=54ee5586-7c04-415a-a6a0-f12d669da44b>] internet adresinden 09 Ağustos 2017 tarihinde edinilmiştir.

Devletin kısayolu e-devlet kapısı [URL: <https://static.turkiye.gov.tr/downloads/portal/e-Devlet-Kapisi-Sunumu.pdf>] internet adresinden 17 Ekim 2017 tarihinde edinilmiştir.

E-Devlet portalı, e-devlet hakkında [URL: <http://www.edevlet.gov.tr/e-devlet-hakkinda/>] internet adresinden 07 Ağustos 2017 tarihinde edinilmiştir.

Kültür ve Turizm Bakanlığı 2015-2019 Dönemi Stratejik Planı [URL: <http://sgb.kulturturizm.gov.tr/Eklenti/39219,stratejik-plan-2015-2019v3pdf.pdf?0>] internet adresinden 08 Ağustos 2017 tarihinde edinilmiştir.

Milli e-posta sistemi geliyor [URL: <http://www.trthaber.com/haber/gundem/milli-e-posta-sistemi-gelior-327826.html>] internet adresinden 11 Ağustos 2017 tarihinde edinilmiştir.

Onuncu Kalkınma Planı [URL: [http://kkp.tarim.gov.tr/sp/Onuncu%20Kalk%C4%B1nma%20Plan%C4%B1\(2014-2018\).pdf](http://kkp.tarim.gov.tr/sp/Onuncu%20Kalk%C4%B1nma%20Plan%C4%B1(2014-2018).pdf)] internet adresinden 08 Ağustos 2017 tarihinde edinilmiştir.

Yerel Yönetimler Merkezi - Merkez Hakkında [URL: <http://www.yerelnet.org.tr/genel/hakkimizda.php>] internet adresinden 10 Eylül 2017 tarihinde edinilmiştir.

5369 Sayılı Evrensel Hizmetin Sağlanması ve Bazı Kanunlarda Değişiklik Yapılması Hakkında Kanun [URL: <http://www.resmigazete.gov.tr/eskiler/2005/06/20050625-2.htm>] internet adresinden 17 Ekim 2017 tarihinde edinilmiştir.

1960-1980 DÖNEMİ PARLAMENTERLERİN SOSYOLOJİK ÖZELLİKLERİ

MONOGRAPHIC EVALUATION SOCIOLOGICAL PROPERTIES OF PARLAMENTERES BETWEEN 1960-1980

Özet

Parlamento, temsili demokraside seçmenlerle devlet arasında iletişimi sağlayan köprü görevi görmektedir. Aslında parlamentonun bu görevinin yanında yasa yapma ve elit sınıfı iktidara taşıma işlevleri de vardır. Hatta yasa yapma en önemli işlev olarak görülmesine karşın, temelde hangi açılardan parlamentoya bakılırsa bakılsın aslında parlamentonun bireyleri devlet yönetimine taşıma görevi hepsinden daha önemlidir. Bunu yapan parlamentoların sosyolojik profili bu görevleri yerine getiriş derecesi açısından önem taşımaktadır. Toplumunu temsil etme derecesine bağlı olarak parlamentoların işlevleri değişmektedir. Toplumunu temsil etme düzeyinin yüksekliği halkın parlamentoya olan desteğini arttırmakta, bu da parlamentodan çıkan kararların halk tarafından benimsenmesini kolaylaştırmaktadır.

Türk parlamentoları açısından baktığımızda da aynı durumu görebilmekteyiz. Parlamentoların temsil düzeyleri arttıkça daha başarılı faaliyetlerde buldukları, tersi durumda da daha az üretken oldukları görülmektedir. Ülkemizde Parlamento, temsil derecesi düşük olduğu için sürekli tartışmalara konu olmaktadır.

Anahtar Kelimeler: Parlamento, Parlamenter Davranış, Toplumsal Temsil, Parlamenter Temsil

Abstract

Parliament serves as a bridge which provides communication between voters and the state in a representative democracy. Besides this function, parliament also makes laws and carries the elite class to power. Although law-making is seen as the most important function of a parliament, actually carrying ordinary citizens to the decision making process within the state apparatus is the most important function of the parliament. The sociological profile of parliaments is important and it affects the way they carry out this function. Functions of parliaments change in accordance with the way they represent the society. A high level of representation increases the support to the parliament by the people, which makes it easy for the people to embrace the decisions of the parliament.

When we look at the Turkish parliaments, we see the same situation. It is seen that the higher the representative level of the parliament is, the more successful the parliament in general is also. Since the representative level of parliaments in our country has been low, parliament's role in our society is incessantly a subject of discussion.

Key Words: Parliament, Parliamentary Behavior, Societal Representation, Parliamentary Representation

GİRİŞ

PARLAMENTOLARIN DOĞUŞU

Parlamento, ekonomik, toplumsal ve siyasal gereksinimlerden doğan siyasal bir yapıdır. Dünya tarihi açısından bakıldığında ilk parlamento örneği yapılara daha çok doğrudan demokrasinin yerleşmiş olduğu Antik Yunan kent devletçiklerinde rastlanmaktadır. Buralarda üye sayısı çok az olmakla birlikte, bütün “vatandaşların” çıkarılacak düzenlemeler hakkında kendi görüşlerini doğrudan iletebildikleri meclislerden bahsetmek mümkündür. Örneğin “500’ler Meclisi”, “Halk Meclisi” v.b meclisler Antik Yunan polisleri’nin ortak karar alma birimleri idi. Ortaçağda ise, halk meclislerinin yerine daha çok feodal beylerin oluşturduğu meclisler vardı. Bu meclislerin kuruluş amacı daha çok kralın yetkilerinin önemli yerel güç olan toprak sahipleriyle paylaşılmasıydı. Bu parlamentolara da katılım sınırlıydı. Ancak toprak soyluları meclislerde görev alabiliyorlardı. Sanayi devrimiyle birlikte dünyada ortaya çıkmaya başlayan yeni güç dengesi siyasal kurumların yapısını da değiştirmeye başladı. Sanayi üretiminin ve ticaretinin gelişmeye başlamasıyla zenginleşen yeni sınıf olan Burjuvazi, zenginliğine paralel olarak siyasal kararlarda da söz sahibi olmak isteyince kendi parlamentosunu oluşturmak için mücadele vermeye başladı ve bir süre sonra da amacına ulaştı. Özellikle İngiltere ve Fransa başta olmak üzere Batı Avrupa ülkelerinde Feodal beylerin oluşturduğu meclislerin yanında Burjuvazinin oluşturduğu meclisler de oluşmaya başladı. Böylece günümüzde Avrupa ülkelerinin çoğunda görülen çok parçalı meclislerin temeli böylece atılmış oluyordu. Örneğin İngiltere’de “Lordlar Meclisi”nin yanında “Avam Meclisi” yine Fransa’da “Soylular Meclisi” ve “Ruhban Meclisi”nin yanında soylular ve ruhban sınıfının dışındaki herkes için hukuksal bir etiket olarak kullanılan Tiers Etat (Üçüncü Tabaka ya da Ötekiler)’in oluşturduğu meclis yapısı ortaya çıkmıştı (Moore, 1989). 19.yy’ın ikinci yarısından itibaren parlamentolar içindeki bu “Ötekiler” grubunun daha fazla halk desteğini almak için meclisin dışına çıkıp, yavaş yavaş örgütlenmesi, siyasete katılan insanların sayısını gittikçe arttırmıştır. Genel oy hakkının yaygınlaşmasıyla birlikte,

devlet yönetimine katılma ancak temsille mümkün hale geldi. Çünkü artan nüfus ve bu nüfusun önemli bir kısmına tanınan devlet yönetimine katılma hakkıyla birlikte herkesin, yönetime doğrudan katılımı teknik olarak imkansız hale gelince, “Temsili Demokrasi” kavramı gelişmeye başladı. Temsiliyetin artması, parlamentolara girecek bireylerin hem niteliğini hem de koşullarını değiştirdi. Artık çoğu yerde parlamentolara gireceklerde belirli niteliklerin aranması ve yine bu kişilerin seçim yoluyla belirlenmesi söz konusu oldu.

Tarihsel süreçte de kısaca anlatıldığı gibi, aslında parlamentolar, toplumsal gelişmenin bir sonucu olarak bir toplumsal ve siyasal ihtiyaçtan ortaya çıkmıştır. Ülkelerin sosyal ve siyasal yapıları farklı olduğu için de parlamentoların yapıları ülkeden ülkeye değişmektedir. Örneğin kimi parlamentolar tek partili iken, kimi iki, kimi çok partili ve hatta kimi de Afgan Parlamentosunda olduğu gibi partisizdir (Yücekök, 1983). Bunların yanında yine Ortadoğu’daki bazı geleneksel küçük devletlerle askeri veya otoriter ülke rejimlerinde de partisiz parlamentolara rastlanmaktadır (Sarıbay, 2001).

Parlamentolar, bir ülkede demokratikleşmenin, çoğulculuğun, yaygın temsilin iyi bir şekilde yerleşmesini sağlayan kurumlardır. Öztekin’e göre, “bir ülkede çoğulcu, katılımcı, anayasal ve temsili demokrasiyi tüm özellikleriyle ve güzellikleriyle, yerleştirecek ve çalıştıracak (işletecek) olan en önemli kurum hiç kuşkusuz parlamentodur” (2007:327). Eğer parlamento demokratik çoğulcu ve açık bir toplum yaratabilirse bu durumda parlamento saygınlık kazanacak ve destek bulacaktır. Yine eğer parlamento halkın beklentilerine, tercihlerine uygun uygulamalar gösterirse parlamentoya sağlanan destek daha çok artacaktır (Kalaycıoğlu, 1980). Parlamento, halkın yönetime katılımını sağlayarak, halkın devletle ilişkisinde aracılık yaparak, bu işlevlerini yerine getirmektedir. O halde denebilir ki, aslında parlamento ve özelde de milletvekilleri, halkın devlet kurumlarıyla irtibatlarını sağlayan aracı kurumlardır. (Huntington, 1968). Aslında bireylerin devlet mekanizmasıyla iletişimini sağlayan siyasal partiler ve sivil toplum örgütleri gibi başka aracı kurumlar da

vardır. Fakat parlamentolar diğer örgütlerden daha fazla etkinliğe sahiptirler. Bunlarına yanında yine parlamentolar, toplumda yeni oluşan elit tabakanın karar alma sürecine katılma hakkı sağlayan bir mekanizma görevi üstlenmektedir (Yücekök, 1987). Bunların yanında aslında siyasal etkinlik açısından parlamentonun en önemli işlevi yasa yapmadır. Toplumsal taleplerin alınması bunların değerlendirmelerden geçirilmesi ve nihayetinde toplumsal kurallar bütünü olarak yasalara dönüştürülmesi faaliyetleri, parlamentonun en önemli işlevlerinin başında gelir (Yücekök, 1987).

Ülkemizde temsili demokrasi yolunda atılan adımlardan ilki, 1877 yılında ilk kez seçimlerin yapılması ve bu seçimlerin sonucunda ilk Osmanlı Meclis-i Umumisi'nin kurulmasıdır. Aslında Osmanlı'nın parlamenter monarşiye geçmesi padişahın isteği ile olmamıştır. Aydınların yoğun baskısı ve yine batılılaşma çabaları parlamenter yapıya geçilmesine neden olmuştur. Çünkü batılılaşma fikri Osmanlı İmparatorluğunda akla dayalı bir yönetim anlayışının gelişmesini sağlamıştır. Akla dayalı yönetim isteği, ülkede çeşitli Batı kurumlarının oluşturulması fikrini de canlandırmıştır (Hanioğlu, 2007). Batı'da demokrasiyle birebir özdeş kabul edilen Parlamenter yapı çok büyük yaygınlık kazanmıştı. Osmanlı İmparatorluğu'nda da bir çok kurumun yanında parlamenter yapının kurulması fikri ortaya çıkınca 1877 yılında, ilk Osmanlı Parlamentosunu oluşturmak için genel seçimler yapıldı.

Yukarıda sözü edilen gelişmeler sonucunda, ilk parlamentonun olduğu 1877'de aslında parlamentonun saydığımız işlevlerinin hemen hemen hiçbirinin gerçekleşmediğini söyleyebiliriz. Bu dönem parlamentosu, hem temsil açısından çok zayıf, hem de kanun yapma işlevi çok cılız haldeydi. Bunların yanında yeni elit kesimin siyasal yaşamda etkin olmasını sağlama işlevinin çok iyi işlediğini söylemek de zordur. Ama parlamentonun, bu dönemde özellikle modernleşme taraftarları ile karşıtları arasındaki tartışmalara ortam hazırlamış olması anlamında az da olsa olumlu bir işlev yüklediğini belirtmekte yarar vardır (Hanioğlu, 2007).

Ancak Parlamenter Monarşik yönetimin altyapısının ve halkın parlamentoyu sahiplenme bilincinin henüz oluşmadığı bir dönemde, Parlamentonun sürekliliği de mümkün olmaz hale gelmişti. 1878'de Padişahın, Osmanlı-Rus Savaşını bahane ederek, parlamentoyu dağıtması, çok da önemli toplumsal tepkiyle karşılaşmamıştır. Ardından yine bir avuç aydının etkisi ve batılılaşma düşüncesinin yaygınlaşmasının yarattığı baskılar sonucu 1908'de padişahın parlamentoyu tekrar açmasıyla başlayan yeni dönemde, parlamentonun işlevselliği ve bağımsızlığı biraz daha artmıştı. Bu dönemde parlamentonun hem yasa yapma işlevi biraz daha geliştirilmiş, hem de özellikle parlamentonun elitist yapıya biraz daha yaklaşmasına neden olmuştur.

Ulusal kurtuluş mücadelesiyle birlikte, yeni bir parlamentonun oluşturulma çabaları ve bu çabalar sonucu oluşturulan 1920'de parlamentosu, önceki benzerlerine göre, temsil özelliği daha yüksek ve yasa yapma konusunda daha aktifti. Bu dönemden sonra oluşturulan hemen hemen tüm parlamentolar, günümüz parlamentoları gibi göreceli olarak daha elit kişilerden oluşmuştu. Çok partili yaşama geçişle birlikte, birden fazla partinin mücadelesiyle gerçekleştirilmiş olan 1946 seçimleri ve özellikle de 1950 seçimleri, Türkiye'de parlamentoların yapısını büyük oranda değiştirmiştir. Parlamentonun yapısını belirleyen özelliklerden biri milletvekillerinin sosyolojik özellikleridir. Bu açıdan bakınca, özellikle 1950 seçimleriyle oluşan parlamentonun, önceki parlamentolara göre çok farklı sosyolojik özelliklere sahip kişileri barındırmaya başladığı görülür. 1950'li yıllarda yapılmış olan üç seçimde (1950,1954,1957) de milletvekillerinin profilleri büyük oranda değişmiştir.

27 Mayıs 1960 ihtilaliyle parlamento kapatılmış, anayasa değişikliğine gidilmiş, yeni anayasa ve bunun doğrultusunda da yeni seçim kanunu hazırlanıp seçimlere gidinceye kadar ülkeyi MBK (Milli Birlik Komitesi) yönetmiştir. Ancak ihtilali yapanların, sürekli iktidarı en kısa sürede devretme isteğinde olduklarını belirtmeleri ve bunu doğrularcasına yaklaşık bir buçuk yıl sonra erken genel seçimlere giderek yönetimi sivillere bırakmaları ve son olarak da ihtilali

yapanların, birinci amaçlarının demokrasiye işlerlik kazandırmak olduğunu söylemeleri, bundan sonra oluşacak parlamentoların önceki dönem parlamentolarına göre daha demokratik olacağı izlenimi yaratıyordu (Turan,2007). MBK'nın oluşturduğu "Kurucu Meclis", yeni bir anayasa hazırlayarak, 9 Temmuz 1961 günü halkoyuna sundu ve anayasa %61.5 oy oranıyla kabul edildi.

Siyasal yaşamın sivilleştirilmesi için parlamentonun yeniden açılması gerekiyordu. Bu nedenle 25 Mayıs 1961 tarih ve 306 sayılı "Milletvekili Seçimi Kanunu" çıkarılarak yürürlüğe kondu. Bu yasaya göre seçimler, tek dereceli, genel, eşit ve gizli oyla, tüm yurttaki aynı günde, Nisbi Temsil Sistemiyle yapılacaktır. Yine seçimlerle ilgili olarak, 26 Nisan 1961 tarihli 298 No'lu "Seçimlerin Temel Hükümleri ve Seçmen Kütükleri Hakkında Kanun" ve 24 Mayıs 1961 tarih ve 304 No'lu "Cumhuriyet Senatosu Üyelerinin Seçimi Kanunu" çıkarılmıştır (Sezen, 1994:247). Hazırlanan bu yeni yasanın belirtilen hükümleriyle 1961 genel seçimleri yapılmış ve sivil bir parlamento tekrar oluşturulmuştur.

Bu gelişmeler, Türk siyasal hayatında yeni bir dönemin açılmasına yol açmıştır. İlk defa bir askeri darbeye üstüne siyah bir çizgi çizilerek ortadan kaldırılan sivil siyasal düzenin tekrar askeri yönetimin etkisiyle oluşturulmasına tanık olunmuştur. Feshedilen parlamentonun çoğu üyesinin tekrar siyasal hayata dönmesine izin verilmemiş, kapatılan iktidar partisinin üst düzey yöneticileri tutuklanmış, siyaset sahnesine yeni adayların çıkmasına ortam hazırlanmıştır. Parlamentoda şimdi yeni simalar ve yeni partiler boy göstermeye başlamıştır.

Bu açıdan bakılınca 1961'den sonra oluşan parlamentolarda, önceki dönem milletvekillerinden daha farklı sosyolojik özelliklere sahip kişilerin (örneğin kent burjuvazisi yerine kır burjuvazisinin; laik eğitim almış bürokratların yerine, medrese eğitimi almış din ulemasının v.b.) temsilcilik yapmaya başladığını görüyoruz. Milletvekillerinin

büyük çoğunluğu ilk defa parlamentoya giren kişilerdi. Yeni simalar, parlamentonun önceki döneme göre daha farklı sosyolojik yapıya sahip olmasına neden olmuştur.

ÇALIŞMANIN AMACI VE YÖNTEMİ

Çalışmamızın amacı zaman içerisinde ortaya çıkan ekonomik, sosyal ve siyasal değişimin parlamentonun sosyolojik profilinde meydana getirdiği farklılaşmayı somut verilerle ortaya koymaktır. Toplumsal değişimin, parlamentonun yapısında yarattığı değişimlerin hızı ve yönünü belirlemeyi amaç edinen bu çalışmada aslında kullanılabilecek çok sayıda değişken bulunmakla birlikte, sadece en önemli dört tanesi, milletvekillerinin eğitim düzeyleri dağılımı, meslek dağılımları, yaş ortalamaları, cinsiyet dağılımlarının, önceki dönemlere göre farklılık gösterip göstermediği ortaya konmaya çalışılmaktadır. Böylece parlamentonun yapısında bu değişkenler açısından ortaya çıkan yapı analiz edilmektedir. Çalışmamızda bu değişimin yönü ve düzeyi ortaya konmaya çalışılırken, aynı zamanda milletvekillerinin değişen kompozisyonları ortaya konarak, bu değişimin parlamentoda temsiliyeti ne kadar sağlayıp sağlamadığı gözler önüne serilmektedir. TBMM tarafından her seçim döneminden sonra yayımlanan meclis albümlerinden alınan bilgiler sistematik hale getirilip tablolara dönüştürülmüş ve elde edilen veriler yorumlanarak çalışma sonuçlandırılmıştır.

MİLLETVEKİLLERİN EĞİTİM DÜZEYLERİ DAĞILIMI

1960'dan sonra oluşan ilk parlamento 1961 dönemi parlamentosudur. Bu parlamento, aynı zamanda seçimlerin Nisbi Temsil Sistemiyle değerlendirilerek oluşturulduğu ilk parlamentodur. Bu parlamentoda eğitim düzeyi 1950-1960 dönemi parlamentolarına çok yakındır. Üniversite mezunu milletvekillerinin oranında, özellikle ilk üç parlamento (1961, 1965, 1969) döneminde, 1950-1960 dönemine göre fazla bir değişiklik göze çarpmamaktadır.

Tablo 1. 1960-1980 Dönemi Milletvekillerinin Eğitim Düzeyleri Dağılımı

Eğitim Düzeyi	Dönem									
	1961		1965		1969		1973		1977	
	Sayı	(%)	Sayı	(%)	Sayı	(%)	Sayı	(%)	Sayı	(%)
İlkokul	21	4.7	12	2.7	24	5.3	25	5.6	39	8.7
Ortaokul	42	9.3	26	5.8	39	8.7	40	8.9	33	7.3
Lise	53	11.7	48	10.6	56	12.4	29	6.4	41	9.1
Üniversite	334	74.2	364	80.9	331	73.5	356	79.1	337	74.9
Toplam	450	100	450	100	450	100	450	100	450	100

Kaynak: T.B.M.M. Albümlerinden Toplanan Bilgilerle Oluşturulmuştur.

Tablo 1’den de izlenebileceği gibi ilkokul mezunu milletvekillerinin oranı 1965 döneminde en düşük seviyede, 1977 döneminde ise en yüksek seviyede olmuştur. Buna karşın ortaokul mezunlarının oranı 1965’te %5.7 ile en düşük iken; 1961’de en yüksek olmuştur. Lise mezunlarının oranı ise 1973 döneminde %6,4 ile en düşük seviyede iken; 1969’da %12,4 ile en yüksek seviyede olmuştur. Parlamentonun eğitim seviyesiyle ilgili en önemli ölçütlerden biri olan üniversite mezunlarının oranına bakacak olursak; 1960-1980 arası dönemde oluşan bütün parlamentolarda üniversite mezunlarının oranı birbirine yakın olmuştur. Bu oran %73 ile %88 arasında dar bir skalada hareket etmiştir. Bu 5 dönem içinde göreceli olarak en yüksek üniversite mezunu oranına sahip parlamento, 1965 seçimleriyle oluşan parlamentodur. Bunun temel nedeni de bu seçimlerde uygulanan “Milli Bakiye Yöntemi” sayesinde büyük partilerin dışında kalan ve azımsanmayacak oranda oy alan diğer partilerin de oylarının meclise adil yansımadır. Daha küçük olan partiler, bu kadar temsiliyete önem verecek alternatiflere sahip olmadıkları için, öncelikle eğitim düzeyini gözetmektedirler. Bir sonraki dönemde daha çok parti (8 parti) seçimlerde yarışmasına rağmen, iki büyük parti AP ve CHP dışındaki diğer 6 parti (CGP, MHP, MP, YTP, TİP ve TBP) toplam 38 milletvekiline sahip olabilmişken; 1965 seçimlerinde ise yine aynı iki büyük partinin dışında kalan parti sayısı 4 olmasına rağmen toplam 76 milletvekiline sahip olabilmişlerdir. Daha açık bir ifadeyle iki büyük parti dışındaki partiler, 1965 döneminde, bir sonraki döneme göre iki kat daha fazla milletvekiline sahip olmuşlardır.

Bu dönemde, AP’nin DP’nin devamı olması ve bu iki partinin de aynı sosyolojik tabana sahip

olmaları ve CHP kadrolarının bir önceki döneme göre fazla farklılıklar göstermemesi nedeniyle, parlamentonun yapısında eğitim düzeyi açısından çok büyük farklılık ortaya çıkmamıştır. Bu partilerin milletvekili oranlarının yüksek olduğu dönemlerde Üniversite mezunlarının oranı (1961 dönemi parlamentosu hariç) düşük olmuştur. Milli Bakiye Yöntemi sayesinde 1965 genel seçimleriyle oluşturulan parlamentoda üniversite mezunlarının oranı neredeyse %81’lere ulaşırken; daha sonraki 1969 seçimlerinde seçim yöntemi değiştirildiği için üniversite mezunlarının oranı %74’ler seviyesini kadar düşmüştür. Bunun en önemli nedenlerinden birisi, küçük partilerin meclisteki milletvekili sayısının düşmesi ve AP ile CHP’nin temsilci sayısının artmasıdır. AP ve CHP küçük partilere göre biraz daha kitle partisi niteliği taşımaları, bu partiler açısından eğitim düzeyinin milletvekilliği için ön koşul olarak görülmemesidir. Bu düşüş aslında tartışılabilir. Parlamentar demokrasi açısından parlamentoda üniversite mezunlarının sayısının azlığı veya çokluğu, aslında tartışılması gereken bir konudur. Parlamentoların, eğitim düzeyleri yüksek milletvekillerinden oluşmasının ne kadar demokratik olduğu, ya da tam tersi, milletvekillerinin eğitim düzeyleri dağılımının, toplumun genel eğitim düzeyine yakın olmasının ne kadar temsili demokrasiyi sağladığı aslında ayrı bir çalışmanın konusu olarak değerlendirilmelidir. Çünkü bazı siyaset bilimciler parlamentoda temsiliyetin sağlanmasının demokrasiyi zenginleştirceğini savunurken, bazıları ise demokratikleşmenin koşulu olarak parlamentonun elitist bir yapıda olmasını şart koşmaktadırlar. İkinci yaklaşımı savunanlara göre, demokratikleşme açısından parlamentonun toplumun genel sosyolojik yapısını yansıtması gerekli bir koşul değilmiş gibi gösterilir.

Tablo 2. 1961-1980 Dönemi Milletvekillerinden Üniversite Mezunlarının Kendi İçerindeki Dağılımı

Eğitim Durumu	Dönem									
	1961		1965		1969		1973		1977	
	sayı	(%)	sayı	(%)	sayı	(%)	sayı	(%)	sayı	(%)
Hukuk	160	35.6	169	37.6	141	31.3	146	32.4	131	29.1
Tıp	42	9.3	33	7.3	31	6.9	25	5.6	16	3.6
İkt.Tic. İl.Ak.	19	4.2	17	3.8	19	4.2	25	5.6	16	3.6
Mim-Müh	27	6.0	36	8.0	48	10.7	55	12.2	63	14.0
Askeri Okul	40	8.9	35	7.8	25	5.6	19	4.2	22	4.9
Eğitim Fak.	4	0.9	25	5.6	27	6.0	32	7.1	30	6.7
S.B.F.	29	6.4	29	6.4	25	5.6	22	4.9	32	7.1
İlahiyat	2	-	3	-	6	1.3	11	2.4	6	1.3
Master	12	2.7	6	1.3	1	-	1	-	3	-
Doktora	2	-	10	2.2	6	1.3	6	1.3	15	3.3
Diğer	14	3.1	24	5.2	14	3.1	12	2.7	23	5.1

Kaynak: TBMM albümlerinden alınan bilgilerle oluşturulmuştur.

İlk önce şu belirtilmelidir ki; yaklaşık %27 oranında ilk-orta-lise mezunlarına kapılarını açık tutabilmesi, eğitimin yaygınlaştığı ve siyasi rekabetin kızıştığı bir ortamda, bir bakıma, Türk Parlamentosunun demokratik bir niteliği sayılmalıdır (Yücekök, 1983:181).

1960'lı yıllarda yavaş yavaş yaygınlaşmaya başlayan üniversite eğitiminin ve sanayi ve teknolojideki gelişmelerin talep ettiği meslek dağılımlarının, parlamentoya büyük ölçüde yansımaları doğaldır. 1920-1950 döneminde üniversite mezunlarının içinde büyük bir oran, sırf iyi eğitilmiş oldukları için, meclise girebilmişken, 1950'li yıllarda artık, insanlar meslek ve bilim avantajlarını kullanarak, kazandıkları yerel popüleriteye dayanarak meclise girebilmektedirler. 1950-1980 döneminde (kurucu meclis dönemi hariç) kişiler, sadece eğitilmiş oldukları, alternatifleri olmadığı için, yine birilerinin atamasıyla değil, eğitimin yaygınlaştığı bir toplumda ve büyük rekabet ortamında daha iyi eğitim almış oldukları için meclise girebilmektedirler. Bu nedenle 1961-1980 dönemi parlamentolarında üniversite mezunlarının oransal artışı, parlamentonun uzmanlaşan ve gelişen toplumun aynası olabilmesi açısından önemlidir.

Tablo 2'den de izlenebileceği gibi; üniversite mezunları içinde en büyük grubu Hukuk Fakültesi mezunları oluşturmaktadır. Meclis'in

%35.5'ini oluşturan bu grubun sayıca bu kadar çok olmasının en belirgin nedenlerinden biri, hukuk fakültesi mezunlarının hitabet ve buna bağlı olarak da ikna kabiliyetlerinin yüksek olmasıdır. Bir diğer neden, vekil-müvekkil ilişkisine dayanarak halkın, hukukçuların mecliste kendi haklarını en iyi şekilde koruyacaklarına inanmalarıdır. Ayrıca hukuk dışı uygulamalara çok sık rastlanan ülkemizde, hukukçuların hukuk kurallarına riayet edeceklerine, hukuk kurallarını çiğnemeyeceklerine olan halkın inancı yine bu kesimin mecliste büyük oranda temsil edilmesini sağlayan bir başka nedendir. Hukuk Fakültesi mezunlarının bu denli çok olmasının bir başka nedeni de buradan mezun olanların büyük bir çoğunlukla Avukatlık mesleğini tercih etmeleri ve Avukatlık mesleğinin de meslek dışı işlerle de uğraşmaya elverişli olmasıdır. Bu açıdan avukatlar siyasetle uğraşmak için bol zamana ve paraya sahip olmaktadır. Bu da onların siyasette başarılı olmalarına uygun zemin hazırlamaktadır (Arı,1983)

Üniversite mezunları içerisinde sayıca fazlalığıyla göze çarpan bir diğer grup Tıp Fakültesi mezunlarıdır. Doktorluk mesleğinin hala halkın gözünde popüler ve saygın bir meslek olarak görülmesi ve bu arada bu dönemde bu mesleğin çok para kazandıran bir meslek olması, bu kesimin pahalı bir uğraş olan

siyasette başarılı olmasının nedenleridir.

Bu dönemde dikkati çeken özelliklerden biri de askeri okul mezunlarının oranının yüksekliğidir. 1961 seçimlerinin MBK gözetiminde yapılması, askeri okul mezunlarının sayıca bu kadar fazla olmasının en büyük nedenidir. Çünkü MBK'nın etkisinin gittikçe azaldığı 1965 sonrası seçimlerde oluşan parlamentolarda açık bir şekilde askeri okul mezunlarının sayısında hatırı sayılır bir azalma olduğu görülmektedir.

MİLLETVEKİLLERİNİN MESLEK DAĞILIMI

Ülkemizdeki 1950'den sonra hızlanan sosyo-ekonomik hareketlilik, gerek kentleşme,

gerek sanayileşme ve gerekse de tarımda daha yoğun kapitalist ilişkiler ağının kurulmaya başlanması ve yeni pazarlara açılma, topluma çoğulcu bir bünye kazandırmıştır. Çok farklı toplumsal kesimden insan siyasete dahil olmuş, örneğin daha önce salt toplumsal prestijleri nedeniyle doktorlar mecliste sayıca çok iken (Altan, 2008), 1960'dan sonra yeni mesleklerin (Örneğin, Müteahhitlik, mühendislik v.b) toplumda önem kazanmasıyla birlikte doktorların sayısında göreceli olarak azalma görülmektedir. Bunun sonucu olarak da parlamento, 1960'a kadar sergilediği bu meslek dağılımı kompozisyonunu 1961'den sonra daha dengeli ve daha demokratik bir görüntü içinde toplayabilmiştir.

Tablo 3. 1961-1980 Dönemi Milletvekillerinin Meslek Dağılımı

Meslek	Dönem									
	1961		1965		1969		1973		1977	
	sayı	(%)	sayı	(%)	sayı	(%)	sayı	(%)	sayı	(%)
Hukukçu	161	35.8	152	33.6	123	27.3	143	31.7	122	27.1
Doktor	44	9.6	28	6.2	28	6.2	25	5.6	20	4.4
Mim- Müh	26	5.8	24	5.3	26	5.8	41	9.1	71	15.9
Çiftçi	37	8.2	20	4.4	28	6.2	38	8.4	32	7.1
Tüccar	53	11.8	56	12.4	65	14.4	44	9.8	51	11.3
Asker	29	6.44	26	5.8	22	4.9	13	2.9	14	3.1
Öğretmen	18	4.0	16	3.6	12	2.7	17	3.8	26	5.8
Din Gör.	2	-	1	-	8	1.8	15	3.3	19	4.2
Öğr.üyyesi	24	5.3	20	4.4	15	3.3	12	2.7	27	6.0
Bürokrat	14	3.1	43	9.6	58	12.9	51	11.3	51	11.3
Diğer	40	8.9	58	12.9	63	14.2	53	11.7	44	9.8

Kaynak: TBMM Albümlerinden Toplanan Bilgilerle Oluşturulmuştur.

Tablo 3'te belirtildiği gibi, 1961 Parlamentosunun yaklaşık %36'sı hukukçulardan oluşmaktadır. Toplum yoğun işbölümüne uğrayıp, uzmanlaştıkça, teknik ve uygulamalı bilgiler öncelikle avukatların tekelden çıkmış, yönetici, teknokrat ve çeşitli dallarda uzman olarak yetişmiş birçok uzman personel bu alanlarda avukatlarla yoğun rekabete girmişlerdir. Böylece ülkemizde de görüldüğü gibi ilk kapitalist gelişim yıllarında (1950-1960) görülen hukukçu furusu, toplum daha sağlıklı bir işbölümüne uğradıkça normal boyutlarına doğru hızla inmeye başlamıştır. Bu durum kendini parlamentoda da hissettirmiştir. Bunun en bariz örneğini 1965'ten sonraki dönemde

görmekteyiz. 1961 dönemi parlamentosunda %36 oranında hukukçu bulunurken, bu oran 1965 döneminde %33.6'ya, 1969'da %27'ye ve sonraki dönemlerde de buna yakın bir orana inmiştir.

1960-1980 dönemi parlamentolarının göze çarpan bir başka özelliği de teknokrat sınıf diye nitelediğimiz mimar ve mühendislerin oluşturduğu grubun mecliste giderek daha fazla temsil edilmeye başlamasıdır. Daha önceki dönemlerde mecliste ortalama 6-14 teknokrat yer alırken bu sayı 1961'de 26, 1965'de 24, 1969'da 28 olmuştur. Ancak bu grup, en büyük sıçramayı 1970'den sonra yapmıştır. 1973

seçimleriyle oluşan parlamentoda mecliste 41, 1977 seçimleriyle oluşan mecliste de 71 teknokrat siyasi mücadele vermiştir. Bu sınıfın mecliste temsilinde meydana gelen bu artışın en büyük nedeni, teknolojiye gelişmelerin ülke sorunlarının teknokratlar tarafından çözülebileceğine, gelişen bir ülkenin en büyük yatırımının altyapı (yol,köprü,vs) olması nedeniyle, bu tür gereksinimleri bu grubun giderebileceğine olan inancın yerleşmesi ve artarak devam etmesidir. .

Doktorluk mesleğinin bu dönemlerde popülaritesi Avukat ve Teknokrat-Bürokrat sınıftan daha azdır. Bu nedenle, doktorlar, bu saydığımız mesleklere oranla mecliste daha az temsil edilmektedirler. 1961 parlamentosunda doktorların oranı %9.5 iken; 1965 ve 1969 parlamentolarında %6'lara ve 1973 ile 1977 parlamentolarında %5'lere kadar inmiştir.

Tablo 3'te göze çarpan bir diğer özellik de asker kökenli milletvekillerinin sayıca çokluğudur. 27 Mayıs ihtilalinin yol açtığı siyasal ortamın bir

sonucu olarak, asker kökenli milletvekillerinin oranı 1961'de %6 dolaylarında iken, zamanla askeri yönetimin etkilerinin azalmasına paralel olarak parlamentoda asker kökenli milletvekillerinin sayısında da büyük oranda azalmalar görülmüştür. Örneğin %6 olan asker kökenli milletvekili oranı 1973'te %2.92'ya kadar düşmüştür. Bu yarıdan daha fazla bir azalmayı ifade eder. Bu veri parlamentonun zaman geçtikçe, sivilleştiğini göstermektedir.

MİLLETVEKİLLERİN YAŞ DAĞILIMI

Yeni anayasanın, henüz geçmemiş 27 Mayıs iklimi ile birlikte, bu anayasanın oluşturduğu genç aydınlara dönük bir ortam yeni simaların meclise girmesine olanak sağlamıştır. Bu arada sivil yaşama dönülmesiyle birlikte, başta Adalet Partisi olmak üzere yeni kurulan diğer partilerin yeniden örgütlenmesi ve eski Demokrat Parti milletvekillerinin siyasetin dışında kalması ister istemez siyasetin tabanında da hem gençleşmeye hem de farklılaşmaya yol açmıştır.

Tablo 4. 1961-1980 Dönemi Milletvekillerinin Yaş Dağılımı

Yaş Grupları	Dönem									
	1961		1965		1969		1973		1977	
	sayı	(%)	Sayı	(%)	Sayı	(%)	Sayı	(%)	Sayı	(%)
30-34	59	13.1	27	6.0	29	6.4	36	8.0	40	8.9
35-39	137	30.4	97	21.5	59	13.1	67	14.9	70	15.6
40-44	84	18.7	136	30.2	130	28.8	98	21.8	92	20.4
45-49	66	14.7	82	18.2	130	28.8	118	26.2	116	25.8
50-54	44	9.8	55	12.2	60	13.3	89	19.8	93	20.6
55-59	28	6.2	26	5.7	22	4.8	28	6.2	30	6.7
60-64	23	5.1	14	3.1	11	2.4	10	2.2	8	1.7
65-69	4	0.9	10	2.2	6	1.3	2	0.4	2	0.4
70-74	2	0.4	1	0.2	1	0.2	2	0.4	1	0.2
75-79	3	0.7	1	0.2	1	0.2	-	-	-	-
80+	-	-	1	0.2	1	0.2	-	-	-	-
Ortalama	43.3		44.7		45.3		45.4		45.4	

Kaynak:T.B.M.M. Albümlerinden Toplanan Bilgilerle Oluşturulmuştur.

Tablo 4'ten de izlenebileceği gibi, parlamenterlerin yaş ortalaması askeri ihtilalin hemen sonrasında 43 düzeylerindeyken, daha sonraki dönemlerde 45'lere kadar çıkmıştır.

Demokrat Parti milletvekillerinin askeri ihtilalle siyaset dışı bırakılması ve Adalet Partisi gibi partilerin yeni kurulup, daha çok

yeni simaların siyasete taşınmaları sonucu 1961 döneminde parlamentonun yaş ortalaması düşük olmuştur. Hatta 1961 parlamentosu cumhuriyet tarihimizin o güne kadarki en genç parlamentosu olma niteliğini kazanmıştır. Ancak, cumhuriyet kurulmadan önce oluşan 1920 parlamentosunun (I.Dönem TBMM'nin)

yaş ortalaması ise 43 ile bu dönemden de düşük olmuştur (Şengil, 1996)

Ayrıca bu dönemde, burjuvazinin kendi içinde parçalanması, bir yandan İstanbul sermayesinin karşısında Anadolu sermayesinin yükselmesi, (örneğin Necmettin ERBAKAN Anadolu Sermayesinin temsilcisi olarak ortaya çıkmıştı), diğer taraftan büyük sermaye gruplarının bir bölümünün CHP'yi (örneğin Vehbi Koç) desteklemesi, bir bölümünün AP'yi desteklemesi ve yeni siyasal partilerin kurulması, yeni gelen üyeleri gençleştirirken, eski üyelerin sayısını azaltmıştır. Bu da bu dönemde milletvekillerinin yaş ortalamasının düşmesini sağlamıştır. Daha önceki dönemlerle karşılaştırıldığında parlamenterlerin ortalama yaşlarının bu dönemde bir hayli düşük olduğu görülmektedir. 1950 parlamentosunda yaş ortalaması 47.5 iken bu sayı 1961'de 43'e kadar inmiştir. Parlamenterlerin yaş ortalaması dönem geçtikçe daha da artmaktadır. Bunun en belirgin nedeni de Türk parlamenter sisteminin en temel özelliklerinden biri olan, milletvekillerinin çoğunlukla birden fazla dönem parlamento üyeliği yapmalarıdır. Ancak genellikle ihtilallerin hemen ardından yapılan genel seçimlerde parlamento üyeleri

büyük oranda değiştiği için, parlamenterlerin yaş ortalaması belirgin bir şekilde düşmektedir.

MİLLETVEKİLLERİN CİNSİYET DAĞILIMI

Ev dışı ilişkilerin yoğunluğundan dolayı erkekler, kadınlardan daha fazla siyasal konulara duyarlı olduklarını söylemek mümkündür. Tabii bu duyarlılık diğer toplumsal konulara olan duyarlılıktan daha fazladır (Kağıtçıbaşı, 1988:318). Bu nedenle de özellikle az gelişmiş ülkelerde kadın milletvekillerinin sayısı parmakla gösterilebilecek kadar azdır.

Türkiye gibi az gelişmiş ülkelerde, kadınların aile içindeki rolü de bize kadınların neden parlamentoda daha az temsil edildiği konusunda bazı ipuçları verir. Özellikle araştırdığımız bu dönemde, yani 1980'li yıllara kadar, bu tür ülkelerde kadınlar öncelikle anne olarak düşünülmekte, bu da kadının çalışma hayatına katılımını engelleyen nedenlerden biri olmaktadır. Örneğin, o dönemde, Türk kadını, ancak ekonomik açıdan zor duruma düştüğünde çalışma hayatına katılmayı tercih etmekte, aksi takdirde ilk iş olarak annelik görevini düşünmektedir (Kışlalı, 1996:163).

Tablo 5. 1960-1980 Dönemi Milletvekillerinin Cinsiyet Dağılımı

Cinsiyet	Dönem									
	1961		1965		1969		1973		1977	
	Sayı	(%)	Sayı	(%)	Sayı	(%)	Sayı	(%)	Sayı	(%)
Erkek	447	99.3	442	98.2	445	98.9	444	98.7	446	99.1
Kadın	3	0.7	8	1.8	5	1.1	6	1.3	4	0.9

Kaynak: T.B.M.M. Albümlerinden Toplanan Bilgilerle Oluşturulmuştur.

Çok partili siyasal yaşama geçilmesinden bu yana çok pasif davranan Türk kadını, bu dönemde özellikle 1965'ten sonra özellikle adaylık konusunda aktifleşmeye başlamıştır. 1965 seçimlerinde tüm ülke genelinde 54 kadın, milletvekilliğine adaylığını koymuştur. Ancak bunlardan sadece 8'i parlamentoya girebilmiştir.

1961 parlamentosundaki kadınların meslek durumuna baktığımızda, daha önceki dönemlerde görülen eğitim mesleğinde çalışan kadın milletvekillerinin bu dönemde yerlerini daha çok hukuk kökenli kadın milletvekillerine bıraktıklarını görmekteyiz. 1961 döneminde parlamentoya giren kadın milletvekillerinden ikisi hukuk birisi de lise mezunuyken;

1965 parlamentosunda görev yapan 8 kadın milletvekilinden 4'ü eğitim meslek grubunda, 3'ü hukukçu, 1'i de ev hanımıdır.

1965 parlamentosunda diğer dönemlere göre bir artış gözlemlenmektedir. Bu artışın temel nedenlerden belki de en önemlisi, çeşitli partilerin merkez kontenjanlarının bir kısmının önseçime girmiş, seçilmemiş olan kadın adaylara ayırmış olmasıdır. Parlamentodaki 3 milletvekilinden ikisi YTP, biri de TİP'ten bu şekilde milletvekili seçilmişlerdir. Bundan başka çeşitli kadın derneklerinin seçimlerden önce parlamentoya daha fazla kadının gönderilmesi için yayımladıkları bildirimler, çok sınırlı bir şekilde de olsa halkoyunun dikkatini bu konu üzerine çekmiştir (Abadan, 1966:349).

SONUÇ

1877 yılında yapılan ilk parlamentodan beri Türk parlamentoları özellikle temsiliyet açısından büyük ilerlemeler sağlamaktadırlar. Önceleri özellikle yerel eşrafın, daha sonra asker-sivil bürokratin ağırlıkta olduğu parlamentolardan sonra 1950'li yıllarla birlikte daha farklı kesimlerden oluşan çok renkli parlamentolarla karşılaşmaktayız. Çalışmamızın konusunu oluşturan 1960-1980 döneminde ise bu renklilik giderek artmış, gerek meslek, gerekse eğitim düzeyleri açısından daha geniş yelpazeye yayılmış bir parlamento profiliyle karşı karşıya kalmaktayız.

Parlamentolarımız bu dönemde daha çok avukatlık mesleğine mensup milletvekillerini içinde barındırmıştır. Ardından yükselen meslek grubu olarak teknokrat sınıfı da avukatların ardından ikinci sırada yer almıştır. Bu dönemde parlamentonun yaş ortalaması da önceki dönemlere göre azalmıştır. Bunun temel nedeni de 27 Mayıs askeri müdahalesi ile eski

siyasetçilerin büyük çoğunluğuna siyaset yapma yasağının getirilmesidir. Bunların yanında demokrasi adına ilerleme kaydedemediğimiz konulardan biri parlamentodaki kadın milletvekili sayısını arttıramamamızdır. 1934 yılında kadınların ilk kez genel seçimlerde oy kullandığı dönemden beri parlamentoda temsil edilen kadın milletvekili sayısı hiçbir dönemde arzu edilir düzeyde olmamıştır. Zikzaklarla, bazen yükselen, bazen düşen oranlarda temsil edilen kadınların sayısı hiçbir dönemde milletvekili sayısının %10'unu bulmamıştır.

Yukarıda saydığımız ölçütlerle değerlendirdiğimizde, Türk parlamentolarının 1960-1980 döneminde, temsil açısından, önceki dönemlere (1960 öncesi) göre, ilerleme sağladığını söyleyebiliriz. Ancak bu da hala parlamentonun halkı iyi bir şekilde temsil ettiği anlamına gelmemektedir. Hem mesleki açıdan, hem eğitim düzeyi açısından hem de yaş ve cinsiyet gibi kişisel özellikler açısından parlamentolarımızın toplumun aynası olduğunu söylememiz çok güçtür.

KAYNAKÇA

Abadan,N. (1966), 1965 Seçimlerinin Tahlili, Ankara: Ankara Üniversitesi Siyasal Bilgiler Fakültesi Yayınları.

Altan, C. (2008), Türkiye'de 1950-1960 Dönemi Milletvekillerinin Sosyolojik Özellikleri, Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, sayı: 22, s.23-36.

Arı, M. (1991), Siyasal Katılım:1980 sonrası Türk Siyasal Sürecinde ANAP Ve ANAP Seçmen Profili, Ankara: Gazi SBE

Hanioğlu,Ş. (2007), Siyasal Temsil Olayının Osmanlı İmparatorluğundaki Yeri,

E.Kalaycıoğlu, A. Y. Sarıbay (Eds.), Türkiye'de Politik Değişim ve Modernleşme,içinde İstanbul: Alfa Yayınları,

Huntington, S.P. (1968), Political Order In Changing Societies, New Have: Yale University Pres.

Kağıtçıbaşı,Çiğdem, (1988), İnsan ve İnsanlar, İstanbul: Evrim Yayınları,

Kalaycıoğlu,Ersin, (1980), Why Legislatures Persist In Developing Countries: The Case of Turkey Legislative Studies Quarterly Comparative Iowa City Legislative Research

Center Vol :5, No:1, s.123-140

Kışlalı, A.T. (1996), Siyaset Bilimi, Ankara: İmge Yayınları

Moore, J. B. (1982), Diktatörlüğün ve Demokrasinin Toplumsal Kökenleri (Çev.Ş. Tekeli-A. Şenel), Ankara: V Yayınları.

Öztekin, A. (2007), Siyaset Bilimine Giriş, Ankara: Siyasal Yayınevi.

Sarıbay, A.Y. (2001), Türkiye'de Demokrasi ve Politik Partiler, İstanbul: Alfa Yayınları,

Sezen, S. (1994), Seçim ve Demokrasi, Ankara: Gündoğan Yayınları.

Şengil, M. K. (1996), Birinci Dönem TBMM'de Düşünce Akımları, İstanbul: Cem Yayınları,

Turan,İ. (2007), Türkiye'de Siyasi Kültürün Oluşumu, Türkiye'de Politik Değişim ve

Modernleşme, E. Kalaycıoğlu, A. Y. Sarıbay,(Eds.), İstanbul: Alfa Yayınları.

Yücekök,A.N. (1983), Türkiye'de Parlatonun Evrimi, Ankara: Ankara Üniversitesi Siyasal Bilgiler Fakültesi Yayınları.

Yücekök,A.N. (1987), Siyasetin Toplumsal Tabanı, Ankara: Ankara Üniversitesi Siyasal Bilgiler Fakültesi Yayınları.

İZMİR KONAK İŞ SİTESİ DIŞ YÜZEY ARTİSTİK SERAMİK PANOLARININ MONOGRAFİK DEĞERLENDİRMESİ

MONOGRAPHIC EVALUATION OF EXTERNAL SURFACE ARTIST CERAMIC PANEL IN İZMİR KONAK BUSINESS SITE

Özet

Bu çalışma, İzmir Konak İş Sitesinin diğer adı ile SSK bloklarının dış cephelerine uygulanan artistik seramik duvar panoların teknik, estetik, sosyolojik ve toplum-birey psikolojisi açısından monografik bir değerlendirmesidir. Bir sanat, dekor, süsleme unsuru olarak seramiğin mimariye katkısı, estetik ve toplumsal yaşam içinde oynadığı rol ve etkileri ele alınmıştır. Konak iş sitesi dış cephe seramik duvar panoları bu veriler ışığında incelenmiştir.

Anahtar Kelimeler: Konak, Mimarlık, Sosyal Psikoloji, Estetik, Seramik Pano

Abstract

This study is a monographic evaluation of the artistic ceramic wall panels applied to the exterior facades of the SSK blocks with the other name of İzmir Konak Business Sites in terms of technical, aesthetic, sociological and community-individual psychology. As an art, decor, ornament element, the role and effects of ceramics in architecture, aesthetics and social life are discussed. Exterior ceramic wall panels of Konak business site are examined in light of this data.

Key Words: Konak, Architecture, Social Psychology, Aesthetic, Ceramic Mural

GİRİŞ

İnsan, erken çağlardan bu yana yaşadığı çevreye fiziki değişikliklerle görsel olarak katkıda bulunmuştur. Belirli işlev ve amaç için yaratılmış herhangi bir biçimi göze hoş gelecek şekilde tasarlamış, uygulamıştır. Süsleme olgusu insanla başlar. “Üst Paleolitik evrede teknolojik gelişmelerin sonucu olarak mağara sanatı ortaya çıkar ve en özgün ve ileri örneklerini yaratır. Mağaraların derin ışık görmeyen duvarlarında renkli hayvan resimleri ve av sahneleri görülür”. (Aksoy, 2012:7) İnsanın kullandığı eşyadan içinde barındığı mekâna ve yaşadığı çevreye güzelleştirme çabası günümüzde de kesintisiz sürmektedir. Genel başlık adı altında süsleme, çok boyutlu estetik tabanlı fakat çok yönlü ifade aracı olarak uygulanmaya devam etmektedir. Süslemede temel amaç çevreyi güzelleştirmektir. Daha öznele inildiğinde, bütün sanat eserlerini kapsayıcı bileşimi olduğu görülür. “Uygulama alanı içerisinde çizgi, renk ve biçimlerin estetik duygularımızı uyandırdığı ve kışkırtmak için bir araya geldikleri söylenebilir. Şekil, çizgi ya da dokunun, duyguyu sadece sanatçıya değil herkese yansıtması gerekir. Şekil ve duygu arasındaki ilişkinin anlamı, o simgeyi gören ve kullanan herkes tarafından paylaşılmalıdır, aksi halde o şekil, toplum için hiçbir şey temsil etmeyecek ya da iletmeyecektir.”(Barnard, 2002:51) Estetize edilmiş nesnelere sadece beğeniyi ifade etmezler. Bunların aynı zamanda bir anlatım aracı olarak sosyal içerikli mesajlar taşıyan, içinde olduğu toplumun geleneğini, siyasi ve sosyo-kültürel düzeyini belirleyen unsur olduğu görülür.

“Görsel kültür farklı sosyal ya da kültürel grupların ayırt edilmesinde yer alma mekanizmasını ortaya koyar. Görsel kültürdeki nesnelere görünüşlerini malzeme, stil, ifade, biçimsel özellikler, ikonoloji, moda, çağın ruhu ve amaçların yanı sıra ideolojik ve dinsel yüklemeler de içerir. Ernst Gombrich’in görüşü görsel uygulamalardaki şekiller, çizgiler, renkler ve dokuların doğal olarak anlamlı oldukları ve doğal olarak izleyicileri tarafından anlaşıldıkları şeklindedir. Görsel iletilerin insana gönderdiği edilgen, fiziksel uyaranlar dâhilinde, birey ve dışarıdaki her şeyi kapsayan çevresi arasında sürüp giden etki-tepki ilişkileri sırasında birey, kendisi için herhangi bir şekilde anlam taşıyan öğelerini algılar. Önceki

deneyimleri sonucunda algıladığı bu öğeleri sınıflar ve kavramsallaştırır. Sosyo-mekânsal çevre içinde bu görsel öğelerin uyarıları ile doyumuna ulaşır. Bu iletişim insanlar arasındaki ilişkilere yansır.” (Barnard, 2002:65)

“Mimarlıkla öteki sanatların değişik ilişkileri bulunur. Öncelikle mimarlık, sanat ürünlerinin taşıyıcılığını üstlenecek mekânları, yüzeyleri, fonları ve ortamları üretir, sanatı toplumla buluşturur sanatsal iletişimin sürdürülebilmesine de kaynaklık eder. Kendisi başlı başına estetik bir bütün olabilir. Mimarlıkla başka sanatsal ürünlerin nasıl ve hangi dozlarda bir arada kullanılması gerektiği hem işlevsel, hem anlamsal, hem de çevre estetiğinin dengeleri açısından önem taşır.”(Esen, 2012:63) İnsan-sanat-çevre ilişkilerinde mimarinin yeri çok önemlidir. İnsanın yaşam ortamını bu sanat dalı yani mimari mekânlaştırır. (Kaçar, 1993:13)

Seramik Panolarının Monografik Değerlendirmesi

Mimaride cephelerin farklı malzemelerle biçimlendirilmesi görsel kültürün oluşması bakımından önemlidir. Yüzeyle uygulanan dayanımı ve kalıcılığı yüksek beton, taş, seramik ve cam mozaik gibi malzemelerin estetik olgu olarak yapıya katkıları bulunur. Mimaride işlevselliği, dekoratif özellikleri nedeni ile kullanımı en geniş malzeme seramiktir. Diğer malzeme uygulamalarına göre üstünlükleri vardır. Seramik yapıda dolgu, duvarda örtücülük ve taşıyıcılık, iç donanımda mutfak, banyo elemanı olarak karşımıza çıkar.

Bu çalışmanın konusu olan seramik pano; ‘Hamaddesi kil olup çeşitli üretim teknikleri kullanılarak işlevsel, dekoratif ya da sanat içerikli mimariye bağlı pişmiş toprak ürünler, olarak tanımlanabilir.’(Güleç Hoşnut,:3) Kilin seramik halini alması çok yüksek ısıda pişirilmesi ile olur. Artistik seramik pano yapımı tasarım ve uygulama aşamalarından oluşur. Tasarım aşamasında uygulama yapılacak duvarın dış- iç cephe, yüzey boyutu, iklim şartları, ışık ve toplumla ilişkisi önem kazanır. Teknik olarak elle şekillendiren kil, bisküvi ve sır pişirimi ile tamamlanır. Artistik seramik panolar mimari cephelerde buldukları çevreyi daha yaşanılır hale getiren işlevli dekor ya da sanat objesi olarak uygulanıp, görsel etkisi konumlandıkları yer ve mekânda

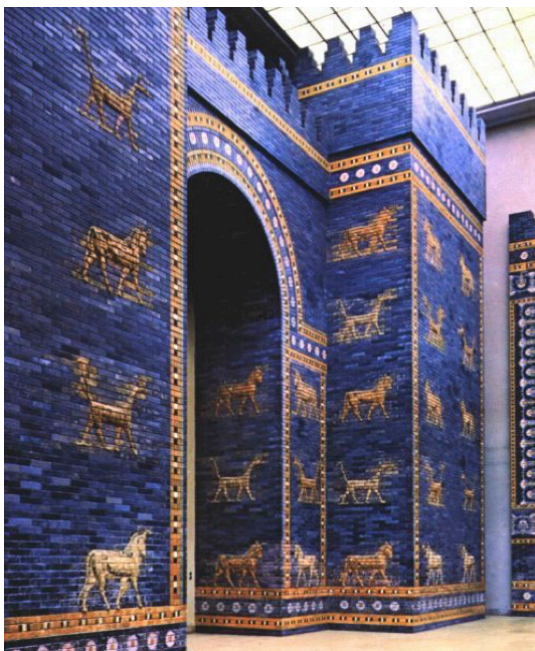
toplumla iletişimi güçlüdür. Modern kent mimarisinde mekân-insan ilişkisinin yeniden yapılanmasında, sanatın etkin rolünün temel alınması ve sürdürülebilirliği önemlidir. Kentin mimari dokusu kültürel mirasın oluşmasındaki taşıyıcı rolü toplum refahının değerli bir parçasıdır. Bu yüzden mimari ile bütünleşen artistik seramik panolar uygulandıkları yüzeyde renk, rölyef, biçim oluşumları kültürel mirasın yapı taşlarından biri olur.

“Bütün kültürel birikimler gibi seramik panoların gelişimi yayılımı ve artışı bazı faktörlerden etkilenmiştir. Bunlardan en önemlisi düşünsel birikimin yayılımı, maddelerin değiş-tokuşunun yapıldığı kara ve deniz ticaret yollarındaki harekettir. İkinci olarak; savaşlar, politik kargaşalar ve dinin yayılışı kültürlerin ve dünyanın belirli bölgelerindeki sanatsal oluşumların harmanlanmasında etkin olmuştur.” (Güleç Hoşnut, 2006:5)

Uygurlık tarihinde anıtsal mimari örneklerinde seramikpano uygulamaları görülür. Babil’in İhtar kapısı seramik sanatının ilk pano uygulamaları içinde yer alır. Cephesine konumlanan koç, boğa ve ejderha kabartmalarının dikine çift dizilimi güç ve refahın alegorik anlatımıdır.

Fotograf 1. Babil İhtar Kapısı

“Babil’in ünlü İhtar kapısı Mezopotamya seramik sanatının en görkemli örneklerindedir.



(Fotograf 1. Babil İhtar Kapısı) Zafer tak-ı olarak inşa edilen İhtar kapısı, Babil çağının mimarlık sanatına kattığı en ilginç yeniliktir. Bu örnek ile seramik süsleme mimari ile birlikte uygulanmış, olmaktadır. Altmış adet, gerçek boyda iri aslan kabartması cadde boyunca uzanan duvarlar üzerinde yer almaktadır.” (Güleç Hoşnut, 2006:13)

İran Susa sarayı tören yolu sırlı kabartma tuğlaları, İspanya Emevileri Medinetü'z-Zehra sarayı sırlı fayansları, Anadolu Selçuklu Sırçalı Medrese eyvan çini mozaikleri, İstanbul Rüstem Paşa camii 16.yy. İznik çinileri diğer önemli örneklerdir.

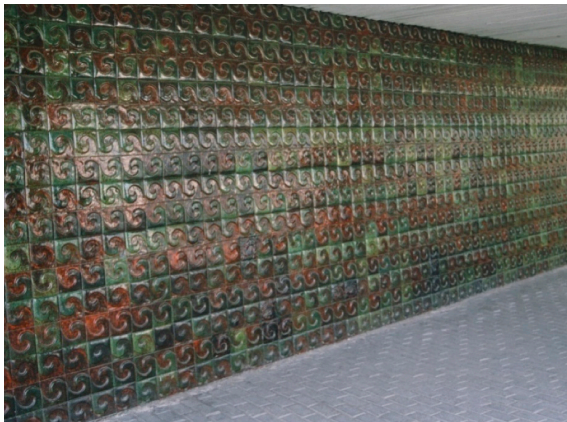
Günümüzde küresel çağdaş mimarlık örneklerinde özgün seramik pano uygulamalarıyla karşılaşmaktayız. Türkiye’de özgün sanat yapıtı olarak üretilen duvar seramiklerinde 1960’tan sonra büyüme görülür. Farklı işlevli mekân olarak kamu yapıları, alışveriş merkezleri, özel iş ve konutlarda dönemin seramik sanatçıları tarafından üretilmiştir. “1960’lı yıllardan sonra gelenekselden sıyrılıp endüstriye dönüşen seramik üretimi günümüze kadar büyük gelişim gösterir. Bu süre de küçükü büyüklü seramik üreten işletmeler kurulur.” (Sümer, 1927) Orta ölçekli üretim yapan “Rebi Gorbun’un 1958’de kurduğu Gorbun Işıl fabrikası, masaüstü kullanım eşyasından, fayans dekoruna kadar geniş yelpazede seramik üretimi gerçekleştirmiş, dönemin mimari akımlarını, bina tasarımlarını ve popüler yönelimlerini özellikle yakından izleyip, İstanbul’da birçok binanın tasarım sürecini üstlenmek de dâhil olmak üzere bu yapılaraya yer ve duvar seramikleri ve özgün duvar panoları üretir. Yönetimi 1985 yılında oğlu Aziz Gorbun’a geçen şirket, fayans üretimini durdurur ama sofa eşyası üretmeye devam eder.” (Güven, 2016:9)

Gorbun Işıl’ın 1970’de hizmete açılan İzmir Konak Meydanı doğu cephesinde uzanan SSK blokları artistik seramik panoları önemli uygulamaları arasında yer alır. “Konak iş sitesi diğer adı ile SSK blokları 1960’lı yılların sonlarında mimari proje yarışması birincisi mimar Orhan Dinç tarafından yapılmıştır. Modern mimarinin yalın, düz ve işlevsel özelliklerini taşır. Yapı projesinde estetik ve plastik unsurlara yer verilmez.” (“Konak sitesi”, 1966) Kent merkezinde yer alan bloklar sinema, tiyatro, kafe ve mağazaları ile toplumun yoğun ilgisini görür.

Aziz Gorbon, “Konak iş sitesi yönetimi 1975 yılında yapının geniş duvarlarına seramik pano yapılmasını karar veriyor. Gorbon’un daha önce İzmir Büyük Efes oteli seramiklerini inceleyip ardından firmamıza teklif getirdiler. Aynı yıl sanatçımız Erdoğan Ersel ile birlikte bloklarda detaylı inceleme sonucu tasarımlar hazırlanıp 1976 yılında seramik panoların montesinin gerçekleştirildiğini” söyledi (Aziz Gorbon, kişisel görüşme, 18 Ekim 2017).

Konak İş sitesi dış cephe seramik panoların özelliği, boyutsal büyüklükleridir. İç ve dış uygulamaların toplamı 300 metrekareyi geçmektedir. Yapının bütünlüğü ve büyüklüğü seramik pano uygulamalarına yansıtılmış, dış panolar blokların iki katında yoğunlaştırılmıştır. Doğal ışığı direkt karşıdan alacakları doğu ve batı yönlerine uygulanmışlardır. Güneş ışığı panolarda çok etkilidir. “Işık kaynağının doğrultusu, gölgelerin yerini ve biçimini etkilemektedir. Bir yüzey, gölge ve ışıklılık durumuna göre farklı renk tonlarında algılanabilmektedir. Akdeniz mimarisindeki cephelerde gözlenen bezemelerin, ışık-gölge oyunları ile etkileyici ve plastik bir etki yaratması örnek olarak gösterilebilmektedir.” (Tezel, :23) İlki Konak meydanına karşılık gelen yüzeyler ve pasaj giriş kolonlarında yer almaktadır. Mağazanın girişine yakın dış cephe seramik kaplamaları döküm ve presleme yoluyla üretilmiş rölyef karolardan oluşmaktadır. Denizle aynı kotta yer alan cephede işlenen tema dalgadır.

Fotograf 2. Dalgalar, Nusret Algan 1997



Fotograf 3. Dalgalar, Nusret Algan 1997

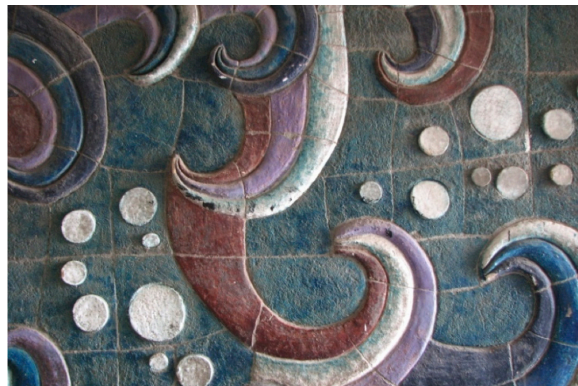


Yüzeylerine uygulanan yeşil-kırmızı zıt renklerle derinlik yakalanmıştır. Zeminde yer alan diğer çalışma ise pasaj girişindeki kolonlarda yer alır. Konu seçimi yine dalgadır fakat uygulama tekniği farklıdır. Serbest şekillendirilmiş seramik (elle şekillendirme) ile üretilmiştir. “Bu üretim tekniği yüzeyde hacim oluşumuna olanak verdiğinden, günümüzde çok fazla tercih edilen teknikler arasında yer almaktadır. Özellikle modern sanata hizmeti açısından önemlidir.” (Güleç Hoşnut, :47)

Fotograf 4. Dalgalar, Nusret Algan 1997

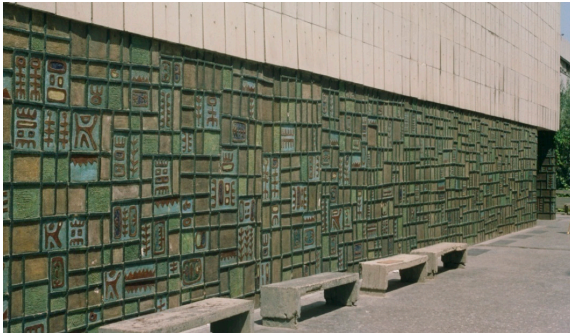


Fotograf 5. Dalgalar, Nusret Algan 1997



Kolonlara uygulanan dalga imgeleri yüksek rölyeflidir. Dalgalar üç dilimli yerleştirilmiş, orta alan beyaz dairelerle (köpük ve tanecikler) ile hareketlendirilmiştir. Çalışma özensiz şekillendirilmiş olmasına rağmen dalgaların büyük boyutu bu algıyı dağıtmaktadır. Yüzeydeki armoninin bütüne hakim olması farklı bir elamanın kompozisyona eklenmesine gerek bırakmamıştır. Birimlerde kaba doku belli belirsiz ve dağınıktır. Dalgaların iriliği panonun boyutu ile orantılı büyütülmüş olması görsel algıyı zorlayıcı etki uyandırmaktadır. Uygulamanın kolonda tamamlanması, geçidin arka ve ön duvarlara taşınmaması, göbekteki seramikleri ön plana çıkarmış, odak nokta merkezlenerek istenilen çözüme ulaşılmıştır. Üst avlu doğu cephe duvarı pano uygulaması blok boyunca uzanır. Hücre içi soyut imge ve sembollerin yanı sıra silüet insan imgeleri panoda farklı alanlara dağıtılmıştır.

Fotograf 6. Simgeler, Nusret Algan 1997



Fotograf 7. Simgeler, Nusret Algan 1997



Çoğunlukla 20x20, 30x20, 40x10 cm çerçeveler içine şekillendirilmiş semboller anlık görsel etkinin dışında güçlü ifadeler içermezler. Renklerin ölçülü dağıtılması geniş perspektifte mozaik hissi vermekle birlikte bütündeki kurguda semboller çerçeveler içinde

yerleştirilerek düzenleme kuvvetlendirilmiştir. Uygulamanın sınır çizgileri plastik yapıya ket vurmaktadır. Konu ne kadar soyut simgelerden oluşturulsa da geleneksel motiflerden yararlanıldığı sezilmektedir. Farklı toplum katmanlarının geçiş noktası bu alan, görsel imajlarla izleyicide çağrışımlar oluşturacak simge ve motif bezemeleri ile kalıcı etkiler uyandırmaktadır.

Seramik sanatında renk zenginliği kadar yüzeye uygulanan ve genelde fonda yer alan doku da önemlidir. Doku ön ve arka plan geçişlerini belirler. Artistik seramik duvar panolarında kompozisyonun içindeki ölçü, biçim, renk, ton, kot, doluluk ve boşluklar değeri belirler. Zıtlık ve uyum ile geliştirilir.

Fotograf 8. Simgeler, Nusret Algan 1997



Fotograf 9. Simgeler, Nusret Algan 1997



Açık hava galerisi gibi uzanan holde simgeler düşük rölyefli olmalarına karşın üst alana konumlanan amorf rölyeflerin derinliği ve genişliği fazladır. Üst alanda geniş pencere içinde dik dizili birimler soyut geometrik çözümlenmeden oluşur. Birbirine yakın ardı sıra dizili amorf yapıların oluşturduğu kompozisyonda doku çeşitliliğinin fona taşınmaması ile derinlik sığ bırakılmıştır. Ön ve arka planlardaki amorf elemanlar gerek renk gerek biçim olarak birbirini tamamlayan öğelerden oluşur.

Pano zıt renklerin birleşiminden oluşturulmuştur. Geri plandaki yeşil rengin seramik panonun tümünde yoğunluğu öndeki imgelere girilen gri, beyaz ve kırmızı ile dengelenmeye çalışılmıştır.

Yapının doğu cephesine konuşlandırılan pano gün yarısına kadar sert ışık almaktadır. Doğal ışık, görsel algıyı yönlendirmektedir. Işığın niteliği, şiddeti, rengi değişince panonun gözlemcide yarattığı etki de değişmektedir. “Mimari mekân durağan bir olgu değildir, doğal ışığın, zaman ve hareket faktörlerinin etkisiyle farklı görsel algıların deneyimlenmesine olanak vermektedir. Günün saatlerine, mevsime göre ışığın rengi, şiddeti değişim göstermektedir.”(Tezel, :154) Bu etki seramik panoyu bazen canlı bazen de belirgin olmayan duruma dönüştürebilmektedir. Bu çalışmanın kendi özgünlüğü içerisinde toplumun farklı katmanlarında uyandırdığı

etki değişkendir. Panonun mimariye yüklediği katkı, izleyene verdiği mesaj algısı zamana göre değişim gösterir. Diğer uygulamalardaki gündelik yaşamdan uyarılma motifler burada kaybolmuş, yorumlara açık plastik öğelere dönüşmüştür. Kompozisyondaki özgün biçim arayışları seramiğin teknik ve estetik olanaklarının bütününe kullanarak gerçekleştirilmiştir. Soyut birimlerin büyüklükleri, plastik değerler içinde uzaktan algılanabilecek boyuttadır. Uygulandığı gri sağır duvarda renk seçimi ile bir karşıtlık bulunur. Bu cephede konuşlandırılan duvar seramiklerinin izleyiciye sunduğu nesnel soyut estetiğin altında yatanları anlayabilmemiz ancak Gorbon Işıl'ın veya sanatçının diğer yapıtlarını bilmemiz, algılayabilmemiz ve onlarla bütünleşme olanağı bulabilmemiz ile mümkündür.

SONUÇ

Mimari cephelere uygulanan artistik seramik panoların kentin görsel etkisini estetik açıdan zenginleştirdiği, toplumsal kültür açısından görsel kültürün gelişmesine olanak sağladığı, sosyo-psikolojik etkileri ve döneminin belgesi niteliği taşıdığı varsayılır. Estetik yaşantılarımıza tüm kişiliğimizle katılıyor olmamız, her estetik haz alışımızda insanlıktaki evrensel değer, insanlığı oluşturan fikirlere ilişkin bir şeyler bulunması gerektiğini kanıtlar. Disiplinlerin birlikteliği bu etkileşimi

kuvvetlendirir. Mimaride seramik dışında gerek yapısal gerekse süsleme açısından birbirini tamamlayan ve bütünleşen malzeme pek azdır. Bu ikili her dönem birlikte kullanılmaya ve döneminin beğenisini yansıtmayı sürdürecektir. İncelenen örneklerde de görüldüğü gibi, Bu yapı bloklarındaki özgün artistik seramik uygulamaların çok derinlerde, geleneksel mimari seramik uygulamalarının büyük kalıtsal birikimin günümüze bir aktarımı olarak görebiliriz.

KAYNAKÇA

Aksoy, M. (2012). Biçimin serüveni, İstanbul: Golden Medya Matbaacılık.

Barnard, M. (2002). Sanat, Tasarım ve Görsel Kültür. (Çev. G. Korkmaz). Ankara: Ütopya.

Esen, O. (2013). Mimarlığa Yolculuk, Ankara: Efil Yayınevi.

Kaçar, V. (1993). Bir bildirim aracı olarak artistik duvar uygulamaları, Yayınlanmamış yüksek lisans tezi, Anadolu Üniversitesi, Eskişehir.

Güleç Hoşnut, R. (2006). Üretim tekniklerine göre seramik pano uygulamaları, Türkiye'deki örnekler ve bir sergi. Yayınlanmamış yüksek lisans tezi, Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi, Çanakkale.

Babil İştar Kapısı [URL: [http://: https://traveltoeat.com/wp-content/uploads/2014/07/](http://traveltoeat.com/wp-content/uploads/2014/07/)

wpid-Photo-201407102354094.jpg.]. internet adresinden 20 Kasım 2017 tarihinde edinilmiştir.

Sümer, G. (2017, Eylül 20), Seramik Sanayii ve Türkiye, [URL: [http://: www.kmo.org.tr.](http://www.kmo.org.tr/)]. internet adresinden 15 ekim 2017 tarihinde edinilmiştir.

Güven, G.G. ve Karakuş, G. (2016) Türkiye tasarım kronolojisi seramik, İstanbul.

Algan, Nusret. (1997). Konak iş sitesi artistik seramik panoları kişisel arşivi. İzmir.

İzmir Konak sitesi mimari proje yarışma sonucu. (1966, Ocak). Arkitekt, s. 40-47.

Aziz Gorbon. Türkiye (Kişisel görüşme, 18 Ekim 2017).

TEZEL, D. (2007). Mekân tasarımında doğal ışığın etkileri. Yayınlanmamış yüksek lisans tezi, İstanbul Teknik Üniversitesi, İstanbul.

KİTAP İNCELEMESİ: “BRAND MEDIA STRATEGY: INTEGRATED COMMUNICATIONS PLANNING IN THE DIGITAL ERA”

BOOK REVIEW: “BRAND MEDIA STRATEGY: INTEGRATED COMMUNICATIONS PLANNING IN THE DIGITAL ERA”

Kariyerine Ad Age yazarı olarak başlayan, sonrasında Optimedia, WPP’s Mindshare ve The Water Cooler Group gibi dünyanın önemli markalarına hizmet veren marka iletişimi şirketlerinde CEO olarak çalışan Antony Young’ın kaleme aldığı ve 2014’te ikinci kez Palgrave Macmillan tarafından basılan Brand Media Strategy: Integrated Communications Planning In The Digital Era isimli bu kitap, dijital devrimin yaşandığı sürekli değişim gösteren medya iletişim çağında pazarlama ve reklam müdürlerinin markalarını ön plana çıkarmak için kullanabilecekleri stratejileri kendi yönettiği veya karşılaştığı kampanya örnekleri üzerinden okurlarıyla paylaşmayı amaçlamaktadır. İletişim planlaması yoluyla markasının medya stratejisini geliştirmek isteyen planlamacılara yeni medya ortamlarında nasıl hareket edilmesi gerektiğini iletmeye (s. 3) ve pazarlamada yaratıcı süreç ile iletişim planlaması arasında bir bağ kurulması için markalara yöntemler geliştirmeye (s. 4) çalışan bu kitap, dijital medyayla değil, dijital medyanın etkisi ile ilgilenmekte (s. 2) ve dijital medyayı merkeze alarak sosyal medyayı dijital medyanın ana destekçisi (s. 4) olarak görmektedir. İnternet teknolojilerinin gün geçtikçe daha fazla sunduğu olanaklarla rekabetin dijital platformlarda da hız kesmeden devam ettiğini ve reklamcılık başta olmak üzere neredeyse bütün pazarlama araçlarına daha önce görülmemiş bir şeffaflık ve hesap verebilirlik özelliklerini kazandırdığını (s. 1) dile getiren bu kitap, 13 bölümden oluşmaktadır.

Kitabın birinci bölümünde, Google ve Facebook başta olmak üzere dijital medyanın, kitle iletişimi küresel çapta etkileyip pazarlamacılara daha “hesap verebilir, etkili ve çok boyutlu kampanyaları” (p. 7) müşterilerine

sunma imkânı tanıyarak pazarlama iletişimini yeniden şekillendirdiği vurgulanmaktadır. Dijital medyanın hem markalar hem de müşteriler (kullanıcılar) için çeşitli yenilikler ve geliştirmeler sunduğunu; başka bir deyişle markalara müşteri içgörüsünü belirleme yolları edinme, müşterilerin markaya yönelik ilgisini satın alma niyetine dönüştürme, izleme ve optimizasyon araçlarını kullanarak ölçümlemeyi daha kolay ve etkili şekilde yapma (s. 7-8) gibi avantajlar sağlarken, müşterilere etkileşim ve kişiselleştirilmiş deneyim kazanma, istedikleri zaman istedikleri bilgiye istedikleri şekilde ulaşma, daha önce markayla olumlu/olumsuz ilişki yaşayan kişilerin önerilerini alarak markaya yönelik fikir edinme gibi (s. 7-8) fırsatlar sunmaktadır. Markaların ve ajansların kampanyalarını hazırlarken faydalandıkları bu fırsatların daha çok Google ve Facebook tarafından sunulduğu dile getirilmektedir. İnsanların akıllarına gündelik hayatlarıyla ilgili bir şey takıldığında, herhangi bir şey hakkında bilgi edinmek veya özellikle bir markaya yönelik öneri ve şikâyetleri okumak istediklerinde internet bağlantılı herhangi bir cihaz üzerinde arama motoru olarak çoğunlukla tercih ettikleri Google’ın bu aramalar esnasında kullanıcıları ile ilgili edindiği bilgilerin markalar / şirketler için önemli avantajlar sunduğu ifade edilmektedir. Kullanıcıların yaptığı aramalar üzerinden Google tüketici ile reklamveren arasında bir eşleştirme yaptığı (s. 9) gibi, markaların geleneksel medyadaki reklamlarını hazırlama sürecinde kullandıkları hedef kitleye yönelik demografik bilgilerin yanı sıra hedef kitleyi daha iyi ve derinlemesine tanımlayan özellikleri Google’ın markalara sunduğu (s. 9), geleneksel medyada oldukça yavaş ve maliyetli bir şekilde düzenlenen reklam kampanyalarının anında ve

ücretsiz bir şekilde değiştirilebilmesine olanak sağladığı (s. 9) ve ödemelerin ise reklamın ulaştığı hedef kitlenin sayısını ölçümleyen faktörler üzerinden yürütüldüğünü (s. 9-10) vurgulamaktadır. Benzer şekilde Facebook'un da basit arayüzü sayesinde insanların arkadaş, tanıdık ve akrabalarıyla daha kolay iletişimde kalmasını, böylelikle pazarlamanın en etkili tutundurma yollarından biri olan ağızdan ağıza iletişimin dijital bir nitelik kazanıp markaların daha şeffaf, samimi hesapverebilir olmasına katkı sağladığını (s. 12-13) ileri sürmektedir. Facebook ile birlikte diğer sosyal medya ağlarının markalara hedef kitle içgörüsünün ne olduğunu sunma, böylece olumlu sonuç alınabilecek kampanyalara yatırım yapma için öngörü sağlama, günün her saatinde hedef kitleye ulaşabilme ve ağdaki kullanıcıların markayı takip ettiğini ve beğendiğini arkadaşlarına duyurma yoluyla markaya yönelik ilgiyi artırma (s. 13) gibi olanaklar sunduğu belirtilmektedir. Bunun da ötesinde, sosyal ağlarda markaların kurumsal hesap açmasına gerek kalmadan marka hayranlarının açtığı hesaplarla daha samimi ve daha etkili pazarlama yapılabileceği Coca-Cola örneği üzerinden açıklanmaktadır (s. 14).

İnternetin, dijital ajansların ve interaktif reklamcılığın ortaya çıktığı 90'lı yılların öncesinde yalnızca bir veya iki reklam mecrasına reklam vererek neredeyse hedef kitlenin tamamına ulaşmak mümkünken, internet ve dijitalleşme ile birlikte hedef kitlenin tek bir mecrada kalmak yerine aynı anda birden çok mecraya yöneldiğine ve yeni mecraların sürekli gelişmesiyle hedef kitlenin farklı mecraları tercih etmesinin hedef kitleye ulaşma ve onda farkındalık yaratma açısından markalar için çeşitli güçlükler yarattığına (s. 16-18) kitabın ikinci bölümünde değinilmektedir. Bu güçlükleri yenebilmesi için markaların hedef kitlesine hedef kitlesinin ilgilendiği birden çok mecrada, birden çok kanal üzerinden ve farklı formatlarda sunduğu yaratıcı fikirler ile ulaşması ve hedef kitlenin beklentisine uygun şekilde kişiye göre kampanyalarına yön vermesi gerektiği (s. 18-19) dile getirilmektedir. Yeni medyanın sunduğu ölçümleme teknikleri sayesinde pazarlamacıların kampanyalarını şekillendirirken eskiden sıkça kullandıkları demografik bilgilerle sınırlı kalmayarak içerik, davranış ve geri dönüşler sayesinde "müşterinin daha belirgin bir resmini" (s. 20)

çekebildiklerini ve özellikle mobilin konum bilgisi sunmasıyla hedeflemeyi daha iyi bir şekilde yapabildiklerini ileri sürmektedir (s. 18-21). Reklamcılar açısından hedef kitle ile marka arasında daha etkili bir iletişim kurmak için doğru zamanda doğru hedef kitleyi doğru mesajla karşılaştırmanın büyük getiriler sağladığı dijital medya çağında; reklamcıların eskiden olduğu gibi sadece yaratıcı bir çalışma yaparak farkındalık kazandırmak yerine hedef kitlenin sürece katılımını sağlamalarının ve reklamla hedef kitle, mecra ve zamanlama arasında bir alaka yaratmalarının gerekliliğine; medya stratejisini belirlerken tüketici içgörülerini dikkate almanın önemine; tek bir mecraya bağlı kalmak yerine şartlara göre birden fazla ve farklı mecraya odaklanılabileceğine; mikro ve sosyal medyanın daha kolay ölçümlenebilir bir ağızdan ağıza iletişim yarattığına; tüketicilerin internet üzerinde yaptığı aramaların tüketicilerle daha alakalı reklamlar sunulmasına imkân tanıdığına; hedef kitlenin kendi elleriyle şekillendirmesi nedeniyle markayla daha yakından ilişki kurmasını sağlayan markalı içeriğin hedef kitle tarafından daha çok tercih edildiğine; tüketicilerin arzuladıkları, marka ile aralarında bağ kurmalarını sağlayan kişileştirme sayesinde bireysel deneyim kazanmalarının getirilerine odaklanılması gerektiğine; gerçek zamanlı pazarlama ile birlikte reklam, ürün/hizmet ve tüketici arasında bir bağlantı kurulabileceğine (s. 22-29) dikkat çekilmektedir.

Doğru zamanda, doğru yerde ve doğru bütçe ile doğru hedef kitleye ulaşmaya çalışan medya planlamadan hedef kitleye ulaşmanın ötesinde onları etkilemeye odaklanan iletişim planlamaya geçişin gerekliliğine değinen üçüncü bölümde yazar, özellikle 2000'li yıllarla birlikte pazarlamacıların yöneldiği iletişim planlamanın başlangıç noktası olarak medya kanalını değil hedef kitleyi göstermektedir ve iletişim planlamanın hedef kitleye mesajı iletme işinden ziyade hedef kitlenin markayla nasıl iletişim kurduğunu anlama işi olduğunu belirtmektedir (s. 31-33). İletişim planlamanın reklam kampanyası sürecine yaratıcılıktan daha önemli olan bağlamı, alakayı ve katılımı dâhil ettiğini ileri süren yazar, iletişim planlayıcısının görevinin sadece hedef kitleye uygun bir kampanya planlamak olmadığını, bunun dışında kampanya sürecinde neyin yapılmaması gerektiğine odaklanan ve markaya rekabet avantajı sağlayacak farklılaştırıcı

bir marka medya stratejisi (Brand Media Strategy) geliştirmek (s. 34-35) olduğunu dile getirmektedir. Marka medya stratejisini oluşturmanın merkezinde hedef kitlenin içgörüsünü belirlemenin yattığını (s. 36) ifade eden yazar, içgörü belirlendikten sonra reklamın hedef kitleye nerede ve nasıl sunulacağını reklam mesajının ne olacağından ve hangi taktiklerle iletileceğinden önce geldiğini (s. 39) savunmaktadır. Marka medya stratejisini geliştirirken önceliği iletişim sorunlarını belirleyip iletişim hedeflerini ortaya koyarak önemli performans göstergelerini tanımlamaya veren yazar, daha ileriki aşamalarda hedef kitle içgörüsünün belirlenmesi ve ardından da kampanya fikrinin uygulama ve ölçümleme ile bütünleştirilmesi (s. 42) gerektiğine dikkat çekmektedir. Marka medya stratejisini oluşturmada stratejik bir uygulama çizelgesi olarak yazarın önerdiği “Tüketici Patikası”, markalarla iletişim kurdukları halde satın alma davranışını geliştirmeyen tüketicilerle etkileşim kurup onları hedeflemeye izlenecek adımları (s. 40-42) sunmaktadır. Bu adımlar; tüketicilerin daha önce sahip olduklarını fark etmedikleri bir sorunu herhangi bir ürün/hizmetin çözdüğünü fark ettikleri “farkındalık” adımı; tüketicilerin satın alma sürecine katılması için ürüne/hizmete yönelik ilgisini artırması beklenen “katılım” adımı; marka tercihinin arttığı ve satın alma niyetinin ortaya çıktığı “dikkate alma” adımı; satın alma niyetinin satın alma davranışına iletişim planlayıcının çalışmalarıyla dönüştüğü “satın alma yönelme” adımı; vaatlerin gerçek olup olmadığını müşterinin deneymediği “kullanım/tüketim” adımı; tüketiciyle iletişim kurularak tüketicinin doğru seçimi yaptığına yönelik ikna sürecinin başladığı ve sonraki satın alma davranışlarına teşviklerin yapıldığı “ilişki kurma” adımı ve ürünü/hizmeti kullanan tüketicilerin çevresindekilere önerdiği ve ürünü/hizmeti desteklediği “savunma” adımıdır (s. 41-42).

Marka medya stratejisinin en önemli yapı taşlarından biri olarak sunulan iletişim hedeflerinin, çıktılardan ziyade sonuçlara odaklanmasının ve ticari nitelikli, eyleme geçirilebilir ve ölçülebilir olmasının savunulduğu dördüncü bölümde, temel rolü pazarlama ROI’sini (return on investment - yatırım rantına) yaratmak olan reklamların kampanya sürecinde kampanya sonrası ölçümleme raporlarını sunmanın değil,

kampanya başlangıcında belirlenmiş iletişim hedeflerinin ifade edilmesi gerektiğine (s. 45-47) dikkat çekilmektedir. Çünkü bu ölçümlere odaklanmak, kampanya yönetim sürecinde pazarlama ROI’sine katkı sağlayacak iletişim stratejisinin önüne geçerek etkili kampanya yaratımını mümkün kılmamaktadır. Pazar payını artırma veya satışları artırma gibi işletme hedeflerini iletişimin nasıl yönlendireceğini çözümlenmeyi gerektiren iletişim hedefleri; iletişime yönelik çıktılar ve işletme çıktılarını bütünleştirmenin yanı sıra işletme hedefine ulaşmak için gerekli fikirleri ve yaratıcı süreçleri tetiklemelidir (s. 49). İletişim hedefi belirlerken kampanya sonucunda başarılı olmak için tek bir hedef belirlemenin ve ona göre taktik geliştirmenin daha etkili olduğunun ifade edildiği bu bölümde, iletişim hedefleri belirlemenin dört adımdan meydana geldiği belirtilmektedir: İşletme hedeflerini belirli gruplara ayırmak, medyanın nerede ve nasıl yardımcı olacağını belirlemek, başarının nitel olarak nasıl gerçekleşeceğini ortaya koymak ve hedefleri öncelikli hale getirip kampanya sürecine dâhil olan herkese benimsetmek (s. 50-59). İletişim hedeflerine ulaşmaya çalışılırken, “Tüketici Patikası”ndaki adımlarının da dikkate alınmasının ve özellikle tüketicinin düşünceleri ile markanın gerçekleştireceği eylemlerin uyumuna özen gösterilmesinin gerektiği vurgulanmaktadır. Tüketicinin markaya yönelik fikirleri oluşturulurken, benzer markalar pazarda olsa bile, tüketici için o markayı diğerlerinden farklı kılacak bir özelliğinin markanın tüketici ile iletişiminde vurgulanmasına dikkat çekilmektedir.

Marka medya stratejisini planlarken iletişim planlayıcısının hedef kitlesini etkileyebilmesi için onunla ilgili her şeyi, içgörülerini bilmesini ve bunları göz önüne alarak eyleme geçmesini (s. 61-62) vurgulayan beşinci bölümde, hedef kitle içgörülerini tespit etmeyle ilgili bilgi verilmektedir. Marka medya stratejisinin hedeflediği kitlenin içgörüsünü belirleme konusunda kültürel eğilimlerin dikkate alınması, iş dünyasından uzmanlarla görüşülmesi, insanların söylediklerinden çok yaptıklarına odaklanılması, sokak görüşmeleri yaparak beklentilerin çözümlenmesi, pazar gazeteciliğinin yapılması, dijital medyada insanları dinleyerek ve gözlemleyerek tutum ve davranışlarının irdelenmesi ve insanların tercih ettikleri medyaları nasıl kullandıklarının

incelenmesi (s. 72-76) kitabın beşinci bölümünde iletişim planlayıcılarına önerilmektedir. Hedef kitlenin içgörülerini belirledikten sonra dijital ağlar üzerinden gerçekleştirilen mikro hedeflemenin belirli özelliklere sahip hedef kitleye uygun mesajlarla ulaşmayı markalar için kolaylaştırdığına, hatta hedef kitlenin dijital ağlardaki davranış profillerini sunduğu için dijital ağların markalara kullanıcı verilerini çözümüleme fırsatı sunduğuna (s. 68) değinilmektedir. Marka medya stratejisinde iletişim planlayıcının iletişim kurarken tüketiciyi sadece satın alma işlemi yapan bir varlık olarak görmekten ziyade, onu bir insan olarak görüp nelerden hoşlandığını, neler düşündüğünü ve neler yaptığını bilmenin markaların rakiplerinden daha ileride olmalarını sağladığına yer verilmektedir.

Reklamcılığın yanı sıra özellikle dijital medyada yaygın olarak görülen ve pazarlama üzerinde önemli etkileri bulunan (dijital) ağızdan ağıza iletişimin marka yaratmada oldukça etkili bir yol olduğunun savunulduğu altıncı bölümde, tüketicilerin bir şeyi satın almaya karar verme süreçlerinde reklamda markaların sunduğu tavsiyelerden çok, dijital medyada arkadaştan, meslektaştan veya aileden alınan önerilerin dikkate aldığını (s. 82) bildirilmektedir. Farkındalık yarattığı gibi, güven ve değer oluşturmada son derece etkili olan ağızdan ağıza iletişimin dijital medyaya aktarılmasıyla “mouse’tan mouse’a iletişim (Word of Mouse)” olarak adlandırılan bu pazarlama iletişimini tüketicilerin yazılarının, beğenilerinin ve paylaşımlarının şekillendirdiğine değinilmektedir. Dijital medyada kontrol edilmesi kolay olmayan hedef kitle gruplarının dijital ağızdan ağıza iletişim yoluyla markaya yönlendirilmesi için çözüm olarak bulunan “influencer (nüfuzlu kimse)”ların tespit edilmesinin gerekliliğine vurgu yapılmaktadır. Her biri farklı rolleri üstlenen ve farklı etkilere sahip olan influencer’ların işletmelerdeki karar vericiler ve kanaat önderleri, tanınmış uzman ve analistler, medya seçkinleri, kültürel olarak belirlenmiş seçkinler ve bireylerin toplumsal açıdan bağlı olduğu kişiler olmak üzere beş ayrı grupta toplanabileceğine (s. 86-87) işaret edilmiştir. Influencer’lar kadar markayı ilk deneyimleyen ve ilk sahiplenen kişilerin de dijital ortamda gerçekleştirilen ağızdan ağıza iletişimin hedef kitleyi etkilemede önemli bir paya sahip olduğunu belirten bu bölümde,

ağızdan ağıza iletişimi kuvvetlendirip markaya yönelik yazılıp konuşulanları geliştirmek için pazarlamacılar ilk olarak hedef kitleyi dinlemeleri, marka hakkında konuşanlarla konuşup onlara geri dönüş yapmaları, tüm bu konuşma ve geri dönüş yapma süreçlerinde bağlı kalacakları bir fikri belirlemeleri, hedef kitlenin deneyimlerini ve düşüncelerini paylaşmalarını onlara değerli göstermeleri, ücreti ödenmiş medyaya bunları yansıtmaları, paylaşımı tetikleyecek üretimler ve fikirler için bütçeleme çalışması yapmaları ve makul bir şekilde tüm süreci ölçümlenmeleri (s. 89-99) önerilmektedir. Dijital ağızdan ağıza iletişimin planlı bir şekilde uygulanması, hedef kitlenin markaya güveninin artmasını sağlamaktadır ve satın alma davranışını gösterme süreçlerini hızlandırmaktadır.

Kitabın yedinci bölümünde reklamcılığı yaratıcı süreç, dijital, medya, ajanslar ve halkla ilişkiler gibi enstrümanlardan oluşan bir orkestraya benzeten yazar, bu enstrümanların doğru zamanda ve yerde kullanılmasını, her birinin sunduğu avantajların ayrı ayrı düşünülmesini ve bütün süreçte bunların planlı bir şekilde yönetilmesini (s. 101-102) önermektedir. Enstrümanlar aracılığıyla ne söyleneceği belirlenmeden önce, hangi enstrümanın nasıl ve nerede kullanılacağını anlamının (s. 104) önemine değinmektedir. Orkestrada olduğu gibi reklamcılıkta da bir bestekâr ve kondüktör olduğu, bestekarlığın reklam stratejisini birlikte planlayan kişilerden oluştuğu ve kondüktör olarak ileri sürülebilecek kişinin müşterinin tutumuna bağlı olarak marka yöneticisi veya müşteri olabildiği (s. 110-111) belirtilmektedir. Reklamcılık orkestrasında kondüktörün ve bestekârın kullandığı enstrümanların dengeli bir şekilde ve eşgüdüm içinde çalışıp çalışmadığını ölçümlemek ve sorunları belirleyip uyumu yakalamak için Merkezi İletişim Platformu’nu (Central Communications Platform) kullanmanın (s. 105) pazarlama uzmanlarına önerildiği bu bölümde, bu platformda değerlendirilen medyalarda içerik paylaşımı yapılırken her medyanın farklı iletişim biçimlerinin olduğunun göz ardı edilmemesine dikkat çekilmektedir.

Hedef kitleye içgörülerıyla alakalı yerlerde ve mesajlarla seslenmenin marka ve hedef kitlenin birbirine bağlanması sürecinde etkili bir rolünün olduğunu savunan sekizinci bölümde,

bu bağlanma sürecini etkileyen faktörler olarak markanın kendisi (markanın teklifi), markanın sunduğu mesajın çekiciliği ve etkisi, hedef kitlenin marka ile ilgilenmeye zihinsel olarak hazır olması, hedef kitleye iletilecek mesajın bağlamı (s. 117) sunulmaktadır. Yazara göre markanın hedef kitleye iletildiği mesaj yeterince çekici olmalı, hedef kitle markanın tekliflerine yönelik bir arayışta olmalı, yaşam tarzı ve ilgi alanları marka ile uyumlu olmalı ve markanın iletmek istediği mesajın sunulduğu bağlam hedef kitlenin içgörülerıyla bağlantılı olmalıdır. Çünkü dijital çağda artık sadece mesaj iletmek değil, bunun yanı sıra mesajın nasıl alımlandığı da marka iletişiminin başarıya ulaşmasında önemli bir paya sahiptir. Bu nedenle markanın sunduğu mesajların hedef kitle tarafından alınması sürecinin de planlanması kontrollü olmak açısından gereklidir. Yazarın bu bölümde alımlama sürecini yönlendirmek için sunduğu taktikler arasında bağlama dayalı planlama, duruma dayalı planlama, hedef kitlenin arzularına dayalı planlama, içerik içinde markalama ve hedef kitlenin medyayla kurduğu iletişime bağlı olarak medya seçimi yapma yer almaktadır (s. 119-129). Markaların öncelikli hedefleri arasında hedef kitle ile aralarında bir bağ yaratmanın ve bunu yapmak için de markanın iletildiği mesajın hedef kitle tarafından alınmasına yönelik sürecin planlanmasını yapmanın yer alması gerektiği üzerinde durulmaktadır.

Hedef kitlenin marka tarafından iletilen mesajı alımlama sürecini daha iyi ve etkili planlayabilmek için, hedef kitleye mesajın “dokunacağı” temas noktası olarak ifade edilen medya kanalının seçimi kitabın dokuzuncu bölümünün üzerinde durduğu konudur. Marka medya stratejisinin en önemli bileşenlerinden biri olarak, hedef kitlenin her bir medya kanalı ile olan ilişkisinden en verimli şekilde faydalanacak farklı “temas noktalarında” marka iletişimini gerçekleştirme çabası (s. 131-132) ifade edilmektedir. İletişim planlayıcısının ilk başta var olan tüm medya kanallarını dikkate alması ve daha sonra kendi tercihlerine göre değil, iletişim hedeflerine göre hedef kitlenin içgörülerine ve marka mesajına uyumlu temas noktasını (/noktalarını) seçmesi önerilmektedir. Her bir temas noktasının (medya kanalının) farklı niteliklere sahip olması nedeniyle farklı iletişim hedeflerine ulaşmada seçim planlamasının yapılması vurgulanırken, bunları

seçerken verilerin, hedef kitle içgörülerinin ve iletişimsel ihtiyaçların dikkate alınması (s. 132-136) üzerinde durulmaktadır. Verilerin, hedef kitle içgörülerinin ve iletişimsel ihtiyaçların anlaşılmasının ardından hangi medya kanalının hedef kitlenin yaşam tarzı ile uyduğunun ve hedef kitle tarafından nasıl tercih edilip kullanıldığının analiz edilmesi için kullanılabilir olan IPA TouchPoints Initiative ve MediaDNA sistemlerini (s. 140-141) okurlara tanıtmaktadır. Ancak, hedef kitlenin içgörülerini, yaşam tarzı, sunduğu veriler ve iletişimsel ihtiyaçlar doğrultusunda analiz sonucunda belirli medya kanalları ortaya çıksa da, belirli sektörlerle ait markaların bu medya kanallarına yoğunlaşmaları herhangi bir markanın sektördeki rakip markalardan farklılaşmasının önüne geçebilmektedir. Bu nedenle kitabın bu bölümünde Marka Medya Stratejisi’ni benimseyen iletişim planlayıcısının markasını farklılaştırabileceği medya kanallarını da tespit etmesi gerektiği (s. 142-143) üzerinde durulmaktadır. Ancak bunu yaparken iletişim planlama bütçesinin sınırlarını zorlayarak tüm medya kanallarını seçmenin zarara sürükleyebileceğine ve bu nedenle hedef kitlenin tutum ve davranışlarını etkileyecek şekilde uygun sıklıkta ve uygun medya kanalları ile mesajı iletmenin gerekliliğine dikkat çekilmektedir.

Kitabın dokuzuncu bölümünde yer verilen medya kanalı seçim kriterleri göz önüne alınarak mesajın iletileceği medya kanalı belirlenirken geleneksel medya kanalları kadar, sosyal medyanın da marka savunuculuğu ve markaya yönelik dikkat çekme olanakları (s. 151) sunması nedeniyle tercih edilmeleri gerektiğine odaklanan onuncu bölümde, sosyal medyanın kullanımının ve kullanıcı sayısının arttığına, pazarlamacıların arkasından koştukları tüketicilerin sosyal medyada toplandığına ve kendilerine izleyecek/okuyacak/dinleyecek kitle bulmak için diğer medya kanallarının da artık birer sosyal medya kanalı olduğuna (s. 150) değinilmektedir. Dijital medyanın pek gelişme gösterdiği zamanlarda tüketicilerin ürün/hizmeti satın alma sürecinde ve satın aldıktan sonra deneyimleme sürecinde ürün/hizmete yönelik fikir edinmesi, artık satın almayı gerektirmeden sosyal medyadaki araştırmalar üzerinden gerçekleştirilebildiğinden (s. 151), markaların hedef kitlelerinin ürün/hizmetlerine yönelik deneyim kazanabilecekleri sosyal

medya kanallarını aktif ve stratejik bir şekilde kullanması (s. 153) önerilmektedir. Doğru ve etkili kullanıldığında marka savunucuları yaratmada etkili bir işlev sunacak olan sosyal medya kanallarının, beslendiği kaynak olarak görülen içerikleri marka savunucularının yanı sıra diğer tüketiciler için de ortak paydada bulunduğu takdirde bu sosyal medya kanallarının viral etki yaparak reklamın kendiliğinden gerçekleştiği kanallara dönüşeceği (s. 156-161) vurgulanmaktadır. Hedef kitle üzerinde etki bırakacak içerik belirlenirken, yepyeni bir markalı içeriğin yaratılabileceği gibi, var olan sosyal medya kanallarında içeriklerin üretilebileceği veya medya sağlayıcılarından ve içerik sunucularından içeriğin ödünç alınabileceği (s. 163-164) okurun bilgisine sunulmaktadır. Sosyal medya kanallarının sunduğu avantajlar sayıca fazla olsa da, etkisini artırmak için ücretli medya ile bütünleştirilmesi gerektiğini savunan yazar, bu etkiyi ölçümleyecek taktikler (s. 165-168) önermektedir.

Marka medya stratejisinin önceki bölümlerde irdelenen araştırma ve planlama sürecinin ardından uygulanmasıyla ilgili taktiklere yer verilen on birinci bölümde yazar, kampanyanın hedef kitleyle buluşacağı bu aşamaya bir ekip işi olarak bakılmasını önermektedir. Marka medya stratejisinin uygulanmasında Merkezi İletişim Platformunu (CCP) belirleme ve bu platformu etkili bir şekilde kullanmak amacıyla taktikler geliştirme olmak üzere iki aşamalı bir süreç izlenmesi üzerinde durulmaktadır (s. 173-174). Merkezi İletişim Platformu'nu belirlerken mutlaka alternatif platformların da göz önünde bulundurulmasına, fikrin ilk geldiği anda o fikre takılmadan fikir üzerinde detaylı ve kapsamlı düşünerek fikrin geliştirilmesine, fikrin geliştirilmesi için stratejiyle ilgili olan herkesi dâhil etmeye ve Merkezi İletişim Platformu'nun pazarlamasını iyi yapmaya (s. 175-176) dikkat çekmektedir. Fikrin ekiple geliştirilmesi aşamasında beyin fırtınası yapmaya odaklanan yazar, beyin fırtınası yaparken katılımın sağlanması ve eğlenceli olması için çaba gösterilmesine, farklı bakış açılarının bir araya getirilmesine, hedeflerin net bir şekilde en başta belirtilmesine, sayıca fazla fikirlerin sunulmasına olanak tanıyıp tek bir fikre takılmayı engellemeye, katılımcılara rahat bir ortam sunmaya (s. 178-180) vurgu yapmaktadır. Beyin fırtınaları çıktılarını

değerlendirdikten ve ortaya çıkabilecek aksaklıkları önceden belirleyip hazırlıklı olduktan sonra kampanyanın sorunsuz bir şekilde uygulanmasını sağlayacak stratejiler geliştirildiğinde, kampanyanın içeriği ile reklam arasındaki çizgi belirsizleştiğine ve teknolojinin kullanılmasıyla da hedef kitlenin interaktif bir ortamda markayı deneyimleyip marka iletişimi sürecine katılabileceğine (s. 184-189) değinilmektedir. Bu aşamada önemli olanın, planlama sürecinde kararlaştırılan strateji ve taktiklerin uygulanabileceği doğru platformları kullanırken tüm ekibi sürece dâhil edip bütünlüklü bir kampanya yaratıktan sonra hedef kitlenin de kampanya içeriğiyle bütünleşebilmesini sağlamak olduğu vurgulanmaktadır.

İletişim planlayıcısının tasarladığı ve hedef kitleyle buluşturduğu iletişim kampanyasının etkisini ve başarısını ölçümlemenin aslında kampanyanın raporlamasından ve doğruluğunun kanıtlanmasından ibaret olmadığını, ancak strateji ve taktikleri daha iyi değerlendirmek ve düzenlemek için gerekli olan bir süreç (s. 204) olduğunu ileri süren on ikinci bölümde yazar, kampanyanın ölçülmesi için başat kriterin kampanya öncesindeki hedef ve amaçların net bir şekilde belirlenmiş olması gerekliliğini (s. 193-194) savunmaktadır. Tüketici segmentasyonu, takip çalışmaları, online anketler, ekonometrik modelleme gibi pek çok yolla ölçümlemenin gerçekleştirilebileceğinin öne sürüldüğü bu bölümde, bu ölçümleme sürecinin stratejiyi yönetme ve takip etme ile taktikleri geliştirme olmak üzere iki yönlü olduğu (s. 194) belirtilmektedir. İletişim kampanyasını ölçümleyen, kampanya amaçlarına uygun ölçümleme yollarını ve veri kaynaklarını kullanmayı, ölçümleme ve planlama planını tanımlamayı ve verileri topladıktan sonra yorumlama ve çözümleme adımlarını izlemeyi (s. 195-198) okurlarına önermektedir. Google Insights ve HowSociable gibi dijital ölçümleme araçlarını kullanarak kampanyanın internet üzerinde ne kadar kişiye hangi sıklıkta ulaştığının, üzerinde ne kadar konuşulduğunun belirlenebileceği gibi hedef kitle ile ne kadar ve nasıl etkileşimde kaldığının (video formatlı kampanyayı izleme süresi, vb.) da tespit edilebileceğinin (s. 199-204) altı çizilmektedir. Ölçümleme için kullanılacak çeşitli araçlar olsa da kampanyada hedeflenen çıktılarla uyumadığı takdirde “en iyi”

olarak kabul edilen ölçümleme aracının kullanılmaması tavsiye edilmektedir.

İletişim kampanyasını planlama ve uygulama sürecine yön veren hedef kitle profiline ulaşmada kapsamlı bir katkı sunan büyük verinin (big data) pazarlama süreçlerinde kullanılmasına odaklanan on üçüncü bölümde, medyanın dijitalleşmesi ile birlikte hedef kitlenin televizyon, telefon, tablet, kişisel bilgisayar gibi pek çok ekrana (cihaza) yönelmesinin, böylece daha kesin hedeflemenin uygulanabileceğinin, medya bütçesinin daha hızlı bir şekilde düzenlenebileceğinin ve farklı türden verilerin yalnızca belirli bir platformdan edinilebileceğinin (s. 206) üzerinde durulmaktadır. Dijitalleşmenin sunduğu bu avantajlar sayesinde pazarlamanın ürün, fiyatlandırma, dağıtım ve tutundurma karmasının da şekil değiştirdiğine değinen yazar, dijital ortamda hedef kitlenin dinlenmesi daha kolay ve hızlı olabildiğinden mikro hedefleme sayesinde daha kişiselleştirilmiş ve gerçek zamanlı kampanyaların hazırlanabileceğine ve bu kampanyaların sonuçlarının anında ve net bir şekilde ölçümlenebileceğine (s. 206-218) vurgu yapmaktadır. Dijital ortamda hedef kitlenin gerçekleştirdiği davranışların arkasında iz bırakması ve anında ve detaylı bir şekilde çözümlenebilmesi, markaların kampanya planlama ve uygulamaları için nokta atışı yapabilmelerine olanak sağlamaktadır.

İletişim kampanyasının araştırma, planlama, uygulanma ve ölçülme süreçlerini dijital medya çağı çerçevesinde, sektörde hayata geçirilen örnek kampanyalar aracılığıyla sunan “Brand Media Strategy: Integrated Communications Planning In The Digital Era” başlıklı kitap, iletişim planlayıcısının marka medya stratejisini uygulama aşamalarını detaylı bir şekilde sunmasıyla sektörel deneyimi ve gelişmeleri okurlarıyla paylaşmakta ve bu alanda yapılacak sektörel ve akademik çalışmalara katkı sunmaktadır. Bu kitap, dijital medyanın ajanslara ve markalara sunduğu büyük veriyi iletişim hedeflerine uygun biçimde kullanacak ve hedef kitle analizini bu sayede daha derinlemesine yapabilecek iletişim kampanyalarının diğer kampanyalardan farklılaşabileceğini ve hedef kitlenin zihninde yer edinebileceğini öne sürerek bu sonuca ulaşmak için atılması gereken adımları sırasıyla ve kapsamlı bir

şekilde sunmaktadır. Pazarlamada yaratıcı süreç ile iletişim planlaması arasında bir bağ kurulmasına işaret eden bu kitap, geleneksel medyanın odaklandığı medyadan öteye gidilip hedef kitleyi etkilemeye dayanan iletişim planlamaya yönelmenin gerekliliği üzerinde durarak kampanya uygulamada yeni bir bakış açısına işaret etmektedir. Benzer şekilde yaratıcılıktan ziyade kampanyanın bağlı olduğu bağlama ve tüketicinin katılımına odaklanan iletişim planlamanın öncelikli olarak benimsenmesi ve uygulanması üzerinde duran bu kitap, geleneksel ortamlarda gerçekleştirilen kampanya sürecindeki yaratıcılık odağını dijital ortamlar ile geleneksel ortamların bütünleştirildiği kampanya sürecindeki tüketici odağına kaydırarak uygulama açısından bir yenilik daha sunmaktadır. Bu yeniliği ileri sürerken kitap, dijital araçların sadece markalara değil, müşterilere (tüketicilere) de neler sunduğunu göstererek iki farklı perspektiften durumu okurla paylaşmakta ve alana her iki grubun bu süreçten nasıl etkileneceğini göstererek uygulama açısından önemli bir katkı sunmaktadır.

İnternet teknolojilerinin gelişmesi ve tüketicilerin bu teknolojilere ağırlıklı olarak yönelmesi ile birlikte markaların önceki gibi tüketicilerin peşinden koşmasının önüne geçildiğine ve onları sosyal ve dijital medya dünyasında daha kolay ve hızlı bir şekilde bulabildiklerine değinen kitapta, Google ve Facebook başta olmak üzere dijital ortamların markalara iletişim planlama sürecinde baştan sonra, başka bir deyişle tüketici içgörüsü ve iletişim hedeflerini belirlemeden ölçümleme yapmaya kadar sunduğu fırsatlar açıklanmakta ve pazarlama faaliyetleri tasarımında bu araçların rolüne değinilmektedir. Dijital çağın sunduğu olanaklar sayesinde tüketicilerin yalnızca demografik bilgilerinin değil, bu bilgilerin yanı sıra tüketiciyi baştan aşağı tanımlayacak özelliklerin bilinmesiyle daha iyi bir hedefleme yapılabileceği, bir başka deyişle mikro hedeflemenin mümkün olduğu okurlarla paylaşılmaktadır. Bu açıdan bakıldığında, tüketicinin her açıdan odaklanması gereken hedef olduğu belirtilirken, sadece yaratıcı çalışma yapmanın değil, tüketiciyi bu süreçte katılmaya teşvik edilmesinin önemine değinilirken uygulamacılara yeni bir bakış açısı kazandırmak amaçlanmaktadır. Başka bir deyişle, tüketici içgörüsüne kampanya

sürecinde öncelik verilmesi, yaratıcılığın içgörüden sonraki aşama olarak görülmesine; bunun ardında yatan neden olarak da iletişim planlamada tüketicinin “satın alan varlık” olarak değil, “birey” olarak konumlandırılmasına vurgu yapılmaktadır. Tüketiciyi birey olarak görmeye değer veren iletişim planlamayı odak noktası olarak belirleyen bu kitap, iletişim planlaması sürecinde önemli olanın kampanya sonrası ölçümleme olmadığını, kampanya başında belirlenen iletişim hedeflerinin tespit edilmesi olduğuna vurgu yaparak bu iletişim hedeflerinin tespit edilememesi durumunda ölçümlenmelerin etkili bir kampanyayı işaret etmeyeceğini belirtmektedir. Başka bir ifadeyle, kitap iletişim planlaması sürecinde önceliğin kampanya sonrası ölçümleme değil, iletişim hedeflerini belirlemek olduğunu ifade ederek uygulamada öncelikli alanların belirlenmesi açısından yeni bir bakış açısı kazandırmaktadır.

Tüketici içgörülerine ve marka mesajına uyumlu medya seçiminin yapılmasının kampanya başarısına katkı sağlayacağını bildiren bu kitap, medya seçimi yapılırken rakip markaların yoğunlaştığı medyaların yanı sıra markanın kendisini farklılaştıracağı yeni bir medya seçimi yapmasını, ancak birden çok medya seçimi yaparken zaman ve para kaybı yaşamayacağı şekilde tüketici içgörüsü ve iletişim hedefleriyle uyumlu medyayı belirlemesini markalara önermektedir. Doğru medyayı belirlemenin ve özellikle dijital ortamda iletişim hedefini gerçekleştirebilecek medyayı belirlemenin pazarlamanın önemli bileşenlerinden biri olan ağızdan ağıza iletişimi kolaylaştırabileceğine

değinen kitap, özellikle bu ağızdan ağıza iletişimi kuvvetlendirecek influencer’ları belirlemede ne tür noktalara dikkat edilmesi gerektiğiyle ilgili ve influencer’lar dışında dijital ortamda ağızdan ağıza iletişimin gerçekleştirilmesini kolaylaştıran ne tür yeni yollara başvurulabileceği ile ilgili olarak yeni araştırma konuları sunmaktadır. Dijital ortamda ağızdan ağıza iletişimi gerçekleştirebilmek için sadece influencer’lara güvenmenin yol açabileceği sorunların da göz önünde bulundurulması gerekmektedir ve bu tür sorunlar ortaya çıktığında bu krizin yönetilmesinde nasıl yollar izlenebileceği sorusu ortaya çıkmaktadır. Bunun dışında dijital ortamlarda gerçekleştirilen pazarlama faaliyetlerinin şeffaf ve hesap verebilir bir kampanya süreci ile gerçekleştirilebileceğini belirten kitap, bu şeffaflık ve hesap verebilirliğin nasıl ölçümlenebileceği sorusunu akıllara getirmektedir. Ayrıca, kitabın başından sonuna kadar tüketicilerin (neredeyse) tüm çıplaklığıyla bilinmesinin etik açılarından ne tür sorunlar yarattığı ve bunların nasıl çözülebileceği gibi soruları ortaya atmaktadır. Tüketicilerin internet üzerindeki her davranışının bilinmesi ve bu bilinenlerin Google ve Facebook gibi büyük şirketler tarafından reklamverenlere ve/veya reklam ajanslarına sunulması (satılması) tüketicilerin satın alma davranışında daha kolay istenilen tarafa yönlendirilmesine neden olarak tüketici haklarını ihlal etmekte, tüketicinin dijital gözetimi özel hayatın gizliliğine yönelik teşebbüsleri faydasız kılmaktadır. Bu nedenle, bu “gözetim”lerin nasıl “etik” olabileceği üzerine düşünülmesi gerekmektedir.

KAYNAKÇA

Young, A. (2014). Brand Media Strategy: Integrated Communications Planning In The Digital Era. 2. Baskı. New York, NY: Palgrave Macmillan, ISBN: 978-1-349-28932-5.

Mersin Üniversitesi
Sosyal Bilimler Enstitüsü,
Turizm Fakültesi Binası, Kat:2, Çiftlikköy Kampüsü,
33343, Yenişehir / Mersin

Tel: 0324 361 00 01 /17611

Faks: 0324 361 02 87

e-posta: sbedergi@mersin.edu.tr